

Reporte de Lectura

Tema:	Proveedores e Intermediarios
-------	------------------------------

Ficha de la fuente de información.	
No. 3	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos). Google académico</i>
Palabras claves. Proveedor, Intermediario	
Referencia APA. Egixia, E., & Egixia, E. (2024, 21 octubre). ¿Qué es un proveedor? - EGIXIA Software de Gestión de Compras y Proveedores. <i>EGIXIA Software de Gestión de Compras y Proveedores - Organiza el proceso de compra y gestión de proveedores en tu propio portal corporativo.</i> https://egixia.com/proveedores/que-es-un-proveedor/ MarketingDirecto. (2022b, septiembre 13). <i>Intermediario</i> . Marketing Directo. https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/intermediario Dwivedi, S. (2025b, abril 17). <i>Marketing Intermediaries: Types, Functions, Advantages & more.</i> Plutus Blog. https://plutuseducation.com/blog/marketing-intermediaries/	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	

Texto (literal con número de página)
Proveedores 1. Podemos definir a los proveedores como empresas o individuos que suministran bienes o servicios a otras organizaciones. Actúan como intermediarios entre los fabricantes y los consumidores finales, proporcionando los productos o servicios necesarios para la producción, el funcionamiento y el crecimiento de una empresa. (EGIXIA, 2024) .

Reporte de Lectura

2. Por otro lado, un proveedor es quien logra abastecer a una empresa con insumos y servicios que se requieren para empezar labores productivas. (Etece, 2023).

Intermediarios

1. Un intermediario es una persona física o jurídica que actúa de mediador entre dos o más partes, generalmente entre fabricante y consumidor. (MarketingDirecto, 2022b)
2. Los intermediarios de marketing son vitales en la cadena de suministro, ya que conectan a los productores con los consumidores. Ayudan a las empresas a distribuir bienes y servicios eficazmente para que lleguen a los usuarios finales. Los intermediarios de marketing son personas u organizaciones que facilitan la promoción, venta y distribución de bienes desde los fabricantes hasta los consumidores. Estos intermediarios incluyen mayoristas, minoristas, agentes y distribuidores que garantizan que los productos lleguen al mercado adecuado en el momento oportuno. (Dwivedi, 2025b)
3. Los intermediarios de marketing tienen un impacto significativo en la economía, ya que facilitan que los productos y servicios lleguen eficazmente al consumidor. Aumentan el alcance de mercado de una empresa y mejoran la satisfacción del cliente. Los intermediarios facilitan el negocio al gestionar la logística, reducir costos y mejorar las oportunidades de venta. Sin ellos, los fabricantes tendrían muchas dificultades para distribuir sus productos. Esto se refleja en la tabla a continuación. (Dwivedi, 2025b)

Papel importante	Explicación
Distribución eficiente	Garantizan que los bienes y servicios lleguen al mercado de forma rápida y eficiente.
Expansión del mercado	Ayudan a las empresas a expandirse a nuevos mercados proporcionándoles conocimientos y redes locales.
Costos reducidos	Se encargan del almacenamiento, transporte y ventas, reduciendo costos para los fabricantes.
Servicio al cliente mejorado	Proporcionan soporte postventa, mejorando la satisfacción del cliente.
Gestión de riesgos	Reducen los riesgos para los fabricantes al gestionar el inventario y financiar las transacciones.

Reporte de Lectura

Prontuario

Parafraseo del texto seleccionado.

Proveedores

1. Podemos definir a los proveedores como empresas o individuos que suministran bienes o servicios a otras organizaciones. Actúan como intermediarios entre los fabricantes y los consumidores finales, proporcionando los productos o servicios necesarios para la producción, el funcionamiento y el crecimiento de una empresa. (EGIXIA, 2024) . Por otro lado, un proveedor es quien logra abastecer a una empresa con insumos y servicios que se requieren para empezar labores productivas. (Etece, 2023).

Intermediarios

1. Un intermediario es una persona física o jurídica que actúa de mediador entre dos o más partes, generalmente entre fabricante y consumidor. (MarketingDirecto, 2022b)
2. Los intermediarios de marketing son vitales en la cadena de suministro, ya que conectan a los productores con los consumidores. Ayudan a las empresas a distribuir bienes y servicios eficazmente para que lleguen a los usuarios finales. Los intermediarios de marketing son personas u organizaciones que facilitan la promoción, venta y distribución de bienes desde los fabricantes hasta los consumidores. (Dwivedi, 2025b)
3. Aumentan el alcance de mercado de una empresa y mejoran la satisfacción del cliente. (Dwivedi, 2025b)