



CAFÉ  
natural

# Plan de Marketing

Versión ejecutiva para inversores

*Café*



# OBJETIVO GENERAL

*Posicionar nuestra marca  
como referente de café  
de especialidad en  
España, impulsando el  
tráfico a tienda física y  
ventas online  
desde el primer año.*



# 1. POSICIONAMIENTO Y PROPUESTA DE VALOR



**Marca premium.  
cercana y educativa.**



**Café de origen,  
tostado in situ,  
acompañado de comida  
rápida de alta calidad.**



**Experiencia sensorial  
y educativa: el cliente  
aprende, huele, prueba  
y se lleva el café.**



# DIFERENCIACIÓN ESTRATÉGICA

- **Marca con rostro humano: el tostador visible y cercano.**
- **Cultura del café como experiencia,**
  
- **Sostenibilidad real: compra en origen, educación al cliente.**



# El café de especialidad en auge

- El mercado del café de especialidad en España está en fase de expansión.
- El consumidor busca calidad, trazabilidad, y experiencia sensorial.
- Se consolida un cambio cultural: el café deja de ser rutina y se convierte en ritual.



# Nuevos hábitos de consumo

- Se valora el origen, el tostado artesanal y la transparencia del proceso.
- El cliente quiere aprender, experimentar, y sentirse parte de la historia del café.
- Aumenta el consumo consciente y el interés por productos responsables.



# Factores de crecimiento del sector

- **Auge de productos gourmet y experiencias artesanales.**
- **Cultura slow y digital: se comparte, se educa, se saborea.**
- **Sensibilidad creciente por sostenibilidad y comercio justo**



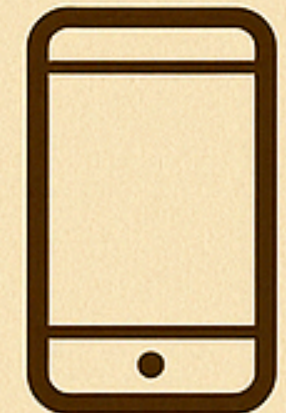
# Hola Café como respuesta al cambio

- **Respondemos a una necesidad real: mejor café, mejor experiencia.**
- **Reunimos origen, tostado propio, comida de calidad y formación.**
- **Somos más que café: somos una marca con propósito.**

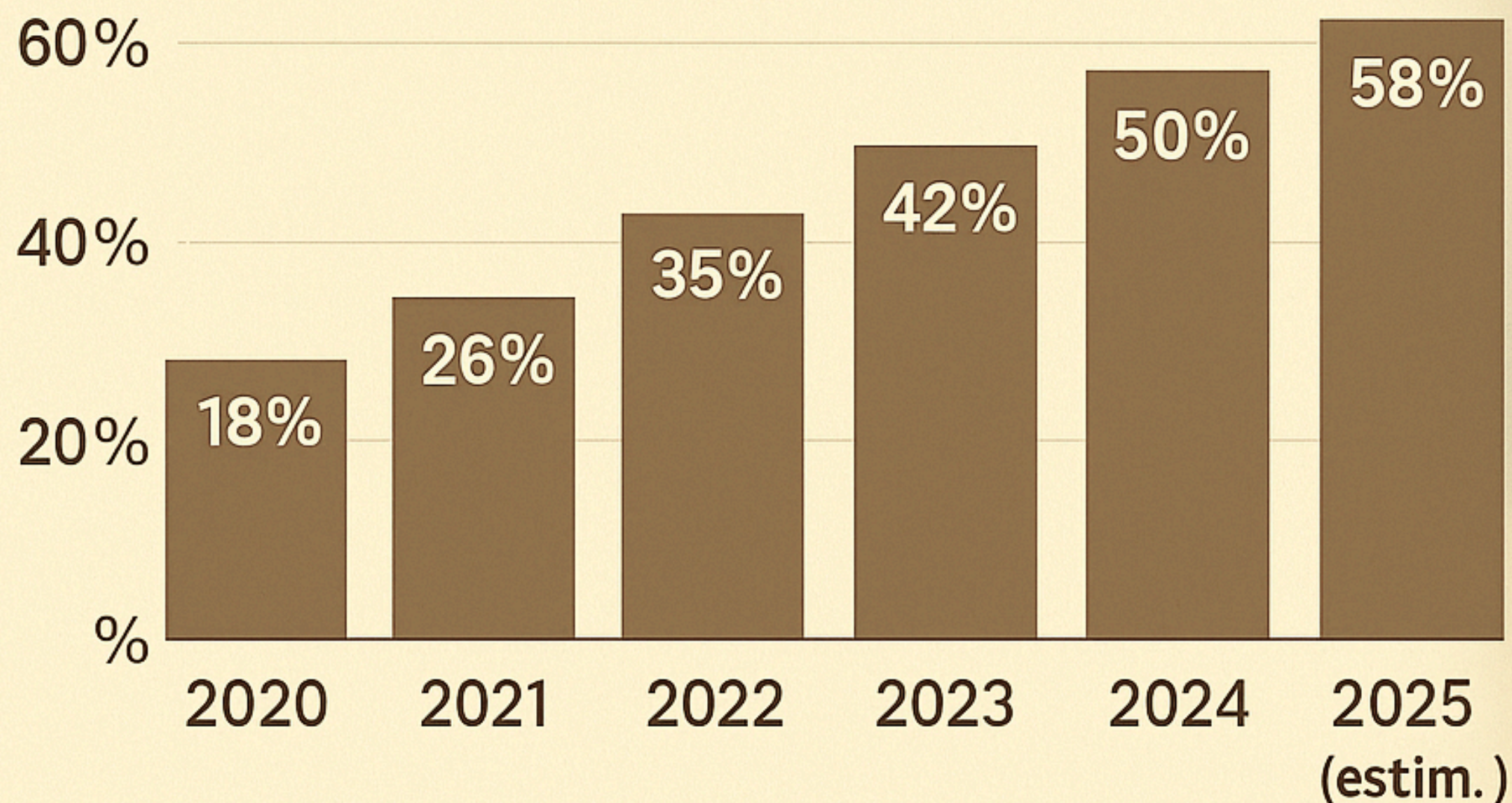


# ¿A quién nos dirigimos?

- **Jóvenes profesionales (25-40 años), urbanos, con poder adquisitivo medio-alto.**
- **Interesados en gastronomía, sostenibilidad y cultura del café.**
- **Valoran el diseño, la autenticidad y experiencia del local**
- **Usan redes sociales, compran online y buscan marcas con propósito**



# Tendencias que confirman el auge del café de especialidad



**Crecimiento del consumo de café de especialidad en España**

Sourcés: Statista, ICO, Euromonitor

La preferencia por cafés de alta calidad, éticos y con historia está desplazando al consumo tradicional. Hola Café está estratégicamente alineado con esta evolución.



# CÓMO, CUÁNDO Y POR QUÉ NOS ELIGEN

- **Visitan cafeterías como espacios de trabajo o reunión.**
- **Compran café en grano o molido para preparar en casa.**
- **Se informan online antes de probar nuevos productos.**
- **Son fieles si sienten conexión emocional con la marca.**



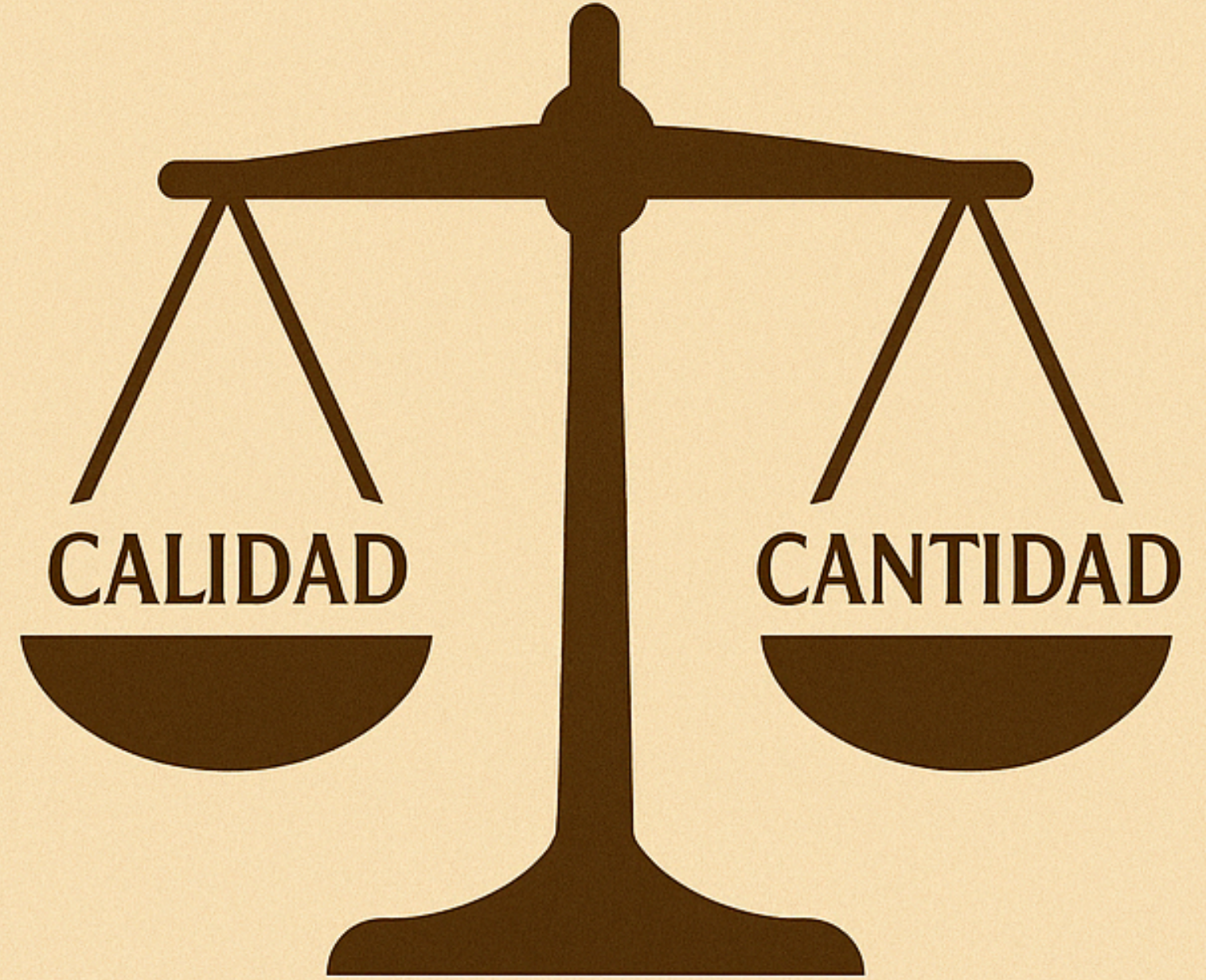
# Producto: más que café

- **Café de especialidad, recién tostado an el local.**
- **Variedad de métodos de preparación: espresso, V60, Chemex, etc.**
- **Complementado con comida rápida de calidad: brunch, repostería, snacks frescos.**
- **Venta de café en grano, molido y accesorios para**



# PRECIO: VALOR QUE SE PERCIBE

- Estrategia de precios alineada con el posicionamiento premium.
- Margen medio-alto que permite sostener calidad y rentabilidad.
- Política de precios clara y transparente: café no como commodity, sino como experiencia.



# Distribución: omnicanal inteligente

- **Tienda física en zona céntrica de alto tránsito.**
- **Venta online de café y accesorios, con envíos a toda España.**
- **Presencia en marketplaces selectivos y alianzas con comercios gourmet.**

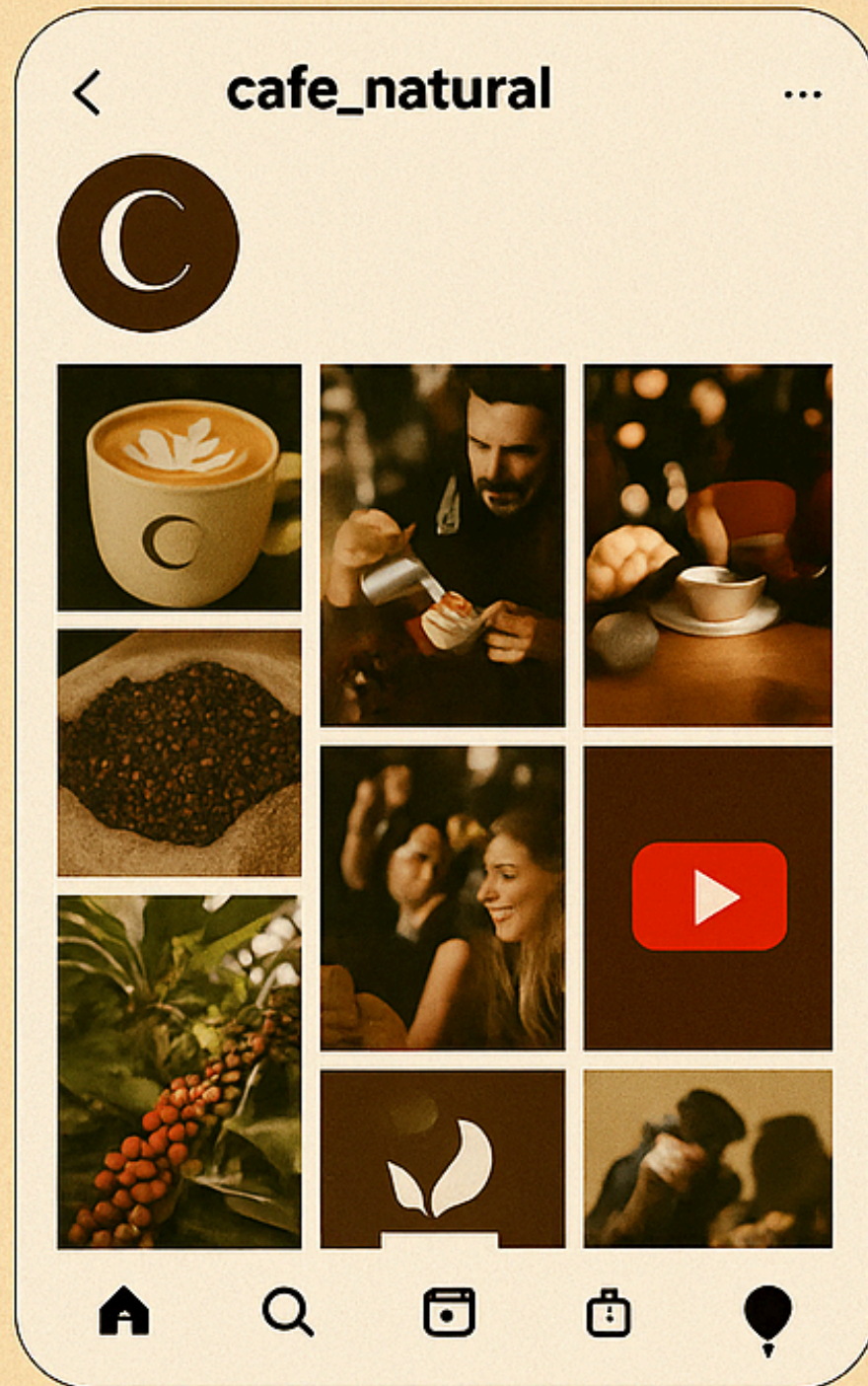


# NUESTRA VISIÓN: MARCAR UN ANTES Y UN DESPUÉS EN EL CAFÉ EN ESPAÑA

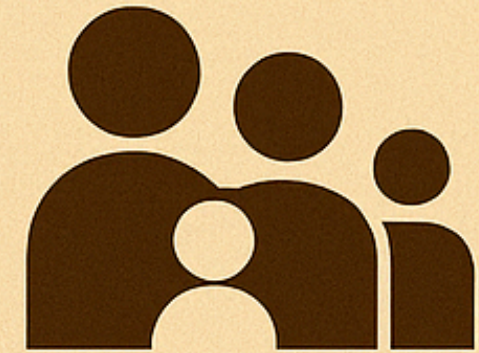
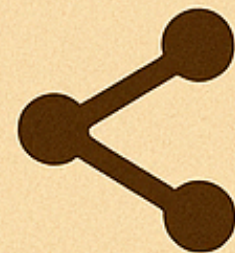
- ☕ Ser referentes en cultura del café de especialidad.
- 🌿 Crear comunidad, inspirar y educar al consumidor.
- 🍃 Escalar de forma sostenible sin perder esencia artesanal.
- 👍 Invertir en Hola Café es invertir en un cambio de hábito de calidad







# Comunicación: educar, conectar, *inspirar*



- Estrategia de contenidos para redes y blog (origen, recetas, cultura)
- Campañas digitales (SEO, Google Ads, redes sociales)
- Catas, talleres y eventos presenciales como herramientas de marca



# Por qué invertir en Hola Café

-  Responde a una demanda real y creciente por productos auténticos, sostenibles y de calidad.
-  Propuesta diferencial clara: café de especialidad + tostado in situ + experiencia educativa.
-  Modelo escalable y adaptable: desde tienda física hasta ecommerce.
-  Equipo comprometido y enfoque centrado en el cliente.

