

Canales de distribución

El canal de distribución son todas las personas y/o empresas por las que pasa un producto hasta llegar al consumidor final. Una empresa es minorista si su producto llega al consumidor

- ✓ Producción
- ✓ Creación
- ✓ Distribución
- ✓ Promoción
- ✓ Intercambiarlo

Actividades de la empresa

Canal directo:

Se da cuando no existe un intermediario entre el productor y el consumidor final

Canal indirecto:

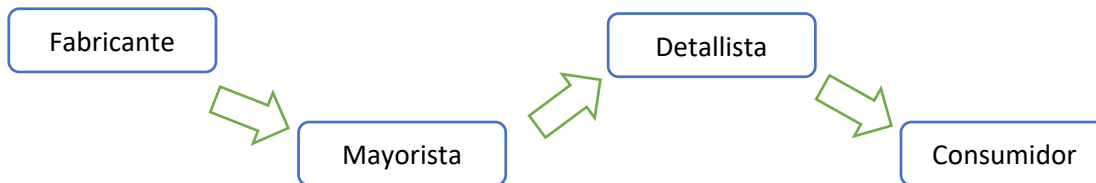
Estos existen cuando entre el productor y el consumidor final existe por lo menos un intermediario. Para ello existen 2 tipos de canales

CANAL CORTO: Cuando solo existe 1 **intermediario**

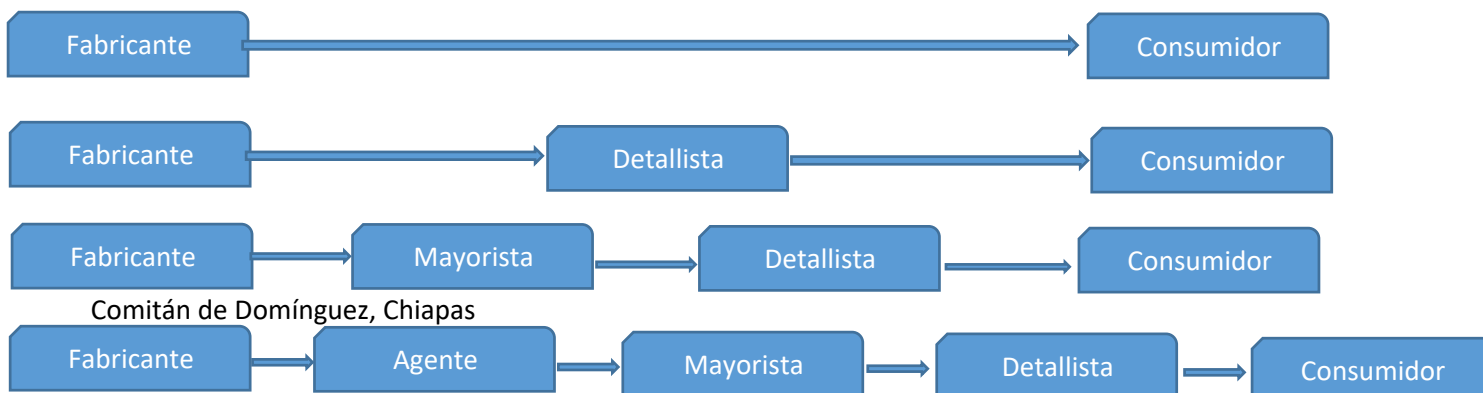
INTERMEDIARIO: Empresas que se encargan de vender/comprar productos. No manufacturados



CANAL LARGO: Cuando hay 2 o más **intermediarios**



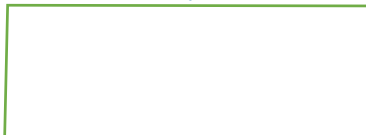
Mercado de consumo
(Ejemplo de los principales canales de distribución)



Otros tipos de canales de distribución:

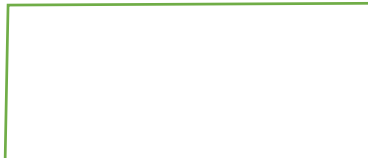
- ✚ **Distribución exclusiva:** Supone la exclusividad (Privilegio) que le da un productor a un intermediario de comprar/vender algún producto en un territorio o mercado determinado.
- ✚ **Distribución selectiva:** Supone la elección de intermediarios a través de ciertos requisitos que pueden ser: volumen de ventas, presentación del producto, logística, etc.
- ✚ **Distribución intensiva:** Se da cuando se quiere lograr una amplia penetración en el mercado. Generalmente necesita un canal largo para tener una amplitud mayor.

Comercio independiente



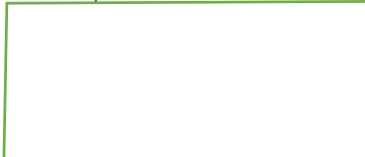
Es el que está constituido por una sola tienda, propiedad de un comerciante individual o de una sociedad, el establecimiento es generalmente pequeño y suele estar dirigido por el propietario.

Cooperativa de detallistas



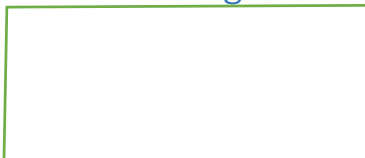
El vínculo en este caso es mayor. Los detallistas se asocian constituyendo una cooperativa. Los socios obtienen un retorno cooperativo en función de las compras efectuadas y una serie de servicios complementarios.

Franquicia



Son contratos que cubren una amplia gama de prestaciones de servicios, suministros de bienes y cesión del nombre comercial o marca por parte del franquiciador o franquiciante.

Cadenas integradas



Para que exista una cadena de sucursales tiene que haber dos o más tiendas con el mismo nombre o idéntico propietario

Almacenes de fabrica

Establecimientos propiedad del fabricante en los que vende directamente al consumidor a precios sensibles rebajados

Centros comerciales

Son edificios de gran extensión que ubican en su interior un conjunto de tiendas especializadas

Mercados

Los mercados municipales suponen una concentración de la oferta en un solo edificio. En ellos se comercializan especialmente productos de alimentos frescos y perecederos.

Calles comerciales

Son tradicionales en múltiples ciudades, ya que en ellas se encuentran un buen número de comercios de todo tipo, lujosos, de uso común, entre otros.

Category Killer

Son establecimientos de gran tamaño, especializado en una categoría de productos, con amplitud y profundidad de surtido, lo que conlleva a satisfacer cualquier demanda del consumidor.

Tiendas de conveniencia



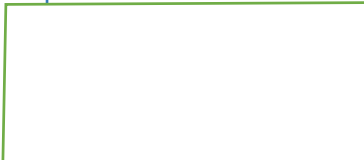
Son pequeños establecimientos, ya sea que estén las 24 Hrs o una gran parte del día, venden productos de todo tipo, el usuario paga la comodidad

Tienda de autoservicio



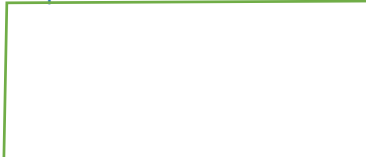
Comercio generalmente de alimentación o de artículos de limpieza, de pequeño tamaño, en el que el propio comprador selecciona los productos de las estanterías y los paga en caja

Supermercado



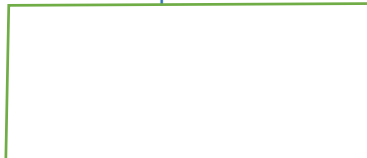
Es un establecimiento comercial de mayor superficie que la de autoservicio

Hipermercado



Es una superficie de un gran tamaño (Más de 2,500 m²) con estacionamiento propio para más de 1000 vehículos.

Tienda departamental



Las tiendas departamentales como Liverpool, operan en cadena con sucursales en distintas áreas geográficas, son áreas de gran tamaño que ofrecen una amplia gama de productos con distintas secciones