

CANALES

Los canales son una parte importante de la empresa, ya que a través de ellos, damos a conocer al cliente sobre nuestros servicios y productos, así como de sus características.

- Como **canales de comunicación** con el cliente, utilizamos nuestra propia empresa y sus trabajadores y nuestra página web de información para el cliente, así como la promoción de quien/es realicen un espectáculo en el local o las recomendaciones realizadas por los propios clientes.
- El **canal de venta** de nuestros productos es el propio Restaurante –Cafetería-Biblioteca y desde la página web, puede accederse también a los productos y servicios mediante una reserva previa.
- Por último, el **canal de distribución** es totalmente exclusivo del Restaurante-Cafetería biblioteca. Todos los productos o servicios a ofrecer serán realizados desde el propio local.

De manera que utilizamos tanto canales directos y propios, como son la propia empresa o la página web y canales indirectos, mediante la promoción de aquellos que realicen sus actuaciones en el propio local o las recomendaciones de los clientes.

En cuanto a la percepción que tendrán nuestros clientes, queda cubierta de diferentes formas y medios para que cualquier persona tenga facilidad de informarse sobre nuestra empresa.

Así mismo, en el ámbito de la evaluación que realice el cliente:

- ***La facilidad de acceso a otras culturas.***
Puede comprobarse en la variedad de menús internacionales, la diversidad literaria, así como en los diferentes espectáculos que se ofrecerán.
- ***Una gran vía para el aprendizaje de diversidad lingüística.***
A través de nuestra biblioteca, que dispondrá de diferentes temáticas, así como de idiomas, lo que lo harán disponible para personas de cualquier parte.
- ***La variedad gastronómica, a través de economía colaborativa y social. También la abundancia de productos que ofrecerá nuestra cafetería-biblioteca.***

Variedad gastronómica y abundancia de productos al ofrecer comidas tanto nacionales como internacionales para disfrutar de diferentes sabores provenientes de diversas partes del mundo. A su vez, serán realizadas por personas con conocimiento sobre el plato, o el lugar del que proviene para que sea lo más fiel posible a la receta original; en cuanto a la parte literaria, ofrecemos diferentes temáticas, géneros, así como idiomas; al tratarse de libros donados, esto también prueba que se trata de una economía colaborativa y social.

- ***El aporte tanto económico como social a nuestro entorno.***

Conseguido a través de la mezcla entre culturas en un mismo espacio donde se favorece el aprendizaje, el respeto y la tolerancia entre personas.

- ***Ecológico y respetuoso con el medio ambiente.***

Ya que se trata de un objetivo principal de nuestra empresa, el ofrecer productos ecológicos y que tengan el menor impacto posible sobre el medio ambiente, para favorecer el desarrollo sostenible.

- ***Acceso a la literatura universal de manera gratuita, a través de préstamos.***

A través de nuestra biblioteca y las donaciones que hagan nuestros usuarios, lo cual es un motivo más para justificar que se trata de una economía social, colaborativa y accesible a cualquier nivel adquisitivo.

Dentro de la fase de **venta**, ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de adquirir nuestros productos y servicios en el momento, es decir, en el mismo local con un pago mediante tarjeta, o bien, en metálico. También a través de una previa reserva del producto o servicio, que puede realizarse en nuestra página web o llamando al propio local; así accederá al producto o servicio solicitado en el momento que se haya fijado.

En la fase de **entrega**:

- En caso de que el cliente venga al local, el producto o servicio que haya pedido será entregado en el propio local y en el mismo momento que se efectúe el pago.
- Si el cliente hace una previa reserva, se le ofrece la opción de que vaya al local a recoger el producto o a utilizar el servicio adquirido cuando deseé. El pago de los mismos, puede efectuarse tanto al hacer la reserva, como en el momento mismo de adquisición de los productos o servicios.

Y por último, en la fase de **post-venta**:

- Si el cliente no queda satisfecho con el producto que ha adquirido o el servicio que ha usado, disponemos de una hoja de reclamación disponible en todo momento.
- En caso de que el producto sea defectuoso o esté en mal estado, se le ofrece una devolución del dinero o el cambio por otro producto.

- En caso de que sea propietario de un libro que ha prestado a nuestra biblioteca, que quiere recuperar y el cual ha quedado defectuoso, se le ofrece el valor que tenga el libro en el mercado en ese momento, que será pagado por el propio local o, si es posible, la persona que haya estropeado el libro.

- En caso de la pérdida del carnet que permite el acceso a la biblioteca, el cliente tendrá que hacerse uno nuevo pagando su precio y el carnet perdido será dado de baja para evitar su uso por terceras personas.

En cuanto al *posicionamiento de mercado*:

Por una parte, queremos que el cliente tenga una imagen ecológica de nuestros productos alimenticios (presentes en la cafetería y el restaurante), así como respetuosa con el medio ambiente, natural y de calidad; pretendemos, además, que lo identifique con la variedad tanto a nivel nacional como internacional. Por otra parte, en cuanto a los productos de la biblioteca, queremos que sean visualizados como diversos tanto en materia como en géneros.

Finalmente, los servicios que ofrecemos, queremos que den una imagen a nuestra empresa de solidaridad, respeto y tolerancia por todas las culturas, y de colaboración con la sociedad y el entorno, especialmente por aquella parte de la sociedad que está más desfavorecida así como respeto también por el medio ambiente, utilizando los recursos de forma racional y causando el menor efecto posible sobre ello.

