



Bienes de Capital: el desarrollo de canales de internacionalización

Evaluar el perfil de potenciales y/o actuales distribuidores es un paso clave para el desarrollo de nuestra marca en mercados externos.

Todo proceso de internacionalización de bienes y servicios lleva implícita una visión de largo plazo y un alto grado de compromiso hacia la satisfacción del cliente radicado más allá de la frontera. Ello representa un enorme desafío cuando se tienen que superar barreras geográficas, idiomáticas o culturales, por mencionar solo algunas.

Cuando se trata de bienes de capital, ese desafío conlleva también la realidad de que nuestro producto forma parte del cliente y de su negocio. En este sentido, la evaluación de distribuidores o representantes en mercados externos implica un arduo trabajo de investigación y análisis para calificar su perfil, principalmente a nivel comercial.

Entre los criterios más importantes para calificar el perfil comercial de un distribuidor, encontramos: 1) Patrón de especialización; 2) Estructura de la Fuerza

de Ventas, y 3) Competencia. Analicemos en detalle cada uno de ellos.

Patrón de Especialización

Una de las determinantes del perfil comercial es la orientación que le ha dado a su negocio, y cómo está posicionado éste en el mercado. Podemos identificar dos variantes principales:

- 1) Distribuidor especializado como representante de marcas extranjeras: su negocio gira en torno a un amplio espectro de bienes de capital importados.
- 2) Distribuidor especializado como proveedor de un sector industrial específico: su negocio gira en torno a todo el espectro de bienes y/o servicios que dicho sector requiera.

La importancia de identificar el patrón de especialización radica en determinar el grado de conocimiento y expe-

riencia que el distribuidor tiene en nuestro producto, y su mercado real y potencial. Esto resulta particularmente relevante en la internacionalización de bienes de capital, al ser el distribuidor o representante en el mercado de destino una pieza clave en lo que concierne a servicio pos-venta y asistencia técnica.

Por otro lado, permitirá conocer qué objetivos busca el distribuidor al tener nuestra marca y/o producto en su portafolio de negocios. Así, en el primer caso citado, la empresa podría estar interesada en diversificar sus negocios hacia nuevas áreas según la tendencia que vayan mostrando en el mercado. En el segundo caso, podría estar interesada en ampliar su oferta al sector industrial en el que está especializada.

Estructura de la Fuerza de Ventas

Esta variable está marcada por la composición de la fuerza comercial del

distribuidor, en lo que tiene mucho que ver el personal asignado a las ventas y cómo está estructurado o segmentado. En tal sentido, se pueden encontrar distintas estructuras alternativas: por zona geográfica, por producto o marca, por tipo de cliente, etc.

La importancia de analizar este aspecto radica en determinar qué tan focalizada está la fuerza de ventas, siendo esto uno de los indicadores de la relevancia que tiene cada negocio dentro de la cartera de la empresa.

Por otro lado, es también dable analizar el grado de especialización de la fuerza de ventas y la antigüedad en el rubro, como una variable que nos permita discernir su nivel de capacitación para la comercialización de nuestro producto.

Competencia

Respecto a este criterio, no nos refe-



amphiba

Agente de carga internacional

SERVICIO DE TRANSPORTE Y LOGÍSTICA INTERNACIONAL

**EUROSTOCK
SOLUTIONS**
Su warehouse en Europa

Confianza, agilidad y seguridad en nuestra gestión

- Coordinación y Logística de exportación e Importación
- Contratación de fletes marítimos y aéreos
- Servicio de consolidación de cargas LCL (parciales)
- Servicio FOB puerto Buenos Aires o Valparaíso / San Antonio y puesta a bordo
- Deposito de consolidación y almacenaje en Mendoza
- Consolidación de mercadería en puerto San Antonio/Valparaíso y Buenos Aires.

Amphiba S.A.
Martín Zapata 211 - Ciudad - M5500FIX - Mza - Argentina
Tel: +54 261 423 5888 | Fax: +54 261 423 8220
E-mail: info@amphiba.com | www.amphiba.com

Eurostock Solutions
info@eurostock-solutions.com
www.eurostock-solutions.com



rimos a la competencia presente en el mercado de destino como un todo, sino dentro del portafolio de negocios del distribuidor.

Este aspecto tiene que ver con que el mayor o menor grado de diversificación de su cartera puede tener impacto en el esfuerzo comercial que le dedique a cada negocio en curso, según cómo esté evolucionando cada uno.

Las consideraciones a tener en cuenta para evaluar a los distribuidores son las siguientes:

1) Competencia directa de productos y/o marcas: esto se da en casos de distribuidores que no trabajan bajo condiciones de exclusividad, por lo que representan productos y/o marcas que compiten entre sí. Esto puede obedecer a cuestiones de complementación y/o ampliación de su oferta.

2) Competencia de otros negocios: deben tenerse en consideración los otros negocios que el distribuidor esté desarrollando. Dado que los recursos, tanto humanos como económicos, son limitados, resulta lógico que la firma los vaya asignando según su evolución (facturación, rentabilidad, inversiones requeridas, esfuerzo comercial, etc.).

La evaluación del perfil de nuestros distribuidores actuales y potenciales es clave para asegurar la consolidación de nuestro producto y marca en el mercado externo, siempre con una visión de largo plazo como punto de partida.

Si bien el tema amerita un análisis más detallado, se han trazado aquí inicialmente algunas pautas generales. En siguientes oportunidades, nos abocaremos a los aspectos administrativos y formales para la consolidación del canal de distribución. **Mm**



LOGITRANS

Dedicados a la logística del Comercio Exterior

Seguimiento de cargas

Enlace remoto de datos y comunicación que brinda un monitoreo completo

Sweeping

Limpieza de contenedores utilizando agua caliente a presión, eliminando manchas y olores.

Fitting

Selección, limpieza y acondicionamiento de container para instalación de flexitank y trincado.

Insulado

De contenedores y pallets. Colocación de manta térmica.

Consolidación y desconsolidación

De cargas en contenedores y camión abierto

Pick up o delivery de productos

Movimiento de contenedores, cualquiera sea el peso y tipo

Movimiento de contenedores

