

NOTAS DE CLASE

Tema:

ALIANZAS COMERCIALES

En la actualidad son muchos los retos que deben asumir las empresas, debido al entorno cambiante y acelerado de las actividades económicas, entre ellas la globalización, los rápidos avances tecnológicos, los nuevos procesos económicos, la competitividad etc. Para poderse enfrentar a todos estos cambios es necesario que las empresas conformen grupos de interés para poder competir y enfrentarse a los retos a que esto conlleva.

Día

Mes

Año

Una alianza comercial es una unión estratégica entre dos o más organizaciones y se lleva a cabo con el fin de proporcionar beneficios de interés para todas las partes, se desarrollan conjuntamente y se comparten entre sí riesgos y fortalezas, es una muy buena forma de acelerar el potencial del negocio, de crecer como empresa y generar nuevos vínculos empresariales importantes.

Las organizaciones suelen buscar alianzas comerciales para potencializar algún objetivo, no importa si se trata de una organización grande o pequeña, una adecuada alianza comercial garantiza un impacto positivo para el cumplimiento de dicho objetivo, para saber si es buena o no es recomendable establecer alianzas comerciales sólo cuando se puedan cumplir las siguientes condiciones: que el acuerdo lleve a una mayor eficiencia de gestión, operación o comercialización reflejada en costos menores, y que estos acuerdos puedan lograrse y mantenerse por el tiempo acordado.



Consultorio Contable
Universidad EAFIT

NOTAS DE CLASE

Tema:

La inquietud es cómo llegar a una alianza o con quién hacerlo. Lógicamente, cuando dos empresas que tengan semejanzas en sus productos o en su razón se asocian, esta unión resulta poco beneficiosa. Cuando se conoce a fondo el producto que la organización vende, un pequeño acercamiento en algunas otras empresas (con las que se quiere hacer alianza), puede hacer notar puntos interesantes. Quizás, el producto o el servicio que brinden ambas empresas no sean el mismo, pero el público al que se apunta sí. Es decir, **como potenciar un objetivo (de interés)**, de ambas empresas sin molestarse entre sí.

Día

Mes

Año

Tipos de alianzas

Existen alianzas comerciales de dos tipos: **formal e informal**, en una alianza comercial forma se hace por medio de contrato, el cual debe estar firmado por el representante legal de la empresa y en el cual se describe en detalle las implicancias legales, las cuestiones contables y la administración de un proyecto.

Las alianzas complejas pueden conllevar una inversión de capital, e incluso una fusión o adquisición, Sin embargo, existe también la alianza informal, esta se desarrolla sin un contrato formal, se hacen acuerdos verbales y funcionan como relaciones comerciales.

Entre los dos tipos de alianzas (formales e informales), existe una cantidad de acuerdos previamente escritos de los que dos o más organizaciones pueden ser



Consultorio Contable

Universidad EAFIT

NOTAS DE CLASE

Tema:

parte. Por lo general el acuerdo escrito divide las ganancias de una empresa de riesgo compartido.

Día

Dentro de estas alianzas están

Mes

- Alianza estratégica: pacto formal entre los aliados, donde pueden llegar a compartir activos, experiencias, conocimientos, infraestructura, etc.

Año

- Alianza vacía: procesos operacionales que una empresa identifica que tiene falencias y que otra empresa lo puede hacer de una forma más efectiva, eficiente y conveniente, por lo tanto esta contrata a otra para hacer esos procesos operacionales que identificó. El objetivo y la importancia de este tipo de alianza es disminuir costos y riesgos, permitir que la empresa se centré en los aspectos fundamentales e intransferibles, aumentar su calidad y eficiencia.

- Alianza virtual: es una red o conjunto de empresas y organizaciones para prestar un servicio determinado.

- Alianza estratégica temporal o consorcio: unión de varias organizaciones independientes para llevar a cabo un trabajo específico.

Ejemplo: licitaciones.

- Joint venture: acuerdo comercial de inversión conjunta a largo plazo, donde dos o más empresas se unen para formar una nueva en la cual se usa un producto o servicio, tomando en cuenta estrategias por las diferentes partes. Esta unión no impide que las partes tengan que perder su identidad y nombre individual.



NOTAS DE CLASE

Tema:

¿Con quién se puede hacer una alianza?

En general se pueden hacer alianzas con todo tipo de personas, pero los candidatos más comunes son:

- Proveedores: ayudan a disminuir los costos de la empresa en cuanto a materia prima.
- Trabajadores
- Clientes
- Competidores: este puede llegar a ser beneficio ya que las diferentes partes tienen objetivos comunes.
- Sociedad civil.

Día

Mes

Año

Proceso para el desarrollo de una alianza estratégica

1. Selección del aliado: Estos deben tener objetivos comunes, acortar curvas de aprendizaje, beneficiarse unos a otros, cooperación mutua, etc.
2. Aliarse: Al formar la alianza se unen las fortalezas y las debilidades de ambas partes. Hay que saber manejar y sobrellevar las debilidades para que la alianza sea un éxito.
3. Formalización de la alianza: Deben estar registradas en actas que consten la formalidad y la creación de la alianza. La informalidad no consolida la alianza.
4. Congruencia de objetivos: los objetivos de los aliados sean congruentes para que no interfieran con los de la alianza.



Consultorio Contable
Universidad EAFIT

NOTAS DE CLASE

Tema:

5. Definición de las reglas: Roles, políticas, procedimientos que se van a tener en cuenta en la formación de la alianza.

Día

Mes

Año

Ventajas de una alianza estratégica

* Las empresas aumenten sus producciones con efectividad, seguridad y rapidez, debido a que se contará con el apoyo de otra empresa con alto grado de capacitación y también se optimizan los resultados.

* Al unir sus áreas especializadas sus operaciones serán realizadas con más eficacia.

* Se consolida la oferta y se comparten los riesgos.

* Acceso a nuevos mercados.

* Relación más directa con el cliente.

* Existe la posibilidad de mantener el capital individual de los socios en el caso de crearse una empresa nueva.

También se comparte información, experiencia, clientes, la posibilidad de llegar a otros mercados, reducir costos y aumentar ventas.

Su ventaja principal puede ser la expansión de la empresa, sin necesidad de perder su independencia y flexibilidad.



NOTAS DE CLASE

Tema:

Así mismo la ventaja de estas alianzas es que otras empresas buscan negocios con otras compañías importantes, preferiblemente con alcance mundial, y las empresas asociadas pueden lograr colectivamente lo que ninguna podría hacer individualmente. Como con toda estrategia comercial, hay ciertos parámetros a tener en mente cuando se analizan las posibilidades de hacer una alianza.

Día

Mes

Año

Ejemplos de alianzas comerciales:

- PROCAFECOL (empresa que maneja las tiendas de Juan Valdez). Una de sus primeras uniones fue con la aerolínea Aires, la cual al convertirse en LAN le dio la oportunidad de venta de su café tanto para rutas internacionales como para las nacionales dentro de Chile. Luego vino el “coqueteo” y feliz culminación con McDonald’s (Arcos Dorados, dueña del mayor número de franquicias), para que sea Juan Valdez Café el que se sirva en los puntos McDonald’s.
- Otras alianzas importantes de son PROCAFECOL con Alpina para desarrollo de productos, con Cine Colombia para ubicación, con la firma italiana Rossi que la dota de equipos industriales, con Deli en la parte de alimentos y en la línea de ropa con Sermetex.
- McDonald’s, en el área de comidas contrajo matrimonio con: Kraft Foods, Nestlé, Oreo, M&M y Coca-Cola. Sin embargo el “broche de oro” se cierra con Disney y su presencia en Walt Disney World de Florida, en donde es el rey de las comidas rápidas.



Consultorio Contable
Universidad EAFIT

NOTAS DE CLASE

Tema:

- Bimbo y wrigley S.A: Bimbo anunció la formación de una alianza estratégica con wrigley S.A para la distribución de sus productos.
- Alianza estratégica de SAMSUNG: SAMSUNG posee un gran número de alianzas con numerosas empresas a nivel mundial.

Día

Mes

Año

Finalmente las alianzas estratégicas son un elemento que toda empresa debe considerar, ya que mediante estas no solo se mantiene el mercado, sino que a partir de estas se desarrollan procesos exitosos y productos que van a estar siempre en el mercado.

Aspectos Contables

Asociación en participación

- De acuerdo la ley Gral. de Soc. Merc. (art. 252 al 259) "es un contrato por el cual una persona (asociante) concede a otras (asociados) que aportan bienes o servicios, una participación en las utilidades y en las pérdidas de una negociación mercantil".
- No tiene personalidad jurídica y el contrato no está sujeto a registro, siendo privado con firma de testigos.
- Cada parte conserva sus activos y personalidad, el asociante obra en nombre propio y es el eje de la asociación.



NOTAS DE CLASE

Tema:

- Se recomienda cuando se explotan actividades que requieren infraestructura de cada parte como exportación de hortalizas, avicultura, porcicultura, engorda de bovinos, aserraderos, etc.

Día

Mes

Participación accionaria, fusiones y adquisiciones

Año

- Se sustentan en la Ley General de Sociedades Mercantiles (art. 87 al 206), se conforma exclusivamente de socios, cuya obligación se limita al pago de sus acciones. Así mismo las figuras más usuales son las Sociedades Anónimas, Sociedades de Responsabilidad Limitada, Sociedades Civiles.
- Igualmente se utilizan para el establecimiento conjunto de agroindustrias, empresas de servicios y comercializadoras para avanzar en la integración de empresas. Es recomendable establecer además de la participación accionaria, compromisos de aportaciones en producción o servicios por los accionistas.

Además existe una figura como las Coinversiones, que Son las mezclas de recursos de aportaciones públicas y privadas alrededor de un proyecto de desarrollo en donde el beneficiario es una organización económica de productores. Donde lo que se busca es disminuir y dispersar el riesgo entre los participantes, bajar el apalancamiento financiero de los proyectos, mejorar los procesos de comercialización y finalmente incrementar la eficiencia de los costos en la organización lo que se traduce en el incremento de la utilidad de las empresas.



NOTAS DE CLASE

Tema:

Igualmente **ley 222 - de 1995, "por la cual se modifica el libro ii del código de comercio, se expide un nuevo régimen de procesos concursales y se dictan otras disposiciones.**

Día

Mes

Año

Estable el régimen de sociedades y las disposiciones generales para:

Escisión, sus modalidades, matrices y subordinadas, estados financieros, obligación de preparar y difundir estados financieros, estados financieros consolidados, entre otros.

Aspectos Tributarios

Los empresarios prefieren no proponer la mayoría de su capital a la adquisición de bienes para la producción sino que mediante el pago de impuestos adquieren el uso de esos bienes y puede destinar la otra parte de su capital a actividades de producción



NOTAS DE CLASE

Tema:

Bibliografía

<http://alianzasestrategicasanahisrr.blogspot.com/2008/11/ejemplos-de-alianzas-estratgicas.html>

<http://alianzasestrategicas75879.blogspot.com/2008/11/ventajas-y-desventajas-de-las-alianzas.html>

<http://tuspreguntas.misrespuestas.com/preg.php?idPregunta=4394>

<http://www.ilvem.com/shop/otraspaginas.asp?paginanp=692>

<http://es.slideshare.net/udeasoft/alianzas-estrategicas-3234961>

<http://www.scribd.com/doc/43819456/Aspectos-Varios-de-Contratos>

Día

Mes

Año

