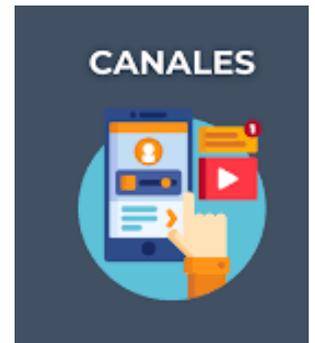


5. CANALES

Los **canales** son todos aquellos medios que utilizamos para comunicarnos o para interactuar, con el propósito de dar a conocer la propuesta de valor, distribuirla en el mercado y concretar su venta. Existen canales directos e indirectos.

- **Canales directos**: son aquellos puntos de contacto propios de nuestro negocio con los que conectan al cliente. Son canales que generan mayores beneficios al negocio al pertenecer directamente a la empresa. Puede ser a través de páginas webs, redes sociales, red de tiendas, proyectos de promoción, entre otros.
- **Canales cortos**: son los canales que constan de tres niveles: fabricante, minorista y consumidor. Este es un canal de uso frecuente donde la oferta está concentrada tanto a nivel de fabricante como de minorista.
- **Canales largos**: este tipo de canales son los más comunes. Aquí el producto viaja desde el fabricante hasta el mayorista. Del mayorista pasará al minorista hasta llegar finalmente al consumidor final.



Nuestro producto presenta un canal corto de transmisión, ya que va de una forma directa de la fábrica en la que se fabrican nuestros productos, a nuestros almacenes y de nuestros almacenes, nosotros nos encargamos del montaje y difusión del producto a los almacenes del grupo VAG.

En el caso del limitador de velocidad y del alcoholímetro, daremos a conocerlos mediante anuncios en los cuales el grupo vag anuncia sus automóviles, pero a la vez anunciará nuestro producto, consiguiendo así la visibilidad necesaria para comercializarlo y al patrocinar el grupo vag los fieles seguidores de este grupo optarán por adquirir sus vehículos con el extra de nuestro producto. Además de ser publicitado por los gobiernos de cada país de la UE, como por ejemplo en el caso de España, la DGT patrocinará los productos para fomentar su comercialización, ya que con estos los accidentes se verán reducidos.