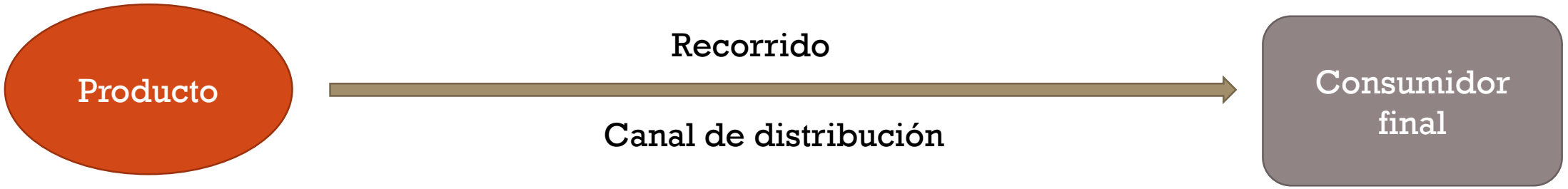
ORGANIZACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS

SEGUNDO BÁSICO

CATEDRÁTICO: BR IND. ROGER VILLEGAS

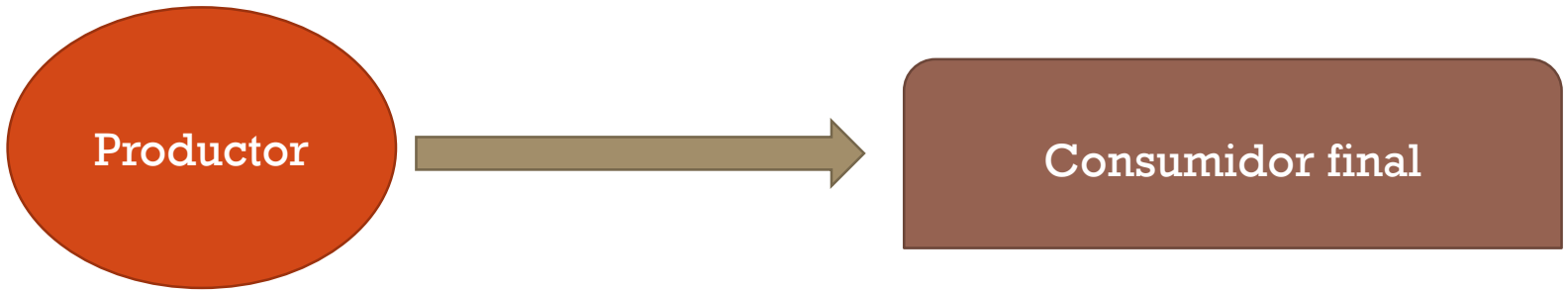
EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

- El canal de distribución representa cada una de las etapas que componen el recorrido del producto desde el fabricante hasta el consumidor final. En otras palabras, el canal de distribución está constituido por todo aquel conjunto de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a manos del consumidor o usuario.
- El conjunto de personas u organizaciones que están entre el productor y consumidor se denominan intermediarios.



RELACIONES EN EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

- La longitud de un canal de distribución depende de la naturaleza del producto y no hay ninguna regla exacta. Además, se puede utilizar la figura del agente en la intermediación de algunos productos. En función de si ha habido o no intermediarios entre el productor y el consumidor final, se clasifican los canales de distribución en directos e indirectos:
- **Canal de distribución directo:** No existen intermediarios entre el productor o fabricante y el consumidor final.



RELACIONES EN EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

- Los **canales de distribución indirectos** pueden ser de dos tipos:

- **Canal de distribución corto:** Cuando el número de intermediarios es reducido.

- **Canal de distribución largo:** El número de intermediarios es elevado.

LA COMPETENCIA

- Son otras empresas que venden productos o servicios iguales o parecidos a los que nosotros vendemos. Compiten con precios, calidad, cantidad y capacidad.

TIPOS DE COMPETENCIA

COMPETENCIA PERFECTA

- Es un mercado hipotético en el que hay muchos compradores y vendedores, no está regulado y los precios varían poco entre sí ya que, al haber diversos ofertantes, el aumento o disminución de uno solo no generaría ningún cambio.

TIPOS DE COMPETENCIA

- COMPETENCIA IMPERFECTA
- **Monopolio**

Un solo individuo oferta un producto muy demandado. Al no tener competencia, este puede decidir su precio y condiciones de venta.

- **Oligopolio**

Cuando hay pocos ofertantes de un producto, estos llegan a un acuerdo y fijan los precios de manera similar, eliminando así la competencia entre ellos.

REPASO RÁPIDO…

MERCADO: es el lugar físico o virtual en donde podemos ofrecer nuestros productos a las personas interesadas

MERCADEO: es todo lo que se hace para que el producto o servicio sea comprado por las/los clientes

LA COMPETENCIA: son otras empresas que venden productos o servicios iguales o parecidos a los que nosotros vendemos

EL PRODUCTO: Es el resultado de un proceso de producción para así ponerlo a la venta en el mercado

LA PROMOCIÓN: es la información y ofrecimiento al cliente para lograr venta rápida, buena y lucrativa.

EL SERVICIO: son actividades económicas que una parte ofrece a otra, a cambio de dinero, tiempo o esfuerzo

LA DEMANDA: representa la cantidad de bienes y servicios que los compradores quieren adquirir a un precio determinado para satisfacer sus necesidades.

LA OFERTA: Son los productos y servicios que las empresas o negocios ponen a disposición de los consumidores.

LA PLAZA: es el lugar donde se ubican las ventas de productos o servicios, es decir, local, vitrinas, mostradores, etc.

EL PRECIO: es la cantidad de dinero por la que las empresas están dispuestas a vender y los consumidores a comprar un producto o servicio