

Canales de Distribución y Comunicación

La estrategia de distribución se apoya en un modelo multicanal que permite maximizar el alcance del producto. Entre los canales físicos destacan las **tiendas ecológicas y gourmet**, así como los distribuidores especializados en el sector HORECA.

Paralelamente, la **venta online** desempeña un papel clave en la estrategia comercial, tanto a través de una tienda digital propia como mediante plataformas de comercio electrónico consolidadas. Este canal facilita el acceso al consumidor final y amplía el ámbito geográfico de actuación del proyecto.

Las redes sociales se utilizan como herramienta de comunicación, promoción y fidelización, permitiendo una interacción directa con el público objetivo y la difusión de los valores sostenibles de la marca.

