

1.2. TIPOS Y NIVELES DE CANALES

TIPOS DE CANALES

La clasificación de los diferentes canales de distribución que se emplean usualmente, parte de la premisa de que los productos de consumo (aquellos que los consumidores finales compran para su consumo personal) y los productos industriales (aquellos que se compran para un procesamiento posterior o para usarse en un negocio) necesitan canales de distribución muy diferentes; por tanto, éstos se dividen en primera instancia.

La longitud de un canal de distribución está en relación con el número de intermediarios que lo integran, así puede hablarse de canales cortos, canales largos, o incluso canales directos.

1. Canal largo es el que está formado por un número elevado de intermediarios y en él intervienen como mínimo el fabricante, un mayorista, un minorista y -el consumidor.

2. Canal corto es aquel que tiene pocos intermediarios, generalmente se suprime el mayorista y se constituye por el fabricante, detallista y consumidor.

Canal directo es el que carece de intermediarios, lo que supone la relación directa entre el productor y el consumidor.

1.2.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN CONSUMO

Es hacer llegar los productos perecederos por diversos canales de distribución hacia las manos de los consumidores de manera fácil y rápida.

Los Canales para productos de consumo se dividen a su vez en cinco tipos que se consideran los más usuales:

a) **Canal directo (Productor - consumidor):** El canal más breve y simple para distribuir bienes de consumo y no incluye intermediarios.

b) **Canal detallista (Productor - detallista - consumidor):** Muchos grandes detallistas compran directamente a los fabricantes y productores agrícolas.

c) **Canal mayorista (Productor- mayorista- detallista- consumidor):** Único canal tradicional para los bienes de consumo.

d) **Productor - agente - detallista - consumidor:** En vez de usar a mayoristas, muchos productores prefieren servirse de agentes intermediarios para llegar al mercado detallista, especialmente a los detallistas a gran escala.

e) **Canal agente/intermediario (Productor - agente - mayorista - detallista - consumidor):** Los fabricantes a veces recurren a agentes intermediarios quienes a su vez usan a mayoristas que venden a las grandes cadenas de tiendas o a las tiendas pequeñas.

1.2.2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN INDUSTRIAL

Es cuando se dispones de diversos canales para llegar a las organizaciones que incorporan los productos a su proceso de manufactura u operaciones.

Los productos industriales tienen una distribución diferente de las de los productos de consumo y emplean cuatro canales que son:

a) **Canal directo (Productor - usuario industrial):** Representa el volumen de ingresos más altos en los productores industriales que cualquier otra estructura de distribución. (Fabricantes e instalaciones como aviones).

b) **Distribuidor industrial (Productor - distribuidor industrial - usuario industrial):** Los fabricantes de suministros de operación y de pequeño equipo accesorio frecuentemente recurren a los distribuidores industriales para llegar a sus mercados (fabricante de materiales de construcción y de aire acondicionado).

c) **Canal agente/intermediario (Productor-agente-usuario industrial):** Es un canal de gran utilidad para las compañías que no tienen su departamento de ventas (si una empresa quiere introducir un producto o entrar a un mercado nuevo tal vez prefiera usar agentes y no su propia fuerza de ventas.

d) **Canal Agente/intermediario - distribuidor industrial (Productor - agente - distribuidor industrial - usuario industrial):** Se emplea cuando no es posible vender al usuario industrial directamente a través de los agentes. La venta unitaria puede ser demasiado pequeña para una venta directa o quizás se necesita inventario descentralizado para abastecer rápidamente a los usuarios.

1.2.3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE SERVICIOS

La naturaleza de los servicios da origen a necesidades especiales en su distribución. Y se pueden dar de dos formas:

Una es que el servicio se aplique al demandante en el momento de producirse.

a) **Productor - consumidor:** Dada la intangibilidad de los servicios, el proceso de producción y la actividad de venta requiere a menudo un contacto personal entre el

productor y el consumidor, por lo tanto, se emplea un canal directo (atención médica, corte de pelo)

b) **Productor - agente - consumidor:** No siempre se requiere el contacto entre el productor y el consumidor en las actividades de distribución. Los agentes asisten al productor de servicios en la transferencia de la propiedad u otras funciones conexas. (Agencia de viajes, alojamiento).

NIVELES DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El fabricante y el consumidor final son parte de cada canal. Utilizaremos el número de niveles de intermediarios para designar la longitud de un canal.

Los canales de mercadeo se pueden caracterizar por el número de niveles de canal. Cada intermediario que realiza el trabajo de acercar el producto y su título al comprador final constituye un nivel de canal.

Utilizaremos la cantidad de niveles de intermediarios para asignar la longitud del canal.

Un canal nivel cero (o canal de mercadeo directo) consiste en un fabricante que vende de manera directa al consumidor final. (Puerta a puerta, demostraciones en casa, a vuelta de correo, telemarketing, venta por televisión, y tiendas de propiedad del fabricante)

Un canal de un nivel, contiene un intermediario de ventas, como un detallista.

Un canal de dos niveles contiene dos intermediarios, un mayorista y un detallista.

Los canales de mercadeo de nivel cero, uno y dos, son muy comunes en los canales de mercadeo industriales. Se pueden encontrar hasta seis niveles