

Tipos de sistema

1



Sistema Vertical de Mercadotecnia (SVM)

Un sistema vertical de mercadotecnia es una estructura para el canal de distribución en el cual los intermediarios se integran dentro de un organigrama unificado con la finalidad de establecer la cooperación entre todos.

2

Dentro del sistema vertical de mercadotecnia encontramos:

SVM corporativo: combina las tres etapas sucesivas de producción y distribución bajo una sola propiedad.

SVM contractual: se compone de empresas independientes en distintos niveles de producción y distribución, las cuales establecen un contrato de por medio. Se divide en: cadenas voluntarias, cooperativas detallistas y organizaciones de franquicias.

SVM administrativo: coordina las etapas sucesivas de producción y distribución por medio de una relación de propuesta y contratos.



3

Sistema Horizontal de Mercadotecnia (SHM)



Sistema horizontal de mercadotecnia: empresas independientes del mismo nivel que unen sus recursos humanos, técnicos, financieros, etcétera para aprovechar una oportunidad de mercado. En forma independiente cada empresa carece de los recursos, por lo que se unen dentro del mismo nivel horizontalmente. Pueden trabajar en conjunto temporalmente, de manera permanente o crear otra empresa independiente.