



Responder



<p>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</p>	
<p>Los fabricantes de productos perecederos (productos que tienen fecha de vencimiento) necesitan utilizar canales de distribución cortos y directos</p>	
<p>La tarea de la distribución consiste en lograr que los productos lleguen al consumidor a través de intermediarios</p>	
<p>Los canales de distribución se limitan solo a la distribución de productos durables y no durables</p>	
<p>Todo canal de distribución utiliza solo un intermediario para poder llegar al consumidor final</p>	
<p>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</p>	
<p>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</p>	
<p>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</p>	
<p>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</p>	