

UNIVERSIDAD DE GRANADA

Tema 6: El comercio mayorista

© Guillermo Maraver Tarifa Universidad de Granada

Grado en Marketing e Investigación de Mercados Distribución Comercial 1

Objetivos Tema 6



- Conocer la naturaleza y las funciones de los mayoristas en el canal de comercialización.
- Conocer los diferentes tipos de mayoristas comerciales y valorar los servicios que proporcionan a sus clientes y proveedores.
- 3. Analizar las principales estrategias de las empresas mayoristas.

Tema 6: El comercio mayorista



Tema 6: El comercio mayorista

Bibliografía:

- Martínez, F.J. y Maraver, G.(2009): Distribución Comercial, Ed. Delta Publicaciones, Capítulo 7, pg. 254-304.
- Maraver Tarifa, G. (Coord.) (2005): Distribución Comercial, Editorial UOC.
- Molinillo, S. (2012): Distribución comercial aplicada, Edito<mark>rial Esic,</mark> Capítulo 9, pp. 452-499.
- Vázquez, R. y Trespalacios, J. (2006): Estrategias de Distribución Comercial: Diseño del canal de distribución y relación entre fabricantes y detallistas, Editorial Thomson.
- Díez de Castro, E. (2004): Distribución Comercial, 3ª Edición, Ed. Mc Graw Hill, Capítulo 6.
- Stern, Louis; El-Ansary, Adel; Coughlan, Anne y Cruz, Ignacio. (1999).

 Canales de Comercialización. Prentice Hall. España.

 Naturaleza y funciones de la distribución mayorista.

Naturaleza del comercio mayorista

El comercio mayorista es aquel cuya actividad exclusiva o principal consiste en la reventa de mercancías a comerciantes (detallistas o mayoristas), a transformadores, a usuarios profesionales (incluidos los artesanos) o a otros grandes usuarios" (Clasificación Nacional de Actividades Económicas, CNAE)





Naturaleza y funciones de la distribución mayorista.

Funciones del comercio mayorista



1. Naturaleza y funciones de la distribución mayorista.

Funciones del comercio mayorista

Funciones para el productor: Funciones para el cliente: ✓ Cobertura del mercado ✓ Contactos de venta ✓ Procesamiento de pedidos ✓ Mantenimiento de inventario ✓ Información sobre el mercado ✓ Apoyo al cliente ✓ Financiación ✓ Acciones de comunicación

- ✓ Accesibilidad del producto
- ✓ Disponibilidad del producto
- División del stock
- √ Creación de surtido y conveniencia
- ✓ Crédito y financiación
- ✓ Servicio al cliente
- ✓ Asesoramiento y apoyo técnico

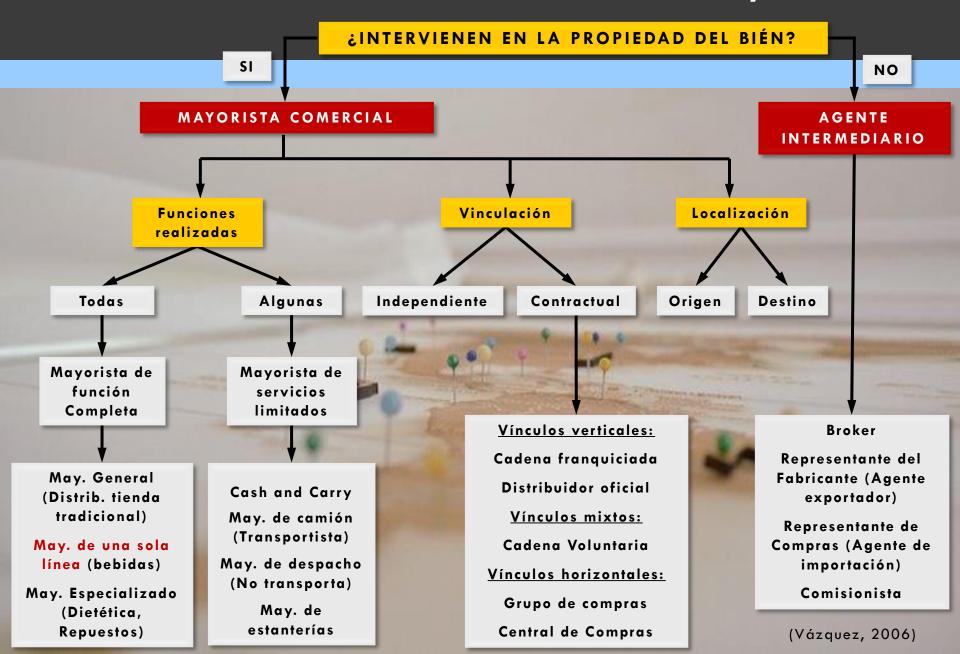


NO CONTRACTOR OF THE PARTY OF T	Productos comercializados (CNAE-2009)	46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas
		461 Intermediarios del comercio
		462 Comercio al por mayor de materias primas agrarias y de animales vivos
		463 Comercio al por mayor de productos alimenticios, bebidas y tabaco
		464 Comercio al por mayor de artículos de uso doméstico
		465 Comercio al por mayor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones
		466 Comercio al por mayor de otra maquinaria, equipos y suministros
		467 Otro comercio al por mayor especializado
4		468 Comercio al por mayor no especializado
A STATE OF	Propiedad del producto	 Comerciante mayorista. Agente intermediario (broker, comisionista y agente comercial o representante).
	Localización en el mercado	 Mayorista en origen. Mayorista en destino.
188	Especialización	 Especialización en el producto (generales, especializados)) Especialización en las funciones (Mayorista de función amplia; Mayorista de función reducida (cash and carry, mayorista en camión, mayorista de despacho y mayorista de estantería).
N. Sections	Según la tecnología o sistema utilizado en la venta	 Mayorista tradicional. Mayorista de autoservicio. Mayorista de venta a distancia.
And designation of the last	Según la vinculación con otros agentes del canal	 Mayorista independiente. Mayorista distribuidor oficial o autorizado. Mayorista socio de central de compras y de agrupaciones de compras. Mayorista cabeza de cadena de distribución (cadena voluntaria y cadena franquiciada).

Grupo 46. Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas:

- 461. Intermediarios del comercio.
- 462. Comercio al por mayor de materias primas agrarias y de animales vivos.
- 463. Comercio al por mayor de productos alimenticios, bebidas y tabaco.
- 464. Comercio al por mayor de artículos de uso doméstico.
- 465. Comercio al por mayor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- 466. Comercio al por mayor de otra maquinaria, equipos y suministros.
- 467. Otro comercio al por mayor especializado.
- 468. Comercio al por mayor no especializado.



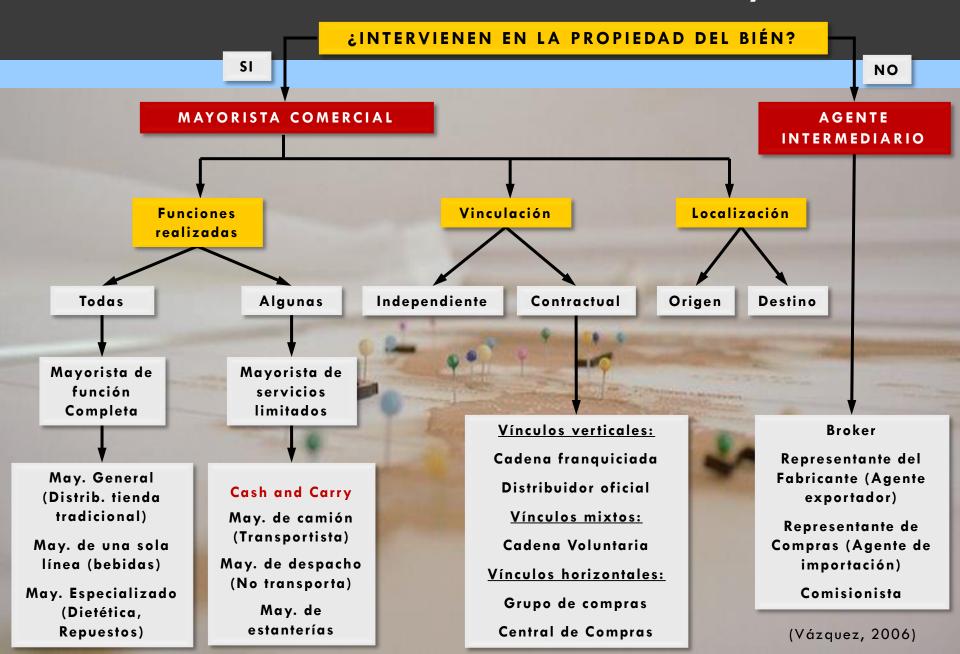


SERVICIOS

EMPRESAS







Links

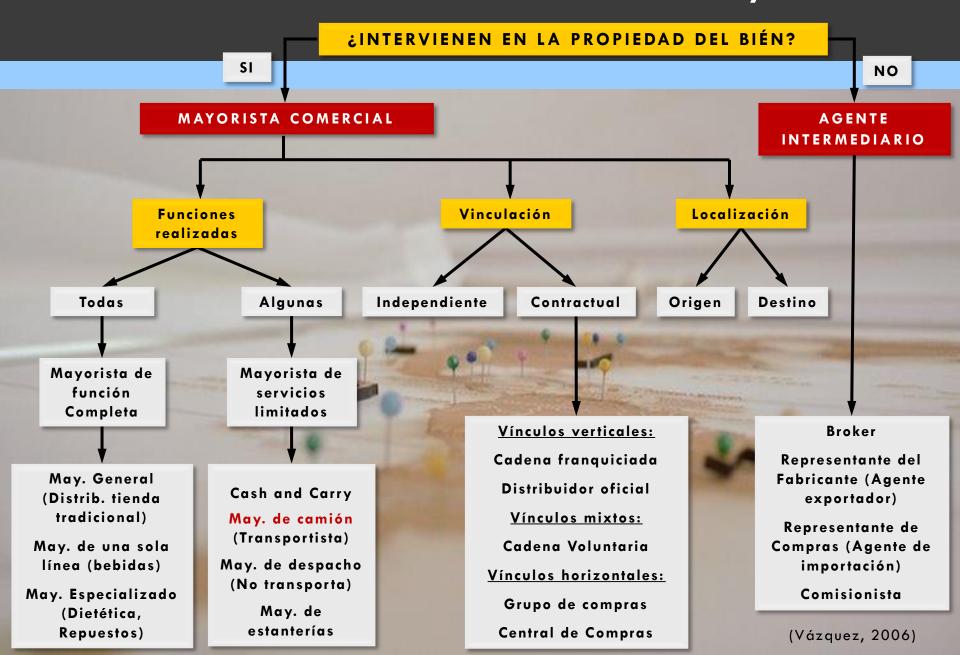
METRO AG











Llámenos: US: (786) 219 1010 / Col: +57 (1) 50.85.125 / Vzla: +58 (241) 774 2216







"TENEMOS TODO MENOS GASOLINA"

Inicio

Nosotros

Marcas v

Productos v

Envío Puerta a Puerta

Cotización

TENEMOS

Todo en repuestos para su camión

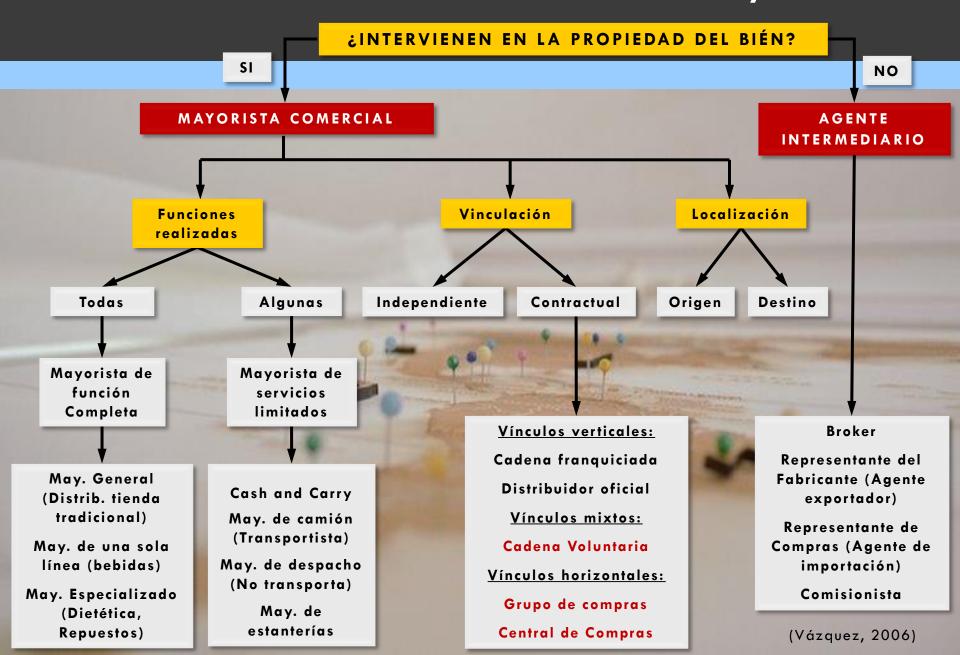
ver más













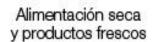


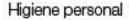
























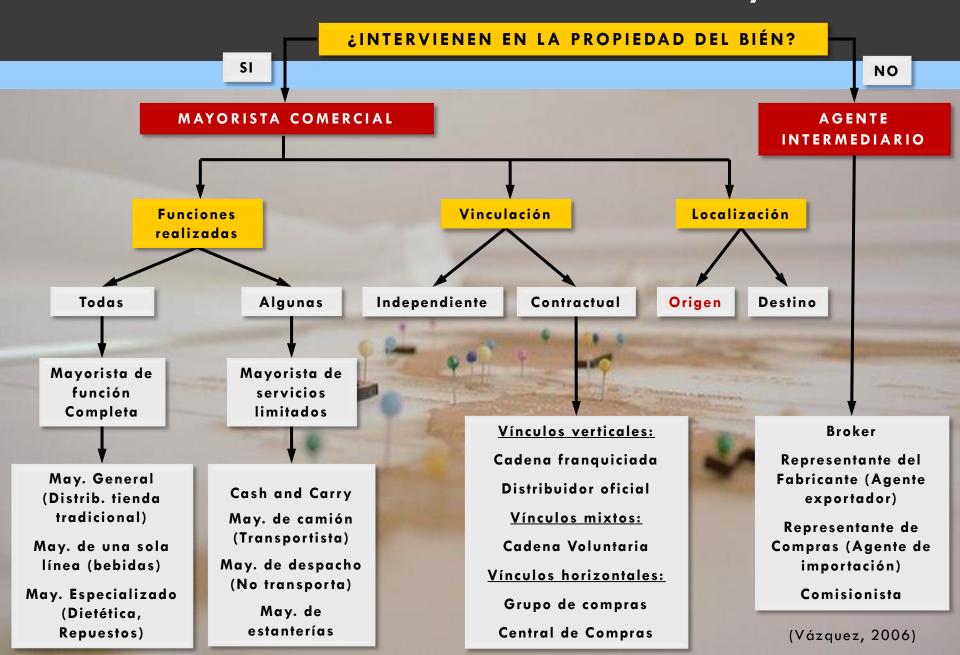
Alimento mascotas

Canal mayorista y Cash & Carry

Alimentación Premium

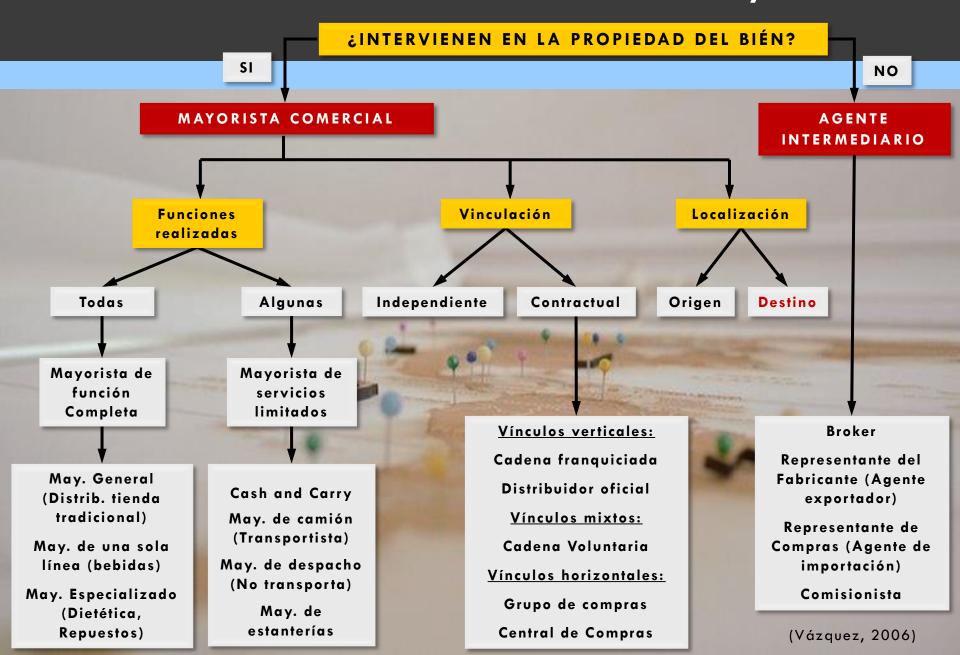
















EMPRESA NACIONAL MERCASA.

e-mail: mercasa@mercasa.es Tel:(34) 913.500.609 P° de la Habana, 180, 28036 Madrid. Fax: (34) 913,504,790























MERCAGRANADA

EL MERCADO TRADICIONAL
DE GRANADA

Quiénes somos

Cómo llegar

Plano

Sectores/Empresas

Estadísticas

Publicaciones

Noticias

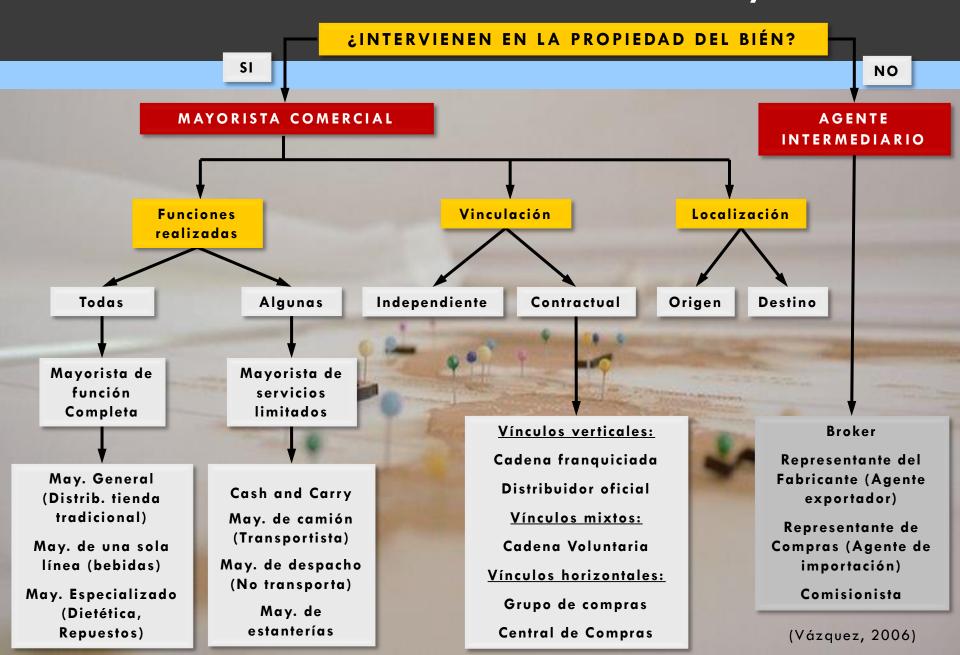
Búsqueda



Abrimos en breve ...

Comercio Online fácil y seguro

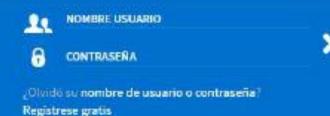
info@mercagranada.com



3. Opciones estratégicas para la empresa comercial mayorista.

- 1. Asunción de funciones correspondientes a otros niveles del canal.
- 2. Estrategias de integración y de alianzas entre mayoristas.
- 3. Importancia del capital humano.
- 4. Estrategias de diferenciación.
- 5. Impacto de internet y del comercio electrónico en la actividad mayorista.
- 6. Tendencia a la especialización:
 - Por productos (ferretería, discografía, menaje, etc.)
 - Por grupos de clientes (BRACAFE: distribuidor de cafés de Brasil)
 - Por marcas de fabricante: industria cervecera, vinícola (Bodegas Faustino).
 - Por marcas propias (PRADSA: prendas infantiles y juveniles, marca Schuss)

www.aftgrupo.com/?gclid=CjwKEAjw_6XIBRCisIGIrJeQ93p5JAA2cNtMn-N6RB1zHrTAScaM2-58DemIfyspJT9v9vDpGJbZhhoC5IXw_wcB





COMPRA ONLINE

Español

Administración: Logistica y pedidos:

+34 958 208 900 +34 958 208 71 info@aftgrupo.com

INICIO

SERVICIOS -

PRODUCTOS -

MARCAS

CLIENTES -

OUIENES SOMOS

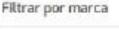
CONTACTO

BUSQUE SU PRODUCTO

INDUSTRIA.









CONSTRUCCION-MADERA

SELLANTES -FIJACION Y TORNILLERIA PINTURAS Y COMPLEMENTOS

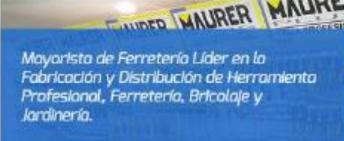
ELECTROPORTATILES Y ACCESORIOS

PROTECCION Y VESTUARIO

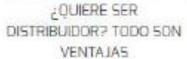
EQUIPOS DE TRABAJO

JARDIN / AGRICULTURA / TREFILADOS

MOBILIARIO JARDIN / PLAYA / CAMPING / PISCINAS







Acceso en condiciones comerciales óptimas a nuestra gama de productos y servicios



MÁS DE 30.000 **ARTICULOS**

Estructurados por famílias adaptados a las necesidades de usuario más exigente.



SU FERRETERÍA A MEDIDA

Diseñamos y creamos su establecimiento aprovechando al máximo el espacio y recursos disponibles

3. Opciones estratégicas para la empresa comercial mayorista.

- 1. Asunción de funciones correspondientes a otros niveles del canal.
- 2. Estrategias de integración y de alianzas entre mayoristas.
- 3. Importancia del capital humano.
- 4. Estrategias de diferenciación.
- 5. Impacto de internet y del comercio electrónico en la actividad mayorista.
- 6. Tendencia a la especialización:
 - Por productos (ferretería, discografía, menaje, etc.)
 - Por grupos de clientes (BRACAFE: distribuidor de cafés de Brasil)
 - Por marcas de fabricante: industria cervecera, vinícola (Bodegas Faustino).
 - Por marcas propias (PRADSA: prendas infantiles y juveniles, marca Schuss)



English / français / Catalá

3. Opciones estratégicas para la empresa comercial mayorista.

- 1. Asunción de funciones correspondientes a otros niveles del canal.
- 2. Estrategias de integración y de alianzas entre mayoristas.
- 3. Importancia del capital humano.
- 4. Estrategias de diferenciación.
- 5. Impacto de internet y del comercio electrónico en la actividad mayorista.
- 6. Tendencia a la especialización:
 - Por productos (ferretería, discografía, menaje, etc.)
 - Por grupos de clientes (BRACAFE: distribuidor de cafés de Brasil)
 - Por marcas de fabricante: industria cervecera, vinícola (Bodegas Faustino).
 - Por marcas propias (PRADSA: prendas infantiles y juveniles, marca Schuss)

ino

INICIO ENOTURISMO NUESTROS VINOS HISTORIA LA BODEGA VINEDOS VIDEO BLOG



RUPO FAUSTINO SE POSICIONA



3. Opciones estratégicas para la empresa comercial mayorista.

- 1. Asunción de funciones correspondientes a otros niveles del canal.
- 2. Estrategias de integración y de alianzas entre mayoristas.
- 3. Importancia del capital humano.
- 4. Estrategias de diferenciación.
- 5. Impacto de internet y del comercio electrónico en la actividad mayorista.
- 6. Tendencia a la especialización:
 - Por productos (ferretería, discografía, menaje, etc.)
 - Por grupos de clientes (BRACAFE: distribuidor de cafés de Brasil)
 - Por marcas de fabricante: industria cervecera, vinícola (Bodegas Faustino).
 - Por marcas propias (PRADSA: prendas infantiles y juveniles, marca Schuss)



















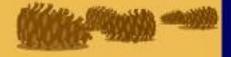








COLECCIÓN otoño-invierno



MINISCHUSS

SCHUSSKID

SCHUSSJUNIOR

Marca de prestigi en prendes infantils en estil sport wear i classic, propietat de PRAD S.A. i amb presencia en el mercat des de l'any 1954. Schuss presenta anualment un total de 5 coleccions Primavera Estiu i 3 de Tardor-Hivern formades de prendes exteriors infantils des de nens acabats de neixer fins a 16 anys.

PRESENTACIO CAT ESP ING >



PRAD S.A. Marconi, 124 08224 Terrassa (BCN-SPAIN) Tel 93 733 65 70 Fax. 93 789 27 21

Servicio de atención al cliente: Tel. 900 124 125 Fax. 34 93 789 27 21

FORMULARIO

Web optimitada a 800x600 pixets. Visualització óptima a millions de colors. Netscape 4.5 / Explorer 4.5 a superiors. Descrinegar flash player 6.0 agus, Web creada i disservada per 165 disserv.com









BIENVENIDO A GTI. MAYORISTA DE DISTRIBUCIÓN DE INFORMÁTICA



Soluciones Symantec: Asegurando la Empresa

ENTRAR »



<u>La nueva campaña de GTI para fin de año</u>



Ahorro de hasta un 30% con las nucyas promociones fin de año de VERITAS. <u>Infórmate</u>



<u>Kit de Autoformación McAfee</u>

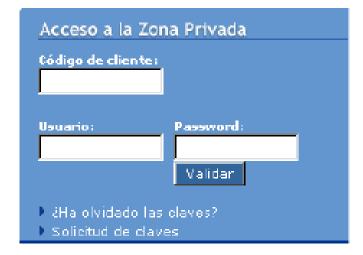
<u>CanalPyme</u> para convertirte en un **experto** en Soluciones de Seguridad

Antivirus



Y comprando el Kit, asiste a las Jornadas McAfee CanalPyme University

i i por la mitad de precio !!! más información de estas jornadas



Ventajas de ser Usuario

- Acceso al catálogo de productos:
- Pedidos on-line
- Ofertas exclusivas.
- Selecciones.
- Acceso a su cuenta.
- Servicios an-line

ÚLTIMAS NOTICIAS

Consulte la agenda de los próximos EVENTOS





Info-Tools

- Suscripción
- Ültima bolefin.
- Cancelar subscripción

ARJETAS a todo color printum

Información

- Noticias del sectori
- Ferroforma 'D2 NI Poster Calendario 2003
- Notas de Prensa :
- Concursos Públicos
- Buscar noticias:

Buscarl

Últimas noticias Más... Emdar

Buscar por categorías:

Añadir Web - Top 10

– Categorías –

06/11/2002 B&O acelera su expansión en el Reino Unido

DB/11/7007 Stanley Ibérica pone en marcha el programa.

Preview Dealer Club

06/11/2002 La tacturación de Sandvik en el Ber cuatrimestre

aumentő un 1%.

Q5/11/2002 Home Deppt estudia entrar en Europa.

El Sector Opina...

¿Cree que el mercado del bricolaje en España está en

oreoimiento? C \sim

 CL_{No}

_ & X

Mei lesultados....

Empresasi

- Ferreteria más próxima:
- Mavorista más próximo Buscador Distribuidores
- Brico Internacional NI
- Añadir Empresal
- Modificar o borrar dates
- Riesgo comercial.

Catálogo

- Alta Serv. Datálogo N!
- Adm. Catálogo.

Multistock

- <u>Ver Stades</u>
- Añadir Stocks
- Buscar stode

Buscarl

i Los mejares productos al mejor precio! Escaparate

Lámpara luz fría

Descripción: Lámpara de luz fria: ideal taller.

l Más info l

I ver detalles I

2055-SL Descripción:

Juego 94. PIAE

ver detalles i

I Má∈ info]

Descripción:

Technology 186

Inverter profesional 150 Amp.

[ver detalles]

[Más Info]

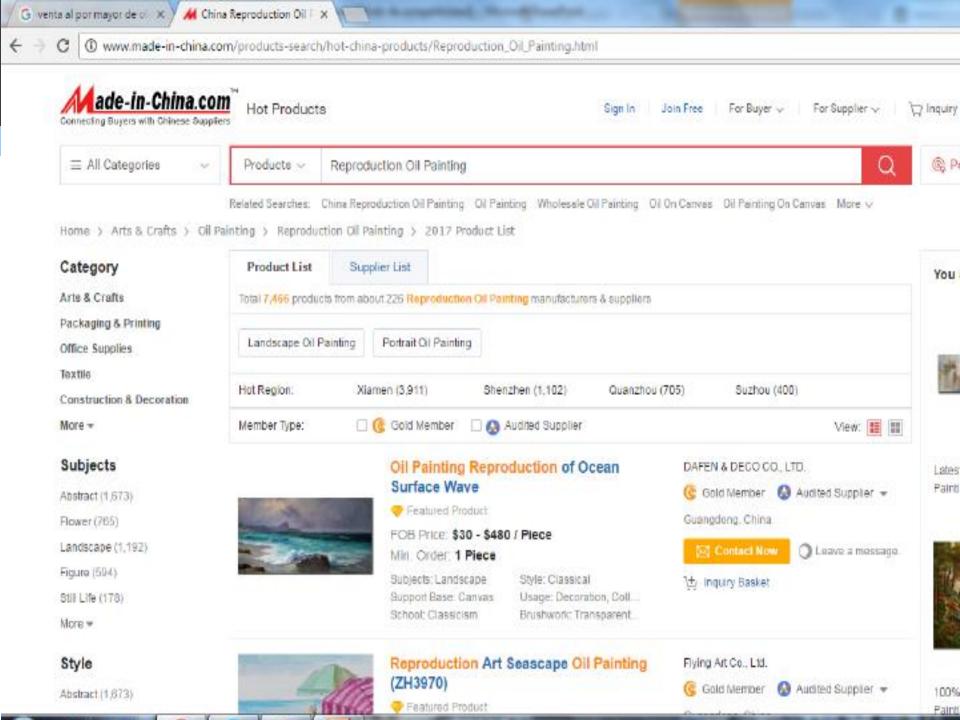


Ver más productos....

















SOME PAGE / PRINCIPAL

A B O L T U S

QUIENES SOMOS

PRODUCTS & BRANDS

PRODUCTOS & MARCAS

CONTACT US

E - MAIL

CASIO.



Franklin







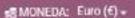
ort. Casio, Speedo, ...

Import-Export Company and Wholesaler of Wrist Watches and Consumer electronics

Casio, Speedo, Aiwa, Philips, ...

Importador-Exportador Mayorista de Reloies de nuisera y • www.hhg.es/home.aspx?gclid=CjwKEAjw_6XIBRCisIGIrJeQ93oSJAA2cNtMw32jpBVwlPvgzImA348sCg-7EEyDG8LwUdXNejilChoCGenw_wc8

CASTELLANO : ENGLISH | FRANÇAIS | PORTUGUES | ITALIANO | DEUTSCH | POLSKI | ROMANIAN | CATALÀ



H.H.G.



Buscar

TOP VENTAS

VESTIDOS

BLUSAS

FALDAS

COMPLEMENTOS

MONOS

PANTALONES





Bienvenidos



www.computing.es/mercado-ti/noticias/1005338046401/mymarketplace-mercado-virtual-privado-asp.1.html

ENCUENTROS | WHITEPAPERS | GUIATIC

NEWSLETTER | SIGUENO:



21:51 - miércolas, 03 de mayo de 2017



INICIO

SEGURIDAD

ANALYTICS

CLOUD

MERCADO TI

MOVILIDAD

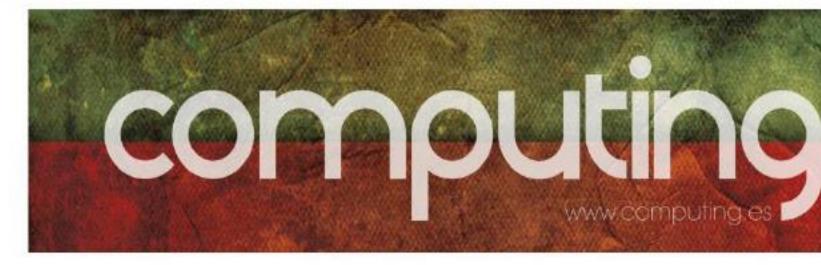
INFRAESTRUCTURAS

MUNDO DIG



Está tu empresa preparada para el Suministro Inmediato de la Información (SII)?

> (9) 11 de Mayo



NOTICIAS > MERCADO TI

MyMarketPlace, un mercado virtual privado ASP

MyMarketPlace anuncia la disponibilidad de sus servicios para empresas y proveedores en un en

aun reproduce en Internet al procese típico de perociación de compra de productos y corvicios



UNIVERSIDAD DE GRANADA

Tema 6: El comercio mayorista

© Guillermo Maraver Tarifa Universidad de Granada

Grado en Marketing e Investigación de Mercados Distribución Comercial 1