

## Artículos

# Un nuevo desafío para los Profesionales en Administración. La formación y coordinación de Consorcios de Exportación.

Dominguez, Mirta\*

*La salida de los productos regionales al mercado internacional constituye una preocupación central de los Organismos Nacionales, Provinciales e Internacionales reflejado en una amplia oferta de propuestas de asistencia técnica y financiera para la consolidación y apertura de nuevos mercados.*

La marginalización de países en vías de desarrollo del comercio global es una preocupación importante reflejada fuertemente en los foros internacionales. Dentro de este contexto una integración mejor en comercio mundial requiere sobre todo el desarrollo de capacidades de las personas, de negociaciones entre diversos actores, de mejoras en la infraestructura y en los procedimientos. Además, las empresas que deseen internacionalizarse, deben tener capacidad de producir bienes y servicios respetando los estándares de calidad y las regulaciones internacionales que exige la competitividad en el mercado global.

La idea es crear espacios con la infraestructura necesaria para el apoyo a los negocios de las empresas locales, con la tecnología adecuada para favorecer la conectividad con el mundo y el acceso fluido a la información. Diseñar un sistema en red vinculado al servicio de la producción, conformar alianzas estratégicas entre Instituciones Académicas, Empresarias, Gubernamentales que facilite a las empresas el acceso a los ámbitos académicos y a la consultoría local y externa. La vinculación permanente entre los ámbitos de desarrollo y de aplicación tecnológica ayuda a construir la cultura de la innovación que necesitan las empresas, a fin de afrontar las exigencias del mercado internacional.

Mi experiencia como Consultora de Empresas y Directora de un Programa de Investigación sobre Desarrollo Regional y Negocios Internacionales, me

permite revalidar la necesidad de articular acciones entre profesionales, instituciones y grupos empresarios para construir juntos el camino hacia el desarrollo sustentable, con real compromiso, involucrandose cada uno en lo que mejor sabe hacer, con valor y ética. Este es el desafío para generar verdadero empleo.

Las pequeñas y medianas empresas cumplen un rol fundamental en la dinámica económica del país, por lo que la solidez de este sector es imprescindible para el fortalecimiento del sistema económico, a partir de su contribución en la generación de riqueza y como una de las fuentes más importantes de captación de mano de obra. En la Argentina, las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 78% del empleo, el 67% del valor agregado y el 40% del PBI.

Estas empresas constituyen una herramienta de movilidad social, generando el autoempleo, una mejor distribución del ingreso, y una mejora en términos de inclusión social. Las Pymes son un factor clave de estabilidad económica por su fácil adaptación a las circunstancias cambiantes del mercado y ciclos económicos, dada su especial sensibilización a los procesos de recuperación de la inversión.

Un problema común entre los pequeños empresarios es su limitada capacidad para identificar fuentes y contenidos relevantes de información comercial, financiera, tecnológica, para una adecuada estrategia de mercado.

Asimismo, el capital de trabajo y de inversión que manejan las pequeñas y medianas empresas, son insuficientes para reconvertirse tecnológicamente y se constituyen en un serio problema financiero que les limita la posibilidad de crecer hacia los mercados externos.

Una manera de fortalecer estas debilidades, es la Promoción de la Asociatividad Empresarial o

(\*)Dominguez, Mirta; Licenciada en Administración (UNLZ). Maestría en Especialización Docencia Universitaria en Ciencias Empresariales y Sociales. (UCES). Directora de Foreign Affairs Consulting Group. Directora de Proyecto del Programa de Desarrollo Institucional e Inversiones Sociales Municipales PRODISM- B.I.D.- Banco Interamericano de Desarrollo. Docente en varias materias de grado y de posgrado (presencial y a distancia) en UCES, UBA, Escuela Superior de Guerra "Teniente General Luis María Campos", Universidad de Belgrano y varias Universidades del Extranjero (Brasil, Bolivia, Paraguay y Peru). E-mail: mirtadominguez@arnet.com.ar

"Consortios de Exportación", con intereses comunes en las diferentes cadenas productivas, en las formas de vinculación, para acceder a información sobre actividades económicas y mercados externos, establecer nuevas formas de comercialización y fortalecer la capacitación permanente; son sólo algunas de las posibilidades que se presentan.

## ¿QUÉ ES UN CONSORCIO DE EXPORTACIÓN?

El consorcio de exportación es una agrupación de pequeñas y medianas empresas que se unen para aumentar la competitividad y reducir los riesgos y costos de la internacionalización.

En la práctica, esta figura representa una oportunidad válida para las Pymes, ya que a nivel individual, las mismas encuentran diversos obstáculos para iniciar sus exportaciones, mientras a través del consorcio pueden realizar una actividad de penetración comercial en el exterior a favor de todas las empresas que forman parte del mismo, con costos muy bajos dado que son soportados por todos los miembros.

Por otra parte, la empresa que ingresa a un consorcio goza, para todos los aspectos vinculados a la actividad de promoción, de una mayor fuerza contractual y de una mayor posibilidad de diálogo con los organismos institucionales, ya sea a nivel público o privado.

Por lo que podemos decir que un "Consortio de Exportación" es un conjunto de empresas integradas con un objetivo común, que actúan en forma interdependiente potenciando sus fortalezas y minimizando sus debilidades para insertarse en el comercio internacional.

## TIPOS DE CONSORCIO DE EXPORTACIÓN

a) Con relación a las finalidades, puede ser:

Promocional: Ofrece a sus miembros:

- Servicios de secretaría, traducción, comunicación;
- Consultoría legal, financiera, fiscal, aduanera, logística, en seguros;
- Capacitación permanente;
- Participación en ferias o misiones empresariales
- Publicación de un catálogo en conjunto;
- Realización de estudios del mercado o mercados de interés para el grupo.

Operacional: Las finalidades son:

- Creación de suplan de inversión y de marketing;
- Identificación de mercado y contraparte;
- Definición de la gama de productos y de la política comercial;
- Creación de una marca en conjunto;
- Desarrollo de proveedores de materia prima e insumos;
- Identificación de proveedores de tecnología y diseño;
- Realización y administración de ventas;
- Optimización y especialización de los procesos productivos;
- Negociación con entidades de apoyo al comercio exterior.

b) Con relación a los miembros, puede ser:

**Monosectorial:** Agrupa fabricantes de un mismo producto con calidades y estilos diferentes (ej. cinturones de cuero y de plástico) o fabricantes de productos complementarios (ej. cinturones, botas, carteras, portafolios).

**Plurisectorial heterogéneo:** Agrupa fabricantes de productos y sectores diversos (ej. Marroquinería, Regalería, Autopartes, Muebles). No hay ninguna relación complementaria. Es conveniente para promocionar en conjunto una determinada región o Estado.

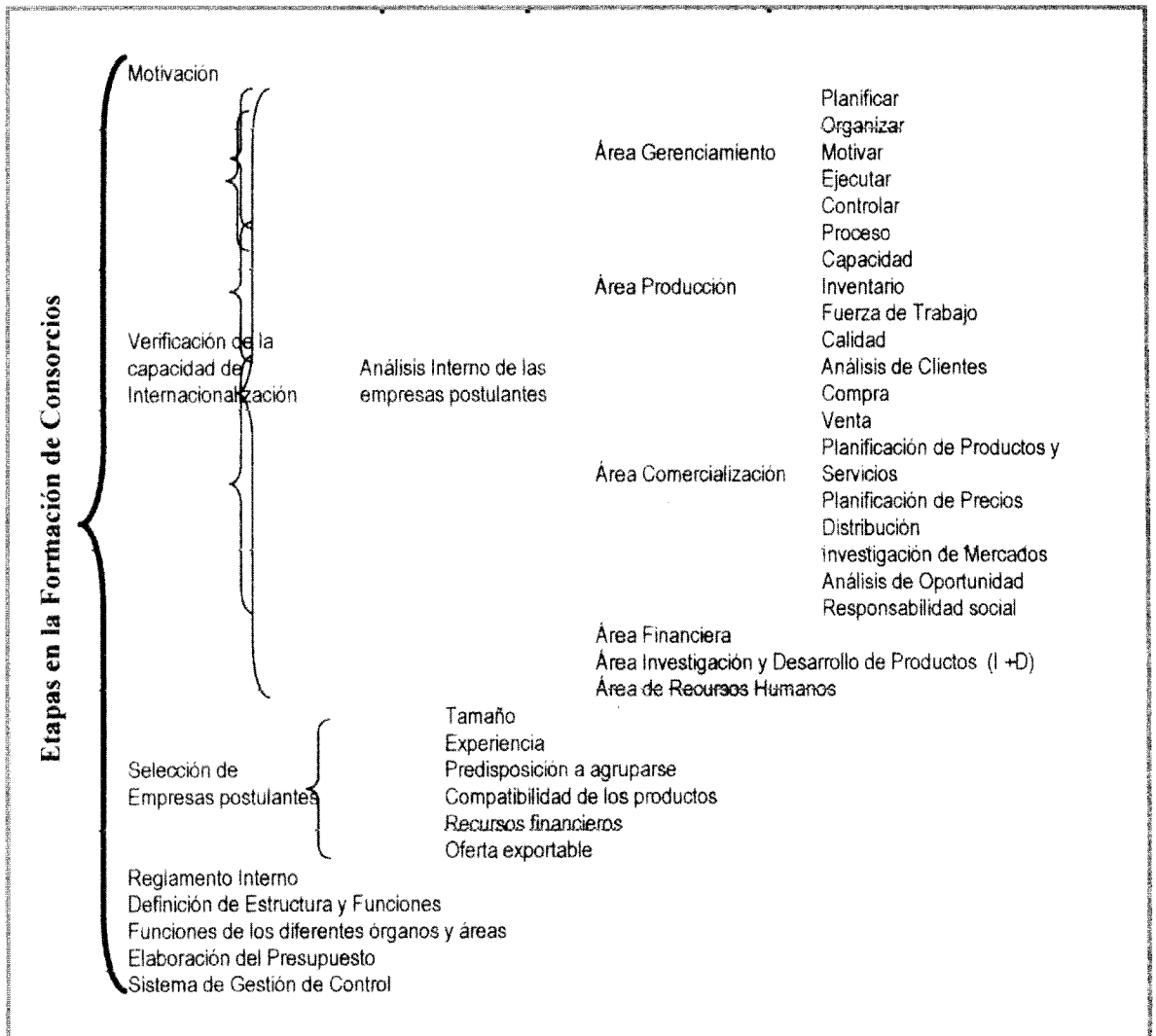
**Plurisectorial complementario:** Es una agrupación de empresas con productos de líneas distintas, pero que se complementan unos con otros, por ej: Productos para hoteles, equipos para bares y restaurantes, telas para decoración, sanitarios, de iluminación, blanco y bazar. Juntos logran un mejor poder contractual y utilizan un mismo canal comercial.

## ETAPAS EN LA FORMACIÓN DEL CONSORCIO DE EXPORTACIÓN

En la constitución de un consorcio se transitará, formal o informalmente distintas etapas, que de acuerdo a su correcta implementación determinarán en gran parte el éxito o fracaso de esta forma de asociación empresaria.

(1) *Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional del Ministerio de Economía y Producción de la Nación. Políticas Públicas para las Pymes. Noviembre 2005.*

## MAPA CONCEPTUAL DE LAS ETAPAS



### FUNCIONAMIENTO DE UN CONSORCIO DE EXPORTACIÓN

El Consorcio de Exportación redacta un estatuto en el que quedan delimitadas las funciones y responsabilidades de cada una de las empresas que forman el mismo. Se debe designar a una persona que cumpla la función de Coordinador del Consorcio, es conveniente que esta persona no pertenezca a ninguna de las empresas parte, y que acredite un perfil profesional, pues representará al Consorcio en todas las misiones comerciales y en todas las negociaciones a realizarse.

Aquí se presenta una oportunidad laboral para los

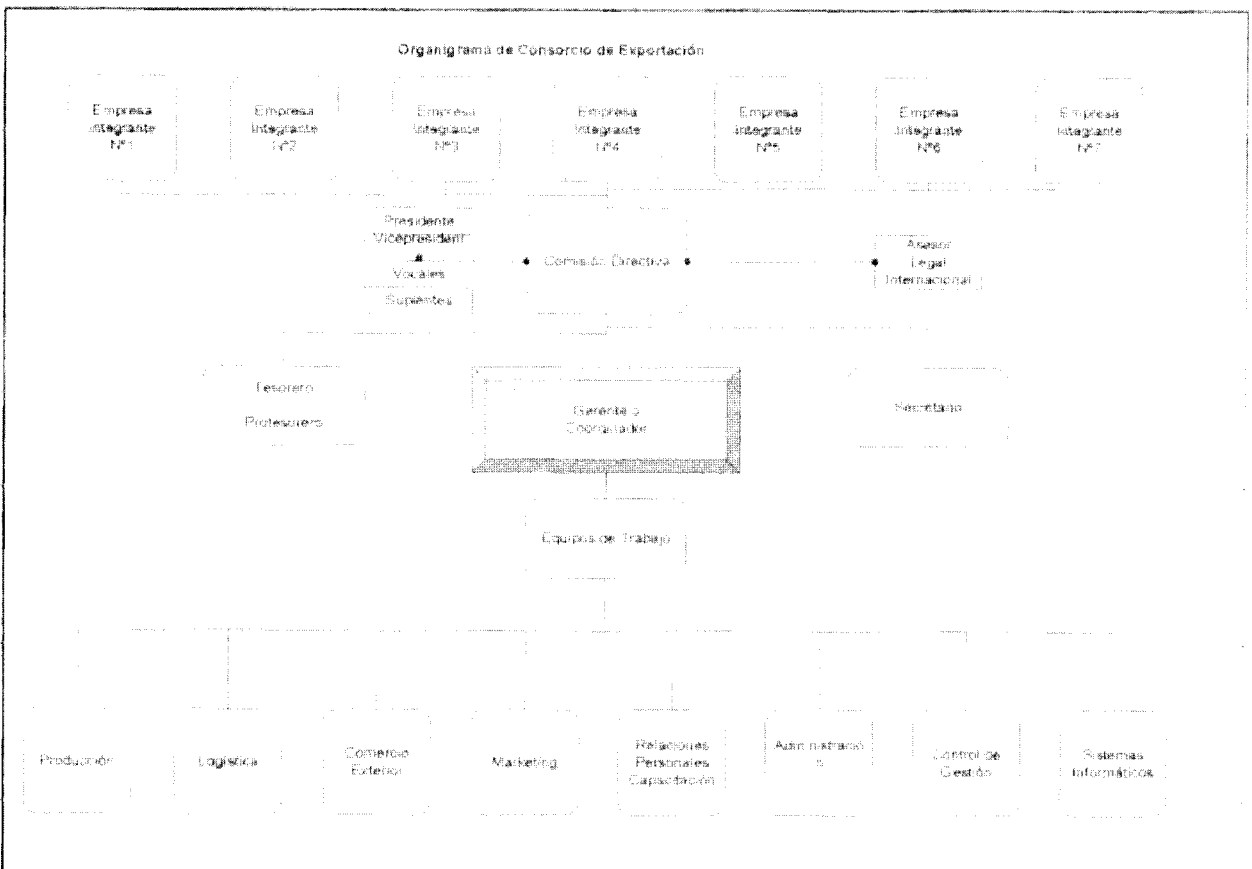
Profesionales en ciencias económicas, especialmente en administración, cuyas incumbencias se vinculan con el entrenamiento en las acciones de planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar. Es el perfil adecuado para aplicarlo a un grupo de empresas con la finalidad de implementar esas acciones en un Consorcio de Exportación.

Una vez seleccionado el Coordinador, cada empresa aporta una cuota asociativa a determinar en las reuniones previas a la formación del consorcio y una cuota mensual de sostenimiento, si el Consorcio es de Promoción. En el caso de un Consorcio de Ventas, cada empresa contribuirá además, con una comisión sobre las ventas realizadas.

Entre las actividades que puede desarrollar el Coordinador del Consorcio de Exportación, se encuentran:

- \* Investigación y análisis de mercados
- \* Realización de misiones comerciales en los mercados de interés.
- \* Organizar rondas de negocio.
- \* Creación de unidades operativas en los países de interés para las empresas.
- \* La adquisición conjunta de bienes de capital, de materias primas o insumos.
- \* Facilitar la contratación conjunta de profesionales que ayuden a exportar
- \* La ejecución de servicios de procesamiento, envase, embalaje y cualquier otra forma, que haga a la presentación de los productos.
- \* La utilización de una marca común.

- \* La edición conjunta de materiales de promoción comercial.
- \* La contratación conjunta de servicios de transporte, seguros, despacho de aduanas, control de calidad,
- \* Acceso a la información
- \* Contactos en los mercado extranjeros, importadores, agentes, representantes
- \* Costeo de los viajes necesarios para la promoción en el exterior.
- \* Participación conjunta en ferias internacionales.
- ü La concreción de operaciones conjuntas de exportación.
- ü Realizar gestiones ante entidades financieras.
- ü Administrar y controlar el proceso de venta, exportación y distribución física de la mercadería.
- ü Diseñar programas de capacitación para los integrantes del consorcio y su personal.



Dada la heterogeneidad de las figuras concurrentes en un Consorcio de Exportación es de fundamental importancia que quien sea el responsable de interpretar estas culturas tenga la capacidad de analizarlas

conocerlas y satisfacerlas para lograr una armonización cultural que caracterice al consorcio, como así también es prioritario identificar las amenazas para el bienestar futuro del consorcio y evaluar las acciones estratégicas

que se puedan emprender con el fin de neutralizar o disminuir su impacto. Esta figura naturalmente es la del Administrador o Coordinador del grupo.

El Coordinador de estas organizaciones adquiere una particular importancia, pues en el desempeño de sus funciones deberá conocer e implementar herramientas de Marketing, Negociación, Coaching, Liderazgo y Comunicación, para articular las necesidades de cada una de las empresas integrantes y materializar la estrategia y gestión que ponga en movimiento al Consorcio de Exportación hacia los mercados internacionales.

**Es importante destacar que en Argentina en momentos en que las empresas miran hacia el mercado externo, sin tener individualmente, las capacidades suficientes como para abordarlo, el Consorcio de Exportación se plantea como una alternativa más que atractiva tanto para empresas que comparten un mismo rubro como para aquellas de rubros complementarios. El Consorcio de Exportación es una estrategia ideal para propender al desarrollo de las economías regionales, lo suficientemente interesante como para considerarlo como un nuevo espacio de oportunidad profesional que presenta desafíos y oportunidades para la generación de empleo.**

#### ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Es importante destacar que la experiencia internacional ha demostrado que las Pymes evidencian una alta capacidad de respuesta ante políticas de fomento de asociación y cooperación, de desarrollo tecnológico e innovación, estrategias de internacionalización, políticas de financiamiento, beneficios fiscales y programas de compras públicas y promoción de nuevas empresas.

Los esquemas de cooperación empresarial han sido un factor de éxito para el desarrollo de las economías mundiales, algunos de los cuales se han extrapolado a otros países adaptándolos a sus condiciones particulares, obteniendo también resultados de impacto en sus economías. El propósito más frecuente es aunar fuerzas para alcanzar mercados externos, aunque también se busque la creación de empleos.

En Europa es donde más tradición ha habido en materia de apoyo a mecanismos de cooperación en la PYME, a veces de manera explícita y directa como el caso de Italia y España y en otras ocasiones dentro de políticas más amplias en su alcance, como la reestructuración industrial de Alemania después de la Segunda Guerra Mundial.

#### ESPAÑA. INSTITUTO ESPAÑOL DE COEMRCIO EXTERIOR (ICEX)

El Estado Español ha dedicado esfuerzos a la promoción de las PyME's como fuente de generación de empleo, poniendo énfasis en las oportunidades de integración de la empresa española con el resto del mercado Europeo. Si la empresa ha decidido optar por la internacionalización y carece de la estructura suficiente que le garantice una presencia óptima en los mercados exteriores, le interesa un consorcio. Es un medio para obtener aquello que le falta: un equipo capaz de salir al extranjero con eficiencia y continuidad.

Así, las dificultades económicas y de organización para crear un departamento de exterior en la empresa, no le llevan a perder buenas oportunidades por falta de promoción y presencia de sus productos en las zonas de consumo. Se trata de unir esfuerzos y compartir gastos. Esto es lo que se entiende por consorcio, o bien una asociación estratégica entre dos o más empresas con la finalidad de abordar y desarrollar de forma conjunta sus mercados de exportación. La creación de un Departamento de Exportación común donde antes no existía, o no tenía la debida calificación profesional, refuerza la gestión profesionalizada de la exportación.

La figura del Consorcio de Exportación desempeña un papel importante en la economía española, donde un gran número de empresas son de reducida dimensión, tanto comercial como financieramente y con escasa experiencia internacional. Por tanto, pese a las dificultades que toda agrupación plantea, hay indudables ventajas que aconsejan potenciar la formación de consorcios como una vía más para alcanzar la internacionalización de la empresa española. Pero hay que tener en cuenta que el consorcio es una inversión a medio y largo plazo, y que los resultados empiezan a llegar al año y medio de su constitución.

*"El Club de Exportadores ha firmado un Acuerdo de Colaboración con la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones de Ecuador (CORPEI), con el objetivo de fomentar el intercambio económico y comercial entre España y Ecuador. El acuerdo establece un marco de colaboración para el intercambio de información que permita el nacimiento de nuevas oportunidades de negocio o la profundización en otras ya existentes, organización conjunta de conferencias y seminarios y participación de las empresas de cada parte en las actividades organizadas por la otra. Este acuerdo con Ecuador se engarza con el Acuerdo de Colaboración con el Departamento de Comercio de Estados Unidos que el Club de Exportadores firmó el*

*pasado mes de junio. Así, se promoverá la presencia de empresas españolas, norteamericanas y ecuatorianas en los tres países, fomentándose los Consorcios y la realización de operaciones triangulares, así como las inversiones privadas de cada uno de los países en los otros dos."*

## ITALIA

La cooperación empresarial que se ha desarrollado en Italia a partir de la posguerra, tiene particularidades irrepetibles, ya que sus antecedentes vienen desde la Época del Renacimiento en que se iniciaron trabajos organizados en talleres dirigidos por un maestro que enseñaba sus habilidades a un grupo de aprendices, los cuales posteriormente organizaban otros talleres.

El desarrollo de los sistemas de empresas se dio principalmente en industrias donde el volumen de capitales fijos es bajo y la cuota de trabajo es alta, la innovación no tiene una importancia trascendente, siendo más bien significativo el proceso de aprendizaje.

En estos sistemas, cada empresa ocupa una fase precisa de la producción y es, al mismo tiempo, proveedora y utilizadora de bienes y servicios de modo que en conjunto es como una gran empresa que asegura el aprovechamiento de economías de escala.

Contrariamente a lo que ocurre en la gran empresa, gracias a la independencia de cada una de ellas, se mantiene la flexibilidad, lo que permite la autonomía suficiente para diferenciar sus mercados de venta y abastecimiento, así como para cambiar la tecnología utilizada. Por estas mismas razones, la competencia es un incentivo a la eficiencia productiva y al desarrollo tecnológico.

Posteriormente, la mayor complejidad de los mercados y la elevada competencia crearon la necesidad de más capacidad de información y de gestión, una definición de estrategias y una mayor atención a la calidad del producto y los servicios. De la desintegración productiva se pasó a formas de agregación para la producción de servicios de calidad.

Esta formación propició una cultura empresarial en su población permitiendo el desarrollo actual de las micro, pequeñas y medianas empresas, siguiendo tres modelos diferentes de acuerdo a las características naturales del país, como son:

1. El de las regiones más industrializadas del norte, con una estructura constituida por grandes empresas que para sobrevivir crearon una red de pequeñas y medianas empresas (consorcios italianos de exportación),

descentralizando gran parte de la producción con el propósito de mantener la flexibilidad, siendo este modelo el más conocido mundialmente.

2. El de las regiones subdesarrolladas del sur, donde junto a polos de industrialización existe una estructura muy tradicional en microempresas, que sobreviven gracias a la asistencia del Estado y a la evasión de las obligaciones fiscales.

3. El de la llamada "Tercera Italia", representada por las regiones centrales y del noreste, donde la pequeña y mediana empresa es la estructura industrial más importante, con características dinámicas y presencia en los mercados nacionales e internacionales.

El buen desempeño económico de la región noreste de Italia, logrado precisamente a través de los cluster de pequeñas empresas que actúan en sectores industriales tradicionales como el textil, la confección, el calzado y la cerámica, entre otros, ha atraído la atención de los estudiosos, algunos de los cuales han visto en esa región un modelo de desarrollo industrial alternativo al basado en las grandes empresas.

Entre los factores institucionales que permitieron la conformación y desarrollo de redes de producción integradas por pequeñas y medianas empresas está, sin duda alguna, la intervención del Estado. Fundamentalmente de los gobiernos locales, en los cuales se nota una presencia importante de los dueños de empresas, que lograron el diseño e instrumentación de políticas. En líneas generales éstas políticas presentan las siguientes características: soporte para funciones empresariales como transferencia de tecnologías, entrenamiento y promoción de mercado, desarrollo de planes urbanos y construcción de infraestructura de servicios industriales.

El programa de desarrollo del racimo de la red de UNIDO, es muy eficaz primero ayuda a las firmas pequeñas a realizar su productividad fomentando acoplamiento de la inter-empresa así como relaciones de colaboración con las instituciones locales de ayuda para combinar sus fuerzas, aprovechar las oportunidades del mercado y solucionar problemas comunes con un esfuerzo común. Esta cooperación permite de hecho que las firmas individuales mejoren su competitividad en mercados internacionales.

UNIDO y Federexport han publicado una guía basados en la experiencia ganada por las dos organizaciones en el desarrollo y la promoción de los consorcios de la exportación en una variedad de países en vías de desarrollo industrializados.

Como se describe precedentemente, en la lucha

generalizada por la competitividad, los Consorcios de Exportación pueden resultar especialmente favorecidos debido a su singularidad y a su potencial factor de unicidad, basado en sus capacidades locales y endógenas.

Los modelos de cambio tecnológico, innovación y difusión se pueden considerar también como categoría endógena relacionada directamente con el tejido social en el que se localiza, lo que conduce a dos implicaciones importantes.

1) Las agrupaciones de empresas llevan consigo un elemento de conocimiento tácito, a menudo socialmente reconocido, en lo que respecta a tecnología, capacidades, productos y procesos, que suele ser específico para cada conjunto de empresas y va acumulándose a lo largo de un extenso período histórico.

2) La innovación y el avance tecnológico constituyen un proceso de desarrollo progresivo basado en este conocimiento tácito y que funciona a través de la dinámica de un sistema interactivo y creciente de aprendizaje por la acción. Esto supone un beneficio mutuo tanto para usuarios como para productores.

## LA IMPORTANCIA DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

Las políticas relativas a infraestructuras, capital humano y difusión tecnológica pueden desempeñar un papel fundamental en el sostenimiento y fomento de los Consorcios de Exportación.

Actualmente en Argentina existe un abanico de ofertas de distintos organismos e instituciones, brindando asistencia técnica y/o financiera, favoreciendo a las pequeñas y medianas empresas, estimulando la formación de Consorcios de Exportación.

En general se fomenta y asiste a las empresas que deseen consorciarse, ofreciendo un conjunto de herramientas de asistencia técnica y aportes económicos no reembolsables. El mismo está dirigido a todas las PyMEs con oferta exportable y vocación asociativa.

Quiénes participen se beneficiarán, por ejemplo, con:

- Consultoría individual: que responderá a sus dudas y le dará estrategias precisas en cuanto al proyecto conjunto.
- Capacitación asistida: en forma de talleres personalizados de capacitación con alto contenido práctico
- Gerenciamiento: apoyo económico para cubrir parte del gasto de contratación del Coordinador.
- Promoción Digital: cofinanciamiento de una estrategia de marketing digital que permita el mejor

posicionamiento y aumento de visitas al portal web.

- Imagen Gráfica Promocional: la realización del catálogo de oferta exportable, podrá beneficiarse con aportes no reembolsables para su costeo.
- Eventos Promocionales: la participación en ferias internacionales como mecanismo de promoción en el exterior, será asistida técnicamente en su planificación y bonificada en el costo de alquiler de stand.
- Instalación de Consorcios: establece beneficios regulatorios y tributarios que promueven su asiento en determinados distritos.
- Responsabilidad Social Empresaria: la adopción de la RSE, como una cultura de gestión, reforzará la imagen externa e institucional del consorcio, creando valor agregado mediante certificación oficial que acredite las prácticas responsables.

Algunas Instituciones Argentina que apoyan la formación de Consorcios de Exportación:

[http://www.proargentina.gov.ar/noticias/ficha\\_noticia.asp?cID=118](http://www.proargentina.gov.ar/noticias/ficha_noticia.asp?cID=118)

<http://www.sepyme.gov.ar/index.php?btn=2&a=comex&b=progform>

<http://www.moronexporta.com.ar/ESPA/sitio/consorcios/consorcios.asp>

<http://www.fundacionbankboston.com.ar/inst/sec-idsea/index.php>

[http://www.exportar.org.ar/exportar/modules.php?name=Stories\\_Archive\\_Total&Topics=10&Categoria=10](http://www.exportar.org.ar/exportar/modules.php?name=Stories_Archive_Total&Topics=10&Categoria=10)

[http://www.santafe.gov.ar/magic/comext/subsec\\_consorcio\\_conformacion.htm](http://www.santafe.gov.ar/magic/comext/subsec_consorcio_conformacion.htm)

## **NOVEDADES LEGISLATIVAS**

Se analiza en la Cámara Baja proyecto que reforma la legislación de Consorcios de Exportación en la Provincia de Buenos Aires.

LA PLATA, Noviembre 14 (Agencia NOVA) El diputado provincial Alcides Sequeiro presentó ante la Legislatura bonaerense un proyecto de ley tendiente a reformular algunos parámetros de la actual normativa provincial que regula la conformación de Consorcios y Cooperativas de Exportación, concretamente la Ley 12.263.

La propuesta del legislador, que ayuda a flexibilizar la conformación de agrupamientos de empresas que tengan como destino común la exportación, se basa en la nueva Ley 26.005, que rige los Consorcios de Cooperación recientemente aprobada por el Congreso Nacional la cual, flexibilizando los requisitos, las inscripciones y los costos que supone la constitución de un consorcio, menciona en su artículo 1º: "Las personas físicas o jurídicas en la República Argentina podrán constituir por contrato 'Consorcios de Cooperación', a efectos de facilitar, desarrollar, incrementar o concretar operaciones relacionadas con la actividad económica de sus miembros".

Por otro lado, en su artículo 2º señala que "los Consorcios que se crean de acuerdo a esta ley, no son personas jurídicas, ni sociedades, ni sujetos de derecho; tienen naturaleza contractual", y agrega en su artículo 6º que "los contratos constitutivos de los consorcios deberán inscribirse en la Inspección General de Justicia de la Nación o ante la autoridad de contralor que correspondiera según la jurisdicción provincial".

Entre los fundamentos de su iniciativa, Sequeiro destaca que "muchas veces, las PyMEs argentinas en general y las bonaerenses en particular, encuentran dificultades a la hora de realizar una inversión importante para colocar sus productos en los mercados externos; algunos bajan los brazos y posponen su proyecto de exportación al encontrarse con obstáculos tales como el escaso capital de inversión, un pequeño excedente exportable o falta de recursos humanos calificados, entre otros impedimentos".

En este sentido, la asociación con otras empresas puede ser un camino alternativo para continuar hacia el objetivo de la exportación, gracias a las herramientas que brinda la cooperación empresarial en sus distintas versiones, formando un grupo o consorcio de cooperación para la exportación o una "joint venture".

Los Consorcios de Exportación son agrupaciones de productores o fabricantes de una misma línea de productos -o complementarios- que, compitiendo o no en el mercado interno, se unen para concretar un negocio de exportación; los consorcios pueden organizarse informalmente (aquí es donde normalmente se habla de "grupos exportadores" y en donde existe mayor cantidad de casos), o a través de la constitución de un ente jurídico que se diferencie de sus integrantes, sin que por ello les haga perder su individualidad.

De esta manera, los integrantes podrán suplir algunas dificultades vinculadas con, por ejemplo, tener personal poco experimentado en materia de comercio exterior, desconocimiento de los mercados externos (en cuanto a sus características, necesidades, modalidades de compra, sistemas de comercialización, etc.), falta de capital suficiente para financiar amplios y objetivos estudios de mercado, escasez de volumen exportable para responder a la demanda internacional, falta de respuesta a mayores exigencias de calidad, entre otros factores similares.

Los consorcios pueden organizarse informalmente o a través de la constitución de un contrato, que se diferencie de sus integrantes, pero sin que por ello les haga perder a cada uno su individualidad como empresario.

De allí que, con su conformación, se persiga acrecentar la eficiencia y eficacia de las actividades de exportación, ingresar o consolidarse en los mercados externos y, principalmente, posibilitar la incursión de las pequeñas empresas en la actividad del comercio internacional.

Este más que interesante proyecto de ley del diputado Sequeiro fue aprobado ya por la Comisión de Industria de la Cámara Baja bonaerense -cuyo titular es el propio legislador pergaminense-, y está para ser tratado por la Comisión de Comercio Exterior y Mercosur -a cargo del azuleño Nicolás Castiglione-, en búsqueda de los dos despachos favorable que necesita un proyecto para "subir" al recinto en la búsqueda de la media sanción correspondiente. (Agencia NOVA).