

Identificación de los canales de distribución adecuados para el lanzamiento de un nuevo producto de la empresa Vumen.

1. Mariel Paredes Amado

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, mariel.paredes@upaep.edu.mx

2. Dra. Cecilia Isabel Calderón Valencia

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, ceciliaisabel.calderon@upaep.mx

Los canales de distribución van tomando mayor importancia en el ámbito comercial, pues las empresas que no se preocupen por emplear una adecuada distribución, no lograrán una mayor penetración en el mercado. La empresa Vumen comercializa sus productos de tecnología sustentable por medio del e-commerce y ventas directas; sin embargo, con el fin de aumentar su red de distribución y fortalecer o cambiar los canales que ya implementa, se llevó a cabo un benchmarking con el que se obtuvieron datos que ayudaron a identificar los tipos de intermediarios más adecuados, el tipo de distribución más conveniente, los posibles socios comerciales, así como los requerimientos y aspectos económicos y de control que la empresa debe contemplar para generar buenas relaciones comerciales.

El estudio se enfocó en los canales de distribución tradicionales, específicamente al mercado de los detallistas minoristas como tiendas departamentales, supermercados y locales comerciales. Siendo estos últimos en los que se detectó una gran oportunidad de mercado para colocar el nuevo producto de la empresa Vumen.