



Punto 5. Canales

Los canales son las vías a través de las cuales un producto se da a conocer y llega a sus clientes finales. En el caso del cepillo solar inteligente, la estrategia de canales es especialmente importante, ya que se trata de un producto innovador que combina tecnología, salud y educación. Por ello, es necesario utilizar distintos canales que permitan llegar a familias, niños y adultos de forma eficaz.

El uso de varios canales permite adaptarse a los hábitos de consumo de cada tipo de cliente. Algunas personas prefieren comprar online, mientras que otras confían más en establecimientos físicos relacionados con la salud. Además, los canales educativos ayudan a transmitir el valor social y preventivo del producto.

1. Tienda online propia

La tienda online propia será el canal principal del proyecto. A través de ella, los clientes podrán conocer en profundidad el funcionamiento del cepillo, sus características innovadoras y sus beneficios frente a los cepillos tradicionales. La web incluirá información clara, imágenes explicativas y ejemplos de uso tanto para niños como para adultos.

Además de la venta del producto, la tienda online permitirá vender cabezales de recambio, packs familiares y ediciones especiales de cabezales coleccionables. Este canal ofrece comodidad, accesibilidad y contacto directo con los clientes, lo que facilita la fidelización.

2. Farmacias y parafarmacias

Las farmacias y parafarmacias son un canal clave debido a su relación directa con la salud. Los consumidores confían en estos establecimientos para adquirir productos que afectan a su bienestar diario. El cepillo solar inteligente se posiciona como una solución innovadora y segura para mejorar la higiene bucodental.

Este canal permite llegar especialmente a familias y adultos que buscan productos de calidad y con respaldo sanitario. Además, el asesoramiento del personal refuerza la confianza en el producto.



3. Clínicas dentales

Las clínicas dentales representan un canal de gran valor añadido. La recomendación de dentistas y profesionales de la salud bucodental aporta credibilidad al proyecto. El cepillo puede ser recomendado especialmente a niños que tienen dificultades para mantener una buena rutina de cepillado.

Este canal refuerza el carácter preventivo y educativo del producto, ayudando a reducir problemas dentales a largo plazo.

4. Colegios y centros educativos

Los colegios permiten introducir el producto desde un enfoque educativo. A través de charlas, talleres o demostraciones, se puede concienciar a los niños sobre la importancia de la higiene dental y presentar el cepillo como una herramienta innovadora.

Este canal es especialmente importante porque fomenta hábitos saludables desde edades tempranas y llega directamente a las familias.

5. Ferias y eventos de innovación (StartInnova)

La participación en ferias y eventos de innovación permite presentar el proyecto como una idea creativa, sostenible y con impacto social. Estos espacios son ideales para recibir opiniones, validar la idea y mejorar el producto antes de su lanzamiento.

Además, refuerzan la imagen del proyecto como una iniciativa comprometida con la salud y la educación.