

**Consortios de Exportación del Conurbano Norte
Una oportunidad para la inserción de las PyMEs en el Mercado Mundial**

**Por: Esp. Agroneg. y Alimentos Lic. Valeria B. Errecart; Lic. Claudia De Rito
Sofía Alejandra Balbastro, Mayra Quiros (estudiantes para Cdor. Público
UNSAM-EEyN-IST)**

1. Introducción

Un **Consortio de Exportación** se entiende como “un acuerdo de colaboración entre pequeñas y medianas empresas de tamaño homogéneo, que fabrican productos o prestan servicios similares o complementarios, o comparten el canal de comercialización internacional. Tiene como objetivo principal posibilitar que la unión de todas las capacidades permita realizar exportaciones beneficiosas para todos sus integrantes, conservando cada empresa total independencia para actuar en el mercado interno, y subordinando su actuación en los mercados externo”.

Es esta unión de capacidades la que facilita la inserción internacional, porque al unir sinergias se pueden reducir los riesgos y los costos de internacionalización, esto último debido a la posibilidad de distribuir entre los participantes los gastos de mantenimiento de un departamento de exportación, sueldos de personal de gestión e investigación de mercados, honorarios de consultores, gastos de documentación y administración en general. Además, el consorcio puede brindar la fuerza, la organización y el personal necesarios para intentar penetrar en mercados más difíciles y competitivos.

Los consorcios pueden contribuir al acceso a nuevos tipos de compradores básicamente a través de la adaptación o modificación de los productos y aumentando la calidad de los mismos; ampliando la capacidad o volumen de exportación, de manera que se puedan atender pedidos de mayor importancia o mediante la provisión de productos complementarios. En este sentido, las empresas participantes pueden conseguir en relativamente poco tiempo un conocimiento de las técnicas de comercio exterior que les demandaría años si exportasen en forma independiente.

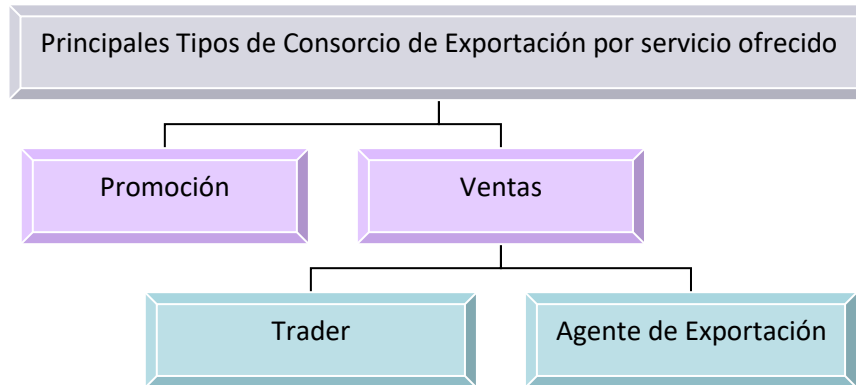
Los miembros de un consorcio de exportación conservan su autonomía financiera, jurídica y de gestión. De esta manera las empresas pueden hacer cumplir sus objetivos estratégicos agrupándose en una entidad jurídica separada que no implica la pérdida de identidad de ningún miembro. Esto constituye la diferencia principal entre los consorcios y otros tipos de alianzas estratégicas. De esta manera, un consorcio difiere de una fusión en el sentido de que todas las empresas participantes conservan su condición jurídica inicial y la administración de cada empresa conserva su independencia. (Organización de la Naciones Unidas Para el Desarrollo Industrial. Viena, 2004).

Dada la importancia que prestan los consorcios para el desarrollo de una economía, en el siguiente trabajo desarrollaremos el tema vinculado a las empresas del Conurbano Norte y cómo ellas aprovecharon ésta estrategia para mejorar su inserción en el mercado mundial.

2. Tipos de consorcios de Exportación

Debido a que los consorcios de exportación no son entidades homogéneas y que en la práctica coexisten diversas formas de ellos, los clasificaremos en dos tipos principales: a) consorcios de venta y b) de promoción. Inmediatamente consideraremos varias cuestiones que pueden variar dentro de cada consorcio, como los diferentes servicios que prestan, si agrupan a empresas de un sector o de varios, el tipo de bien que ofrecen, argumentos de localización, nivel de complementariedad, etc. (Cuadro N°1).

Cuadro N°1 Tipos de Consorcios de Exportación por Servicio Ofrecido



Fuente: ONUDI

Entre las principales características de cada uno, podemos mencionar:

a) Consorcio de Promoción:

- El objetivo es promover los productos que ofrecen sus miembros
- Comparten costos de logística y promoción
- Apoyan y asisten para facilitar el acceso a ciertos mercados
- Las ventas las realizan directamente las empresas
- El número de miembros no es alto

b) Consorcio de Ventas

- Realizan promoción comercial y organizacional
- Organizan la venta de los productos de los miembros
- La mayoría promueve la venta del producto a través del consorcio, no por la empresa
- Controlan la calidad de los productos ofrecidos para garantizar la imagen del consorcio
- El número de empresas es limitado
- Las empresas delegan la autoridad para hacer negocios en su nombre al gerente del consorcio.

Dentro de este tipo de consorcios sobresalen dos subtipos que son:

Trader: Compra los productos de las empresas y luego los revende. Suele negociar créditos para comprar la producción.

Agentes de Exportación: Las empresas envían su factura de venta para que el cliente les pague. El consorcio no compra la producción.

En el cuadro N°2 exponemos las características de los consorcios de exportación. Ellas van desde regional, hasta mercado común y multisectorial.

Cuadro N°2 Características de los Consorcios de Exportación



Fuente: ONUDI

Los consorcios sectoriales se caracterizan por tener actividades centradas en los productos de las empresas participantes. Las empresas tienden a conocerse entre sí y a tener mayor conocimiento de los negocios de cada una, es de esperar que mejore la cooperación entre ellas.

La ventaja de los multisectoriales, es que pueden ofrecer una amplia gama de productos. Presentan economías de costo, los mismos métodos de promoción y una imagen común, pese a la diversidad de empresas que lo conforman. Comparten la voluntad de tener acceso a mercados extranjeros.

Los de competidores directos se establecen para lograr economías de escala para ciertos mercados o momentos. Pueden avanzar en proyectos conjuntos de investigación y desarrollo (I & D) para su producto o servicio. Sin embargo, este tipo de consorcio se presta para situaciones de desconfianza y conflicto entre sus miembros; de esta manera, los costos de manejo suelen ser más altos que los de no competidores.

En el caso de consorcios regionales, su característica es el origen de las empresas que lo conforman, que generalmente tienen un objetivo regional común (por ejemplo, promover comida típica o artesanías) y usualmente tienen un distrito industrial común. Por último, un consorcio que se conforma para acceder a un mercado específico, puede tener la ventaja para sus miembros de ahorrar no solo en transporte, sino en publicidad e información. Si las actividades del consorcio se amplían, sus mercados también deberán diversificarse.

Algunos expertos distinguen entre consorcios duros (hard) o suaves (soft). Esta distinción tiene que ver con los objetivos de largo o corto plazo que persigan. Los primeros tienden a permanecer con o sin la expansión de sus miembros; mientras que los segundos son aquellos formados para un objetivo específico y se disuelven cuando se alcanza el mismo.

3. Experiencia de Consorcios de Exportación a nivel mundial

La ONUDI es la mayor organización que brinda apoyo a diversas instituciones y PYMES que han emprendido esfuerzos en varios países para fomentar los consorcios de exportación. Cuenta con un

equipo de expertos en América Latina, Oriente Medio y en el Norte de África, logrando dar una amplia cobertura a sus programas, ofreciendo formación y brindando asistencia técnica.

En América Latina existen proyectos de promoción de consorcios (Uruguay, México, Perú y Ecuador), contando con financiación Italiana. Los mismos están orientados a crear consorcios de exportación y origen, capacidades institucionales para la promoción de consorcios, formación de promotores del sector público y privado y promoción de un entorno institucional y de incentivos. Estos proyectos fomentan el intercambio de experiencias y de colaboración entre países, es un ejemplo el Encuentro Binacional de MiPYMEs de Ecuador y Perú en Chiclayo, así como también los acuerdos Perucamaras – Federexport.

3.1. Europa

3.1.1 Italia

A través de la Federación Italiana de Consorcios de Exportación (Federexport), el caso italiano, es el de mayor importancia y trayectoria en el mundo. Esta organización fue fundada en 1976 para promover los consorcios de exportación; agrupa más de 300 consorcios, integrados por más de 7.000 empresas, que generaron un ingreso de más de 15 billones de euros anuales y representaron 9% del total de las exportaciones italianas (Russo, 2006). De acuerdo con datos de esta Federación, el 80% de las empresas que participan en un consorcio tienen menos de 50 empleados (ONUDI, 2004), es decir, son de micro a pequeñas empresas. En este país las empresas exportadoras son en un 52% PyMEs. Los consorcios que predominan son los de promoción.

Los principales sectores operacionales de los consorcios de exportación son:

- Planta, maquinaria e ingeniería;
- Textiles, vestuario, productos de cuero, calzado;
- Alimentos, vino, bebidas;
- Productos químicos;
- Madera y muebles;
- Vidrios, cristales;
- Industria de la construcción y sectores conexos;
- Productos electrónicos, tecnología electrónica e instrumentos ópticos;
- Joyería, joyería de confección.

Las empresas italianas demuestran preferencia por los consorcios multisectoriales: en tanto que el 57% de las empresas pertenecen a un consorcio multisectorial, sólo el 43% son miembros de un consorcio de un solo sector. 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 (gráfico N°1).

Gráfico N°1 Empresas participantes de los consorcios en Italia.



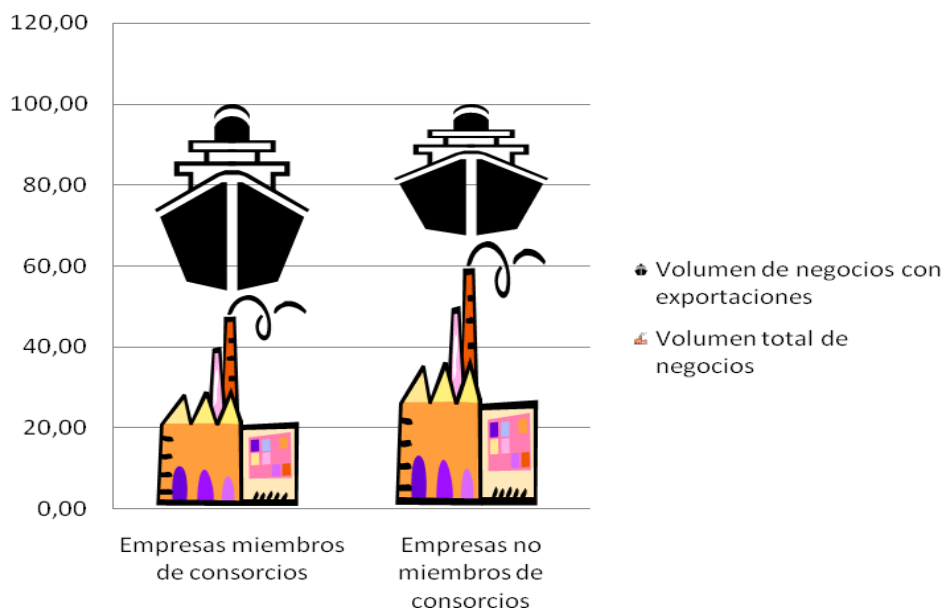
Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación Standard Bank.

En Italia, el apoyo público a los consorcios, proveniente tanto del Gobierno nacional como de los gobiernos locales, ha dado ímpetu considerable a la proliferación de los mismos. Sin embargo, durante las fases iniciales del desarrollo de éstos, la intervención pública ha desempeñado solamente un papel marginal. El rápido establecimiento de consorcios italianos puede atribuirse sobre todo a la iniciativa de las empresas.

Los consorcios activos organizan la participación de sus miembros en más de 50 exposiciones y más de 10 misiones por año. Sin embargo, el simple hecho de que un consorcio ofrezca cierto número de servicios no necesariamente significa que sea eficiente y tenga éxito.

Los miembros de los consorcios exportan, al parecer, una parte de su volumen de negocios que es mayor que la de las empresas que no son miembros de un consorcio (Gráfico N°2). En promedio, las pequeñas empresas participantes con menos de nueve empleados logran casi la mitad de su volumen de negocios (el 46%) con las exportaciones, mientras que las empresas que no son miembros de consorcios exportan solamente el 32,6%. Así mismo, las empresas participantes actúan, en promedio, en un mayor número de mercados extranjeros. Casi el 49% de tales empresas actúa en seis o más países, frente a un 34% en el caso de las empresas no participantes. Las actividades de las empresas participantes fuera de los países de Europa occidental son significativamente mayores (72%) que las de las empresas que no participan (60%).

Gráfico N°2 Volumen de negocios con exportaciones en empresas miembros y no miembros de Consorcios de Exportación.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación Standard Bank.

Las conclusiones de Federexport (1998) apoyan los resultados de la Cámara de Comercio de Milán. Sin embargo, los resultados se acentúan aún más; solamente el 30% de los miembros de Federexport limita sus operaciones a menos de cinco mercados, el 29% las realiza en 6 a 10 mercados y el 41%, en más de 10 mercados, la mitad de los cuales está fuera de Europa (Gráfico N°3). Ello contrasta con el hecho de que un 66% de las empresas no participantes actúan sólo en un máximo de cinco mercados. De la experiencia de Federexport se desprende que los miembros de los consorcios italianos han podido aumentar sus exportaciones en un 20% o un 30% desde que ingresaron en un consorcio. En consecuencia, la participación en un consorcio parece conducir a una diversificación de las exportaciones y a aumentos en el volumen de negocios por ese concepto.

Gráfico N°3 Cantidad de mercados con los que operan las empresas participantes en Italia.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación Standard Bank.

Un ejemplo de tradición, calidad y constancia es el del Consorcio Parmigiano Reggiano de Italia. Este consorcio nació en 1934 y se gesta para preservar la tradición del queso parmesano que es uno de los símbolos alimenticios más importantes de este país. Este Consorcio tiene por objetivo proteger y promocionar la marca y la Denominación de Origen Protegida (DOP) del queso parmesano. Agrupa numerosas empresas lecheras y exportadoras que trabajan bajo la estricta norma de producción y comercialización del mismo.

3.1.2 España

El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) es el encargado de la internalización de las PyMEs y es quien ha promovido el Programa de Consorcios de Exportación. En este país, el 98% de las empresas son PyMEs (ICEX, 2008). Se han desarrollado dos tipos de Consorcios tradicionalmente: los de Promoción y los de Ventas. Pero en los últimos años se ha diversificado el objetivo de los consorcios incluyendo: servicio postventa, prestación de servicios logísticos, sectoriales o multisectoriales, de origen, de destino, con marca propia, entre otros.

El requisito principal para registrar un consorcio ante ICEX es contar con personalidad jurídica propia. Pueden constituirse en España o en el extranjero, haciéndose una distinción entre consorcios de "origen" y de "destino", según la ubicación de la sede del consorcio. En tanto los primeros se refieren a consorcios con sede en el país de origen (España en este caso), los segundos se refieren a consorcios con sede en el extranjero, que no son tan comunes como los primeros. Ambos tipos pueden establecer filiales en otros países. Una misma empresa no puede participar en más de un consorcio para un mismo mercado ni tener participaciones de capital en otra empresa asociada. Tampoco puede tener más del 25% del capital del consorcio. El consorcio debe tener un gerente en exclusivo. Las empresas del consorcio deben elaborar un plan de actuación a tres años y un plan de viabilidad financiera.

De acuerdo con la información del ICEX, entre 1985 y 2001 se conformaron 330 consorcios. La mayor parte tenían más de 4 empresas y en el 90% de los casos, el capital estaba repartido equitativamente entre los socios. Solamente el 18% se trataban de consorcios de ventas, en donde el consorcio canalizaba la totalidad de la actividad exportadora de las empresas que lo formaban. De estos, en 2001 solo permanecían activos 90 consorcios (gráfico N°4).

Gráfico N°4 Cantidad de consorcios activos en 2001 en España.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del ICEX.

En una siguiente etapa, entre 2001 y 2007, se formaron 154 consorcios de los sectores de productos industriales, de tecnología, agroalimentos y vinos. En el último año permanecían vigentes el 25% de estos. En España predominan los consorcios de ventas (ONUDI, 2004); lo que implica una menor autonomía de las empresas.

De acuerdo a la experiencia española, es normal que los consorcios evolucionen, cambien e incluso se desintegren después de un tiempo. Esto sucede cuando los consorcios han cumplido su objetivo y las empresas tienen otras necesidades y prefieren recorrer su camino individualmente. La disolución de la sociedad puede deberse tanto a bajas ventas o al éxito de la empresa en el desarrollo de sus propias estrategias; de esta manera, si el consorcio es concebido como una escuela de aprendizaje, será un instrumento transitorio condenado a disolverse en tres o cinco años, tan pronto como los socios puedan exportar de forma independiente.

Un ejemplo de un Consorcio de Promoción de especialidades alimenticias exitoso de España es el de Jamón Serrano. Este agrupa el 85% de la producción de jamón serrano del país y lleva más de 20 años exportando. El Consorcio de Jamón Serrano, tiene dos funciones: garante de calidad y promoción del producto en el mundo. En el primer aspecto, se destaca el riguroso protocolo de calidad en producción y curación que los ha llevado a desarrollar una Norma de Calidad propia del Consorcio y la Certificación de Especialidad Tradicional Garantizada (ETG) de la Unión Europea que protege la denominación de “jamón serrano” desde 1992. Por su parte, la promoción se focaliza en el sello de calidad que los caracteriza y esta incluye una fuerte inversión en publicidad, asistencia a eventos internacionales y relaciones públicas.

3.2 América Latina

3.2.1 Chile

De 700.000 empresas que existen en Chile, el 1% son exportadoras, es decir, cerca de 7.000 tienen registro de exportación. Los consorcios o asociaciones económicas de empresas se crean a partir de una nueva figura jurídica que puede ser una sociedad limitada o una sociedad anónima; este

programa de apoyo se maneja desde Prochile, institución que es parte del Ministerio de Relaciones Exteriores.

Los consorcios en Chile están principalmente focalizados en la investigación transversal de desarrollo y son principalmente Consorcios Tecnológicos o de innovación. Estas asociaciones económicas están conformadas por universidades, centros tecnológicos y empresas con el objetivo de generar competitividad, reducir los riesgos, aumentar la rentabilidad y el conocimiento. En Chile desde el año 2004, se apoyan los consorcios tecnológicos y agrícolas, enfatizando el proceso de innovación; el modelo de referencia fue el australiano de “Centro de Investigación Cooperativa o “Cooperative Research Center”.

Para las entidades de apoyo, como ProChile, INNOVA, CONYCT y FIA, los consorcios son “la concurrencia de entidades empresariales entre sí, o con entidades tecnológicas, para el desarrollo conjunto de un proyecto en los ámbitos de investigación, desarrollo e innovación sobre la base de esfuerzos complementarios de las entidades que lo componen” (Benavente, 2009). El apoyo institucional es la financiación de hasta el 80% de un proyecto de I+D del consorcio.

Como ejemplo de consorcio de exportación en Chile, podemos mencionar al Consorcio Tecnológico de la Fruta S.A, integrado por empresas exportadoras, la Asociación de Exportadores de Chile (ASOEX) y la Universidad Católica— es cofinanciado por el Ministerio de Agricultura, a través de la Fundación para la Innovación Agraria (FIA).

3.2.2 Colombia

La asociatividad y cooperación para el proceso de internacionalización de las PyMEs se trabaja a través de las “redes empresariales”. Esta diferencia es solo semántica ya que en sí mismo el consorcio de exportación es una red horizontal de empresas. Este programa de apoyo se ejecuta desde 2005 por Proexport, entidad que pertenece al Ministerio de Comercio Exterior de ese país. Así como en España y Chile, en Colombia para que la red empresarial obtenga beneficios de la agencia de promoción de exportaciones, Proexport, se debe constituir una empresa nueva que deberá estar constituida en promedio por nueve empresas socias. La figura jurídica de la nueva sociedad es la “Comercializadora Internacional” que tiene beneficios tributarios ya que está exenta de IVA. El apoyo de Proexport a los empresarios de la red se centra en asesoría permanente en comercio exterior para elaborar los planes de negocio exportador.

3.2.3 Perú

El Programa de Consorcios de Exportación en el Perú se inicia en Mayo de 2006 con el Ministerio de la Producción como contraparte nacional, la asistencia técnica de la ONUDI y el financiamiento del Gobierno de Italia. Llevó casi un año de preparación y asistencia técnica, donde seis consorcios de exportación del Programa desarrollaron proyectos piloto orientados a mercados objetivos, participando en misiones comerciales en Ecuador, Chile y Brasil.

Los consorcios desarrollan actividades pro exportadoras como misiones comerciales, principalmente a los países vecinos, con el propósito de lograr la internacionalización. Pertenecen a los sectores de metalmecánica (Consortio ATEM), muebles de madera (Consortio Perú Mueble), desarrollo de software (Consortio Software Perú Colombia), productos naturales (Cepronat), joyería de plata (Consortio Inti Raymi) y textil (Consortio de Negociaciones y Exportaciones de Confecciones).

Un ejemplo representativo de Perú, es La Asociación de Talleres y Empresas Metalmecánicas (ATEM Perú), creada en el 2004 e integrada por 26 empresas. Estas se desenvuelven en los rubros eléctricos, matricería, fundición y plásticos; se apoyan y realizan actividades complementarias. Las empresas son a veces proveedoras y otras veces son clientes de otras empresas del grupo, sin importar el tamaño de cada una, por encima están sus capacidades para competir.

Un punto destacable de ATEM ha sido no esperar que el Gobierno tome decisiones que favorezcan a las PYME, sino que ellos se han adelantado, ya que, el 70% de las empresas cuenta con créditos de sus proveedores de insumos. De este modo, la compra de nueva maquinaria no necesita del préstamo financiero, pues se adquiere con un crédito negociado directamente con el fabricante y con un 6,5% de interés al año. Sus principales mercados son Bolivia, Colombia, Venezuela, Centroamérica y Chile.

4. Experiencia en Argentina

Si bien en Argentina existe legislación que promueve la figura de consorcios desde 1985, con la Ley 23.101 hubo ciertos requerimientos demasiado rígidos para los empresarios que desincentivaron su implementación. Estos se relacionaban con la necesidad de crear una nueva sociedad que implicaba más trámites y costos.

Posteriormente, en 1998 la Fundación Standard Bank (en ese entonces Fundación BankBoston) y la Fundación Exportar empezaron a trabajar de forma conjunta en un programa estratégico para estimular la conformación de consorcios exportadores, inspirados en la gestión de Federexport Italia.

A partir de enero de 2005 entró en vigencia la Ley 26.005 sobre Consorcios de Cooperación de empresas exportadoras, que se convierte en un gran estímulo para el sector. De acuerdo al texto de la Ley, el consorcio de cooperación no es una figura jurídica ni una nueva sociedad, es un contrato entre las partes que se formaliza ante la Inspección General de Justicia de la Nación.

El modelo de contrato que promueve la Ley 26.005 contiene, entre otros, tres temas de importancia para las Pymes asociadas:

- Un Comité Operativo que será el órgano de máxima autoridad para la toma de decisiones en el negocio del consorcio, donde hacen parte todos los miembros del consorcio.
- Establece la necesidad de un Fondo Común Operativo.
- Representante Legal que deberá, entre otras actividades, establecer un Programa Anual de Actividades y su correspondiente Presupuesto Anual.

4.1 Programas para la formación de Consorcios de Exportación

Se desarrollan varios programas de apoyo a grupos exportadores, pero tres son los que tienen mayor relevancia. El de la Fundación Banco de Boston (ahora Standard Bank) junto a la Fundación Exportar, el de la Secretaría para Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía de la Nación (SEPYME), y el del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. También cabe destacar el apoyo a la asociatividad exportadora del gobierno provincial de Santa Fe. El resto de los programas son generalmente provinciales o municipales, y manejan algunos de los instrumentos utilizados por las instituciones arriba señaladas.

Desde el año 2001 la Secretaría de Industria y Comercio de la Municipalidad de General San Martín ha elaborado un plan industrial basándose en la conformación de grupos asociativos a partir de las realidades productivas, económicas y sociales que presentaba nuestro país. En este distrito existe una importante cantidad de empresas que a partir de la formación de estos grupos y con el apoyo del Ministerio de la Producción de la provincia de Bs. As., el INTI, la Universidad Nacional de San Martín, el Polo Tecnológico Constituyentes, el PICT (Programa Integrado de Cooperación Técnica) de la embajada italiana, están estimulados respecto de la formación de grupos asociativos que les permitan mejor complementariedad, con vistas a mejorar su competitividad.

También funciona desde el año 2002, la Asociación de Coordinadores de Grupos y Consorcios de Exportación de la República Argentina, que apoya y promueve la actividad.

Los apoyos que la Fundación Standard Bank presta al programa son los siguientes:

- Financiar el honorario del coordinador que se ocupa, en cada grupo, de orientar sus trabajos asumiendo el 100% durante los primeros seis meses, el 75% al siguiente semestre, el 50% al siguiente y el 25% al siguiente. Sucesivamente es el propio grupo de empresas el que toma a su cargo los pagos.
- Preparar informes acerca de la evolución de los diferentes grupos.
- Asistencia de sus funcionarios a todas las reuniones que realizan los grupos del Gran Buenos Aires y una vez por año a las de aquellos del interior del país.
- Colaborar en la selección de los nuevos grupos que se incorporan al Programa.

Por su parte, los apoyos que la Fundación Exportar presta al programa son:

- Atender junto con la Fundación Standard Bank la marcha de los Grupos.
- Hacerse cargo parcialmente del costo de los stands en ferias y exposiciones en el exterior así como de la misma proporción del decorado, siempre que estas figuren en el calendario oficial.
- Subsidiar la visita al país de compradores del exterior.
- Servir de nexo con las Embajadas, Consulados y Oficinas Comerciales del país en el extranjero para canalizar los pedidos de apoyo e información que los grupos hacen.
- Financiar el costo de la presencia de los coordinadores de grupos del interior del país a las reuniones mensuales que todos ellos realizan en Buenos Aires.
- En los casos en los que se trate de empresas integrantes de grupos del Programa Fundación Export.Ar - Fundación Standard Bank la primera de estas instituciones presta parcialmente asistencia al costo de la edición de la folletería destinada a promover las ventas en el exterior.

Respecto a los apoyos que la SEPYME presta al programa se encuentran:

- Fortalecimiento Asociativo.
- Apoyo técnico y económico al Grupo en la definición y ejecución de un Plan de Trabajo Asociativo (PTA).
- Nombrar un Coordinador cuya función central consistirá en garantizar el cumplimiento efectivo del PTA.
- Brindar un subsidio para la contratación del Coordinador del 100% de sus honorarios durante 6 meses, y del 50% durante los siguientes 6 meses.

Las actividades que brinda la Municipalidad de San Martín son:

- Realización de encuesta y actualización de la bases de datos de la oferta exportable de la región y difusión de la misma.

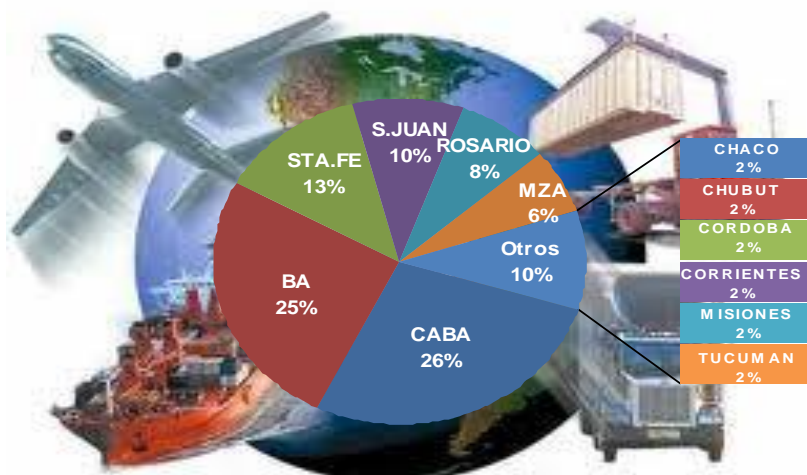
- Asesoramiento integral sobre comercio exterior: información sobre normativa comercial y aduanera, financiamiento, operatoria de importación y exportación, comercialización, estudios de mercados, estadísticas, etc.
- Realización de actividades de capacitación.
- Intermediación entre exportadores / importadores e instituciones públicas o privadas, locales, provinciales o nacionales con el objetivo de facilitar la obtención de información y agilizar las operaciones de internacionalización de los mismos.
- Brindar información sobre ferias, exposiciones y misiones internacionales. Asesoramiento y capacitación sobre la participación de las empresas en las mismas.
- Vínculo con Fundación Export-ar, a través de la ventanilla que el municipio posee.

4.2 Características de los consorcios de exportación en la argentina

En nuestro país unas 400 empresas se agrupan conformando 62 consorcios de exportación. El 51% se concentra en la provincia de Buenos Aires, de los cuales el 26% se ubican en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Santa Fe, San Juan, Rosario y Mendoza cuentan con el 47%, el restante 2% se ubica en Chaco, Chubut, Córdoba, Corrientes, Misiones y Tucumán (Gráfico N°5).

En el año 1998 se creó el primer consorcio dentro de la provincia de Buenos Aires, en los años siguientes se fueron formando en CABA y San Juan. En Santa Fe se crearon recién a partir del año 2009.

Gráfico N°5 Ubicación Geográfica de los Consorcios de Exportación en Argentina (2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación Standard Bank

Dentro de los 62 consorcios de exportación, encontramos que el 34% pertenecen al rubro bienes de capital, el 31% al rubro alimentos y bebidas, el 29% a bienes de consumo y solamente el 6% al rubro servicios.

Las actividades principales dentro del rubro bienes de capital son maquinarias y herramientas agrícolas e industriales. En alimentos y bebidas encontramos exportación de miel, de frutas y verduras y alimentos orgánicos, entre otros; en los bienes de consumo juguetes, cosméticos y cueros y en servicios turismo, creatividad audiovisual, diseño y decoración.

En la tabla N°1 podemos observar la cantidad de consorcios y empresas que los forman según el rubro al cual se dedican.

Tabla N°1 Cantidad de consorcios Argentinos, sus rubros y empresas que los forman.

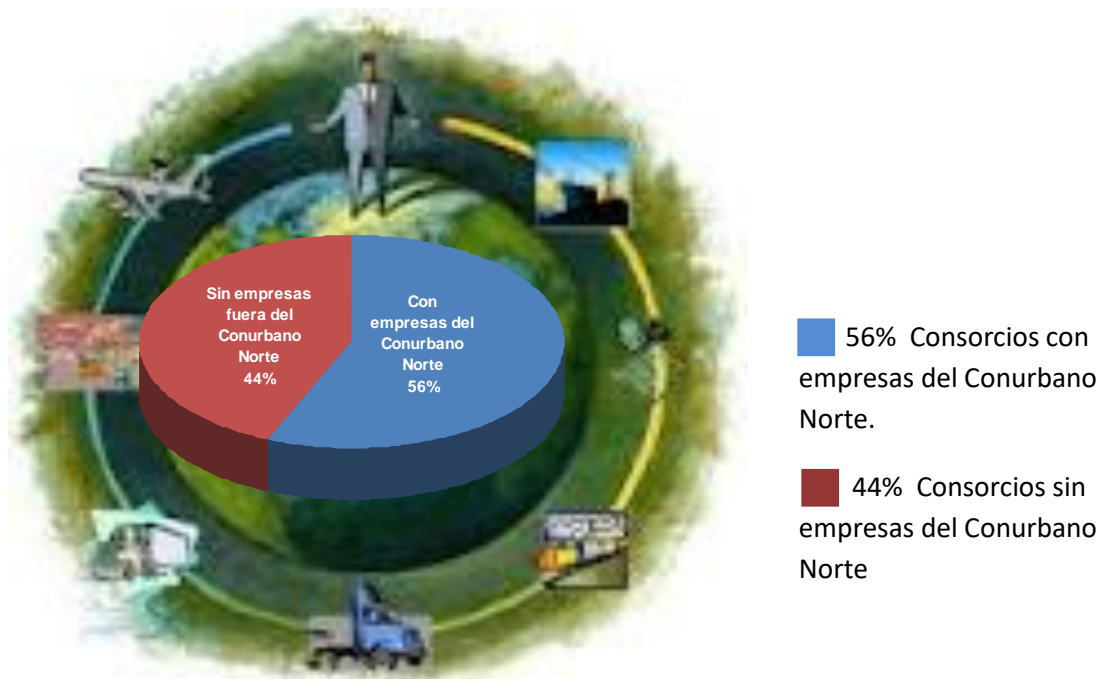
Rubro del Consorcio	Cantidad de Consorcios	Cantidad de empresas que lo conforman
Bienes de Capital	21	147
Bienes de Consumo	18	115
Alimentos y Bebidas	19	117
Servicios	4	21
Total	62	400

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación Standard Bank.

4.3 Conurbano Norte

En Buenos Aires de los 16 consorcios, 9 poseen empresas del Conurbano Norte, representando un 56% (Gráfico N°6).

Gráfico N°6 Porcentaje de consorcios de la Provincia de Buenos Aires que poseen empresas del Conurbano Norte



Fuente: elaboración propia en base a datos de la Fundación Standard Bank, 2011

En la tabla N°2 se detallan los consorcios de exportación que se desarrollan en el Conurbano Norte, sus rubros y la actividad principal de los mismos.

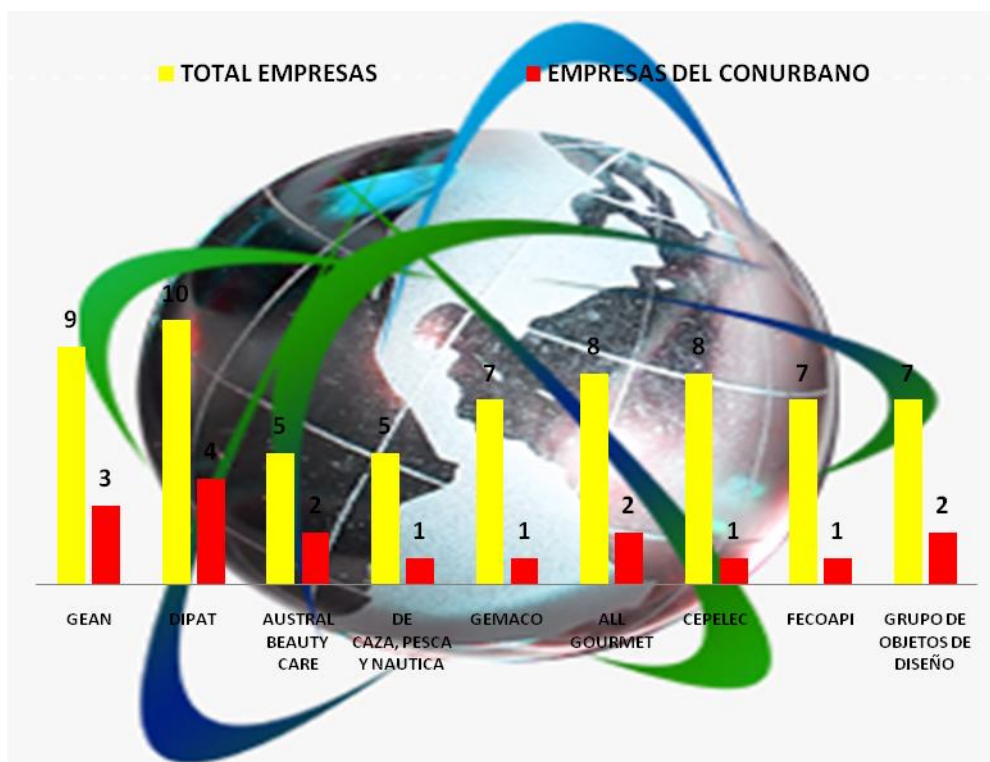
Tabla N°2 Consorcios del Conurbano Norte, sus rubros y actividad principal.

Rubro	Nombre del Consorcio	Actividad Principal
Alimentos y Bebidas	GEAN ALL GOURMET FECOAPI	Alimentos naturales y gourmet Exportación de alimentos Exportación de miel
Bienes de consumo	AUSTRAL BEAUTY CARE DE CAZA, PESCA Y NAUTICA GRUPO DE OBJETOS DE DISEÑO DE OTRO MUNDO	Cosmética Productos de caza, pesca y náutica Objetos de diseño
Bienes de Capital	DIPAT GEMACO CEPELEC	Herrajes Materiales para la construcción Productos eléctricos

Fuente: elaboración propia en base a datos de la Fundación Standard Bank, 2011.

GEAN (Grupo exportador de alimentos naturales y gourmet) cuenta con 9 empresas de las cuales 3 pertenecen al Conurbano Norte, continua DIPAT Herrajes con 10 empresas de las cuales 4 forman parte del mismo, AUSTRAL BEAUTY CARE GROUP formada por 5 empresas de las cuales pertenecen 2 al Conurbano Norte, ALL GOURMET 8 empresas, solamente 2 pertenecientes al Conurbano Norte, Grupo de objetos de diseño DE OTRO MUNDO 7 empresas, con 2 pertenecientes al Conurbano Norte y le siguen luego DE CAZA, PESCA Y NAUTICA, GEMACO, CEPELEC (consorcio de exportador de productos eléctricos), FECOAPI (Grupo de productores exportadores de miel), todos ellos solamente con una empresa perteneciente al Conurbano Norte. (Gráfico N°7).

Gráfico N°7 Consorcios de Exportacion que poseen empresas del conurbano norte



Fuente: elaboración propia en base a datos de la Fundación Standard Bank, 2011

A continuación se detallan los principales consorcios que poseen empresas dentro del conurbano y sus características.

4.4.1 GEAN



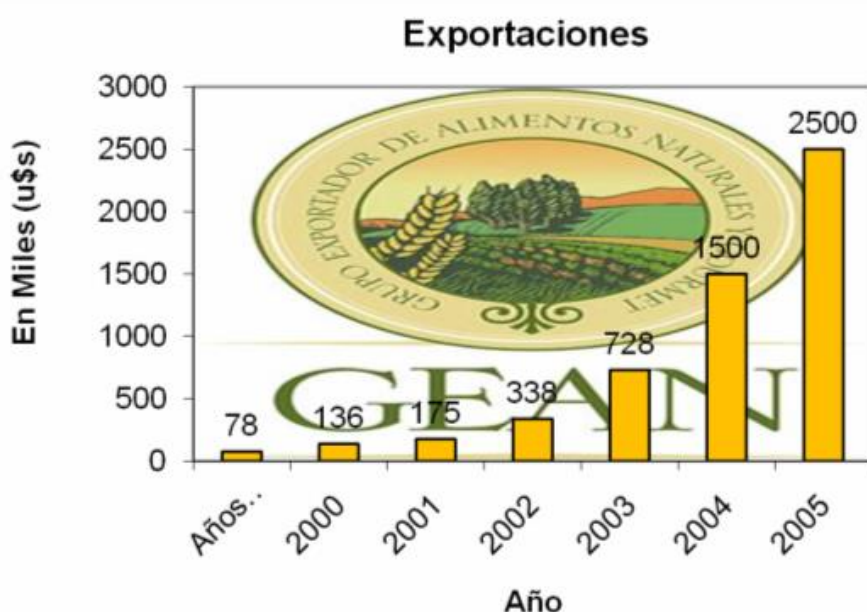
Grupo exportador de alimentos Naturales y Gourmet

Se inicia a finales de 1999 con 5 empresas, de las cuales 3 participan hasta el día de hoy. Entre el 2001 y el 2005 se incorporan 11 empresas más. En el 2002 finalizaba la subvención de la Fundación Bank Boston y el grupo comienza sus primeros pasos con fondos propios. A principios del 2003 se elabora un reglamento de trabajo y se comienza a desarrollar el plan comercial de grupo, en donde se detallan los objetivos grupales de las empresas. Se ponen nuevas exigencias a los potenciales integrantes. Durante el mismo año se realizan varias exportaciones consolidadas, genera expectativas este nuevo método de exportación.

Actualmente esta formado por 9 empresas, 3 ubicadas en el Conurbano Norte: GLG S.A (Aderezos gourmet y derivados) ubicada en Martínez; Maxim S.A.I.C.I. (Tostadas Finas tipo melbatoast) en Villa Martelli y Pampa Gourmet/ Argentina speciality S.R.L (Miel- Aderezos para ensaladas- Salsas para postres o carnes- Mermeladas) en San Fernando.

Recibió el apoyo de la Fundación Standard Bank, en cuanto a la capacitación, respaldo institucional, espacio físico, asistencia financiera, apoyo en ferias, así como también de la Fundación Exportar en las Ferias y misiones comerciales, perfiles de mercado, información, riesgo crediticio internacional y de la Secretaria de turismo y de la SAGPYA .

Gráfico N°8 Exportaciones GEAN



4.4.2 DIPAT



Consortios de herrajes distrito industrial Patagonia.

DIPAT nace en 1998 por una iniciativa de los industriales de San Martín que formaron un grupo llamado Arexsa Baires, a través de la cámara de industriales del partido, con la idea original de trabajar asociativamente con empresas de distintos rubros del municipio. Surgieron obstáculos para avanzar debido a la multiplicidad de sectores, luego con el apoyo de la UNSAM y de la municipalidad del mismo partido comenzaron a segmentarse en grupos según la industria, siendo DIPAT el único que evolucionó satisfactoriamente.

Compuesta por 10 empresas, 4 ubicadas en el Conurbano Norte: Alce herrajes (Herrajes para cortinería) en San Martín; Global EMR SRL (Herrajes y accesorios para muebles-perfiles de aluminio para puertas de amoblamiento, en Villa Ballester, partido de San Martín; Metalúrgica ruedazas SRL (Herrajes) en Florida, Partido de Vicente López; Talleres Fumaca SRL (Herrajes) ubicada en Villa Libertad, San Martín.

En el 2005 comenzó a tener sus primeras exportaciones a Chile, Uruguay y Bolivia por u\$s 100.000, ampliándose la cantidad de mercados y montos en los años siguientes llegando a los u\$s 715.000 en el 2009 y a u\$s 1.000.000 en el 2010.

4.4.3 Austral Beauty Care Group



Austral Beauty Care Group

Se formó en el año 2006 con la intención de poder ofrecer la gran variedad de productos de alta calidad para el cuidado y belleza del cabello y de la piel. Está compuesto por 5 empresas de primer nivel, de las cuales 2 pertenecen al Conurbano Norte: PASOC S.A (Fragancias/eau de toilette/ eau de parfum/ cologne/ body splash/ desodorantes/ antitranspirantes/ gifts packs, en Martínez; Saint Julien SA (Higiene y cuidado del bebé- Productos cosméticos en Vicente López.

4.4.4 All Gourmet Group



Grupo exportador de Alimentos All Gourmet

En el año 2009, 8 empresas que elaboran alimentos gourmet en la Argentina se asociaron con el objetivo de poder comercializar sus productos en las tiendas más importantes del mundo.

De estas 8 empresas, 2 pertenecen al Conurbano Norte: La soñada SA (Infusiones orgánicas- frutales- terapéuticas) en Olivos y Pronat SA (Infusiones orgánicas- frutales- terapéuticas) en Boulogne.

4.4.5 De caza, pesca y Nautica



Grupo Exportador de Caza, Pesca y Náutica

El Grupo exporta Argentina esta integrado por empresas fabricantes de artículos para la caza, pesca y náutica de reconocida trayectoria en el mercado local y de importante

presencia internacional desde el año 2006.

Los mercados que abastece son: Arabia Saudita, Australia, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, EEUU, El Salvador, España, Guatemala, Letonia, México, Nicaragua ,Panamá, Perú, Polonia, Republica Checa, Rusia, Sudáfrica, Uruguay y Venezuela.

Formado por 5 empresas, solamente con una perteneciente al Conurbano Norte: NG Artificiales (Señuelos artificiales para la pesca deportiva) en Becar.

4.4.6 CEPELEC



Consorcio exportador de productos Eléctricos Argentinos

Conformado por empresas argentinas que fabrican materiales eléctricos y de iluminación. Se han unido en año 2009 para promocionar sus productos de forma conjunta en el exterior y para brindar una amplia oferta de materiales eléctricos y de iluminación, fabricados bajo los mas estrictos estándares de calidas y utilizando una tecnología de avanzada.

Compuesta por 8 empresas, de las cuales una pertenece al Conurbano Norte: Gabexel SA (Gabinetes para la industria eléctrica, en San Martín).

4.4.7 GEMACO

Grupo Exportador de Materiales de la Construcción.

Creado en el 2008, posee 7 empresas de las cuales una pertenece al Conurbano Norte: Cerámica Alberdi SA (Pisos cerámicos y porcellanatos) en Jose C Paz.

4.4.8 FECOAPI

Grupo de Productores Exportadores de Miel.

Inició sus actividades en el año 2010, posee 7 empresas de las cuales solamente una pertenece al Conurbano Norte: Cooperativa apícola Amuyen LTDA. (Miel), en Ingeniero Maschwitz.

4.4.9 Grupo Exportador de objetos de diseño DE OTRO MUNDO.

Inició sus actividades en el 2011, formado por 7 empresas, dos ubicadas en el Conurbano Norte: Fiszman flor y Janza Angeles SH / Angelesflor (Accesorios y joyería contemporánea) en Vicente López y PLA! Objetos criados (objetos de diseño divertidos y funcionales) en La Lucila.