

FACULTAD DE INGENIERÍA - UNCUIYO

Logística y Canales de Venta

Unidad 4: Entrega del Valor e Intermediarios en el Ecosistema Comercial

Clase 13 | 3 de junio de 2026

Ingeniería Industrial & Ingeniería Mecatrónica



Parte I: Canales de Marketing y Red de Valor

Estructuras, flujos físicos y el valor agregado de los intermediarios en la logística moderna.

LA RED DE TRANSFERENCIA DE VALOR

Canales de Distribución

Conjunto de organizaciones interdependientes involucradas en el proceso de lograr que el producto esté disponible para el consumidor final.

- Transforman el surtido de los productores en el surtido que los consumidores desean.
- Suelvan las brechas de tiempo, espacio y posesión.

Cadena de Suministro

Enfoque de sistemas que integra la administración logística desde las materias primas hasta los productos finales (enfoque de ingeniería).

- Logística de entrada, interna (producción) y logística de salida.
- La meta es maximizar la eficiencia y reducir los cuellos de botella.

FUNCIONES DE LOS INTERMEDIARIOS



Información

Reunir y distribuir inteligencia de marketing e investigación sobre los actores y fuerzas del entorno.



Promoción

Desarrollar y difundir comunicaciones persuasivas sobre las ofertas comerciales del canal.



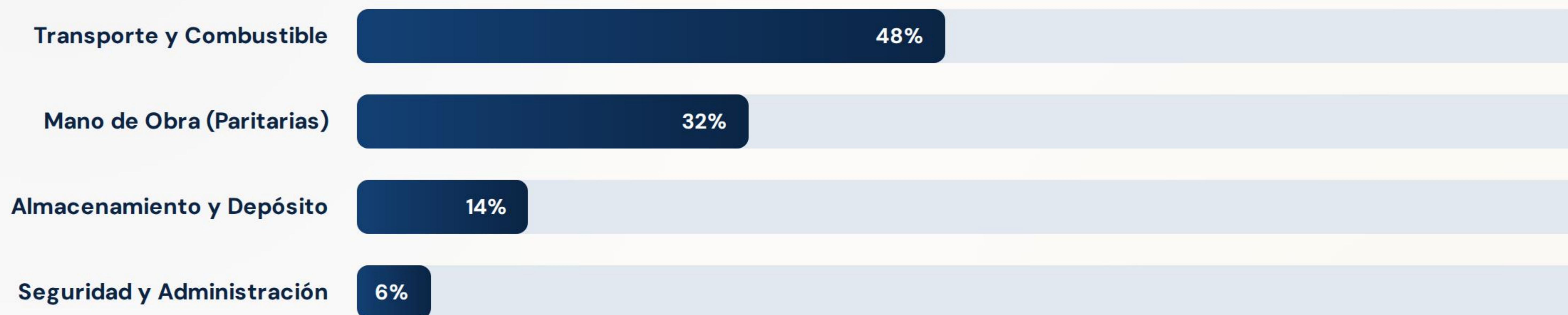
Negociación

Llegar a acuerdos sobre el precio y otros términos de la oferta para que se efectúe la transferencia.

TIPOS DE CANAL EN EL MERCADO LOCAL

Nivel del Canal	Estructura	Ejemplo Nacional / Mendoza	Rol del Ingeniero
Canal Directo	Productor → Consumidor	Venta en Bodega (Zuccardi / Catena)	Optimización de sistemas ERP y CRM local.
Canal Corto	Productor → Detallista → Consumidor	Suministro directo a Supermercados Vea	Planificación de inventario justo a tiempo (JIT).
Canal Largo	Productor → Mayorista → Minorista → Final	Distribución de Alimentos (Millán / Átomo)	Diseño de centros de distribución (Mechatronics).

COSTOS LOGÍSTICOS EN ARGENTINA (CEDOL 2026)



Los costos logísticos en el país acumulan un aumento sostenido en 2026 (CEDOL-UTN). La optimización mediante automatización industrial y mecatrónica resulta crítica para contrarrestar la presión de costos de transporte.



Parte II: Retail, Mayoristas y Gestión de Ventas

Estrategias del comercio detallista, e-commerce y el diseño de la fuerza de venta moderna.

LA REVOLUCIÓN DEL E-COMMERCE NACIONAL

\$35,3B

BILLONES DE PESOS EN FACTURACIÓN

El eCommerce como Canal Estructural

Durante el último periodo auditado por la CACE, el comercio electrónico en Argentina creció un **60% interanual en facturación**, superando por 29 puntos la inflación registrada.

Esto representa una oportunidad estratégica para los ingenieros industriales en la optimización de almacenes de última milla y sistemas de clasificación mecatrónicos automatizados.

CASOS DE ÉXITO: LOGÍSTICA VITIVINÍCOLA



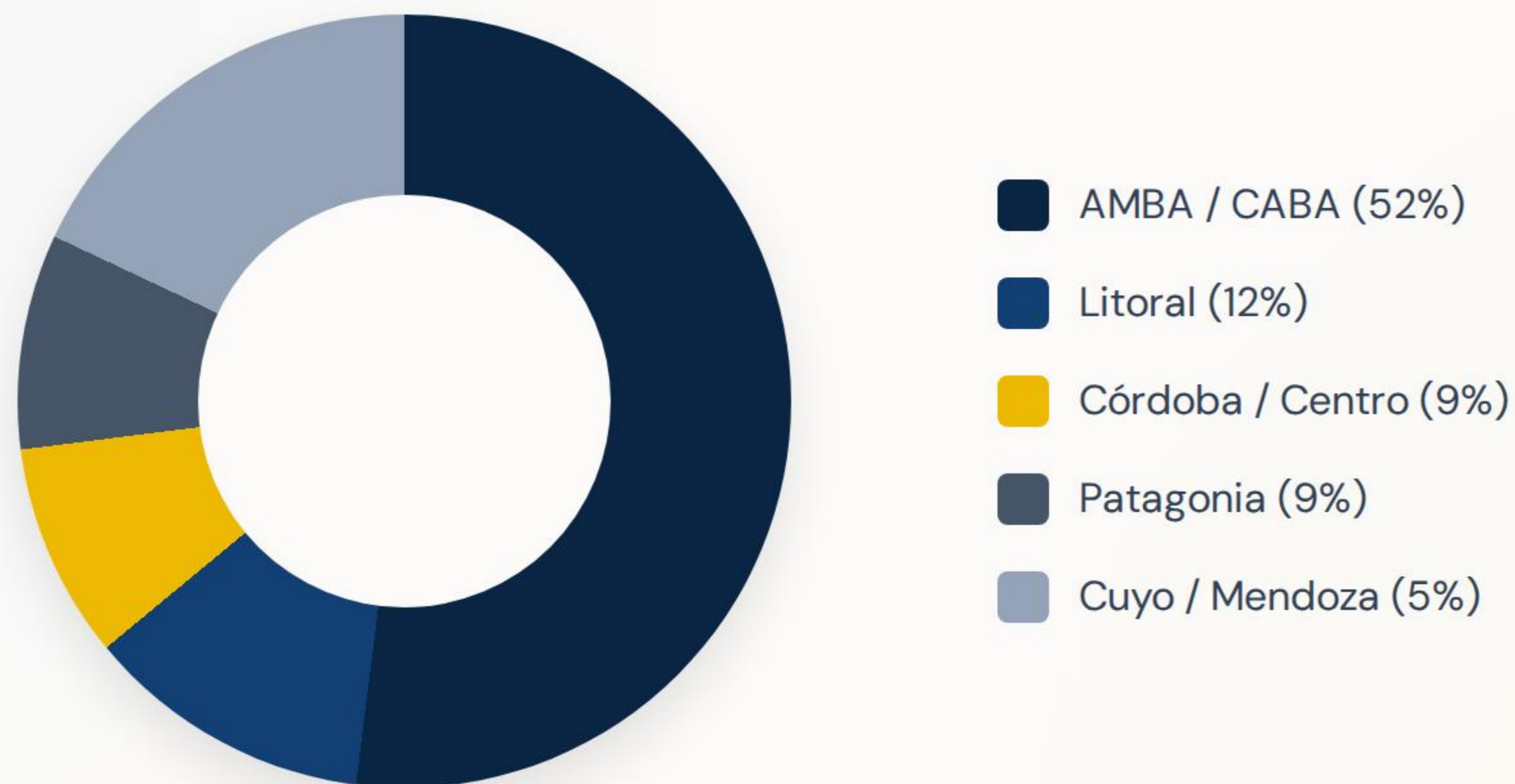
Modelos Globales desde Mendoza

Bodegas como **Catena Zapata** y **Familia Zuccardi** han rediseñado sus canales de distribución para alcanzar mercados altamente exigentes: Combinan el modelo tradicional de exportación mediante intermediarios exclusivos (Négociants de Bordeaux) con canales directos enfocados en turismo de alta gama, permitiendo un margen de utilidad superior y el control directo de la experiencia de marca.

EVOLUCIÓN DE LOS SISTEMAS DE VENTA



DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL E-COMMERCE



A pesar de que el AMBA concentra más de la mitad del consumo en línea, la región de Cuyo ha experimentado un crecimiento sostenido, impulsado por el sector vitivinícola y olivícola.

¿Preguntas?

Clase 13 – Comercialización (Ingeniería Industrial y Mecatrónica)

Raymond Schefer

Titular de Cátedra
raymond.schefer@ingenieria.uncuyo.edu.ar

Mónica García Tello

Profesora Adjunta
monica.garcia.tello@ingenieria.uncuyo.edu.ar

Martín Bustos

Jefe de Trabajos Prácticos
martin.bustos@ingenieria.uncuyo.edu.ar

María Fernanda Amoretti

Jefa de Trabajos Prácticos
maria.fernanda.amoretti@ingenieria.uncuyo.edu.ar

IMAGE SOURCES



<https://cdn.tibagroup.com/wp-content/uploads/2023/10/Agente-carga-deposito-Mendoza-v2.jpg>

Source: www.tibagroup.com