

Perfil económico y comercial de Argentina / Inteligencia de mercados

Canales de distribución

Por: Legiscomex.com

Marzo 12 del 2014

En Argentina el uso de los supermercados y las grandes superficies han cobrado fuerza como canales de distribución. Según la Secretaria de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad de España, el 70% de las ventas de productos de primera necesidad como alimentación, higiene y limpieza se dan en este tipo de establecimientos. Entre las grandes superficies se destacan Cencosud/Disco y Coto.

Otro canal de distribución que se acentúa es el comercio al detalle o retail, entre los que se encuentran los comerciantes de la calle y los locales dentro de centros comerciales.

Adicionalmente, hay un elemento que ha tomado fuerza como lo es el comercio electrónico no solo en productos típicos de este medio como tecnología, viajes o libros sino otros no tan tradicionales como los productos de consumo, que en muchos casos son promocionados en internet con precios más económicos de los que están en las tiendas.

En las importaciones el canal de distribución tiene una forma tradicional importador-mayorista-minorista-consumidor final, sin embargo, en algunos casos ha desaparecido el elemento del mayorista para evitar los costos, y aún más en un mercado donde se compite mucho por el precio.

La figura del "trader" o agente intermediario prácticamente no existe.

Material
de consulta
LEGISCOMEX.com