

Curso: Organización de pequeñas empresas
Grado: 2do
Sección: B
Catedrática: Victoria de los Angeles Pérez Lux.

CANALES DE DISTRIBUCION

¿Qué son los canales de distribución?

Son el medio a través del cual una empresa fabricante elige hacer llegar sus productos al consumidor final, procurando que sea lo más rentable y eficiente posible.

Los canales de distribución los conforman empresas prestadoras de servicios que investigan el mercado, promocionan los productos y negocian con clientes potenciales sobre precios, modalidades de entrega e inventarios sobre la cantidad de producto que necesitan.

En un canal de distribución participan tres actores importantes:

los productores

los mayoristas

y, por último, los minoristas.

Estos participantes pueden ser almacenes, empresas de transporte, comercios, entre otros.

¿Cuál es la importancia de los canales de distribución?

La importancia de los canales de distribución radica principalmente en que a través de un tercero es posible que el producto llegue a un mayor número de consumidores, y por lo tanto que crezcan las ventas del mismo.

Generalmente los productores no cuentan con una red de distribución propia, es por ello que trabajan con una empresa terciaria que suele tener amplios contactos comerciales y geográficamente tienen un mayor alcance.

Además, cuentan con servicios de almacén, medios de transporte seguros y, de alguna manera, adquieren el compromiso de que finalmente el producto llegará a su destino.

A través de los canales de distribución una empresa productora alcanza objetivos importantes: ubicar su mercancía en el lugar adecuado, para el alcance del consumidor, en el menor tiempo posible.

¿Qué canales de distribución existen?

Los canales de distribución se clasifican según diversas características.

1. Canal directo

Se trata de una unidad de trabajo que pertenece a la misma empresa productora y son ellos quienes directamente se encargan de hacer llegar la mercancía a sus clientes.

Esto implica además, que la empresa debe contar con espacio para almacenar la mercancía y medios de transporte para hacer las entregas. También, mantienen contacto directo con los clientes.

2. Canal indirecto

Son terceras empresas que se encargan de prestar este servicio. Este tipo de distribuidores dividen el trabajo en función de los costes, precios, el tipo de mercado y la forma de comercializar el producto.

Estas mismas razones definen que los que canales sean:

Doble

Intervienen tres agentes distribuidores, un mayorista, un minorista y un distribuidor de carácter exclusivo que, además, tienen participación en la comercialización del producto.

Largo

En este caso son solo dos agentes. La mercancía va directamente desde el distribuidor mayorista al minorista y este finalmente entrega al consumidor. Esta cadena de distribución generalmente se aplica en comercios pequeños.

Corto

Es el formato de distribución en el que el producto va directo desde el fabricante al minorista y este lo lleva al destino final. Empresas como Amazon aplican estos procesos de distribución.

¿Cómo se clasifican los canales de distribución?

Los canales de distribución se pueden clasificar según el rubro empresarial.

Ya hemos hablado de cómo funciona en el giro de consumo, pero existen modelos diferentes de trabajo para el giro industrial o para el de servicios.

1. Del productor al cliente industrial

En este sector el canal de distribución más utilizado es el que va directo del productor al consumidor industrial.

Esto porque los tiempos de entrega son más cortos, hay menos trámites de por medio, es más fácil satisfacer los requerimientos del cliente y la ganancia es mayor.

2. Del productor a los distribuidores industriales

En este proceso participa como intermediarios los distribuidores industriales que básicamente son mayoristas. Estos se encargan de adquirir el producto y luego lo venden en grandes cantidades por menos valor.

TAREA:

Con el ejemplo que se le proporciona realice uno de igual manera relacionado con su negocio, con la diferencia de que tiene que darle nombre a cada uno. ¿Quiénes son sus comerciantes? ¿Quién es su cliente online? ¿Dónde estará la venta al público etc.

