

Mapa de Empatía

¿Qué piensa y siente?

Los dueños y administradores de bares y restaurantes priorizan la calidad de los ingredientes por su impacto en la experiencia del cliente. Buscan innovar en preparaciones para destacar en un mercado competitivo, optimizando costos sin sacrificar calidad para garantizar la rentabilidad.

¿Qué oye?

Reciben constante comentarios sobre la calidad de los insumos, alineándose con tendencias hacia lo saludable, el consumo responsable y la reducción de ultraprocesados. También consideran recomendaciones de colegas y clientes que valoran opciones naturales, locales y auténticas, además de explorar sugerencias de proveedores para diversificar su oferta con productos frescos y menos artificiales.

¿Qué ve?

Notan que los concentrados artificiales limitan la innovación por su sabor químico, obligando a crear bases desde cero, lo que aumenta tiempos y dificulta la consistencia por falta de recetas estandarizadas. Al mismo tiempo, observan crecimiento en la demanda de bebidas frescas, naturales y no azucaradas, como las sodas michelada.



¿Qué dice y hace?

Buscan productos innovadores, versátiles y fáciles de usar que agilicen el servicio y ofrezcan sabores frescos y naturales, equilibrando costos y calidad. Valoran insumos locales, saludables y están dispuestos a pagar más por productos de Santander, investigando marcas y procesos para comparar calidad, precio y autenticidad.

¿Qué le duele?

Les preocupa la inconsistencia en precios, fluctuaciones en calidad y falta de transparencia en la producción. Esto, sumado a los altos costos y la escasez de opciones naturales, dificulta sus decisiones de compra. Buscan concentrados menos artificiales que ofrezcan sabor y calidad constantes.

¿A qué aspira?

Optar por productos locales y menos procesados mejora la experiencia del cliente, eleva la propuesta de valor y refuerza el compromiso con la calidad y el bienestar. Garantizar consistencia, naturalidad y frescura en cada preparación permite diferenciarse, atraer más clientes y aumentar las ventas.