

Formación de Consorcios como Herramienta para la Exportación

Lima 10 de Octubre 2007

Aspecto fundamentales



- Tipos de asociación empresarial mas comunes
- Definición de consorcio de exportación
- Tipos de consorcios de exportación
- Principios fundamentales para la formación de consorcios de exportación.
- Forma jurídica de un consorcio de exportación.
- Factores que afectan el proceso de formación de un consorcio.
- Retos que afronta un consorcio.
- Financiamiento de un consorcio de exportación
- Consorcios y sector público
- Indicadores de éxito en un Consorcio
- Casos exitosos de asociación empresarial

Tipos de asociación comunes

- Cooperativas.- asociación voluntaria de personas que se unen voluntariamente para hacer frente a sus necesidades económicas, sociales y culturales (trabajo, consumo, crédito) por medio de una empresa de propiedad conjunta y controlada
- Joint Venture.- acuerdo comercial de inversión conjunta a largo plazo entre dos o mas personas o empresas, no necesitando una nueva persona jurídica. Su finalidad puede ser variada, desde producir bienes hasta brindar servicios.
- Alianzas estratégicas.- es un entendimiento que se produce entre dos o mas actores sociales quienes definen un plan de acción para la búsqueda de beneficios comunes.

Que es un Consorcio de Exportación?

Un consorcio de exportación es una alianza voluntaria de empresas con el objetivo de promover y/o comercializar los bienes y servicios de sus miembros en el extranjero.

Los Consorcios de exportación pueden estar formados por empresas del mismo sector productivo o por empresas que producen bienes complementarios

En gran medida el éxito de un Consorcio de Exportación depende del trabajo serio y ordenado de sus integrantes



Tipos de consorcios de exportación

- De acuerdo al sector productivo

Consortios Sectoriales

Consortios Multisectoriales

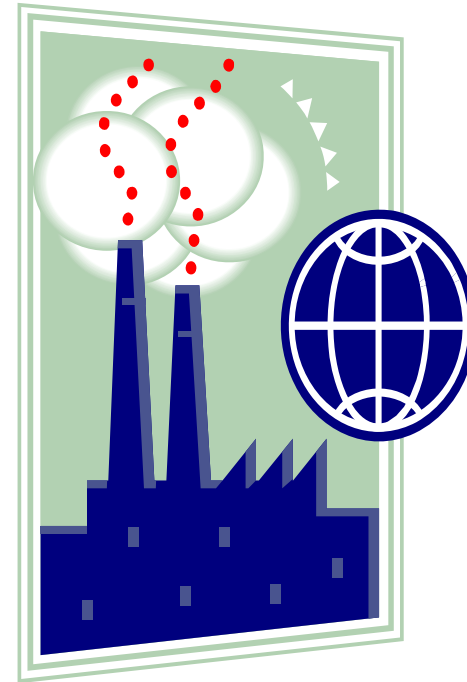
- De acuerdo a su sistema de asociación

Consortios de Promoción

Consortios de venta

Consorcios de Promoción

Un consorcio de promoción es un grupo de empresas que se unen voluntariamente con la finalidad de concentrar esfuerzos en la promoción y publicidad de los productos que sus asociados producen, son ejemplo de estas actividades, el diseño y desarrollo de páginas web, material impreso, participación en ferias nacionales o internacionales.



Consorcio de Venta



Un consorcio de venta es un grupo de empresas que se unen voluntariamente con la finalidad de comercializar los bienes y/o servicios de sus asociados en el extranjero.

El Consorcio de venta puede formarse como una empresa nueva que compra y revende los productos de sus asociados.

¿Por qué optar por un consorcio de exportación?

Las pequeñas empresas normalmente suelen tener grandes dificultades para entrar en mercados externos, ya que siempre se encuentran limitantes como lo son los volúmenes de producción, la calidad de producto, el conocimiento del mercado, la capacidad económica y el poder de negociación.

POR LO TANTO

Los Consorcios representan una ALTERNATIVA importante para ingresar al mercado internacional

Condiciones Básicas para formar consorcios de exportación



Las empresas que forman un consorcio de exportación deben tener las siguientes características:

- Maquinaria mínima indispensable para fabricar
- Voluntad de trabajo, convicción y objetivos claros
- Infraestructura de taller/planta mínima.
- Ser una empresa formal en el sistema peruano.
- Capacidad de producción y capital operacional para satisfacer los requisitos de volumen de los importadores.
- Capacidad de comunicación y de negociación. Email.
- Capacidad administrativa e instalaciones administrativas

Principios Básicos para los consorcios de exportación

Objetivos claros

Es muy importante definir objetivos precisos y realistas,

Establecimiento de un consenso

No puede esperarse que los miembros establezcan de un día para otro la confianza necesaria para coordinar eficazmente sus actividades.

El factor tiempo

Durante la etapa de concepción, los posibles miembros deben reconocer que el establecimiento de un consorcio exitoso y la obtención de los beneficios llevan tiempo.

Número de participantes en los consorcios



De la experiencia acumulada en la India y Túnez se desprende que para establecer un consorcio es razonable que haya de 8 a 12 empresas participantes

En Italia, la mayoría de los consorcios consta de 11 a 50 empresas participantes. De un estudio realizado por Federexport en ese país se desprendió que, de 111 consorcios, el 30,6% tenía menos de 10 empresas participantes, el 46% entre 11 y 50 y el 23,4% restante más de 50 miembros

Forma Jurídica de un consorcio

La forma jurídica que adopte un consorcio dependerá siempre de los objetivos precisos de las empresas participantes y, ante todo, de las características del sistema jurídico. Se deben tener en cuenta consideraciones sobre el monto del capital aportado, la responsabilidad de las empresas participantes, la existencia o no de fines de lucro, los requisitos en materia de presentación de informes.



Factores que afectan el proceso de establecimiento de un consorcio

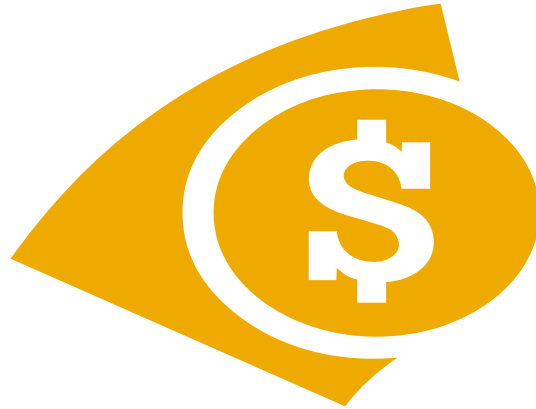
- Dudas de las empresas participantes.
- Falta de confianza y, a consecuencia de ello, renuencia a establecer una asociación con “competidores” locales
- Falta de un dirigente entre las empresas que dé impulso al proyecto
- Retiro de algunas empresas en las etapas iniciales del proceso de establecimiento por tener otros intereses en materia de exportación
- Convicción entre las empresas de que no pueden beneficiarse de su participación en un consorcio dado que ya venden en un mercado extranjero y no se dan cuenta de que también hay otras oportunidades
- Tentación de usar indebidamente el consorcio como medio para fomentar objetivos personales
- Falta, debilidad o inadecuación del apoyo institucional a nivel local, regional o nacional
- Problemas vinculados con la movilización de la contribución financiera de los miembros

Retos Internos



- Para tener éxito los empresarios deben superar sus individualismos naturales.
- Contribuciones o aportes financieros.
- Utilización de los fondos del consorcio.
- A medida que el consorcio avanza pueden surgir inconvenientes por temas relativos a los estatutos del consorcio.
- Lograr acuerdos sobre los mecanismos de control de calidad de los productos.

Financiamiento de un consorcio



- Miembros del consorcio
- Instituciones.- en este caso pueden ser instituciones gubernamentales y/o asociaciones comerciales.

Consortorios y Sector Público

- Organizan campañas de sensibilización a los beneficios de los consorcios de exportación
- Ayudan a identificar a posibles empresas participantes
- Ofrecen un lugar en el que puedan reunirse las empresas interesadas
- Ayudan a los posibles miembros a definir las futuras actividades
- Prestan asesoramiento jurídico.
- Ofrecen cursos de capacitación.
- Suministran información (por ejemplo, entre otras cosas, sobre posibles mercados en que penetrar y facilidades de crédito)
- Suministran un lugar representativo en el que se pueda recibir a clientes extranjeros



Indicadores de éxito de un consorcio

- Aumento del volumen de negocios de exportación.
- Aumento del número de mercados de exportación.
- Regularidad en las exportaciones.
- Economías de gastos y tiempo.
- Capacidad de las empresas de exportar por su cuenta.

Experiencias con Consorcios de exportación locales



- Corporación Peruana Frutícula- Agrícola-Lima
- Frío Aéreo- Servicios-Lima
- ATEM- Metalmecánica- Lima
- Consorcio Perú Mueble- Lima
- Consorcio Sumac Maqui- Lima
- Consorcio Los Andes- Huancayo
- Consorcio Chan Chan- Trujillo



Recomendaciones Generales para la estructuración de un Consorcio de exportación

- Identificación de la red empresarial.
- Selección del grupo objetivo a trabajar.
- Sensibilización para la formación de consorcios de exportación.
- Identificación de las principales debilidades de las empresas preseleccionadas.
- Estandarización de capacidades
- Desarrollo de programas piloto
- Selección definitiva de empresas que formarán parte del Consorcio.

Ejemplo de Planes Piloto



- Participación en Ferias locales o Internacionales
- Diseño y desarrollo de material promocional
- Diseño y desarrollo de prototipos
- Realización de estudios de mercado o planes de negocios.