

AROTEC



CANALES:

Arotec para conseguir que los productos lleguen de forma eficaz y con la máxima calidad a su público usa diferentes **canales**. La empresa cuenta con una estructura de canales bien definida, la ha diseñado para optimizar la comunicación, la distribución y la venta en el proceso comercial.

Arotec en los canales de **comunicación** suele centrarse en anuncios publicitarios donde presenta el producto a la población en general, en el ámbito hospitalario y residencial suele hacer conferencias para explicar a el personal sanitario las ventajas de su uso y su manera de utilización, a parte, también fijan carteles informativos que explican el producto.

En los canales de **distribución** Arotec se centra en una tienda online en la que venden todos los productos de su catálogo, además están empezando a expandirse mediante tiendas físicas en diferentes ciudades de España, los tipos de canales de distribución que usa la empresa son directos esto implica que la empresa tiene todo el control de esta y asume toda la logística.

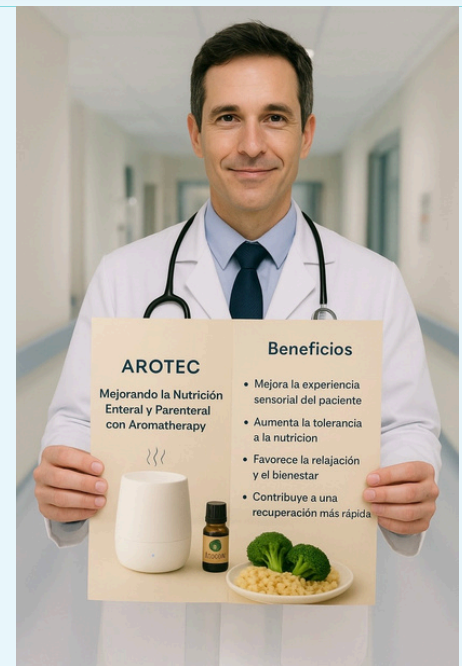


IMAGEN GENERADA POR IA.
IMAGEN GENERADA POR CHAT GPT (2025).
DESCRIPCION: MEDICO SUJETANDO CARTEL
INFORMATIVO.
OBTENIDA DE: [HTTPS://CHATGPT.COM](https://chatgpt.com)

AROTEC



CANALES:

Arotec centra su canal de **venta** principalmente en su tienda online, donde ofrece todo su catalogo de productos y desde donde realiza la mayor parte de sus ventas. Además, la empresa se complementa con tiendas físicas en algunas ciudades de España como: Madrid, Vitoria-Gasteiz y San Sebastián que podrán permitir que el cliente vea el producto directamente y recibir asesoramiento antes de comprar. Estos canales conforman la estrategia principal mediante la cual Arotec comercializa sus productos.

El cliente interactúa con el producto de Arotec a través de cinco fases. En la percepción, el cliente descubre que la empresa tiene un producto el cual es capaz de mejorar su experiencia en una terapia que a priori no es cómoda. Durante la evaluación, el cliente analiza los beneficios, la personalización y accesibilidad del producto que vende Arotec y esto le genera confianza y expectativas. En la compra, el cliente al decidir adquirirlo, siente que le mejora una parte de su alimentación ya que este producto le ayuda en la comodidad de su terapia nutricional.



IMAGEN GENERADA POR IA.

IMAGEN GENERADA POR CHAT GPT (2025).

DESCRIPCION: TIENDA FISICA DE VENTA DE PRODUCTOS DE AROMATERAPIA.

OBTENIDA DE: [HTTPS://CHATGPT.COM](https://chatgpt.com)

- Durante la entrega, el cliente recibe y utiliza el difusor, experimentando una sensación de satisfacción en sus nuevas sensaciones en la terapia nutricional.
- Finalmente, en la post-venta, mantiene contacto con la empresa Arotec para ajustar aromas si fuera necesario y comparte sus experiencias para reforzar el producto a futuro.