

## Manual de comunicación

### La borra del café



Brenda Viridiana Sepúlveda Ruiz

Daniel Martínez Guerrero

## Índice

1. Introducción .....	3
1.1 Situación de las empresas del mismo giro	
1.2 Cambios del mercado	
1.3 La competitividad	
2. La comunicación en las empresas .....	6
2.1 Necesidad de la comunicación en las empresas	
2.2 Alcance de la comunicación	
2.3 Importancia de la comunicación	
3. La comunicación en La Borra del Café .....	8
3.1 Significado de comunicación para la empresa	
3.2 Qué valor le da a la comunicación la empresa	
3.3 Conductas comunicativas	
3.4 Comunicación no verbal	
3.5 Comunicación Interpersonal	

## Introducción

En este manual vamos a hablar de la empresa “La Borra del Café”, mencionando cuáles son sus competencias directas, mencionando como ha ido creciendo y que la ha distinguido de las demás para lograr posicionarse, al igual que el servicio que ofrece, productos, estrategias, forma de trabajo que ha manejando, al igual que la comunicación organizacional que ha hecho para las necesidades, objetivos que tienen con sus clientes y sus empleados para tener un mejor rendimiento y eficacia a las demás empresas cafeteras para tener el éxito que ha estado logrando alcanzar.

### 1.1 Situación de las empresas del mismo giro

Existen varias empresas del mismo giro que La Borra del Café, pero que actualmente están mejor posicionadas por su larga trayectoria.



Starbucks estas cafeterías se han convertido en puntos de referencia para los amantes del café en todo el mundo. Esta empresa se encarga de abastecer café, así como todo lo relacionado con el deleite de una experiencia gratificante en una de sus tiendas. También ofrecen una selección de té de calidad superior, alta repostería y otras alternativas deliciosas para agradar al paladar. Sin olvidar que la música que se escucha en sus tiendas está elegida por su calidad artística y su atractivo. (Corporation, 2014)



Por otra parte se encuentra Black Coffee Gallery es una empresa cien por ciento mexicana dedicada a la preparación y venta de bebidas a base de café con una amplia gama de presentaciones abarcando a los distintos gustos y complaciendo a los más exigentes paladares por su calidad de altura en el café que se utiliza. Adquiriendo directamente de los productores del mejor café orgánico de los estados de Oaxaca y Veracruz, variedades que han sido refinadamente fusionados por un catador experto, hasta obtener las mezclas perfectas. (Gallery, 2011).



Por último está La Flor de Córdoba, es una historia de pasión por el café, que comenzó en el año 1938 en nuestra Ciudad. En donde esta empresa expresa que siempre su postura ha sido ser el referente del café mexicano, transmitiendo su pasión por el café al brindar un servicio a la sociedad. (Córdoba, 1938)

## 1.2 Cambios en el mercado

El primer local con el nombre Starbucks fue iniciado por tres personas que estaban inspirados por el empresario cafetero Alfred Peet en Seattle, Washington en 1971 iniciaron su apertura en esta empresa. Hoy en día es la compañía más grande ya que cuenta con 17,000 locales en 50 países. Una empresa dedicada a las necesidades de los clientes que la característica de sus productos es el café personalizado, la variedad de bebidas y diversas presentaciones. Una calidad de servicio premium ya que la atención al cliente es eficaz, la innovación de sus productos que crean nuevas bebidas para los diferentes gustos del público y el manejo de dos tipos de café, el robusto y el arábica que se considera el mejor, por ser cultivado en zonas de mayor altura, tiene un sabor más intenso y refinado para paladares más exigentes. Y una excelente comunicación interna ya que a sus empleados les tienen una capacitación continua para la atención de clientes, y la atención personalizada a cada uno de ellos. Esta marca es una de las más conocidas, gracias a sus productos y servicios. Tuvo un cambio cuando se comenzaron a adentrar más empresas del estilo, solo que por ser una marca ya reconocida no le afecto tanto.

Black Coffee Gallery inicia su empresa debido a que no existía una empresa mexicana de alta calidad con el manejo de café de Oaxaca y Veracruz, además de que conseguir un café con mejor sabor y más económico, mejorando el servicio en clientes, ya que la eficiencia no lo es todo, sino también el buen manejo de personal ya que la atención y servicio al cliente es lo que hace que regresen a consumir. Además de que demuestran que acompañar un café y al mismo tiempo apreciar el arte mexicano, para hacer sentir más cómodo al cliente, complaciendo los sentidos como el gusto, olfato, degustación, no solo quieren verse como una empresa cafetera sino llevar al cliente a un entorno contemporáneo. Es una empresa paciente ya que se está empezando a posicionar asegurando que no tienen comparación en su café y alimentos, porque ellos siempre cuentan con gran sabor y frescura. La diferencia de instalaciones pero sin dejar atrás el buen ambiente para leer y degustar un café y el diferente servicio al cliente. A esta empresa lo que le ayudo a posicionarse en el mercado fue su origen 100% mexicano, llevándolo a nuestra cultura y tradiciones.

La flor de Córdoba es una empresa que inició en 1938 en Guadalajara que proporciona a su público un producto único que la caracteriza. La flor de Córdoba ha estado por más de 75 años posicionándose en las mejores empresas de café rápido. Con un excelente atención al cliente para dar a degustar el mejor café hecho en México y así promover el campo para atraer inversionistas y que valoren el trabajo que se ha logrado de generación en generación.

Además de su variedad de café, para los diferentes gustos de los clientes contando con 12 sucursales en la zona metropolitana para hacer más fácil la facilidad de llegar a comprar un café en su sucursal favorita y más cercana.

Por otra parte tenemos a nuestra empresa La Borra del Café es una cafetería que ofrece una nueva experiencia a sus clientes donde, además de la comodidad, pueden encontrar una diversidad de estímulos representados por el arte que los ayude a sentirse inspirados. Esta empresa tiene un toque diferente innovador, creativo, ya que sus instalaciones, nos invitan no solo a ir a tomar café si no a adentrarse en la lectura. Nuestra empresa tiene poco tiempo en el mercado, pero ha habido una buena respuesta por parte de los clientes, se diferencia de la competencia a través de su personal, concepto y productos; ofreciendo un nuevo espacio que fomente la inspiración y alimente los sueños o ideales de sus clientes a través del arte y los mejores momentos expresados en todo el entorno.

### **1.3 La competitividad**

Todas las empresas de este giro están dentro de una competencia, aunque cada una tiene un distinto nivel socioeconómico, una idea. Lo más importante es que aunque no lo parezca cada una tiene un estilo, una forma de comunicación tanto interna como externa, en donde inconscientemente te transmiten el ambiente dentro de sus instalaciones. Además de la capacidad que cada una tiene para atraer consumidores, ofreciendo cada una de ellas un servicio de alta calidad y precios adecuados para cada uno de sus públicos. Quizá Starbucks por tener un mayor posicionamiento se puede decir que es la mejor pero si no se tiene la comunicación adecuada jamás podrán llegar a sus metas, ya que con el paso del tiempo están comenzando a tener competencias y pueden acabar con esta empresa, pero esto ya lo veremos más a fondo en la siguiente parte.

## 2. La comunicación en las empresas

Este tema es muy importante para cualquier empresa u organización ya que es la base del éxito, tanto interna como externa. Si no existe una buena comunicación es muy probable que se llegue a tener conflictos o situaciones por la falta de la misma. "Sin comunicación no hay trabajo en equipo, ni es posible ejercer el liderazgo, tampoco hay atención de clientes o público, ni relaciones humanas en la empresa, sin comunicación no hay autoestima, familia, autocontrol, ni desarrollo personal".

### 2.1 Necesidad de la comunicación en las empresas

Todo el manejo que se hace en una Organización es comunicación, es por eso que algunas empresas tienen problemas en sus departamentos esto quiere decir, en la forma de trabajo interno. Para tener una mejor función en el ambiente de trabajo se necesita que la comunicación se logre. En el nivel de organización total, la comunicación puede estudiarse en términos de cuatro funciones generales: La producción, el mantenimiento, la adaptación y dirección. En un nivel más específico, las funciones de la comunicación son para el contexto didáctico: como las instrucciones de trabajo, las razones fundamentales de trabajo, los procedimientos que se tienen en organizaciones y la identificación para la misión, visión y compromiso que tiene la empresa con sus clientes (Fernández Collado, 2011).

La comunicación es la base de toda empresa u organización tanto interna como externa, la interna se refiere al contacto directo que tengas con el personal que forma parte de la organización o empresa. En La Borra del Café se tiene esa comunicación por eso desde el primer momento que entras a sus instalaciones se ve el trato que tienen, la comunicación descendente (jefe-empleado), la ascendente (empleado-jefe), la horizontal (empleado=empleado, jefe=jefe) y la transversal (jefe de área-jefe de otra área). Es por eso que esta empresa ha crecido tan rápidamente por la comunicación interna la cual después se proyecta de manera externa, hacia los clientes, proveedores, sociedad, etc.

La comunicación tiene cuatro funciones principales dentro de un grupo u organización: control, motivación, expresión emocional, información. (Fernández Collado, 2011).

## 2.2 Alcance de la comunicación

¿A que nos referimos con alcance de la comunicación?, esto quiere decir hasta dónde puede llegar a ayudar o afectar la comunicación dentro de las organizaciones o empresas.

Según Katz y Kahn (1978), la comunicación organizacional consiste en el intercambio de información y la transmisión de significados, lo cual producirá la naturaleza, la identidad y el carácter de un sistema social o de una organización.

Hay claros ejemplos de empresas que han sabido realizar una comunicación de manera satisfactoria, que han creado tal vinculo interno que se muestra muy fácilmente lograrlo. También se dice que para tener una buena comunicación interna todas las opiniones de los empleados cuentan, y se deben tomar para de esta forma evitar errores y situaciones, también se les tiene que dar a conocer todo lo que acontece dentro de la empresa, para que ellos sepan lo que sucede. Hacer reuniones, darles a conocer las metas, los objetivos, y los planes que se tienen a futuro.

## 2.3 Importancia de la comunicación

La comunicación organizacional es importante porque es el medio por el cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella. (Gary Kreps 1995)

Como anteriormente se mencionaba la comunicación es primordial para que se logran los objetivos dentro de la empresa, para evitar errores, y problemas entre los empleados. Y para que los mismos sientan ese compromiso con la empresa, que se sientan parte de ella, y de sus logros. También es importante la comunicación externa, como se trata al cliente, como se logra llegar a satisfacer sus necesidades, teniendo la información necesaria, para atenderlos correctamente.

### 3. La comunicación en La Borra del Café

En La Borra del Café se nota a simple vista, como han sabido comunicarse de la mejor manera, porque es una empresa que en poco tiempo se ha posicionado en el mercado de una manera increíble.

“Como misión creemos que todas las personas que trabajan en La Borra del Café estamos comprometidas a ofrecer un espacio que permita a nuestros clientes tener un momento único e inspirador, en donde su estancia se convierta en una experiencia que alimente sus sueños e ideales y pueda, a través de nuestros productos y servicios, deleitar un momento a solas o en compañía como en ningún otro establecimiento”.

(Café)



Detrás de esta nueva empresa cafetera se encuentra la editorial Umbral, que fue la que aportó en iniciar con este proyecto es por eso que podemos ver en todas las cafeterías de la zona, la manera de fomentar la lectura ya que cuentan con libros de literatura contemporánea para las personas que llegan a consumir, y creada esta empresa por el libro de Benedetti, para dar esos espacios a la gente creativa, a la nueva juventud que necesita un lugar para poder expresarse, es lo que tratan de comunicar en esta cafetería, que con un buen libro y un café puedes alimentar tus ideas para poder sacar ese potencial que llevas dentro.





### 3.1 Significado de comunicación para la empresa

Para ellos es muy importante la comunicación ya que ese es su slogan de empresa "Creamos espacios que inspiran" lo que tratan de decir con estas palabras es que tanto como laboral y emocionalmente aquí puedes expresarte y decir todo lo que sientes, es por eso que su servicio de mayor prestigio es debido a que el trato que se le da a los clientes es confortable y adecuado para que ellos se sientan en un espacio acondicionado a sus necesidades y puedan no nada más ir a leer un libro o charlar, si no expresarse y hacer volar la imaginación.

El significado de la borra del café es cuando se hace café mezclando directamente el café molido con agua en la cafetera y se lo sirve sin filtrar -se le llama "a la turca", los residuos que quedan en el fondo de la taza borra es para Benedetti el significado de lo que oculta el destino o el futuro.



Es por eso que usando el título del libro de Benedetti lo que se trata de comunicar es que liberemos esa creatividad para realizar las cosas, que cada persona lleva algo oculto, un capítulo de su vida pero para eso es este lugar para cumplir todo lo que se sueña.

### 3.2 Qué valor le da a la comunicación la empresa

Es importante para la organización toda clase de público, y por eso cada opinión es valiosa para ellos, por eso su comunicación interna es totalmente abierta a toda clase de sugerencias de la gente para mejorar y así lograr un mejor rendimiento y eficacia en esta empresa que está logrando posicionarse poco a poco en el sector juvenil, sin descartar a las demás personas de diferentes edades.



“Más que una taza de café te ofrecemos un lugar dónde crear, donde pensar, te ofrecemos Espacios que inspiran”. Sus frases están logrando que más personas se acerquen a consumir café o alimentos con ellos, ya que están logrando considerar a su público, sin dejar atrás a sus empleados porque a ellos también los motivan con bonos de productividad, etc. Para que la productividad sea más grande y demuestren su entusiasmo al trabajar dentro de esta empresa. El valor principal para la borra del café es tener un ambiente, un espacio adecuado para trabajar en el. Ya sea con sus empleados o clientes que puedan realizar sus proyectos en su estancia.



### 3.3 Conductas comunicativas

El servicio de la borra del café, no solamente se observa con la atención y amabilidad de sus empleados, si no con la forma del lugar que lo caracteriza a los demás utilizando la literatura contemporánea, y el fomentar la lectura pero en especial la que tenga que ver con poesía, frases que son importantes de autores mexicanos.



Llamando la atención de la gente, al igual que la simpatía de los colaboradores del lugar para hacer sentir cómodo al cliente, como el buen saludo u ofrecerte algún producto más de manera amable, es lo que ha logrado atrapar más consumidores, el buen trato que se le da a la gente y su manera de innovar en el mercado de la compra de café. Esta empresa poco a poco está logrando posicionarse.

Es lo que está perdiendo la competencia como Starbucks ya que solo se dedican a preparar las bebidas de manera rápida y a veces con un mal trato al cliente.

### 3.4 Comunicación no verbal

La forma de expresarse sin necesidad de palabras es la empatía, el servicio que están logrando en acercarse después de un cierto tiempo haber si se les ofrece algo más, son los puntos a favor que está obteniendo esta nueva empresa que se incorpora en este mercado, Además de que el espacio que utilizan, tratan de transmitir sensaciones, con los muebles y muros que utilizan en especial la textura que da ese toque clásico a su público, sin caer en la saturación visual, y siendo cómodo y agradable para la gente.

Y reafirmando en cada vaso, servilleta, etc. sus lemas que utilizan de los libros de literatura que tienen para que sus consumidores se deleiten de un buen autor mexicano.



### 3.5 Comunicación Interpersonal

Al tener contacto directo con el cliente se habla de una comunicación interpersonal, ya que es la interacción que tienen los empleados de La Borra con la gente que se encuentra en nuestras instalaciones, el trato que se les da, y la conexión que haya entre los mismos.

Esta empresa ayuda a tener una comunicación interpersonal, ya que dentro del lugar se pueden realizar reuniones de trabajo, familiares, permite ese espacio entre la sociedad, retomando lo cómodo y confortable que es el lugar, con las relaciones que se tengan.

Este empresa es una viva imagen y cultura en donde se promueve la lectura, y en especial la literatura mexicana que sea enriquecedora para las futuras generaciones y no se pierda la importancia de leer un libro.

Poniéndole fin a este manual podemos decir que la visión de la Borra del Café para su público es ser una de las franquicias de cafeteras más importantes dentro de la industria, y que se diferencie a través de sus productos y personas, ofreciendo el espacio para fomentar la creatividad, imaginación, inspiraciones en los lectores o consumidores que tengas ideas nuevas e innovadoras, es por eso que alimentan los sueños acompañados de su café y alimentos.