

Distribución Comercial

Guión de Trabajo para las Prácticas. Temas 5 a 8



Andrea Pérez Ruiz
Ángel Agudo San Emeterio

Departamento de Administración de Empresas

Este tema se publica bajo Licencia:

[Creative Commons BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



Con respecto al sector de actividad seleccionado para el trabajo, realizar un análisis en profundidad de las **estrategias de localización, surtido, precios y merchandising** de los distribuidores minoristas, comparando las distintas estrategias utilizadas en el sector para llegar a los consumidores finales. Para ello, se pueden tomar como guión del trabajo las siguientes preguntas de referencia:

- 1. TEMA 5.** Analizar, presentar y ejemplificar las estrategias de localización macro-espacial, micro-espacial y de ubicación concreta de los distribuidores minoristas en el sector de actividad seleccionado. Es decir, ¿dónde deciden ubicar sus establecimientos los distribuidores minoristas del sector? y ¿cuáles pueden ser los principales factores de entorno general, específico y de ubicación concreta que han condicionado dichas estrategias de ubicación? ¡Ejemplificar con casos prácticos!
- 2. TEMA 5.** Realizar una evaluación cuantitativa de las localizaciones de los distintos distribuidores minoristas del sector de actividad seleccionado en una ciudad concreta y determinar quién tiene mayores ventajas competitivas en términos de localización.

- 3. TEMA 6.** Analizar, presentar y ejemplificar las estrategias de surtido de los distribuidores minoristas en el sector de actividad seleccionado. Responder, entre otras, a las siguientes preguntas:
- a)** ¿Qué tipologías de surtido utilizan los distintos distribuidores del sector de actividad seleccionado atendiendo a las dimensiones básicas del mismo (amplitud, profundidad, longitud y coherencia)?
 - b)** ¿Qué tipos de productos (líderes, complementarios, de primer precio y/o marcas de distribuidor) utilizan los distintos distribuidores del sector de actividad seleccionado? y ¿cuáles pueden ser las causas que justifican la utilización de esos tipos de productos?
- 4. TEMA 6.** Analizar, presentar y ejemplificar la posición de los distribuidores minoristas en el sector de actividad seleccionado con respecto a las marcas de distribuidor. Es decir, ¿existen marcas de distribuidor en los establecimientos detallistas del sector de actividad seleccionado? En caso afirmativo, ¿qué tipo de marcas de distribuidor existen (analizar las generaciones y tipologías)? y ¿qué tipología de empresas fabricantes están detrás de ellas?

5. **TEMA 7.** Analizar, presentar y ejemplificar las estrategias de precio utilizadas por los distribuidores minoristas en el sector de actividad seleccionado. Es decir, ¿qué estrategias de precios (para nuevos productos, diferenciales, psicológicos y para líneas de productos) se utilizan en el sector de actividad seleccionado? y ¿se observan diferencias significativas en las estrategias de precio utilizadas por los distintos tipos de distribuidores minoristas del sector de actividad seleccionado?
6. **TEMA 8.** Analizar, presentar y ejemplificar las estrategias de merchandising de presentación y seducción realizadas por los distribuidores minoristas en el sector de actividad seleccionado. Responder, entre otras, a las siguientes preguntas:
- a) ¿Cómo es el **merchandising de presentación** de los distribuidores minoristas en el sector? ¿Existen diferencias significativas en la forma de presentar los productos en los establecimientos de distintos distribuidores minoristas? ¡Ejemplificar!
 - b) ¿Cómo es el merchandising de seducción de los distribuidores minoristas en el sector? ¿Cuáles son las diferencias más significativas en el diseño exterior e interior de los establecimientos de los distintos distribuidores minoristas? ¿Qué distribuidores minoristas utilizan en mayor medida el merchandising de seducción? ¡Ejemplificar!