

Canales:

Los canales hacen referencia a la forma en la que esta idea de negocio daría a conocer el producto y lo haría llegar a los clientes. Al tratarse de una empresa local, los canales elegidos serían sencillos y cercanos.

Uno de los principales canales sería la venta directa en el propio concejo, tanto en pequeños comercios locales como, en un futuro, en la propia fábrica. Esto permitiría un contacto directo con el cliente y facilitaría que conozca el producto y su origen.

Otro canal importante serían los bares, restaurantes y alojamientos rurales de Taramundi y alrededores, ya que actúan como intermediarios y permiten que la sidra llegue tanto a habitantes de la zona como a turistas.

También se utilizarían ferias, mercados y eventos locales, donde se podría dar a conocer la sidra y reforzar su imagen como producto típico del concejo. Además, se plantea el uso de redes sociales y una página web sencilla como canal de comunicación y promoción. Estos canales servirían para informar sobre el producto, su proceso de elaboración y los puntos de venta, y para llegar a personas que hayan visitado la zona y quieran volver a comprar.