

## INDICE

Prólogo	IX
<b>Parte Primera: Distribución</b>	
<b>Capítulo I. Naturaleza de la Distribución</b>	
1. Introducción	3
2. Funciones de distribución	4
3. Canales de distribución	8
4. Los costes de distribución	15
4. Los flujos de distribución	18
<b>Capítulo II. Objetivos</b>	
1. Introducción	19
2. Beneficio y margen	20
3. Rentabilidad de las ventas	21
4. Rotación	22
5. Rentabilidad	23
6. Caso ilustrativo	24
7. Supuestos prácticos	28
<b>Capítulo III. Decisiones Específicas de Distribución</b>	
1. La elección del canal de distribución	31
2. Métodos de elección de un canal de distribución	34
3. Ubicación de la distribución	37
4. Decisión sobre el número de puntos de venta	41
5. Logística de la distribución	46
6. Supuestos prácticos propuestos	56
<b>Capítulo IV. Estrategias de Distribución</b>	
1. Distribución propia o por cuenta ajena	65
2. Estrategias de cobertura de mercado	66
3. Estructuras verticales y horizontales	71
4. Estrategias de comunicación e intermediarios	72
<b>Parte Segunda: El Sistema Comercial</b>	
<b>Capítulo V. Introducción</b>	
1. Sistema comercial	79
2. Criterio de clasificación	80
3. El sistema comercial desde el punto de vista funcional	81
4. Características del sistema comercial español	84
<b>Capítulo VI. Comercio Asociado</b>	
1. Almacenes colectivos de detallistas independientes	87
2. Agrupaciones de compras. Centrales de compras	89
3. Cooperativas de detallistas	92
4. Cadenas voluntarias	95
5. Afiliación contractual	97
<b>Capítulo VII. El Comercio Asociado. La Franquicia</b>	
1. Concepto y orígenes	99
2. Tipos de franchising	102
3. Elementos del franchising	105
4. Ventajas e inconvenientes	110
<b>Capítulo VIII. El Comercio Integrado</b>	
1. Almacenes de sucursales múltiples	115

2. Tiendas de descuento	116
3. Grandes almacenes	117
4. Almacén popular	120
5. Hipermercado	121
6. Cooperativas de consumidores	123
<b>Capítulo IX. Otras Formas de distribución</b>	
1. Mercados centrales de mayoristas	127
2. Mercados en origen	130
3. Autoservicio de mayoristas	130
4. Otros intermediarios	132
<b>Capítulo X. Métodos de Venta</b>	
1. Venta por comercio	135
2. Ventas por correo	139
3. Ventas por máquinas automáticas	142
4. Ventas a domicilio	143
5. Venta ambulante	145
<b>Parte Tercera: Funciones de Distribución</b>	
<b>Capítulo XI. Las Compras</b>	
1. El aprovisionamiento	151
2. Las compras	152
3. El departamento de compras	156
4. Preparación de las compras	158
5. El pedido	162
6. Relaciones con los proveedores	164
<b>Capítulo XII. El Almacén</b>	
1. El almacén	165
2. Evolución del almacenamiento	166
3. Las funciones del almacén	167
4. Clasificación de los almacenes	171
5. Objetivos del almacén	172
6. Estructura de almacén	172
7. El almacén en las grandes superficies	174
<b>Capítulo XIII. Las Existencias</b>	
1. Funciones de las existencias	177
2. Rotura de existencias	178
3. Valoración de las existencias	181
4. Existencias medias	184
<b>Capítulo XIV. Gestión de Stocks</b>	
1. Conceptos	189
2. Factores a tener en cuenta en la gestión de stocks	194
3. Distintos modelos de situaciones de stocks: deterministas y no deterministas	197
4. Funcionamiento de la gestión de stocks	202
5. Análisis de los modelos deterministas	207
6. Análisis de los modelos no deterministas	213
7. Conclusiones	216
<b>Capítulo XV. El transporte</b>	
1. Introducción	219

2. Envase y embalaje como protección en el transporte	221
3. Elementos o medios a utilizar en el transporte	224
4. Rotulación y señalización de los embalajes	227
Índice	229