



2026

CURSO DE

Gestión Estratégica de Canales de Distribución y Logística Comercial

Diseño, planificación y optimización de canales para mejorar la competitividad y la experiencia del cliente.

(*) Como requisito general, los participantes deberán contar con estudios secundarios completos o encontrarse cursando los últimos años del nivel medio, garantizando así que dispongan de la formación básica necesaria para sostener procesos de aprendizaje en el marco de la educación continua universitaria, que requieren autonomía, reflexión crítica y aplicación práctica de los contenidos.



Duración: 64 horas.

Días y horarios:

De Mayo a Agosto de 2026.

Asincrónico + 1 encuentro mensual.

Modalidad: 100% virtual.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$40.000.-

Contado: \$300.000.- o 4 cuotas de: \$80.000.-

Comunidad UAI*/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$40.000.-

Contado: \$210.000.- o 4 cuotas de: \$56.000.-

Club La Nación/Clarín 365**:

Matrícula: \$40.000.-

Contado: \$220.000.- o 4 cuotas de: \$64.000.-

(*) Alumnos, graduados, y/o familiares directos.

(**) Suscriptores y/o familiares directos de los titulares de las credenciales.

Dirigido a:

- Profesionales del área comercial, marketing y logística.
- Mandos medios y responsables de gestión comercial.
- Emprendedores y responsables de unidades de negocio.
- Estudiantes y graduados de carreras de Comercialización, Administración o afines.
- Público interesado en la gestión estratégica de la distribución y la logística comercial.
- No se requieren conocimientos previos específicos.

Objetivos:

Desarrollar competencias para planificar, diseñar y gestionar estratégicamente canales de distribución y sistemas logísticos, alineados a los objetivos comerciales de la organización y a las necesidades del mercado.

Al finalizar el curso, el participante será capaz de:

- Analizar sistemas de distribución desde una perspectiva estratégica.
- Diseñar canales de distribución alineados al mercado y a la organización.
- Evaluar la rentabilidad y eficiencia de distintas alternativas de distribución.
- Seleccionar y gestionar intermediarios y relaciones en el canal.
- Aplicar herramientas logísticas y tecnológicas a la gestión comercial.
- Proponer mejoras en la coordinación y cooperación del canal de distribución.

Resultados esperados:

- Incorporación de herramientas estratégicas para la gestión de canales.
- Mejora en la eficiencia y competitividad comercial de la organización.
- Visión integral de la distribución y la logística comercial.
- Aplicabilidad inmediata en contextos organizacionales diversos.
- Certificación universitaria UAI en Gestión Estratégica de Canales de Distribución.

Enfoque general:

El **Curso de Gestión Estratégica de Canales de Distribución y Logística Comercial** propone una formación integral orientada a comprender, diseñar y gestionar los canales de distribución como un componente estratégico del sistema comercial de las organizaciones.

La propuesta aborda la distribución desde una perspectiva sistémica y evolutiva, reconociendo su impacto directo en la competitividad, la rentabilidad y la satisfacción del cliente. Se analizan las funciones, estructuras y dinámicas de los canales de distribución, así como los procesos de planificación, selección, coordinación y cooperación entre los distintos actores que los integran.

El curso integra enfoques tradicionales y contemporáneos de la distribución comercial, incorporando el análisis de la logística, la omnicanalidad, el uso de tecnologías de la información y las nuevas formas de relación entre empresas, intermediarios y consumidores, en contextos de mercados cambiantes y altamente competitivos.

Contenidos:

Unidad 1. Naturaleza de la distribución y sistema comercial

Concepto y funciones de la distribución comercial.

Tipos, tamaños y organización de los canales de distribución.

Rol de los intermediarios: ventajas, costos y limitaciones.

Flujos y sistemas de distribución.

Unidad 2. Planificación y gestión de la rentabilidad

Objetivos cuantitativos: ventas, beneficios, rotación y rentabilidad.

Rentabilidad de la empresa distribuidora.

Rentabilidad financiera y gestión de fondos propios.

Unidad 3. Estrategias de distribución

Distribución directa e indirecta.

Estrategias de cobertura de mercado.

Tercerización y aplazamiento.

Coordinación del canal y estrategias de comunicación con intermediarios.

Unidad 4. Gestión de marcas del distribuidor

Tipologías y situación actual.

Estrategias del distribuidor y del fabricante.

Tendencias, oportunidades y desafíos.

Unidad 5. Selección del canal de distribución

Proceso de elección del canal.

Creación y modificación de canales.

Criterios y métodos de selección.

Aplicación de técnicas multicriterio.

Unidad 6. Logística comercial

Ubicación de la distribución.

Logística de la distribución y optimización.

Modelos de transporte y programación.

Herramientas heurísticas aplicadas.

Unidad 7. Cooperación en el canal de distribución

ECR y gestión eficiente de la demanda.

Tecnologías facilitadoras: EDI, codificación, ABC.

Reaprovisionamiento eficiente y continuo.

Gestión por categorías y optimización de envíos.

Unidad 8. Relaciones internas y dinámicas del canal

Poder, liderazgo y control en el canal.

Conflictos: causas, niveles y resolución.

Cooperación, confianza y oportunismo.

Tendencias actuales e internacionalización de la distribución.

Metodología:

El curso se estructura en unidades temáticas secuenciales que incluyen:

- Materiales teóricos digitales y bibliografía guiada.
- Recursos audiovisuales explicativos.
- Actividades prácticas de análisis y aplicación conceptual.
- Estudios de casos reales del ámbito comercial y logístico.
- Foros asincrónicos de intercambio y reflexión.
- La metodología prioriza el aprendizaje autónomo, aplicado y orientado a la resolución de problemáticas reales de distribución y logística comercial.

Evaluación:

- Actividades prácticas por unidad.
- Participación en foros de intercambio.
- Trabajo final integrador, orientado al análisis y resolución de una situación real o simulada de gestión y liderazgo.
- La aprobación del curso requerirá la entrega y aprobación del trabajo final conforme a los criterios establecidos por el equipo docente.

Directora:

Camila Sol Mele. Directora Licenciatura en Comercialización.

Universidad Abierta Interamericana
UAI