

Análisis de los canales de Distribución utilizados por comercial el Mayoreo en la ciudad de Estelí en el segundo semestre del año 2019.

López Jiménez Maura Lalezca¹

Castillo Acevedo Massiel Karolina²

Valle Cruz Harley Bismark³

Ramírez Sobalvarro Yasmina⁴

Resumen

La presente investigación tiene como propósito Analizar los canales de distribución utilizados por Comercial el Mayoreo de la ciudad de Estelí durante el segundo semestre del año 2019, ya que en Estelí existe una demanda creciente de los productos ofertados por comercial el Mayoreo.

Metodológicamente se aborda como un estudio cualitativo y exploratorio ya que se pretende indagar a profundidad un tema en el cual poco se ha estudiado, para esto el material de apoyo con el que se fundamentó el desarrollo de esta investigación esta reforzado por medio de fuentes teóricas como libros, sitios web, e investigaciones antecedentes de temas relacionados con el trabajado, así como la realización de encuestas a los clientes de este local, esta fue aplicada de manera aleatoria.

El principal resultado obtenido demuestra que comercial el mayoreo tiene un nivel de posicionamiento muy satisfactorio con relación a la satisfacción de los clientes, sin embargo, también demuestra que los canales de distribución utilizados por este, no cumple con la calidad y no da respuesta de manera inmediata al momento que se presenta una situación de actuar rápido.

Entre los datos recolectados se lograron identificar factores de gran importancia para comercial el mayoreo, como lo es la frecuencia de compra, quien es el nicho de mercado al que debe dirigirse, tipo de producto de mayor agrado y la identificación oportuna de la operatividad de los canales de distribución utilizados por comercial el mayoreo.

¹ Estudiante egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia. UNAN- Managua/FAREM- Estelí.
Email:mauraljimenez@gmail.com

² Estudiante egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia. UNAN- Managua/FAREM- Estelí.
Email:massielcastillo2009@yahoo.com

³ Estudiante egresado de la Licenciatura en Mercadotecnia. UNAN- Managua/FAREM- Estelí.
Email:harleyvalle43@gmail.com

⁴ Doctora en gestión y Calidad. Tutora de tesis. UNAN- Managua/FAREM- Estelí.
Email:jazminara72@gmail.com

Palabras claves: canales de distribución, posicionamiento, operatividad de canales de distribución.

Summary

The purpose of this research is to analyze the distribution channels used by Comercial el Mayoreo in the city of Estelí during the second half of the year 2019, since in Estelí there is a growing demand for the products offered by comercial el Mayoreo.

Methodologically it is approached as a qualitative and exploratory study since it is intended to investigate in depth a subject on which little has been studied, for this the support material with which the development of this research was based is reinforced through theoretical sources such as Books, websites, and background investigations of topics related to the work, as well as conducting surveys of the clients of this place, was applied randomly.

The main result obtained shows that commercial wholesale has a very satisfactory level of positioning in relation to customer satisfaction, however, it also demonstrates that the distribution channels used by it, does not meet quality and does not respond in a manner immediately when a situation of acting fast arises.

Among the data collected, it was possible to identify factors of great importance for commercial wholesale, such as the frequency of purchase, who is the niche market to which it should be directed, type of product of greater pleasure and the timely identification of the operability of the distribution channels used by commercial wholesale.

I. Introducción

La investigación propuesta se enfocará en estudiar las distintas estrategias de distribución utilizadas por comercial el mayoreo de la ciudad de Estelí durante el segundo semestre del año 2019, de igual manera se pretende abarcar puntos como la logística integrada a este negocio, ya que en los últimos años ha venido aumentando la demanda de ropa de segunda mano, generando así un incremento de empresas que se dedican a la venta y distribución de este producto, al existir un alto potencial de mercado conlleva a que las empresas trabajen en la fidelización de sus clientes así como también en la calidad del producto ofertado.

En los últimos años en la ciudad de Estelí ha venido aumentado considerablemente en distintos tipos de negocios, siendo esto una gran oportunidad para la población.

La presente investigación tiene como propósito Analizar los canales de distribución utilizados por Comercial el Mayoreo de la ciudad de Estelí durante el

segundo semestre del año 2019, ya que en Estelí existe una demanda creciente de los productos ofertados por comercial el Mayoreo.

La idea de la investigación surge tras identificar la importancia que tienen los canales de distribución dentro de una empresa importadora, con alta demanda en el mercado y el cómo trabaja sus estrategias para lograr satisfacer los estándares de calidad demandados en la actualidad por los clientes, al igual que realizar las recomendaciones pertinentes reconocidas a través de la recolección y análisis de datos, lo cual juega un papel preponderante para el crecimiento de las empresas.

Nos dimos a la tarea de indagar y profundizar en temas referentes que nos brindaran apoyo para tener más conocimientos acerca de dicho tema con el fin de darle valor teórico y metodológico a nuestra investigación.



II. Materiales y métodos.

Según el enfoque de la investigación se califica como cualitativa; por su valor interpretativo de hechos que se suscitan de manera más o menos natural, mismo que también es dado al igual que también se está trabajando solamente con una unidad de análisis.

Es una investigación exploratoria porque pretendemos estudiar y conocer los distintos factores que influyen en los canales de distribución, utilizados por comercial el mayoreo y así poder informarnos de los niveles de satisfacción que obtienen los clientes de este establecimiento.

Esta investigación de tipo exploratoria tiene como fin conocer en su totalidad el tema que se aborda para así poder familiarizarnos con algo que hasta el momento desconocíamos, por medio de los resultados de este tipo de investigación nos da

un panorama o conocimiento superficial del tema, sin embargo, este simboliza el primer paso para la elaboración de este tema investigativo.

Comercial el mayoreo cuenta con un universo de 2,478 clientes según sus registros contables de ventas, los cuales se segmentan en la zona norte del país partiendo de la ciudad de Estelí y posicionándose por orden de compras Jalapa, Condega, Ocotol, Somoto, Limay, pueblo nuevo y comunidades aledañas.

Luego de obtener el universo comprendido por 2,478 clientes pertenecientes a la cartera de ventas de comercial el mayoreo en la sucursal ubicada en la ciudad de Estelí, durante el segundo semestre del año 2019, se procedió a realizar el cálculo de la muestra con un margen de error de 5% y con un nivel de confianza de 95%, obteniendo una muestra optima de 223 individuos.

III. Análisis y discusión de los resultados.

Objetivo 1: Identificar cuáles son los canales de distribución de productos en comercial el mayoreo.

Tabla Cruzada N°1.

Tabla cruzada ¿Es usted cliente habitual de comercial el mayoreo? *¿Se encuentra satisfecho con los productos adquiridos en comercial el mayoreo?				
		¿Se encuentra satisfecho con los productos adquiridos en comercial el mayoreo?		Total
¿Es usted cliente habitual de comercial el mayoreo?	Si	Si	No	
		189	57	
Total		189	57	246

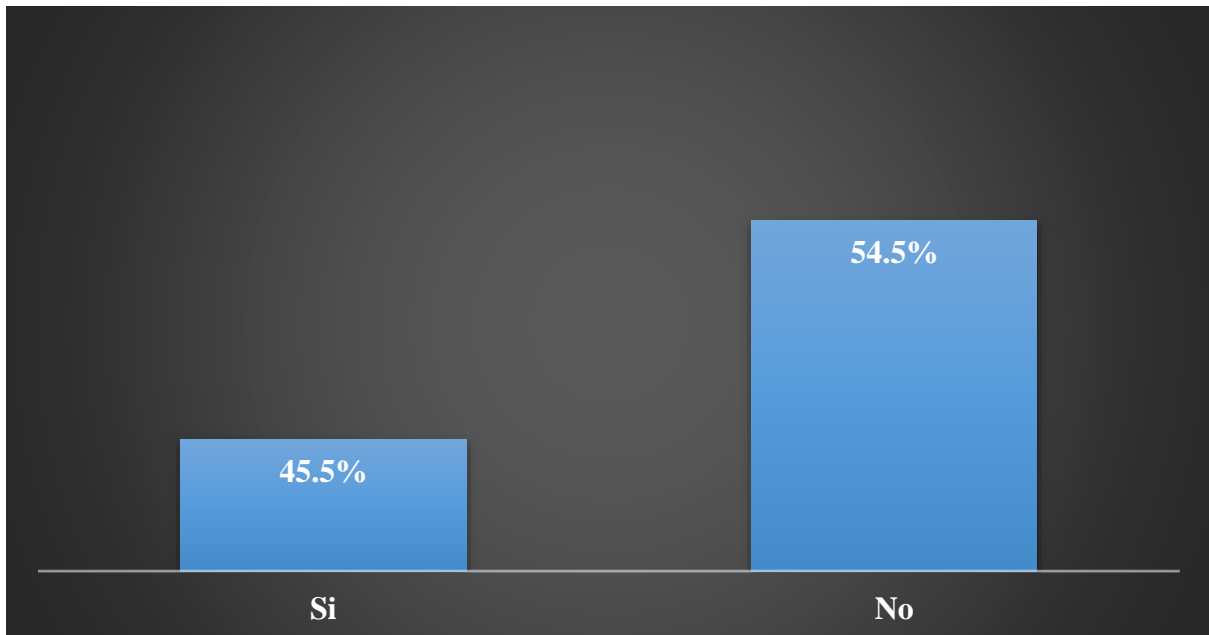
Fuente: Encuesta dirigida a clientes de comercial el mayoreo en la ciudad de Estelí

La mercadotecnia se define como la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio. La mercadotecnia identifica necesidades insatisfechas y deseos. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado y su potencial de ganancias. Señala qué segmentos la compañía sirven mejor y diseña y promueve los productos y servicios adecuados. (Kotler A. , 1994)

La siguiente tabla nos muestra un cruce de los clientes habituales con la satisfacción que existe al adquirir productos en comercial el Mayoreo de la ciudad de Estelí. De los encuestados 189 dicen estar satisfechos con los productos que obtienen y 57 dicen no estarlo

Esto nos ayuda a identificar que existe un margen de clientes los cuales está percibiendo que no encuentran lo que ellos necesitan en la adquisición de los productos de comercial el mayoreo, de igual manera nos permite profundizar en los porqué de la falta de satisfacción encontrada en algunos de sus clientes para poder así contrarrestar la opinión de los clientes dentro de este local ya que la competencia podría aprovechar este margen para poder satisfacer las necesidades de los clientes de comercial el Mayoreo.

Gráfico N°1. ¿Cree usted que comercial El Mayoreo cuenta con distribución que garantice que los productos se encuentren en tiempo y forma?



Fuente: Encuesta dirigida a clientes de comercial el Mayoreo de la ciudad de Estelí.

La logística de distribución es la que permite el traslado de los productos finales (ya sean bienes o servicios) y los pone a la disposición de los clientes, a través de los diferentes canales de distribución, para llegar de manera óptima, estos se pueden representar como medios marítimos, aéreos y terrestres con el objetivo de que el usuario obtenga el producto en el lugar, tiempo y cantidades adecuadas, es esta la razón por la cual las empresas ha venido perfeccionando las tácticas de trabajo en los diversos campos y así poder introducir productos al mercado y luego distribuirlos a los diferentes segmentos de clientes. (Camas, 2018.)

El gráfico N°1 demuestra que el 54.5% de los encuestados cree que comercial el Mayoreo no cuenta con una distribución que garantice los productos en tiempo y forma dentro del local y el 45.5% opinan que sí.

Este gráfico nos ayuda a percibir y determinar algunas de las debilidades que los clientes de comercial el Mayoreo pueden captar, no obstante, la mala distribución de los productos en comercial el mayoreo repercute directamente en la demanda del producto y en la ventaja competitiva que se deja, por otro lado, es de gran importancia conocer y profundizar cuales son los mecanismos o las formas de distribución que sean más óptimas o que generen ventajas para el negocio.

La determinación de una eficiente distribución por parte de comercial el Mayoreo ayudará a mejorar la expectativa con la que actualmente cuentan los clientes, dicho de paso podrá mejorar la demanda de productos y pondrá a disposición de los

clientes las cantidades adecuadas para que el usuario obtenga el producto en el lugar, tiempo y forma que lo necesite.

Objetivo 2: Clasificar cuáles son los canales de distribución más óptimos para los procesos logísticos de comercial el mayoreo.

Tabla Cruzada N°2.

Tabla cruzada ¿Es usted cliente habitual de comercial el mayoreo? *¿De los siguientes aspectos, cuáles cree usted que podrían llegar a desmotivar su continua visita a Comercial El Mayoreo?							
		¿De los siguientes aspectos, cuáles cree usted que podrían llegar a desmotivar su continua visita a Comercial El Mayoreo?					Total
¿Es usted cliente habitual de comercial el mayoreo?	Si	Ubicación del local	Precios	Tiempo de espera en la atención	Falta de seguimiento post Venta.	Disponibilidad del producto	
		34	52	49	24	87	
Total		34	52	49	24	87	246

Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de comercial el mayoreo de la ciudad de Estelí.

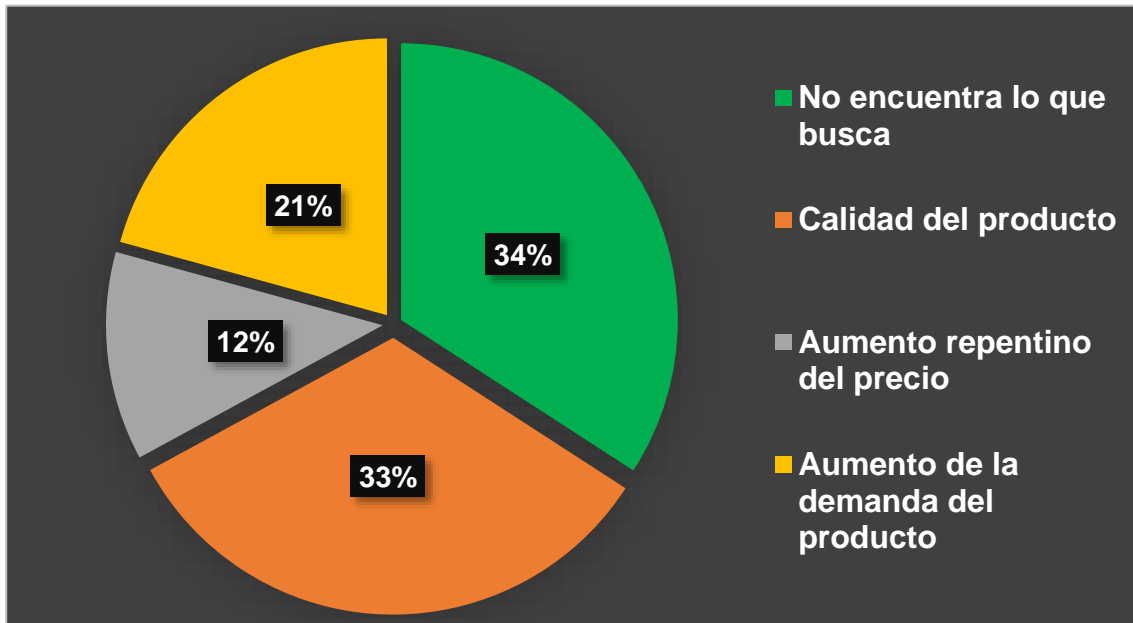
Estrategia significa elegir de forma precisa la forma de competir. Entender por qué toda compañía necesita una estrategia sólida para competir con buenos resultados, dirigir su negocio y fortalecer sus perspectivas de éxito en el largo plazo. El desarrollo de una buena estrategia facilita el aprovechamiento de las oportunidades que surjan, generan un buen desempeño duradero, se adapta a las cambiantes condiciones comerciales y resiste a los retos competitivos que le planteen las empresas rivales. (Espinoza M. P., 2016)

Esta tabla cruzada nos muestra datos que nos permiten conocer los aspectos que podrían llegar a desmotivar la continua visita a comercial el mayoreo al igual que si son clientes habituales. De los datos recopilados encontramos que 87 de los encuestados piensan que la disponibilidad de producto podría llegar a desmotivar su visita, seguido por 52 personas que consideran que el precio sería un factor determinante para ellos ,49 opinaron que el tiempo de espera en la atención y 34 la ubicación del local por último tenemos 24 quienes opinan que la falta de seguimiento post venta.

Estos datos son un factor muy importante para comercial el Mayoreo ya que como podemos apreciar la mayor parte de los encuestados piensa que la disponibilidad del producto dentro del local puede llegar a desmotivar su visita y

hacerla menos continua a este establecimiento, por lo tanto se tendrá que contar con estrategias que permitan que los clientes de comercial el Mayoreo permanezcan fieles y puedan encontrar el abastecimiento necesario, al igual que fortalecer sus perspectivas y oportunidades dentro del mercado con dichas estrategias ,no obstante también se puede recalcar que las condiciones cambiantes influyen en la toma de decisión sobre los precios debiendo así generar estrategias competitivas que les permitan estar de la mano con empresas sustitutas a este.

Gráfico N°2. ¿Cuál de las siguientes situaciones descritas a continuación ha experimentado en comercial El Mayoreo?



Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de comercial el mayoreo de la ciudad de Estelí.

Las actividades logísticas funcionan como puente o nexo de conexión entre la producción y los mercados, que están necesariamente separados entre sí desde una perspectiva de tiempo y espacio. La logística de una empresa deberá cubrir tanto la gestión como la planificación de las actividades, lo que incluirá desde los departamentos de compras y producción, a los departamentos encargados del transporte, del almacenaje, de la manutención y de la distribución. (artificial, 2018)

La representación del gráfico N°2 nos da a conocer algunas de las situaciones experimentadas en Comercial el Mayoreo de la ciudad de Estelí, el 34% de los encuestados dicen no encuentra lo que busca, el 33% piensa que la calidad del producto, seguido de un 21% aumento de la demanda del producto y por último aumento repentino del precio con un 12%.

Esto da como referencia que para los clientes es de suma importancia la calidad del producto, ya que para ellos la materia se vende más rápido y no les produce pérdidas ni paralización de producto, cabe destacar que muchas de las veces no se encuentran las pacas que se buscan, sin embargo, comercial el Mayoreo les da respuesta inmediata con propuesta de pacas similares o sustitutas.

Tabla Cruzada N°4.

Tabla cruzada ¿Es usted cliente habitual de comercial el mayoreo? *¿Con que frecuencia compra usted mercadería en comercial el mayoreo?						
¿Con que frecuencia compra usted mercadería en comercial el mayoreo?						Total
		Semanal	Cada quince días	Una vez por mes	Cada seis meses	
¿Es usted cliente habitual de comercial el mayoreo?	Si	111	109	23	3	
Total		111	109	23	3	246

Fuente: Encuesta dirigida a clientes de comercial El Mayoreo en la ciudad de Estelí.

Los canales de distribución ayudan a la compañía a promover, vender y distribuir sus bienes a los consumidores finales; incluyen distribuidores, empresas de distribución física, agencias de servicios de marketing e intermediarios financieros. Los distribuidores son empresas del canal de distribución que ayudan a la compañía a localizar a los clientes o a venderles; incluyen a mayoristas y a detallistas, quienes compran y distribuyen mercancía. (Espinoza M. P., 2016)

En la presente tabla se puede observar el cruce de variables la cual representa si los encuestados eran clientes habituales y la frecuencia con la que los clientes de comercial el mayoreo hacen sus compras en dicho establecimiento.

Los datos obtenidos nos dieron como resultados que 111 personas de las encuestadas hacen sus compras semanalmente, seguido por 109 quienes dicen comprar cada quince días, 23 una vez por mes y solo 3 de los encuestados dice comprar cada seis meses, los 246 encuestados son clientes habituales de comercial el Mayoreo.

Esta tabla nos brinda un dato importante para la adecuada distribución de los productos de dicho comercial, ya que la frecuencia de compra de los clientes de comercial el mayoreo es base fundamental para poder lograr un efectivo abastecimiento de productos dentro del mismo.

Este rubro en los últimos años ha experimentado un alza en las demandas de dichos productos es por ello que la adecuada utilización de los canales de distribución puede llegar a garantizar que los clientes puedan ser abastecidos de manera eficiente y así poder lograr mantener la satisfacción de los mismos

IV. Propuesta de estrategias

Estrategia	Objetivo	Acciones
Distribución intensiva.	Llegar a los clientes de manera masiva al igual que estar al alcance en varios puntos de venta.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asignar un agente de ventas que visite negocios para la captación de nuevos y potenciales clientes. ▪ Implementar una ruta a los distintos departamentos de la zona norte del país, con el fin de tener una mayor presencia en los mercados.
Negociación con nuevos proveedores	Definir un equilibrio en el mercado en relación con la demanda.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecer relaciones comerciales con nuevos proveedores que brinden alternativas de abastecimiento. ▪ Diseñar una red de abastecimiento con los nuevos proveedores.
Respuesta eficiente al consumidor. (Reaprovisionamiento eficiente)	La reducción de los costos a lo largo de la cadena de distribución.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sincronizar la entrega de productos en forma continua de acuerdo con las necesidades del consumidor, este sería monitoreado a través de sistemas de inventarios manejados por la gerencia general y el departamento de almacén con el fin de reabastecer de manera automática los productos más demandados. ▪ Aplicación de métodos de administración avanzada y tecnologías de punta para reducir el margen de error en cuanto el desabastecimiento de productos por zonas geográficas en el territorio nacional. ▪ Proceso de administración por catálogo para poder generar un inventario clasificado según lo que necesite el cliente.

<p>Gestión de inventarios</p>	<p>Asegurar la disposición de materiales y productos para satisfacer la demanda</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usar prácticas de codificación para identificar materiales y productos. Facilita la estandarización y es esencial para los procesos de calidad. ▪ Gestionar los stocks de manera sincronizada para la optimización de inventarios. ▪ Rediseñar los sistemas de selección de ropa.
<p>Gestión de almacenes</p>	<p>Garantizar el suministro continuo y oportuno de los productos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usar sistemas de recolección automática que aumenten la eficiencia de recursos relativos a la gestión de almacenes. ▪ Planificar estratégicamente la red de suministro. ▪ Contar con almacenes reguladores que permitan una distribución más dinámica y puedan asegurar una respuesta rápida.

V. Conclusiones

Sobre la identificación de los canales de distribución utilizados por comercial el mayoreo:

Para darle salida al objetivo número uno se logró identificar que el canal de distribución utilizado por comercial el mayoreo es un canal indirecto, ya que el proceso utilizado por este involucra diversos intermediarios a lo largo de la cadena de distribución, comercial El Mayoreo utiliza sistemas de adquisición y compra de los productos por medio de los agentes que proveen la mercadería localizada en el extranjero, a través de empresas aduaneras y comisionistas se gestiona la introducción de los productos al territorio nacional, una vez ingresado al país la empresa cuenta con un servicio de transporte donde movilizan toda la mercadería hasta su ingreso a casa matriz, en donde se hace el proceso de selección por proveedores y se envía a los distintos puntos de venta ubicados a nivel nacional.

Según los datos recolectados, arrojan que el mayor porcentaje de personas se encuentran satisfechos con los productos adquiridos en comercial el Mayoreo, no obstante, también aclararon que comercial el Mayoreo no cuenta con los canales de distribución adecuados para satisfacer la demanda existente de estos productos.

También queda demostrado que para los clientes de comercial el Mayoreo la disponibilidad del producto es el factor más importante a la hora de visitar este local, se logra constatar en los datos que la mayor debilidad que tiene este, es la escasez de inventarios la que repercute directamente en los clientes.

Sobre la Clasificación de cuáles son los canales de distribución más óptimos para los procesos logísticos de comercial el mayoreo:

Es importante mencionar que existe una demanda creciente por la adquisición de estos productos es por ello que comercial el mayoreo deberá contar con estrategias que le ayuden a poder cubrir la demanda, al igual que poder lograr mantener la fidelización de sus clientes.

Al igual efectivamente se demostró con los datos obtenidos que el proveedor con mayor presencia dentro de comercial el Mayoreo son las pacas NA (Nica América) siendo este, el que los encuestados afirman tiene mayor disponibilidad de producto esto puede deberse a factores ajenos al conocimiento de los clientes de comercial el Mayoreo.

De igual manera el tiempo de espera propuesto en este local es aceptable para los clientes, ya que no siempre encuentran lo que buscan toman la opción de hacer sus pedidos o demandar un producto para así poder garantizar su satisfacción por ciertas calidades de pacas.

Respecto a proponer estrategias que contribuyan a la efectividad de los procesos en la distribución de productos de comercial el mayoreo se concluyó que:

Según los resultados obtenidos queda demostrado que la clientela en general de comercial El Mayoreo está conformada en su mayoría por mujeres, entre los rangos de edades más notorias están de 26 a 30 años de edad, las cuales tienen una afluencia de compra que se efectúa cada semana y en algunos casos en el transcurso de quince días.

Es por ello que los encuestados afirman que si comercial el Mayoreo decidiera introducir otro proveedor ellos estarían en su mayoría dispuestos a adquirir este producto, esto podría ser un factor determinante para comercial el Mayoreo a la hora de la captación de nuevos y potenciales clientes.

Bibliografía

Camas, M. K. (2018.). Elementos que conforman los canales de distribución y su integración en la cadena de suministro. En K. B. Marlín Camas, *Elementos que conforman los canales de distribución y su integración en la cadena de suministro* (págs. 26 – 17). Managua.

Espinoza, A. v. (2017). *Naturaleza e importancia de los canales de distribución*. Managua, Nicaragua.

Kotler, A. (1994). Obtenido de Principles of Marketing European Edition: <https://journals.co.za/content/mfsa/11/3/EJC75657>

Kotler, P. (2000). Dirección de Marketing. En P. KOTLER, *Marketing Channels* (pág. 548). España.