

FASE 6. LA DISTRIBUCIÓN



“Convierte al cliente en el héroe de tu historia”.

LOGÍSTICA

Entendemos por logística la realización de **actividades de movimiento y almacenamiento de productos y mercaderías**.

Actualmente la Logística Empresarial las incorpora en una disciplina y las trata de forma coordinada.

La logística comprende la **planificación**, la **organización** y el **control** de todas las actividades relacionadas con la **obtención, traslado y almacenamiento** de materiales y productos, desde la adquisición hasta el consumo, a través de la organización y como un sistema integrado. El objetivo que pretende conseguir es **satisfacer las necesidades** y los requerimientos de la demanda de la manera más **eficaz** y con el **mínimo coste** posible.






PROCESO LOGÍSTICO

Trata de encontrar la mejor **solución** para **fabricar y distribuir** los **artículos**, considerando cómo el mercado usa estos productos. Como parte de este proceso, una empresa debe siempre considerar la ubicación de un producto y analizar los muchos factores asociados con esa ubicación.

Esto incluye costos de producción, personal, tiempo y costo requerido para su desconsolidación y las posibilidades de almacenamiento, incluyendo costo y espacio. Además, una empresa también debe tener en cuenta los **factores** que afectan la calidad de producción y el **transporte** entre centros de distribución.

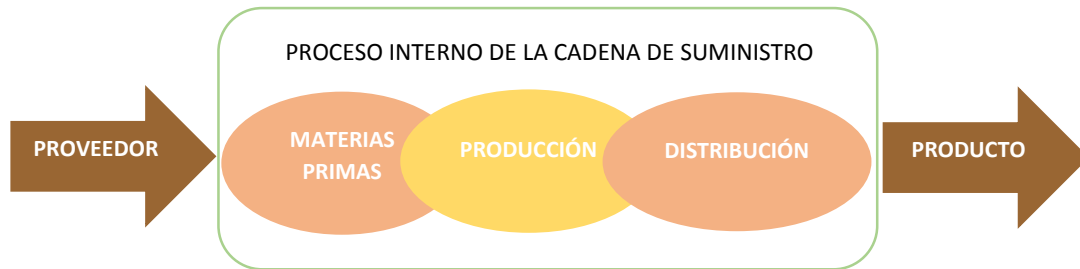


Los procesos logísticos de la empresa son todos los que se relacionan con los **movimientos** de materiales o de mercaderías y, por extensión en el caso de las empresas de servicios, con la **preparación y prestación** de dichos servicios.

-  Aprovisionamiento
-  Producción
-  Distribución









CADENA DE SUMINISTROS



Una cadena de suministro está formada por todos aquellos **procesos involucrados** de manera **directa** o **indirecta** en la acción de **satisfacer las necesidades** del cliente. La cadena de suministro incluye a los proveedores (tercer nivel, segundo nivel y primer nivel), los almacenes de materias primas (directa e indirecta), la línea de producción (PP), almacenes de productos terminados, canales de distribución, mayoristas, minoristas y el cliente final.

CARACTERÍSTICAS

-  Es **dinámica** e implica un flujo constante de información, productos y fondos entre las diferentes etapas.
-  El **cliente** es parte primordial de las cadenas de suministro. El propósito fundamental de las cadenas de suministro es satisfacer las necesidades del cliente.
-  Una cadena de suministro típica puede abarcar varias **etapas** que incluyen: clientes, detallistas, mayoristas/distribuidores, fabricantes, proveedores de componentes y materias primas.
-  Cada etapa de la cadena de suministro se conecta a través del **flujo** de productos, información y fondos.
-  No es necesario que cada una de las etapas esté presente en la cadena de suministro.
-  El **diseño** apropiado de la cadena de suministro depende de las necesidades del cliente como de las funciones que desempeñan las etapas que abarca.



¿QUÉ ES LA DISTRIBUCIÓN?

La distribución comercial es una herramienta fundamental del **márketing** enfocada en la transmisión de la propiedad del producto, de manos del productor a manos del consumidor, **cumpliendo con los requisitos de tiempo, lugar y surtido.**

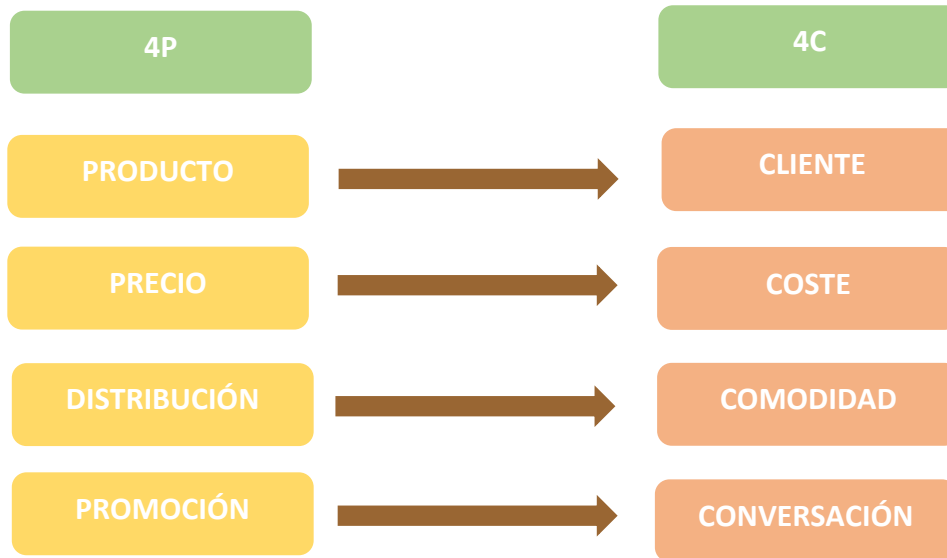


LA IMPORTANCIA DE NUESTRA DISTRIBUCIÓN.

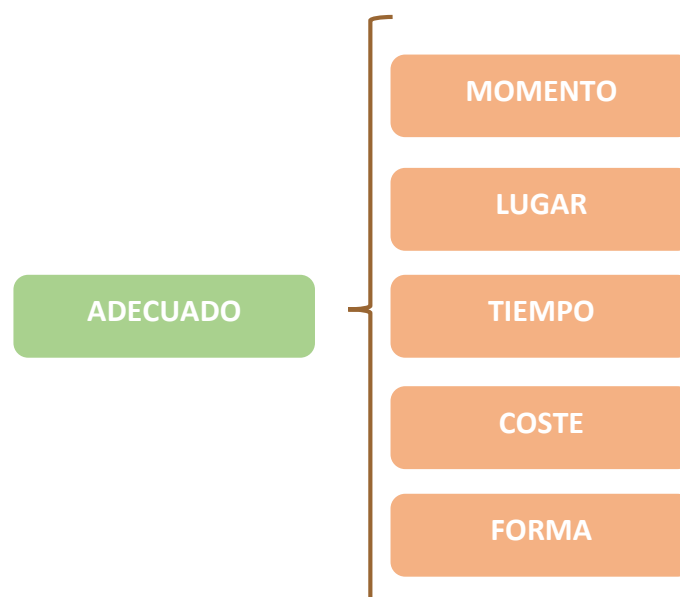
Existe una corriente dentro del **márketing** que expresa que los intermediarios o distribuidores encarecen los productos perjudicando las labores de marketing. Lo cierto es que alguien debe encargarse de la distribución, los intermediarios (mayoristas y minoristas) son expertos en su trabajo (eficiencia) y generalmente agrupan los productos de varias empresas cumpliendo (economía).



La distribución; además del producto, el precio y la promoción, forman parte de las **4P'S** de McCarthy, modelo ampliamente utilizado para la gestión operativa del Marketing.



Los **objetivos** que persigue la distribución son garantizar que el producto llegue al consumidor en el momento y en el lugar que éste lo precise, y que se distribuya en condiciones óptimas. Además de elegir aquellos establecimientos que más se acomoden a las necesidades del cliente y a las políticas de distribución; todo ello a un coste razonable.



Para poder ofrecer este servicio desde su lugar de fabricación hasta el establecimiento comercial, el producto pasa por diversos **intermediarios** que representan las distintas fases del **canal de distribución**.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN


Los canales de distribución son todos los **medios** de los cuales se vale la Mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos.




En síntesis podemos decir, que los canales de distribución son las distintas **rut**as o vías, que la propiedad de los productos toma; para **acercarse al consumidor** cada vez más o al usuario final de dichos productos.

Existen dos tipos de canales de distribución, el canal **directo y el indirecto**. La diferencia entre ellos es que en el directo no existen intermediarios entre el proveedor y el consumidor final, y en el indirecto si los hay.

En función de cuántas sean estas fases, se distinguen cuatro tipos de canales:

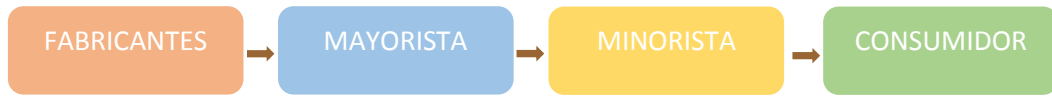
 **ULTRA CORTO:** no existe ningún intermediario; el producto llega al consumidor final **directamente** desde el fabricante.




 **CORTO:** consta de un intermediario, **minorista**, que ofrece el producto al consumidor final.




 **LARGO:** introduce **dos intermediarios** entre el fabricante y el consumidor final.



 **MUY LARGO:** son todos los demás canales que introducen **más** intermediarios.





FUNCIONES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN


 **INVESTIGACIÓN:** recabar información necesaria para planear y facilitar el intercambio.


 **PROMOCIÓN:** crear y difundir mensajes persuasivos acerca del producto.


 **CONTACTO:** encontrar a compradores potenciales y comunicarse con ellos.

 **ADAPTACIÓN:** modelar y ajustar el producto a las exigencias del consumidor. Para ello se necesitan actividades como fabricación, clasificación, montaje y empaque.

 **NEGOCIACIÓN:** tratar de encontrar un precio mutuamente satisfactorio a fin de que se efectúe la transferencia de propiedad o posesión.

 **DISTRIBUCIÓN FÍSICA:** transportar y almacenar los bienes.

 **FINANCIAMIENTO:** obtener y usar los fondos para cubrir los costos de sus actividades.

 **ACEPTACIÓN DE RIESGOS:** correr el riesgo que supone realizar las funciones propias del canal de distribución.



Las cinco primeras funciones sirven para llevar a cabo las transacciones; y las tres últimas, para completarlas.

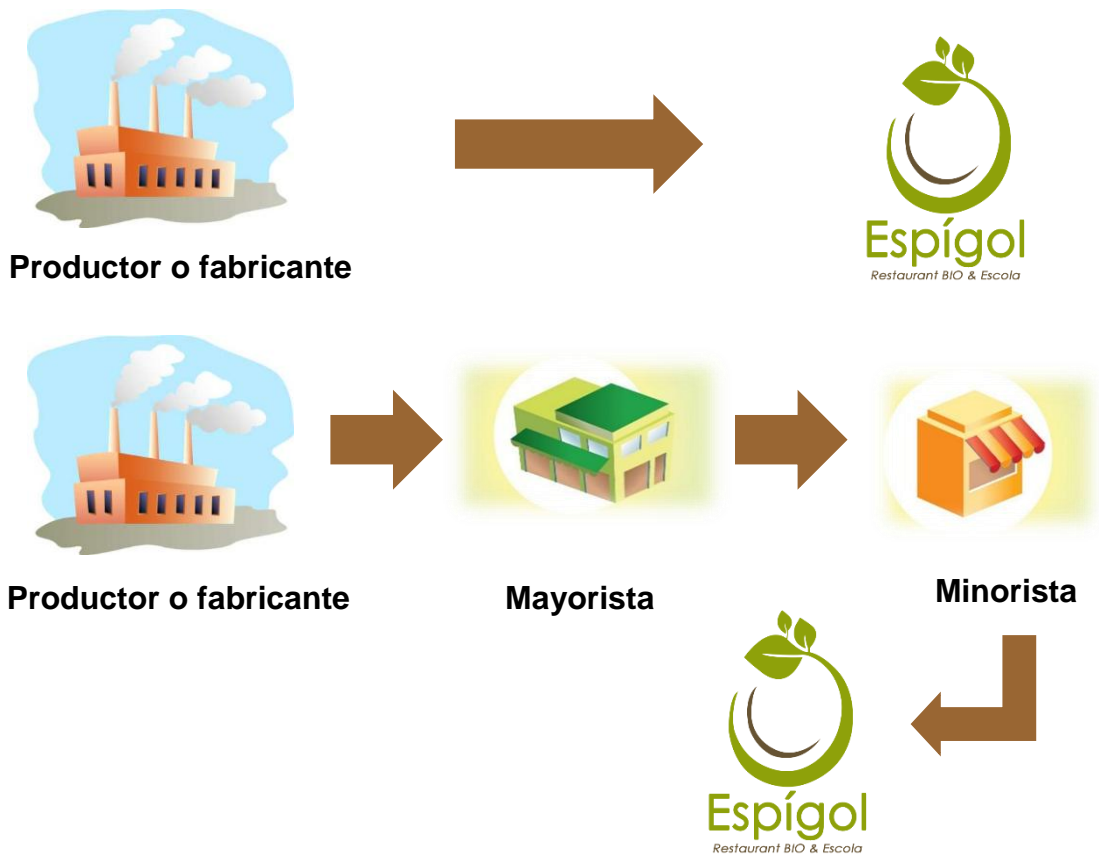
Espígol va a utilizar un canal de distribución directo (ultra corto), puesto que **los clientes consumen directamente en el restaurante** nuestros servicios de restauración, talleres y charlas.

Aunque el producto se elabore en el propio establecimiento de consumo, el restaurante dispone de diversos proveedores para ofrecer estos servicios al cliente. Algunos de estos son fabricantes a lo que Espígol compra directamente, y otros son intermediarios. Por lo tanto de manera gráfica, la distribución de nuestro restaurante queda así:

Venta a nuestros clientes:



Aprovisionamiento de nuestros proveedores:



PROVEEDORES

¿Qué papel desempeñan los proveedores para nuestra empresa?

¿Qué importancia tienen nuestros proveedores?

¿Cómo determinamos esta búsqueda?

Es la persona que surte a otras empresas con existencias (artículos) **necesarias para el desarrollo de la actividad**, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.



El **pago** se puede realizar **al contado** a los proveedores en el momento de la entrega del bien, aunque es muy común que el pago se aplaze a **30, 60 o 90 días**.

Con este aplazamiento, la empresa compradora de existencias busca obtener un tiempo para poder conseguir más liquidez realizando su negocio, antes de tener que pagar a su proveedor.




CARACTERÍSTICAS DE NUESTROS PROVEEDORES

Nuestros proveedores deben de ser:


 **Cercanos** a nosotros y **ecológicos** para reducir la huella de carbono y mejorar la gestión de residuos.


 Que trabajen con productos ecológicos y **de nuestra tierra**.


 Colaborando con nuestra **RSC**.


 **Puntualidad** en las entregas.


 Precios **competitivos**.

 Buenas condiciones de pago, con condiciones satisfactorias para ambas partes.

 **Fiabilidad**: Hemos de asegurarnos en dejar claro qué es lo más importante para nuestra empresa.

 **Sostenibilidad**: Puede referirse a la planificación a largo plazo o a la utilización de materiales o servicios sostenibles, según nuestro sector de actividad.

 **Cumplimiento** de las normativas vigentes.


 **Comodidad** en el suministro del pedido.


Para extraer el máximo rendimiento y mantener una buena relación con nuestros proveedores, también nosotros debemos cumplir determinados **criterios** con respecto a ellos:








 **Conocerlos:** Visitar sus instalaciones, conocer su maquinaria y su proceso de producción...

 **Planificar** nuestras necesidades con **antelación**.

 **Concretar** lo que queremos: Poner por escrito nuestras especificaciones y ofrecer unos plazos de entrega adecuados.

 **Verificar:** Verificando lo que enviamos y lo que recibimos (especificaciones, productos, servicios o facturas) evitaremos decepciones, devoluciones de mercancías y malos entendidos.

 **Pagar** con puntualidad.

 **Revisar y ajustar:** Una revisión anual de la tendencia de los resultados teniendo en cuenta todos los parámetros permitirá a los socios comerciales pulir la estrategia y mejorar las directrices actuales.



ELECCIÓN DEL PROVEEDOR ADECUADO

Después de saber las características que deben de cumplir nuestros proveedores debemos de seleccionar cuáles serán. Es una etapa **fundamental** para el **éxito** de una empresa.

Espígol ofrece una cocina vegetariana, bio saludable y ecológica, además de un servicio de coaching nutricional. Por ello necesitamos tener diferentes proveedores que puedan adaptarse a nuestras necesidades y las de nuestro clientes.



Proveedores de alimentos:



Proveedores de **harina** y otros derivados del trigo. Disponen de una extensa gama de harina tanto para su uso en la panadería artesanal como industrial.



Se encarga de la fabricación y venta de **pan ecológico** y **bollería ecológica**. Gracias a contar con productos de primera calidad y procedentes de la agricultura ecológica produce pan a base de cereales y semillas ecológicas.



Agrams

Supermercado de compra de alimentación Consciente y Sostenible, en el que **se reducen** los residuos a través de la Venta a Peso y a Granel.



Fruta



Frutos secos



Verduras



Hierba



Ofrece una gran variedad de **productos ecológicos**, con la mejor de las calidades.



Cavas



Aceite de oliva



Vinos



Zumos



Cervezas



Proveedores de mobiliario:



Se centran en el diseño de **mobiliario reciclado**, tanto para establecimientos comerciales como para casas particulares. Tienen un amplio abanico de muebles para interior y exterior.



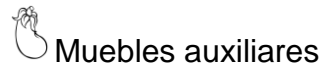
Sillas



Estanterías



Mesas



Muebles auxiliares



Mostrador



Lámparas



Armarios



Puertas



Sus **servicios** y soluciones cubren todas las necesidades informáticas que pueda tener una empresa, tanto en hardware y software como en web.

Este proveedor nos suministrará el TPV (Terminal punto de venta) del restaurante instalado con el software HioPos Cloud.






















Proveedores de equipamiento para hostelería:

MUÑOZ BOSCH
SUMINISTROS INTEGRALES
DE HOSTELERÍA Y LIMPIEZA

Especialistas en la **distribución** de productos de limpieza, menaje, maquinaria y mobiliario profesional, dirigido principalmente a hostelería y restauración.


EQUIPAMIENTO PARA NEGOCIOS Y COMERCIOS

- | | |
|---|--|
|  Armario Refrigerador |  Exprimidores |
|  Batidora |  Freidora |
|  Cafetera |  Horno de Pizza |
|  Campana extractora |  Lavavajilla |
|  Cocina industrial |  Licuadora |
|  Congeladores |  Molde de pastelería para hostelería |
|  Dispensadores de papel |  Plancha |
|  Equipo de Lavandería industrial |  Servilleta Desechable |
|  Escarchador de Copas |  Tostadora |
|  Estantería modular | |

ROPA

-  Ropa Laboral

TEXTIL Y PRODUCTOS DE CUERO

-  Mantelería para Hostelería



LIMPIEZA









-  Abrillantadores de suelos
-  Abrillantadores para lavavajillas
-  Ambientadores
-  Bayetas
-  Bolsas de Basura
-  Cubos de Limpieza
-  Desatascadores
-  Desengrasantes
-  Desincrustantes
-  Estropajos

-  Fregonas
-  Guantes desechables
-  Haraganes
-  Insecticidas
-  Lavavajillas industrial
-  Limpiacristales
-  Limpiadores de Suelos
-  Mopas
-  Recogedores
-  Rollos de Papel

Proveedores de construcción, diseño y saneamiento:



Trabajan ofreciendo una **atención personalizada**, su objetivo es crear un ambiente práctico, cómodo y al gusto de nuestros clientes. Para las reformas integrales, nos proporcionan profesionales cualificados en las ramas de:

-  Diseño y asesoramiento.
-  Albañilería.
-  Fontanería (griferías, lavabos, espejos, fregaderos) inodoros, urinarios,
-  Electricidad.
-  Aire acondicionado y calefacción.
-  Carpintería exterior en PVC y aluminio.
-  Carpintería interior, puertas de paso y puertas de entrada.
-  Pintura



Proveedores de suministros



Movistar será nuestro proveedor de telefonía fija, telefonía móvil, televisión por suscripción e internet en España.





Iberdrola será nuestro proveedor de luz y gas necesario para nuestra empresa.



Facsa será nuestro proveedor del agua necesaria para nuestra empresa.



Zurich seguros será nuestra aseguradora del local.

-  Seguro de incendio y complementarias
-  Seguro de RC, robo, daños por agua...




APROVISIONAMIENTO


Es la **función logística** mediante la cual se provee a **una empresa** de todo el material necesario para su funcionamiento.

Organizar a las **empresas** para conseguir los objetivos es difícil porque no sólo hay que tener en cuenta las necesidades internas, sino también las del mundo exterior.


Hay tres aspectos a considerar:

 **GESTIÓN DE COMPRAS / APROVISIONAMIENTO:** realizar una conveniente selección de proveedores atendiendo a criterios imprescindibles como la **calidad**, el **precio** o el **plazo de entrega**.







 **ALMACENAMIENTO:** disponer de **almacenes** donde guardar y tener organizadas las **existencias**.




 **GESTIÓN DE INVENTARIOS:** Desarrollar un sistema **eficaz** de gestión de inventarios para llevar un control de existencias y determinar el ritmo de pedidos.



PROVEEDORES DE ALIMENTOS				
PROVEEDOR	PLAZOS DE ENTREGA EN EL APROVISIONAMIENTO	GASTOS DE TRANSPORTE	CONDICIONES DE PAGO	CANTIDADES A PEDIR / FRECUENCIA
	24 horas	Gratuitos	Al contado o máximo 14 días	-Pack 5 sacos de 1 Kg. -Semanal
	24 horas	Gratuitos	Al contado o máximo 14 días	-3 kg de pan -Diaria
Agrams	_____	_____	Al contado o máximo 15 días	-Mínimo 10 kg máximo 20 kg según producto. -Semanal
	48 horas	Gratuitos	Al contado o máximo 30 días	-Mínimo 10 litros máximo 25 litros según producto. -Semanal




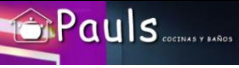
 **STOCK DE SEGURIDAD:** Nuestro stock de seguridad en nuestra empresa es de mínimo 3 unidades de cada producto.





 **SISTEMA DE ALMACENAMIENTO:** Nuestro sistema de almacenamiento será el siguiente:

Los productos que se gastan más en nuestros restaurantes estarán más a mano ya que tienen más salida, y se encontrarán en la parte delantera de nuestras estanterías y congeladores. Y al contrario, los productos que tienen menos salida, estarán en la parte trasera de nuestras estanterías y congeladores.

En conclusión, utilizaremos el sistema **ABC** de gestión de mercaderías.



PROVEEDORES DE INMOVILIZADO MATERIAL			
PROVEEDOR	GASTOS DE TRANSPORTE	CONDICIONES DE PAGO	SERVICIO TÉCNICO
 ecodesign MOBILIARIO SOSTENIBLE	Gratuitos	Entre 30, 60 o 90 días.	_____
 novologic	Gratuitos	Al contado o máximo 24 meses.	Si
 MUÑOZ BOSCH SUMINISTROS INTEGRALES DE HOSTELERÍA Y LIMPIEZA	Gratuitos	Al contado o máximo 36 meses.	Si
 Pauls COCINAS Y BAÑOS	_____	Al contado o máximo 24 meses.	Si

PROVEEDORES DE SUMINISTROS		
PROVEEDOR	CONDICIONES DE PAGO	SERVICIO TÉCNICO
 movistar	Mensual	Si
 IBERDROLA	Mensual o bimensual	Si
 Facsa ciclo integral del agua	Trimestral	Si
 ZURICH Seguros	Anual	Si

