



## 6. Canales

### 6.1.1. Vías de comunicación.

- Caracoles Chilleja, al enfocarse principalmente en la venta a mayorista, la mayoría de las comunicaciones se harán a través del correo electrónico corporativo. Sin embargo, para darse a conocer a un mayor número de clientes, se contará con una página web y una cuenta de Instagram oficiales.
- La página web irá principalmente enfocada a conseguir un mayor número de nuestros clientes mayoristas. Por otro lado, la página de Facebook, irá enfocada a los clientes minoristas tal y como pueden ser del sector de la hostelería, la restauración, tascas, etc.





## 6.2. Vías de distribución.

- Los canales de comunicación y distribución mencionados anteriormente, constituyen los principales puntos de contacto entre la empresa y sus clientes, siendo un elemento esencial en la experiencia global de consumo. En definitiva, permiten difundir y entregar nuestra propuesta de valor.



- Una vez implementada la empresa y con mayor capital disponible para reinvertir, estos canales de distribución pueden verse ampliados (innovaciones de canal), un ejemplo de estos nuevos canales puede ser: publicidad en nuestro local o en los locales de nuestros propios clientes.
- Una vez implementados los diferentes canales de distribución de nuestra propuesta de valor, con el tiempo se estudiará la rentabilidad que tiene cada uno de ellos, centrándonos y los canales de distribución que más rentables son tras un tiempo utilizándolos.