

# Estrategias de Distribución

El sitio KANVEL (2017) nos aporta la definición de canal de distribución, el cual nos sirve para una mejor comprensión del tema.

“Un canal de distribución es el conducto que cada empresa escoge para la distribución de sus productos, tratando de que sea de la forma más eficiente y económica, e intentando que el consumidor adquiera los productos con el menor esfuerzo.

De esta forma, participan en la transferencia de un bien o servicio a medida que este se desplaza del productor al consumidor.

Los miembros del canal negocian unos con otros comprando y vendiendo productos”.

En el mercado internacional, al igual que en el doméstico, se requiere de canales de distribución para poner al alcance de los consumidores el producto; sin embargo, en mercados internacionales puede resultar más complicado el poder cumplir con tiempos y promesas de entrega. La empresa debe planear sus estrategias en cuanto a distribución se refiere, recordemos que la distribución implica no solo el traslado sino también el almacenamiento de la mercancía.

Las estrategias de distribución dependen de los objetivos de la empresa, la cual puede optar por una **distribución intensiva**, donde los productos estén en muchos lugares de comercialización; si se opta por una **distribución selectiva** se refiere a poner el producto solo con varios intermediarios para su distribución y en una **distribución exclusiva** se realiza a través de un solo o pocos intermediarios.

# Estrategias de Distribución

- Ejemplo de la distribución **intensiva**, sin duda podemos mencionar a Coca-Cola y las marcas de refrescos en general, ya que como sabemos es muy fácil encontrar esta variedad de refrescos en cualquier tienda, pero también están disponibles en una gasolinera o en las minineveras de las habitaciones de cualquier hotel del mundo.
- Ejemplos de distribución **selectiva**, están marcas de cosméticos como Clinique, que no están en cualquier tienda departamental o supermercado, pero sí los encontramos en unos cuantos puntos de venta. También utiliza este modelo las estrategias Disney, ya que pone sus productos en ciertos establecimientos.
- Ejemplo de distribución **exclusiva** puede ser aquellas marcas que venden solamente en su propia tienda o en aquellas tiendas de gran prestigio, normalmente son productos denominados de lujo, como lo puede ser un reloj Rolex.

También las siguientes son estrategias de distribución en mercados internacionales:

- Vender desde el país de origen, esto representa no estar físicamente en el país destino, sino solo hacer el envío de las mercancías; tiene sus ventajas, como lo puede ser el tener menor riesgo de inversión por entrar a otro país, pero la desventaja más significativa puede ser el poco conocimiento del mercado y los gastos en los que incurre al viajar constantemente al país destino.
- Contratar los servicios de un agente en el país destino del producto, con la finalidad de que promueva las ventas buscando clientes potenciales, esto se realiza en base a una comisión que se gana el agente por las ventas pactadas.

# Estrategias de Distribución

- Tener un distribuidor, quien adquiere la propiedad de la mercancía y se encarga de ponerla al alcance de los consumidores locales. Esta persona conoce el mercado y el sector, por lo tanto, busca canales eficaces de distribución y logística dentro del país destino; y de esta forma la empresa cuenta con un solo cliente que es quien se encarga de la venta de la mercancía.
- Implantación en el país destino lo cual representa abrir una sucursal, que conlleva una fuerte inversión aun cuando se hace con un socio comercial del otro país; esta opción es evaluada por la empresa cuando las exigencias del mercado del país destino lo ameritan. Si se opta por esta opción, se llega a conocer mejor el mercado y se pueden planear estrategias más enfocadas.

## Referencias:

KANVEL (2018). Distribución internacional: estrategias, sistemas y claves legales que hay que conocer. Recuperado el día 29 de Febrero de 2020, a partir de: <https://kanvel.com/distribucion-internacional/>

García, G. (2018). ¿Qué es la distribución selectiva? Recuperado el día 4 de Febrero de 2020, a partir de: <https://www.emprendepyme.net/que-es-distribucion-selectiva.html>