

2. Alianzas clave

Para garantizar la calidad y competitividad del producto, la empresa establecerá alianzas con diversos actores estratégicos:

- **Proveedores de ingredientes naturales** (como cafeína natural, guaraná, ginseng o vitaminas), que aseguran la **calidad y diferenciación** frente a los competidores tradicionales.
- **Empresas de envasado y distribución**, responsables de **optimizar la producción y facilitar la llegada del producto** a los distintos puntos de venta.
- **Gimnasios, clubes deportivos y universidades**, lugares ideales para **promover y vender el producto directamente** al público objetivo.
- **Influencers y marcas de estilo de vida saludable o deportivo**, que colaborarán en la **creación de una comunidad** y en el **posicionamiento del producto** como una bebida de “energía saludable”.
- **Tiendas de conveniencia, supermercados y plataformas de e-commerce**, que representan **canales de venta esenciales** para garantizar una **presencia sólida en el mercado**.