



Sistema Económico
Latinoamericano y del Caribe

Latin American and Caribbean
Economic System

Sistema Económico
Latino-Americano e do Caribe

Système Economique
Latinoaméricain et Caribéen

Informe Final del Seminario Latinoamericano sobre Consorcios de Exportación de PYMES

*XXXVIII Reunión Ordinaria del Consejo Latinoamericano
Caracas, Venezuela
17 al 19 de octubre de 2012
SP/CL/XXXVIII. O/Di N° 18-12*

Copyright © SELA, octubre de 2012. Todos los derechos reservados.
Impreso en la Secretaría Permanente del SELA, Caracas, Venezuela.

La autorización para reproducir total o parcialmente este documento debe solicitarse a la oficina de Prensa y Difusión de la Secretaría Permanente del SELA (sela@sela.org). Los Estados Miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir este documento sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a esta Secretaría de tal reproducción.



Ministerio de Industrias
y Productividad



PRO ECUADOR
SISTEMA DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES Y SERVICIOS



Sistema Económico
Latinoamericano y del Caribe

Latin American and Caribbean
Economic System

Sistema Econômico
Latino-Americano e do Caribe

Système Economique
Latinoaméricain et Caribéen

Informe Final del Seminario Latinoamericano sobre Consorcios de Exportación de PYMES

Relaciones Intrarregionales

Seminario Latinoamericano sobre Consorcios de Exportación de PYMES
Quito, Ecuador
11 y 13 de junio de 2012
SP/SLSCEPYMES/IF-12

Copyright © SELA, junio de 2012. Todos los derechos reservados.
Impreso en la Secretaría Permanente del SELA, Caracas,
Venezuela.

La autorización para reproducir total o parcialmente este documento debe solicitarse a la oficina de Prensa y Difusión de la Secretaría Permanente del SELA (sela@sela.org). Los Estados Miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir este documento sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a esta Secretaría de tal reproducción.

El presente documento no ha sido revisado formalmente por los servicios de edición de las Naciones Unidas. Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que se presentan los datos que contiene no implican, por parte de la Secretaría de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. Las opiniones, cifras y estimaciones en él contenidas son de responsabilidad de los autores y no debe considerarse que reflejen, necesariamente, las opiniones de la ONUDI, ni que cuenten con su apoyo. Las designaciones relativas a economías “desarrolladas” y “en desarrollo” tienen por objeto la conveniencia estadística y no expresan necesariamente un juicio de valor acerca de la etapa de desarrollo de un país o zona determinados. La mención de nombres de empresas o productos comerciales no implica el apoyo de la ONUDI.

C O N T E N I D O

I.	INFORME DE RELATORÍA	3
II.	FORO LATINOAMERICANO DE CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN Y DE ORIGEN	3
	Lanzamiento del Programa Nacional de Consorcios de Exportación y de Origen	4
	Representantes de Consorcios Ecuatorianos: Experiencias Ecuatorianas	6
	Representantes de ONUDI y SELA	7
	Casos de estudio de ONUDI: Perú y México	9
	Otros casos de estudio: Italia, Argentina y Suiza	13
	Clausura del Foro Latinoamericano de Consorcios de Exportación y de Origen	13
III.	SEMINARIO LATINOAMERICANO DE CONSORCIOS DE PYMES	14
	Relación entre Signos Distintivos Colectivos y los Consorcios de Origen	14
	Experiencias de Consorcios de Origen en Latinoamérica	14
	Fomento de la Asociatividad y Proceso de Establecimiento de un Consorcio de Origen	15
	Rol y Funcionamiento de los Consorcios de Origen	16
	Marketing Territorial y el Rol de los Consorcios de Origen en el Desarrollo Rural y la Promoción del turismo	16
	Consorcios de exportación en Argentina y Uruguay	17
	La evaluación del impacto del registro de una indicación geográfica	18
	Red latinoamericana de Promotores de Consorcios de Exportación	18
IV.	CONCLUSIONES	19
	ANEXOS	
I.	Agenda	23
II.	Palabras del Excelentísimo Señor Gianni Piccato, Embajador de Italia en Ecuador	27

III. Palabras del Honorable Señor Kandeh Yumkella, Director General de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI)	31
IV. Palabras de la Honorable Señora Verónica Sión, Ministra de Industrias y Productividad de Ecuador (MIPRO)	35
V. Lista de participantes	39
VI. Lista de documentos	41

I. INFORME DE RELATORIA

1. De conformidad con el Programa de Trabajo de la Secretaría Permanente del SELA para el año 2012, Actividad II.2.2 "Asistencia técnica especializada para apoyar la internacionalización, la eficiencia, la innovación y la competitividad de las PYMES", se llevó a cabo El "Seminario Latinoamericano de Consorcios de PYMES", celebrado en Quito, Ecuador, durante los días del 11 al 13 de junio de 2012.

2. Participaron representantes de consorcios, académicos y consultores de los siguientes estados: Argentina, Colombia, Costa Rica, Suiza, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Perú y Uruguay; representantes y funcionarios del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) de Ecuador y Proecuador; representantes de organismos internacionales: la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) y el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA).

3. El Seminario tuvo por objeto profundizar los conocimientos sobre internacionalización; proveer metodologías de identificación de capacidades potenciales de las empresas para incursionar en los mercados internacionales y el desarrollo de políticas de promoción sectorial; difundir estrategias exitosas para la exportación desarrolladas por algunos países de nuestra región; y transferir metodologías para la conformación de consorcios de exportación, como estrategia para potenciar las capacidades colectivas de las empresas participantes. Tanto el texto del programa como los documentos, los discursos y las ponencias están accesibles en el Portal del SELA www.sela.org y www.redconsorcios.org

4. El presente informe consta de dos partes. La primera parte reseña las actividades realizadas durante el Foro Latinoamericano sobre Consorcios de Exportación, evento precedente al Seminario, organizado por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y por la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) en el cual participaron la Ministra de Industrias y Productividad de Ecuador, Verónica Sión y el Director General de la ONUDI Kandeh Yumkella. La segunda parte consiste en el Seminario Latinoamericano de Consorcios de PYMES, realizado con los consultores y expertos sobre la temática en Latinoamérica y Europa.

II. FORO LATINOAMERICANO SOBRE CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN Y DE ORIGEN

5. En el Acto Inaugural hicieron uso de la palabra los señores, Gianni Piccato, Embajador de Italia en Ecuador; Kandeh Yumkella, Director General de ONUDI; y la economista Verónica Sión, Ministra de Industria y Productividad de Ecuador.

a) El Embajador Piccato manifestó su satisfacción por el lanzamiento de un Proyecto que gracias al empeño y al esfuerzo del gobierno de Ecuador, a través de la asistencia de la ONUDI y a la contribución de la cooperación italiana, ha conseguido articularse en un modelo estructurado de intervención para los grupos asociativos en un área tan estratégica para el desarrollo económico y productivo del país, en especial manera de las micro y pequeñas empresas. Asimismo, señaló que esta iniciativa puede buscar soluciones creativas para proteger, promover e impulsar los productos tradicionales de origen, una actividad que tiene que articularse en todas las etapas de la cadena productiva, de la materia prima hasta la comercialización del producto final.

b) El señor Yumkella señaló que este tipo de iniciativa de consorcios de exportación está dando resultados a las pequeñas y medianas empresas en la región. Sin embargo, se debe considerar la necesidad de tomar acción y enfrentar los retos y las necesidades de

4

las próximas generaciones. Se espera que las iniciativas de consorcios de exportación ayuden a abastecer a millones de personas que ingresarán al mercado en los próximos años y que requerirán estándares internacionales. Por último, puntualizó que los consorcios de exportación ayudan a las PYMES exportadoras y locales a estar preparadas para la nueva economía global, deben enfrentar los retos y ser sostenibles.

c) La señora Verónica Sión destacó que los procesos de asistencia técnica e implementación de instrumentos de fomento, es el resultado de un esfuerzo mancomunado entre ONUDI, sector público, sector privado y la cooperación italiana, constituye una herramienta potente para superar las barreras que desalientan y limitan el interés por mercados internacionales. En este sentido, señaló, el Programa es una iniciativa muy importante para atender al sector PYMES que constituye el 95% del tejido empresarial del País y representa el 24% del PIB de Ecuador. Asimismo, enfatizó el diseño de una política pública orientada a promover de manera continua, los niveles de productividad, facilitar el acceso a los factores de producción y estimular las capacidades productivas directamente en los territorios del País.

Lanzamiento del Programa Nacional de Consorcios de Exportación y de Origen

6. Ricardo Zambrano, Subsecretario de PYMES del Ministerio de Industrias y Productividad, presentó el Programa Nacional de Consorcios de Exportación y de Origen de Ecuador. Este Programa se originó de la articulación interinstitucional entre el Ministerio de Industrias y Productividad, ProEcuador, ONUDI y es financiado por la cooperación del Gobierno Italiano. El Programa ofrece un espacio para la identificación de necesidades de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en la internacionalización y fomento de su oferta exportable. La metodología que ha servido como soporte al desarrollo y consolidación de este Programa Nacional, se basa en el Proyecto interregional de Consorcios de Exportación y de Origen ya desarrollado en otros países.

La constitución del Ecuador reconoce las diferentes formas de organización empresarial, como la asociatividad, el cooperativismo y otras que permiten la conformación de consorcios de exportación y de origen. El Código Orgánico de la Producción destaca la importancia que tiene la conformación de estas asociaciones empresariales. En el Plan Nacional del Buen Vivir, conocido como el Plan de Desarrollo del País, reconoce en su objetivo número 11 la necesidad de contribuir al desarrollo de redes empresariales a través del fomento e impulso a las exportaciones. Por último, la política industrial del Ecuador reconoce la articulación y el fomento de la asociatividad y el intercambio comercial a nivel microregional, para mejorar la inserción a los mercados internacionales.

Según el censo económico de 2011, en Ecuador existen cerca de 500.000 unidades productivas, de las cuales las micro y pequeñas empresas superan el 95% y es en este sector donde el Programa Nacional de Consorcios de Exportación y de Origen, concentra sus esfuerzos. La problemática que impulsó la creación de este Programa es la escasa especialización de la micro y pequeña empresa ecuatoriana en el proceso de internacionalización, la falta de instrumentos de pre-inversión para la exportación, los estrictos requisitos de los mercados internacionales y la dificultad en la consolidación de volúmenes de exportación, entre otras. Estos elementos proporcionaron el punto de partida en el cual el Programa se estructuró para dar respuestas a través de los diversos instrumentos y líneas de acción.

El objetivo de este programa se centra en incrementar la productividad y la presencia de las MIPYMES ecuatoriana en los mercados internacionales a través del impulso de la asociatividad de los sectores productivos del País.

El Programa se lleva a cabo por un equipo técnico de coordinación, dividido territorialmente por cada región y provincia del país, a través de las coordinaciones regionales del Ministerio y las oficinas de ProEcuador en cada zona. Su financiamiento está a cargo del Banco Nacional de Fomento.

El Programa funciona en cuatro ejes estratégicos: fortalecimiento de las capacidades colectivas, desarrollo económico local, fomento de la red exportable y revalorización de las exportaciones productivas.

Otros programas que maneja el Ministerio y que dan lugar al Programa Nacional de Conformación de Consorcios de Exportación y de Origen, son el Programa de Mejora de la Calidad, el Programa Produce PYME, el Programa Exporta Fácil y el Programa Exporta PYME, dedicado al cofinanciamiento destinado a la pequeña empresa. También están la asistencia técnica de las unidades del Ministerio, las acciones de la Secretaría Técnica de Capacitación y la intervención que tiene ProEcuador en la realización de ferias, misiones y ruedas de negocios, más todos los proyectos de asistencia técnica que esta secretaria ejecuta. Adicionalmente, Ecuador cuenta con el apoyo de la ONUDI, a través de asistencia técnica especializada y la aplicación de la metodología de conformación de consorcios.

Los próximos pasos que el Ministerio realizará son la implementación de dicho Programa y la firma de un convenio con la Federación Italiana de Consorcios de Exportación de Origen (Federexport) enfocado en la asistencia institucional y de internacionalización. Adicionalmente, se espera realizar pasantías internacionales de miembros de los consorcios y asesorías para el desarrollo de un marco legal para la conformación de consorcios. Actualmente se está discutiendo el reglamento que le dará vida jurídica a estos consorcios y la generación de ruedas de negocios, mediante la participación en ferias internacionales, entre otros.

7. Carlos Vaca, Director Zonal de ProEcuador, instituto adscrito a la Cancillería ecuatoriana, realizó una presentación para describir las actividades que ejecuta ProEcuador. Este organismo lleva a cabo actividades de promoción a favor de los sectores productivos y es el responsable de la aplicación de la política de promoción de exportaciones para todos los actores del aparato productivo. El señor Vaca mencionó como pilares fundamentales de ProEcuador, la diversificación de la oferta exportable, la diversificación de mercados y la inclusión de nuevos actores en el comercio exterior.

La Agenda de Transformación Productiva prioriza 14 sectores. Estos sectores se vuelven operativos a través de los coordinadores sectoriales de ProEcuador, los cuales son técnicos de alto nivel que conocen las necesidades del sector, el mercado y la producción. Las oficinas regionales de ProEcuador establecen una pauta de trabajo con cada empresario y ofrecen capacitación en comercio exterior y procesos de formación técnica, generando una unidad de comercio exterior dentro de las MIPYMES.

ProEcuador realiza, en conjunto con las oficinas comerciales, documentos y estudios de mercado, de países y de particulares que ayudan a definir la inteligencia comercial necesaria para las MIPYMES.

6

Uno de los ejes claves del Programa Nacional de Consorcios de Exportación de Origen es la articulación interinstitucional, destacándose no sólo la articulación público – privada, sino también y muy importante, la articulación público – público y la privada – privada. Es por ello que ProEcuador y el MIPRO enfrentan ciertos desafíos para lo cual se han venido construyendo herramientas de articulación interinstitucional, como el Programa Nacional de Consorcios, la plataforma tecnológica de Exporta Fácil y el Programa Exporta PYME.

Representantes de Consorcios Ecuatorianos: Experiencias Ecuatorianas

8. Consorcio Ecuadorian GyP: Hace 4 años se logró conformar dos grupos asociativos de productores de flores y de rosas, pero bajo un enfoque de ventas conjuntas. Estos grupos tuvieron algunos logros importantes como la creación de una imagen unificada, la participación conjunta en eventos, un manual de calidad unificado y políticas conjuntas de precios. Aun cuando varios factores incidieron en un congelamiento de las actividades de estos consorcios, en septiembre de 2011 se reunieron 14 de las 17 fincas de Gypsophila con el objeto de iniciar conversaciones para la conformación de una asociación. La ONUDI realizó un taller sobre consorcios y transfirió la metodología a este nuevo grupo asociativo; así mismo, se elaboraron los estatutos del Consorcio y el 14 de febrero del 2012, se crea formalmente el Consorcio de la Gypsophila, el primero en su tipo. A diferencia de los consorcios de flores y rosas cuya asociación es netamente de ventas, en este nuevo consorcio se promueve las exportaciones, promocionando así, al producto y no a las empresas.

9. Consorcio Royal Honey: Durante 6 años este consorcio ha venido trabajando con mieles de abeja de diferentes sabores, actividad absolutamente limpia para el medio ambiente. El consumidor ecuatoriano consume 400 toneladas de miel importada. A pesar que la idea del consorcio es exportar, por falta de organización, el gremio no ha conseguido los beneficios y la articulación necesaria para cubrir el mercado interno. Por el momento el Consorcio está conformado por 5 productores que abarcan 1100 colmenas; sin embargo, el consorcio tiene la capacidad de incluir a más productores y alcanzar las 10.000 colmenas necesarias para cubrir las 400 toneladas demandadas por el mercado interno.

10. Consorcio Nativa Ecuador: Este es un Consorcio de empresas productoras de plantas nativas para té e infusiones. Se creó en el año 2008, pero el consorcio se formalizó el 4 de mayo de este año con el apoyo de ONUDI, MIPRO y ProEcuador quienes colaboraron en la elaboración de los estatutos. El consorcio promueve la producción y cosecha de plantas aromáticas, medicinales, semielaborados y productos terminados de alta calidad de las 10 empresas que lo conforman. Su producción se hace respetando el medio ambiente y los derechos de los trabajadores. Aproximadamente genera 150 empleos directos e involucra a 1200 familias. El consorcio cuenta con una imagen corporativa, una página web, un plan estratégico, estudios de tendencias de ingredientes y productos naturales y catálogos. El objetivo del consorcio es la promoción de exportaciones, para lo cual ofrece a los productores asistencia en todo el proceso, establece una red de comunicación entre las partes, promueve y organiza la participación de los asociados en eventos y misiones comerciales e intercambia información entre los asociados. Actualmente se están desarrollando nuevos ingredientes y se promueven nuevas áreas de empleo y otras áreas de producción, respetando la biodiversidad.

11. Consorcio Cosmética Ecuador: La asociación de empresas del sector cosmético en Ecuador, tiene una antigüedad de más de 10 años; sin embargo, el consorcio se creó hace pocos meses con el fin de sustituir las importaciones de cosméticos. El 75% de los

productos consumidos en Ecuador de este sector son importados, es por ello que el MIPRO, ProEcuador, ONUDI y el INCP comenzaron a estimular el sector, especialmente para fortalecer la industria nacional. La industria cosmética genera 6.000 empleos directos y beneficia a más de 400.000 mil familias. Actualmente muchas de las MIPYMES de este sector son proveedoras de grandes empresas multinacionales, para lo cual se ajustan a los estándares internacionales.

Representantes de ONUDI y SELA

12. En su intervención, Fabio Russo Gerente del Programa de Consorcios de la ONUDI, agradeció la participación de los 4 consorcios ecuatorianos, los cuales son el mejor ejemplo del trabajo en conjunto y de la labor colectiva de MIPRO, ProEcuador y el sector privado. En un tiempo record, desde septiembre a la fecha, se han podido crear 4 consorcios y existen otras iniciativas en varios sectores en donde MIPRO y ProEcuador están acompañando.

Por otra parte, el representante de la ONUDI, explicó que el objeto las actividades previstas para estos días, consiste en intercambiar buenas prácticas y experiencias y fomentar la cooperación entre los países y además, destacó el desarrollo de una Red de Consorcios de Exportación y de Origen, herramienta que se espera fortalecer. La plataforma web para esta Red ya está lista y se está agregando contenido. Se agradece la incorporación del SELA para una activa participación en la conformación de esta Red.

El Programa de la ONUDI de Consorcios de Exportación es un programa que lleva 8 años, mientras que el Programa Consorcios de Origen lleva un poco más de año y medio. Ambos programas buscan superar las debilidades que presentan las PYMES y los productores, como por ejemplo el acceso al crédito y la inteligencia de mercados. Varios países como Ecuador han puesto en práctica la Asociatividad como una de las herramientas de intervención a favor de las PYMES.

Un consorcio de exportación está conformado por empresas que hacen productos complementarios y que se juntan para ofrecer una gama de productos más variada a los compradores, compartir costos, riesgos, recursos humanos y financieros y así, mejorar las oportunidades de acceso a los mercados de exportación. Los costos se reducen de manera importante trabajando conjunto y además se acumulan conocimientos. Es una herramienta de acompañamiento de las pequeñas empresas en el proceso de aprendizaje y dominio de las técnicas de exportación. Las redes de empresas permiten no sólo el acceso al mercado, como es el caso del consorcio, sino también la mejora de la competitividad y la calidad, así como la construcción de estrategias empresariales comunes.

Un consorcio de origen es una alianza voluntaria de empresas y productores en donde todas hacen un mismo producto tradicional de origen. Esta conformación vincula a un territorio con características físicas, humanas y culturales particulares.

Ambos conceptos, que se relacionan de forma muy estrecha, tienen gran relevancia en América Latina. Actualmente existen varias indicaciones geográficas en la región que identifican a varios productos conocidos como únicos, pero a los productores les falta organización. Los consorcios de origen tiene como objetivo mejorar la fama del producto, como es el ejemplo de los Sombreros Montecristi de Ecuador, el Tequila de México, el Pisco de Perú y los Habanos Cubanos, entre muchos otros ejemplos que merecen esta valorización.

8

Las instituciones públicas entienden la necesidad de agregar valor, de proteger la producción de imitadores, como en el ejemplo los sombreros de Montecristi de Ecuador. La idea es acompañar a los productores en la valorización del producto, quienes por lo general, desconocen las ventajas de las indicaciones geográficas.

Una de las áreas en que se está trabajando es la conformación de una forma jurídica que sea la más apta para la formulación y desarrollo de los consorcios, tal como se está haciendo en Ecuador. En los países que ONUDI ha trabajado, se ha encontrado una forma jurídica existente que permite iniciar el proceso de formación de consorcios. En realidad, una legislación específica con fondos específicos ya es un incentivo enorme.

La Red latinoamericana de Consorcios de PYMES, cuenta con la participación de miembros de más de 10 países y busca abrir un espacio para consolidar la información sobre los consorcios existentes en Latinoamérica para potenciar oportunidades de intercambio y/o colaboración entre consorcios, es por ello que se ha creado esta plataforma que contiene toda la información de lo que se está desarrollando.

En los próximos meses, a través de la Red Latinoamericana de consorcios, se busca potenciar el intercambio de conocimientos y promover el intercambio entre los consorcios. Como ejemplo se puede citar que en Chiclayo, Perú, la celebración de un convenio binacional entre Perú y Ecuador, en donde participaron consorcios de los dos países y se iniciaron conversaciones para la creación de un consorcio de productos andinos.

13. Juan Acuña, Coordinador de Relaciones con Estados Miembros del SELA, señaló que el objetivo del SELA es la coordinación de la Región, en los foros internacionales, la consulta para las negociaciones internacionales y la promoción de la cooperación en diversas áreas económicas y sociales de interés de la región. En función de la integración regional, el SELA promueve las relaciones intra y extrarregionales, incluida la integración productiva tema que debe manejarse tomando en cuenta las diferencias estructurales entre las subregiones.

América Latina y el Caribe está conformado por subregiones con especiales necesidades y particularidades. A finales de los años 90, una vez superado el modelo de la política de sustitución de importaciones, que incluyó una fuerte política industrial, se promovió la conformación de un programa regional de PYMES, el cual no se aplicaría directamente a las PYMES, sino que generaría una base institucional pública y privada en cada país, con el apoyo de cooperación internacional, de manera que los estados y las organizaciones privadas tuvieran instrumentos y medios para perfeccionar su asistencia a las pequeñas y medianas empresas. A finales de los 90 se creó el programa SELA-IBERPYPME, con fondos de la cooperación española, con el objetivo de fortalecer la capacidad institucional de las autoridades nacionales promotoras de las pequeñas y medianas empresas.

El Programa SELA - IBERPYPME promovió el intercambio de experiencias y buenas prácticas y el desarrollo de estrategias y conocimiento de quienes desarrollan las políticas. Igualmente incluyó la conformación de redes institucionales, alianzas estratégicas entre las empresas y los organismos nacionales, así como la cooperación bilateral, multilateral y subregional e inclusive, una Red de Promotores y sistemas de información, como las bibliotecas virtuales.

A partir de octubre de 2012, el SELA pondrá en marcha el Programa SELA – PYMES con el fin de continuar desarrollando el tema PYMES bajo una amplia visión de actividades, programas y alianzas estratégicas internacionales con las diversas fuentes de cooperación, ampliando el radio de acción y las actividades anteriormente realizadas en el marco del Programa IBERPYME que cuenta con el apoyo del Reino de España, además que se ampliará a los países del Caribe.

El Programa IBERPYME desarrolló estudios de expertos, estudios de organismos, proyectos de asistencia, foros, cursos y encuentros empresariales en muy diversas temáticas, como por ejemplo, la conformación de consorcios de exportación, distritos industriales, garantías de crédito y la innovación.

En estos momentos, el SELA está fortaleciendo la red de representantes gubernamentales responsables del tema PYMES quienes asesoran a la Secretaría para identificar las necesidades de cooperación y asistencia. Así mismo, se están organizando proyectos de asistencia bilateral, como la asistencia para el apoyo de micronegocios en Haití y fortalecimiento de las mini industrias agroalimentarias de Cuba.

La región de América Latina y el Caribe es un gran mercado por la cercanía geográfica, en el que existen acuerdos comerciales y decisión política. Se viene formando una afinidad muy grande en la política económica, comercial y social en la región y buena parte de las grandes inversiones proceden de la misma región latinoamericana y caribeña. Si los mercados están liberados en general, la barrera para la integración regional está en la productividad y la competitividad, en la necesidad de ampliar y diversificar las inversiones empresariales, en la infraestructura física y en la facilitación del comercio.

El crecimiento del comercio de América Latina es superior a la media mundial y el comercio intra latinoamericano está siendo más dinámico que con el resto del mundo. Luego, como se mencionó, el problema es la falta de oferta y de la competitividad, cuyas soluciones las tenemos en la misma región.

14. Por lo anterior, el Programa de Promoción de Consorcios de Exportación y Origen de la ONUDI para América Latina y el Caribe, que respalda el SELA, constituye una oportunidad muy valiosa en el proceso de aprovechamiento de nuestros propios recursos productivos para la generación de empleo y de oportunidades de negocios, dentro de un marco de productividad y sostenibilidad, que van a fortalecer el desarrollo de las PYMES y buena parte de nuestras comunidades locales, urbanas y rurales.

Casos de estudio de ONUDI: Perú y México

15. Alejandro Siles, Consultor de la ONUDI en Perú, indicó que el Programa ONUDI empezó en 2006 con la formación de consorcios, generando interés en el gobierno y proporcionando información sobre los sistemas asociativos. Posteriormente esta iniciativa se volvió política de Estado. Se ha aprendido que todo proyecto tiene un ciclo de vida que incluye el marco teórico, la implementación, el control, la evaluación, los ajustes y la sostenibilidad. Es por ello que las instituciones públicas deben establecerse en una posición de segundo piso, evitando el acompañamiento eterno a empresas en la promoción comercial. Los programas deben evolucionar teniendo en cuenta que el desarrollo de los consorcios es un proceso dinámico hasta lograr que estas organizaciones puedan ser autosostenibles.

10

En la segunda etapa, la ONUDI ofreció consultorías de segundo piso para preparar a los consultores de las cámaras de comercio, quienes luego replicaron el trabajo de campo que se hizo en la primera etapa. Actualmente, se han formado grupos asociativos en las diferentes regiones del país. Con el apoyo de 10 cámaras de comercio regionales y 548 MIPYMES, se constituyeron en 35 consorcios y redes empresariales.

Conforme se fue avanzando con los grupos asociativos, los consorcios y las empresas, se fueron relacionando con el mercado. Las necesidades fueron creciendo, generando situaciones más complejas y relaciones más estrechas, lo que ha derivado en el desarrollo de marcas colectivas.

Es importante una sólida alianza Público – Privada, así como sinergias entre los programas y las instituciones, junto con políticas de apoyo con arraigo territorial, alineadas con la política de desarrollo tanto del gobierno nacional como de los gobiernos locales. Los procesos deben ser para las regiones y para los productores. En caso de realizar políticas de desarrollo, es imprescindible asegurar que las personas sientan como propio el programa. Se necesita un acompañamiento que vaya cambiando conforme a las metas y objetivos que se vayan trazando. El sistema cooperativo es una de las formas más fáciles y prácticas para lograr formalizar la propiedad en productores rurales.

Las Cámaras de Comercio, con el apoyo de ONUDI, son las encargadas de atender a los grupos, para que se fortalezca la institucionalidad del sector privado.

El consorcio se utiliza no sólo para promoción, sino que también es el centro para el mejoramiento de la productividad y la competencia, en función de las necesidades de competitividad que van apareciendo. Con la asistencia técnica de la ONUDI, se logran sinergias entre los diferentes programas, especialmente en los tres sectores económicos rurales (apicultura, derivados lácteos y trucha), en los cuales se tiene concentrada la pobreza rural.

16. Carlos López Cerdán, Consultor ONUDI en México, indicó que en el país existen 5 millones de empresas, el 95% de las cuales son MIPYMES. El país exporta 300.000 millones de dólares anuales y las MIPYMES exportadoras participan con solo 34.000 millones.

El Programa de Consorcios desarrollado en México consiste en tres ejercicios pilotos, uno en el Estado de Jalisco, que tiene una alta concentración de PYMES en unos 18 sectores industriales. El promotor principal de este programa fue la Secretaría de Promociones Económicas del gobierno del Estado de Jalisco, junto con 14 cámaras industriales. El segundo, en el Distrito Federal, fue promovido por el Gobierno del Distrito Federal, CANACINTRA y otras dos asociaciones empresariales. El tercero en el Estado de Zacatecas por la Secretaría de Desarrollo Económico de dicho Estado. Estos programas estuvieron vigentes entre 2009 y 2011.

En el caso mexicano es casi imposible encontrar donantes internacionales para asistencia técnica, por ser un país miembro de la OCDE. El Caso mexicano es financiado al 100% por los gobiernos estatales, como el de Jalisco quién financia la capacitación. El proceso desarrollado cumple con 4 pasos. El primero es la sensibilización, el segundo es la generación de anteproyectos y selección de los más importantes, el tercer paso es el seguimiento en campo para la resolución de los problemas que se presenten y el cuarto es la independencia del programa, la constitución jurídica y la autosostenibilidad de los consorcios.

Un ejemplo de consorcio es el Consorcio de exportación del Tequila, el primero en su tipo. El tequila tiene una denominación de origen y existe un consejo regulador. En este caso fueron 7 pequeñas empresas de tequila que se organizaron y decidieron ingresar al mercado de Asia – Pacífico, un mercado de buen rendimiento para la región.

El Consorcio Guadalajara Shoes fue creado por 6 empresas que representan las mejores marcas en el estado de Jalisco. El problema superado al integrarse en un consorcio fue la obtención de un lugar de exposición preferencial, al cual no hubiesen tenido acceso de manera individual, hasta la de 2010.

Otros casos de estudio: Italia, Argentina y Suiza

17. Giovanni Beletti y Andrea Marescotti, Profesores de la Universidad de Florencia, indicaron que los productos de origen provienen de un territorio definido y tienen una característica que se puede atribuir a su origen geográfico. Estas características pueden ser recursos específicos locales, ya sean naturales o humanos o pueden ser la historia, la tradición y el conocimiento compartido en cuanto a la producción. Las indicaciones geográficas son nombres utilizados para indicar productos de origen como agroalimentarios o artesanías, con respecto a los cuales se reconocen derechos de propiedad intelectual.

Los profesores señalaron que por definición, cuando un producto de origen que representa una dimensión colectiva, se debe a que es el resultado de procesos históricos, económicos, sociales y culturales de una colectividad de productores, que han adaptado el producto a las características regionales en donde operan. El producto de origen está vinculado al aprovechamiento de los recursos comunes, los productos y materias primas que se encuentra en la región. La fama del producto está ligada al nombre geográfico con el cual se identifica y no a las empresas como tal.

Desde un punto de vista económico, la acción colectiva se define como un conjunto de conductas que se derivan de la decisión de dos o más actores con el fin de coordinar acciones que permitan obtener resultados más eficientes que no podrían ser alcanzados de forma individual. Cuando surge la acción colectiva, se producen dos factores constituyentes. El primero es la complementariedad, al aumentar la inversión que realiza un actor, aumentan los beneficios que consiguen otros. El segundo es la valorización del producto de origen y los recursos específicos de un territorio, que se activan por parte de los actores locales y se utilizan para producir el producto tradicional de origen. Estas definiciones deben ser reconocidas por otros actores públicos.

La sostenibilidad del ciclo tiene tres vertientes: a través de las ventas del producto con denominación de origen se consigue un aumento del valor del producto el cual debe ser distribuido de forma igualitaria; la dimensión social de la sostenibilidad que se refiere a la protección de las tradiciones y del legado cultural, los vínculos de la población local y las empresas y las oportunidades de empleo para los sectores mas bajos; y, en cuanto a la dimensión ambiental, se protegen los recursos, el medio ambiente y la diversidad cultural.

La fase de la valorización consiste en la definición entre todos los actores del producto tradicional de origen. En torno a este producto operan una serie de actores en diferentes eslabones y con diversas visiones, por lo que deben establecerse reglas sobre el proceso de producción y las características del producto típico. Para ello es recomendable lograr un equilibrio entre la homogeneidad del producto con un cierto nivel de diversificación interna.

12

El Producto de origen no sólo es una cuestión individual y privada, también representa una dimensión colectiva y pública. Ello se debe a las características específicas derivadas de los recursos compartidos y a la fama del producto, el nombre geográfico que todos los actores comparten y los efectos que se pueden tener en el desarrollo local, a partir de la valorización de sus recursos y productos.

La acción colectiva es clave para la valorización de un producto. El sector público es clave en la asociatividad de todos los actores.

18. Marcelo Champredonde del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria de Argentina, señaló que el enfoque de las denominaciones de origen en Argentina aborda la relación producto – territorio. Se parte del territorio hacia el mercado, comprendiendo la diversidad local y la contribución para el relacionamiento entre los actores locales; se considera a las personas no como productores sino como habitantes de un territorio. La Tipicidad tiene dos componentes, la propiedad que tiene un producto de la región y la calidad simbólica de su componente. Los productos están asociados a un grupo local de referencia. Una de las dificultades para construir una indicación geográfica en América Latina, es el estado embrionario de las instituciones; al mismo tiempo que se ejecutan actividades, se están formando las personas que trabajan en el terreno.

La interpretación de las legislaciones es muy heterogénea, así como los marcos normativos de cada país, por lo que en tanto unos productos son reconocidos en unos países en otros no lo serían nunca. Hay que saber contextualizar el producto para que no pierda su tipicidad, lo cual incluye desarrollar las competencias profesionales y superar las limitaciones sanitarias y comerciales, Debe hacerse visible la comunidad ante las políticas públicas.

19. Tobías Eisenring, Investigador del Instituto de Investigación para la Agricultura Orgánica (FiBL) de Suiza, indicó que una denominación de origen, está vinculada a una organización regional de peso. En el ejemplo de los Quesos Gruyère de Suiza, en el momento de implementar la denominación de origen creció la demanda del producto, así como también las imitaciones del mismo, lo cual implicó un cambio cultural entre los productores, de colaboración horizontal y no sólo de forma vertical.

En primer lugar, se inició con la agrupación del 5 % de los productores, luego de 5 años, se formó el Consorcio de Gruyère, compuesta por 2300 productores de leche, 176 queseros, 50 productores de queso en los Alpes y 10 centros de maduración. Los miembros consideran el convenio como un acto democrático entre los productores. El consorcio no tiene actividades comerciales, sino coordina las acciones de los miembros para asegurar los objetivos comunes, sobre todo la calidad y el gusto típico del producto.

El test organoléptico es una descripción del producto y centro de la denominación de origen. En el caso del Gruyère, representa el gusto típico del producto. Los objetivos del consorcio son asegurar la cohesión interna y promover la transparencia del mercado, manejar cantidades a través de un acuerdo entre caballeros. La asociación promueve la imagen del producto como algo único de una región y cada empresa tiene sus propias estrategias de mercado. Una de las ventajas de este desarrollo local en Suiza, es la posibilidad de que los jóvenes no emigren a las grandes ciudades. Se ha podido lograr producciones limpias, cuidando el ambiente. Trabajar colectivamente tiene un sentido, especialmente financiero.

20. Deyanira Camacho, Directora de obtenciones vegetales del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), realizó una presentación sobre los derechos de propiedad intelectual y como éstos se vinculan a la denominación de origen. Señaló que las marcas son signos distintivos que ayudan a diferenciar un producto o servicio de otros parecidos en el mercado. Pueden ser de productos o servicios e individuales, colectivas y de certificación. La marca colectiva permita unir a los productores. Las marcas de certificación ofrecen una garantía de un producto determinado.

Los temas comerciales que acompañan a una marca permiten acercar al consumidor. La propiedad intelectual es un activo intangible. Asimismo, la expositora recomendó mejorar las normas sobre estas materias, tanto en el ámbito nacional como en la Comunidad Andina. Señaló, la denominación de origen es un proceso nuevo, es un proceso base para el desarrollo del País y de la Región. La denominación de origen tiene vigencia hasta que desaparezca el producto. El control debe salir del mismo sector productivo, quien es el que conoce lo que se hace y la competencia desleal existente.

21. Fabio Russo, Gerente del Programa de Consorcios de la ONUDI, advirtió que cuando un producto tiene éxito el riesgo de imitación es grande, por lo que se deben buscar métodos de protección. Por otra parte, Deyanira Camacho del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, comentó que toda denominación de origen debe buscar los mercados donde quiera ser protegida. Una vez reconocida la denominación de origen, el consorcio puede comunicarle al Estado cualquier irregularidad de imitación como sucedió en una oportunidad con el Tequila mexicano en el Ecuador.

Clausura del Foro Latinoamericano de Consorcios de Exportación y de Origen

22. Ricardo Zambrano, Subsecretario de MiPYMES y Artesanías del Ministerio de Industria y Productividad del MIPRO, mencionó que los consorcios de exportación de origen son experiencias auténticas y modelos a replicar. Se han expuesto grandes principios que promueven la conformación de estos consorcios y que responden a las necesidades de las comunidades y territorios en donde se van desarrollando. Por otro lado, es importante destacar el rol y la articulación de las instituciones involucradas en la conformación de los consorcios, no solamente es necesaria la articulación público – privada, sino también la público – público y la privada – privada.

23. Fabio Russo, Gerente del Programa de Consorcios de la ONUDI, manifestó continuar el trabajo en la materia con todas las instituciones. Señaló que es más fácil conformar un consorcio de exportación que uno de origen, pero los consorcios de origen ofrecen mayores oportunidades en cuanto a impacto económico, social y ambiental. Este impacto, a nivel de las comunidades, es mayor de lo que se puede lograr con los consorcios de exportación. Este es un trabajo que requiere muchos años y la cooperación pública – privada es necesaria.

24. Juan Acuña, Coordinador de relaciones con los Estados Miembros del SELA, resaltó las oportunidades en la región y las experiencias valiosas por aprovechar y difundir, no sólo las que presenta la ONUDI, sino también en otros países de la región, desarrollos locales, de comunidades e incluso experiencias fronterizas. Para el SELA, la conformación de la cadena de expertos en consorcios de exportación y origen y el consecuente intercambio de experiencias, producirá mayor empleo, mejor trabajo y mejor inversión.

III. SEMINARIO LATINOAMERICANO DE CONSORCIOS DE PYMES

25. Durante el Seminario se llevaron a cabo los siguientes temas. En primero lugar se realizó una comparación entre Signos Distintivos Colectivos y los Consorcios de Origen. Posteriormente, se dieron a conocer algunas experiencias de Consorcios de Origen en Latinoamérica. Luego se discutió sobre los mecanismos para el fomento de la asociatividad, el proceso de establecimiento de un Consorcio de Origen y el rol y Funcionamiento de los Consorcios de Origen. También se desarrolló el tema de Marketing Territorial y el rol de los Consorcios de Origen en el desarrollo rural y la promoción del turismo. Por último, se discutió sobre la importancia del establecimiento de una Red Latinoamericana de Promotores de Consorcios de Exportación.

Relación entre Signos Distintivos Colectivos y los Consorcios de Origen

26. Nuria Ackermann, Consultora de la ONUDI, señaló que las marcas colectivas o denominaciones de origen, son signos apropiados para proteger el nombre del producto, ya que su uso está abierto a un gran número de productores de una región; también sirven para garantizar ciertas características de un producto. Este sistema no concibe la exclusividad de uso para un nombre geográfico. La marca colectiva es una marca que se registra a nombre de una asociación o un grupo de productores. Esta puede ser utilizada sólo por los miembros de la asociación. El consumidor solo conocerá el producto por la marca colectiva y cualquier decisión que tome el consumidor sobre esta marca, afectará a todos los productores. Bajo el sistema marcario generalmente no se puede obtener la exclusividad de uso para un nombre geográfico.

Una denominación de origen se diferencia de una marca colectiva en el sentido que identifica el producto con una zona geográfica específica. Las denominaciones de origen son figuras legales especiales e identifican a un producto típico de una región, puesto que es conocido por ser de dicho lugar. Se protege el nombre geográfico del producto y se asegura que solamente los productos de esa región puedan usar ese nombre. El Estado es el titular de la denominación de origen y el consorcio está subordinado a las regulaciones que el Estado tenga sobre su uso.

Un signo distintivo no tiene efectos inmediatos al momento de registrarse, sino por la fama que el signo distintivo adquiere en el mercado, lo que implica que el consumidor esté dispuesto a pagar más por ese producto. Sólo en pocos casos los productores tienen la posibilidad y capacidad de usar el signo distintivo desde el primero momento, atajando el fraude y beneficiándose de los rendimientos que genera. Pero aunque generalmente los beneficios del registro se obtengan sólo más tarde, los signos distintivos tienen ventajas indudables, ya que son la base para que los productores de la región se alineen en torno a la valorización y mejora de la calidad conjunta, para controlar las prácticas de producción y para desarrollar estrategias de marketing coherentes y eficaces.

Experiencias de Consorcios de Origen en Latinoamérica

27. Cesar Castro del Programa Agrorural y Verónica Perea de INDECOPI, indicaron que de un total de un millón 200 mil empresas en Perú, el 94% son pequeñas empresas y el 4.6% son micro empresas. Más del 60% del empleo en Perú es generado por las MIPYMES. Dos terceras partes de estas MIPYMES son agrorurales. Agrorural forma parte del Ministerio de Agricultura y trabaja bajo el enfoque de desarrollo rural y territorial, cadenas productivas y clusters, seguridad alimentaria e inclusión y desarrollo social. En alianza con

ONUDI y el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) se ha trabajado en mejorar la institucionalidad agraria con énfasis en los gobiernos nacional, regional y local. El objetivo de esta alianza es generar las capacidades técnicas en gestión y uso de las marcas colectivas como herramienta de desarrollo rural, mejorando la competitividad y la competencia colectiva de los productores.

En los talleres impartidos a los productores, se hace énfasis en la historia y los elementos especiales del producto para resaltar y agregar valor agregado al producto y que cuente con ventajas al ingresar al mercado. El consumidor puede conocer las características especiales del producto a través de los certificados de calidad o por la propiedad industrial. Ambas no se excluyen y al mismo tiempo se puede trabajar con el tema de marcas colectivas. La marca colectiva le informa al consumidor que los productos de estas empresas tiene un mismo origen. La promoción de las marcas colectivas no debe partir del Estado, sino de los productores. Estas marcas constituyen una herramienta de desarrollo rural.

28. Carolina Valderruten de la Región BRUT de Colombia, indicó que la marca café de Colombia es el mejor ejemplo de una denominación de origen, cuyo éxito ha hecho posicionar a los productores tanto a nivel nacional como internacional. Por su parte, un caso que se maneja actualmente son las artesanías de la región BRUT en el norte del Departamento del Valle de Colombia.

A través de un proyecto con la Unión Europea, la Gobernación del Valle y el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se pretende fortalecer el desarrollo económico local, mediante la atención integral de 5 sectores. Este trabajo se viene desarrollando desde hace 5 años dentro de los cuales 2 fueron de planeación para identificar los sectores prioritarios, luego fueron los mismos artesanos los que se organizaron y conformaron una red de artesanos de la región BRUT y se identificaron 4 productos prioritarios. A futuro se espera lograr una articulación con el sector turístico. La marca café de Colombia es el mejor ejemplo de una denominación de origen, cuyo éxito ha hecho posicionar a los productores tanto a nivel nacional como internacional.

Fomento de la Asociatividad y Proceso de Establecimiento de un Consorcio de Origen

29. Alejandro Siles, consultor de la ONUDI en Perú, indicó que el esquema de consorcios de origen facilita el acceso al mercado y es una de las mejores herramientas disponibles. Si en una región se presenta un producto poco competitivo y cuyos productores cuentan con bajos ingresos, se tiene un cuadro de pobreza rural, pero con productos con potencial. Por esta razón, a través de los consorcios de origen se espera elevar y homogenizar la producción con el fin de facilitar el acceso a los mercados, adoptar una estrategia de marketing participativa, mejorar la visibilidad del producto y aumentar su fama. Para ello es indispensable que los productores tengan el impulso para asociarse. Actualmente, con base en las políticas de Estado y de análisis de aquellos productos que representen algún potencial, se espera llevar a cabo un proyecto para el desarrollo de la Quinua.

30. Marcelo Champredonde, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), señaló la necesidad de considerar que el camino del desarrollo de los consorcios es abierto, pero las relaciones van cambiando, así como los actores y el producto. Es un proceso de desarrollo dinámico, a medida que intervenimos en la conformación de una red, se convierte en un sujeto que se va transformando junto con el contexto. Es importante entender el lugar ocupa el producto no sólo en las unidades de producción, sino también en el territorio. Las motivaciones del grupo y de cada uno, deben verse

16

desde un punto de vista humano. En la articulación de actores siempre hay incertidumbres. Desde el inicio de un programa, los actores deben saber que son los portadores y dueños del proyecto, por lo tanto deben involucrarse en el mismo. Sin embargo, los facilitadores, la ONUDI como organismo facilitador, debe investigar, acompañar y atender los conflictos bajo parámetros comunes.

Rol y Funcionamiento de los Consorcios de Origen

31. Giovanni Belletti de la Universidad de Florencia en Italia, desatacó que una vez registrada una denominación de origen, es importante controlar prácticas incorrectas de uso de la indicación geográfica ya que, la misma está abierta al uso de cualquier productor. Se recomienda, para valorizar los productos tradicionales de origen y gestionar los intereses colectivos de los productores, crear instituciones formales o informales, pero capaces de impulsar el proceso de valorización.

En el reglamento de la Unión Europea que regula las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas, se establece la necesidad de una organización colectiva para que se pueda formular el pliego de condiciones y para que se pueda solicitar el reconocimiento. Según la normativa europea, una vez que se ha concedido la denominación de origen, los consejos regulares no son necesarios.

En el caso del Jamón Toscano, éste se produce en un territorio bastante limitado. El consorcio fue creado en 1990 y la denominación de origen se registró luego de 6 años. Con este reconocimiento del Estado, el consorcio se convirtió en consejo regulador que gestiona el logo en nombre de todos los miembros.

32. Tobias Eisenring del FIBL de Suiza, mencionó que el contenido principal de un reglamento de origen deber ser, la descripción de un producto y del proceso de producción; la relación de la calidad específica con el origen geográfico; y, el área de la producción y las reglas del etiquetaje. Se deben identificar las personas claves o líderes en el proceso de producción y las características claves del producto y del proceso de producción. Y recomendó no establecer un código de práctica en la oficina, sino en el campo.

Marketing Territorial y el Rol de los Consorcios de Origen en el Desarrollo Rural y la Promoción del turismo

33. Jhony Heredia realizó una presentación sobre la metodología para la integración y marketing de la oferta productiva y turística e ilustró el caso de los consorcios de exportación en Chulucanas, Perú. Mencionó que desde hace año y medio viene funcionando el consorcio de la cadena turística, cuyos recursos están dirigidos a la infraestructura del sector. Una de las debilidades presentes es la carencia de personal capacitado.

Existe una tendencia de crecimiento en el Perú y las exportaciones no tradicionales han crecido más del 30% en los últimos 3 años. El turismo ha crecido un 3% y existen redes de pequeños productores que exportan a nichos de mercados. La Metodología es una guía de desarrollo económico local, desarrollando la oferta productiva de los consorcios en la oferta turística y en actividades que se desarrollan en el territorio. Existen cuatro organizaciones que funcionan como actores clave situados en tres niveles: los consorcios, los gobiernos regionales y el nivel nacional, conformado MINCETUR, PROMPERU y ONUDI.

La metodología consiste en delimitar la región geográfica, analizar la oferta productiva y se focalizar las actividades de los consorcios. Seguidamente, se analizan la disposición y articulación de los actores locales y se evalúan los conflictos, las colaboraciones y el potencial para diversificar oferta. Se han seleccionado los consorcios de la cerámica, apicultura y chocolate. Recomendó organizar un comité gestor del plan de trabajo y una asociación entre los consorcios, para impulsar las inversiones y hacer incidencia local junto con las autoridades locales, regionales y nacionales.

El rol del gobierno local debe estar en función del desarrollo efectivo del consorcio, la promoción y construcción de comunicaciones, infraestructura y vialidad entre otras. Ejemplo de ello es la ruta Moche, un circuito turístico que promueve la visita a los monumentos arqueológicos de la cultura Moche que abarca los departamentos de Ancash, La Libertad y Lambayeque. Gracias a la infraestructura, las empresas han tenido un desarrollo y una cooperación importante.

34. Erika Boggio, coordinadora de la iniciativa “de mi tierra un producto” en Perú, conocida como OVOP por sus siglas en japonés, plantea la unión de esfuerzos comunales, locales y regionales alrededor del desarrollo de uno o más recursos originarios, para el fomento de emprendimientos económicos basados en el conocimiento y sabiduría popular, respaldada por su tradición cultural. Actualmente se trabaja con doce localidades, impulsando el turismo de la región. Este movimiento proviene del Japón y, para el caso del Perú, se encuentra inserto en el “Acuerdo Básico de Cooperación Técnica entre el Gobierno de la República del Perú y el Gobierno del Japón”, suscrito en 1979. En este contexto el MINCETUR ha acogido esta propuesta. El turismo y el comercio se impulsan con el fomento de emprendimientos productivos que permitan ampliar la oferta turística.

Los proyectos de apoyo se desenvuelven en varias etapas. Primero se realiza un plan de desarrollo turístico, después se promueven la formalización de las empresas y la diversificación y mejora de la oferta del producto, adecuándolo a los estándares exigidos por el mercado. El movimiento involucra la participación de la sociedad en el desarrollo de la localidad turística. Es importante que la comunidad esté involucrada. Se llevan a cabo acciones para fortalecer la cultura y los planes ambientales. Los actores involucrados son MINCETUR, ProPerú, cuyo objetivo es la promoción y campaña de la región y SERCOTUR que capacita y mejora la capacidad profesional de los empresarios y los gobiernos regionales y locales. Estos últimos también tiene la tarea de fortalecer la infraestructura física de la región. La municipalidad y el gobierno local son los principales promotores de esta iniciativa.

Consortios de exportación en Argentina y Uruguay

35. Norberto Clacheo, Presidente la Asociación de Coordinadores de Grupos y Consortios de Exportación de la República Argentina (Conexport), destacó que su país cuenta con unos 80 consorcios, con un alto crecimiento en los últimos años. En Argentina no existe legislación que proteja los consorcios de exportación y no existe una entidad promotora para su formación, más bien existen grupos de exportadores. ConExport fomenta la asociatividad entre PYMES, como forma óptima para incursionar en los mercados internacionales; auspicia y contribuye a la formación y perfeccionamiento de profesionales especializados en esta disciplina; ofrece capacitación, asesoramiento y apoyo a provincias, municipios, universidades, asociaciones y fundaciones, en la creación de grupos y consorcios de exportación.

18

Actualmente, se espera una legislación para los consorcios de exportación y una mejor colaboración entre los organismos públicos y privados, e incorporar a este trabajo, a las cámaras empresariales y al sector académico. También es importante tener un sistema de incentivos para la formación de consorcios.

36. Jorge Martínez, Asesor Técnico de la Dirección Nacional de Pequeña y Mediana Empresa (DINAPYME) de Uruguay, explicó que en su país no existe mucha experiencia en cuanto al desarrollo de consorcios. Se desconocen las razones por las cuales este fenómeno no se ha dado aún, pero sugirió como una causa el perfil de exportaciones del país, las que se canalizan a través de grandes operadores. Existen algunas actividades cuasi consorciadas, especialmente en el turismo. Sin embargo, los consorcios pueden ayudar a superar las principales restricciones y limitaciones del país para el acceso a la tecnología y la investigación.

El Ministerio de Industria, a través de la Dirección Nacional para la Pequeña y Mediana Empresa (DINAPYME), posee programas de internacionalización para los consorcios y da asistencia técnica para la articulación y el Programa PIBE, para actividades de puesta en marcha, legales y acciones de capacitación e internacionalización. En Uruguay21 y el Programa ProExport de Uruguay, los consorcios de exportación podrán encontrar apoyos para asistencias a ferias internacionales, misiones comerciales y eventos de este tipo. Un elemento que ha frenado el desarrollo de los consorcios, es la falta de un marco jurídico que regule su funcionamiento. La ley debería disponer la creación de un consejo de administración, dar márgenes de gobernanza y determinar la autoridad fiscal.

La evaluación del impacto del registro de una indicación geográfica

37. Andrea Marescotti de Universidad de Florencia en Italia, explicó que la protección de la indicación geográfica es importante porque permite diferenciar un producto en los mercados, frenar la competencia desleal y controlar y gestionar esta herramienta frente a otros tipos de certificaciones que no están en manos de los productores. Italia es el país con mayor número de denominaciones de origen en el mundo, con un número de 240 de las cuales se utiliza el 30 por ciento.

La metodología de la Universidad de Florencia evalúa los efectos económicos y ambientales que se derivan de la definición de una denominación de origen. Los países cada vez tienen mayor interés en las indicaciones geográficas y por ello están elaborando los marcos legales propiedad intelectual para su registro. Esta metodología se aplica a los productos tradicionales de origen. Para registrar una denominación de origen se necesita establecer un pliego de condiciones. El contenido del pliego de condiciones así como la estructuración de la organización colectiva detrás de la denominación de origen tienen impactos económicos, sociales y medioambientales.

Red latinoamericana de Promotores de Consorcios de Exportación.

<http://www.redconsorcios.org/>

Daniela Lazo de la Vega y Carlos López Cerdán, ambos consultores de la ONUDI, presentaron la Red Latinoamericana de consorcios para consorcios de pymes, cuyo objetivo es favorecer una amplia difusión de buenas prácticas a nivel regional, mejorar la eficacia de los programas de promoción de consorcios y facilitar el establecimiento de relaciones entre los consorcios mismos. Los expositores destacaron la importancia que tiene la articulación de diversos actores en la conformación de la Red. Se mencionó que el SELA igualmente juega un papel importante por su experiencia en el tema de internacionalización de las PYMES y su red de contactos con los 28 países de la región.

También es importante la alianza con FEDEREXPORT de Italia, no sólo por la cooperación sur – sur sino también norte – sur y los 30 años de experiencias que esta organización posee en el tema.

Se creó una plataforma virtual que contiene toda la metodología de ONUDI y en la que se pretende acumular conocimiento. Es necesario que los promotores se inscriban en la plataforma con el fin de subir información, intercambiar experiencias y compartir lecciones aprendidas. Se espera crear una base de datos de los consorcios existentes en Latinoamérica. La Red cuenta con una base conceptual en el tema de consorcios de exportación. Para registrar al consorcio o las empresas, se debe llenar un formulario.

La Red esta destinada a profesionales, empresarios y al público en general. Admite subir documentos, registrar consorcios, discutir en foros y establecer en el mapa la ubicación de los consorcios existentes. Además, la Red permite conocer las actividades de los consorcios y ofrece respuestas rápidas para investigadores. Adicionalmente, puede ser animada a través de chats y una biblioteca virtual que se actualice con casos de estudio, noticias, eventos y que señale las acciones de los consorcios.

La Red surgió como idea de tener un banco de datos, experiencias, legislaciones, casos de estudio, incentivos, etc. Con el fin de dinamizar la Red, la ONUDI puede identificar temas de interés común y publicarlos en la misma para su discusión y análisis de sus miembros.

La Red debe ser visible y mostrar la evolución que han tenido los consorcios, mediante instrumentos como videos de promoción, para dinamizar el movimiento y captar donantes y nuevos miembros..

38. Juan Acuña, Coordinador de relaciones con los Estados Miembros del SELA, mostró el interés en apoyar esta iniciativa por parte del SELA con sus contrapartes nacionales y expresó que el Organismo se suma de manera activa a esta red, pues estima que es un instrumento importante de integración productiva en toda la región. En la página Web del SELA se implantará un link para la Red.

IV. CONCLUSIONES

1. En America Latina y el Caribe los temas de integración productiva, asociatividad empresarial, como redes empresariales y consorcios de exportación, deben tratarse tomando en cuenta las diferencias estructurales existentes entre sus distintas subregiones.
2. Un consorcio de exportación está conformado por empresas que hacen un producto complementario y que se juntan para ofrecer una gama particular de productos a los compradores, con estos consorcios se busca compartir costos, riesgos, competencia, recursos humanos y financieros y mercados. Los costos se reducen de manera importante trabajando en conjunto, al tiempo que se produce una acumulación de conocimientos.
3. Los consorcios de exportación son herramientas de acompañamiento de las PYMES en el proceso de aprendizaje y dominio de las técnicas de exportación. Las redes de empresas permiten no sólo el acceso al mercado, como es el caso del consorcio, sino también la mejora de la competitividad y la calidad, así como la construcción de estrategias empresariales comunes.

20

4. Un consorcio de origen es una alianza voluntaria de empresas en donde todas hacen el mismo producto tradicional de origen. Esta conformación vincula a un territorio con características físicas, humanas y culturales particulares y aspira a mejorar la fama del producto en los mercados.
5. Los productos de origen provienen de un territorio definido y tienen una característica que se puede atribuir a su origen geográfico. Estas características pueden ser recursos específicos locales, ya sean naturales o humanos o pueden ser la historia, la tradición y el conocimiento compartido en cuanto a la producción. Las indicaciones geográficas son nombres utilizados para indicar productos de origen como agroalimentarios o artesanías, con respecto a los cuales se reconocen derechos de propiedad intelectual.
6. Para que la asociación empresarial o consorcios se conformen y funcionen óptimamente, en función de sus objetivos, es necesario que las propias empresas asuman la responsabilidad del proyecto y la gestión del consorcio una vez formado.
7. Es necesario identificar los recursos locales, base de los productos tradicionales de origen, para luego definir el producto y ofrecer a los actores locales herramientas para desarrollar este producto. Es clave que los productores establezcan alianzas con actores externos como ONGs, el sector público, las entidades de investigación y los consumidores, pues se necesita un acompañamiento que vaya cambiando conforme a las metas y objetivos que se vayan trazando.
8. Las marcas colectivas permiten enfrentar el mercado de forma conjunta a través de una estrategia común. El uso común de esta marca, obliga a unificar las características de un producto, mejorando la calidad del mismo.
9. El consorcio se utiliza no sólo para la promoción, sino también para el mejoramiento de la productividad y la competencia, en función de las necesidades de competitividad que vayan apareciendo.
10. El contenido principal de un reglamento de producción debe incluir, la descripción del producto y del proceso de producción; la relación de la calidad específica con el origen geográfico; el área de la producción y las reglas del etiquetaje. Se deben identificar las personas claves o líderes en el proceso de producción y las características claves del producto y del proceso de producción.
11. La protección de la indicación geográfica es importante porque permite diferenciar un producto en los mercados, frenar la competencia desleal y controlar y gestionar esta herramienta frente a otros tipos de certificaciones que no están en manos de los productores.
12. La "Red Latinoamericana de Consorcios de Exportación y de Origen" estará integrada por instituciones públicas y privadas latinoamericanas que promueven consorcios y por los consorcios mismos. Esta Red apunta a potenciar el intercambio de experiencias y fomentar mejores prácticas para la promoción de los consorcios de exportación y de origen a nivel latinoamericano y caribeño.
13. La ONUDI con el apoyo del SELA y Federexport de Italia, se encargará de liderar y coordinar las siguientes actividades: Creación y animación de una plataforma online para potenciar el intercambio de conocimiento; Publicación periódica de boletines informativos sobre las actividades realizadas por los miembros de la Red;

Organización de un seminario regional bianual para fomentar las alianzas entre instituciones miembros y dar mayor visibilidad a la Red.

14. La ONUDI con el apoyo de los aliados SELA y Federexport se compromete, durante los próximos dos años, a liderar y coordinar la administración de la plataforma online para potenciar el intercambio de conocimiento, a través de sus múltiples servicios. Después de este periodo, se analizará y evaluará el futuro de la misma.

A N E X O I

Agenda



ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS
PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL



Tema:	Seminario Latinoamericano de Consorcios de PYMES para la Exportación y Valorización de Origen
Lugar:	Quito, Ecuador
Fecha:	11 de Junio, 2012

Inicio	Fin	Lunes, 11 de junio	Expositor
Temáticas principales del día: Consorcios de Exportación y de Origen			
8:30 AM	9:00 AM	Registro de Participantes	
9:00 AM	10:00 AM	<p>Presentación Técnica del Programa</p> <p>Palabras del Embajador de Italia en Ecuador</p> <p>Palabras del Director General de la ONUDI</p> <p>Palabras de Bienvenida e inauguración del foro por parte de la Señora Ministra Entrega de presentes por parte de los consorcios a las autoridades y un sombrero con DO al Director General de la ONUDI</p>	<p>MIPRO Mgs. Ricardo Zambrano</p> <p>Embajador Gianni Piccato</p> <p>ONUDI Dr. Kandeih Yumkalla</p> <p>MIPRO Ministra Verónica Sión</p>
10:00 AM	10:15 AM	Café Pausa	
10:15 AM	10:30 AM	Breves palabras de inauguración a cargo del Subsecretario de MIPYMES y Artesanías	MIPRO - Ricardo Zambrano
10:30 AM	11:10 AM	<p>Introducción de los Consorcios y el rol de ProEcuador</p> <p>Presentación de representantes de consorcios ecuatorianos</p>	<p>ProEcuador - Carlos Vacca</p> <p>Representantes de los 4 Consorcios: Ecuadorian GYP C. Royal Honey C. Nativa C. Productos Cosméticos</p>
11:10 AM	11:50 AM	Introducción al Foro Latinoamericano sobre Consorcios de Exportación y Origen	<p>ONUDI - Fabio Russo</p> <p>SELA - Juan Acuña</p>
11:50 AM	12:30 PM	Consorcios de Exportación: Casos de Estudio ONUDI: México y Perú	<p>Alejandra Szla - Consultor ONUDI</p> <p>Carlos López Cerdán - Consultor ONUDI</p>
12:30 PM	1:45 PM	Comida	
1:45 PM	3:00 PM	Importancia de la acción colectiva y la valorización de los productos tradicionales de origen valorización de los productos tradicionales de origen	<p>Profesores de la Universidad de Florencia: Giovanni Beletti Andrea Marescotti</p>
3:00 PM	3:15 PM	Café Pausa	
3:15 PM	4:30 PM	Denominaciones de origen en el contexto Latinoamericano	<p>INTA - Marcelo Champradonde Instituto Nacional de Tecnología Agrícola</p>
4:30 PM	5:30 PM	<p>Derechos de Propiedad Intelectual</p> <p>Experiencia Suiza: Caso de estudio Gruyere e lecciones aprendidas</p>	<p>Intelectual (IEPI)</p> <p>Tabias Eisenring - Instituto de Investigaciones para la Agricultura Orgánica (FIBL)</p>



ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS
PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL



Tema:	Seminario Latinoamericano de Consorcios de PYMES para la Exportación y Valorización de Origen
Lugar:	Quito, Ecuador
Fecha:	12 y 13 de Junio, 2012

Inicio	Fin	Martes, 12 de junio	Expositor
Temáticas principales del día: Consorcios de Origen			
9:00 AM	9:20 AM	Introducción de los Participantes al Seminario	Participantes
9:20 AM	9:50 AM	Relación entre signos distintivos colectivos y los consorcios de Origen	Nuria Ackermann - ONUDI
9:50 AM	11:15 AM	Experiencias de Consorcios de Origen en Latinoamérica: Retos y Lecciones aprendidas	Cesar Castro - AGRORURAL Perú Verónica Perea - INDECOPI Carolina Valderruten - Colombia
11:15 AM	11:30 AM	Café Pausa	
11:30 AM	12:30 PM	Fomento a la Asociatividad y el Proceso de establecimiento de un Consorcio de Origen	ONUDI-Alejandro Silas INTA-Marcelos Changradonde
12:30 PM	1:30 PM	La elaboración colectiva de las normas de producción y su aplicación práctica	Perú-INDECOPI y Agrorural Profesor de la Universidad de Florencia
1:30 PM	2:30 PM	Comida	
1:30 PM	3:00 PM	El rol y funcionamiento de los consorcios de origen La elaboración colectiva de las normas de producción y su ampliación práctica	Profesores de la Universidad de Florencia: Giovanni Beletti Andrea Marescotti Tobias Eisenring - Instituto de Investigaciones para la Agricultura Orgánica (IIBU)
3:00 PM	4:00 PM	Monitoreo y evaluación de los efectos de la protección de las denominaciones de origen	Profesores de la Universidad de Florencia: Giovanni Beletti Andrea Marescotti
4:00 PM	4:15 PM	Café Pausa	
4:15 PM	6:00 PM	Marketing territorial y el rol de los Consorcios de Origen en el desarrollo rural y la promoción del turismo	Johnny Heredia - Perú Erika Baggio - Perú

Inicio	Fin	Miércoles, 13 de junio	Expositor
Temáticas principales del día: Consorcios de Exportación			
8:30 AM	9:30 AM	Experiencias de Consorcios de Exportación en Latinoamérica: Retos y Lecciones aprendidas	Norberto Claccho CONEXPORTA Argentina Jorge Martínez - DINAPYME Uruguay
9:30 AM	12:30 PM	Casos de Estudio: Estrategia de valorización de los Productos	2 Grupos de trabajo
12:30 PM	1:30 PM	Comida	
1:30 PM	2:45 PM	Presentación de Casos de estudio	2 Grupos de trabajo
2:45 PM	3:00 PM	Café Pausa	
3:00 PM	4:00 PM	La Red Latinoamericana de Promotores de Consorcios de Exportación (incluyendo presentación de la plataforma on-line)	Daniela Lazo - ONUDI Carlos López Cerdán - ONUDI
4:00 PM	4:30 PM	Cierre del Seminario	Fabio Russo - ONUDI

A N E X O I I

**Palabras deL Excelentísimo Señor Gianni Piccato,
Embajador de Italia en Ecuador**

Palabras del Excelentísimo Señor Gianni Piccato, Embajador de Italia en Ecuador

Sra. Ministra de Industria y Productividad, Economista Verónica Sión
Sr. Director General de ONUDI, Kandeh Yumkella
Sr. Subsecretario de PYMES, Ricardo Zambrano
Sr. Viceministro de Relaciones Exteriores, Francisco Rivadeneira
Sra. Directora de ProEcuador, María Fernanda de Luca
Sr. Representante de ONUDI en Ecuador, Xavier Arcos
Demás autoridades asistentes
Señores y Señoras

Antes de nada quisiera agradecer a los organizadores, el Ministerio de Industria y Productividad de Ecuador y a la ONUDI por haberme invitado a este importante evento de lanzamiento del Programa Nacional de Consorcios de Exportación de Origen.

Permitanme expresar mi gran satisfacción por el cumplimiento de este importante objetivo, el lanzamiento de un Proyecto que gracias al empeño y al esfuerzo del gobierno del Ecuador, a través de la asistencia de la ONUDI y la contribución de la cooperación italiana, ha conseguido articularse en un modelo estructurado de intervención para los grupos asociativos en un área tan estratégica para el desarrollo económico y productivo del país, en especial manera de las micro y pequeñas empresas. Este Programa, sigue el camino de otras iniciativas bilaterales como el Acuerdo de Canje de Deuda con el Ecuador firmado en el 2003, la creación del Fondo Ítalo-Ecuatoriano (FIE), que permitió financiar alrededor de 114 proyectos de cooperación, el acuerdo firmado unos días atrás con el Ministro Patiño de canje de deuda a favor del ambiente y la Iniciativa Yasuní-ITT, por un monto total de 35 millones de euros. Todo esto reafirma los fuertes lazos existentes entre Italia y Ecuador, así como nuestro compromiso con este hermano País.

Vale la pena mencionar, conforme a las directrices de la cooperación italiana 2011 – 2013, que Ecuador es uno de los socios prioritarios para el fomento del desarrollo. Por lo que se refiere a los mecanismos de cooperación bilateral y con organismos internacionales, en los últimos años la cooperación italiana, con la colaboración de ONUDI, ha concentrado iniciativas destinadas al desarrollo de las PYMES en América del Sur en algunos sectores estratégicos como son los consorcios de exportación y de origen y la valorización de los productos de territorio, como instrumentos prioritarios de desarrollo económico local.

La tónica y objetivo común del trabajo conjunto hasta ahora realizado por las autoridades del Ecuador, el Ministerio de Industria y Productividad y ProEcuador con la ONUDI, es mejorar la competitividad y actuación de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas, para que su producción pueda llegar al mercado local e internacional, por medio de la capacitación de los empresarios y de los representantes de los grupos asociativos sobre el modelo de los consorcios de exportación y en la creación e implementación de los consorcios mismos.

Estoy particularmente feliz por el desempeño y éxito que en muy poco tiempo el Programa ha conseguido lograr, gracias a la capacidad de los responsables, del Ministerio y de ProEcuador, con la fundamental asistencia de la ONUDI. En pocos meses de su ejecución hemos asistido a la creación de los primeros cuatro consorcios, aglutinando pequeñas empresas y grupos de productores dedicados a productos de nichos como la miel, productos nativos y esencias requeridas por las industrias cosmética y farmacéutica.

30

Más importante aún, se han capacitado sobre este nuevo mecanismo los empresarios y representantes de varios sectores artesanales, metalmeccánico, textil, cuero y calzado, agroindustrial y farmacéutico y se espera que en el futuro próximo sean más los consorcios que se articularán.

Objetivos como lograr la sustitución estratégica de las importaciones, aumentar la oferta exportable, impulsar el desarrollo económico territorial y fortalecer las capacidades productivas y empresariales de los grupos asociativos, resultan hoy posibles o próximos a serlo, gracias al Programa.

Espero que esta iniciativa pueda funcionar también como una forma de buscar soluciones creativas para proteger, promover e impulsar los productos tradicionales de origen, una actividad que tiene que articularse en todas las etapas de la cadena productiva, de la materia prima hasta la comercialización del producto final, con un cuidado especial de las estrategias de marketing.

A este respecto, Italia y el sistema italiano, en su largo camino de desarrollo económico, han adquirido el profundo y reconocido *know how* de estos procesos y se pone a la orden para proporcionar y compartir sus conocimientos, como hemos hecho en el transcurso de las iniciativas como parte del Programa, como el viaje de estudio a Italia, que tuvo la asistencia y el respaldo de la región Benetton y la colaboración de Federexport, que llevará la creación de un convenio con el Ministerio de Industria y Productividad y como lo vamos a hacer hoy durante este foro, con la participación de unos conocidos y estimados profesores y expertos del área y tengo la certeza que lo haremos en el futuro en las actividades de capacitación que se organizarán.

Italia está orgullosa de ser socia de esta iniciativa y con orgullo y satisfacción desea a todos y a cada uno de los integrantes del equipo, permítanme esta expresión futbolística, el mejor éxito en este desafío.

Muchas gracias.

A N E X O I I I

**Palabras del Honorable Señor Kandeh Yumkella,
Director General de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial
(ONUDI)**

Palabras del Honorable Señor Kandeh Yumkella, Director General de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI)

Excelentísima Ministra de Industria y Productividad, Economista Verónica Sión
Excelentísimo Embajador de Italia, Gianni Piccato
Representantes de Perú, Ecuador y del SELA
Distinguidos participantes
Damas y caballeros

Este es mi primer discurso público en este País, así que quiero aprovechar la oportunidad para agradecer este momento y en particular a la Ministra por facilitar mi visita a este País. Es mi primera vez aquí, así que estoy aquí para aprender, entender a la gente, la cultura, la visión del gobierno y cómo podemos apoyar a esta visión de crecimiento con inclusión social.

Es un gran placer participar en el lanzamiento del Programa Nacional de Consorcios de Exportación de Origen de Ecuador y de la apertura del Foro latinoamericano de consorcios de exportación y de origen, el cual ha traído una representación de 11 países latinoamericanos.

Quisiera agradecer a la Ministra de Industria y Productividad por haber trabajado con nosotros en la organización de este Foro, el cual es un compromiso entre MIPRO, ProEcuador y otras instituciones de apoyo a las pequeñas y medianas empresas y de promoción de exportaciones.

También quisiera agradecer a la cooperación italiana, a través del embajador de Italia, por el continuo apoyo que recibimos de su gobierno en diferentes países, incluyendo similares consorcios de exportación y también enfocándose en cómo ayudamos a los países para lograr el acceso a los mercados.

La presentación del Subsecretario y el discurso del Embajador de Italia señalaron las dificultades y retos que enfrentan las pequeñas y medianas empresas al momento de exportar en los mercados globales. La presentación ha mostrado claramente cómo esta iniciativa de consorcios de exportación está comenzando a atacar estas dificultades que las pequeñas y medianas empresas enfrentan.

Permítanme poner esto en un contexto más general. En las próximas dos décadas, se estarán movilizand o aproximadamente 3.000 millones de personas a la clase media, esto quiere decir que habrá 3.000 millones de personas más que estarán ganando entre 6.000 y 10.000 dólares anuales por persona. Estas personas necesitarán un poco más de todo, más televisiones, más carros, más flores. Si estos 3.000 millones de personas deciden consumir tanta comida y productos como el resto de la gente en los últimos 150 años, no tendremos suficiente en el planeta. Se estima que para el año 2025 tendremos una población mundial de 8.000 millones de personas y 9.000 millones de personas para el 2050, aproximadamente.

Este es el contexto en el que estamos manejándonos, 3.000 millones de personas nos da una oportunidad de nuevos mercados, pero también nos trae el reto del desarrollo sustentable y la sostenibilidad y la del ambiente. Esperamos que esta iniciativa de consorcios de exportación nos ayude a abastecer a estos 3.000 millones de personas que necesitarán de todo. Pero entrar en estos mercados no será fácil, pues los productos requieren cumplir con los estándares internacionales y deben ser ambientalmente amigables. Si llegara a haber contaminación, el comprador debería poder rastrearlo al

34

origen. Pero, en caso de que alguno de los productores no cumpla con los estándares ambientales, esto traerá descrédito para los otros exportadores del País.

Todos estos asuntos son los que esperamos que los consorcios de exportación ayuden a las PYMES exportadoras a cumplir y atacar estos problemas, ayudándose unas con las otras, recolectando a más personas. Las PYMES deben estar preparadas para la nueva economía global, enfrentar los retos y ser sostenibles. También esta mañana estaba discutiendo con la Ministra las oportunidades de innovación de las PYMES dentro de la economía verde y el crecimiento verde que justamente es el enfoque de este Gobierno. Todo esto creará oportunidades para que las PYMES avancen.

Estamos en el inicio de una tercera revolución industrial. Los países europeos están desarrollando estrategias para esta revolución industrial. En Corea, el presidente ha decidido tomar un 2% de PIB para invertirlo en el crecimiento verde. Esta tercera revolución industrial se asienta en lo que es la sostenibilidad.

Esta mañana se discutió con la Ministra las diferentes estrategias que tiene Ecuador para el desarrollo de la economía verde, el crecimiento verde y la eficiencia energética y hacer del País una economía competitiva en este sentido.

Finalmente quisiera agradecer al resto de los miembros latinoamericanos presentes en este foro. Nosotros creemos en la cooperación Sur-Sur y la transferencia de conocimiento y sé que su Gobierno cree fuertemente en la integración regional y por ello, esperamos que este foro se convierta en un pilar para desarrollar las diferentes clases de cooperación e intercambiar conocimiento.

Nosotros estamos trabajando con el MIPRO y el Ministerio de Energía en los temas de contaminación ambiental y eficiencia energética. Estamos muy agradecidos por el apoyo de los Ministros y de su Embajador en Viena en los proyectos que hemos venido trabajando, empujando la creación de empleos y la distribución de la riqueza y de la prosperidad.

Luego de esta reunión en Ecuador, iré a Perú y de allí me trasladaré a la reunión de Rio+20 y estoy seguro que llevaré el mensaje de la Ministra.

Muchas gracias.

A N E X O I V

**Palabras de la Honorable Señora Verónica Sión,
Ministra de Industrias y Productividad de Ecuador (MIPRO)**

Palabras de la Honorable Señora Verónica Sión, Ministra de Industrias y Productividad de Ecuador (MIPRO)

Buenos días ciudadanas y ciudadanos,

A nombre del Gobierno de Ecuador y de manera especial de nuestro Presidente, el economista Rafael Correa Delgado, quiero expresarles un cordial saludo y darle la más cordial bienvenida a este Foro Latinoamericano de Consorcios de Exportación y Origen.

Un saludo muy especial a la mesa directiva, de manera particular a Kandeh Yumkella, Director General de ONUDI, al excelentísimo Sr. Gianni Piccato, Embajador de Italia en Ecuador, a nuestro embajador ante ONUDI en Viena, Diego Stacey, a nuestro Viceministro de Comercio Exterior Francisco Rivadeneira, a Maria Fernanda de Luca, Directora Ejecutiva de ProEcuador, al Doctor Victor Hinojosa, Jefe del Programa ONUDI para América Latina a quien también deseamos expresarle nuestra gratitud porque ha venido coordinando conjuntamente con el equipo institucional de nuestra cartera la ejecución de todos los programas e iniciativas de ONUDI en la Región. También un saludo a Antonio Assefh, Director Regional de ONUDI y un saludo al economista Xavier Arcos Jefe de operaciones de ONUDI aquí en Ecuador.

Es grato escuchar al Dr. Yumkella cuando nos plantea, no solo reflexiones, sino grandes desafíos de pensamiento para poder visualizar una política que vaya de la mano con esa nueva revolución, esa tercera revolución industrial que en el seno de ONUDI, en el seno de la discusión de 174 países se ha denominado revolución industrial verde.

Deseo expresar nuestros saludos de todos los expositores que componen las delegaciones de los países hermanos de Argentina, Italia, México, Perú y Suiza y también a nuestros expositores y empresarios ecuatorianos.

Lo importante de la visita del Director General de ONUDI, es fortalecer los lazos que tiene nuestro país con esta organización y profundizar los mecanismos de asistencia especializada para el desarrollo de la industria ecuatoriana sostenible y sustentable.

Señor Director de la ONUDI, los ciudadanos y las ciudadanas de este maravilloso País hemos elegido crecer en armonía, en una economía social y solidaria que nos conducirá a eso que denominamos el Buen Vivir. Nuestro presidente Rafael Correa Delgado, a quien tengo el alto honor de representar en esta ocasión, destaca entre su gestión el apoyo al ámbito de la industria sustentable, de la energía renovable y la eficiencia energética. Labor que además debo compartir con ustedes.

Durante la décimo cuarta conferencia mundial de los Países miembros de ONUDI fue reconocida por cada uno de nosotros, esa amplia gestión y amplio compromiso del Dr. Yumkella con la implementación de cada una de las directivas de los países miembros.

El lanzamiento oficial del Programa de Consorcios de Exportación de Origen, para la MIPYMES y también este Foro, son parte de esa renovada cooperación y esa sinergia que hoy los países de la Región tenemos con la ONUDI. En este caso la asistencia está enfocada en fortalecer las capacidades colectivas de los grupos asociativos para provocar el desarrollo económico territorial e impulsar la oferta exportable y revalorizar sus vocaciones productivas.

Estos procesos de asistencia técnica e implementación de instrumentos de fomento, son el resultado de un esfuerzo mancomunado entre ONUDI, sector público, sector privado y

38

la cooperación italiana. Constituyen una herramienta potente para superar las barreras existentes que ya nos ha descrito el Subsecretario Ricardo Zambrano. A veces son éstas las que desalientan y limitan ese interés para salir a los mercados internacionales. Es por ello que consideramos este Programa como una iniciativa muy importante para atender a este sector que constituye el 94% del tejido empresarial del País y contribuye con el 24% del PIB de Ecuador.

Como gobierno reconocemos la relevancia de las MIPYMES en el desarrollo económico. Por ello, hemos diseñado toda una política pública orientada a promoverlas de manera continua, elevar los niveles de productividad, facilitar el acceso a los factores de producción mediante una intervención desconcentrada, descentralizada, potenciando esas vocaciones productivas directamente en los territorios del País. No solo hay políticas públicas, sino también incentivos concretos detallados en el código orgánico de la producción que establecen una serie de estímulos arancelarios y tributarios que conducen a la innovación y al fortalecimiento de las capacidades de los productores.

En el Gobierno también existe una serie de mecanismos que complementan estos esfuerzos, adicionales a los que ejecuta la cancillería a través de ProEcuador, promocionando los productos de las MIPYMES en los mercados internacionales. El MIPRO ha invertido 5.5 millones de dólares desde el 2011, para fortalecer las capacidades de las MIPYMES del país.

Retomando los esfuerzos que construimos a nivel regional, en el marco de los servicios para el sector productivo, el Proyecto Intrarregional de Promoción de Consorcios de Origen de ONUDI que se implementa en Ecuador, Perú, Marruecos y Egipto, cuenta con el apoyo del Gobierno de Italia a través de la Federación Italiana de Consorcios de Exportación (Federexport) y con ellos se ha logrado implementar este instrumento y crear los niveles de interés de diversos sectores de cadenas productivas justamente para apoyar y alcanzar estas metas que nos hemos trazado.

Estos esfuerzos responden a una articulación público-privada y de cooperación, para fortalecer esos niveles de asociatividad imprescindibles y que podamos crear estos espacios y estos programas. Esta cooperación se identifica, no sólo con la base de desarrollo de nuestro país, sino también con el objetivo constitucional y con lo que nosotros hemos denominado la "*eticonomía*", modelo de desarrollo de Ecuador que propicia el respeto a los derechos de todos, a los derechos de los ciudadanos, a los derechos de los inversionistas y a los derechos de la naturaleza, e impulsar una verdadera revolución industrial verde.

Les deseo mucho éxito a cada uno de ustedes en estos tres días de jornada.

Muchas gracias.

A N E X O V I

Lista de Participantes

ARGENTINA

Norberto Clacheo
Presidente Conexport
Argentina
E-mail: norberto@clacheo.com.ar

Marcello Champredonde
Investigador INTA Argentina
Argentina
E-mail: macham@s8.coopenet.com.ar

COLOMBIA

Carolina Valderruten
Representante de Consorcio
Colombia
E-mail: valcarol74@yahoo.com

Maria Paz Valencia
Representante SENA
Colombia
E-mail: mpvalencia@sena.edu.co

COSTA RICA

Alfredo Calderón
Director General Calgo
Costa Rica
E-mail: calderon.alfredo48@gmail.com

ECUADOR

Tatiana Rueda
Coordinadora Nacional ONUDI
Ecuador
E-mail: tatyrueda@hotmail.com

Carlos Vaca
Director Zonal Proecuador
Ecuador
E-mail: carlosvaca@live.com

Maite Mijares
Sectorialista florícola PROECUADOR
Ecuador
E-mail: maite@crepomijares.com

Ricardo Escobar
Coordinador Programa de Consorcios
Ministerio de Industria y Productividad
(MIPRO) Ecuador
E-mail: rescobar@mipro.gob.ec

Deyanira Camacho
Directora de Obtenciones Vegetales IEPI
Ecuador
E-mail: deyanira.camacho@gmail.com

Ricardo Zambrano
Subsecretario de Mipymes y Artesanías
Ministerio de Industria y Productividad
(MIPRO)
Ecuador
E-mail: rzambrano@mipro.gob.ec

Rocio Orbe
Coordinadora
Consorcio Ecuatorian Gyp
Ecuador
E-mail: rocio.orbecajiao@yahoo.com

Salomé Flores
Presidenta Consorcio Royal Honey
Ecuador
E-mail: salome@ecuadorhoney.com

Martha Ortega
Presidenta Consorcio Nativa
Ecuador
E-mail: marortega@sisacuma.com

Nestor Morán
Coordinador de programas y proyectos
Proecuador
Ecuador
E-mail: nmoranm@proecuador.gob.ec

Estefanía Andrade
Técnico Agroindustrial
Ministerio de Industria y Productividad
(MIPRO)
Ecuador
E-mail: eandrade@mipro.gob.ec

Nathaly Grandes
Analista Proecuador
Ecuador
E-mail: pgrandesa@proecuador.gob.ec

Patricia Rengifo
Asistente
Oficina Viceministro de Comercio Exterior
Ecuador
E-mail: ytapc86@gmail.com

42

Carlos Reyna
Técnico
Ministerio de Industria y Productividad
(MIPRO)
Ecuador
E-mail: creyna@mipro.gob.ec

Oswaldo Montero
Técnico
Ministerio de Industria y Productividad
(MIPRO)
Ecuador
E-mail: omontero@mipro.gob.ec

Lorena Segovia
Técnico
Ministerio de Industria y Productividad
(MIPRO)
Ecuador
E-mail: lsegovia@mipro.gob.ec

Ximena Rengel
Técnico
Ministerio de Industria y Productividad
(MIPRO)
Ecuador
E-mail: xrengel@mipro.gob.ec

Lorena Montenegro
Técnico
Ministerio de Industria y Productividad
(MIPRO)
Ecuador
E-mail: pmontenegro@mipro.gob.ec

Andrea Guato
Técnico Ministerio de Industria y
Productividad (MIPRO)
Ecuador
E-mail: aguato@mipro.gob.ec

Wilman Vanegas
Mypymes Ministerio de Industria y
Productividad (MIPRO)
Ecuador
E-mail: antonio.wil@hotmail.com

ITALIA

Andrea Marescotti
Profesor
Universidad de Florencia
Italia
E-mail: andrea.marescotti@unifi.it

Giovanni Belletti
Profesor
Universidad de Florencia
Italia
E-mail: giovanni.belletti@unifi.it

MEXICO

Carlos López Cerdán
Consultor ONUDI
México
E-mail: clcripoll@yahoo.com

NICARAGUA

Ernesto Bendaña Bonilla
Oficial de Proyectos ONUDI
Nicaragua
E-mail: ernestojbb@hotmail.com

PANAMÁ

Jose Bernardo González
Coordinador Técnico ONUDI
Panamá
E-mail: gonzalez.josebernardo@gmail.com

PERÚ

Alejandro Siles
Coordinador Nacional ONUDI
Perú
E-mail: asiles@silesconsultant.com

Jhony Heredia
Gerente OGD Noramazonica
Perú
E-mail: jhony_heredia@yahoo.com

César Castro
Subdirector Agrorural
Perú
E-mail: nmarmanillo@agrorural.gob.pe

Verónica Perea Málaga
Subdirectora Indecopi
Perú
E-mail: vperea@indecopi.gob.pe

Jorge Oviden
Consultor ONUDI
Perú
E-mail: jorgeoliden79@gmail.com

Ericka Boggio
Coordinadora MINCETUR
Perú
E-mail: eboggio@mincetur.gob.pe

SUIZA

Tobias Eisenring
Investigador FIBL
Suiza
E-mail: tobias.eisenring@fibl.org

URUGUAY

Jorge Martinez
Asesor Técnico MIEM DINAPYME
Uruguay
E-mail: jamd62@hotmail.com

SECRETARÍA PERMANENTE

Juan Acuña
Coordinador de Relaciones con Estados
Miembros SELA
Tel: (58-212) 955-7107
Fax: (58-212) 951-5292
E-mail: jacuna@sela.org

Germán Caires
Jefe de Proyecto
Tel: (58-212) 955-7146
Fax: (58-212) 951-5292
E-mail: gcaires@sela.org

ORGANISMOS

Organización Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI)

Fabio Russo
Gerente del Programa de Consorcios
ONUDI
Email: f.russo@unido.org

Nuria Ackermann
Consultora
ONUDI
Email: n.ackermann@unido.org

Daniela Lazo de la Vega
Consultora
ONUDI
Email: d.lazo@unido.org

A N E X O V I

Lista de Documentos

- SP/SLSCPYMESCEO/Di 2-12* Presentación: Consorcio ecuatoriano de promoción de la gypsophila Ecuadorian GYP
- Rocío Orbe
- Ecuador
- SP/SLSCPYMESCEO/Di 3-12* Presentación: Consorcios de denominación de origen en Colombia
- Carolina Valderruten
- Colombia
- SP/SLSCPYMESCEO/Di 4-12* Presentación: Consorcios de Exportación Caso de México
- Carlos López Cerdán
- Consultor ONUDI
- México
- SP/SLSCPYMESCEO/Di 5-12* Presentación: La elaboración colectiva de las normas de producción y su aplicación práctica
- Tobías Eisenring
- Instituto de Investigaciones para la Agricultura Orgánica (FiBL)
- Suiza
- SP/SLSCPYMESCEO/Di 6-12* Presentación: De mi tierra un producto
- Erika Boggio
- Coordinadora del Programa
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- Perú
- SP/SLSCPYMESCEO/Di 7-12* Presentación: El consorcio de origen en Latinoamérica: experiencia del Perú

Cesar Castro Vargas

Subdirector de Desarrollo de Mercados Rurales

Ministerio de Agricultura – AGRORURAL

Perú

SP/SLSCPYMESCEO/Di 8-12

Presentación: El Programa de Desarrollo de
Consortios de Exportación y de Origen de la ONUDI

Fabio Russo

Gerente del Programa de Consortios

ONUDI

SP/SLSCPYMESCEO/Di 9-12

Presentación: Experiencia Suiza Caso de estudio el
queso Gruyère

Tobías Eisenring

Instituto de Investigaciones para la Agricultura
Orgánica (FiBL)

Suiza

SP/SLSCPYMESCEO/Di 10-12

Presentación: La experiencia Peruana

Alejandro Siles

Coordinador Nacional ONUDI

Perú

SP/SLSCPYMESCEO/Di 11-12

Presentación: La importancia de la acción colectiva
y la valorización de los productos tradicionales de
origen

Giovanni Belletti y Andrea Marescotti

Departamento de Ciencias Económicas

Universidad de Florencia

Italia

SP/SLSCPYMESCEO/Di 12-12

Presentación: La valutazione degli effetti della

protezione delle Indicazioni Geografiche. Una proposta metodologica

Giovanni Belletti y Andrea Marescotti

Departamento de Ciencias Económicas

Universidad de Florencia

SP/SLSCPYMESCEO/Di 13-12

Presentación: Las marcas colectivas como herramientas para el desarrollo rural

Verónica Perea Málaga

Subdirectora INDECOOPI

Perú

SP/SLSCPYMESCEO/Di 14-12

Presentación: ProEcuador

Carlos Vacca

Ecuador

SP/SLSCPYMESCEO/Di 15-12

Presentación: Promoción y formación de Consorcios de Origen en el Perú: Consorcios de Origen herramienta para asegurar la competitividad de los pequeños productores en territorios tradicionalmente excluidos

Alejandro Siles Martínez

Consultor ONUDI

SP/SLSCPYMESCEO/Di 16-12

Presentación: Relación entre signos distintivos colectivos y los consorcios de origen

Nuria Ackermann

ONUDI

SP/SLSCPYMESCEO/Di 17-12

Presentación: Ruolo e funzionamento dei Consorzi di origine: l'esperienza italiana

Giovanni Belletti y Andrea Marescotti

Departamento de Ciencias Económicas

Universidad de Florencia

SP/SLSCPYMESCEO/Di 18-12

Presentación: Metodología para la integración y marketing de la oferta productiva y turística en Perú

Johny Heredia

Gerente OGD Noramazonica

Perú

SP/SLSCPYMESCEO/Di 19-12

Presentación: Derechos de Propiedad Intelectual

Deyanira Camacho

SP/SLSCPYMESCEO/Di 20-12

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual
Presentación: Denominación de origen del maíz blanco gigante de Cusco

César Castro

Subdirector Agrorural

Perú

SP/SLSCPYMESCEO/Di 21-12

Presentación: Fomento a la asociatividad y el proceso de establecimiento de un consorcio de origen

Marcelo Champredonde

Investigador

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA)

Argentina

SP/SLSCPYMESCEO/Di 22-12

Lista de Participantes