



Mi Universidad

SUPERNOTA

Nombre del Alumno: Diego Gordillo Espinosa

Nombre del tema: Canales de distribución

Parcial: 2 unidad

Nombre de la Materia: Administración Estratégica

Nombre del profesor: Gerardo Garduño Ortega

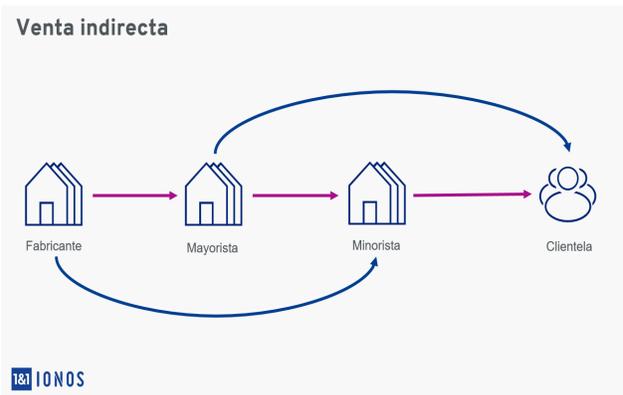
Nombre de la Licenciatura: Administración Y Estrategias de Negocios.

Cuatrimestre: 7°

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

CANAL DIRECTO:

El producto llega de forma directa al consumidor, sin intermediarios.



CANAL INDIRECTO:

Existe cuando entre el productor y el consumidor existe por lo menos un intermediario, por lo cual existen dos tipos de canales indirectos:

- Canal corto: un solo intermediario.
- Canal largo: dos o más intermediarios.

MERCADO DE CONSUMO:



- **DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA:**

Supone la exclusividad que le da un productor a un intermediario de comprar/vender algún producto en un terreno o mercado determinado.

- **DISTRIBUCIÓN SELECTIVA:**

Es la selección de intermediarios a través de ciertos requisitos que pueden ser: volumen de ventas, presentación del producto, logística, etc.

- **DISTRIBUCIÓN INTENSA:**

Se da cuando se requiere lograr una amplia penetración del mercado. Generalmente se necesita un canal largo.

PUNTOS DE VENTA

En México, existen más de 500,000 puntos de venta que se dividen en comercios tradicionales, tiendas de conveniencia, tiendas departamentales y comercios de autoservicio.

Existen diferentes tipos de puntos de venta, que son:

- **COMERCIOS TRADICIONALES:**

Llamados “changarros” o “tiendita de la esquina”, significan más del 90% de los puntos de venta en el país, aunque la tendencia indica que este tipo de negocios desaparecerá en México es muy difícil, dado que es un país con fuertes tradiciones y costumbres.



- **TIENDAS DE CONVENIENCIA:**

Son locales con un piso de venta de entre 100 a 500 metros cuadrados, pero que manejan una gran cantidad de productos. Aunque de surtido limitado, son de autoservicio y emplean de dos a tres personas. Aquí se encuentra productos de primera necesidad y consumo diario.

- **TIENDAS DEPARTAMENTALES:**

Son grandes espacios que no solo se dedican a la venta de productos sino a los bienes y raíces, rentando espacios para tiendas más pequeñas. Estos negocios normalmente venden ropa y artículos para el hogar.



- **COMERCIOS DE AUTOSERVICIO:**

Constituye el 6.5% de los comercios del país pero genera el 58.1% de ventas en el país. Aquí se vende lo necesario para la vida diaria y el funcionamiento del hogar.

Existen dos tipos de comercio de autoservicio: el gubernamental y los privados.

COMERCIOS DE GOBIERNO:

Son el 4.5% del total de comercios y se divide en dos cadenas: ISSSTE e IMSS. Aquí encontramos prácticamente productos de cualquier sector, algunos de ellos con mejores precios que la iniciativa privada.

COMERCIOS DE INICIATIVA PRIVADA:

Estos se dividen en:

- **SUPERMERCADO:**

Maneja áreas de 800 a 1500 metros cuadrados, manejan todo tipo de productos, alimentos perecederos, comestibles, de uso frecuente y de uso para el hogar.

- **AUTOSERVICIOS:**

Manejan superficies desde 5 000 a 6 000 metros cuadrados, manteniendo el concepto de los supermercados, además de ropa, perfumería, artículos deportivos, etc. Manejando de 25 000 a 30 000 artículos

- **BODEGA:**

Son más austeros que las de autoservicio, su área de venta va de los 2 000 a 4 000 metros cuadrados, mantiene un sistema semi mayorista que les permite manejar precios bajos, manejando de 10 000 a 15 000 artículos.

- **HIPERMERCADO Y MEGAMERCADO:**

Con una extensión de 4 500 hasta los 10 000 metros cuadrados y con 40 000 artículos para el hipermercado y 10 000 metros cuadrados y 50 000 artículos para los megamercados, la idea es manejar la mayor cantidad de productos de la mayor variedad en un mismo espacio.

- CLUB DE MEMBRESÍA:

Es un piso de ventas semimayorista para el abastecimiento de tiendas pequeñas, tiene una limitación que es que debes de tramitar una credencial para acceder a los productos. La variedad de productos es escasa, solo puedes encontrar de entre 3 000 hasta 5 000 variedades de productos.



- COMERCIO INDEPENDIENTE:

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:

Los detallistas se asocian constituyendo una cooperativa. Los socios obtienen un retorno cooperativo en función a compras efectuadas y una serie de servicios complementarios.

- FRANQUICIA:

Son contratos que cubren varias prestaciones de servicios, suministro de bienes y cesión del nombre comercial o marca por parte del franquiciador.



- CADENAS INTEGRADAS:

Estas existen cuando hay dos tiendas con nombre idéntico o propietario.



- **ALMACENES DE FÁBRICA:**

Establecimientos propiedad del fabricante en los que vende directamente al consumidor a precios sensiblemente más bajos.



- **CENTROS COMERCIALES:**

Edificios de gran extensión que ubican en su interior un conjunto de tiendas especializadas.

- **MERCADOS:**

Se comercializa especialmente productos de alimentación frescos y perecederos.



- **CALLES COMERCIALES:**

Tradicional en las ciudades, concentran gran cantidad de comercios y estos son de tipo general.

- **CATEGORY KILLER:**

Establecimiento de gran tamaño especializado en una categoría de productos, con amplitud y profundidad de surtido.

