



Responder



El marketing tiene solo una sola función, la organización material del intercambio, o sea organizar solo la distribución de bienes desde el lugar de la producción hasta el lugar de consumo	
Los fabricantes de productos perecederos (productos que tienen fecha de vencimiento) necesitan utilizar canales de distribución cortos y directos	
La tarea de la distribución consiste en lograr que los productos lleguen al consumidor a través de intermediarios	
Los canales de distribución se limitan solo a la distribución de productos durables y no durables	
Todo canal de distribución utiliza solo un intermediario para poder llegar al consumidor final	
Cuando existe una crisis, una de las decisiones de negocios que decide tomar el empresario, es disminuir o eliminar las cadenas de distribución, esto implica que con los intermediarios, también se eliminan las actividades que deben realizarse para llegar al consumidor. Y así salir de la crisis	
La tarea de la distribución consiste en planear, instrumentar y controlar el flujo físico de los materiales y bienes terminados desde el punto de origen hasta su punto de uso, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes, obteniendo una ganancia	
Cuando debo tomar decisiones importantes para modificar el sistema de distribución, y decido incorporar un nuevo canal de venta directa estoy tomando una decisión a nivel Operativo	
En la distribución selectiva los consumidores finales demandan satisfacción inmediata de los Bienes de conveniencia (Caramelos, bebidas, peines, aspirinas, tornillos de ferretería, tintorería, etc) y no prorrogarán compras buscando una marca en particular	