

CONSORCIOS DE EXPORTACION

Área de Relaciones Internacionales y Mercados Exteriores
Programa de Comercio Exterior y Relaciones Internacionales
San Luis Logística
Ministerio de Industria, Comercio, Transporte y Minería

Índice

- I. Introducción
- II. Internacionalización de las Pymes y Consorcios de Exportación
- III. Tipos de Consorcios de Exportación. Dinámica
- IV. Marco Legal
- V. Consideraciones Finales
- VI. Datos de Interés

El presente informe está dirigido precisamente a los interesados en conformar Consorcios de Exportación que tengan intenciones de iniciar o profundizar su actividad exportadora y ha sido pensado para acercarles, de manera simple y sistematizada, la información esencial al respecto.

I. Introducción

En los últimos años el apoyo a los consorcios de exportación de pequeñas y medianas empresas ha cobrado relevancia como instrumento de promoción de comercio exterior y a la actividad de estas firmas. La constitución de Consorcios de Exportación permite reunir a productores o fabricantes sin perder de la individualidad empresaria - a manos de una persona jurídica nueva - con el objetivo de fortalecer la asociatividad de las empresas y ampliar el segmento exportador.

Los consorcios de exportación son actores principales del comercio internacional, varias iniciativas públicas y privadas vuelcan esfuerzos a constituir y estimular su desarrollo como medio para superar varias de las condiciones que este tamaño de empresas que los conforman enfrentan al intentar exportar.

La formación de consorcios tiene como objetivo el aumento de las exportaciones del país. Uno de los propósitos del Programa de Comercio Exterior es facilitar herramientas concretas en vistas a promover que las firmas locales con intereses comunes de exportar, se unan en grupos o consorcios, con la finalidad de mejorar sus posibilidades de ingresar con sus productos o servicios a los mercados internacional.

Los mercados externos tienen sus particularidades y requisitos estrictos. Establecer una presencia exitosa en mercados extranjeros ha sido para las Pymes mucho más difícil que hacerlo en los mercados internos. Parece entonces que insertarse en el mercado internacional exige conocimiento y adaptaciones que las firmas deberán considerar, tanto del producto, el precio como las obligaciones técnicas y regulatorias de los países receptores, además implica una serie de costos asociados a la gestión por el intento de internacionalizarse.

II. Internacionalización de las Pymes y Consorcios de Exportación

La creación de un vínculo entre empresas, trabajando conjuntamente permite la internacionalización de los participantes que con frecuencia no les es fácil.

Los Grupos o Consorcios de todo el país reúnen a productores o fabricantes de productos complementarios, o de una misma línea, para obtener una presencia e inserción más dinámica en los mercados internacionales aumentando la potencialidad de la oferta y la reducción de obstáculos en las exportaciones.

Podemos definir el consorcio como un conjunto de pequeñas o medianas empresas independientes unas de las otras, las cuales se integran para alcanzar un objetivo exportador. Así pueden sobrellevar aspectos operativos, comerciales, de demanda, de costos, que pudieran ser inalcanzables para su estructura individual y así aumentar la competitividad, pudiendo potenciar aspectos positivos y minimizar sus debilidades.

Posiblemente es ésta forma de 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. Por otra parte, 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.

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.

Entre sus principales beneficios podemos mencionar:

- Facilita la concreción de ventas al exterior ya que se llega a potenciales clientes con una estructura sólida de exportación.
- Permite a los miembros del grupo no distraer recursos propios para mantener una estructura permanente de comercio exterior, y focalizarlos en obtener el mejor producto y su diferenciación.
- Posibilita hacer experiencia al grupo en los aspectos operativos y comerciales de exportación, logrando arribar con mayor solidez al momento de constituir la figura asociativa con la cual trascenderá el grupo.

Un consorcio 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, que 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 externos” .(M. Scévola,2006)

Las ventajas más significativas de formar parte de los consorcios de exportación son:

- ✓ Minimizar el costo de la inexperiencia
- ✓ Incorporar nuevos conocimientos y habilidades
- ✓ Reducir el costo de acceso a la información
- ✓ Tener mejores posibilidades para acceder a nuevos mercados y consolidar los existentes
- ✓ Economías de escala en actividades de promoción, logística, comercialización
- ✓ Lograr un mayor poder negociador contractual
- ✓ Trabajar con una imagen de marca fuerte
- ✓ Tener mejor acceso a recursos financieros y programas de apoyo oficiales

Personas que pueden utilizar este régimen:

Toda persona física o jurídica que este registrada en la AFIP, y que por lo tanto posea CUIT.

III. 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 consorcios de exportación se clasifican en dos tipos principales que son consorcios de venta y de promoción diferenciados teniendo en cuenta el objetivo que persiguen. No obstante, consideraremos varias cuestiones que pueden variar dentro de cada consorcio, como si agrupan a empresas de un sector o de varios, el tipo de bien que ofrecen, argumentos de localización, nivel de complementariedad, entre otros.

- 1- Consorcios de Promoción.- Se refieren a una coalición creada para “explorar” mercados externos determinados compartiendo costos de promoción y logísticos. Se limitan a promover los productos de sus miembros y a ayudarlos a tener acceso a los mercados extranjeros. Un ejemplo de este tipo son la asistencia a Ferias, donde comparten los gastos anteriormente mencionados. Es importante destacar que las empresas asociadas hacen las ventas directamente.
- 2- Consorcios de Venta.- En este caso el consorcio constituiría una entidad que canaliza las exportaciones de las empresas. En estos consorcios las empresas participantes delegan la autoridad para hacer negocios en su nombre a los administradores del consorcio. Un tema importante es que como los miembros actúan como un grupo en los mercados extranjeros, las conductas perjudiciales, la calidad insuficiente de los productos o los precios excesivos de un miembro pueden tener un efecto perjudicial sobre las exportaciones de los demás miembros. Dentro de este tipo de consorcios sobresalen dos subtipos que son:
 - consorcios de comercio, los que adquieren los productos de las empresas participantes con el fin de revenderlos.
 - consorcios que actúan como agentes de exportación. Las empresas participantes envían sus propios recibos y tratan de obtener el pago de sus clientes.

En la Argentina su inmensa mayoría se los puede distinguir como consorcios de promoción y se desarrollan al amparo de programas de promoción públicos. Dentro de la clasificación general propuesta (promoción y ventas) puede determinarse la existencia de diversas variedades de consorcios de exportación determinados en base a varias cuestiones como:

Cuestión Sectorial:

En los consorcios de sector homogéneo se permite que las actividades se centren en los productos de las empresas participantes. Al mismo tiempo, las empresas miembro tienden a conocerse entre sí y a tener mayor conocimiento de los negocios de cada una que las que realizan actividades en varios sectores. Esto probablemente mejorará la cooperación entre los miembros.

Cuestiones de Complementariedad:

Se habla de complementariedad alta entre las empresas miembro cuando éstas participan, con productos diferentes. Puede ser a la configuración de un producto final más complejo, o bien a la constitución de una gama completa integrada por diferentes líneas de productos. Por otro lado, niveles de complementariedad bajos cuando los productos aportados por las diversas empresas al consorcio tienen poca conexión entre sí en términos de potenciales consumidores.

Cuestiones Regionales:

Que los consorcios estén compuestos por miembros de una región determinada o de varias regiones suele depender de la procedencia de la iniciativa de establecer un consorcio. Los consorcios nacionales tienen la ventaja de que pueden poner en contacto a empresas dispersas desde el punto de vista geográfico. De esta manera son más representativos y pueden dar como resultado menos competencia entre miembros que los grupos regionales. Los consorcios regionales, por otra parte, suelen tener un objetivo local concreto, por ejemplo, la promoción de productos alimentarios típicos o de artesanías. Ese tipo de consorcios suele surgir de distritos industriales.

Si los mercados a los que se orienta el consorcio se hallan en la misma zona geográfica pueden reducirse a un mínimo los gastos de explotación (transporte, información, publicidad, etc.). No obstante, a medida que las actividades de un consorcio adquieren dimensión global, aumentará la diversificación de los mercados de exportación.

Cuestiones de competencia:

Cuando los consorcios están compuestos por competidores directos, las actividades se pueden orientar directamente a los bienes o servicios producidos y se pueden lograr economías de escala. Por sobre todo, hay más oportunidades de compartir proyectos de investigación y desarrollo. Hay que tener en cuenta que en este caso es probable que cada miembro presione para obtener sus objetivos particulares, por eso hay que tener claro el objetivo desde un comienzo.

Por otro lado, cuando se tiene consorcios que agrupan a productores de bienes complementarios puede existir el peligro que no puedan suministrar las cantidades requeridas por el mercado externo.

Además de los diferentes tipos de consorcios anteriormente mencionados puede haber clasificaciones especiales como la ubicación del consorcio, o algunos especialistas distinguen además entre consorcios duros y blandos. Básicamente son clasificados así por el periodo de planeación que tienen, duros a largo plazo y blandos a corto plazo. Lo que hemos querido acá es abarcar los argumentos por los cuales se suele clasificar a los consorcios de exportación y así tratar este tema para tener un mejor panorama de lo que se está hablando.

Dinámica de la Puesta en marcha de un Consorcio de Exportación

A pesar de la singularidad de cada una de las experiencias observadas se logró sistematizar los pasos que se siguieron para la puesta en marcha u organización del consorcio, los que podrían sintetizarse como siguen:

- a) Numerosas reuniones informales entre las empresas potencialmente interesadas en participar en un consorcio con capacidades económico-productivas – comerciales relativamente homogéneas e intereses y problemas comunes de comercialización. De estas conversaciones preliminares sobre los beneficios de la agrupación, en las que se eliminan dudas y preconceptos negativos se concluye en la constitución de un "grupo pro-formación" con las empresas más interesadas.
- b) Análisis de algunas de las ventajas para formar un consorcio, por ejemplo: disminución de riesgos mediante diversificación de mercados, aumento de los márgenes de beneficios mediante reducción de los gastos de comercialización y mejores precios, entre otros.
- c) Etapa de diagnóstico participativo para evaluar la capacidad de producción que conformará la oferta exportable. Se analizan en conjunto las posibilidades de exportación que tiene el grupo: si se elabora o cultiva el producto que necesita el mercado; aplicación posible de valor agregado del producto o servicio, el volumen de producción que se está en condiciones de ofrecer; el precio al que el consorcio podría vender; identificación del mercado y del canal de venta más conveniente y posible; la elección del mejor momento o época para vender, coordinación de actividades y organización para integrar las labores de producción, entre otros.
- d) Diseño de la estructura del consorcio: se definen los servicios que brindará, las necesidades financieras de esta estructura y el costo que supone para sus miembros.
- e) Reuniones con el coordinador del grupo, para el asesoramiento integral para la orientación y formalización de la figura jurídica a adoptar.
- f) Elaboración del Reglamento Interno¹. A ésta cuestión importa dedicarle una consideración especial. Pero para el funcionamiento de ésta asociación el Reglamento Interno contempla aspectos vitales que no son considerados en el estatuto o contrato respectivo.

¹ En nuestro sitio web encontrará un archivo con Aspectos a considerar en la elaboración de un Reglamento Interno de Consorcios de Exportación. Solapa de Comercio Exterior

Aspectos a considerar:

- ❖ Las empresas que se unen para formar una cooperativa pueden canalizar sus exportaciones a través de ésta sin que exista transferencia en el dominio de la mercadería y también pueden hacer esa transferencia aquellas firmas que formen un consorcio en los términos de la Ley 26.005.
- ❖ Se llaman exportaciones por cuenta y orden de terceros aquellas que resultan cuando una o varias firmas encomiendan a un tercero que aquí llamamos "intermediario" para que venda al exterior sus mercaderías actuando por su cuenta y orden. Como ya se dijo más arriba ésta intermediación no implica la transferencia del dominio de las mercaderías.
- ❖ El régimen permite y hace muy sencilla la operación de exportación en grupo, unificando a través de un intermediario los distintos productos y volúmenes aportados por cada miembro, en una sola operación, con una trazabilidad absoluta por cada CUIT interviniente.
- ❖ Exportar por cuenta y orden de terceros da lugar a menores costos operativos y de transportes, consolidar mercadería de varias firmas en una sola operación para beneficio de empresas pequeñas pero, además, facilita la operación de importación de sus clientes en el exterior.
- ❖ Para los consorcios y/o alguna otra figura asociativa ya constituida también es una herramienta de utilidad, ya que pueden lograr mayor eficiencia y neutralidad contratando un "intermediario" para actuar en su cuenta y orden.
- ❖ No requiere que el "tercero" esté registrado como importador - exportador ante la DGA.
- ❖ La cuenta de líquido producto debe reflejar el importe que cobrará el "tercero" por esos bienes vendidos o exportados, el dinero que se cobrará el "intermediario" (o que haya cobrado) por los gastos e impuestos realizados por esta operación más los honorarios que cobrará por esta operación. Luego el "intermediario" deberá facturar al "tercero" esos honorarios.

- ❖ Los derechos de exportación como así también los reembolsos, serán pagados/percibidos por el "intermediario" siendo responsable solidario junto al "tercero" por dichas obligaciones/derechos ante la AFIP. Por ende el "tercero" percibe también el reembolso de exportación una vez que le sean acreditadas al "intermediario".
- ❖ El "tercero" puede solicitar el recupero de IVA acreditado por los insumos, servicios y demás gastos integrados del valor del producto exportado.
- ❖ La exportación por cuenta y orden de terceros es de fácil tramitación y, de todos modos, muchos despachantes de Aduana tienen experiencia en su manejo.

El procedimiento

- En este documento se llama "terceros" a la o las empresas fabricantes o propietarias de la mercadería. Llamamos aquí "intermediario" a la firma que exporta la mercadería y puede ser una de las firmas del grupo o ajena al mismo.
- Una vez acordado el precio entre el "tercero" y la firma compradora en el exterior, aquel entrega la mercadería al "intermediario" para ser exportada por este último por su cuenta y orden.

IV. Marco legal de los Consorcios

El avance más reciente en esta materia, fue a través del proyecto de ley de consorcios de cooperación presentada el 3/10/03 y convertida en ley en el año 2004, específicamente en la ley 26.005 de Consorcios de Cooperación, la cual dispone que las personas físicas o jurídicas, domiciliadas o constituidas en la República Argentina, podrán constituir por contrato "Consorcios de Cooperación" estableciendo una organización común con la finalidad de facilitar, desarrollar, incrementar o concretar operaciones relacionadas con la actividad económica de sus miembros, definidas o no al momento de su constitución, a fin de mejorar o acrecentar sus resultados.

Las ventajas y beneficios jurídicos resultantes de la Ley son los siguientes:

- Evita la constitución de una nueva sociedad y, en consecuencia, el mayor costo que ello implica, la rigidez operativa que deriva de una estructura societaria independiente, la pérdida de la individualidad empresarial, jurídica, administrativa y patrimonial a manos de una tercera persona jurídica, la nueva sociedad.
- Otorga seguridad jurídica a quienes participen en el Consorcio, ya que este se constituiría de acuerdo al tipo de contrato normado, eliminando cualquier vinculación con la sociedad de hecho y con la limitación establecida por el artículo 30 de la Ley de Sociedades con relación a las sociedades por acciones.

No todos los grupos informales de empresas exportadoras están en condiciones de firmar un contrato como el previsto en la Ley 26.005 pues la mayor parte de ellos aún no han alcanzado un suficiente espíritu asociativo como para hacerlo. Cuando los grupos llevan pocos meses de creados casi siempre sucede que algunas empresas lo abandonan, mientras que otras se le suman, hechos que dificultan la firma del contrato constitutivo. Por otra parte, en el grupo debe darse un grado tal de entendimiento entre las partes como para que existan objetivos comunes que justifiquen la adopción de esta figura. En la medida en que las empresas exportadoras se fueron percatando de las ventajas que se obtienen al formar Consorcios en los términos de la Ley 26.005 ha venido creciendo el número de los que ya funcionan.

Legislación vigente sobre consorcios de exportación:

- ✓ Ley 26005
- ✓ Decreto 256/96 - Normas para la constitución de consorcios y cooperativas de exportación.
- ✓ Disp SSCE 16/96 - Registro Nacional de Cooperativas y Consorcios de Exportación.
- ✓ Res. Gral. AFIP 2551/09 - Requisitos para operar como importadores y exportadores - Fideicomisos, uniones transitorias de empresas, consorcios de cooperación y demás contratos asociativos no societarios.

Detalles de la Ley 26.005 pueden encontrarse en esta página web.

V. Consideraciones Finales

Las exportaciones argentinas manifestaron una evolución de 175% respecto a los envíos registrados en 2003, alcanzando en el año 2012 un total de 81.205 millones de dólares. En este proceso expansivo se vio reflejado de manera directa que la industria argentina ha ganado participación en las ventas internacionales.

Para las pequeñas empresas el participar en nuevos mercados, no solo representa la expansión de su mercado y una mayor competitividad, si no también, compensar oscilaciones en el mercado interno. En este sentido, cobran relevancia las iniciativas que buscan apoyar el esfuerzo exportador entre Pymes dado que éstas suelen verse disuadidas de exportar por lo complejo del negocio y los grandes obstáculos que implica.

La asociatividad no se limita a facilitar la posibilidad de exportar a muchas empresas PYMES, sino que constituye una verdadera etapa de aprendizaje para conocer la forma de exportar, asimismo, materializa avances concretos en aquellos grupos que recién se inician facilitando la concreción de ventas al exterior llegando a potenciales clientes con una estructura sólida de exportación.

La experiencia transitada por los grupos actuales confirma que la acción conjunta de las empresas pertenecientes al mismo sector o integradas por otras cuestiones, orientada por un coordinador, sin duda aumenta las posibilidades de incrementar exportaciones y permite mejorar el posicionamiento frente a los mercados internacionales no sólo generando mayores volúmenes de producción sino también aprovechando las ventajas de compartir la comercialización y logística.

VI. Datos de Interés – Enlaces y Direcciones Útiles

La promoción de las exportaciones es realizada por diversos organismos con los cuales nuestra Provincia tiene vínculos a favor para fortalecer la promoción de las exportaciones provinciales, regionales y nacionales.

Fundación Exportar – www.exportar.org.ar

Fundación ICBC - www.fundacionicbc.com.ar

Exporta Pymes - www.exportapymes.com

Cámara de Comercio Exterior de Cuyo - www.ccecuyo.com.ar

Cámara de Industria de San Luis y Villa Mercedes - <http://camaraindustrialvm.blogspot.com.ar/>

Cámara Empresarial de Pymes de San Luis - www.pymessanluis.org

Ministerio de Industria, Comercio, Transporte y Minería - www.mtiyc.sanluis.gov.ar

Ente Coordinador de Zona Franca, Zona de Actividades Logísticas y Comercio Exterior
Zona Primarias Aduaneras de San Luis y Villa Mercedes www.sanluislogistica.com