

# EcoChara



## **CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES**

EcoChara **hará llegar** sus **productos** a los negocios del sector hostelero y alimentario con una estrategia de distribución que junta cercanía, eficiencia, sostenibilidad y presencia digital. La empresa apuesta por un sistema de venta directa, establece contacto personal con restaurantes, cafeterías, hoteles, bares y empresas de catering. Esto permitirá saber mejor las necesidades del cliente, dar atención personalizada y ajustar los pedidos de manera flexible, asegurando un servicio más humano y adecuado al ritmo del sector. EcoChara sostendrá unos canales de distribución y comunicación hecha específicamente para cada cliente, esto permitirá que se entreguen los productos de manera efectiva a el sector.

En cuanto a la **comunicación**, la empresa enviará su mensaje a través de canales digitales que mantenga su identidad sostenible y saludable. El uso de redes sociales como Instagram con reels, historias, contratando a influencers del mundo gastronómico para que den su opinión en videos , TikTok usando el producto en video, grabándose probando el producto y anuncios de televisión usando un anuncio emocional, humorístico o simplemente un anuncio directo corto. Esto permitirá mostrar el producto en acción, compartir contenido educativo sobre sostenibilidad y nutrición, y conectar con negocios interesados en mejorar su impacto ambiental. EcoChara estará en ferias de hostelería, eventos gastronómicos y encuentros empresariales, donde podrá presentar muestras, realización de prácticas de el producto y fabricando amistades con establecimientos clave del sector.

Además de la venta directa, EcoChara trabajará con **distribuidores** y mayoristas especializados en hostelería, estos facilitaran la llegada del producto a zonas más grandes con cortos periodos de entrega y a clientes con mucho volumen de compra. Estas alianzas permitirán que los utensilios comestibles estén disponibles en un mayor número de establecimientos y que la empresa pueda crecer de forma sostenible manteniendo siempre su calidad. La distribución a través de mayoristas asegura una logística más ágil, especialmente en regiones donde EcoChara aún no tiene vinculación directa. EcoChara tiene una red de 3 centros logísticos situados en diferentes comunidades en España, toda la distribución se ejecuta mediante un conjunto de vehículos sostenibles, reduciendo al máximo la huella de carbono.

EcoChara dispondrá de su propia página web como canal central de **venta**, cuya función es facilitarle a los negocios del sector hostelero y alimentario la obtención del producto de EcoChara de manera rápida y fácil . A través de esta plataforma, cualquier tipo de negocio puede buscar el catálogo completo de utensilios comestibles, consultar información sobre su composición, valor nutricional y beneficios, y saber cómo estos productos colaboran a reducir el uso de plásticos y fomentar la sostenibilidad.

La parte digital recrea un papel fundamental en esta estrategia. EcoChara contará con una plataforma online hecha específicamente para empresas, donde los clientes podrán hacer los pedidos, conocer las características del producto, pedir muestras y gestionar reposiciones de manera rápida y sencilla. Esta plataforma concederá automatizar procesos, reducir tiempos de espera y facilitar la comunicación con negocios que necesitan respuesta rápida . Además, la presencia en marketplaces y plataformas especializadas en el sector hostelero dará a EcoChara una mayor visibilidad y enfoque frente a empresas que buscan soluciones novedosas y sostenibles para su servicio diario.

# EcoChara



La combinación de presencia física, digital y profesional acercará EcoChara a los clientes de forma paralela con sus valores. La empresa no solo entregará utensilios comestibles, sino que mandará un mensaje claro: es posible transformar la experiencia de consumo mientras se cuida el planeta. Así, EcoChara construirá un puente entre su la sostenibilidad y los negocios que buscan diferenciarse ofreciendo productos responsables, innovadores y alineados con las nuevas demandas del mercado.

En la fase de **percepción**, la empresa se quiere encargar que los negocios del sector hostelero y alimentario conozcan la existencia de los utensilios comestibles y comprendan sus beneficios. Para ello, usa estrategias de comunicación como las redes sociales, marketing de contenidos, participación en ferias y eventos del sector, así como colaboraciones con chefs e influencers del ámbito gastronómico. Esta fase quiere generar interés y posicionar a EcoChara como una opción innovadora y sostenible frente a los utensilios desechables tradicionales.

La fase de **evaluación** permite que los clientes potenciales prueben el producto y comparen sus características frente a otras alternativas. EcoChara da facilitación a esta etapa ofreciendo muestras gratuitas, fichas técnicas, información nutricional y asesoramiento personalizado. En reuniones directas, demostraciones presenciales o virtuales, los negocios pueden conocer y saber la resistencia, sabor, textura y funcionalidad de los utensilios, asegurándose así de que cumplen con sus necesidades operativas y con los estándares de calidad que requieren.

En la etapa de **compra**, EcoChara unifica el procedimiento mediante una plataforma digital B2B, en donde los clientes pueden llevar a cabo pedidos de forma sencilla y rápida, optima y fiable, comprobar precios, gestionar reposiciones y acceder a promociones especiales. Después, los distribuidores y mayoristas del sector facilitan el acceso a pedidos de mayor volumen y a zonas más grandes, asegurando que todos los negocios, independientemente de su tamaño o ubicación, puedan adquirir los productos sin problemas.

La fase de **entrega** tiene de objetivo en que los utensilios puedan llegar a los clientes en buen estado y a tiempo. La empresa coordinara a todos sus distribuidores y su propio equipo de reparto, para garantizar la llegada en buen estado de los utensilios. Esto asegura que los utensilios lleguen y se adapten de manera inmediata en su servicio diario, manteniendo la calidad y presentación que representa a EcoChara.

Finalmente, la fase de **post-venta** se encarga de mantener la relación con los clientes, responder dudas, recibir feedback, reseñas del producto tras haberlos entregado y ofrecer soporte continuo. EcoChara se mantiene al contacto mediante diferentes medios, boletines informativos y seguimiento de pedidos, buscando con principal objetivo aumentarla fidelización adaptándose a las necesidades del sector y por supuesto del cliente. Esta fase hace que vean oportunidades de mejora en el producto y en el servicio, aumentando la confianza de los negocios.