



Instituto Nacional experimental de Educación Básica con Orientación Ocupacional e Industrial

"PEM: DANIEL ADAN GARCIA BARRIOS"

NOMBRE DEL CURSO: Técnicas de Mercadeo y Comercialización GRADO: Tercero SECCIÓN: "C"

FECHA: Del 06 al 10 de Julio del 2020

NOMBRE DEL DOCENTE VICTORIA DE LOS ANGELES PEREZ LUX

CANALES DE VENTA

Los canales de ventas son los medios seleccionados por la empresa para llevar los productos al consumidor ideal, de manera eficiente y con el menor gasto posible.

¿Qué es un canal de distribución?

Un canal de distribución es el conjunto de vías, elegidas por una empresa, que un producto recorre desde que es creado hasta que llega al consumidor final.

La elección de los canales de distribución suelen ser a largo plazo y hay que tener ciertas variables en cuenta para una buena elección:

- ✓ Naturaleza del producto
- ✓ Precio de venta
- ✓ Estabilidad del producto y del distribuidor en el mercado
- ✓ Reputación del intermediario
- ✓ Calidad de la fuerza de ventas

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.

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.

Los elementos implicados dentro de un canal de distribución indirecto suelen ser el productor, mayorista, minorista y consumidor final. Al establecer un canal, hay que conocer los distintos intermediarios y cómo pueden influir en el producto.

Productor

Es la empresa que crea o elabora el producto que se va a comercializar. Lo más común es que tenga contacto directo con mayoristas y minoristas.

Mayorista

Un mayorista es una empresa con gran capacidad de almacenamiento, que compra al productor para revender el artículo. Esta reventa no suele destinarse al consumidor final.

Minorista

También conocido como detallista, son empresas pequeñas que compran el producto o al productor o al mayorista para venderlo al consumidor final. Es el último eslabón del canal de distribución.

Un minorista tiene un contacto directo con el cliente final, por ello, puede influir enormemente en las ventas de los productos que están comercializando.

Estos diferentes eslabones de un canal de distribución pueden beneficiarse del uso de un programa de facturación para emitir facturas al siguiente eslabón en la cadena (o cliente) e incluso registrar los gastos en los que incurren con su o eslabón anterior (o proveedor).

Por otra parte, no hay necesidad de pasar obligatoriamente por un mayorista o un minorista, al igual que en un canal de distribución se puede utilizar más de un minorista. La distribución es uno de los sub elementos del marketing mix.

Hoja de trabajo: (en hojas de papel bond tamaño carta)

1-Realice un resumen del contenido, no mayor a 5 líneas.

2-De acuerdo a este ejemplo, realice con nombres ficticios el canal de distribución de la empresa creada a través del filtro de ideas.

3- No copie, esto es un ejemplo y usted use su creatividad.

- ✓ Inicie con el nombre y tipo de empresa que tiene
- ✓ ¿Cuál es su grupo meta?

- ✓ ¿Cuánto quiere abarcar? en relación a hasta donde quiere que su producto se conozca.
- ✓ ¿Quiénes serán sus proveedores? Etc.



Aspectos a calificar a través de una lista de cotejo.

No.	Aspectos	Punteo	Observación
1	El contenido es claro	2	
2	Utiliza las normas de ortografía adecuadamente	2	
3	Es creativo	3	
4	Es coherente	3	
	Total.....	10 puntos	

