



# SISTEMA DE DISTRIBUCION

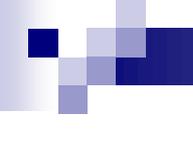
la distribución es la variable del marketing que relaciona la producción con el consumo dada la separación geográfica (física) que existe entre compradores y vendedores.

# SISTEMA DE DISTRIBUCION



# DISTRIBUCION

- **LA DISTRIBUCIÓN** es la variable del marketing que relaciona la producción con el consumo dada la separación geográfica (física) que existe entre compradores y vendedores
- **LA DISTRIBUCIÓN** la podemos definir como “El conjunto de actividades que permiten el traslado de los productos desde su estado final de producción al de adquisición y consumo”.



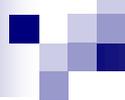
# Canal de Distribución

Una serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio.

# **Funciones de los Intermediarios**

**El papel económico del intermediario es el de transformar las variedades de productos fabricadas por los productores en las variedades que desean los consumidores.**

- Los intermediarios son más eficientes porque tienen contactos, experiencia, están especializados**



# **Funciones de los Intermediarios**

**El distribuidor reduce la cantidad de transacciones del canal.**

# Funciones de los canales

- Información de mercado y de actores
- Promoción.
- Contacto con compradores.
- Adaptación de la oferta: producción.
- Selección, ensamblado, empaque
- Negociación.
- Transportar bienes.
- Almacenar bienes.
- Obtener y dar financiación.
- Aceptación de riesgos.
- Ofrecer servicios al cliente.

# Tipos de mayoristas

- **Mayoristas mercantiles: compran la mercancía que manejan y prestan muchos servicios.**
- **Distribuidores industriales.**
- **Mayoristas que venden de contado**
- **Mayoristas camioneros.**
- **Cooperativa de productores.**
- **Corredores y agentes.**

# Tipos de detallistas

- Tiendas detallistas: • venden directamente al consumidor final.
- tiendas de abarrotes (40% en Colombia).
- Autoservicios (creciendo).
- Minorista de galería (bajando).
- Tienda por departamentos (creciendo)
- Hipermercado.
- Tienda de especialidades.
- Sala de exhibición con catálogos.
- Detallistas sin tienda: Presenta mayor ritmo de crecimiento.
- Tiene del 25-30% de las ventas totales.
- Ventas por correo o catálogo.
- Ventas por teléfono.
- Ventas por TV.
- Ventas por Internet.



# Niveles en el Canal de Distribución

Cada uno de los estratos de intermediario es un nivel del canal

la cantidad de niveles determina la longitud del canal

las instituciones del canal están conectadas por flujos:

- flujo físico de productos.
- flujo de la propiedad.
- flujo de los pagos.
- flujo de información.
- flujo de promociones.



# Proceso de decisión de compra de productos de gran consumo.





# FUNCIONES Y ESTRUCTURA DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL

