

**REPUBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION**

PLAN ESTRATEGICO EXPORTADOR

**Documento CONPES 2748- MINCOMERCIO EXTERIOR-DNP:UDE
Santafé de Bogotá, D.C., diciembre 15 de 1994**

Versión: aprobada

I. INTRODUCCION

Este documento somete a consideración del CONPES el Plan Estratégico Exportador, cuyo objetivo es alcanzar una posición exitosa y permanente de las exportaciones colombianas en los mercados externos, mediante la creación de ventajas competitivas sostenibles que permitan aprovechar en el mediano y largo plazo las oportunidades que brinda el proceso de internacionalización de la economía.

II. DIAGNOSTICO

A. EXPORTACIONES Y POLITICA COMERCIAL

Hasta 1990, la política comercial en Colombia se caracterizó por una combinación de protección a la producción nacional y promoción de las exportaciones no tradicionales. Desde mediados de la década de los ochenta, se inició un proceso de racionalización de la estructura de protección y de incentivos a las exportaciones, acompañado de una aceleración del ritmo de devaluación. Esta política, en especial los incentivos generados por las medidas cambiarias, generaron una fuerte respuesta de las exportaciones no tradicionales del país, que se mantuvo hasta 1991. Como se puede apreciar en los Cuadros 1 y 2, dichas exportaciones crecieron entre 1985 y 1991 a un ritmo anual promedio del 20.3%^{1/} y su participación dentro de la producción agropecuaria e industrial no cafetera aumentó significativamente: del 5.7% en 1985 al 11.3% en 1991.

En 1990 se adoptó un programa mucho más agresivo de apertura, que incluyó la reorganización de las instituciones relacionadas con el sector externo, la eliminación del régimen de licencia previa, una rebaja arancelaria generalizada pero gradual, el impulso a los procesos de integración con los países

^{1/} **Este ritmo de crecimiento es sólo ligeramente inferior si se excluyen tanto las piedras preciosas como aquellos renglones para los cuales había fuerte evidencia de exportaciones ficticias a comienzos de la década actual.**

vecinos, la flexibilización del régimen cambiario y la reducción de los subsidios a las exportaciones (CERT y tasas de interés), manteniendo al mismo tiempo una tasa de cambio real competitiva. Los elementos de gradualidad de la apertura y el mantenimiento de una tasa de cambio real alta fueron abandonados desde mediados de 1991. A partir de entonces la reducción de la protección y los incentivos a las exportaciones coincidieron con una revaluación significativa de la tasa de cambio real, dando lugar a una desaceleración de la expansión de las ventas externas del país, que cayeron a partir de entonces como proporción de la producción nacional.

La aceleración de la apertura coincidió, por lo tanto, con un freno al rápido crecimiento que venían experimentando desde mediados de la década de los ochenta las exportaciones, especialmente las no tradicionales. Esto indica que la tasa de cambio ha incidido en forma mucho más marcada sobre la evolución de las exportaciones que los giros en la política comercial e igualmente, que la liberación comercial no garantiza por sí sola un crecimiento exportador dinámico. Es necesario, por lo tanto, rescatar el dinamismo del sector exportador como el elemento esencial de la estrategia de internacionalización de la economía colombiana.

B. ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES

Como se puede apreciar en el Gráfico 1 la estructura de las exportaciones de Colombia experimentó cambios apreciables en poco menos de diez años: aumentó significativamente la participación de las exportaciones no tradicionales y la de minerales ^{2/}, mientras la participación de las exportaciones de café se redujo considerablemente.

La dinámica global de las exportaciones muestra, sin embargo, un contraste marcado entre el período 1985-1991 y 1991-1993. Mientras en el primero, las exportaciones totales crecieron en más de

^{2/} **Petróleo y sus derivados, carbón y ferroníquel. En la balanza de pagos también se incluyen tradicionalmente las compras de oro del Banco de la República, que se pueden asimilar a exportaciones del metal.**

12%, en el segundo mostraron una tasa de -0.3%. Ese resultado fue producto del comportamiento de los precios internacionales de los bienes tradicionales (Gráfico2), y de las diferencias en el ritmo de crecimiento de las exportaciones no tradicionales, que se redujo del 20.3 al 5.4% entre estos dos períodos ^{3/}. En los primeros diez meses de 1994, las exportaciones no tradicionales alcanzaron un crecimiento de 8.6%, frente al mismo periodo del año anterior (Cuadro 1).

C. EXPORTACIONES TRADICIONALES

Como consecuencia de las bajas y decrecientes cotizaciones internacionales, las exportaciones cafeteras mostraron caídas tanto en el período 1985-1991 (-4.4% anual) como en 1991-1993 (-7.6%). Los mayores volúmenes exportados a partir de la ruptura del Acuerdo Internacional del Café sólo moderaron, por lo tanto, el efecto del colapso de los precios mundiales del grano. Como se sabe muy bien, este proceso se ha revertido durante 1994, gracias a la fuerte escasez de grano en el mercado internacional.

Entre 1985 y 1991, el comportamiento de las otras exportaciones tradicionales logró contrarrestar la caída en las exportaciones de café. El descubrimiento y desarrollo de los yacimientos de Caño Limón, ayudados por el ciclo ascendente de los precios internacionales, permitieron que las exportaciones de petróleo y sus derivados crecieran rápidamente hasta 1990 y alcanzaran un ritmo del 21.6% anual entre 1985 y 1991. Por otra parte, las exportaciones de carbón y ferroníquel mostraron, durante este período, un crecimiento anual promedio de 31% y 18%, respectivamente, favorecidas también por la evolución de los precios internacionales así como por las importantes inversiones realizadas por el Estado y los particulares en años anteriores. Adicionalmente, las exportaciones de oro se mantuvieron estables durante esos años.

En el período 1991-1993 el comportamiento de los precios internacionales de las exportaciones

^{3/} **Al excluir las exportaciones de piedras preciosas y las presumiblemente ficticias, el cambio en las tasas de crecimiento mantiene la tendencia descrita: 18.9% en el primer período y 5.2% en el segundo.**

tradicionales diferentes de café, entraron en una fase descendente (Gráfico 2). Esa situación, conjuntamente con la continua baja de los precios del café y la reducción en los volúmenes exportados de petróleo, provocaron una caída del 6.3% anual de las exportaciones tradicionales del país. El valor exportado por concepto de oro también mostró un deterioro, del 12.7% durante esos años.

D. EXPORTACIONES NO TRADICIONALES

1. COMPORTAMIENTO SECTORIAL

Entre 1985 y 1991, el crecimiento de las ventas al resto del mundo implicó tanto la consolidación de sectores con vínculos previos con los mercados internacionales como el crecimiento y desarrollo de nuevos sectores exportadores. Durante este período, las tasas de crecimiento más altas fueron aquellas que experimentaron las exportaciones del sector pesquero y pecuario (35.4%), seguida por los sectores minero (25.7%) e industrial (25.6%); aunque los sectores agrícola y agroindustrial también experimentaron ritmos elevados de crecimiento (13.8% y 13.2%, respectivamente), perdieron participación en el conjunto de las exportaciones no tradicionales (Cuadro 3).

Con pocas excepciones (flores, azúcar y sus productos, industria del plástico y el caucho, papel y sus manufacturas y piedras preciosas), el ritmo de crecimiento de las exportaciones no tradicionales se redujo sensiblemente durante el período 1991-1993. Para el conjunto de dichas ventas al exterior, dicho ritmo alcanzó sólo un 5.4% en este período, mostrando, por lo tanto, un mínimo crecimiento real durante estos años. Muchos renglones mostraron, incluso, una contracción absoluta en años recientes (pesca, varios productos agropecuarios y la mayoría de la industria liviana).

2. DESTINO

La crisis de la deuda que caracterizó la primera mitad de la década pasada afectó las economías de los países vecinos e indujo que las exportaciones no tradicionales se desplazaron principalmente hacia

el mercado de los países desarrollados. En 1985, estos países recibían más del 64% de nuestras ventas externas.

Aunque algunos mercados regionales comenzaron a recuperarse durante el segundo lustro de la década pasada ^{4/}, sólo fue en los primeros años de la década actual que se experimentó un fuerte crecimiento de las ventas a los países vecinos, como resultado del proceso de integración. Hasta 1993, este crecimiento estuvo asociado al comercio colombo-venezolano, pero se ha extendido a nuevos socios en años más recientes. El contraste entre la tendencia global de las exportaciones no tradicionales y el crecimiento de las ventas a países vecinos es un claro indicio de las ventajas que para el sector exportador ha tenido el activo proceso de negociaciones internacionales en el cual ha estado involucrado el país. Debido al proceso de revaluación experimentado también en otros países de la región, la tasa de cambio real del peso frente a América Latina ha tenido un comportamiento menos desfavorable que aquella frente a países desarrollados (Gráfico 3). Si se excluyen Centro América y el Caribe, las exportaciones no tradicionales a países de América Latina aumentaron de US\$451 millones en 1990 y US\$877 en 1991 a US\$1316 millones en 1993, triplicándose, por lo tanto, durante los tres primeros años de la década actual. En los primeros diez meses de 1994, resalta el importante crecimiento de las exportaciones no tradicionales a la Union Europea y a los países del Grupo Andino diferentes a Venezuela (Cuadro 4).

La estructura de las exportaciones a países desarrollados muestra, tanto en 1985 como en 1993, elementos comunes. Durante todo este período se mantuvo, en efecto, la concentración de las exportaciones de los sectores agrícola, pesquero y pecuario y minero (piedras preciosas) en estos mercados, aunque disminuyó su importancia para las exportaciones agroindustriales. En el caso de los productos industriales, las exportaciones a estos países se han concentrado en sectores intensivos en el uso de recursos naturales y mano de obra poco calificada, como confecciones y cueros y sus

^{4/} **El fuerte crecimiento de las exportaciones a Panamá y Antillas Holandesas durante este período se explica en gran medida por el alto volumen de exportaciones ficticias destinadas a estos mercados; la disminución sustancial de dichas exportaciones en los primeros años de la década actual generó la fuerte caída aparente de las exportaciones destinadas a dichos mercados.**

manufacturas. Los mercados de los países latinoamericanos han absorbido, por el contrario, una proporción de los productos de mayor valor agregado y, en general, la oferta exportable a estos mercados ha sido mucho más diversificada que aquella destinada a las naciones de mayor desarrollo (Cuadro 5).

Este aspecto positivo del comercio intra-regional en relación con aquel que tiene lugar con países desarrollados se corrobora con la estimación de índices de comercio intraindustrial de productos manufactureros (Cuadro 6) ^{5/}. Dicho indicador muestra niveles mucho más altos y estables en el comercio con los países de la región, particularmente en el comercio colombo-venezolano, que en las transacciones con naciones de mayor desarrollo. Este tipo de comercio ha sido la fuente de las dinámicas formas de especialización que ha caracterizado el comercio entre países desarrollados en las últimas décadas.

E. DETERMINANTES DE LAS EXPORTACIONES

¡Error! Marcador no definido.1. TASA DE CAMBIO

En el Gráfico 4 se observa que la tasa de cambio real experimentó una devaluación real apreciable entre 1985 y 1991. En los años siguientes ha mostrado, por el contrario, una clara tendencia a la revaluación. Como lo muestra el mismo gráfico, la tasa de crecimiento de las exportaciones no tradicionales ha seguido una trayectoria similar, indicando, por lo tanto, la estrecha relación entre una y otra variables.

^{5/} El índice de comercio intraindustrial que aquí se utiliza es el tradicional de Grubel y LLoyd, en el cual se comparan las exportaciones e importaciones para un mismo producto, diferenciando entre mercados de origen y destino, respectivamente. Se define como $1 - \frac{|X-M|}{X+M}$. Este ejercicio se hizo para tres años (1985, 1991 y 1993) y a un nivel de desagregación de 36 agrupaciones. Si el valor del índice es cero (0), no hay comercio intraindustrial y en la medida en que el valor del índice se acerque a cien (100), se está reflejando un importante comercio intraindustrial. Es recomendable hacer este ejercicio al máximo nivel de desagregación posible (posición arancelaria), pero en aras de facilitar la interpretación más global, se aceptó para esta sección el Código Promoción de Exportaciones diseñado por la Vicepresidencia de Investigaciones Económicas de BANCOLDEX.

Según cifras del Banco de la República, en 1991 la tasa de cambio real se encontraba 35.6% por encima del nivel alcanzado en 1985. Esto explica en gran parte la considerable expansión y diversificación registrada por las exportaciones no tradicionales durante estos años.

La reforma al régimen cambiario de 1991 y la débil respuesta inicial de las importaciones frente a la apertura comercial, generaron una revaluación de la tasa de cambio real, que se creyó temporal, en la medida en que se esperaba que un mayor dinamismo de las importaciones presionaría posteriormente el tipo de cambio al alza. Estas expectativas se vieron, sin embargo, frustradas en los años siguientes. La elevada tasa de interés doméstica frente a la internacional, las mayores facilidades a la movilidad de capitales y la introducción del sistema de bandas cambiarias presionaron la revaluación del peso. En julio de 1994, la tasa de cambio real se encontraba un 16% por debajo del nivel promedio alcanzado en 1991.

Cabe agregar que la tasa de cambio real efectiva, que incluye los incentivos directos a las exportaciones menores, muestra una tendencia similar, incluso más acentuada. La reducción del CERT, junto con las mayores tasas de interés de los créditos otorgados a los exportadores y la evolución del Plan Vallejo, se expresan en la reducción mayor de la tasa de cambio real efectiva. En 1993 ésta era un 20% inferior a la alcanzada en 1991 (Gráfico 5).

¡Error! Marcador no definido.2. ASPECTOS ESTRUCTURALES INTERNOS

El sector exportador ha sido afectado por deficiencias estructurales nacionales. El Gobierno Nacional coincide con el diagnóstico realizado por el sector ^{6/}, en el cual señala aspectos concretos que han impedido su consolidación. Estos son, deficiencias en la capacitación, rezago tecnológico, infraestructura física inadecuada, información insuficiente para la toma de decisiones, altos costos financieros internos y falta de coordinación entre los sectores público y privado.

^{6/} Ver "Plan de Acción Exportadora". Documento presentado al X Congreso Nacional de Exportadores. Analdex-Fedesarrollo, Septiembre de 1994.

3. MECANISMOS DE APOYO A LAS EXPORTACIONES

Bajo la dirección del Ministerio de Desarrollo, PROEXPO centralizó desde 1967 las actividades de promoción y financiación de las exportaciones. En muchas oportunidades las condiciones de financiación fueron consideradas adecuadas por los exportadores, aunque se reportaron problemas en la cobertura y oportunidad de los créditos. Las actividades de promoción fueron consideradas en general como deficientes. Desde 1986, se buscó corregir esa situación mediante la reforma institucional de PROEXPO, que finalmente se cristalizó en la Ley 7 de 1991, que asignó la función financiera en BANCOLDEX y la función de promoción en PROEXPORT.

a. CREDITO

A través del sector financiero, BANCOLDEX entrega al exportador créditos con tasas de interés de mercado y ofrece una amplia variedad de productos financieros que pretenden cubrir las necesidades del sector exportador.

En 1993 el saldo de cartera de BANCOLDEX creció 7 puntos porcentuales en términos reales, aunque la cobertura del crédito, calculada como el cociente entre los saldos de crédito otorgados a cada sector y el valor de las exportaciones sectoriales, alcanzó un 22.2%, ligeramente inferior a la de 1992, cuando fue de 23.2% ^{7/}.

b. SEGURO DE CREDITO A LA EXPORTACION

El seguro de crédito a la exportación es una herramienta financiera para facilitar a los exportadores tanto la penetración del mercado internacional como el apalancamiento de su operación,

^{7/} La tasa de cobertura esta subvaluada, ya que el cálculo se realiza sobre saldos de cartera a final del año y, por tanto, no se considera la rotación de los créditos a lo largo del año.

descontando con entidades financieras facturas cubiertas por SEGUREXPO.

SEGUREXPO cuenta con la garantía de la Nación para cubrir riesgo de no pago de exportaciones despachadas a crédito como consecuencia de eventos políticos y extraordinarios que pudieran impedir el pago de exportaciones colombianas por los compradores extranjeros. Ofrece también seguros para cubrir el riesgo comercial.

El seguro de crédito a la exportación es una herramienta poco utilizada por el sector. En épocas de crisis internacional como la que afectó a la economía mundial a comienzos de la década de los ochenta, su utilización fue mayor, pero no se logró estabilizar en el tiempo.

c. PROMOCION DE EXPORTACIONES

PROEXPORT presta servicios al exportador en materia de mercadeo internacional, apoya y coinvierte con el exportador en actividades de asesoría, soporte e información comercial y de mercados.

Una herramienta recientemente desarrollada por PROEXPORT son las "Unidades de Exportación" ^{8/}. Estas agrupan a exportadores que tienen en común un mismo producto, un mercado o un canal de comercialización. Se han constituido en un efectivo canal para expandir los servicios de la Entidad y retroalimentarla de forma dinámica con las necesidades cambiantes de los exportadores, lográndose un vínculo de más largo plazo con el sector productivo.

En la asesoría individual, PROEXPORT cuenta con los Centros de Atención al Exportador (CAE), donde se resuelven dudas del exportador principalmente en lo relacionado con trámites para exportar y se induce el aprendizaje del proceso exportador a través de la "ruta para penetrar mercados".

^{8/} **En el corto tiempo que llevan funcionando, se han constituido 40 unidades exportadores con 283 empresas en diversos mercados y sectores como equipos didácticos, regalos, textiles, confecciones, calzado, marroquinería, software, muebles, zootecnia, frutas, maquinaria industrial, autopartes, flores, artes gráficas, juguetes, vegetales (papa y espárragos), artículos eléctricos y diseñadores de alta costura.**

d. ZONAS FRANCAS

Las Zonas Francas constituyen un instrumento privilegiado para promover exportaciones y atraer inversión (nacional y extranjera), ofreciendo incentivos tributarios, de comercio exterior, cambiarios y crediticios. Los usuarios operadores tienen acceso normal a los créditos de entidades financieras del país y a diversos incentivos crediticios especiales para las Zonas Francas. BANCOLDEX cuenta con tres líneas de crédito: para inversión en pesos (Resolución 4/93), para capital de trabajo a mediano plazo (Resolución 6/93), y en dólares para financiar inversión fija (Resolución 6/94).

Como se muestra en el Cuadro 7, las Zonas Francas colombianas muestran un bajísimo índice de explotación frente a los estándares internacionales. Luego de una detallada evaluación, se concluyó que el Estado debía retirarse de la administración directa y entregar su manejo al sector privado. Con esto se pretende garantizar que el régimen de Zona Franca se convierta en un verdadero instrumento generador de exportaciones, empleo, divisas e inversión extranjera.

El proceso de privatización iniciado en la administración anterior permitió el aumento de Zonas Francas autorizadas por el Ministerio de Comercio Exterior a 12, a lo que se sumarían 3 que están bajo estudio. Sobre este resultado ha incidido la simplicidad y claridad de los requisitos establecidos en el Decreto 2131 de 1991.

e. PLAN VALLEJO Y CERT

El beneficio fiscal originado en el CERT no se distribuye en forma homogénea entre distintos sectores. El Cuadro 8 muestra que aquellos productos que explican casi un tercio de las exportaciones no tradicionales totales, se benefician de un bajo nivel de CERT (2.5%). Al interior de este subgrupo, a su vez, se registra también alta concentración: el 71% del beneficio fiscal lo reciben las exportaciones de banano (50%) y flores (21%). Por su parte, el Plan Vallejo cubre a todas las exportaciones no

tradicionales. Su nivel de cobertura actual es de 69.9%.

En el Cuadro 9 se presentan la evolución entre 1990 y 1994 de los incentivos y de su contenido de subsidios ^{9/}. En el caso del CERT el subsidio es equivalente a la diferencia entre el sistema actualmente vigente y lo que determinaría un sistema de devolución estricta de impuestos indirectos (Draw-back). El CERT actual en promedio está un 1% por encima que lo que ameritaría la devolución de impuestos indirectos a las exportaciones no tradicionales. En el caso del Plan Vallejo, el subsidio es de 2% del valor de las exportaciones no tradicionales. Por sectores se encuentra que hay algunos que gozan de subsidio, según la definición adoptada, mientras que hay otros para los cuales el actual nivel de CERT no es suficiente para compensar la devolución estricta de impuestos indirectos. Cabe destacar, sin embargo, que los bienes que reciben subsidio son productos agropecuarios y manufacturas intensivas en mano de obra (Cuadro 10).

Como se puede ver en el Cuadro 11, en los últimos años el CERT presupuestado ha sido superior al CERT redimido. Esta diferencia se presenta por los rezagos propios del documento, que tiene un plazo de redención hasta de dos años después de haber sido expedido. En promedio la diferencia ha sido de 10.6%.

f. COMERCIALIZADORAS

Las comercializadoras internacionales promueven el intercambio de bienes y servicios de doble vía y son un valioso mecanismo de inteligencia de mercados. Mediante su gestión se promueve la imagen del país, se atrae inversión extranjera y se facilitan las alianzas estratégicas tanto con empresarios, como con el sistema financiero internacional.

Para estimular el crecimiento de estas sociedades, se adoptó en años recientes una política de

^{9/} **Tanto en el caso del CERT como del Plan Vallejo, este subsidio se ha calculado como porcentaje de las exportaciones no tradicionales.**

agilización, simplificación de trámites y requisitos para la autorización y registro de las nuevas comercializadoras (Decreto 1728 de 1992). De ello resultó que el número de comercializadoras se quintuplicó desde 1991, contándose ahora con 102 organizaciones de esta naturaleza.

Para la promoción de las actividades de las comercializadoras, BANCOLDEX estableció dos líneas de crédito: de postembarque (Res. 3/93) y de inversiones en el exterior a realizar por residentes en Colombia (Res. 17/93). Adicionalmente, el Ministerio de Comercio Exterior, mediante Resolución 1448 de 1994, autorizó a las comercializadoras la elaboración y expedición del Certificado al Proveedor.

III. LA ESTRATEGIA EXPORTADORA

A. TASA DE CAMBIO

La estrategia macroeconómica del Gobierno, formulada en las **Bases del Plan Nacional de Desarrollo "El Salto Social"**, ha mostrado la posibilidad y conveniencia de lograr un adecuado balance entre los objetivos de defender la tasa de cambio real, reducir gradualmente el ritmo de inflación y llevar a cabo un esfuerzo de inversión social y en infraestructura que considera requisitos necesarios para mantener altos y crecientes ritmos de crecimiento económico en los próximos años. El Gobierno considera, por lo tanto, que es inconveniente perseguir uno de estos objetivos a costa de los otros, generando desbalances que resultarán desfavorables para el desarrollo del país.

La Constitución Política de 1991 otorgó al Banco de la República el manejo de los instrumentos de política monetaria y cambiaria **en coordinación con la política económica general**. El Gobierno, que tiene a su cargo la formulación de la política económica general, espera que, con base en el principio constitucional de coordinación, la política monetaria y cambiaria coadyuve a la estabilidad de la tasa de cambio real. En este marco, generará las condiciones propicias para defender la tasa de cambio real mediante:

1. Un manejo prudente de las finanzas públicas, gracias a la generación de un superávit mínimo del sector público consolidado del 0.7% del PIB en 1995 y promedio del 0.3% durante el cuatrienio, el primero de ellos acordado recientemente con el Banco de la República y los firmantes del Pacto Social.
2. El control al endeudamiento externo de corto plazo, público y privado, acordado con la Junta Directiva del Banco de la República.
3. El ahorro de parte de los ingresos cafeteros extraordinarios en el Fondo Nacional del Café, acordado en el marco del Comité Nacional de Cafeteros.
4. La creación del Fondo de Estabilización Petrolera, de acuerdo con el proyecto de Ley que hace tránsito en el Congreso de la República.
5. Los estímulos al incremento del ahorro doméstico, asociados con el fortalecimiento del mercado de capitales.

B. ASPECTOS ESTRUCTURALES

El auge y diversificación de la oferta exportable requiere tanto de la estabilidad de las variables macroeconómicas, en especial de la tasa de cambio, como de una estrategia integral que abarque la política comercial, la infraestructura física, la capacitación de recursos humanos y el desarrollo tecnológico.

En el marco de esta estrategia, es necesario intensificar las acciones para inducir una elevación real de la competitividad de las exportaciones no tradicionales mediante: el incremento de la inversión pública en capital humano; la identificación de las deficiencias de la infraestructura física, propiciando la

participación del sector privado en su desarrollo; y una política sectorial activa que proteja a la producción doméstica de la competencia desleal.

Las políticas de capital humano, desarrollo tecnológico e infraestructura, cuyo impacto excede el ámbito específico del sector exportador, se desarrollan en las **Bases del Plan Nacional de Desarrollo "El Salto Social"** y en los respectivos documentos CONPES.

C. ACUERDOS SECTORIALES DE COMPETITIVIDAD

La herramienta mediante la cual el Gobierno busca explotar plenamente los beneficios de una verdadera política de internacionalización, al permitir que las ventajas naturales del país, abundante mano de obra y disponibilidad de recursos naturales, se complementen con la capacidad de generar conocimiento, la acumulación de capital humano, la disponibilidad y eficiencia de la infraestructura física, que son las ventajas "creadas" por el proceso de desarrollo, son los **Acuerdos Sectoriales de Competitividad**. Siguiendo las orientaciones emanadas del Consejo Nacional de Competitividad, estos Acuerdos permitirán analizar y concertar entre el Gobierno, el sector empresarial y los trabajadores las acciones integrales para el desarrollo productivo y exportador.

Estos Acuerdos deben concebirse como un instrumento para concertar acciones sectoriales integrales de apoyo a los sectores de exportación. Pueden incluir, entre otros, acuerdos sobre: readecuación de los instrumentos de apoyo a la actividad exportadora, programas de desarrollo tecnológico sectorial, medidas de defensa frente al neoproteccionismo, eliminación de normas regulatorias que entrapen la actividad sectorial o superación cuellos de botella de infraestructura específicos (cuartos fríos, bodegas especiales), entre otros. El Ministerio de Comercio Exterior tendrá a su cargo la negociación de acuerdos para sectores netamente exportadores, con la participación de los Ministerios sectoriales respectivos. En otros sectores, participará en los acuerdos que promuevan los Ministerios de Desarrollo y Agricultura.

¡Error! Marcador no definido.

Como parte de este proceso de concertación, el Gobierno emprenderá con el sector productivo procesos de análisis que permitan identificar nuevos sectores o productos que tengan buenas posibilidades de desarrollo en los mercados externos y los incentivos necesarios en materia tecnológica, de mercadeo, de recursos humanos, etc. que faciliten el despegue de estas actividades.

D. MERCADOS INTERNACIONALES

Los acuerdos comerciales son una herramienta adecuada para garantizar la permanencia de las exportaciones colombianas en el mercado internacional. Bajo esa premisa, el Gobierno actual buscará aprovechar en forma integral los acuerdos existentes y negociar, bajo claros principios de reciprocidad, aquellos que representen una ampliación de la demanda potencial para las exportaciones colombianas. Estas acciones se llevarán a cabo en estrecha coordinación con el sector privado, con el fin de evaluar las sensibilidades del país frente a cada Acuerdo y diseñar los mecanismos que permitan la adaptación de los sectores afectados.

Los acuerdos bilaterales de protección a la inversión (BIT's), son también un instrumento adecuado para promover y fortalecer la inversión extranjera asociada a la ampliación de la oferta exportable. El Gobierno promoverá, por lo tanto, su amplia utilización.

1. MERCADOS REGIONALES

Desde diciembre de 1989, cuando se firmó el Acuerdo de Galápagos, el país emprendió un exitoso proceso de integración con países de la región. Según hemos visto, los frutos de este proceso han sido el crecimiento de las exportaciones colombianas a estos mercados con productos que contienen más valor agregado. Para consolidar las oportunidades que ofrece la integración, el Gobierno llevará a cabo las siguientes acciones:

- a. Se adoptará el reciente acuerdo sobre Arancel Externo Común del Grupo Andino, que elimina

distorsiones en el comercio subregional y permite, por lo tanto, consolidar este acuerdo de integración.

- b. Se llevarán a cabo negociaciones con Venezuela orientadas a superar la coyuntura adversa que enfrenta el comercio binacional.
- c. Se pondrá en marcha el Acuerdo del Grupo de los Tres, el de Caricom y se continuará ejecutando el acuerdo de libre comercio con Chile.
- d. Se concluirán las negociaciones que actualmente están en curso con los países Centroamericanos.
- e. Se iniciará el proceso de evaluación, análisis y posterior negociación con MERCOSUR.
- f. El Gobierno participará activamente en la reforma y adecuación de la ALADI al nuevo contexto regional.
- g. El Ministerio de Comercio Exterior y PROEXPORT difundirán las oportunidades que ofrecen los Acuerdos suscritos y promoverán la participación de los sectores productivos del país en el comercio intra-regional.
- h. PROEXPORT y BANCOLDEX difundirán las ventajas derivadas de realizar las operaciones comerciales a través del Convenio de Pagos de ALADI, que otorga mayores garantías a los exportadores en condiciones de crisis de alguno de los países miembros.

¡Error! Marcador no definido.2. **MERCADOS DE LOS PAISES DESARROLLADOS**

Para explotar adecuadamente las oportunidades comerciales que brinda el mercado de los países desarrollados, se pondrá en marcha la siguiente estrategia:

- a. PROEXPORT seguirá fortaleciendo la difusión y utilización de las preferencias ATPA y PEC que se constituyen en incentivos para buscar un crecimiento y una mayor diversificación de las exportaciones a Estados Unidos y la Unión Europea.
- b. El Ministerio de Comercio Exterior, en coordinación con las representaciones diplomáticas de Colombia en la región de la Cuenca del Pacífico, diseñará e instrumentará una estrategia orientada a dinamizar los flujos comerciales y financieros con los países de esa zona económica. Se promoverá el envío de misiones comerciales tanto mixtas como empresariales, al tiempo que se extenderán invitaciones a empresarios de esa región que se muestren interesados en el mercado colombiano. Así mismo, se participará activamente dentro de los nuevos organismos creados en la región como son el PBEC, el PECC y en el futuro la APEC. Para fortalecer esta estrategia, PROEXPORT buscará una mayor relación con entidades semigubernamentales como Jetro, Kotra y Cetra.
- c. La integración hemisférica es la fase final del dinámico proceso de acuerdos subregionales que viene experimentando el continente y que incluye el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA). El Gobierno Nacional impulsará la integración hemisférica recientemente propuesta en la Cumbre de las Américas y negociará su adhesión al NAFTA. Acorde con la política que en el frente interno ha anunciado el país, la integración hemisférica debe verse como un proceso que va más allá de la constitución de un área de libre comercio continental, hacia un acuerdo global que facilite la convergencia de los niveles de desarrollo de los distintos países. La discusión sobre instrumentos complementarios del libre comercio para lograr tal propósito será, por lo tanto, elemento esencial del análisis de los procesos de integración hemisférica.

¡Error! Marcador no definido.**3. LA UNIDAD ESPECIAL CONTRA EL NEOPROTECCIONISMO**

Varios sectores de exportación del país vienen experimentando con rigor creciente los efectos del neoproteccionismo, reflejado en el establecimiento de cuotas, derechos antidumping y restricciones técnicas, sanitarias y ecológicas. El Ministerio de Comercio Exterior creará, a partir de recursos humanos y técnicos ya existentes, una Unidad Especial contra el Neoproteccionismo y coordinará un grupo de trabajo especial con INCOMEX, PROEXPORT, las oficinas comerciales del Ministerio de Comercio Exterior, los agregados comerciales de Cancillería y las oficinas de PROEXPORT, para hacer un seguimiento y análisis apropiados de este tema.

Esta Unidad se encargará de:

- a. Generar y difundir internamente información sobre prácticas restrictivas en mercados internacionales (incluidos los países vecinos).
- b. Estudiar las opciones más adecuadas de defensa de los intereses de los exportadores colombianos afectados por dichas prácticas.
- c. Coordinar con la Embajada de Colombia ante la Organización Mundial del Comercio y otras embajadas la defensa de dichos intereses.
- d. Coordinar con otras entidades (Superintendencia de Industria y Comercio, ICONTEC, ICA, INPA, y Ministerio del Medio Ambiente) las negociaciones orientadas a superar las barreras técnicas, sanitarias y ecológicas.
- e. Cofinanciar la defensa de los exportadores afectados por dichas prácticas, según los criterios definidos por la Junta Directiva de PROEXPORT. ¡Error! Marcador no definido.

E. AMPLIACION DE LOS ESQUEMAS DE APOYO A LA EXPORTACION

¡Error! Marcador no definido.1. **CERT y devolución de impuestos indirectos**

El CERT es un instrumento compensatorio frente a desequilibrios registrados por la economía, tales como revaluación de la tasa de cambio, precios internacionales distorsionados o costos de penetración de nuevos mercados o productos. El Gobierno mantendrá, por lo tanto, este instrumento de fomento, en particular como mecanismo temporal de apoyo a productos en crisis. En este contexto, analizará la conveniencia de revisar la estructura existente, en especial para apoyar productos agropecuarios y manufacturas livianas que se encuentren severamente afectadas por las tendencias del tipo de cambio.

Conviene recordar, sin embargo, que el país adquirió en el marco de la Ronda Uruguay del GATT el compromiso de desmontar, en un plazo amplio (hasta el año 2003) los subsidios a la exportación de productos manufactureros. El promedio actual del CERT no excede por un margen importante el monto justificable como devolución de impuestos indirectos. Sin embargo, en varios sectores, los incentivos actuales mantienen un componente de subsidio. El Gobierno analizará la conveniencia de iniciar la aproximación a un sistema de devolución plena de impuestos indirectos. Los recursos fiscales que se liberen serán reasignados, en cualquier caso, hacia el financiamiento de otros instrumentos de fomento de la actividad exportadora.

¡Error! Marcador no definido.2. **CREDITO**

El crédito al sector exportador continuará canalizándose a través del Banco de Comercio Exterior BANCOLDEX. Esta entidad ha diversificado su oferta de productos financieros, buscando abarcar gran parte de las necesidades de los exportadores.

Para ampliar la cobertura de crédito al sector exportador, BANCOLDEX coordinará con la Junta Directiva del Banco de la República medidas orientadas a acrecentar su acceso a recursos que permitan ampliar el financiamiento para capital de trabajo. Además, ampliará o desarrollará líneas

específicas para financiar:

- a. La inversión colombiana en el exterior en la adquisición de redes, empresas y compañías de comercialización.
- b. La realización y operación de proyectos en el área de infraestructura que tengan un impacto directo o indirecto en el facilitamiento de la comercialización de bienes al exterior.
- c. La participación de la industria nacional de bienes de capital y servicios técnicos en licitaciones internacionales y nacionales en condiciones financieras competitivas con las de los demás países participantes. Para este propósito, BANCOLDEX recibirá US\$5 millones (terminos constantes de 1994) durante los próximos cuatro años provenientes de recursos del Presupuesto Nacional, que le permitan nivelar las condiciones financieras de los préstamos con los de la competencia.
- d. El otorgamiento de líneas de crédito al comprador en el exterior en las diversas modalidades, a fin de disponer de una amplia red de financiamiento a los compradores de bienes colombianos, especialmente en países de la región.

¡Error! Marcador no definido.**3. SEGURO DE EXPORTACION**

El seguro a la exportación facilita la penetración en el mercado internacional y el apalancamiento de su operación, al permitir el descuento de las facturas amparadas en entidades financieras. Para consolidar este servicio, SEGUREXPO deberá ampliar la cobertura para los seguros, tanto en la línea de riesgo político como comercial, en aquellos países que representan un mercado potencial para el país ^{10/}.

La cobertura de riesgos políticos o extraordinarios se ofrecerá a principios de 1995, para lo cual

^{10/} **Actualmente están excluidos Cuba, Nicaragua, Haití, Guyana, Costa Rica, Surinám, los países de la ex Unión Soviética, Yugoslavia e Irak.**

es básico agilizar la conformación del Comité de Riesgo Político y, en consecuencia, nombrar el experto en seguros designado por el Presidente de la República.

Para ampliar el uso del seguro a las exportaciones, SEGUREXPO deberá hacer una amplia difusión de los servicios que presta, buscando un cubrimiento nacional.

¡Error! Marcador no definido.4. **PROMOCION**

PROEXPORT ha prestado tradicionalmente servicios con especial énfasis en el área de mercadeo. Sin embargo, para explotar al máximo el contacto directo que esa entidad ha desarrollado con el sector exportador y consolidar el proceso de internacionalización, es necesario que, además del apoyo a las actividades de mercadeo, PROEXPORT sea un efectivo canal de comunicación entre el sector exportador y el Gobierno. Para ello:

- a. Consolidará el modelo de Unidades Exportadoras, integrándolas a los Acuerdos Sectoriales de Competitividad que se negocien siguiendo las orientaciones del Consejo Nacional de Competitividad.
- b. En el marco de estos Acuerdos, PROEXPORT se convertirá en un mecanismo de comunicación con las entidades del sector público para encontrar soluciones a problemas diferentes a los de mercadeo que enfrentan las firmas exportadoras, tales como desarrollo tecnológico, deficiencias en capital humano y problemas financieros, entre otros.
- c. Diseñará programas de capacitación empresarial con visión internacional y programas de difusión para crear una cultura exportadora.
- d. Ampliará sus servicios a los exportadores en materia de información sobre nichos de mercado, oportunidades comerciales, información sobre licitaciones internacionales, preferencias

unilaterales y promoción de las mismas, redes de comercialización internacional y normas técnicas exigidas en los países de destino.

- e. Conjuntamente con la Cancillería y el Ministerio de Comercio Exterior, realizará una evaluación de las labores adelantadas por los agregados comerciales, con el objeto de adecuar sus funciones a las necesidades de los exportadores. Las personas que estén a cargo deben ser profesionales con sólidos conocimientos comerciales.
- f. Adelantará estudios en el área de inteligencia de mercados sobre las oportunidades que brindan los acuerdos comerciales y tanto esa información como la desarrollada y acumulada por las Unidades de Exportación, se promocionará entre empresas exportadoras o potenciales exportadores.
- g. Ampliará la cobertura de sus servicios de información y descentralizará aquellos que hoy se prestan únicamente en Bogotá. Para ello, generará una red que permita el acceso de exportadores de otras zonas del país tanto a la información y los servicios que presta directamente la Entidad, así como los que ofrecen otras entidades relacionadas con la actividad exportadora. Esta red se estructurará en coordinación con los gremios y las cámaras de comercio.

En todas estas tareas, es particularmente importante la vinculación de la pequeña y mediana empresa a las distintas actividades de la Entidad.

¡Error! Marcador no definido.5. **INFORMACION PARA EXPORTAR**

Uno de los principales impedimentos para el desarrollo exportador es el limitado acceso a información oportuna y confiable sobre oportunidades comerciales, aspectos relacionados con el cambio tecnológico, preferencias arancelarias y cambios en las exigencias de normas técnicas.

El Ministerio de Comercio Exterior, con el concurso de PROEXPORT y de entidades privadas interesadas, promoverá el desarrollo de redes de información sobre mercados internacionales, incluyendo el acceso a redes internacionales existentes, sistemas de información sobre preferencias arancelarias disponibles para las exportaciones colombianas, exigencias en materia de normas técnicas en los países de destino y sistemas de información sobre los servicios que las entidades del Gobierno ofrecen al sector exportador.

En particular, PROEXPORT fortalecerá su sistema de información en las siguientes áreas:

- a. Servicios que prestan las entidades públicas y privadas nacionales relacionadas con la actividad exportadora, que deberán ser de fácil acceso a empresas grandes, medianas y pequeñas.
- b. Técnicos en mercadeo (nacionales e internacionales) que pueden solucionar consultas e inquietudes de los empresarios respecto a sus estrategias de penetración de mercados.
- c. Estadísticas nacionales e internacionales, para lo cual se está desarrollando, en coordinación con el INCOMEX, el Sistema de Información Nacional de Comercio Exterior -SINCE-. Este sistema hace posible una utilización eficiente de los datos en la identificación de problemas y oportunidades de comercio que provengan del país o del extranjero.
- d. Acceso a bases de datos internacionales, en donde se tiene información de mercados, productos e importadores.

¡Error! Marcador no definido. **6. SERVICIOS DE CERTIFICACION**

Uno de los instrumentos utilizados para frenar la entrada de productos en los países de destino de las exportaciones es la utilización de barreras no arancelarias al comercio, disfrazadas en requerimientos

de tipo ecológico, técnico o de calidad. Los productos colombianos más vulnerables a estas prácticas se ubican en los sectores agropecuario y pesquero ¹¹/, pero es probable que las restricciones se extiendan a productos industriales.

Para enfrentar dichas restricciones el Gobierno:

- a. Incentivará la certificación de normas internacionales de calidad por parte de entidades especializadas, tales como ICONTEC y la Corporación Colombia Internacional, así como la certificación de normas nacionales de excelencia.
- b. Apoyará al sector productivo para que se ajuste gradualmente a los requerimientos ambientales internacionales.
- c. Promoverá a nivel subregional el establecimiento conjunto de medidas que permitan armonizar requisitos técnicos, de calidad y ambientales de manera concertada, con el fin de nivelar las desigualdades de competencia, originadas en la diversidad de estándares o normas nacionales.
- d. Estimulará la transferencia de tecnologías ambientalmente sanas y la reconversión industrial para lograr una mayor competitividad de las exportaciones.
- e. Promoverá la creación de una Corporación Mixta a partir del actual Centro del Empaque, que permita conocer las tendencias mundiales en este área, promover el uso de normas técnicas y certificaciones en la producción de empaques, envases y embalaje de mercancías y de la calidad de las materias primas utilizadas. Se propenderá por la aplicación del diseño industrial al empaque y se promoverá la capacitación del recurso humano en esta materia. Se buscará el acondicionamiento del empaque colombiano a las exigencias internacionales.

¹¹

Atún, camarón, frutas, azúcar, cueros y banano.

¡Error! Marcador no definido.7. **ZONAS FRANCAS**

En materia de zonas francas, el objetivo primordial de la presente Administración consiste en:

- a. Finalizar los procesos de liquidación de las antiguas zonas franca públicas y fomentar el desarrollo de nuevas áreas en manos privadas.
- b. Crear dos comités para asegurar el cumplimiento del régimen y el apoyo en las tareas de promoción de las zonas en el exterior: uno para las Zonas Francas Industriales de bienes y de servicios y otro para las de servicios turísticos. Estos comités estarán conformados por los gerentes o presidentes de las distintas zonas francas y funcionarios del Ministerio de Comercio Exterior y de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, con el objeto de tener foro de discusión donde se analicen las políticas de funcionamiento, control, promoción, y demás aspectos que resulten convenientes aplicar a las zonas.
- c. Evaluar la conveniencia de crear una unidad especial encargada de las labores de seguimiento y control de las zonas.
- d. Realizar estudios para evaluar las normas vigentes en Colombia en comparación con las de las zonas francas en otros países. Se analizará la conveniencia de modificaciones que las conviertan en las más competitivas de América Latina.
- e. Fortalecer el régimen de Zonas Francas Industriales de Servicios Tecnológicos, cuyo objetivo primordial es la producción en empresas de base tecnológica con destino al mercado interno y externo y la búsqueda de desarrollo científico y tecnológico.
- f. Realizar una intensa labor de mercadeo y promoción de las zonas francas, en conjunto con el

sector privado. Esta responsabilidad recaerá en los Ministerios de Relaciones Exteriores y Comercio Exterior, PROEXPORT, COINVERTIR, a través de las representaciones comerciales de Colombia en el exterior.

- g. Se mantendrá y hará extensiva hacia el futuro la exigencia a los actuales operadores de sistematizar totalmente las operaciones de comercio exterior, con el objeto de generar estadísticas confiables y uniformes en todas las zonas. El Ministerio de Comercio Exterior pondrá en funcionamiento un programa de captura de datos para cumplir ese objetivo.

¡Error! Marcador no definido.**8. PLAN VALLEJO**

Se harán esfuerzos adicionales para ampliar su cobertura en dos frentes: los servicios y los exportadores pequeños y medianos productores. En el primer caso, se encuentra en estudio un proyecto de reglamentación del **Plan Vallejo Servicios**, especialmente dirigido al turismo. En el segundo, se encuentra en etapa experimental el llamado **Plan Vallejo Cooperativo**, mediante el cual los exportadores pequeños y medianos pueden asociarse para beneficiarse del programa.

¡Error! Marcador no definido.**9. COMERCIALIZADORAS INTERNACIONALES COLOMBIANAS**

El Ministerio de Comercio Exterior, continuará impulsando el desarrollo de este instrumento, haciendo un seguimiento de su desempeño reciente para adoptar soluciones a los problemas que pueden impedir su consolidación.

¡Error! Marcador no definido.**10. EXPORTACION DE SERVICIOS**

El sector servicios ha venido a ocupar un papel cada vez más central en el comercio mundial y en las negociaciones internacionales de comercio. Por su gran importancia y dinamismo, fue incluido en

el Acta Final de la Ronda de Uruguay, así como en múltiples negociaciones internacionales regionales, tales como el Grupo de los Tres, Aladi, Grupo Andino y Mercosur.

Estos desarrollos exigen que se avance en el diseño de legislaciones sobre el comercio exterior de servicios y mecanismos adecuados de promoción. Así mismo, el afianzamiento de las exportaciones de bienes exige ofrecer una adecuada combinación de instrumentos de mercadeo que incorpore en forma creciente un mayor componente de servicios.

La exportación de servicios está gravada con el pago de una retención en la fuente del 10% sobre el reintegro de las divisas. Por ello, en el marco del Artículo 366-1 del Estatuto Tributario, los Ministerios de Comercio Exterior y Hacienda estudiarán la posibilidad de disminuir esta tasa para aquellas empresas que estén inscritas en el Registro de Exportadores de Servicios. El diseño de mecanismos apropiados de promoción exige analizar la posibilidad de utilizar aquellos instrumentos que fueron diseñados inicialmente para promover el mercado de bienes, entre ellos el Plan Vallejo, el acceso a líneas de crédito de BANCOLDEX, el apoyo en mercadeo de PROEXPORT y el CERT.

En el marco de los Acuerdos Sectoriales de Competitividad, el Ministerio de Comercio Exterior, deberá involucrar a los prestadores de servicios en áreas con potencial exportador, tales como el turismo, los servicios médicos, los servicios de ingeniería, tanto en construcción como en sistemas, y los servicios financieros.

Para impulsar el desarrollo científico y tecnológico, la ley prevé la existencia de las Zonas Francas Industriales y de Servicios Tecnológicos, que adecuadamente manejadas podrán ser un polo de desarrollo de la exportación de servicios.

El sector exportador de servicios debe formalizarse adecuadamente dentro del sistema estadístico nacional, mediante la adopción de una nomenclatura y una metodología que permita medir las operaciones que se realizan en estas materias.

IV. FINANCIACION DEL PLAN ESTRATEGICO EXPORTADOR

El Plan Estratégico Exportador contempla aportes del presupuesto nacional en tres áreas. La primera y más importante en términos cuantitativos es el financiamiento del CERT; la suma incluida en el Cuadro 12 no incluye, sin embargo, aquellas partidas extraordinarias dirigidas a apoyar sectores en crisis. La segunda es el apoyo a las actividades crecientes que llevará a cabo PROEXPORT. Por último, el Plan contempla unos recursos de menor cuantía relativa orientados a compensar a BANCOLDEX por los menores ingresos provenientes de créditos otorgados a empresas colombianas en licitaciones internacionales donde la competencia exija la concesión de créditos en condiciones blandas. En total, los recursos presupuestales necesarios para financiar estas actividades durante el período 1995-1998 se estiman en US\$500 millones.

V. RECOMENDACIONES

El Departamento Nacional de Planeación y el Ministerio de Comercio Exterior recomiendan al CONPES:

1. Aprobar el Plan Estratégico Exportador contenido en este documento.
2. Solicitar a todas las entidades públicas vinculadas con el sector comercio exterior, presentar ante el Ministerio de Comercio Exterior, en el plazo que éste determine, un plan de acción específico que desarrolle los lineamientos propuestos en este Plan.
3. Encargar al Ministerio de Comercio Exterior, las siguientes acciones propuestas en este Plan:
 - a. Coordinar con el Departamento Nacional de Planeación el seguimiento y monitoreo de la ejecución del Plan Estratégico Exportador.

- b. Impulsar la integración hemisférica y negociar la adhesión al NAFTA; definir la posición negociadora de Colombia ante Mercosur y promover las acciones detalladas en este documento para incrementar las relaciones comerciales con la región Asia-Pacífico.
 - c. Estudiar la creación de una unidad especial de seguimiento y control de Zonas Francas.
 - d. Coordinar con el Ministerio de Relaciones Exteriores, PROEXPORT y COINVERTIR la estrategia de promoción externa de las Zonas Francas.
 - e. Coordinar con el Ministerio de Relaciones Exteriores las acciones conducentes a comprometer a las oficinas comerciales de las embajadas de Colombia, con las tareas de promoción, información y difusión contempladas en el Plan Estratégico Exportador.
 - f. Elaborar el decreto de creación de la Unidad Especial Contra el Neoproteccionismo y de los Comités de Zonas Francas de Bienes y Servicios y de Servicios Turísticos.
 - g. Promover acuerdos sectoriales de competitividad con el sector exportador. En este escenario someterá a consideración del sector privado las propuestas técnicas derivadas del Plan Estratégico Exportador, presentadas por las entidades vinculadas.
4. Solicitar a BANCOLDEX adelantar las acciones necesarias para ampliar la cobertura de crédito y desarrollar las nuevas líneas de financiamiento señaladas en este documento.
5. Solicitar a PROEXPORT el fortalecimiento de todas las acciones relacionadas tanto con las labores de mercadeo, como con el modelo de Unidades Exportadoras, haciéndolas extensivas a pequeños exportadores y exportadores de servicios. Para ello se ampliará su cobertura a nivel nacional mediante convenios con los gremios y cámaras de comercio.

6. Solicitar a SEGUREXPO desarrollar una estrategia orientada a ampliar su oferta de seguros incluyendo los destinos de las exportaciones aun no cubiertos.
7. Solicitar a BANCOLDEX, PROEXPORT y SEGUREXPO fortalecer las acciones de difusión de los servicios que actualmente prestan, de manera que se optimice el uso de los mismos por parte de los exportadores privados.
8. Encargar a los Ministerios de Hacienda, Comercio Exterior y al Departamento Nacional de Planeación las siguientes acciones relacionadas con los incentivos fiscales a las exportaciones:
 - a. Diseñar una propuesta técnica de un sistema de devolución plena de impuestos indirectos, y proponer un mecanismo de convergencia gradual del actual sistema al propuesto.
 - b. Diseñar un sistema de destinación de los recursos fiscales liberados a las actividades de promoción y apoyo directo a las exportaciones no tradicionales.
 - c. Someter a consideración del sector privado esas propuestas técnicas en el marco de los **Acuerdos Sectoriales de Competitividad.**
9. Solicitar al Departamento Nacional de Planeación incluir acciones específicas, acordes con el Plan Estratégico Exportador, en todos los componentes del Plan de Desarrollo que indirectamente inciden en la evolución de las exportaciones.