



Curso Online de
**Cómo encontrar y gestionar
Agentes y Distribuidores
para la Exportación**



[e]
Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

Cómo encontrar y gestionar Agentes y Distribuidores para la Exportación

Presentación

Una de las decisiones más importantes en la exportación se refiere a la forma de entrada en el mercado. Errores en la fórmula escogida para la comercialización harán inútiles los esfuerzos en otros ámbitos. Trabajar con el distribuidor erróneo o con un agente comercial desmotivado, haría fracasar los mejores productos y neutralizar el impacto de buenas campañas de promoción. Es pues crítico escoger el canal comercial y conocer todas las fórmulas alternativas para trabajar en los mercados.

También hay que tener en cuenta que, a menudo, las empresas no disponen de los recursos necesarios para desarrollar de forma independiente su estrategia de internacionalización, por lo que necesitan establecer acuerdos de cooperación con otras empresas.

En los últimos años nuevas fórmulas como los contratos de franquicia, las licencias o las joint-ventures comerciales se han popularizado, es importante que las empresas conozcan toda la gama de posibles acuerdos, para así ser conscientes de todas las posibilidades de cooperación que tiene a su alcance.

En este curso se dan indicaciones sobre dónde encontrar los posibles partners, consejos sobre cómo negociar con ellos, cómo formalizar la relación una vez cerrado el acuerdo y qué tipos de contratos se pueden dar.

La Educación On-line

Con más de 25 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado.

2 *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3 *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

4 *Trabajar* con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.

Cómo encontrar y gestionar Agentes y Distribuidores para la Exportación

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de **50 horas** distribuidas en 4 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Los 4 módulos contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales expertos en la materia.

Material Complementario

Cada uno de los módulos contiene material complementario que ayudará al alumno en la comprensión de los temas tratados. Encontrará también ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Cómo encontrar y gestionar Agentes y Distribuidores para la Exportación

Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cómo encontrar y gestionar distribuidores y agentes comerciales y otros partners en el extranjero.
- Cuál es la comparación entre Agente y Distribuidor: las funciones que acostumbra a desempeñar cada uno y las ventajas de trabajar con uno y otro.
- Cuáles son las formas de entrada más habituales en los mercados exteriores: el canal propio y el canal externo.
- Cómo escoger la forma de entrada óptima en el mercado de destino en función de los recursos disponibles, del riesgo que se pueda asumir y del potencial del mercado.
- Qué tipos de acuerdos de cooperación pueden establecerse, con las ventajas e inconvenientes de cada uno.
- En qué situaciones es posible utilizar la franquicia como forma de expansión internacional.
- Cuándo es aconsejable la cesión de licencias, cuáles son los peligros que pueden comportar y qué precauciones hay que tomar.
- Qué es un acuerdo de Joint-Venture y qué cuestiones hay que considerar para cerrar un acuerdo de este tipo.
- Qué posibilidades hay de generar exportaciones a través de contratos de administración o de manufactura.
- Qué ventajas tiene la exportación agrupada y cómo desarrollarla.
- Cómo buscar y encontrar los otros partners comerciales: instituciones públicas o semi-públicas, consultoras, eventos ...
- Cómo nos puede ayudar Internet en la búsqueda de distribuidores y/o agentes.
- Cómo escoger al mejor partner para la empresa.
- Los principales puntos a cubrir en una negociación con un partner potencial.
- Cómo puede el exportador ahorrar mucho dinero y problemas jurídicos mediante una correcta formalización de los acuerdos con los partners comerciales.
- La importancia de incentivar, controlar y motivar correctamente al partner y formas para lograrlo.

“ Seleccionar al partner ideal es un factor clave para el éxito de su internacionalización ”

Dirigido a:

Directores de Exportación, Directores Comerciales y de Marketing y Responsables de Expansión en mercados internacionales.

Cómo encontrar y gestionar Agentes y Distribuidores para la Exportación

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Las formas de entrada en los mercados exteriores

14 horas

Una vez dispone la empresa de una oferta comercial competitiva, debe tomar una de las decisiones más importantes: qué canal comercial utilizar para que el producto llegue al cliente final. En este curso se examinan todas estas formas de entrada en los mercados haciendo especial énfasis en las fórmulas que implican la cooperación con otras empresas dada su importancia estratégica en los últimos años, especialmente para las PYMES.

- 1.1. Introducción.
- 1.2. Exportación indirecta y directa. La utilización de personal propio.
- 1.3. La utilización de intermediarios o partners externos.
- 1.4. Cómo escoger la mejor forma de entrada:
 - 1.4.1. Factores a considerar en la selección de la forma de entrada:
 - 1.4.1.1. Factores internos.
 - 1.4.1.2. Factores externos.
 - 1.4.1.3. Proceso de decisión.

MÓDULO 2. Tipos de partners

12 horas

Según las funciones que el exportador quiere que desarrolle buscará uno u otro tipo de partner. En este módulo se enumeran los distintos tipos de acuerdos a los que puede llegar una empresa para apoyarla en su proceso de expansión internacional.

- 2.1. Agente Comercial.
- 2.2. Distribuidor.
- 2.3. Franquiciado.
- 2.4. Licenciatario.
- 2.5. Socio en una Joint-Venture.
- 2.6. Contrato de Manufactura.
- 2.7. Acuerdos de Distribución Cruzados.
- 2.8. Contratos de Administración.

Cómo encontrar y gestionar Agentes y Distribuidores para la Exportación

2.9. Contratos de BOT (Built-Operate-Transfer).

2.10. La Exportación Compartida.

MÓDULO 3. Cómo escoger el tipo de partenariado idóneo

14 horas

Los acuerdos de distribución o los agentes comerciales son dos de las fórmulas clásicas de colaboración para introducirse en nuevos países. En este módulo analizamos sus diferencias, sus ventajas e inconvenientes proporcionando modelos de cada uno de estos contratos.

3.1. Agente Comercial vs Distribuidor.

3.2. Franquicia vs Filial.

3.3. La Cesión de Licencias.

3.4. Los contratos de Joint – Venture.

3.5. La exportación compartida a través de Consorcios de Exportación.

MÓDULO 4. Etapas en la creación de un acuerdo de colaboración

10 horas

4.1. Introducción.

4.2. La delimitación del ámbito de cooperación.

4.3. La búsqueda de partners:

4.3.1. La comunicación hacia el partner.

4.4. La elección.

4.5. La negociación de la estructura y aportaciones de las partes:

4.5.1. Algunos consejos para preparar una negociación multicultural.

4.6. El contrato.

4.7. La gestión de la alianza.

Cómo encontrar y gestionar Agentes y Distribuidores para la Exportación

Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:



Joan Freixanet

Doctor en Administración de Empresas. Licenciado y Máster en International Management por ESADE, compagina desde hace más de 15 años tareas docentes con la consultoría en Desarrollo Internacional de Empresas en aspectos como la planificación de la internacionalización, estudios de mercado y la operativa en comercio exterior.

Está acreditado por ICEX, ACCIO y Cámaras de Comercio para sus programas de asesoramiento.

El autor y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez finalizado el curso de forma satisfactoria, el alumno recibirá un diploma acreditando la realización del curso **CÓMO ENCONTRAR Y GESTIONAR AGENTES Y DISTRIBUIDORES PARA LA EXPORTACIÓN**.

