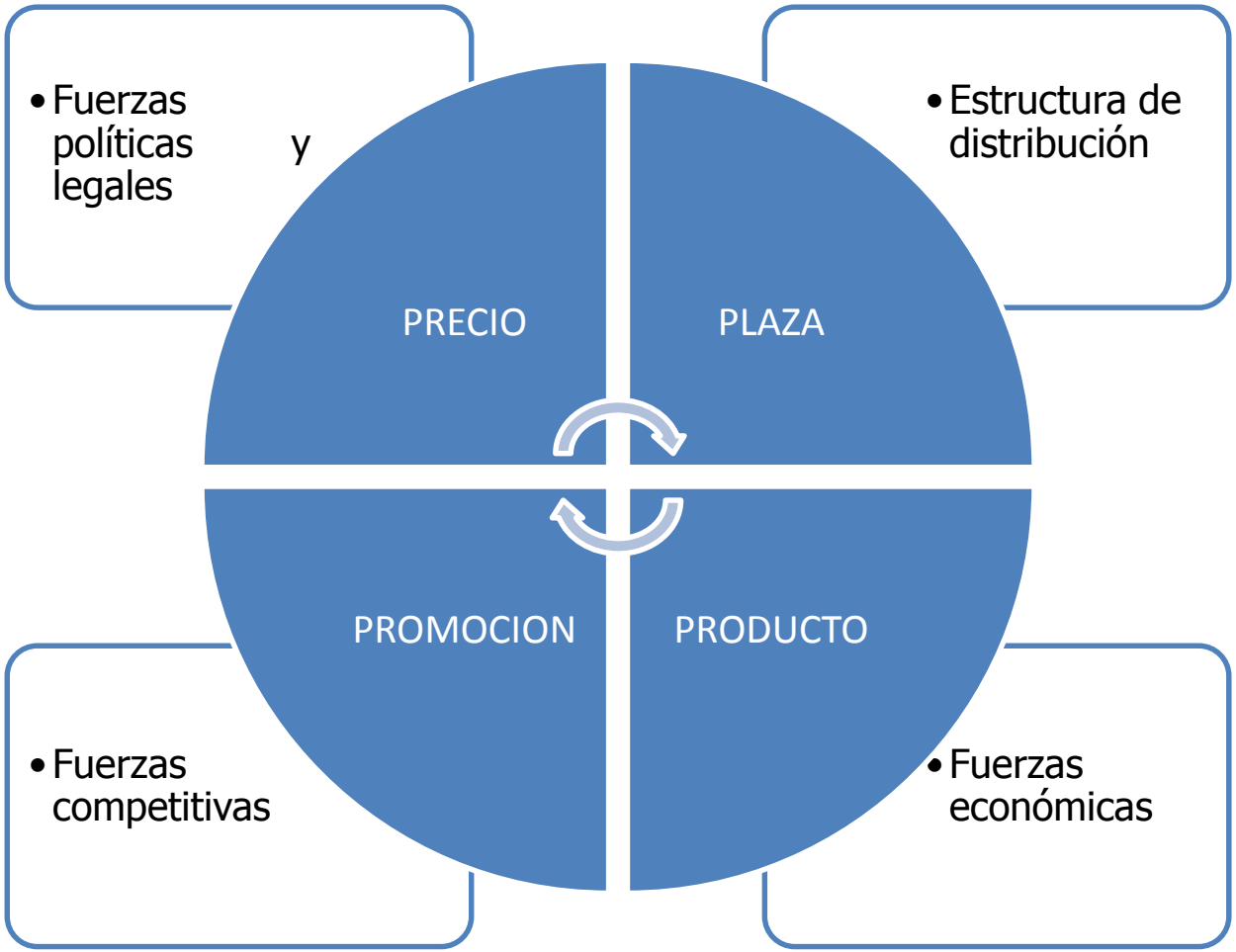
Canales de Comercialización Internacional

Lic. Augusto Proaño Vargas
Exportador/Consultor
aproanov@gmail.com

10 de junio de 2015
Lima, Perú

Canales de Comercialización Internacional



Canales de Comercialización Internacional

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

- Conjunto empresas que participan, para que un producto llegue desde el productor al consumidor.
- Según el tipo de red comercial podrían ser:
  - ✓ Clientes Directos.- Compran directamente a la empresa.
  - ✓ Clientes Indirectos.- Compran a otros eslabones situados en el canal de comercialización.
  - ✓ Distribuidores.- Obtienen ganancia de la diferencia que venden a sus clientes y compran a la empresa.
  - ✓ Casas Importadoras.- Actúan como clientes directos, también como agentes de un comprador.

Canales de Comercialización Internacional

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

- Según el tipo de red comercial podrían ser:
  - ✓ **Empresas Industriales**.- Generalmente compran a los propios productores.
  - ✓ **Mayoristas**.- Normalmente venden a los distribuidores, pero también pueden ser clientes directos.
  - ✓ **Cadenas de Tiendas**.- Grandes almacenes con una organización central.
  - ✓ **Retailer**.- Son los minoristas.
  - ✓ **Agente Comisionado**.- El que hace el nexo entre el importador con el exportador; recibe una comisión.
  - ✓ **Trading Company**.- Empresa que compra en un mercado para revenderlo en otro.

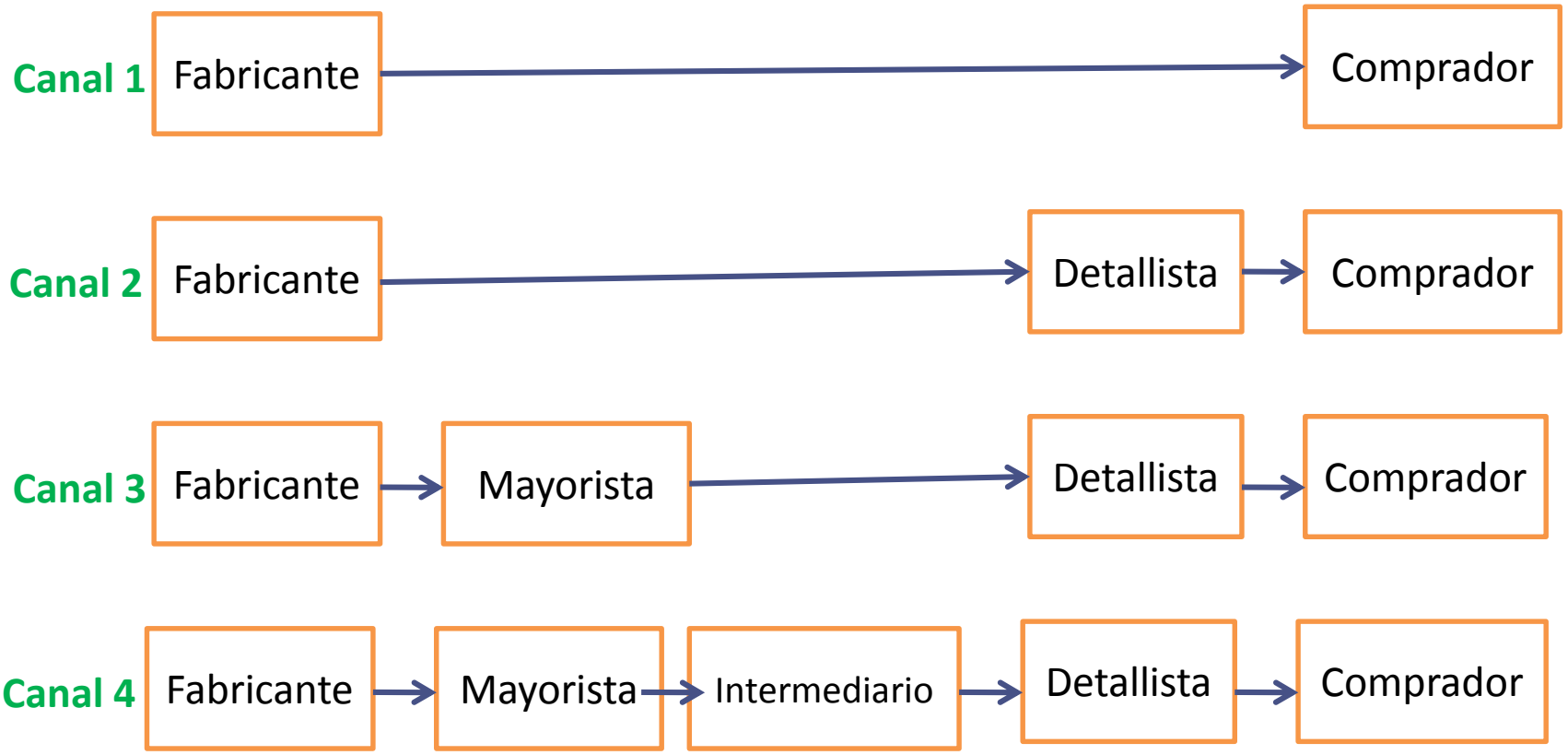
Canales de Comercialización Internacional

Decisiones de Distribución:

- Análisis de la estructura de los canales de venta mayoristas y minoristas.
- Usos y costumbres comerciales implantados en los respectivos eslabones de la cadena de distribución.

Canales de Comercialización Internacional

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:



Canales de Comercialización Internacional

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

CANAL COMERCIAL	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Retailer o Minorista	1. Se les cotiza más alto que a los mayoristas. 2. Sus pagos son más rápidos y algunos utilizan cartas de crédito. 3. Compran más categorías que el mayorista. 4. Sus compras generalmente son mayores que la de los mayoristas. 5. Conocen al consumidor, lo que permite captar sus ideas, conceptos, necesidades y preferencias. 6. Se obtiene información acerca de las tendencias de las modas y mercados.	1) Establecen cadenas pequeñas que en ocasiones son absorbidas por otras mayores. 2) Tiempos de entrega son críticos, compran para todas las tiendas. 3) Los presupuestos se basan en ventas y existencias de inventarios. 4) Vender un concepto se hace más difícil, ya que involucra a diferentes compradores. 5) Cambian en ocasiones el diseño original y lo quieren al costo original. 6) Los contactos son mayores dentro de la cadena como: tráfico, cuentas por pagar, entre otros. 7) Tardanza en compras debido a los presupuestos. 8) No compran de inmediato, se les envían muestras para aprobación.

Canales de Comercialización Internacional

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

CANAL COMERCIAL	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Wholesaler o Mayorista	1. Generalmente el dueño es el presidente y algunos manejan las compras, estableciendo una relación personal. 2. Compran de inmediato en el mismo sitio en que les ofrecen los productos. 3. Tienen clientela fiel y constantemente están en busca de otros clientes 4. Cuentan, además de su departamento de ventas, con reps en regiones. 5. Mantienen inventarios, de. manera que las re-órdenes se efectúan con mayor fluidez. 6. Constantemente envían diseños de productos para su desarrollo inmediato.	1. Utilizan empaques diferentes, lo que aumenta el costo de los productos. 2. El costo a Mom's & Pop's, y luego de estos al consumidor final, trata que sea parecido al de los retailers. 3. La supervisión de calidad es rigurosa y se lleva a cabo en sus propias instalaciones. 4. Cualquier error es cobrado de inmediato al proveedor. 5. Los costos de los espacios muertos en los contenedores se deducen de las facturas. 6. Cuando el producto no es igual a la muestra es motivo para detener el pago y negociar descuentos, entre otros. 7. El cobro se debe negociar antes de aceptar el pedido. 8. El consumidor final es desconocido. 9. Sí encuentra otro producto similar a costos más bajos, seguramente dejará de comprarle paulatinamente.

Canales de Comercialización Internacional

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

CANAL COMERCIAL	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Direct marketing	1. La cotización del producto debe ser más alta que en los otros canales. 2. Los compradores tienden a estar más tiempo en este sector. 3. Las negociaciones de pago pueden ser más ventajosas. 4. La imagen de su producto es vista por millones de televidentes, usuarios de Internet y/o lectores de revistas. 5. Los productos se envían directamente a la ubicación del cliente final.	1. Las compañías importantes en este segmento son reducidas. 2. Los empaques interiores / exteriores deben ser planeados de antemano. 3. Las etiquetas y empaques deben ser diseñados con buen gusto. 4. Los empaques deben tener cierto tamaño, ya que en los anaqueles de las bodegas tienen medidas estandarizadas. 5. Las fechas de entrega son rigurosas, ya que la publicidad se contrata con anticipación.

Canales de Comercialización Internacional

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

CANAL COMERCIAL	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Mom's & Pop's *(Para venderle a este canal y conseguir resultados satisfactorios, los productos tienen que ser importados, almacenados y distribuidos por la misma empresa exportadora).*	1. Las ventas se efectúan principalmente en las ferias especializadas. 2. Se vende el producto en empaques predeterminados. 3. Los márgenes de ganancia son más elevados que en cualquier otro canal; sin embargo, las ordenes son pequeñas. 4. Las negociaciones de venta se llevan a cabo con los dueños directamente. 5. Es posible solicitar adelantos en caso de que se pidan desarrollos nuevos.	1. Costos elevados por participar en las ferias regionales o especializadas . 2. Las órdenes suelen ser pequeñas y de varios artículos 3. Se tiene que ofrecer cierto crédito, net 30 days, después del embarque. 4. Existe un porcentaje de tiendas que no pagan. 5. Embarques y cobros se tienen que efectuar en forma directa 6. Exigentes en cuanto a la calidad (consistencia) de los productos . 7. Inversión en catálogos y comisiones por venta .

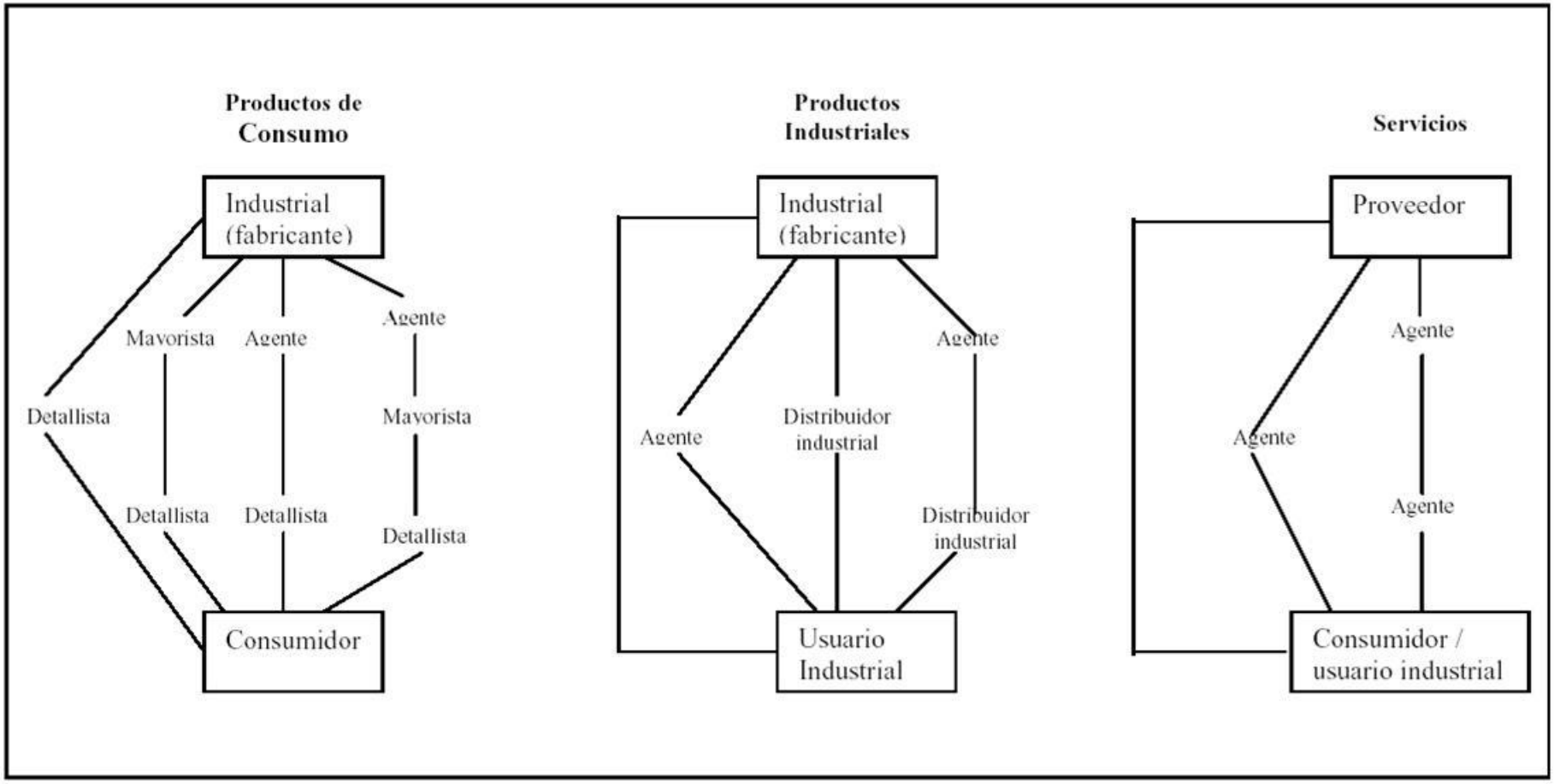
Canales de Comercialización Internacional

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

CANAL COMERCIAL	VENTAJAS / DESVENTAJAS
Jobbers	Compran a menos del costo los productos que no fueron vendidos por los retailers por diferentes motivos. Estos "Jobbers" se encargan de desplazarlos hacia los Mom's & Pop's y/o a los mercados populares (Flea Market). Normalmente no cuentan con un departamento de importación.

Canales de Comercialización Internacional

Configuración del Canal de Distribución:



Canales de Comercialización Internacional

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

CANAL COMERCIAL	VENTAJAS / DESVENTAJAS
Jobbers	Compran a menos del costo los productos que no fueron vendidos por los retailers por diferentes motivos. Estos "Jobbers" se encargan de desplazarlos hacia los Mom's & Pop's y/o a los mercados populares (Flea Market). Normalmente no cuentan con un departamento de importación.

Canales de Comercialización Internacional

- ***Ejemplo: Mercado Europeo de Frutas comestibles y frutos secos***

- *http://www.cbi.eu/sites/default/files/study/channels-segments-europe-edible-nuts-dried-fruits-2014.pdf*

Canales de Comercialización Internacional

- ***Ejemplo: Mercado Europeo Moda (prendas y accesorios de vestir) niños, damas y caballeros***

- *http://www.cbi.eu/sites/default/files/study/canales-segmentos-europa-ropa-2012.pdf*