

La distribución y sus distintos tipos.

La distribución consiste en trasladar el producto terminado desde la fábrica hasta el consumidor. Esto implica poner los productos a disposición de los consumidores con los servicios requeridos y en la cantidad, lugar y momento adecuados, lo que aumenta el valor de los mismos.

Un canal de distribución está constituido por el conjunto de intermediarios que hacen llegar los productos desde su origen o centro de producción hasta el consumidor final.

Los intermediarios pueden ser mayoristas o minoristas, según la posición que ocupan en el canal de distribución. Los mayoristas compran a los fabricantes (o a otros mayoristas) para vender posteriormente a los minoristas; se caracterizan por no vender al consumidor final y porque suelen vender en grandes cantidades o "al por mayor" (de ahí su nombre). Los minoristas adquieren sus productos a los fabricantes o mayoristas para venderlos a los consumidores; por tanto, son los únicos que venden al consumidor final y en pequeñas cantidades, "al por menor" o "al detalle", por eso se llaman minoristas o detallistas.

En función del número de intermediarios, el canal de distribución puede ser:

Canal largo. Está formado por dos etapas o más, y en él intervienen como mínimo un mayorista y un minorista que conectan al fabricante con el consumidor. Son canales típicos de los productos de consumo masivo o de compra frecuente {alimentos, productos de limpieza}, que requieren la presencia del producto en el mayor número posible de puntos de venta o en productos comercializados en espacios geográficos grandes.

Canal corto. Tiene sólo una etapa con un único intermediario (minorista) entre el fabricante y el consumidor. Es habitual en la distribución de productos de consumo duradero, como electrodomésticos, coches, etc.

Canal directo. Es aquel en el que no existen intermediarios y, en consecuencia, el fabricante asume la función de distribución. Son habituales en los mercados industriales {de empresa a empresa} y en el sector servicios, en el que no suele haber otra posibilidad que la distribución directa.

Desde otro punto de vista, los intermediarios o distribuidores pueden ser: organizaciones independientes del fabricante (canal externo); delegaciones comerciales de los propios fabricantes para la distribución y venta de sus productos (canal propio); o franquicias mediante un acuerdo de distribución con los proveedores .

