



Evolución y tendencia nacional e internacional de la marca de distribuidor

ELOY GIL CORDERO. F. JAVIER RONDÁN CATALUÑA. Universidad de Sevilla.

RESUMEN

Desde hace varios años, la marca distribuidor juega un importante papel en el entorno económico internacional y cada vez este tipo de marcas tienen un mayor impacto en el reparto de los gastos que tiene cada familia mensualmente destinado a sus compras. Este es un estudio descriptivo donde se analiza la evolución internacional que ha proyectado la marca distribuidor en los últimos años, se analizan las diferencias entre países y continentes, y

como las grandes multinacionales de distribución están encontrando en esta práctica el camino para el éxito y la expansión internacional incluso en momentos de recesión económica. Para ello, hemos utilizado los datos secundarios de la marca distribuidor de los países más representativos de Europa, Asia y América.

PALABRAS CLAVE: Marca de distribuidor. Mercados internacionales. Tendencias. Internacionalización.