

Ojo, faltan algunas correcciones y ajustes, no iba a estar perfecto.

Título:

La distribución comercial en Italia

Un caso particular: La Coop Umbra.

Indice

1. Características y estructura de la gran distribución en general

4. Bibliografía _____ 84

- **Características y estructura de la gran distribución en general**
- **La distribución**

La distribución comercial representa el nexo de unión entre la producción y el consumo, se define como el conjunto de operaciones necesarias para conducir un producto del lugar de producción al lugar de utilización.

La empresa comercial no vende simplemente la mercancía, deben realizarse a veces algunos servicios por los cuales la propia mercancía es transformada de indisponible a accesible para la demanda. Por eso el producto de la actividad de intermediación de una empresa comercial está compuesto de la mercancía junto a los servicios ofrecidos.

El recorrido, refiriéndonos a los diferentes propietarios que tiene la mercancía hasta llegar a la disponibilidad del consumidor, se denomina canal o circuito de distribución. Se pueden individualizar diferentes circuitos:

- **Largo**: el tradicional productor–mayorista–minorista–consumidor.
- **Corto**: productor–minorista–consumidor.
- **Directo**: productor–consumidor.
- **Integrado**: representado por una organización con central de adquisición y con puntos de venta que suplen las funciones del mayorista y del minorista, introduciéndose en el circuito entre productor y consumidor.

• **Categorías de operadores**

Con el termino de distribución moderna o gran distribución alimentaria, se indican los intermediarios comerciales de productos prevalentemente alimentarios, los cuales pertenecen a tres grandes categorías:

- **Gran Distribución :**

Comprende las empresas de sucursales caracterizadas por:

- * Estructura centralizada, que encabeza una red constituida de puntos de venta directos o afiliados.
- * Generalmente poco especializados.
- * De diversa superficie.

La presencia territorial puede ser nacional o limitada a un ámbito interregional o nacional. Las formas distributivas, inicialmente centradas en hipermercados y supermercados, normalmente insertadas en centros comerciales, se extienden también ahora al *franchising*.

- Distribución Organizada: (o comercio asociado)

Que comprende uniones voluntarias y grupos de compra. Estas dos diferentes tipologías de unión, son promovidas principalmente para obtener ventajas en términos de compra y servicios de venta, y para aumentar la eficiencia de las empresas adheridas.

La diferencia entre los dos tipos de asociación se puede reconducir a la diferente relación que une a los asociados con la central: en las uniones voluntarias se trata de una integración vertical entre mayoristas y minoristas a ellos unidos (sean directos que afiliados); en los grupos de compra, la relación que inicialmente consideraba solo mayorista o minorista, presenta actualmente características similares a las de las uniones voluntarias.

- Independientes:

Que representan la categoría numericamente menos relevante pero agresiva bajo el perfil de la eficacia. En general su mayor capacidad emprendedora tiene una eficacia reducida a un ámbito operativo que les hace estar presente sólo a nivel regional. Operan habitualmente con puntos de venta de gran dimensión.

El proceso de modernización del aparato distributivo, está acelerando los mecanismos de imitación entre las empresas de diferentes categorías, por lo cual:

* las empresas de la gran distribución están intensificando la elección de desarrollo en *franchising*.

* las de la distribución organizada se mueven hacia una red de propiedad; hacia una mayor presencia territorial.

* las independientes se mueven hacia el asociacionismo para obtener ventajas en las compras y en los servicios de ventas.

Tabla 1. Reparto de los puntos de venta entre las categorías de operadores:

1995	1996
------	------

GD: gran distribución

DO: distribución organizada

INDEP: distribución independiente

PDV tradi: puntos de venta tradicionales

Grafico 1. Reparto de puntos de venta entre las categorías de operadores en la Gran Distribución en el año 1996: