

Impulso multicanal de productos alimenticios

Síntesis: Canales de venta, disposición de productos para clientes



La gestión comercial de productos alimenticios exige cada vez más a las empresas que se concentren en su actividad, buscando garantizar su calidad e idoneidad en el suministro a los mercados donde operan, por lo cual el crecimiento y expansión se basa en delegar ahora la distribución de los productos a terceros, empresas o personas especializadas en este ejercicio, lo que en consecuencia hará que las empresas aumenten su productividad.

El siguiente mapa integra los criterios y especificidades de los conocimientos expuestos en el presente componente formativo.

