

¿EN QUÉ CONSISTE EL CONTRATO DE “PIGGY BACK” PARA EMPRESAS EXPORTADORAS?

Una opción muy interesante para empresas que empiezan a exportar es llegar a un acuerdo de colaboración con otra empresa que ya está implantada en el país al que se pretende exportar, y por el cual dicha empresa pone a disposición su propio canal de ventas, es el denominado contrato o modelo de “Piggy Back”.

Estimado/a cliente/a:

Si tiene intención de exportar sus productos, pero se encuentra con barreras y con algunas dificultades iniciales (necesita invertir en publicidad, contar con una red comercial en el exterior, etc.), una opción muy interesante para empresas que empiezan a exportar es llegar a un acuerdo de colaboración con otra empresa que ya está implantada en el país al que se pretende exportar, y por el cual dicha empresa pone a disposición su propio canal de ventas, es el denominado contrato de “Piggy Back”.

Características del Contrato

Es un acuerdo de colaboración entre dos empresas de un mismo país, en virtud del cual una empresa no implantada en el extranjero, generalmente una PYME, aprovecha la estructura de otra empresa que sí está implantada en el mercado o país objetivo, para vender sus productos en el mismo.

Atención. Permite utilizar la red de contactos de otra empresa para vender tus productos a través de su red, a cambio de una comisión. Este método de exportación concertada es muy útil, ya que amplías tus capacidades de negocio al distribuir tus productos por canales similares a los tuyos.

Las ventajas para la PYME son costes reducidos, acceso acelerado al mercado, eliminación de operaciones (administrativas y logísticas). Se trata de un contrato atípico que incorpora elementos de distintas figuras contractuales. Así, están presentes elementos propios del contrato de comisión, distribución y arrendamiento de servicios. No se produce transmisión de la propiedad entre cedente y cesionario, quien actúa como intermediario.

El objetivo que persigue este instrumento es la expansión al exterior de pequeñas empresas, aprovechando la estructura de una mayor (know-how, locales, publicidad, notoriedad comercial, contactos comerciales, etc.). La pequeña empresa obtiene una presencia que de otro modo le resultaría demasiado gravosa. La empresa ya implantada obtiene una retribución sobre las ventas (entre un 3 y un 20%), así como una cantidad fija que contribuye a sufragar el coste de estructura.

Del mismo modo, puede ofertar a sus clientes una mayor gama de productos, al incorporar a la suya propia, la de la empresa cuya gestión de ventas de exportación se propone realizar.

Para que esta figura sea factible en la práctica, es necesario que el producto que se pretende exportar sea compatible y no competitivo de los productos que ya comercializa la empresa implantada. Por otro lado, puede pactarse la venta o solo la prospección, así como otras prestaciones accesorias como la asesoría o formación a favor de la PYME.

Pueden ponerse en contacto con este despacho profesional para cualquier duda o aclaración que puedan tener al respecto.

Un cordial saludo,

Csf Consulting