

CANALES Y ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de importación australianos son muy similares a los utilizados en el resto de países con economías desarrolladas; los clientes serán aquellos importadores especializados o las grandes cadenas detallistas que compran a través de sus agentes de compra extranjeros.

En general, los importadores australianos se pueden dividir en las siguientes cuatro categorías:

- Importadores / Mayoristas: Actúan, bien como importadores especializados en determinados productos, o bien como importadores generales sin especialización que distribuyen la mercancía a detallistas o directamente al cliente final.
- Agentes comisionistas: Proveen de productos a otros importadores o clientes finales. Estos agentes normalmente reciben una comisión de el proveedor extranjero y su actividad se limita principalmente a los commodities y productos textiles.
- Fabricantes / Usuarios finales: Se puede dar el caso en que los fabricantes o usuarios finales importen directamente la materia prima necesarias o el producto final a través del proveedor extranjero. No obstante, es más común que las empresas lo hagan con la ayuda de un intermediario, como puede ser un importador especializado.
- Detallistas: Las grandes empresas detallistas importan hasta un 20% de sus productos a través de sus agencias de compra en el extranjero. Asimismo, cuentan con productos provenientes tanto de fabricantes locales como de importadores especializados en determinados bienes. En cuanto a los pequeños detallistas, son pocas las compañías que importan directamente.

Papel del importador:

A diferencia del resto de mercados, en Australia es reducido el número de importadores o agentes comisionistas no especializados en un producto determinado. Destaca como excepción, el sector textil donde existen un gran número de agentes comisionistas.

El típico importador australiano está especializado en un segmento particular del mercado y generalmente no considerará nuevas líneas de negocio de las que no tenga gran conocimiento, ya que cree que será difícil tener éxito.

Así, un gran número de importadores están especializados además en un determinado subsegmento del mercado (juguetes educativos, bienes de viaje de gama alta...) y no consideran cambiar el nicho de mercado en el que operan.

En este sentido, la mayoría de importadores desea poseer en exclusiva los derechos australianos sobre la cartera de productos del proveedor extranjero, o al menos, sobre determinados modelos, debido sobre todo al pequeño tamaño del mercado australiano y a los elevados costes de la distribución a nivel nacional. Asimismo, es el reducido tamaño del mercado por lo que los agentes comisionistas, firmas mercantiles y los importadores/mayoristas de "Cash & Carry" no cuentan con gran presencia en este mercado.

Papel del agente de compras en el extranjero:

Un creciente número de importadores australianos de bienes de consumo contratan los servicios de un agente de compras para elegir el proveedor adecuado, para que negocie la compra, verifique la calidad y establezca el transporte y el pago. Esto es lo más usual en los casos en los que la compra se realice en un país desconocido hasta el momento y no se tenga conocimiento ni seguridad sobre la fiabilidad de los proveedores. De esta manera, la mayoría de detallistas siguen una política establecida desde hace tiempo por la que únicamente importarán productos a través de sus agentes de compra; cuentan con estos agentes en los principales países proveedores y en algunos países además, pueden tener más de un agente.

La mayoría de los agentes de compra que trabajan para los importadores y detallistas australianos lo hacen con una comisión de entre el 3 y el 5% sobre el valor FOB del pedido.

Las cadenas detallistas más grandes de Australia

La cadena detallista más importante del país es Coles Myer Ltd (www.colesmyer.com.au), seguida en segundo lugar por Woolworths Group (www.woolworthslimited.com.au).

Para información adicional sobre otras cadenas detallistas:

- Angus & Coote (Holdings) Limited (www.anguscoote.com.au); Jewellery; Operates stores Australia –wide under the Angus & Coote, Amies, Dunklings and Edments banners); Revenue \$A245 million
- Angus & Robertson Pty Ltd (www.angusrobertson.com.au); Books and Stationery; 170 stores; Revenue \$A152 million
- Automotive Holdings Pty Ltd (www.repco.com.au); Automotive replacement parts; 430 locations; Revenue \$A0.862 billion
- Beta Stores Ltd (www.betta.com.au); Home appliances; 350 stores, including 41 stores in New Zealand; Revenue \$A66 million
- Bob Jane Corporation Pty Limited (www.bobjane.com.au); Automotive tyres and wheels; 150 stores; Revenue \$A315 million
- Brazin Limited (www.brazin.com.au); Recorded music, women's lingerie, sleepwear and surfwear; 700 stores under Sanity, BNT, In2Music, Virgin Entertainment, dusk and EzyDVD brands; Revenue \$A488 million
- Copperart Holdings Ltd (www.copperart.com.au); Homewares; Revenue \$A87 million
- Country Road Limited (www.countryroad.com.au); Women's and men's clothing, homewares and furniture; 46 stores; Revenue \$A211 million
- Freedom Group Limited (www.freedom.com.au); Furniture; over 170 stores under Freedom, Guest, Captain Snooze and Baywiss brands; Revenue \$A440 million
- JeansWest Investments (Australia) Pty Ltd (www.jeanswest.com.au); Hong Kongowned women's and men's clothing chain with over 200 stores in Australia and New Zealand; Revenue \$A106 million
- Just Group Limited (www.justjeans.com.au); Women's and men's clothing with over 500 stores under the Just Jeans, Jay Jays, Jacqui E and Portmans banners; Revenue \$A619.8 million
- Rebel Sport Limited (www.rebelsport.com.au); Part of the Harvey Norman group; 63 stores under the Rebel Sport and Glue brands; Sporting equipment, apparel and footwear; Revenue \$A320 million
- Retravision DAD Limited (www.retravision.com.au); Electrical appliances and homewares; 505 stores in Australia and 57 stores in New Zealand; Revenue \$A1.8 billion
- Roger David Stores Pty Ltd (www.rogerdavid.com.au); Men's clothing; Revenue A\$163 million

- Spotlight Stores Pty Ltd (www.spotlight.com.au); Fabrics, craft, haberdashery and other soft goods and homewares; 100 stores in Australia, New Zealand and Singapore; Revenue \$A625 million
- Super A-Mart Pty Ltd (www.superamart.com.au); Furniture and bedding; 21 stores in Queensland and New South Wales; Revenue \$A309 million
- Super Cheap Auto Group Limited (www.supercheapauto.com); Over 200 stores Australia wide and including 18 in New Zealand; Auto accessories, spare parts, hand tools, power tools, car audio, panel and paint supplies; Revenue \$A470 million
- Sussan Corporation (Aust) Proprietary Limited (www.sussans.com.au); Women's apparel and sleepwear; Revenue \$A428 million
- Tyrepower Ltd (www.tyrepower.com.au); Automotive tyres, wheels and batteries; 230 stores; Revenue \$A120 million

Márgenes de los diferentes intermediarios:

- Agentes de compra extranjeros / Agentes comisionistas australianos: entre el 3-6% sobre el valor FOB.
- Importadores / Mayoristas de bienes de consumo: 40-80% sobre el precio pagado tras el desembarco (landed/duty paid price) en función del producto de que se trate.
- Tiendas de descuento: 35-40% sobre el precio de venta.
- Tiendas detallistas: 40-75% sobre el precio de venta.
- Pequeñas tiendas detallistas Outlet: 50-100% sobre el precio de venta.
- Cadenas de supermercados: 15-35% sobre el precio de venta.

Como ejemplo, en la práctica se observa que el precio de detallista de ropa básica importada es normalmente aproximadamente cuatro veces mayor que el precio FOB, mientras que en el caso de ropa de gama alta importada, puede llegar a ser hasta seis u ocho veces más.