

The logo consists of the Roman numeral 'XI' in a bold, blue, sans-serif font with a white outline. The 'X' is formed by two overlapping 'V' shapes, and the 'I' is a simple vertical bar.

Asamblea General de ALAFEC

22 al 25 de septiembre 2009

Guayaquil - Ecuador

Título de la ponencia:

**El desafío de la distribución física
internacional frente a la crisis
globalizada del comercio internacional
y su aplicabilidad en el Ecuador**

Área Temática:
Comercio exterior

Autor (es):

Ing. Rafael Emiliano Apolinario Quintana MSC.

Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas

Cdla: Progresista Mz N Villa # 15
Telefonos: 593- 42306891-3-5 / 2584212
EMAIL: inspserv@interactive.net.ec / rapolinq@hotmail.com

dirección para correspondencia:
Escobedo 915 y Junin cuarto piso

El desafío de la distribución física internacional frente a la crisis globalizada en el Comercio Internacional y su aplicabilidad en el Ecuador

RESUMEN

En el análisis según los diferentes documentos que tratan sobre el desafío de la distribución física internacional y confrontando las realidades actuales con un análisis exhaustivo de la crisis globalizada tenemos que dar énfasis en la necesidad que tienen los países de ser competitivos y creativos en la búsqueda de mejores servicios logísticos a costos mínimos, para que el beneficiado sea el consumidor y que no quede en simple retórica de los Gobiernos y que el objetivo real sea lograr un verdadero desarrollo económico competitivo.

En el análisis de los estudios realizados se plantea la necesidad de conseguir las siguientes metas:

- *Crear programas bilaterales que ayuden a la facilitación del comercio internacional, e interregional.*
- *Establecer zonas libres de impuestos atractivas para los inversionistas.*
- *Realizar conexiones a nivel gubernamental, para el transporte multimodal, dando las facilidades para que la cadena de abastecimiento fluyan dentro de la región y a nivel mundial.*
- *Crear corredores viales e interoceánicos, que faciliten el transporte con rutas más cortas dando opciones a las naves para elegir nuestros puertos y beneficiando a todos los actores de la cadena logística que actúan en el comercio internacional.*
- *Eliminar cargas arancelarias y trabas burocráticas es decir la facilitación de comercio exterior.*
- *Realizar alianzas estratégicas con todos los agentes que intervienen en el comercio internacional y dando la seguridad en la transferencia del producto hasta que llegue al consumidor.*

Métodos: Exploratorio, cualitativo y analítico.

Se ha analizado diferentes documentos que tratan sobre la problemática de la distribución física internacional, la logística internacional y el transporte multimodal. Se recopila e investiga las informaciones confrontando las realidades actuales y un análisis exhaustivo de la crisis globalizada.

Palabras claves: distribución física internacional, logística internacional, competitividad, creatividad, alianzas estratégicas, globalización, transporte, transporte multimodal, bloque económicos, commodities

DESARROLLO

Desde los inicios de la actividad comercial el transporte ha sido una parte fundamental para el comercio en el traslado de mercaderías a distancias geográficas mas allá de las locales, al comienzo se realizó en forma rudimentaria estableciendo métodos y técnicas empíricas de acuerdo a la necesidad y con los avances tecnológicos se fue perfeccionado, sorteando una serie de contratiempos y barreras en el abastecimiento y operaciones relacionadas con la actividad comercial.

En los países de América y principalmente Latinoamérica, no existe una verdadera política de Estado en lo que se refiere a las transferencias, abastecimientos, almacenamiento y suministros de mercancías que se relaciona con la cadena logística. Los convenios existentes con los bloques económicos regionales no han logrado su objetivo debido a que los países apuntan a diferentes direcciones con miras a ser más competitivo que sus vecinos, la falta de compromisos serios y ejecutables a corto y mediano plazo, han impedido que se aumenten esfuerzos para mejorar la competitividad regional, irrespetándose los acuerdos.

La distribución internacional de un producto o mercadería desde su productor hasta el consumidor ha obligado a los países que no cuentan con la suficiente infraestructura, ni tecnología de punta a integrarse de manera acelerada a las políticas internacionales de logísticas globalizadas ya que en la actualidad los países que se especialicen en dar un servicio en tiempo mínimo, a menor costo y de mejor calidad serán considerados de mejor desarrollo económico.

Latinoamérica es una de las regiones con los más altos costos logísticos a nivel mundial, en parte se debe a la falta de una verdadera infraestructura de los puntos destinados para la recepción de las mercaderías, a las tendencias políticas actuales en Latinoamérica que solo crean desconfianza y permanecen en un constante estado de inestabilidad alejando a los inversionistas, acompañado de las crisis energética, alimentaria y financiera que se originaron de las grandes economías.

Los países deben ser competitivos y creativos en la búsqueda de mejores servicios logísticos a costos mínimos, presentándose ante la comunidad comercial internacional atractivos para ser considerados dentro del grupo de los países con un excelente índice de performance logístico, que es lo que persiguen las grandes redes de compañías con cobertura mundial relacionadas con el agenciamiento y transportación de carga, coadyuvando a un verdadero desarrollo económico con la aplicación de las políticas internacionales de comercio que permitan enfrentar el desafío de mantenerse vigente y lograr un desarrollo paulatino de sus economías a pesar de la crisis globalizada.

La DFI no es una panacea para los países en desarrollo o con una economía endeble y poco industrializada, pero si una alternativa que permitirá a estos países desarrollarse más rápido, principalmente en su economía debido a que son los primeros en sentirse afectados por la crisis económica mundial, sobre todo por no encontrarse preparados para enfrentarla.

La DFI existe desde hace mucho tiempo como parte de la logística, países como los europeos se han dedicado a establecer normas y reglamentos a nivel regional para su aplicabilidad, consiguiendo reducir costos a través de convenios y alianzas, estableciendo rutas comerciales económicas, privilegiando la accesibilidad con fronteras libres a través del proceso de integración que han logrado conseguir.

La DFI debe ocupar un lugar estratégico dentro de las agendas gubernamentales como parte fundamental del desarrollo de sus economías, ya que la competitividad del sector exportador y de los países en un futuro inmediato se basarán en la competitividad de las cadenas logísticas exportadoras de los diversos conglomerados de países o bloques comerciales reforzando el trabajo colaborador, coordinado y sincronizado de los participantes.

La Distribución Física tiene por finalidad descubrir la solución más satisfactoria para llevar la cantidad correcta de producto desde su origen al lugar adecuado, en el tiempo necesario y al mínimo costo posible, compatible con la estrategia de servicio requerida.

El sistema de Distribución Física trata todo lo relacionado con el movimiento del producto desde el productor hasta el usuario final, incluyendo las etapas correspondientes a depósitos regionales o terminales y/o canales indirectos utilizados.

FUNCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL:

Dentro de las funciones de la DFI está la de guardar el equilibrio que debe existir entre los términos contractuales y su cumplimiento en función de los canales de distribución, precios, tiempos y gestión operativa y su proyección a mediano plazo en concordancia con la política empresarial.

EL CAMPO DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL:

La DFI se extiende sobre un campo muy amplio y no trata solo sobre el transporte propiamente dicho, antes del transporte hay que realizar una serie de operaciones relacionadas con la forma de transporte, la tecnología de éste y sobre el itinerario.

De entre otros factores que forman parte del campo que trata la DFI tenemos:

- El acondicionamiento.
- El embalaje.
- Los transportes complementarios hasta el puerto o el aeropuerto de embarque.
- Las manipulaciones y los puntos de depósitos intermedios.
- Las formalidades de despacho de Aduana a la salida del país exportador y a la entrada del país importador.
- Los derechos y tasas de Aduana según el INCOTERMS aplicado.
- El seguro de transporte.
- Las modalidades de entrega desde el puerto o el aeropuerto de llegada.
- La selección y el control del personal de servicio durante el desplazamiento de la mercancía.
- La seguridad de pago.

OBJETIVO DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL:

Dentro de los objetivos que persigue la DFI se encuentran:

➤ **Cumplir con la entrega en la fecha y el lugar determinado.**

La utilidad de un producto depende no solamente de su forma (características físicas), sino de dónde está y de si se halla en un lugar dado en el momento en que se lo necesita.

➤ **Formar parte del sistema de abastecimiento en el movimiento de mercaderías.**

El sistema de la Distribución Física se refiere a la parte del sistema de abastecimiento concerniente al movimiento del producto desde el vendedor hasta el cliente o consumidor, e incluye:

1. Transportes, incluso distribución local.
2. Almacenamiento del producto:
 - ✓ Donde fueron fabricados.
 - ✓ Lugares accesibles al consumidor.
 - ✓ Los mismos locales de consumidor
3. Capacidad de transformación y elaboración: Satisfacer las fluctuaciones en la demanda total y los cambios verificados en la demanda de distintos productos.
4. Comunicación y control: Esta dirigido mediante una red de comunicaciones y un subsistema de control. El subsistema de control se basa en esas comunicaciones y registros para la apertura de pedidos o traslados de materiales, su eficiencia es indispensable para el correcto funcionamiento del sistema.

RELACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL CON FUNCIONES DIRECTAS:

El manejo de un sistema de Distribución Física se relaciona con varias funciones directas. Entre las funciones se hallan:

- Compras
- Producción
- Tráfico
- Finanzas
- Comercialización.

Puede resultar difícil establecer, entre todas las funciones un sistema operativo total, y cuál de ellas conduce a una mayor efectividad de los costos.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN:

El canal de comercialización es el recorrido del título de propiedad de un bien que posibilita a través del cumplimiento de diferentes etapas cercarlo hasta el consumidor final o usuario industrial, camino que se complementa por la acción activa y esencialmente negociadora de los intermediarios.

En el mercado Internacional, tomará el nombre de CANALES DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL, y se entiende que el consumidor final se encuentra en un país distinto al de producción.

Es considerado canal ya que establece una obra de ingeniería que conecta a la empresa con sus clientes, cuyos materiales de construcción incluyen

- Espacio (localización).
- Tiempo (política de créditos y financiación).
- Dinero (política de precios y descuentos).
- Hombres (relaciones humanas, poderes y conflictos).
- Transporte.
- Política de inventario y servicios antes, durante y después de la venta.

PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL:

Canales directos:

Puede existir un agente de ventas, se supone que existe un contacto pleno entre productor y consumidor, con un consecuente precio final menor y la existencia de una importante organización de ventas, pudiendo desarrollarse a través de:

- Locales de atención al público: Supermercados; Bancos; Transporte aéreo; etc.
- Agentes de ventas, corredores o viajantes.
- Correo: Empresas que venden discos, libros, etc.
- Instalaciones: Son utilizadas como medio de distribución directa por empresas de servicios.
- Máquinas que expenden productos en lugares públicos: Café, gaseosas, etc.
- Telemarketing.

Canales indirectos:

- **Cortos:** Cuando utilizan una sola figura como intermediario entre el comprador y el vendedor.
- **Largos:** Existen intermediarios y encarecen el producto debido a los excesivos niveles de intermediación, a la vez que produce un efecto atomizador sobre las unidades en tanto que se conducen con más frecuencia las facilidades de pago.

Ejemplo: Distribuidores, mayoristas, minoristas.

CONDICIONES PARA LA SELECCIÓN DE CANALES:

Se deberá tener en cuenta los siguientes ítems para que el producto llegue al mercado:

1. Tipo de producto:

- Qué tipo de producto es: Perecedero, semi-perecedero, de consumo industrial, etc.
- Cuál es su blanco de mercado: Toda la población, jóvenes adolescentes, amas de casa, niños, sólo mujeres, etc.
- Cuáles son los hábitos de compra, consumo, frecuencia y lugar de compra de los consumidores elegidos como blanco de mercado.

2. Competencia:

- **Directa:** Existen productores similares que atienden a las mismas necesidades del consumidor, en el mercado donde se ha decidido participar.
- **Indirecta:** No hay productos similares, pero sí sustitutos que puedan reemplazar la satisfacción que brinda el anterior.
- **Sin competencia:** No existe ningún producto similar, ni sustituto. Es absolutamente monopólico.

3. Estructura de la empresa:

Se deberá tener en cuenta:

- Recursos humanos: Son suficientes o necesitan capacitación.
- Capacidad financiera: Adecuada o necesitan créditos.
- Depósitos: Buena ubicación geográfica, se debe alquilar predios o posee propios.
- Tecnología: Actual absoluta.
- Servicio:
 - ✓ Directo: Propio de la empresa.
 - ✓ Indirecto: Con personal que trabaja exclusivamente para la empresa sin pertenecer a ella.
- Contrato: Externo a la empresa.

4. Experiencia:

Según la estructura organizacional de la empresa, quien decidiera sobre este tema podrá ser: El jefe de producción, el gerente de ventas o el gerente comercial. La experiencia de él indicara la decisión final.

5. Objetivos:

El que decide seleccionará los canales para obtener resultados consustanciados con los objetivos de la empresa. Todas las variables deberán conjugarse con las funciones que deben cumplir los canales y el sistema de distribución a efectos de obtener un resultado óptimo.

MODOS DE TRANSPORTE:

Dentro de la DFI es necesario diferenciar los medios y los modos de transporte.

Medio de transporte: Es el elemento físico utilizado para el traslado de bienes.

Modo de transporte: Es el sistema, que valiéndose de los medios es susceptible de ser evaluado económica y operativamente según los llamados Planos de valor de tráfico. Ejemplo: El medio será el buque y el modo, el marítimo. El medio será el avión y el modo, el aéreo.

No es el medio sino el modo de transporte el que se pondera al analizar las posibilidades disponibles. La experiencia práctica dice que las variables más representativas en la tipificación de una red son:

- **Los Planos de Valor de Tráfico:** Son las pautas que nos permiten determinar con la mayor exactitud posible el modo de transporte más conveniente dando la faz económica del flete a devengar que pasa a ocupar un lugar subjetivo y subordinado a otros factores preeminentes. Estas pautas son:
 - ✓ **Velocidad de circulación:** Mide los tiempos durante los cuales la mercadería se encontrará inactiva a disposición para el transporte a través del modo bajo análisis, no incluirá únicamente el tiempo efectivo de tránsito entre los puntos de origen y destino, sino los tiempos de espera y eventuales dilataciones propias de las terminales involucradas en el tráfico.
 - ✓ **Capacidad de carga:** Referida tanto al peso que soporta el medio utilizado por el modo como a las dimensiones de la mercadería en función de las disponibles por la estructura del tráfico.
 - ✓ **Seguridad en el uso:** En relación con el transit time y con el valor de las mercaderías relativo a su condición de peso/volumen.
 - ✓ **Comodidad en el uso:** En estrecha relación con la teoría de la localización.
 - ✓ **Capacidad en el uso de Red:** Que indica la versatilidad de los modos en los puntos de trasbordo, cuando no fuera posible unir con un mismo origen y destino.

- ✓ **Costo que origina la carga:** Deberá analizarse el llamado valor de afinidad que determina el grado de adecuación del medio a la carga a ser transportada, principalmente los commodities y frigoríficos utilizando el modo correcto según la conveniencia de las partes.

El elemento diferenciador y en ocasiones decisivo, sobre un determinado modo es el servicio periférico adicional que el prestatario oferte y que lo destaque de sus competidores.

LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INSERTADA EN LA LOGÍSTICA COMERCIAL:

La empresa iniciara la búsqueda de alternativas que tengan por finalidad resolver el complejo problema que le plantea la distribución física y cualquiera que sea la alternativa escogida debiendo combinar los siguientes recursos:

➤ **Depósitos:**

La cantidad de puntos de stock o depósitos y su ubicación geográfica dependerá de distintas alternativas donde se consideran los siguientes factores tendientes a equilibrar la ecuación que plantea la relación disponibilidad del producto-costos operativo:

- ✓ Ubicación de la planta productora.
- ✓ Radio de alcance primario.
- ✓ Concentración del mercado.
- ✓ Plazas a las cuales se desea acceder.
- ✓ Medios de transporte para el tipo de producto.
- ✓ Inversión en instalaciones.

➤ **Gestión de inventarios:**

Costos de Inventarios:

- ✓ **Tiempo de demora de la sustitución de stock:** Son aquellos en los que se incurre para hacer llegar el producto terminado desde su centro de producción hasta el depósito o punto de stock para su posterior despacho hacia los canales de distribución.

- ✓ **Cantidad de stock:** Esta referida a la cantidad de producto terminado que se solicitará en función de la demanda. Existen dos tipos de costos que son primordiales a saber:
 1. Costos de abastecimiento.
 2. Costos de suministro.

Costos de Abastecimiento:

- ✓ **Costos fuera de stock:** Aquí están considerados aquellos costos en los que la empresa ingresa cuando se efectúa un pedido y no tiene suficiente capacidad para colmarlo.
- ✓ **Costos de procuración:** Son aquellos que tiene relación con la conformación del stock. Desde el instante en que se solicita un pedido de mercaderías la empresa debe facilitar los medios necesarios para cumplir con la entrega de la misma.

Costos de Suministro:

- ✓ **Costos de capital:** Tiene directa relación con el costo de oportunidad, es decir este capital invertido en stock de productos inmovilizados hasta su venta, podría ser utilizado para una inversión diferente.
- ✓ **Costo de almacenamiento:** Aquí existe un análisis de costos de oportunidad ya que es la inversión que se emplea para poder resguardar los productos terminados hasta su entrega a los canales de distribución.
- ✓ **Costo de deterioro u obsolescencia:** El stock de producto terminado es posible de roturas, pérdidas y puede resultar obsoleto por cambios de modo, tecnología.
- ✓ **Costo de seguro:** Es inadmisibile en la actualidad que una empresa no tenga seguros sobre los stock a efectos de provenir cualquier siniestro, como incendios, robos, etc.

Los objetos que debe cumplir los inventarios se relacionan con las siguientes funciones que requiere un tipo de inventario para cada una:

- ✓ Stock económico o lote óptimo (demanda cierta o conocida).
- ✓ Stock de reserva o seguridad.
- ✓ Stock estacional.
- ✓ Stock de productos en proceso.

➤ **Almacenamiento y stock:** La mercadería desde que sale de producción hasta el momento de ser consumida, queda inmovilizada en distintos momentos, tanto en el almacén del proveedor, en las bodegas fiscales, en las bodegas del transporte como en los almacenes del comprador y esa inmovilización cuesta dinero, tanto por los créditos, por los gastos directos e indirectos del almacenaje como por otros factores casuísticos.

Tres factores deberán tener presentes en este punto para el cálculo de las economías a provocar que son:

- La tasa de interés.
- La duración del transporte (transit time) o velocidad de circulación.
- El valor comercial por kilo de producto.

De ello surgirá el costo del stock medio anual, el cálculo de stock de seguridad y su afectación por los posibles desvíos estacionales con lo cual podremos establecer el costo óptimo de almacenamiento y stock en función de las características de aprovisionamiento del producto del que se trate.

➤ **Transporte:**

Es una parte muy importante del proceso total de distribución, pero no la totalidad del mismo.

Las alternativas de transporte a las que puede recurrir una empresa son las siguientes:

- ✓ Vía aérea.
- ✓ Red vial.
- ✓ Red ferroviaria.
- ✓ Red fluvial.
- ✓ Vía marítima.

La vía aérea es la que ofrece mayor rapidez, siendo la más costosa, a medida que recurrimos a los otros medios de transporte abonaremos menores tarifas pero perderemos velocidad de entrega.

➤ **Información:**

Ningún sistema de distribución física funciona sin comunicaciones y control. La Red de comunicaciones y el procesamiento de datos influyen directamente sobre la capacidad del sistema para procesar los pedidos, en la integración de todos los artículos que constituyen, en el balanceo de los costos y en la capacidad de control.

VARIABLES PARA LA APLICACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

La experiencia práctica dice que las variables más representativas en la tipificación de una red son:

- **Rapidez:** Es la velocidad de respuesta con la que se satisface un pedido.
- **Seguridad:** Es la confiabilidad con la que se cumple la velocidad promedio.
- **Disponibilidad:** Es la accesibilidad inmediata al producto.
- **Velocidad de transferencia:** Es la velocidad con la cual debe circular el producto por todo el sistema.
- **Extensión:** Se refiere al tamaño, dispersión geográfica y variedad de orígenes y destinos.

LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL EN EL ECUADOR

La Distribución Física Internacional en nuestro país ha sido y es en la actualidad ignorada por los gobiernos de turnos, suponiendo que se trata de entes meramente privados, con organizaciones propias que se rigen de acuerdo a los convenios realizados entre empresas.

En nuestro país se encuentran diversos operadores portuarios (empresas de transporte marítimos internacionales, agencias internacionales de buque, de transporte multimodal, etc.) que en ocasiones se ven coartados en su actividad debido a la falta de conectividad entre los

países, pese a contar con una situación privilegiada geográficamente, el volumen de comercio de nuestro país se ha visto reducido con la actual crisis mundial, sin embargo las inversiones y reformas portuarias que en los últimos años se han efectuado tales como los dragados de los principales puertos marítimos internacionales, la facilitación aduanera operaciones modernas y grúas pórticos, han paliado en algo la falta de infraestructura y los compromisos serios entre los estados.

Entre los principales logros que resalta la CAE para la facilitación de la DFI está la implementación del despacho anticipado, el aforo automático, el banco de tributos aduaneros para el pago vía Internet, el perfil de riesgo para un mejor control en el despacho de mercaderías y la regulación de courriers entre otros, con las consiguientes trabas de no contar con las tecnologías de punta, ya que debido a ello han existido quejas como aquella para el pago de los tributos vía Internet que se hacia más difícil pagarlo por esta vía que hacerlo directamente a las entidades bancarias autorizadas, debido a que se caía el sistema.

La falta de capacidad del Estado para poder modernizar los puertos a propiciado la concesión de los mismos a empresas privadas, con ello ha logrado en parte cubrir las necesidades de modernizar la infraestructura de los principales puertos, CONTECON es una de las concesionarias que inauguró en el mes de febrero en el puerto de Guayaquil un muelle y la instalación de grúas pórtico y de patio, permitiendo con esta adquisición el desarrollo de las operaciones portuarias, en beneficio de los sectores productivos del país.

En la actualidad, una empresa argentina experta en hidrovías se encuentra haciendo estudios para trazar una hidrovía que unirá a Ecuador con la ciudad brasileña de Manaus, un ambicioso plan para unir con diferentes medios de transporte (multimodal), a los océanos Pacífico y Atlántico por la Amazonía con el fin de incrementar el intercambio entre Ecuador y Brasil, y China o India con Sudamérica a través de la Amazonía.

Ecuador se encuentra a la cola de los países de la región en cuanto a infraestructura, Perú se encuentra en la construcción de un ambicioso plan al que llaman El puerto más grande de Sudamérica, considerado para abastecer a los puertos de Manta, Mejillones y Valparaíso,

además de modernizar sus principales puertos convirtiéndose en el centro de la distribución de la carga. En Colombia el Gobierno decidió convertir a todas las instalaciones portuarias en zonas libres de impuestos, permitiendo a las operadoras adquirir equipos sin tener que pagar impuestos ni aranceles; Brasil y Chile se encuentran estudiando la viabilidad del Corredor Ferroviario Interoceánico, para unir los puertos brasileños con los chilenos sobre el Océano Atlántico y sobre el Pacífico como parte de los proyectos de integración regional.

CONCLUSIÓN:

Este trabajo pretende dar énfasis en la necesidad que tienen los países de ser competitivos y creativos en la búsqueda de mejores servicios logísticos a costos mínimos, para que el beneficiado sea el consumidor y que no quede en simple retórica de los Gobiernos y que el objetivo real sea lograr un verdadero desarrollo económico frente a la crisis globalizada en que nos encontramos puesto que la competencia ya no es entre tipos similares de negocios minoristas sino que existe una polarización a lo que se llama competencia inter-tipo.

Las organizaciones serán cada vez más complejas y deberán contar con agentes preparados para dirigir el flujo de productos y servicios desde el productor hasta el consumidor o usuario. El sistema de “franquicias” continuará y crecerá, en forma eficiente un sistema vertical de integración o simplemente se usa un poder masivo para satisfacer necesidades de un mercado en crecimiento. Con el aumento de la competencia inter-tipo y el acortamiento del ciclo de vida de formas “tradicionales” de canales se hará necesario crear conglomerados o verdaderos holdings de distribución, que cubrirá las etapas desde la salida de fábrica hasta el consumidor, siendo así más directa la distribución.

Hay dos fuerzas de juego: por el lado de los productores tratarán de “empujar” los productos y servicios hacia distintos segmentos y por el lado de la demanda los consumidores exigirán “tirarán” a los productores de nuevos productos, servicios, sistemas, etc. No cabe duda que la Distribución Física está estrechamente relacionada al producto en virtud de que representa el 60% de su costo.

BIBLIOGRAFÍA:

-  SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN
John F. Magee
Editorial: El Ateneo
-  DISTRIBUCION – MARKETING
Juan José Orlando
Daniel Edgardo González
Editorial: Edición Macchi
-  CUADERNO UADE/46
Tema de comercialización: Canales de Distribución
Hector M. Bogo; Director del departamento de comercialización
-  MANUAL DE DISTRIBUCION FISICA DE LA MERCANCIAS PARA LA EXPORTACIÓN
I volumen, CCI (Centro de Comercio Internacional)
UNCTAD/GATT
-  NEGOCIOS Y COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL
Cap.14, Mezcla de Comercialización Internacional
Carlos A. Ledesma
-  REVISTA INFORMAR CAMAE ENERO-FEBRERO-MARZO 2009