

CANALES

Los medios por los que Food For Future va a hacer llegar los productos y servicios al cliente final son los siguientes:

- **Canal directo**

La empresa Food For Future se encarga personalmente de hacer llegar al consumidor final el producto o servicio, sin la necesidad de intermediarios (B2C).

- A través de medios digitales. Se utilizará Internet como vehículo para realizar las transacciones online.

Web de Food For Future → Consumidores.

- A través de medios físicos. En la oficina cualquier persona interesada contará con un asesoramiento personalizado para resolver cualquier duda o necesidad que tenga. Además, de adquirir nuestros productos o servicios.

Oficina de Food For Future → Consumidores.

- **Canal indirecto**

Food For Future utilizará intermediarios para darse a conocer y éstos se encargaran de prestar el servicio de venta.

- Distribución corta

A través de medios físicos. Su distribución es directa desde el fabricante al minorista y éste realiza la entrega al cliente final.

Productores de productos (Food For Future) → Detallista (Supermercado) → Consumidores.

Productores de productos (Food For Future) → Empresa comedor escolar → Consumidores (comensales).

- **Distribuidores**

Uno de los objetivos es llegar al mayor número de consumidores para concienciar y normalizar en la sociedad los cultivos hidropónicos lo antes posible.

Fue por eso que se ha decidido que los distribuidores de vegetales para el consumo humano fueran hipermercados y supermercados, ya que cuentan con la capacidad económica necesaria, espacio físico suficiente y mayor alcance de consumidores. Entre las que destacan: Consum, Supercor, Carrefour, Lidl, Mercadona, Supermercado El Corte Inglés.

Además, se considera importante colaborar con diferentes empresas de comedor escolar para que ofrezcan productos alimentarios sostenibles para sus comensales debido a los altos beneficios presentes y futuros que fomenten la concienciación del alumnado. Se apuesta por colaborar con las diferentes empresas de colectividades: Contalabor, Colevisa y Servalia.

- **Estrategias de distribución**

Distribución selectiva consiste en seleccionar puntos de venta y establecimientos concretos, seleccionados estratégicamente. Se ha decidido seguir esta estrategia con el objetivo de seleccionar cuidadosamente a nuestros supermercados distribuidores. Este sistema permite posicionar la marca en mercados más exclusivos.