



CANALES FÍSICOS	2
distribuidores por carretera, cafeterías y supermercados	2
Gestión de personal	2
Sostenibilidad y reducción de desperdicios	2
PUNTOS ACCESIBLES	3
PLATAFORMAS DIGITALES	3
NUESTRAS HERRAMIENTAS	3
ESTRATEGIA PRINCIPAL DE DISTRIBUCIÓN	3
¿Cómo se adapta esta estrategia a las necesidades de nuestros segmentos de clientes?	4
ADAPTACIÓN DE ESTRATEGIA A LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES	4
SISTEMAS LOGÍSTICOS	4
ACUERDOS CON TERCEROS	4
1. Cafeterías:	4
2. Distribución:	5
3. Azúcar y otros insumos:	5
EFICIENCIA DE NUESTRO MODELO LOGÍSTICOS	5
¿En qué puntos interactuamos con los clientes a lo largo del proceso de distribución?	6
¿Nuestros puntos de contacto son consistentes con la experiencia que queremos brindar?	6
• ¿Estamos aprovechando estos puntos de contacto para obtener retroalimentación del cliente?	7
• ¿Estamos preparados para cambiar o ajustar nuestros canales de distribución si cambian las necesidades del mercado?	7
• ¿Qué tan bien se adaptan nuestros canales a cambios en la demanda o a circunstancias imprevistas?	7
¿Dónde estamos distribuyendo actualmente nuestros productos o servicios?	8
¿Estamos considerando la expansión a nuevos mercados? ¿Qué ajustes necesitaríamos en nuestros canales?	8
¿Quiénes son nuestros socios clave en la distribución?	9
¿Tenemos contratos o acuerdos claros que respalden estas relaciones	9
¿Cómo medimos el desempeño de estos socios en la distribución?	9



CANALES FÍSICOS

Distribuidores por carretera, cafeterías y supermercados

Optimización del transporte

- Rutas eficientes: Usar software de optimización de rutas para reducir kilómetros recorridos, consumo de combustible y tiempo.
- Consolidación de cargas: Combinar envíos para aprovechar la capacidad de nuestros envíos.
- Mantenimiento preventivo: Garantizar que los vehículos y equipos se encuentren en plenas capacidades.

Gestión de personal

- crecimiento continuo: formar a los empleados en técnicas para operar eficientemente.
- Sistemas de incentivos: Motivar al personal a través de recompensas clave para motivar su rendimiento.
- Optimización de turnos: Programar horarios que respondan mejor a las necesidades y así evitar tiempos muertos o innecesarios.

Sostenibilidad y reducción de desperdicios

- Energía eficiente: Implementar medidas para reducir el consumo energético en nuestros transportes e instalaciones .
- Materiales reutilizables: optar por sistemas de embalaje reciclable.
- Producción Lean: Eliminar actividades que no generen valor, enfocándose en la reducción de desperdicios.



PUNTOS ACCESIBLES

Nuestros puntos no son solo increíblemente accesibles sino que también son fáciles de usar y de encontrar, nuestros productos pueden ser encontrados en varias cafeterías y también pueden ser comprados al por mayor y por unidades desde nuestra página web

PLATAFORMAS DIGITALES

Nos pueden encontrar fácilmente en nuestras redes sociales, incluyendo Instagram, Facebook y X (anteriormente Twitter), donde compartimos contenido relevante, noticias, promociones y actualizaciones de manera regular. Además, contamos con una página web diseñada para ofrecer toda la información sobre nuestros productos y servicios, junto con herramientas interactivas para que puedan contactarnos, hacer consultas o realizar compras de forma sencilla y rápida. Cada uno de estos canales está pensado para que puedan elegir el que mejor se adapte a sus preferencias y necesidades.

NUESTRAS HERRAMIENTAS

Nuestras redes sociales y página web han sido diseñadas cuidadosamente para ofrecer una experiencia lo más amigable e intuitiva posible para los usuarios. Hemos trabajado en cada detalle, desde la navegación hasta el diseño visual, para asegurarnos de que todo sea fácilmente accesible y funcional. Además, hemos adaptado los contenidos y la estructura para satisfacer las necesidades e intereses específicos de nuestro público objetivo, garantizando que la comunicación sea efectiva y relevante para ellos.

ESTRATEGIA PRINCIPAL DE DISTRIBUCIÓN

Ofrecemos dos principales opciones de distribución: pueden realizar sus pedidos de manera fácil y segura a través de nuestra página web o visitarnos directamente en cafeterías, donde podrán disfrutar de acceso inmediato a nuestros productos.



¿Cómo se adapta esta estrategia a las necesidades de nuestros segmentos de clientes?

ADAPTACIÓN DE ESTRATEGIA A LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES

Esta estrategia se alinea perfectamente con las necesidades y preferencias de nuestros clientes, ya que les brinda opciones accesibles para interactuar con nuestra marca. Al mismo tiempo, encaja de manera ideal con nuestro modelo de negocio, ya que nos permite combinar la eficiencia de las plataformas digitales con la experiencia personalizada que ofrecemos en cafeterías. De esta forma, logramos satisfacer las expectativas de nuestro público objetivo mientras maximizamos el alcance y la sostenibilidad de nuestras operaciones.

SISTEMAS LOGÍSTICOS

por medio de sistemas parecidos a los de amazon que aseguran un seguimiento detallado en tiempo real de cada entrega, lo que nos permite garantizar que los pedidos lleguen de manera puntual y en perfectas condiciones. Estas herramientas también nos ayudan a minimizar el riesgo de pérdida y a gestionar cualquier incidencia de manera inmediata. Además, estos sistemas facilitan un flujo constante de feedback entre nuestros repartidores y el equipo operativo, lo que nos permite identificar áreas de mejora, optimizar rutas y asegurar una experiencia de servicio más eficiente y satisfactoria para nuestros clientes.

ACUERDOS CON TERCEROS



1. Cafeterías:

- Suministro de productos: Acuerdos con cafeterías independientes o cadenas para proveerles café, té, azúcar y otros insumos esenciales.
- Programas de fidelización: Colaboraciones donde las cafeterías reciben beneficios como descuentos por volumen o incentivos por exclusividad.
- Servicios complementarios: Apoyo en el diseño de menús, capacitación de baristas y soporte técnico para equipos relacionados con café y bebidas calientes.

2. Distribución:

- Alianzas con distribuidores locales: Contratos con empresas que actúen como intermediarios para llevar productos a cafeterías, restaurantes y tiendas minoristas.
- Redes de distribución integradas: Uso de la infraestructura de terceros para asegurar la cobertura eficiente en zonas urbanas y rurales.
- Acuerdos logísticos especializados: Colaboración con empresas de transporte que garanticen entregas rápidas y en condiciones óptimas.

3. Azúcar y otros insumos:

- Proveedores especializados: Contratos con empresas productoras de azúcar y otros endulzantes para garantizar la calidad y el suministro constante.
- Productos personalizados: Desarrollo de mezclas específicas de azúcar o endulzantes adaptados a las necesidades de los clientes (cafeterías, distribuidores, etc.).
- Compromisos de sostenibilidad: Alianzas con proveedores que cumplan estándares éticos y medioambientales, fomentando prácticas sostenibles.



EFICIENCIA DE NUESTRO MODELO LOGÍSTICOS

A nivel de tiempo y costo sera mas complicado ya que la entrega será cotizada por la empresa pero ganaremos confianza y relación con el cliente

5

¿En qué puntos interactuamos con los clientes a lo largo del proceso de distribución?

A través de nuestras redes sociales y página web, mantenemos un contacto constante con nuestros clientes, escuchando sus opiniones y atendiendo sus necesidades. Estas plataformas nos permiten recoger sugerencias, responder inquietudes y fortalecer nuestra relación con ellos.

En redes sociales, fomentamos el diálogo directo, compartimos novedades, promociones y contenido relevante, mientras recibimos comentarios que nos ayudan a mejorar. Por su parte, nuestra página web facilita el acceso a información clave sobre productos, servicios y canales de contacto, además de contar con herramientas como formularios para sugerencias y encuestas.

Con estas herramientas digitales, no solo atendemos mejor a nuestros clientes, sino que también mejoramos continuamente nuestra oferta para satisfacer sus expectativas.



¿Nuestros puntos de contacto son consistentes con la experiencia que queremos brindar?

Si, como ya hemos dicho tenemos muy en cuenta el feedback de nuestros clientes y su experiencia al visitar tanto nuestras redes como nuestra web al mismo tiempo pedimos a las empresas varios reportes para conocer cómo se toman nuestros productos

- ¿Estamos aprovechando estos puntos de contacto para obtener retroalimentación del cliente?

Totalmente, nuestra principal prioridad es entender a fondo qué necesitan nuestros clientes. Esto nos permite no solo satisfacer sus expectativas, sino también anticiparnos a ellas y ofrecer soluciones personalizadas que maximicen su satisfacción y sus beneficios. Nos esforzamos por establecer una comunicación constante y cercana, escuchando activamente para adaptar nuestros servicios a sus objetivos y superar sus necesidades de manera eficaz."

6

- ¿Estamos preparados para cambiar o ajustar nuestros canales de distribución si cambian las necesidades del mercado?

Como empresa moderna, dinámica y en constante evolución, nos esforzamos por mantenernos a la vanguardia del mercado y las tendencias globales. Nuestra dedicación a la formación continua y al crecimiento profesional nos permite no solo adaptarnos



rápidamente a los cambios del entorno, sino también anticiparnos a ellos, asegurando así soluciones innovadoras y efectivas para nuestros clientes. Este enfoque nos posiciona como una organización flexible y preparada para afrontar los desafíos del mundo actual.

- ¿Qué tan bien se adaptan nuestros canales a cambios en la demanda o a circunstancias imprevistas?

Creemos que estamos preparados para cualquier imprevisto gracias a la flexibilidad de nuestras políticas y a la ya mencionada formación continua, gracias esto somos capaces de adaptarnos y avanzar antes cualquier cambio súbito

7

¿Dónde estamos distribuyendo actualmente nuestros productos o servicios?

En la actualidad nuestros proyectos se distribuyen de manera local a lo largo de España, planeamos que a lo largo del tiempo aumentamos la cantidad de ciudades e incluso países en nuestro rango de distribución

¿Estamos considerando la expansión a nuevos mercados? ¿Qué ajustes necesitaríamos en nuestros canales?

La expansión a nuevos mercados representa una oportunidad significativa de crecimiento, pero requiere una estrategia sólida y ajustes en diversos frentes. Es esencial realizar una investigación detallada para comprender las características del público objetivo, sus necesidades y preferencias, evaluando cuáles de nuestros canales actuales serían relevantes y qué nuevos canales podrían ser más efectivos, como plataformas digitales locales o redes sociales populares en la región. Además, es imprescindible adaptar el mensaje de la marca, incluyendo el idioma y los valores culturales, para garantizar que resuene con los nuevos



consumidores, asegurando también que los canales digitales estén localizados con contenido específico para cada mercado.

Paralelamente, debemos fortalecer nuestra infraestructura logística y de distribución, considerando alianzas con socios locales que faciliten la entrada y el suministro de productos o servicios. En cuanto a la estrategia de marketing y ventas, será necesario ajustar nuestras campañas de comunicación y publicidad para alinearlas con los medios más consumidos en los nuevos mercados, además de capacitar a los equipos comerciales para que comprendan las particularidades culturales y comerciales del entorno.

8

¿Quiénes son nuestros socios clave en la distribución?

Nuestros socios clave son principalmente nuestras empresas de distribución como DHL para las materias primas y Diserk para el reparto y distribución de nuestros productos

¿Tenemos contratos o acuerdos claros que respalden estas relaciones

¿Cómo medimos el desempeño de estos socios en la distribución?

Las medimos según sus horas trabajadas ya que todo lo demás como su actitud al momento de la entrega es algo con lo que contamos que vienen en nuestros trabajadores y su formación

