

5. Canales de distribución

Para llegar a los clientes, se utilizará una combinación de canales directos e indirectos:

- Canales directos:
- Website y tienda online: Para la venta de entradas, membresías y productos.
- Redes sociales: Para promocionar eventos, ofertas y novedades.
- Taquilla en el circuito: Para la venta directa de entradas y productos.
- Canales indirectos:
- Agencias de viajes y turismo: Para la venta de paquetes que incluyan la experiencia en el circuito.
- Empresas de eventos: Para la organización de eventos corporativos y sociales en el circuito.
- Canales asociados:
- Colaboraciones con hoteles y restaurantes locales: Para ofrecer paquetes combinados que incluyan alojamiento y comida.