



Contar con un colaborador en los países donde exportamos nuestros productos es fundamental. Aunque hay que saber elegir a quien te representa.

OBJETIVO: elegir distribuidor

Sociedad mercantil con una estructura desarrollada que cuenta con los medios necesarios para realizar cada fase del proceso de importación y venta, trabajando por cuenta propia

La utilización de la figura de un agente o distribuidor en los mercados exteriores resulta relativamente sencilla, práctica y no muy costosa. Es la fórmula que suelen utilizar las empresas que se introducen por primera vez en un mercado, especialmente si son pymes.

El distribuidor es un intermediario que importa los productos, es decir, toma posesión de la mercancía, y luego la revende a los clientes finales dentro de una determinada zona geográfica, de acuerdo con una serie de pactos establecidos mediante contrato entre él y el exportador. El agente, por el contrario, actúa en representación de la empresa exportadora en el país de destino, pero sin adquirir los productos.

Muchas pymes españolas han elegido la figura del distribuidor internacional para acceder a los mercados exteriores.



Una opción que pasa por definir su perfil ideal, buscar los posibles candidatos y elegir uno, algo no siempre sencillo.

La elección de un distribuidor suele sancionarse mediante un **contrato** en cuyas cláusulas no se puede dejar nada al azar. El exportador estará obligado a hacer un seguimiento y control del cumplimiento de las obligaciones del distribuidor.

A diferencia del **agente**, quien, a cambio de una comisión, actúa en representación de la empresa exportadora en el país de destino sin tomar posesión de los productos, el distribuidor importa en firme los productos del exportador por su cuenta y riesgo: es decir, toma posesión de la mercancía y luego la revende a los clientes finales, lo que prácticamente le convierte en un cliente para la empresa productora.