

EL E-COMMERCE Y LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

JHIMY WALTER
SHUAN PEREZ

E-COMMERCE

¿QUÉ ES?

Es la compra y venta de bienes y servicios a través de internet.

TIPOS

BSC	Empresa vende al consumidor final.	Falabella
B2B	Comercio entre empresas.	Nvidia
C2C	Consumidores venden a otros.	Facebook Marketplace
C2B	El consumidor ofrece productos o servicios a empresas.	Pinterest
B2G	Empresas que venden al gobierno.	Software



INTRODUCCIÓN A CANALES DE COMERCIALIZACIÓN



Las empresas no solo crean productos, también trazan caminos para llevarlos a tus manos. Por eso existen los canales de distribución y comercialización, esos puentes invisibles que conectan a fabricantes, tiendas y consumidores.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

¿QUÉ SON?

Es el sistema completo de intermediarios, actividades y personas necesarios para llevar un producto del punto de origen al punto de consumo.

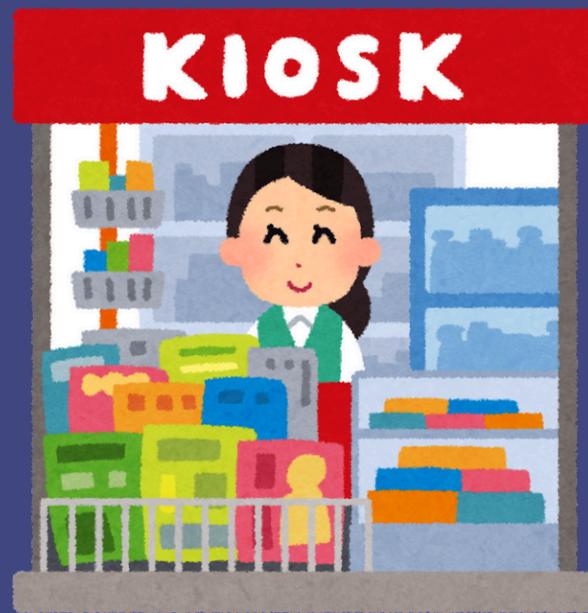


TIPOS DE CANALES DE COMERCIALIZACIÓN



CANAL DIRECTO

El productor vende directamente al consumidor sin intermediarios.



CANAL INDIRECTO

Los fabricantes contratan a intermediarios. Puede ser largo o corto.



CANAL HÍBRIDO

Una marca de moda que vende a través de su tienda online, sus tiendas físicas y marketplaces.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

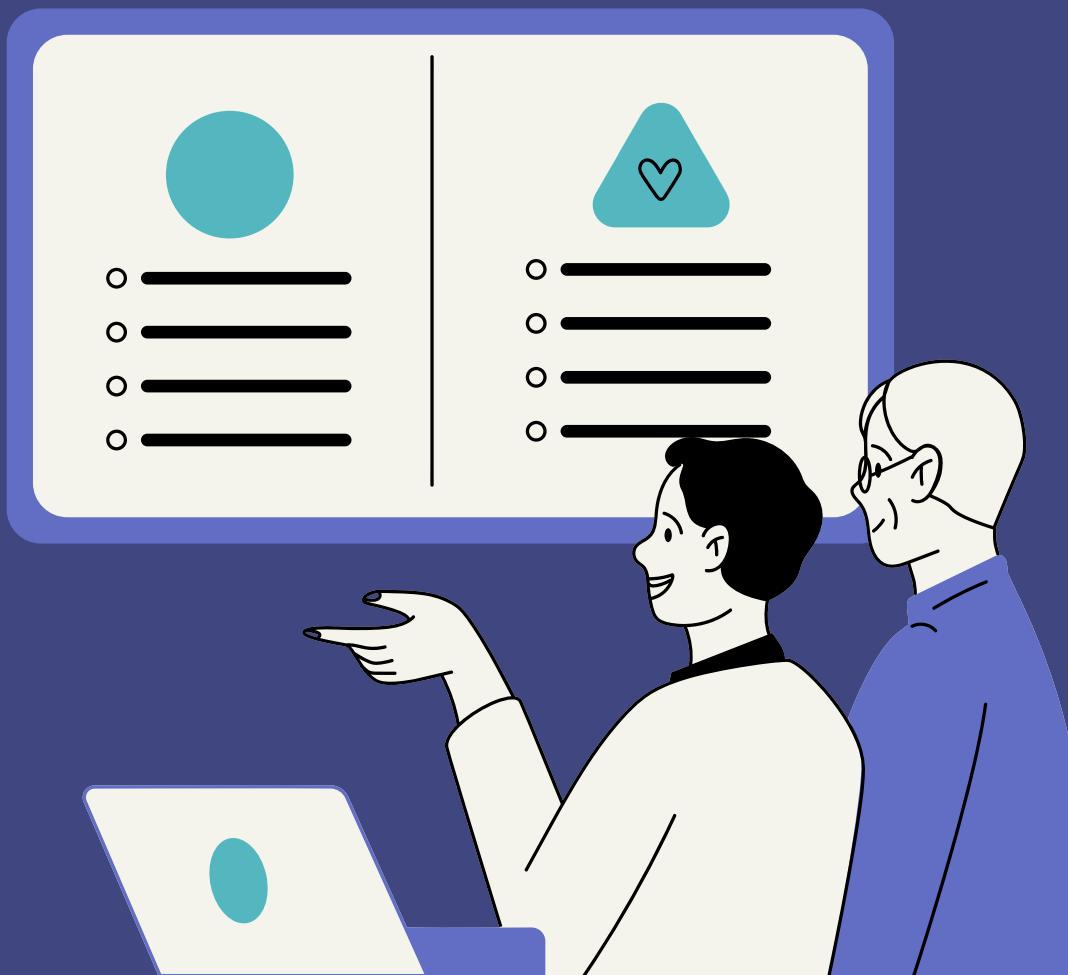
¿QUÉ SON?

Son las estructuras organizadas mediante las cuales los productos o servicios se ponen a disposición del consumidor o usuario final.

Incluyen tanto el flujo físico (transporte, almacenamiento) como el flujo informativo y financiero.



FUNCIONES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Transporte y entrega:
mover productos al
punto de consumo.

Almacenamiento:
mantener inventarios
disponibles.

Promoción y venta:
acercar el producto al
cliente.

Recoger información del
mercado para adaptar las
estrategias comerciales.

IMPACTO DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN LA ERA DEL INTERNET.



MAYOR ALCANCE Y ACCESO AL MERCADO

Ilegar a un
mercado global.



TRANSFORMACIÓN DE LA LOGÍSTICA

centros de
almacenamiento y
distribución más
eficientes y
estratégicamente
ubicados.



MAYOR CONTROL Y RELACIÓN DIRECTA CON EL CLIENTE

relación más cercana
con sus clientes, a
menudo a través de la
gestión de datos,
personalización.

BENEFICIOS DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN ELECTRÓNICOS EN LOS PRODUCTOS INTANGIBLES

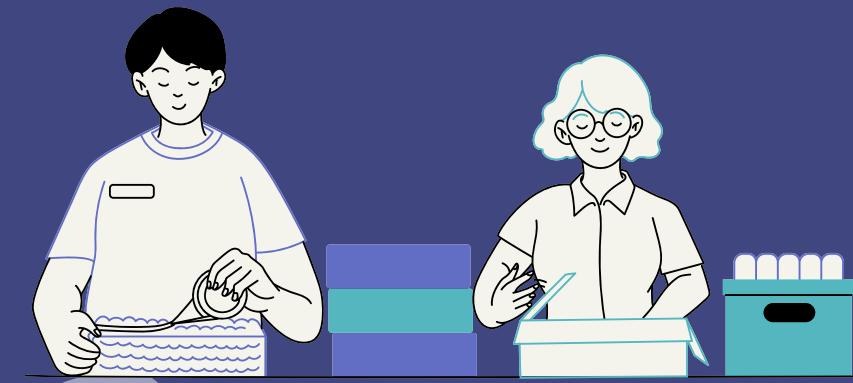
Los canales de distribución electrónicos permiten a los proveedores de servicios contactar directamente a sus consumidores finales a través de una plataforma tecnológica.



BENEFICIOS PARA CLIENTES



ACCESO A
SERVICIOS 24/7



**COMODIDAD Y
RAPIDEZ:
REALIZAN
OPERACIONES
DESDE CASA.**

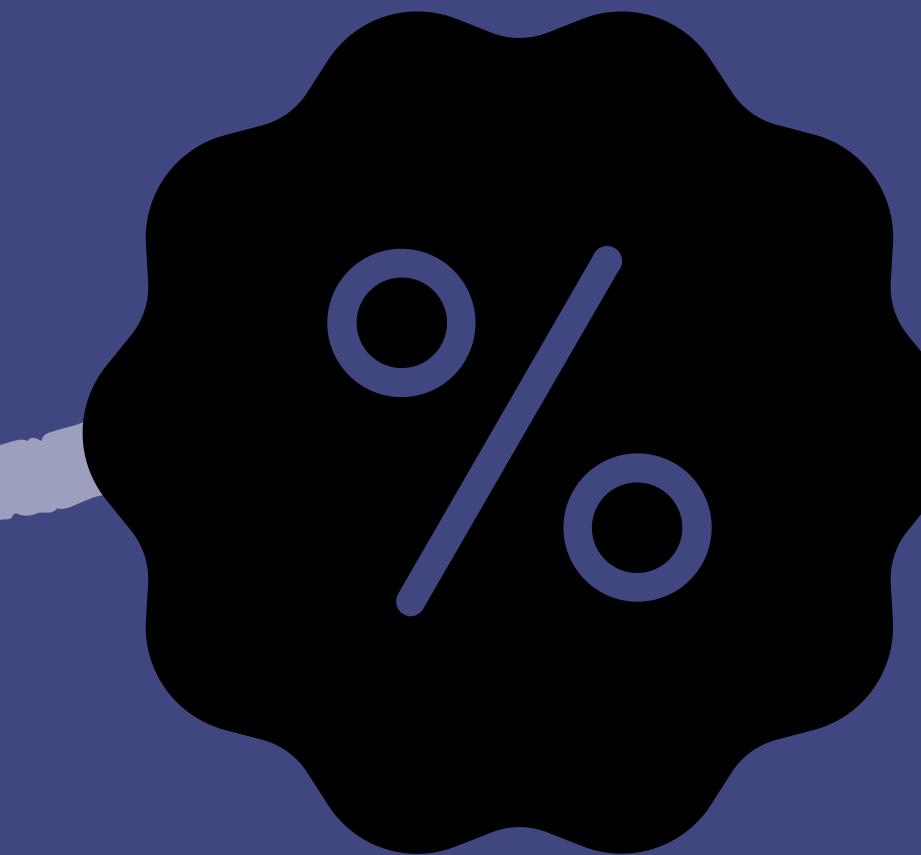


COMPARACIÓN
DE PRECIOS Y
SERVICIOS

BENEFICIOS PARA EMPRESAS



**CONTACTO
DIRECTO CON EL
CLIENTE FINAL (SIN
INTERMEDIARIOS).**



**REDUCCIÓN DE
COSTOS
(ALQUILERES,
PERSONAL,
COMISIONES).**



**MAYOR
FIDELIZACIÓN
MEDIANTE
PLATAFORMAS
SEGURAS Y
PERSONALIZADAS.**



¡GRACIAS!

REFERENCIAS

- Hayes M.,Downie A. (29 de febrero del 2024). E-commerce. IBM. Extraido de: <https://www.ibm.com/mx-es/think/topics/ecommerce>
- Grupo Prom. (9 de mayo del 2025) Extraido de: <https://normas-apa.org/referencias/citar-pagina-web/>
- Regalado O. (8 de agosto de 2012) Extraido de: <https://blogs.gestion.pe/gestiondeservicios/2012/08/beneficios-de-los-canales-de-d.html>