**Canal Directo:** En “Mi Carnicería” se ocupa un canal de distribución directo, ya que es a través de las sucursales que se ofrecen los productos y se tiene un trato directo con los consumidores finales, además, se brinda el servicio a domicilio, el cual es también propio de “Mi Carnicería”.

Sin dejar por un lado el lado el canal digital, detallando también:

* Redes Sociales
* WhatsApp
* Formularios de Google

En redes sociales se enfocan en un segmento de consumidores finales, siendo además un medio en el que los clientes pueden solicitar sus pedidos ya sea para retiro en punto de venta o para solicitar el servicio a domicilio, servicio que se trata de ofrecer en todo Santa Ana, incluso desplazándose a zonas más lejanas como Santa Tecla, por ejemplo.

Dicha práctica representa una ventaja en cuanto a Marketing, pues al ser estos el contacto directo con los clientes, tienen la oportunidad de implementar prácticas que refuercen su marca y generen fidelidad y afinidad con los consumidores finales.

Diagramando un poco el proceso y los niveles de distribución se presenta la siguiente figura, cabe mencionar que ‘Mi Carnicería”, influye a partir de las tiendas físicas, pues son ellos mismos los que se desplazan hacia los rastros y granjas (productores) para adquirir los productos.

