

MEZCLA DE MERCADOTECNIA

Cuarta unidad

Estrategias de Plaza

Canales de distribución

Dentro del capítulo del mercado, es necesario incluir el de los **canales de distribución** por ser éstos los que *definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde el fabricante al consumidor final*. Por ello los cambios que se están produciendo en el sector indican la evolución que está experimentando el marketing, ya que junto a la logística serán los que marquen el éxito de toda empresa.

Canal de marketing (canal de distribución)

Conjunto de organizaciones independientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor final o de un usuario industrial.



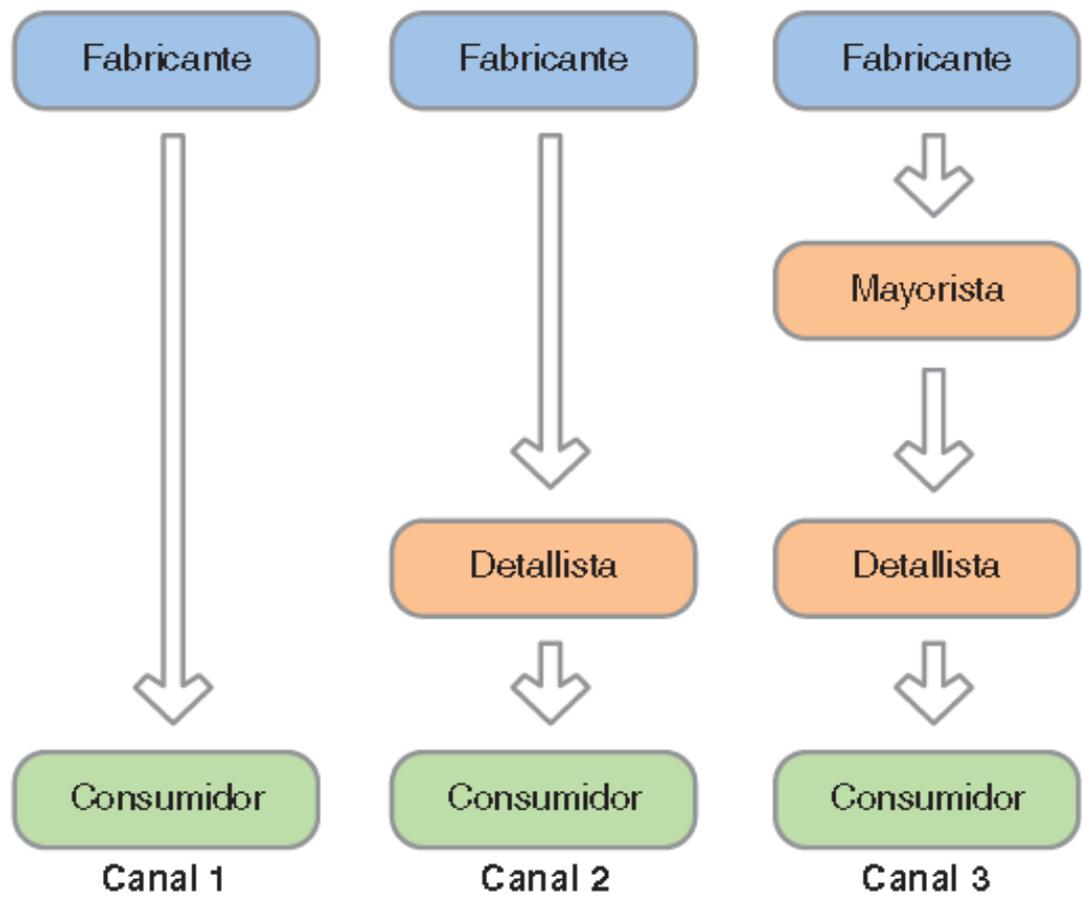
El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. Según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal. La estructuración de los diferentes canales será la siguiente:



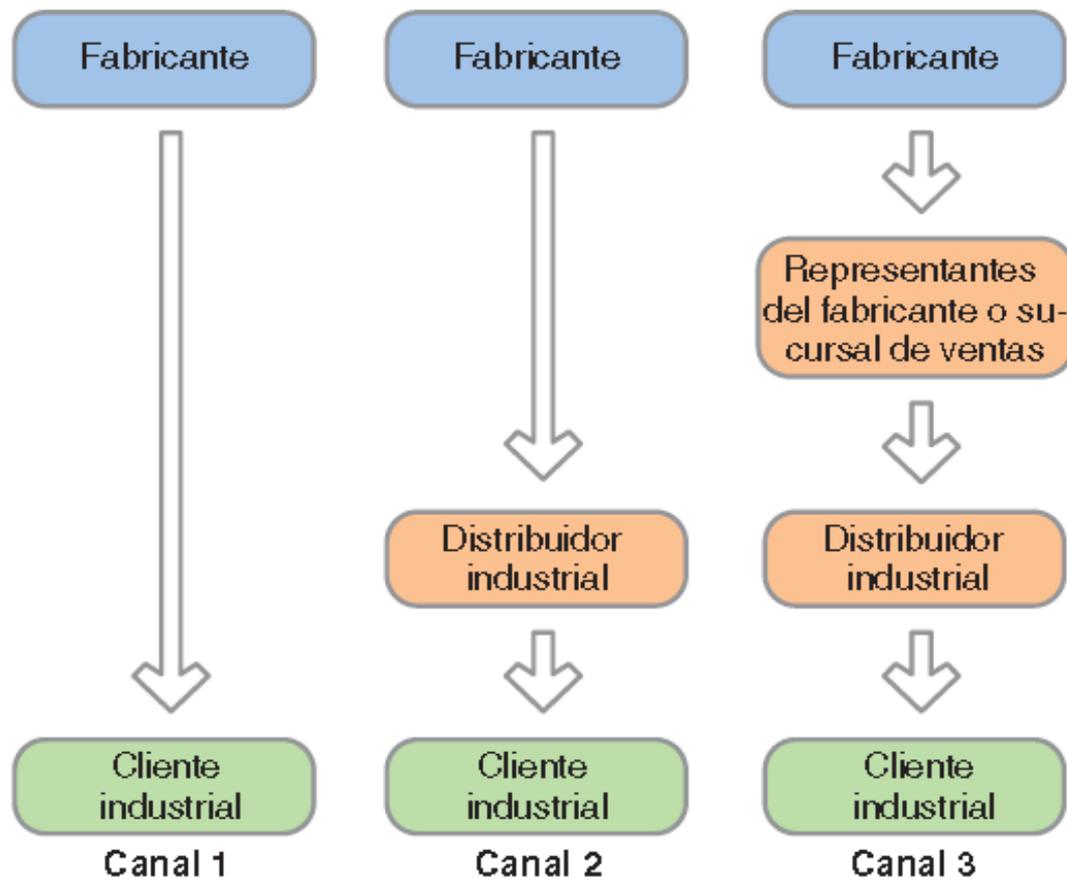
Cuando una empresa o fabricante se plantee la necesidad de elegir el canal más adecuado para comercializar sus productos, tendrá en cuenta una serie de preguntas que serán las que indiquen el sistema más adecuado, en razón a su operatividad y rentabilidad:

- ¿Qué control quiero efectuar sobre mis productos?
- ¿Deseo llegar a todos los rincones del país?
- ¿Quiero intervenir sobre la fijación final del precio?
- ¿Voy a intervenir en todas las actividades promocionales?
- ¿Tengo gran capacidad financiera?
- ¿Dispongo de un gran equipo comercial?
- ¿Me interesa introducirme en otros países directamente?
- ¿Cómo es mi infraestructura logística?
- ¿Qué nivel de información deseo?
- Etcétera.





A. Canales de marketing de consumo



B. Canales de marketing industriales

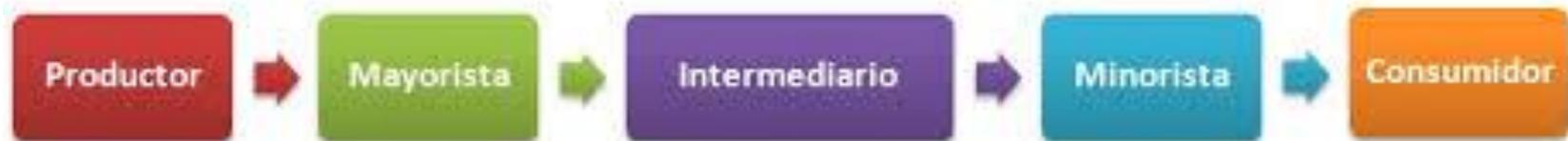
Los Intermediarios:

Por lo general, los productores o fabricantes, no suelen vender sus productos directamente a los consumidores o usuarios finales; sino que tales productos discurren a través de uno, o más, Intermediarios, los cuales desempeñarán distintas funciones de Mercadotecnia; recibiendo sus denominaciones, de acuerdo a tales funciones.

Los Intermediarios son todos aquellos eslabones de la cadena que representa a los Canales de Distribución, y que están colocados entre los productores y los consumidores o usuarios finales de tales productos; añadiendo a los mismos los valores o utilidades de tiempo, lugar y propiedad.

Las funciones desempeñadas por los Intermediarios resultan de vital importancia en la cadena que representa todo canal de Distribución.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN



El número y clase de Intermediarios dependerá de la clase y tipo de producto, así como de la clase y tipo de consumidores o usuarios finales, o sea al mercado, al que va dirigido o para el cual ha sido concebido tal producto. Los servicios de los Intermediarios se caracterizan por hacer llegar los productos a los consumidores y facilitarles su adquisición, en alguna forma.

Los Intermediarios se clasifican así:

Mayoristas

Mercantiles

Intermediarios Minoristas o Detallistas

Agentes y Corredores



Detallista

Es el que vende principalmente a los consumidores.

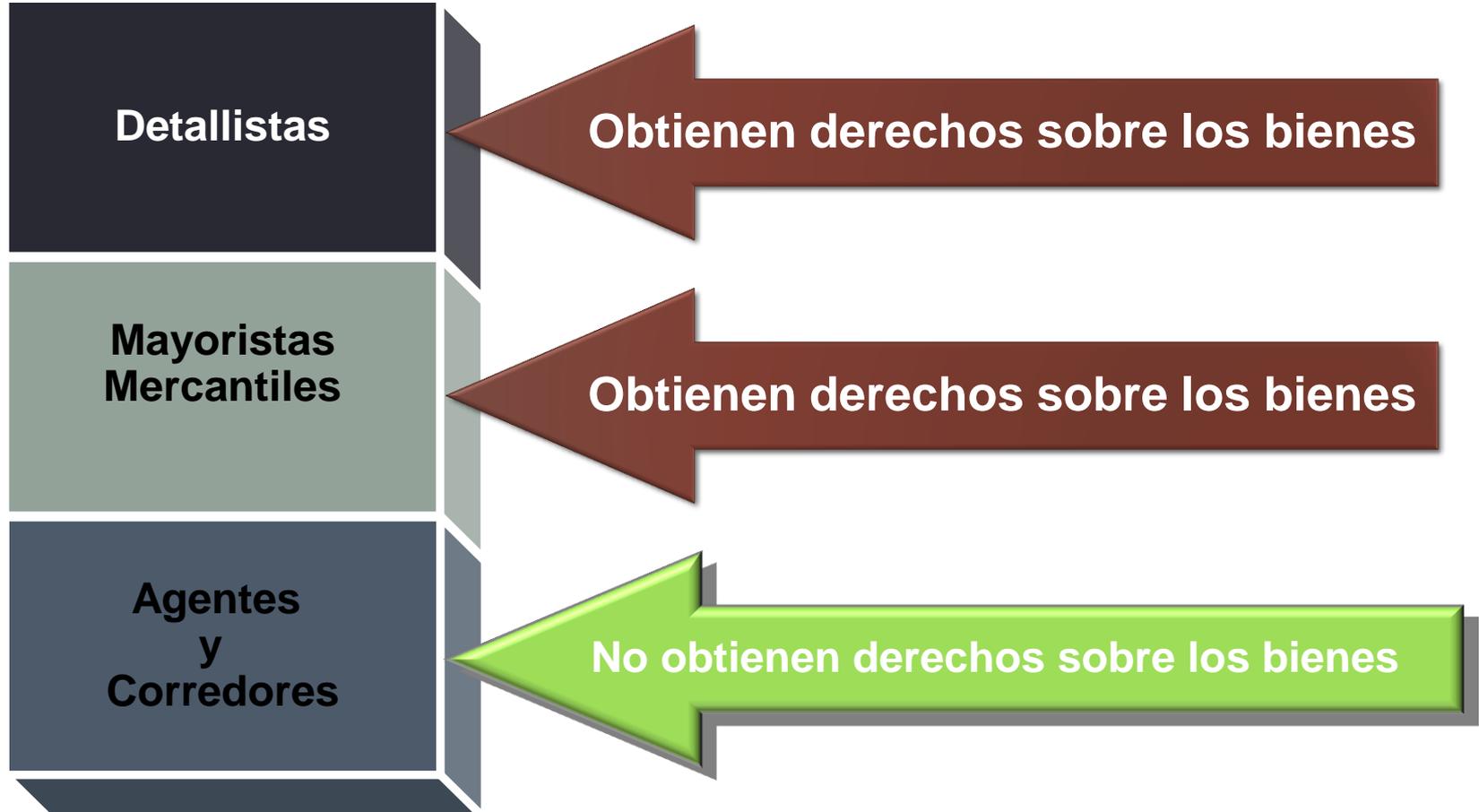
**Mayoristas
Mercantiles**

Institución que compra bienes a los fabricantes y los revende a negocios, organismos gubernamentales y otros mayoristas y detallistas, recibe y retiene derechos a los bienes, los almacena en sus propias bodegas y los envía más tarde.

**Agentes y
Corredores o
Representantes**

Mayoristas que facilitan la venta de un producto del productor al usuario final al representar a detallistas, mayoristas o fabricantes sin obtener derechos del producto.

Intermediarios en un Canal



Materias Primas

Proveedores

Fábricas

**Centros de
Distribución**

Mayoristas

Minoristas

Cliente Final

Distribuidores

Estructura de Canales de Distribución



Tipos de distribución

La distribución intensiva:

Este tipo de distribución tiene como objetivo llegar al mayor número de establecimientos posibles, por lo tanto, los productos que seguirán dicha distribución serán casi siempre productos de uso frecuente, demandados de manera habitual.

El ejemplo que he seleccionado para esta distribución intensiva ha sido la marca **"CHEETOS"**.

Esta marca, que se dedica a la venta de aperitivos, snacks, tiene como principales ventas unas bolsas de distintos sabores, pelotazos, pandillas etc.

Estas bolsas las podemos encontrar en numerosos establecimientos, en los supermercados, en las tiendas de golosinas, en las gasolineras. en restaurantes, incluso en máquinas expendedoras en colegios, univers:



La distribución selectiva:

Esta distribución cuenta con un número de distribuidores reducido, todos estos además, deben cumplir diversos requisitos.

Para la distribución selectiva he elegido el ejemplo de «Dolce Gusto».

Dolce Gusto es una marca que se dedica a la venta de máquinas de café que aceptan unas cápsulas determinadas rellenas de café molido, cuyas cápsulas también las vende esta marca.

Dolce Gusto cuenta con unas pocas tiendas exclusivas de la marca.



La distribución exclusiva:

Esta distribución concede al intermediario la exclusividad de venta de un determinado producto.

Para esta distribución exclusiva he querido poner de ejemplo la marca "EL GANSO".

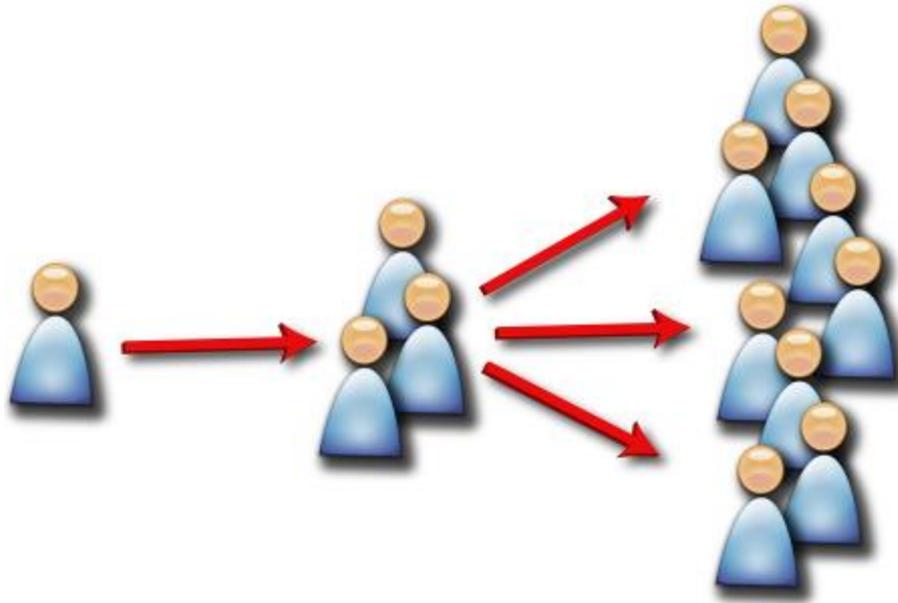
Para conseguir productos de esta marca que se dedica a prendas exclusivas y zapatos muy característicos de ella, nos tendremos que dirigir a sus tiendas específicas de El Ganso, que aunque sean pocas éstas se encuentran situadas en grandes provincias y en sitios estratégicos.

El Ganso apenas se promociona. Esta marca ha conseguido tener un prestigio y la gente la ha ido conociendo mediante vía boca-boca de las personas.



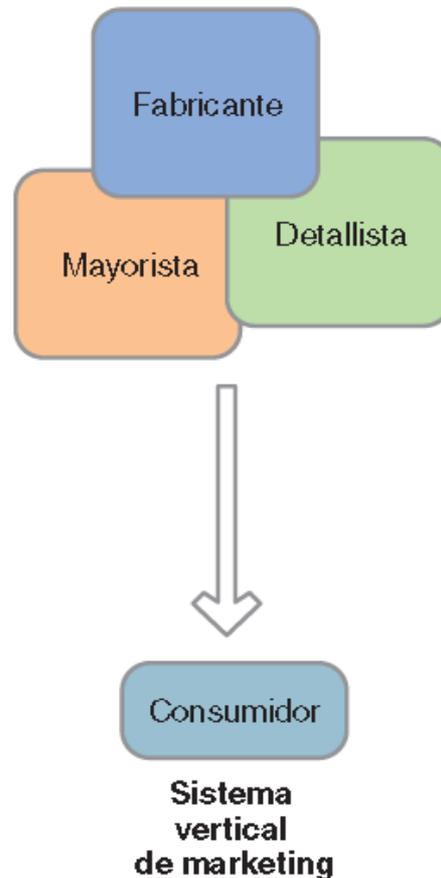
Funciones de los Intermediarios:

- Facilitan y simplifican los intercambios comerciales
- Compran grandes cantidades de un producto
- En el caso de productos agrícolas, compran a pequeños agricultores, agrupan la producción, la clasifican, envasan, etiquetan... y acumulan cantidades suficientes para atender la demanda de los mercados de destino.
- Proporcionan financiación a diferentes figuras del canal de distribución.
- Almacenan producto para reducir el tiempo de entrega (lead time) al consumidor



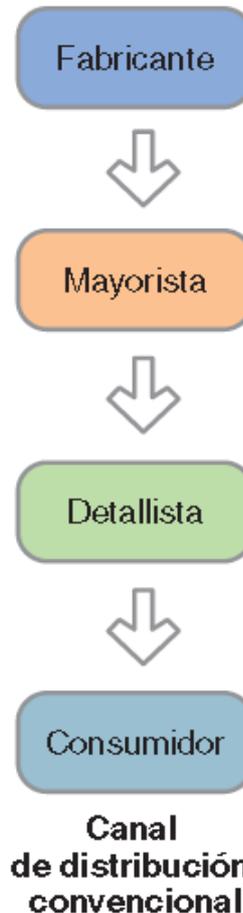
Sistema vertical de marketing (SVM)

Consta de productores, mayoristas, y detallistas que actúan como un sistema unificado. Un miembro del canal es dueño de los otros canales, tiene contratos con ellos, o tiene tanto poder que todos se ven obligados a cooperar. El SVM puede ser dominado por el productor, el mayorista, o el detallista.



Canal de distribución convencional

Consiste en uno o más productores, mayoristas, y detallistas independientes, cada uno de los cuales es una compañía individual que trata de maximizar sus utilidades, incluso a expensas de las utilidades del sistema en su totalidad. Ningún miembro del canal ejerce demasiado control sobre los demás miembros, y no existe un mecanismo formal para asignar funciones y resolver conflictos del canal.



Sistema horizontal de marketing

En el que dos o más compañías de un mismo nivel se unen para aprovechar una nueva oportunidad de marketing. Al colaborar, las compañías pueden combinar sus recursos financieros, de producción o de marketing para lograr más de lo que cualquier compañía podría lograr sola.



Banamex TE REGALA

50%

EN TAQUILLA  **Cinépolis.**

DE DESCUENTO

Con Débito Banamex transforma tu dinero en algo más divertido.

CELEBRANDO

CON 

GANA MILLONES EN AGUINALDO \$*

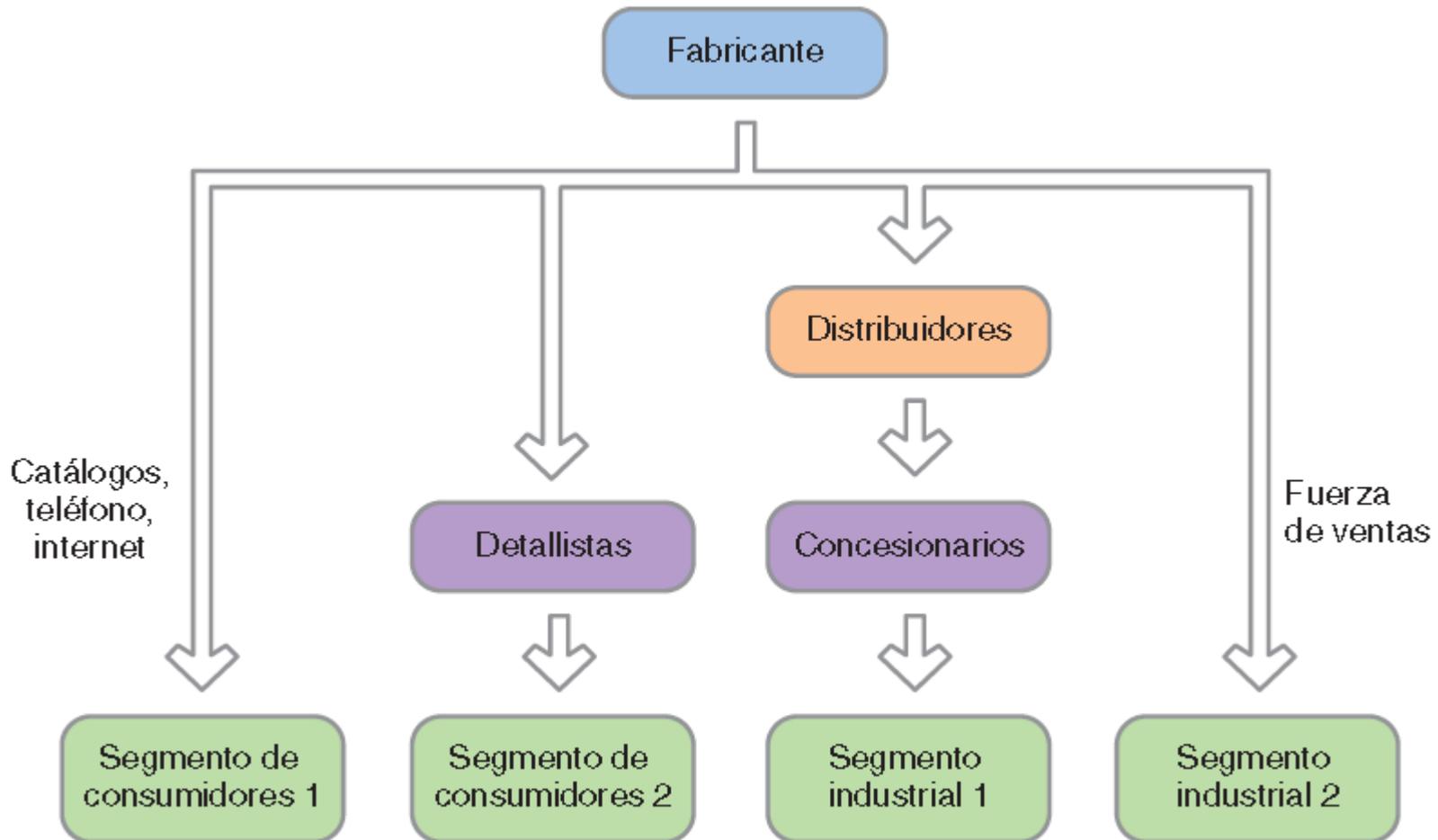


Y obtén 2x1 en 

COME BIEN

sistemas de distribución

Multicanal, también conocidos como *canales híbridos de marketing*. Este tipo de *marketing multicanal* tiene lugar cuando una sola compañía establece dos o más canales de marketing para llegar a uno o más segmentos de clientes. El uso de sistemas multicanal ha aumentado considerablemente en años recientes.



- **Evitar problemas de desintermediación:** El sitio web de Black & Decker proporciona información detallada sobre sus productos, pero no los vende ahí. Black & Decker lo refiere a usted hacia los sitios web de las tiendas y los revendedores.

Customer Center | Projects | Parts | News | New Products | Product Registration | Where To Buy | Contact Us | Home

BLACK & DECKER Search [] Sign Up For News Enter your email []

Powerful Solutions- Join Now Member Login

Power Tools Lasers & Sensors Outdoor Cleaning Appliances & Housewares Painting & Crafts Storage

Innovation. Performance. Quality.

Black & Decker Global Choose Country []

BE PREPARED!
- BEFORE & AFTER THE STORM
ENTER TO WIN!

STORM STATION ALLIGATOR LOPPER™ BLOWER VAC

FEATURED PRODUCTS

AutoTape™ 25' Powered Tape Measure
Extend and retract with the push of a button for one handed operation and ease of use
[\[More Info\]](#)

Alkaline Powered Kitchen Scrubber
Compact design allows you to get closer to your cleaning task
[\[More Info\]](#)

Leaf Hog High Performance Blower Vac
Powerful 230 MPH blow speed allows more power for removing matted leaves and blowing large piles of leaves
[\[More Info\]](#)

Storm Station All In One Rechargeable Power/Radio/Light
Life goes on when the power goes out
[\[More Info\]](#)

Product demonstration videos
See All Videos

Customer Center | Projects | Parts | News | New Products | Product Registration | Where To Buy | Contact Us | Home

BLACK & DECKER Search [] Sign Up For News Enter your email []

Powerful Solutions- Join Now Member Login

Power Tools Lasers & Sensors Outdoor Cleaning Appliances & Housewares Painting & Craft Storage

WHERE TO BUY You Are Here: > Where To Buy

Convenient, Fast & Easy
WHERE TO BUY BLACK & DECKER

Experience power, innovation and quality with tools from Black & Decker. If you need to buy power tools or other Black & Decker products, we provide listings for in-store or online purchases. Choose from many leading retailers whether you go to the store or buy online tools. Black & Decker provides quality products to you. When you buy online tools, you can be sure you're purchasing a quality product that is durable & lasts throughout any project. Learn where to buy below.

BUY ONLINE

[easysolutions.com](#) [amazon.com](#)
[dollarstore.com](#) [LOWE'S](#)
[sears.com](#) [THE HOME DEPOT](#)
[Tyler Tool Online Store](#) [Walmart.com](#)
[LINENS+THINGS](#) [TARGET](#)
[K](#) [BLACK & DECKER](#)

LOCATE A STORE

[THE HOME DEPOT](#) [WAL-MART](#)
[LOWE'S](#) [SEARS](#)
[KOHL'S](#) [TARGET](#)
[ACE](#) [MENARDS](#)
[BED BATH & BEYOND](#) [Doll Best](#)
[FARM & HOME](#) [Frod Meyer](#)
[BI'S](#) [MEIJER](#)
[True Value](#) [K](#)

View Canadian Retailers

SUBMIT AN INVENTION

NEW TOOLS

FIN