

Canales

¿Cómo llega nuestra propuesta a los clientes?

Principalmente el canal de nuestro producto sería un **canal corto**, que pasaría por un intermediario antes de llegar al cliente. Para ello, hemos encontrado tres vías de distribución para facilitar que esté presente en el mayor número posible lugares accesibles al consumidor..

Para empezar, la venta se daría en **espacios físicos**, lugares clave que son importantes estratégicamente y que actuarían como intermediarios. Por ejemplo farmacias, supermercados, tiendas de calzado y zapaterías, centros comerciales, gasolineras, kioscos... Son lugares a dónde los clientes acuden con una necesidad y dónde nosotros podemos generar una nueva que no sabían que tenían.

Actualmente las personas rara vez compran en tiendas físicas, por ello nuestra mejor opción es apostar por la segunda vía de distribución, la venta electrónica. Se crearía una **página web** propia cuando la empresa se encuentre estable en el mercado. Ahí habría una mayor variedad de productos, donde exista la opción de crear una cuenta para acceder a ofertas y descuentos y donde se nos permita comprar sin necesidad de moverse. Adicionalmente se podría acceder a la compra del producto mediante otras plataformas online de distribución (p.ej. Amazon).

Por último, para complementar a las otras dos vías de distribución, encontramos la **distribución institucional**. Esta se usaría para facilitar el producto en ayuntamientos, centros de día, residencias de mayores, farmacias, campañas digitales y físicas y ferias de innovación, salud y sostenibilidad.

Al establecer tres vías de distribución nos aseguramos de que el mayor número de personas posible tiene acceso a nuestra gama de productos fácilmente.