

TEMA 6 - Las formas de acceso a los mercados. Tipos y características: La venta directa. La venta compartida con recurso a intermediario. La venta subcontratada. Otras estrategias de actuación en los mercados internacionales. Las empresas conjuntas. La cesión de tecnología industrial. La franquicia internacional. Las Agrupaciones Europeas de Interés Económico. Otras

1. Introducción y Cambios en el Entorno

- **Cambios en los mercados internacionales:**
 - Creciente interrelación y dependencia de las economías.
 - Nuevas fuentes de ventaja competitiva y mecanismos de competencia más complejos.
 - Cambios organizativos en las empresas y su entorno.
- **Impacto en la internacionalización:**
 - Protagonismo de las PYMES.
 - Proliferación de nuevas formas institucionales de acceso.
 - Integración de empresas en redes de acuerdos interempresariales.

2. Teorías y Criterios de Elección

- **Teorías explicativas:**
 - **Ciclo de vida del producto de Vernon:** Fases de Producto Nuevo, Producto Maduro y Producto Estandarizado.
 - **Aportación de Reyman:** La inversión directa se decide si su coste es menor que el de producción nacional más exportación y menor que el de cesión de patente.
 - **Teoría ecléctica de Dunning:** Condiciones simultáneas de Ventaja de Propiedad, Ventaja de Internacionalización y Ventaja de Localización.
- **Criterios de decisión:** Obeden a consideraciones fiscales, financieras y organizativas. Se busca eficacia, durabilidad y rentabilidad, optando inicialmente por sistemas de bajo riesgo.

3. Formas de Acceso vía Exportación

Clasificación según el grado de control ejercido sobre el canal de distribución:

3.1. Venta Directa

- **Concepto:** Ausencia de barreras entre empresa y mercado, contacto permanente con la clientela y exigencia de recursos especializados.
- **Modalidades:**

TEMA 6 - Las formas de acceso a los mercados. Tipos y características: La venta directa. La venta compartida con recurso a intermediario. La venta subcontratada. Otras estrategias de actuación en los mercados internacionales. Las empresas conjuntas. La cesión de tecnología industrial. La franquicia internacional. Las Agrupaciones Europeas de Interés Económico. Otras

- **Red comercial propia:** Equipo de empleados negocia directamente.
- **Filial comercial:** Sociedad nacional en el país de destino. Permite control de redes, mayor penetración y seguridad, pero conlleva alto coste inicial y burocracia.
- **Representantes asalariados:** Empleados residentes en destino. Ideal para medianas empresas; paso previo a la filial.
- **Agentes a comisión:** Profesionales independientes que intermedian sin asumir riesgo. Funciones: prospección, visitas, reclamaciones, control de expediciones y colaboración en cobros.
- **Venta por correspondencia:** Sistema de catálogo y respuesta directa (éxito previo al comercio online hoy en día no se usa prácticamente).
- **Venta por internet:** Modelos B2B y B2C. Dificultades logísticas y fiscales en terceros países; viable en Mercado Único.

3.2. Venta Compartida con intermediario

- **Concepto:** Delegación de funciones y soberanía comercial compartida con terceros.
- **Modalidades:**
 - **Piggy Back:**
 - Colaboración donde una empresa (suministradora) utiliza la red de otra ya implantada (canalizadora).
 - Ventajas Canalizadora: Rentabiliza red y aumenta gama.
 - Ventajas Suministradora: Acceso inmediato y conocimiento del mercado.
 - Requiere productos complementarios. Útil para PYMES.
 - **Consorcio de Exportación:**
 - Agrupación de empresas del mismo sector para exportación común.
 - Tipos: En origen o en destino.
 - Permite compartir costes y mejorar capacidad negociadora. Apoyados por instituciones (ICEX).

TEMA 6 - Las formas de acceso a los mercados. Tipos y características: La venta directa. La venta compartida con recurso a intermediario. La venta subcontratada. Otras estrategias de actuación en los mercados internacionales. Las empresas conjuntas. La cesión de tecnología industrial. La franquicia internacional. Las Agrupaciones Europeas de Interés Económico. Otras

3.3. Venta Subcontratada

- **Concepto:** Venta a empresas instaladas en el exterior que asumen la comercialización. Grado de control mínimo.
- **Modalidades:**
 - **Importador-distribuidor:** Compra en firme para reventa. Dispone de medios logísticos y es fundamental para el servicio postventa. Cliente único habitual para PYMES.
 - **Trading Companies (Compañías de Comercio Internacional):**
 - Multinacionales que gestionan operativa integral (comercial, financiera, logística).
 - Formas de actuación: Intermediarias (cobran comisión) o Compraventa (adquieren propiedad y asumen riesgo).
 - Habituales en sectores de gran volumen (materias primas, químicos).

3.4. Selección de Canales de Distribución

- **Según Producto:**
 - Consumo: Venta Directa.
 - Industrial: Venta Directa, Subcontratada o Licitación.
 - Con servicio postventa: Implantación propia o subcontratación técnica.
- **Según Sistema Político-Económico:**
 - Libre mercado: Cualquier vía de conexión es válida.
 - Mercado protegido: Filial, licencia o Joint Venture industrial.
 - País en vías de desarrollo: Conexión con expertos locales (importadores) o multinacionales ya establecidas.

4. Otras Estrategias

Alternativas cuando la exportación no es posible (barreras) o se busca mayor consolidación.

TEMA 6 - Las formas de acceso a los mercados. Tipos y características: La venta directa. La venta compartida con recurso a intermediario. La venta subcontratada. Otras estrategias de actuación en los mercados internacionales. Las empresas conjuntas. La cesión de tecnología industrial. La franquicia internacional. Las Agrupaciones Europeas de Interés Económico. Otras

4.1. Empresas Conjuntas (Joint Ventures)

- **Definición:** Asociación de empresas de diferentes países para colaborar técnica, productiva o comercialmente.
- **Tipos de contrato:**
 - Sociedad Mixta: Creación de una entidad legal nueva.
 - Operación Conjunta Contractual: Grupo de cooperación sin nueva entidad jurídica.
- **Ventajas:** Permisividad gubernamental, transferencia de recursos, menor inversión financiera.
- **Socios locales habituales:** Gobiernos/Paraestatales (en PED), Instituciones financieras, Importadores, Inversores privados.

4.2. Cesión de Tecnología (Licencias)

- **Concepto:** Acuerdo para ceder tecnología, ingeniería o marcas a cambio de royalties. Justificado por barreras de acceso o recuperación de I+D.
- **Modalidades:**
 - Licencia de fabricación (Patente): Autorización para producir y vender en exclusiva. Requiere registro previo.
 - Transferencia de Know-how: Cesión de conocimientos técnico-científicos (protegidos por secreto y confidencialidad).

4.3. Franquicia Internacional

- **Concepto:** Cesión de producto, marca y know-how de gestión a un empresario local.
- **Estructura de ingresos:** Canon de entrada, royalty operativo y canon de publicidad.
- **Formas de expansión:**
 - Franquicia de Desarrollo de Área: El franquiciado desarrolla unidades.
 - Franquicia Maestra: El franquiciado puede subfranquiciar en su territorio.
- **Datos España (2022):** 1.375 enseñas totales. Presencia internacional en 139 países con 288 enseñas (Moda y Restauración) de acuerdo a la AEF.

TEMA 6 - Las formas de acceso a los mercados. Tipos y características: La venta directa. La venta compartida con recurso a intermediario. La venta subcontratada. Otras estrategias de actuación en los mercados internacionales. Las empresas conjuntas. La cesión de tecnología industrial. La franquicia internacional. Las Agrupaciones Europeas de Interés Económico. Otras

4.4. Agrupación Europea de Interés Económico (AEIE)

- **Objetivo:** Ente jurídico comunitario para cooperación entre empresas de la UE (mínimo 2 miembros de distintos países).
- **Características:** Responsabilidad solidaria, beneficios repartidos, servicios comunes (compra, I+D).
- **Regulación:** Reglamento CEE 2137/1985 y Ley española 12/1991.

4.5. Implantación Integral (Inversión Directa)

Última etapa del proceso implica transferencia de recursos y alto compromiso.

- **Sucursal / Delegación:** Oficina de ventas sin personalidad jurídica propia. No puede realizar operaciones en nombre propio.
- **Filial Comercial:** Establecimiento permanente con personalidad jurídica propia (empresa local). Asume riesgos, importa y factura. Mayor aceptación local y adaptación.
- **Centro de Producción (Filial de producción):** Máximo compromiso. Puede ser por creación de nueva empresa o adquisición de existente. Alto coste y riesgo.

5. Conclusión: Marco Normativo UE

- **Roaming:** Supresión de recargos en la UE desde junio de 2017 (Reglamento UE 2015/2120).
- **Portabilidad de contenidos:** Acceso a suscripciones online en cualquier país de la UE desde 2018 (Reglamento UE 2017/1128).