

5 CANALES

Los canales describen la forma en que la empresa se comunica con sus segmentos de clientes, les hace llegar su propuesta de valor y les entrega los productos y servicios. En el presente proyecto de lombricultura, los canales se han diseñado para garantizar una comercialización eficiente del humus de lombriz y la prestación de un servicio de asesoramiento técnico personalizado.

1. Canal de Aprovechamiento del Proyecto de Lombricultura.

El proyecto de lombricultura se basa en el aprovechamiento de residuos orgánicos, los cuales son utilizados como alimento para las lombrices, contribuyendo a la reducción de desechos y al cuidado del medio ambiente.

El principal producto obtenido es el humus de lombriz, un fertilizante orgánico que mejora la calidad del suelo y favorece el crecimiento de los cultivos. Este producto puede utilizarse en huertos, jardines y actividades agrícolas, así como comercializarse a nivel local.

Adicionalmente, se aprovecha el lixiviado generado durante el proceso como fertilizante líquido, y la reproducción de lombrices permite ampliar el proyecto o venderlas a otros productores.

Este canal de aprovechamiento genera beneficios ambientales, sociales y económicos, promoviendo prácticas sostenibles y el desarrollo local.

2. Venta directa al cliente.

La empresa utiliza la venta directa como principal canal para llegar a sus clientes. Este canal permite un contacto cercano con agricultores, viveros y gestores de instalaciones deportivas, entre las que encontramos campos de fútbol, campos de golf etc.

Facilitando la explicación de las ventajas del humus de lombriz y la adaptación del producto a las necesidades específicas de cada cliente.

La venta directa favorece la creación de relaciones de confianza, reduce la dependencia de intermediarios y mejora el margen comercial.

3. Canal comercial presencial.

El canal comercial presencial se basa en la actuación de un comercial de la empresa que realiza visitas directas a los clientes potenciales, tales como invernaderos, cooperativas agrícolas y viveros.

Este canal permite:

- Presentar el producto de forma personalizada
- Resolver dudas técnicas
- Ofrecer el servicio de asesoramiento sobre la utilización del humus

Se trata de un canal clave para la captación y fidelización de clientes en un mercado donde la confianza y el conocimiento técnico son determinantes.

4. Distribución física del producto.

La entrega del humus de lombriz sólido y líquido se realiza mediante un canal de distribución física externalizado, a través de una empresa de transporte especializada. Este canal garantiza la llegada del producto al cliente final en las condiciones adecuadas y de forma eficiente, adaptándose al volumen y formato solicitado.

La externalización de la logística permite reducir costes fijos y concentrar los recursos de la empresa en la actividad productiva.

5. Canales de comunicación y atención al cliente.

La empresa mantiene una comunicación continua con sus clientes a través de canales directos de atención, principalmente teléfono y correo electrónico. Estos canales se utilizan para:

- Gestión de pedidos
- Atención postventa
- Resolución de incidencias
- Asesoramiento técnico continuo

6. Canales institucionales y colaboraciones.

Como canal complementario, la empresa establece colaboraciones con cooperativas agrícolas, ayuntamientos y asociaciones del sector. Estos canales facilitan el acceso a nuevos clientes, la difusión del proyecto y la organización de actividades formativas, reforzando la visibilidad y credibilidad de la empresa.