

*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:** Obedecen 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).