

Presentación: Comercialización de Producto

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Es el aspecto de la mercadotecnia más vago y, por esa razón, el más descuidado.

A pesar de ser un aspecto poco favorecido en los estudios, la comercialización es parte vital en el funcionamiento de una empresa.

Se puede producir el mejor artículo en su género y al mejor precio, pero si no se tienen los medios para hacerlo llegar al consumidor en forma eficiente, esa empresa irá a la quiebra.

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar.

Normalmente ninguna empresa está capacitada, sobre todo en recursos materiales, para vender *todos* los productos directamente al consumidor final.

Éste es uno de los males necesarios de nuestro tiempo: los **intermediarios**.

Hay dos tipos de intermediarios: los comerciantes y los agentes.

Entre el productor y el consumidor final existen varios intermediarios, cada uno con ganancia de 25 a 30% del precio de adquisición del producto.

Algunos de los beneficios que los intermediarios aportan a la sociedad son:

- ⇒ Asignan a los productos el sitio y el momento oportunos para ser consumidos adecuadamente.
- ⇒ Concentran grandes volúmenes de diversos productos y los distribuyen haciéndolos llegar a lugares lejanos.
- ⇒ Salvan grandes distancias y asumen los riesgos de la transportación.
- ⇒ Conocen los gustos del consumidor.
- ⇒ Son los que verdaderamente sostienen a la empresa al comprar grandes volúmenes.
- ⇒ Promueven las ventas al otorgar créditos a los consumidores y asumir el riesgo de cobro.

Presentación: Comercialización de Producto

Canales de distribución y su naturaleza

- ⇒ Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales.
- ⇒ El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista.
- ⇒ Existen dos tipos de productores claramente diferenciados: los de consumo en masa y los de consumo industrial.

Canales para productos de consumo popular

- ⇒ Productores-consumidores: Este canal es la vía más corta, simple y rápida.
- ⇒ Productores-minoristas-consumidores: Es un canal muy común, y la fuerza se adquiere al entrar en contacto con más minoristas.
- ⇒ Productores-mayoristas-minoristas-consumidores: El mayorista entra como auxiliar al comercializar productos más especializados.
- ⇒ Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores: Canal más indirecto, es el más utilizado por empresas que venden sus productos a cientos de kilómetros de su sitio de origen.

Canales para productos industriales

- ⇒ Productor-usuario industrial: Es usado cuando el fabricante considera que la venta requiere atención personal al consumidor.
- ⇒ Productor-distribuidor industrial-usuario industrial: El distribuidor es el equivalente al mayorista.
- ⇒ Productor-agente-distribuidor-usuario industrial: Se usa para realizar ventas en lugares muy alejados.

Es conveniente destacar que todas las empresas utilizan siempre más de un canal de distribución.