	Investigación e Innovación.	Código	II-F-021
	FORMATO PARA RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN	Versión	01
		Vigencia	30/03/2023
		Página	1 de 6

**Plan estratégico de mercadeo para la creación de la cafetería Arte expreso
en la ciudad de San Juan de Pasto para el año 2025**

(Resumen Analítico)

**Strategic Marketing Plan for the Creation of the Café "Arte Expreso" in the
City of San Juan de Pasto for the Year 2025**

(Analytical Summary)

Autores (Authors): BENAVIDES ORTEGA, Angela Sofía, SEGOVIA VELASQUEZ,
Manuel Alejandro

Facultad (Faculty): de CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

Programa (Program): MERCADEO

Asesor (Support): MG.JOB ESTEBAN FAJARDO MIDEROS

Fecha de terminación del estudio (End of the research): DICIEMBRE 2024


Modalidad de Investigación (Kind of research): Trabajo de grado

PALABRAS CLAVE

PLANEACIÓN
ESTRATEGIA
MARKETING
PLAN DE MARKETING

KEY WORDS

PLANNING
STRATEGY
MARKETING
MARKETING PLAN

	Investigación e Innovación.	Código	II-F-021
	FORMATO PARA RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN	Versión	01
		Vigencia	30/03/2023
		Página	1 de 6

RESUMEN: El proyecto busca diseñar un plan estratégico de mercadeo para la creación de una cafetería temática llamada *Arte Expreso* en San Juan de Pasto, enfocándose en la combinación del café y el arte local, especialmente la pintura. La iniciativa responde a la falta de espacios temáticos en la ciudad y pretende ofrecer una experiencia única que resalte la riqueza cultural y artesanal de la región. Para ello, se identifican como prioritarios el análisis del mercado, la segmentación adecuada y el estudio de factores externos que puedan influir en la viabilidad del negocio.



La investigación empleará una metodología mixta, que permita recopilar y analizar datos tanto cualitativos como cuantitativos, con el fin de desarrollar estrategias de marketing específicas para este concepto. La población objetivo son adultos jóvenes de la ciudad de Pasto, quienes podrían sentirse atraídos por un ambiente creativo y tranquilo que fomente el disfrute del café y la expresión artística. Este enfoque se fundamenta en conceptos de mercadeo establecidos por autores como Kotler y Keller, permitiendo una planificación basada en datos confiables.

El proyecto no solo busca satisfacer una necesidad local, sino también promover el arte nariñense en un contexto contemporáneo. A través de un plan bien estructurado, se espera brindar un espacio que combine la tradición cultural de Pasto con una experiencia moderna y atractiva. Esto permitirá tomar decisiones informadas para garantizar el éxito de *Arte Expreso* como un punto de encuentro innovador en la ciudad.

ABSTRACT: The project aims to design a strategic marketing plan for the creation of *Arte Expreso*, a themed coffee shop in San Juan de Pasto. The concept combines coffee with local art, particularly painting, addressing the lack of themed spaces in the city. *Arte Expreso* seeks to offer a unique experience that highlights the cultural and artisanal richness of the region. Priority areas include market analysis, proper segmentation, and the study of external factors influencing the business's viability.

The research will employ a mixed-methods approach to collect and analyze both qualitative and quantitative data, enabling the development of tailored marketing strategies. The target audience consists of young adults in Pasto who may be drawn to a creative and peaceful environment that encourages the enjoyment of coffee and artistic expression. The approach

is based on established marketing principles by authors such as Kotler and Keller, ensuring data-driven planning.

 	Investigación e Innovación.	Código	II-F-021
	FORMATO PARA RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN	Versión	01
		Vigencia	30/03/2023
		Página	1 de 6

The project not only seeks to address a local need but also aims to promote Nariño's art in a contemporary setting. Through a well-structured plan, Arte Expreso intends to blend Pasto's cultural traditions with a modern and attractive experience. This strategy aims to support informed decision-making, ensuring Arte Expreso becomes an innovative meeting point in the city.


CONCLUSIONES: El análisis del mercado que se realizó en la ciudad de Pasto mediante el instrumento de recolección encuesta revela la preferencia de los encuestados en cuanto al café nariñense y a las actividades similares a la pintura en lienzo, por ende, se considera un resultado favorable para la investigación. De igual manera refleja una segmentación similar a la planteada en un principio del proyecto, confirmando así la correcta elección de estrategias para llegar al nicho de mercado adecuado.

Aquellos segmentos demuestran un interés evidente en el consumo de café diario exponiendo de manera positiva la alta demanda de preferencias por bebidas con café.

Las estrategias de marketing que se eligieron para el proyecto van relacionadas en su mayoría con lo digital, sin embargo, se realizó un cuadro que expone las 4 p's del mercadeo, en él están algunas estrategias tanto de producto, precio, plaza y promoción permitiendo un plan más detallado que abarca actividades positivas para Arte expreso.

Las estrategias de marketing digital son cruciales, ya que permiten alcanzar a un público más amplio y segmentado. Específicamente, el uso de redes sociales y el marketing de influencers locales pueden generar visibilidad y atraer clientes interesados en el arte y la cultura.

Cabe mencionar que se planteó una estrategia de precio llamada “cafeteritos por Nariño” donde se creará un programa para los niños que incentiva la educación desde el cultivo hasta la cosecha y preparación de algunas bebidas con café, esta actividad expone diferentes productos que se utilizaran en la cafetería normalmente. Ellos se convertirán en artículos promocionales infantiles los cuales se venderán en el desarrollo del programa y en el punto de venta Arte expreso. Estrategias similares serán utilizadas para generar engagement con la marca y obtener mayores recursos para la rentabilidad de la cafetería.

	Investigación e Innovación.	Código	II-F-021
	FORMATO PARA RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN	Versión	01
		Vigencia	30/03/2023
		Página	1 de 6

CONCLUSIONES: The market analysis conducted in the city of Pasto, using a survey as the data collection instrument, revealed respondents' preferences for Nariño coffee and activities such as canvas painting. These results are favorable for the research, confirming the initial segmentation proposed in the project and validating the strategies to effectively reach the appropriate market niche.

The identified segments show a clear interest in daily coffee consumption, highlighting the strong demand for coffee-based beverages. The marketing strategies selected for the project are primarily digital. A detailed table outlining the 4 P's of marketing—product, price, place, and promotion—was created, presenting strategies that encompass positive activities for Arte Expreso.



Digital marketing strategies are essential, as they allow for reaching a broader and more segmented audience. Specifically, the use of social media and collaborations with local influencers can generate visibility and attract customers interested in art and culture.

A pricing strategy called "*Cafeteritos por Nariño*" was also proposed. This program is designed for children, promoting education about coffee cultivation, harvesting, and the preparation of beverages. It incorporates products typically used in the coffee shop. These products will be transformed into promotional children's items, available for sale during the program and at Arte Expreso's location. Similar strategies will be implemented to generate brand engagement and increase the profitability of the coffee shop.

RECOMENDACIONES: Se recomienda desarrollar un plan estratégico de marketing digital implementando fechas, diálogo, reels, copys, publicaciones, ADS entre otros esto permitirá captar y medir la atención e interacción del público objetivo con la marca generando datos específicos que faciliten el análisis y preferencia de contenido multimedia de los clientes.

Ahora bien, establecer un calendario mensual con publicaciones específicas sería muy importante, en donde se tenga en cuenta fechas especiales relacionados con el Arte, la mujer, y entre otras fechas que hagan sentir importante a los posibles consumidores. Por otra parte, identificar una frecuencia para publicar el contenido, por ejemplo 3 o 4 publicaciones a la semana y publicar en horarios de mayor actividad para mantener una buena interacción y no saturar al público objetivo.

En cuanto a la publicidad pagada (ADS) mencionada anteriormente, se debe tener en cuenta un tipo de audiencia específico, utilizando los datos en cuanto a la

 	Investigación e Innovación.	Código	II-F-021
	FORMATO PARA RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN	Versión	01
		Vigencia	30/03/2023
		Página	1 de 6

segmentación para llegar a un público interesado en arte, sin dejar a un lado la ilustración de la propuesta única de arte expreso.

El contenido que se compartirá on line se debe realizar con ayuda de un diseñador gráfico que complementa la ficha publicitaria y muestre una imagen corporativa atractiva y que tenga coherencia con la definición de marca.

Las campañas están orientadas a 6 meses de operación por ende las estrategias de introducción al mercado son primordiales para generar posicionamiento y poder diferenciador con la competencia.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, cada campaña o estrategia implementada deberá ser evaluada por indicadores cuantitativos que permitan un correcto feed back de las actividades.

RECOMMENDATIONS: It is recommended to develop a digital marketing strategic plan incorporating timelines, interactive content such as dialogues, reels, copywriting, posts, and paid advertisements (ADS). This approach will help capture and measure the target audience's attention and interaction with the brand, generating specific data to analyze customer preferences for multimedia content.



Creating a monthly calendar with specific posts is crucial, considering special dates related to art, women, and other occasions that make potential consumers feel valued. Additionally, defining a consistent posting frequency, such as 3 to 4 times per week, and scheduling posts during peak activity hours can maintain good engagement without overwhelming the target audience.

For paid advertising (ADS), it is essential to define a specific audience based on segmentation data, targeting those interested in art while highlighting Arte Expreso's unique value proposition.

The online content should be created with the assistance of a graphic designer to ensure visually appealing promotional materials that align with the brand identity and corporate image.

The campaigns will focus on the first six months of operation, emphasizing market introduction strategies to establish a competitive edge and strong positioning.

Finally, each campaign or strategy implemented must be evaluated using quantitative indicators to ensure proper feedback and improve activities effectively.

 	Investigación e Innovación.	Código	II-F-021
	FORMATO PARA RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN	Versión	01
		Vigencia	30/03/2023
		Página	1 de 6

Control de Cambios		
Versión	Vigencia	Descripción
01	30/03/2023	Se crea la adaptación del Formato Institucional