



El progreso
es de todos

Mincomericio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

ACTA No. 2 DE 2019

COMITÉ SECTORIAL DE GESTIÓN Y DESEMPEÑO

FECHA: 16 DE SEPTIEMBRE DE 2019
 HORA: 7:00 AM – 4:00 PM
 LUGAR: EDIFICIO PALMA REAL – AUDITORIO PISO 9

ASISTENTES:

Nombre y apellidos	Entidad	Cargo	Teléfono	Correo electrónico
José Manuel Restrepo Abondano	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Ministro	6067676	jrestrepo@mincit.gov.co
Andrés Barreto González	Superintendencia de Industria y Comercio	Superintendente	5870000	abarreto@sic.gov.co
Carlos Gerardo Mantilla G.	Superintendencia de Sociedades	Delegado para Inspección Vigilancia y Control	324 50 00	cmantilla@supersociedades.gov.co
Edwin Arvey Cristancho Pinilla	Instituto Nacional de Metrología	Director	2542222	director@inm.gov.co
Wilmar Franco Franco	Consejo Técnico de la Contaduría Pública	Presidente	6067676 ext. 3204	wfranco@mincit.gov.co
José Orlando Rodríguez Zuluaga	Junta Central de Contadores	Director	644 44 50	direccion.general@jcc.gov.co
Ana María Fries Martínez	Artesanías de Colombia	Gerente General	5550325	amfries@artesaniasidecolombia.com.co
Juan Carlos Duran Echeverry	Fondo Nacional de Garantía	Presidente	3239000	juan.duran@fng.gov.co
Andrés Saúl Guzmán Toro	Fidulcoldex	Presidente	3275500	Andres.guzman@fiducoldex.com.co
María José Naranjo	Bancóldex	Directora Depto., Direccionamiento Estratégico	4863000	mariajose.naranjo@bancoldex.com
Flavia Santoro Trujillo	ProColombia	Presidente	5600100	fsantoro@procolombia.co
Manuela Miranda Castrillón	Oficina de Planeación Sectorial - MinCIT	Jefe	6067676	mmiranda@mincit.gov.co

INVITADOS:

Nombre y apellidos	Entidad	Cargo	Teléfono	Correo electrónico
Laura Isabel Valdivieso Jiménez	Viceministerio de Comercio Exterior	Viceministra	6067676	lvaldivieso@mincit.gov.co





El progreso
es de todos

Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

Nombre y apellidos	Entidad	Cargo	Teléfono	Correo electrónico
Julián Guerrero Orozco	Viceministerio de Turismo	Viceministro	6067676	jguerrero@mincit.gov.co
Saúl Pineda Hoyos	Viceministerio de Desarrollo Empresarial	Viceministro	6067676	spineda@mincit.gov.co
Juan Carlos Rondón Avendaño	Secretaría General - MinCIT	Secretario General	6067676	jrondon@mincit.gov.co
Diego Falla	Oficina de Control Interno - MinCIT	Jefe	6067676	dfalla@mincit.gov.co
Ignacio Gaitan Villegas	iNNpulsa	Presidente	7437939	ignacio.gaitan@innpulsacolombia.com
Daniel Orozco	Fontur	Secretario General		dorozco@fontur.com.co
Camilo Fernández de Soto	Colombia Productiva	Presidente	749 1000	camilo.fernandez@colombiaproductiva.com

AUSENTES:

Nombre y apellidos	Entidad	Cargo
Javier Díaz Fajardo	Bancoldex	Presidente
Juan Pablo Liévano Vegalara	Superintendencia de Sociedades	Superintendente

Se adjunta la lista completa de asistentes al comité.

ORDEN DEL DIA:

- 1º. Verificación de Quórum
- 2º. Planeación estratégica sectorial 2020
- 3º. Cierre

DESARROLLO

1º. VERIFICACIÓN DE QUÓRUM

Con base en el registro de asistencia efectuado al ingreso a la sala, se verifica el quórum y se da inicio a la reunión.

2º. DESARROLLO DE LOS TEMAS

De conformidad con las funciones del Comité Sectorial de Gestión y Desempeño, encargado de dirigir y orientar la planeación estratégica del sector, de efectuar





El progreso
es de todos

Mincomercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

seguimiento a la gestión y desempeño del sector, así como de articular a las entidades en la implementación, desarrollo y evaluación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en conjunto con todas las entidades del sector, realizó un ejercicio de planeación estratégica con el objetivo de evidenciar los avances alcanzados en el año, identificar dificultades o cuellos de botella que impiden o demoran el logro de los objetivos propuestos y alinear apuestas y entidades para responder a los retos sectoriales 2020.

Tras una introducción del ministro, en la que resaltó la importancia de la integración sectorial y la necesidad de irradiar al interior de cada entidad o dependencia lo que estamos construyendo de manera articulada, así como la relevancia de actuar y obtener resultados de forma conjunta y simultánea, dado el escaso tiempo que tenemos, se llevó a cabo la presentación de las apuestas de los viceministerios, patrimonios y entidades adscritas y vinculadas, en cada uno de los ejes del Plan Sectorial 2019-2022.

Posteriormente, se presentaron por parte del Centro de la 4ª Revolución Industrial, sus avances y expectativas y el comité finalizó con mesas de trabajo en las que se definieron los habilitadores que están fuera de la gobernanza de la entidad y los aportes de cada uno a las apuestas.

I. APUESTAS EN EL MARCO DEL PLAN ESTRATÉGICO SECTORIAL

A. Entorno competitivo

Cómo contribuir desde el sector a que el país mejore en materia competitiva. Medición a través de los tres grandes indicadores de competitividad del mundo: *Doing Business* DB (Banco Mundial), Foro Económico Mundial (WEF) e Instituto para el Desarrollo Gerencial (IMD).

A0. Mejorar indicador Doing Business

Actuando como líderes coordinadores junto con el DNP, se está llevando a cabo un esfuerzo mancomunado para mejorar el componente de apertura de empresas de la medición realizada por el Banco Mundial. Las mejoras adelantadas se reportaron al organismo multilateral, quien aceptó la eliminación de la cuenta bancaria para la solicitud del RUT como un avance. En una perspectiva optimista, es decir, si los otros países mantienen condiciones similares, se alcanzará la meta 2020.

Entre otros, se está trabajando en mejorar la tarifa para el registro mercantil y en contar con un formulario único de afiliación al sistema de seguridad social, lo que requiere de la participación y trabajo de actores fuera del sector.

3





El progreso
es de todos

Minicomercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

Para pasar del tercer puesto al segundo en la región, es necesario mover todos los ejes del *Doing Business*, por lo que ha sido muy importante la coordinación de las entidades dentro y fuera del sector.

A1. Agenda Departamental de Competitividad e Innovación

Las agendas permiten precisar la operación de las comisiones regionales de competitividad y respetar procesos de apuestas productivas que ya estaban en marcha. Además, se han convertido efectivamente en instrumento de priorización de programas, proyectos e iniciativas para impulsar la productividad e innovación.

Hay un desafío importante con INNpuls@, mediante la estrategia clúster, pues ordena las apuestas regionales, ayudando en la priorización. Un habilitador importante es la posibilidad de financiación a través del fondo de regalías de ciencia e innovación y la promoción del papel de las comisiones regionales, para lo que además se requiere fortalecer la gobernanza de las mismas, para que no afecte el ámbito político y se permita el cumplimiento de su papel técnico. Se destaca que el artículo 172 del PND, que acaba de ser reglamentado, define el papel y financiación de las comisiones más allá de los gobiernos de turno y refuerza el rol de las cámaras de comercio.

A2. Facilitación de Comercio Exterior

Además de impactar el indicador de comercio transfronterizo del *Doing Business*, la apuesta está orientada a aumentar las exportaciones y el tejido empresarial exportador. Así, la apuesta tiene un doble propósito: mejorar la competitividad y ampliar el tejido exportador, facilitándole el camino a los empresarios, especialmente a las pymes, dado que estas siguen representando una proporción muy pequeña en el total exportar.

Las metas propuestas parten del estudio de tiempos de despacho realizado con la DIAN y consideran casos de éxito como el de exportación de flores en fechas clave, con lo cual se confirma que si se trabaja de manera articulada es posible obtener los resultados previstos. La meta de exportaciones es menor porque la línea de base establece que el tiempo que toma el trámite también es inferior. Las mesas de facilitación del comercio, puestas en marcha desde 21 de agosto de 2018, son instrumento para destrabar o reducir cuellos de botella. A la fecha se han realizado 13 mesas.

Se señalan como habilitadores la participación de diferentes entidades que participan en el proceso y la coordinación con puertos y aeropuertos. La apuesta considera también continuar promoviendo las OEA.





El progreso
es de todos

Ministerio de Economía

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

A3. Prevención de infracciones al estatuto del consumidor y libre competencia económica

Con el propósito de mitigar y evitar infracciones al estatuto del consumidor y a la libre competencia, esta apuesta aporta a la dinamización del entorno competitivo del país, fortaleciendo instrumentos por parte de la SIC. Algunos instrumentos ya vienen siendo implementados:

- *Prevencic*. Modelo de control reactivo creado a partir de problemas mayores en telecomunicaciones. Quejas y reclamos que pueden distorsionar las cifras por su magnitud. Arreglo directo entre ciudadano reclamante y prestador del servicio para evitar colapsar a la autoridad.
- *Mesas de diálogo* sectorial con los operadores de telecomunicaciones. A raíz de la Ley TIC la SIC también será entidad de Inspección, Vigilancia y Control (IVC) para operadores de televisión. Las mesas permiten evacuar quejas y reclamos.
- *Abogacía de la competencia*. Instrumento que se ha vuelto vinculante y obligatorio, para prevenir infracciones al régimen de competencia. A través de trabajo conjunto con la Agencia Jurídica del Estado se expidió circular conjunta.
- *Propiedad industrial (PI)*. a través del registro de la PI se fortalece el programa, porque permite medir numéricamente impacto en ciencia y tecnología al registrar patentes, diseños. Etc. **(Este instrumento corresponde a la apuesta B9)**
- *Control de integración*. Permite mostrar cuánto se está moviendo el país en atracción de inversión.
- *Instrumento de buenas prácticas, guía con Icontec*. “Fetishismo Legislativo” para incluir normas a través del Congreso de la República, pues ataca el entorno competitivo y posiblemente genere hiperregulación.

A4. Política de Supervisión - Preventiva

La presentación de la apuesta parte de la premisa según la cual todas las acciones que adelanta la Superintendencia de Sociedades están encaminadas a contar con más empresas y más empleo.

Con la implementación de la política de supervisión se busca que las empresas sean más competitivas y perdurables, al permitir la identificación temprana de posibles situaciones de insolvencia (alertas tempranas). Así, se facilita la detección temprana y se toman decisiones acordes con el sector afectado y con la empresa en particular, se comparte información con ellos y es precisamente en eso que se enfoca el portal de información empresarial. Este portal hoy permite efectuar consultas rígidas, lo que se quiere es llevarlo a un siguiente nivel para comparar sectores y efectuar simulaciones, para ayudar en la toma de decisiones de los empresarios. Contribuirá a evitar la llegada directa de las empresas a la sanción.





El progreso
es de todos

Comercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

Se requiere incluir ajustes normativos como el régimen general de sociedades e insolvencia, que busca reducir trámites y simplificar procesos para beneficio del empresario. Además, se promueve el decreto reglamentario BIC y del modelo de emisiones. Con respecto a las alertas, se anota que se busca pasar a otras fuentes de información (más allá de información contable y financiera), por ejemplo, conflicto entre accionistas, es por esto que se requiere integración con otras bases de datos del Estado para generar alertas en otros temas.

A5. Promoción del ejercicio legal y competitivo de la profesión contable

Se busca alcanzar estándares internacionales, acorde con el actual lenguaje de los negocios, lo que implica avanzar en acciones que permitan que el número de sociedades que ejercen la profesión de manera ilegal disminuya (No informan a la JCC que ejercen actividades propias de los contadores).

A6. Incrementar decisiones de fondo en procesos disciplinarios

La apuesta de la JCC busca aumentar los fallos que emiten como tribunal, por lo que se está tecnificando el proceso (hoy en día se hace manualmente). Así que se manejará de manera muy rigurosa, para lo cual se está adquiriendo una herramienta robusta que permita conformar el expediente electrónico. La propuesta aún es conservadora, pero es posible duplicar la meta en el cuatrienio.

APORTES Y OBSERVACIONES

▪ Wilmar Franco – Consejo Técnico de la Contaduría Pública

Con respecto a la apuesta de agendas de competitividad, el Consejo se compromete a prestar apoyo técnico en estrategias que simplifiquen los requerimientos de información financiera.

En cuanto a la supervisión preventiva, a partir del deber de colaboración, trabajar conjuntamente cada uno en su rol, promover el papel del revisor fiscal como asegurador de la información.

▪ María José Naranjo - Bancóldex

En la apuesta A1, con respecto al esfuerzo regional, Bancóldex pone a disposición el contacto más cercano de la financiación que ofrece el Banco, a través de su presencia en territorio en las oficinas regionales.

▪ Ministro

- (i) La integración con otros actores diferentes al sector (DIAN, Icontec; Cámaras de Comercio, Entidades Territoriales, Ministerio de Trabajo, Salud) es un elemento central en las apuestas.





OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

- (ii) Elección de nuevos gobernadores implica preparación para el trabajo con las Agendas de Competitividad.
 - (iii) Lograr *accountability* periódico para facilitación de comercio. Se recomienda construir una página web similar a la de Estado simple, evidenciando el progreso en los tiempos de importación y exportación.
 - (iv) En temas de libre competencia y consumidor, el énfasis de la apuesta es en servicios públicos y debería expandirse a otros sectores.
 - (v) Con respecto a *Estado simple* también hay que analizar e identificar nuevas trabas que estemos generando. En la plataforma podría evidenciarse eso, pues el propósito es reducir las que hoy día existen.
 - (vi) Necesario pensar cómo se le va a dar vida a las empresas BIC y emisiones, todos deben convertirse en protagonistas puesto que estos son programas revolucionarios.
 - (vii) La JCC y el Consejo de la Contaduría deben señalar impactos para el ciudadano y el empresario, evidenciar qué implica de positivo, así como en la articulación de nuestros propios esfuerzos, además de la integración de empresas y bases de datos internas.
- **Gabriel Duque – MinCIT**
- (i) Es importante considerar la heterogeneidad de las Agendas/Comisiones, muchas tienen debilidades para acceder a recursos, dado que no tienen capacidad para formular proyectos.
 - (ii) La apuesta de la SIC es interesante pero sería más conveniente contar con un indicador de impacto más que de medio, por ejemplo percepción de consumidor. Con respecto a abogacía de la competencia, sorprende el bajo número de análisis efectuados, dada la obligación desde impacto regulatorio.
 - (iii) En cuanto a la apuesta de la Superintendencia de Sociedades, se recomienda revisar norma de insolvencia para que sea más ágil y rápida porque se requiere conocimiento de costos de salida. Además se cuestiona que sean tan pocas las empresas obligadas a reportar.
 - (iv) Frente a las apuestas de la JCC sorprende el régimen sancionatorio y se menciona que no es muy ambiciosa la meta de la apuesta A5.
 - (v) Se plantea que hay elementos de la política de Colombia Exporta que deberían ser elementos del entorno competitivo (Por ejemplo diplomacia comercial y sanitaria que son habilitantes de entorno, y no están haciendo parte del eje).

6





El progreso
es de todos

Mincomercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

- **Flavia Santoro Trujillo – ProColombia**

Plantea que los empresarios deben conocer el esfuerzo institucional, por lo que recomienda crear un plan de comunicaciones para que se conozca qué se está haciendo y qué se va a lograr.

- **Natalia García – MinCIT**

Importante que en A1 los temas del sistema nacional de la calidad, infraestructura de la calidad, bajen a las regiones y a todos los actores de la cadena.

- **Karol Fajardo – MinCIT**

Ponen a disposición la base de datos del RNT para articulación y para difundir los instrumentos presentados, así como para recibir información en temas de insolvencia, sanciones, trámites que puedan ser detectables en escenario de las mediciones.

- **Julián Guerrero – Viceministro de Turismo**

Las apuestas del sector turismo deberían aparecer en cada eje. Por ejemplo, en los comités regionales de competitividad turismo debe ser uno de los asuntos principales.

REACCIÓN A COMENTARIOS

- **Johanna Castiblanco. SIC**

Dentro de los instrumentos que se van a implementar se estarán impactando varios sectores, por ejemplo avanzan en diálogos directos con anunciantes, para un compromiso de autoregulación, así como con el sector automotor y precios por unidades de medida. Para el monitoreo de mercados, meta del PND, se trabajará con el sector aeronáutico y el de ventas de planes turísticos por plataformas digitales.

Con respecto a impacto, el plan estratégico del sector busca que cada uno mejore indicadores, sin embargo hay temas que no están del todo visibles, pero la SIC divulga su quehacer diario.

- **Andrés Barreto – SIC**

En respuesta a la observación sobre análisis efectuados en abogacía de la competencia, señala que la Ley 1340 de 2009, determina que se trata de una función asesora y que no todos tienen la capacidad de pedir análisis, así que no es un tema de más o menos, porque lo importante es supervisión, inspección y control.

- **Saúl Pineda – VDE**

En relación con las comisiones regionales de competitividad la articulación es un asunto muy importante, porque la cooperación público- privada es eje fundamental.





El progreso
es de todos

Micomercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

Frente a las nuevas autoridades territoriales, menciona que las comisiones se reúnen con los candidatos y posteriormente con los electos.

Existe un escenario de convergencia al interior del sector en los MiCittios. Se señala que gran parte de lo que se hace en agendas de competitividad (las 17 atendidas actualmente son las más débiles) está dirigido a prepararlas para que puedan presentar proyectos.

Con respecto a prevención, están trabajando con la Super para que facturación no termine en la agenda legislativa.

▪ Laura Valdivieso - VCE

En facilitación de comercio lo que ha funcionado es institucionalizar, por ejemplo dentro de la Agenda Nacional de Competitividad, sentando a otras instancias que pueden mover los compromisos (Presidencia). Para que se cumplan acciones, por ejemplo los sistemas de la DIAN, la articulación es fundamental.

Con respecto al ejercicio de *accountability*, señala que se podría efectuar a través de una página similar a la de Colombia Ágil, pero para mostrar acciones, no necesariamente la reducción en los tiempos, pues la medición es anual.

▪ Catalina Lasso – MinCIT

Con respecto a los desafíos regionales, se planea llegar a gobiernos territoriales para socializar la estrategia de facilitación de trámites. Además, indica que las entidades del sector no deben dejar para el próximo año los compromisos 2019.

▪ José Orlando Rodríguez - JCC

Informa sobre convenio con SENA y Fenalco para capacitar a 9.500 personas de manera presencial y señala que virtualmente la meta es llegar a 50 mil personas. Con respecto a la observación de Gabriel Duque, informa que hay entidades que prestan servicios propios de contadores públicos, que son detectados en cruces de información con la DIAN o Supersociedades, sin que se inscriban en la unidad de JCC. Se ha establecido que la no inscripción obedece en parte al valor (\$4,5 millones), razón por la que se está trabajando en una propuesta para bajar este costo.

B. Productividad e innovación

La productividad es un capítulo central de país porque históricamente hemos estado en negativo o en decreciente, situación que impide mejorar el sistema competitivo. La meta en el eje es aumentar en un 10% la productividad laboral NME, pero es necesario aumentar la productividad de todos los factores.





El progreso
es de todos

Minicomercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

B1. Fábricas de Productividad

Programa que se trabaja de la mano de siete cámaras de comercio y con Bancóldex en fábricas naranjas. Las 1.000 intervenciones de este año deben asegurar el aumento de la productividad en al menos un 8%. Se trabaja en el marco de un esquema de corresponsabilidad. El presupuesto del Programa, de \$21.000 millones, se financia en un 65% de aportes del presupuesto de la Nación y el 35% restante por parte de Cámaras y empresarios (entre 15 y 20%, cada uno), según el tamaño de las empresas participantes. Para hacer parte del Programa es necesario pasar el autodiagnóstico en al menos un 50%. Actualmente se viene trabajando con 236 empresas y están habilitadas 1.379. Con las cámaras se han realizado más 772 diagnósticos y 221 empresas han escogido las líneas que van a trabajar.

Se han registrado para participar en el Programa más de 2.000 empresas, sin embargo, la diferencia entre las inscritas y las habilitadas responde a que algunas son microempresas que deberían vincularse con otra metodología porque tienen dinámicas diferentes y su capacidad de absorber las 80 horas de asistencia técnica personalizada que implica Fábricas, es insuficiente. Frente a esta situación, se va a suscribir un convenio con ACOPI para que más de 200 microempresas sean intervenidas. El alcance del programa actual multiplica por 10 lo que se hacía antes desde Colombia Productiva. Considerando la prioridad del Programa y la meta del año, se está efectuando seguimiento semanal de sus acciones, considerando además que para empezar las intervenciones es necesario que las empresas hagan el pago de la contrapartida.

B2. Estrategia de encadenamientos

Antes de comenzar con la presentación de la apuesta, se recomienda a todas las entidades que conozcan, divulguen, promuevan y aprovechen la estrategia *Compra lo Nuestro*. Se extiende una invitación para que el sector se apropie de la marca porque es del Gobierno Nacional y debe convertirse en parte de la identidad. La plataforma se lanzó en abril y tiene 9.244 empresas registradas. En el marco de una alianza con el BID, Google, DHL, se creó como una red social que busca conectar compradores y proveedores. Esta marca hace presencia en eventos y ruedas de negocio presenciales, como la rueda de Confecciones realizada a comienzo de año, y se debe fortalecer

Con respecto a encadenamientos se avanza en sectores específicos: (i) Se buscar trabajar con 70 empresas en astilleros; (ii) en aeroespacial con 35 empresas: se suscribió memorando de entendimiento con la CIAC y Avianca para que se vinculen como empresas ancla; (iii) en alimentos procesados se trabaja con 10 pymes; (iv) en encadenamientos naranja se hará un piloto para que se integren a 25 empresas de las industrias tradicionales para que agreguen valor a sus servicios; y (v) con Inexmoda 5 empresas ancla trabajarán con 25 empresas pyme para que se cierre la brecha entre los empresarios del sector confecciones y grandes empresas como Falabella y Éxito.





El progreso
es de todos

Ministerio de Comercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

B3. Soluciones fiduciarias para promover competitividad, crecimiento y desarrollo empresarial – Fiducoldex.

La fiduciaria es un vehículo estratégico por la administración de los patrimonios autónomos, que sirven de ejecutores de la política del sector. Al identificar y entender el papel de la fiduciaria, se determina el impacto transversal en los viceministerios. Fiducoldex aprovecha su experiencia de 27 años para crecer en lo privado desde lo público. Pone a prueba sus capacidades a través de alianzas y convenios que permiten su crecimiento en Fondos de Inversión Colectiva (producto sobre el que fiduciarias y comisionistas de bolsa han fijado mucho interés). Fiducoldex quiere aumentar su participación en un 30% en este producto. Así mismo, las cámaras de comercio de Bogotá, Cali, Medellín, Bucaramanga, Barranquilla y los gremios son accionistas de Fiducoldex, por lo que la fiduciaria puede extender su oferta de valor.

B4. Servicios financieros para promover el crecimiento empresarial – Fiducoldex.

Para facilitar el acceso a endeudamiento Fiducoldex está convirtiendo su experiencia en lo público para crecer en lo privado. La entidad no recibe recursos de PGN, son auto sostenibles. Han generado más de 2.400 millones de utilidad neta sin el negocio de Colombia Mayor, resultado alcanzado por acuerdos de nivel de servicio y sinergia con Bancóldex. La innovación es el eje potencializador de los negocios, así como la prestación de servicios con calidad. Los negocios del Ministerio son estructurales, pero son solo 4 de 120. Además, tienen negocios pensionales, más de 10 consorcios y Fondos de Inversión Colectiva, producto estratégico para sostenibilidad hacia el futuro.

B5. Financiación a Pymes

Bancóldex busca proveer soluciones financieras a empresas para que arranquen negocios innovadores. Se atenderán 30 mil empresas durante los 4 años de gobierno, de manera escalada. A la fecha 4.827 empresas tienen recursos del Banco, con lo cual ya están a punto de cumplir la meta de la vigencia 2019 que es de 6.000. Mencionan como habilitador el PGN, pues es factor de éxito para poder financiar a las empresas. Pyme competitiva se financia con esos aportes.

B6. Facilitar el acceso a financiación

El indicador más importante del Fondo Nacional de Garantías (FNG) para medir su actividad es la movilización de crédito, que consiste en el volumen de crédito desembolsado con garantía durante un año. Para este año la meta es de \$13,6 billones, para 2020 es \$14,2 billones, pero están convencidos de que pueden hacer más, se pueden comprometer con \$14,8 con el sector, pero sin cambiar la meta de PND. También hay un aspecto cualitativo, porque hay programas estratégicos que, aunque no son condición para el cumplimiento de esta meta, tienen un valor importante: Emprendimientos de alto impacto (de la mano de iNNpulsa), con el que apoyan empresas con gran potencial de crecimiento, con vocación de convertirse en una gran





El progreso
es de todos

Comercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

empresa. Se ha hecho esfuerzo con Bancolombia y Finaktiva, pero encuentran que a iNNpulsa se le acabaron los recursos para eso, requieren mantener ese programa con la dinámica que traía (Aprox. 20 mil millones al año es el resultado). Se requieren recursos aproximados de \$ 2.000 millones por año para continuar con la estrategia.

B7. Diseminación de capacidades metrológicas

El INM es la máxima autoridad científica e industrial en materia metrológica, que junto con la acreditación y la normalización son elementos fundamentales de la infraestructura de calidad de un país. En virtud de su papel, cuenta con instrumentos físicos con los cuales garantiza la trazabilidad de las mediciones a nivel internacional (calibraciones). En los últimos años implementaron como política prestar servicios solo a los laboratorios acreditados, que son los más especializados. Conscientes de esa transición, han identificado que hay magnitudes sobre las que no tienen capacidades (por ejemplo, reactor nuclear, que maneja radiaciones ionizantes, clave en tratamientos para el cáncer). La apuesta pretende tener instituciones designadas y nuevos laboratorios en el instituto.

B8. Fortalecimiento de entidades en metrología

Esta apuesta está relacionada con el trabajo a nivel regional, por lo que tiene un vínculo con las Agendas. El INM busca que haya prestadores de servicio a nivel territorial, por ejemplo en universidades que puedan mantener laboratorios de buen nivel. La expectativa es que contr con 20 laboratorios fortalecidos en 2020 (se requiere un ajuste en el proyecto de inversión). Buscan disminuir incertidumbres que no son adecuadas con respecto al sector productivo, por ejemplo cacao y aguacate, deben garantizar estándares frente a contenido de plaguicidas o cadmio para exportar, para esto necesitan un laboratorio de buenos estándares en materia de metrología química cerca.

APORTES Y OBSERVACIONES

▪ Saúl Pineda – VDE

Bancóldex juega un papel muy importante para las Pymes pero es importante ver que es un instrumento para todos los tamaños de empresas, pues se debe fortalecer el trabajo de inclusión financiera. Hacer microcrédito en financiación más barata (Conpes) para apoyar esa estrategia.

El VDE ha estado haciendo seguimiento permanente y ha participado además en todas las fases del Programa junto con Colombia Productiva, con quienes hay una acción conjunta para que en las empresas que ya cuentan con diagnóstico puedan comenzar las intervenciones cuanto antes





El progreso
es de todos

Mincomercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

▪ Ministro

- (i) Se deben ajustar las propuestas para incluir innovación.
- (ii) Se necesita más impacto en las propuestas planteadas (más ambición). En algunas de las metas los números son muy conservadores frente a un tejido de 2,5 millones de empresas. Se pueden articular programas que ya existen, por ejemplo, de la mano de las cámaras de comercio. Pensar también en Microempresas, pero en grande. En materia de productividad para microempresas es necesario buscar estrategia virtual para tener mayor alcance, con la interacción uno a uno es imposible de lograr. Se recomienda ver *Trayectoria Mega*, programa de la Cámara de Comercio de Bogotá que impulsará la productividad del país.
- (iii) Ampliar el alcance e impacto regional de otras estrategias, como de encadenamientos, pues con lo planteado el impacto es mínimo. Por ejemplo, en *Compra lo Nuestro* no basta con que las 9 mil empresas estén registradas. La red social no puede ser solamente un registro, debe moverse como red, y llegar a las regiones. Es de nuevo un mensaje de ambición, al igual que en crédito. Los 14,8 billones del FNG son alrededor de 300 mil créditos, con 250 mil empresas. Poner de presente en la meta las micro (Bancoldex 100 mil). Incluir estrategia “A Progresar”.
- (iv) Las metas del INM deben ser más agresivas. Los laboratorios deben ser al menos 30 y 70 deben tener alcance de acreditación (Para el ejercicio de planeación estratégica de Presidencia se informó que se espera al finalizar el período contar con 100 laboratorios acreditados para el mejoramiento de las capacidades empresariales). Los recursos de la Unión Europea deben tener impacto. Mínimo en línea con lo que se tenía anteriormente.
- (v) En temas de servicios financieros es importante además de la meta, mostrar el valor agregado frente a la fiduciaria privada, qué lo hace más atractivo. Si no se muestra el impacto, es imposible lograr el aumento de la productividad.
- (vi) Revisar si para el acceso a financiamiento es suficiente el trabajo como banca de segundo piso. La financiación es criterio central para ser más productivo.

▪ Wilmar Franco - Consejo Técnico de la Contaduría Pública

En el rol de consejería el tema de financiación es de fundamental relevancia. Sugiere revisar el requerimiento de información cuando se va a pedir un préstamo. El valor de los negocios no es contabilidad, entonces se debe ver otro valor de los negocios, mirar otros activos. Por otro lado, con respecto a los patrimonios autónomos, cuando se habla de contabilidad pareciera que son contabilidades separadas, pero desde el Consejo de Contaduría se ofrece cooperación para mejorar esta política.

✕





El progreso
es de todos

El comercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

▪ Andrés Galindo – MinCIT

La innovación no se ve reflejada, pero se está trabajando en fortalecimiento de entidades generadores de conocimiento (iNNpulsa) y programas como Delta con Bancóldex. Es preciso ver cómo será la articulación con el nuevo Ministerio de Ciencia y Tecnología.

▪ Gabriel Duque – MinCIT

- (i) Necesaria la articulación de los programas del sector con el nuevo Ministerio.
- (ii) Para profundizar el crédito se debe ser más creativo, por ejemplo, medición de recanalización y nuevas empresas.
- (iii) INM debe ser más ambicioso y buscar fuentes de financiación alternas, por ejemplo, recursos de regalías.
- (iv) Considerar la visión de integralidad, algunas apuestas deberían estar acá, por ejemplo, fábricas de internacionalización, lo que hace ProColombia en promoción, y sostenibilidad deberían estar este eje. También Artesanías.
- (v) Revisar el sistema de calidad, pues se trata de una gran plataforma, pero es una tarea pendiente frente al sector de servicios.

▪ Laura Valdivieso - VCE

Todo tiene que ver con productividad al tener como objetivo el aumento del crecimiento. Sin embargo, en el eje no existe ninguna referencia a exportaciones, y debería incluirse. Todos deben ver cómo las apuestas aportan al aumento de las exportaciones. Poner números (metas), sobre el impacto en las exportaciones.

▪ Flavia Santoro Trujillo – ProColombia

La acreditación es importante para la internacionalización de las empresas y ProColombia es aliado para contar a los empresarios que tienen las capacidades están en el país, las brechas se pueden cerrar con el INM y se deben conocer las capacidades nacionales.

REACCIÓN A COMENTARIOS

▪ Camilo Fernández – Colombia Productiva

Frente a innovación se da parte de tranquilidad porque sí existen acciones orientadas a eso, por ejemplo, Fábricas de Productividad tiene una línea especial de innovación para elevar la sofisticación de las empresas (450 empresas), con apoyo de MinTIC. La innovación se puede dar al incorporar herramientas ya existentes en empresas que aún no hacen uso de ellas en sus procesos. Para encadenamientos se usará no solo cadenas regionales, sino también globales de valor.





El progreso
es de todos

Mincomer

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

▪ Juan Carlos Durán - FNG

El Fondo tiene en marcha un programa con iNNpulsa para financiar programas de innovación en las empresas, con \$40 mil millones para generar intra-emprendimiento empresarial.

▪ Andrés Raúl Guzmán Toro - Fiducoldex

Frente a la consulta sobre por qué mejor público que privado, se informa que Fiducoldex es la única fiduciaria que conoce a fondo el sector CIT, por eso son mejores que el privado. Llegarán de manera precisa, contundente y con mayor información que el sector privado.

C. Inversión

Una de las estrategias de la Política de Comercio Exterior es la Atracción de inversión extranjera de eficiencia. Se han construido instrumentos especializados para atraer inversión extranjera de alto impacto, como motor para el aumento y la diversificación de las exportaciones.

C1. Atracción de IED de eficiencia

Esta apuesta se desarrolla en alianza con ProColombia para aumentar la inversión, 24,9% y en NME 24,7%. Por primera vez se focalizan esfuerzos en atraer inversión con un paquete de instrumentos especiales para tal fin. Así, se fortalecieron incentivos tributarios con la Ley de Financiamiento, además de incentivos sectoriales y regionales focalizados (Ley ZESE, art. del PND).

Se identificó un maletín de proyectos estratégicos, considerando empresas chinas. Colombia debe desarrollar estrategia para tocar puertas de empresas para relocalización. La nueva operación de crédito con el BID permitirá desarrollar la Ventanilla Única de Inversión. Aunque vamos en la dirección correcta se requiere continuar crecimiento de las proporciones recientes para alcanzar la meta del cuatrienio.

C2. Zonas Francas (ZF) 2.0

Las ZF son un instrumento legítimo de promoción industrial, de atracción de inversión y promoción de exportaciones. Desde VDE se considera buen instrumento de promoción industrial, pero hay que pensar en donde ubicarlo. El papel de ProColombia es clave.

Situación actual: Ley 1004 de 2005 (5 pg.) y Decreto reglamentario (102 pg.), una evidencia de regulación excesiva, que disminuye el beneficio y genera un maremágnum aduanero, por lo que se requiere derogar Ley, decreto reglamentario, e incluso el de prórroga que recibió todas las debilidades de las normas anteriores.





El progreso
es de todos

Comercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

Las ZF tienen capacidad de generar 400 mil empleos, pero esto implica no tener enemigos del instrumento. Se han creado 4 nuevas ZF pero existe mucha dificultad con los instrumentos reglamentarios que se tienen hoy. En 2020 se debe tener nuevo decreto de las ZF, ese es el aspecto más desafiante.

C3. Reglamentación y estructuración de PTE - VT

En materia de infraestructura turística, además del trabajo de ProColombia (*Investment Summit* 2019 en el que se incluye el sector turismo), se trabaja en la figura de Proyectos Turísticos Especiales (PTE), como marco legal y técnico para los proyectos de gran envergadura. Su reglamentación estará lista en diciembre 2019. El trabajo se está adelantando con empresarios y entidades territoriales, como ejercicio de consulta para entender necesidades. Se desarrollarán tres mesas de trabajo con privados, con entidades territoriales y con entidades del sector. Se requiere contar con equipo que pueda formular proyectos para que una vez esté disponible la reglamentación se inicie la estructuración y puesta en marcha de los proyectos.

C4. Infraestructura turística - Fontur

La meta de obras de infraestructura que entregarán al finalizar el período refleja un aumento del 50% frente al logro del cuatrienio anterior. Se está haciendo presencia efectiva y articulación con gobiernos territoriales a lo largo y ancho del país. Fontur está día a día en las regiones (son cancilleres del MinCIT en el territorio). Los proyectos se ejecutan con ejes de inversión efectivamente desarrollados, licencias expedidas, consulta de comunidades, así que el reto es lograr mayor agilidad en sus procesos.

APORTES Y OBSERVACIONES

▪ Flavia Santoro Trujillo – ProColombia

ProColombia impulsa todos los temas de inversión. Se han priorizado 14 empresas chinas, que se están saliendo de USA. Además, se trabaja en la iniciativa Colombia-China, para aprovechar oportunidad coyuntural. Con respecto a turismo, se están revisando empresas top (Resorts) para que lleguen al país.

▪ Ministro

- (i) En la estrategia de inversión es importante hacer mapa de incentivos regionales (MinCIT y ProColombia), aunque los tenemos no se han visibilizado lo suficiente. Para el inversionista “de a pie” no es evidente. La apuesta local de beneficios de inversión se suma con la nacional (Caso Sincelejo y Norte de Santander).
- (ii) Debe incluirse la estrategia REIP como articulador de apuestas locales con las nacionales
- (iii) Incluir estrategia Conectados.





OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

- (iv) Gran apuesta con ProColombia para atraer inversión turística: vender zonas de inversión con PTE.
- (v) El decreto de megainversiones es clave y urgente para atraer IED.
- (vi). En la estrategia de FONTUR es importante incluir compromiso de cara a mover el modelo de Fontur a hacer otras cosas, quizá APP, quizá entender este patrimonio como la ANI que también estructura proyectos y arrancar con uno o dos proyectos que evidencien que es posible (Revisar caso FONATUR de México).

▪ Gabriel Duque - MinCIT

- (i) Los indicadores no deben tener solo IED, también se requiere monitorear qué está pasando en inversión sobre PIB.
- (ii) Considerar cinco estrategias de VCE: por el grado de impacto e importancia que está ahí, porque por categoría e impacto son diferentes: Rol específico de ProColombia (*Matchmaking* y portafolio de proyectos).
- (iii) Con respecto a Zonas Francas se señala que para “venderlas” hay que hacer un estudio de impacto, existen deficiencias de información y además sobre transparencia. El comercio exterior de ZF tiene una reserva de información, por lo que para tener más soporte, se debe hacer un análisis de impacto que sería bastante útil.

▪ Clara Martín - MinCIT

No se puede determinar la utilidad de las ZF con criterios de análisis insuficientes; desde este año se está trabajando con el DANE para contar con mejor información para su estudio. Además, se requiere determinar empleo e inversión generado en ZF, pero esta información no la tiene el DANE.

▪ Laura Valdivieso - VCE

En materia de ZF, se requiere vincular al VCE al comité.

REACCIÓN A COMENTARIOS

▪ Saúl Pineda - VDE

El Grupo de ZF - ANDI está trabajando en análisis de impacto y se logrará contar con los elementos de información enunciados previamente. En los comparativos internacionales se ha perdido espacio, razón por la que no estamos bien ubicados. Con respecto a la estrategia REIP, esta no fue exitosa en el Caribe por celos entre las administraciones allí comprometidas pero se está trabajando mejor en el eje cafetero





El progreso
es de todos

Mincomercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

y en Santander. Una de las estrategias de ZF considera innovación para garantizar la permanencia en el régimen.

▪ Julián Guerrero - VT

El viceministerio tiene presencia regional con los corredores turísticos, esto sumado a lo señalado en los ejes anterior puede estar creando duplicidad de funciones, corriendo el riesgo de enviar mensajes equivocados. Hay presencia regional pero puede no ser tan efectiva como se espera.

▪ Flavia Santoro Trujillo – ProColombia

La Ley de Financiamiento es lo que ha permitido promover condiciones que compitan con otros países, en su ausencia habrá que plantear en conjunto una estrategia.

▪ María Paula Arenas - MinCIT

Es importante revisar en las regiones qué incentivos existen y darlos a conocer como atractivos para la inversión en sus territorios.

D. Emprendimiento y formalización

Reducir costos, mejorar beneficios de la formalización y contar con mejor información para su análisis y toma de decisiones.

D1. Ventanilla Única Empresarial - MinCIT

Meta transformacional que avanza en dos dimensiones: Formalización- facilitar la vida a quienes empiezan la empresa y Doing Bussines: trámites cuando comienzan y cierran, particularmente para Mipymes. A partir de la línea base (VUE en Cámara de Comercio de Bogotá), comenzó a operar la ventanilla: En una sola plataforma lograr registro mercantil, tributario y seguridad social.

D2. Formalización Turística - VT

Existen en el sector altos niveles de informalidad que impactan la legalidad y equidad. Se busca aumentar el número de prestadores en registrados en el Registro Nacional de Turismo (RNT), sin embargo, dado que se requiere no solo cumplir el registro sino alcanzar algunos estándares, se revisará la meta (calificarla). Se instaló mesa de formalización abierta con representantes del sector, en donde se analizan diferentes elementos como: i. Regulación de plataformas como Airbnb (ingresos generados e impuestos que dejan de recibirse), revisando y acogiendo buenas prácticas de otras ciudades (NYC, Barcelona); ii. Guionaje turístico, hay 1500 guías certificadas y 3500 agencias de viajes registradas (ni dos por uno); iii. Flexibilidad laboral (contratos por estacionalidad, resta competitividad y es incentivo a la informalidad). Además se avanza con jornadas de formalización, se requiere ayuda de la SIC.





D3. Programa Aldea - iNNpulsa

Las apuestas que iNNpulsa refiere están alineadas con el Consejo de Competitividad y avanza en la regionalización de sus instrumentos porque históricamente tenían mucha acción en Bogotá y poco en regiones:

Empresas en estado avanzado de emprendimiento generarán 3.000 empleos. Se requiere creación de ecosistema y trabajar más cerca de las universidades, articularlos con el sistema nacional y Ley de emprendimiento: esfuerzo legislativo y normativo, y Conpes de emprendimiento.

iNNpulsa cuenta ahora con el área de ANALÍTICA: La cual cuenta con un *dashboard* que mide metas de cumplimiento minuto a minuto.

Consideran el capital financiero como un habilitador.

D4. Estrategia de escalamiento – iNNpulsa

Sin política clara de innovación no es posible (llevan 35). Cuentan con un instrumento de escalabilidad y suscribieron convenio con EAFIT. Programa central de acompañamiento Mega Up. Escalabilidad con Bancoldex con líneas de crecimiento. C-Emprende es habilitador, trabajan para tener 5 centros en el país: algo como los Centros de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica del caso peruano.

D5. Compromisos de Inversión en Fondos de Capital Privado – Bancoldex

Buscan facilitar el escalamiento de los emprendimientos con alto potencial, invertirán 228 mil millones al finalizar el cuatrienio. Presencia del Banco en emprendimiento.

D6. Política de supervisión. Pedagogía – Supersociedades

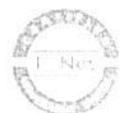
Parten de la premisa según la cual el entendimiento de las normas permite su cumplimiento. La implementación de la política por el camino pedagógico es una herramienta de generación de valor en las empresas, pues permitirá desarrollar mejor el objeto social y destinar mejor sus recursos. Se diseñaron jornadas pedagógicas. Hay potencial de mayor integración con empresas del Sector para que la pedagogía se haga en regiones (Intendencias – seis en el país), se puede sumar y potenciar capacitación en otros temas.

APORTES Y OBSERVACIONES

▪ Sandra Acero – MinCIT

En línea con la articulación en formalización, hace falta revisar qué hay en cada Viceministerio frente al tema. En el caso de la VUE se requieren articular los servicios con registros de otros, por ejemplo, RNT. Revisar qué trámites del sector turístico se pueden contemplar dentro de la estrategia de expansión de la VUE.

5





El progreso
es de todos

MiComercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

▪ José Orlando Rodríguez - JCC

Se recomienda revisar el Régimen simple, hasta ahora el Gobierno Nacional está sensibilizando frente al tema, y cómo este contribuye a la formalización tributaria.

▪ Ministro:

- (i) Debe ser evidente y visible en el eje la formalización: política de formalización empresarial (CONPES).
- (ii) En la mesa permanente de formalización turística, dejar algo similar a *accountability*, para mostrar los resultados que estamos alcanzando.
- (iii) Agilizar CONPES de emprendimiento. Fondo Emprender es actor clave que debe contribuir al logro.
- (iv) En cuanto a transferencia tecnológica según modelo de Perú, será indispensable diálogo con el Gobierno Nacional para plantear la necesidad de recursos que permitan lograr impacto.
- (v) Frente a aceleración de empresas, es preciso revisar y ajustar meta frente a lo informado en ejercicio de planeación de Presidencia: La meta establecida era 3.000 empresas en aceleración, por lo que se requiere mantener la consistencia.
- (vi) Revisar meta de movilización de Bancóldex e incluirla en este eje.
- (vii) Incluir estrategia de innovación pública, MiLAB.
- (viii) Flexibilización laboral es indispensable para generar empleo y es un instrumento ideal para formalización. No es una apuesta del sector, pero se debe presionar para lograrlo.
- (ix) Incluir las Zonas ZESE en las apuestas.

▪ Agostinho Almeida - Centro 4RI

El indicador planteado para el eje queda corto. Por otro lado, en temas de talento en emprendimientos tecnológicos no hay iniciativas concretas, o no se ven y la brecha es grande.

▪ Gabriel Duque - MinCIT

- (i) Todos deberían apropiarse de una meta de formalización y se recomienda medir impacto de formalización
- (ii) En emprendimiento se debe ser creativo y medir supervivencia. Quizá buscar otras formas de medir indicadores. INNpulsas debería medir impacto y revisar retroalimentación de los usuarios, cómo están funcionando los procesos (“para acceder a los instrumentos debe pagar algunos cursos”).





REACCIÓN A COMENTARIOS

▪ Saúl Pineda – VDE

Hubieran querido incluir una meta grande en formalización para de ahí pensar en los instrumentos y mecanismos de acompañamiento, así que se cambiará la meta. En cuanto al Conpes de emprendimiento se informa que están avanzando con propuestas y acciones concretas.

▪ Ignacio Gaitán – iNNpulsa

Movilización de recursos del sistema. Se está avanzando en la constitución de un seguro para inversionistas, que permitirá sumar a la meta de los 500 millones de dólares que se tienen como meta de los 4 años.

La percepción de empresarios era que el programa ALDEA era lejano, se puso en marcha una gerencia de conexiones y experiencia para hacer retroalimentación.

▪ Juan Carlos Rondón - MinCIT

Recomienda que JCC aporte en el eje de formalización considerando que existen 260 mil contadores registrados.

▪ Wilmar Franco - Consejo Técnico de la Contaduría Pública

El 60% de registros en cámaras de comercio corresponden a personas naturales, existe una oportunidad de auditoria y regular para formalización.

E. Nuevas fuentes de crecimiento

Generación de nuevas fuentes de crecimiento económico a través del fortalecimiento y consolidación de sectores con impacto significativo en el PIB y en el empleo

E1. Sostenibilidad Turística - MinCIT

En el pasado Colombia no fue destino turístico por condiciones de orden público, así, el potencial de crecimiento en términos de visitantes es abrumadora. Por eso se debe pensar en el futuro y esto requiere sostenibilidad y calidad con dimensión comercial práctica y técnica. Se debe contar con política de turismo sostenible que incorpore las grandes discusiones del mundo: Cambio climático (5% el turismo en el mundo, pero es crucial); Agua (Uso eficiente de un recurso limitado); Residuos y Energías renovables. La meta es a mediados de 202 contar con la política, con aproximaciones en la OECD y unión europea, para usar buenas prácticas. Se destacó que Colombia preside el comité de sostenibilidad y turismo de la organización mundial del turismo.





El progreso
es de todos

MinComercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

E2. Turismo Nuevo Petróleo – MinCIT y ProColombia

La apuesta busca aumentar la llegada de visitantes aprovechando el potencial, crecimiento por encima del promedio mundial y a más del doble del promedio de AL. La apuesta involucra la captación de nuevas aerolíneas y el mantenimiento de las existentes, así como frecuencias adicionales. Además, se trabaja para la conectividad marítima. Se presta por parte de ProColombia asesoría y apoyo a empresarios de turismo. Se avanza en captación de eventos internacionales y posicionamiento del país, aprovechando inversión en centros de convenciones (se renovaron 13 centros). Las acciones se enfocan también en atraer viajeros de mayor gasto, no solo traer más visitantes sino generar mayor gasto sin impacto ambiental.

E3. Colombia Exporta - MinCIT

La apuesta consiste en aumentar exportaciones y diversificar su composición, así como incrementar el tejido empresarial exportador a través de una agenda transversal (todos los ejes, depende de lo que hagan los demás) y vertical (Incorpora estrategias sectoriales y regionales). Se destaca el esfuerzo en desarrollo de programas y de medición de las entidades (Patrimonios con programas específicos para exportaciones. Como avance se señala que en regiones validaron oferta exportable de 10 departamentos (representan 80% de Expo NME) para buscar planes de internacionalización y el trabajo con apuestas sectoriales claras: AgroExporta y similares con otros productos, para incluir las carteras que los manejan. Como habilitante señalan la alineación con las entidades y programas, priorizando los que tienen más impacto: *Fábricas de internacionalización* y *Más CIEN* (Visita empresas para entender y mapear, para que asuman compromisos de exportación y para asumir compromisos por parte del Gobierno).

E4. Fábricas de Internacionalización - ProColombia

Estrategia diseñada para fomentar la cultura de internacionalización de las empresas, ampliando el tejido exportador. Trabajarán en seis servicios, revisarán si no son muchos los programas, para asegurar crecimiento de la oferta exportable. Se trata no solo exportaciones normales sino también virtuales.

Se lanzó el Programa por parte del Ministro con avanzada de anuncio en Congreso de Confecámaras. El trabajo articulado y alineado es requisito fundamental y permitirá nuevas fuentes de crecimiento y diversificación de la oferta exportadora. No ha sido solo trabajo interno sino también con CONECTADOS.

E5. Promoción de artesanías y creación de oportunidades comerciales—ADC

A la fecha se han realizado 48 eventos de pequeño formato, 4 ruedas de negocio, 37 eventos de promoción y 18 talleres de demostración de oficios. La meta es incrementar 4 por año hasta el 2022. El habilitador es el presupuesto. Se han





El progreso
es de todos

Mincomercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

proyectado un presupuesto de 8 mil millones para garantizar los espacios de comercialización.

E6. Laboratorios de innovación y diseño – ADC

Actualmente como estrategia se tienen 1.000 artesanos nuevos atendidos y capacitados por los laboratorios. Se trabaja en el fortalecimiento de la cadena de valor de los laboratorios. A través de innovación en desarrollo de productos para que se ofrezcan en portafolios de innovación y diseño. También se presta asistencia técnica en calidad y técnica. Se están articulando artesanos con diseñadores industriales y de moda y se abrió un capítulo de arte y arquitectura para lograr importantes alianzas. Con 54 diseñadores industriales se apoyan 254 artesanos. Industrias creativas son dinamizadores de los artesanos. En temas de apalancamiento de recursos y financiación, hay un incremento por cuanto si ADC pone \$1, el que apoya, pone otro.

E7. Apoyo empresarios de economía naranja – FGN

El apoyo a industrias culturales viene desde hace varios años, pero en vista de la prioridad adquirida es una apuesta estratégica del Fondo, para el 2020 el FNG proyecta movilizar \$1,1 billones y estableció una meta para el cuatrienio de \$4,7 billones.

APORTES Y OBSERVACIONES

▪ Gabriel Duque – MinCIT

- (i) Recomienda revisar la estructura del eje, ya que hay apuestas que podrían ser ubicados en otros ejes y conservar en “Nuevas Fuentes” lo relacionado con Economía Naranja y algunos elementos de Turismo, como por ejemplo alto valor.
- (ii) Sugerencia de relocalización de apuestas y énfasis de acuerdo con Pactos por el Crecimiento y Colombia Exporta.
- (iii) La dimensión de innovación de ADC podría ir en eje productividad.

▪ Saúl Pineda - VDE.

- (i) No hay que olvidar que la 4ta parte de pasar a 27.000 millones de USD recaerá en Turismo. Así que recomienda articular Colombia Exporta con Vice Turismo.
- (ii) Fábricas de Internacionalización corresponde a segunda parte de Fábricas de Productividad, así que sugiere no recoger proyectos que venían en marcha sino acompañar a Colombia Productiva en el proceso.
- (iii) Destaca que ADC ha hecho esfuerzo de orientarse a mayor presencia regional y el Programa RAICES que también aporta en exportaciones, se juntan grandes diseñadores con artesanos para exportar productos con alto valor agregado.





El progreso
es de todos

Mi comercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

- **Camilo Fernández – Colombia Productiva**
 - (i) Recomienda que la Estrategia de Agroexporta 2.0 se articule desde el nivel primario hasta el final. Componente de calidad en Colombia Exporta y Fábricas de Internacionalización es esencial, debería escalarse el programa que se tiene.
 - (ii) Señala también que con respecto a consorcios para exportación, la figura se trabaja con metodología ONUDI de Italia pero acá no aplican bajo esa vía, tienen ese material para incorporar y ayudar en la meta.
- **Ministro:**
 - (i) Importante determinar cómo “ponerle dientes” a la política de turismo sostenible. Acciones a través de las cuales se puede exigir, se requiere apoyo de la SIC.
 - (ii) Debe haber continuidad de la estrategia de turismo local. Debe incluirse en las apuestas, porque permite aumentar tasa de ocupación hotelera. Necesario trabajar con Cajas de Compensación y Financiamiento a través de Bancóldex para créditos más baratos para el turismo local. Mayor capacidad al interior del país para mover el turismo.
 - (iii) Mejorar la información de los residentes colombianos en el exterior. Sin ajustar medición ahora, debe considerarse el mecanismo. Información, poner 4.0 a la información de turismo. Citures, contar con lo que tiene movistar, puede ser camino para medir dato de Col residentes en el exterior.
 - (iv) Frente a Colombia Exporta, es necesario que el documento de política reúna las estrategias mencionadas, por ejemplo: compromisos binacionales (Colombo-China; Colombo-África; Colombo-Caribe) conviene que sean evidentes, también calidad para exportar, y el plan 100, además de fábricas de internacionalización y se debe comenzar a medir. Además conviene incluir metas de conectados, poner en evidencia el redimensionamiento del plan Vallejo, fortalecer comercializadoras internacionales, así como evaluar la estrategia de Drawback.
 - (v) Conseguir recursos de cooperación para ADC. Con esfuerzo de lado y lado.
 - (vi) Incluir Economía Naranja, tenemos como sector un rol protagónico y no aparece en las apuestas. Bonos naranja por ej. Varias apuestas que no se incluyeron (como BIC o garantías mobiliarias) deben quedar como apuestas particulares.
 - (vii) ExpoDUBAI debe tener una apuesta particular, con máximo aprovechamiento. Vender comercio, turismo, inversión y marca país.





El progreso
es de todos

Mincomercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

REACCIÓN A COMENTARIOS

▪ Julián Guerrero – VT

Con respecto a los “dientes de la política de sostenibilidad”, el RNT será más estricto. Frente a turismo doméstico se está trabajando, existe una propuesta ambiciosa en turismo social (Cajas y Fondos de Empleados, Efecty o similares para generar paquetes de promoción para que se pague en el corto plazo). Se mejorará información de colombianos en el exterior, se están revisando los CITUR (IATA, Amadeus, Credibanco).

▪ Laura Valdivieso - VCE.

Fábricas de Internacionalización buscará impactar 400 empresas, recoge metodología de Fábricas de Productividad y experiencia de ProColombia. Piloto es con ProColombia y Colombia Productiva.

▪ Ana María Frías - ADC.

Destaca que hay marcas que en articulación con ProColombia están abriendo mercados internacionales y señala que se puede aprovechar mejor la oportunidad con Colombia Exporta Diseño (moda y artesanías).

F. Fortalecimiento institucional

Este eje del plan tiene como reto mejorar como sector en 10 puntos el Índice de Desempeño Sectorial. Esto plantea desafíos para las entidades del sector en todas las dimensiones del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), para lo cual se avanza en la identificación de acciones de mejora, de la mano del Departamento Administrativo de la Función Pública, en conjunto con todas las entidades.

F1. Gestión del conocimiento e innovación como mecanismo para abordar desafíos públicos

Implementar programas intra e inter áreas que, a través del uso de diferentes estrategias de gestión del conocimiento e innovación, permitan potencializar la gestión y resultados del Ministerio y entidades del Sector. Lo anterior apoyado en ejercicios de colaboración sectorial, herramientas tecnológicas, y metodologías de innovación que motiven la participación de funcionarios y colaboradores en proyectos de transferencia de conocimiento y nuevas formas de crear valor en lo público.

8





El progreso
es de todos

Comercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

F2. Implementación modelo Empresa Familiarmente Responsable (EFR)

Trabajar con equipos motivados según diferentes estudios es uno de los puntos clave para el éxito de cualquier organización, el modelo EFR atiende al objetivo no solo de bienestar sino de mejora de productividad y eficiencia.

Este modelo parte de una iniciativa privada: “Fundación Más Familia”, cuya certificación es de carácter voluntario. Este modelo busca gestionar en una organización el equilibrio entre vida familiar y laboral, a través de la implementación de estrategias de salario emocional.

F3. Fortalecimiento de la gestión de los Patrimonios Autónomos

El fortalecer la gestión de los Patrimonios tiene como objetivo acelerar la ejecución de los diferentes proyectos que se desarrollan, a través de lineamientos que permitan mejorar la gestión misional y back de los Patrimonios Autónomos del Ministerio

F4. Ejecución presupuestal

Fontur tienen recaudo y distintas partidas para su presupuesto por lo que se agrega complejidad en su ejecución. El desafío es medirse, así que proponen contratos versus proyectos aprobados. (Acuerdos de servicio y rediseño institucional). Plantean aporte para los demás PA. Falta ser más agresivos en la estrategia de priorización de proyectos y en los manuales (se requiere actualizar procedimientos y lineamientos) y contar con capital humano para la estructuración de proyectos. Meta de 2019 es 75%, el año pasado cerró 67%.

Otras apuestas mencionadas

Portal Más y Mejores Empresas: esta página web busca centralizar la oferta institucional de Desarrollo Productivo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, sus entidades adscritas y vinculadas, al igual que los Patrimonios Autónomos, con el fin de dar a conocer los diferentes programas, eventos y oportunidades de apoyo de cara emprendedores, empresarios e inversionistas.

Gestionar recursos físicos y servicios internos en un marco de eficiencia del gasto público. El Ministerio de manera responsable debe hacer prevalecer los principios de eficacia, economía y efectividad, en cumplimiento de la función administrativa confiada, procurando el ahorro de recursos públicos cuando se trate de financiar gastos con recursos del Tesoro Público.

APORTES Y OBSERVACIONES

▪ Julián Guerrero – VT

No esperar a la certificación para comenzar a poner en práctica las buenas prácticas de EFR. Se propone aprender de experiencia de ProColombia.





El progreso
es de todos

Minicomercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

▪ Ministro

- (i) Incluir apuesta con acciones específicas de lucha contra la corrupción e integridad. Nos tenemos que destacar por eso en el concierto nacional.
- (ii) Buscar medición de impacto en la gestión de recursos y del gasto.
- (iii) Irradiar estilo de gestión con 6 compromisos: ejemplo de integridad, lucha contra la corrupción, trabajo en equipo, eficiencia en gasto y en optimización presupuestal, atención al público, innovación, sentido de liderazgo más humano, más sencillo, más fácil. Grupo de entidades que nos debemos a las empresas y a los empresarios de cara a todos.

II. PRESENTACIÓN CENTRO CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

Con el fin de dar a conocer a los integrantes del Comité los avances, logros y expectativas del trabajo que viene adelantando el Centro, su gerente se presentó como socio estratégico con el cual construir los temas de 4ta RI. La presentación efectuada, la cual se adjunta, se estructuró entorno al contexto del Centro: Por qué la creación en conjunto con la Alcaldía de Medellín; las vertientes de trabajo, tales como la optimización de procesos (Cómo la Tecnología nos permite mejorar); por qué es importante tener en cuenta esas tecnologías, su aplicación, por ejemplo, frente a la lucha contra la corrupción.

De acuerdo con lo expuesto, el Centro existe para generar mayor impacto a través de la tecnología, para maximizar los efectos que pueden tener en la sociedad.

En una segunda parte se expusieron victorias tempranas del centro, así como compromisos, destacando la necesidad de avanzar frente a la regulación, y la visión de futuro.

Dentro de los comentarios expresados por los asistentes, se señaló que, dado que el mundo empresarial va más allá de lo regulatorio, es importante priorizar algunos sectores y arrancar por las políticas públicas como movilidad sostenible o compras públicas. Además, se mencionaron algunos desafíos a enfrentar, por ejemplo, la necesidad de trabajar desde ya construyendo país y escenarios regionales, conectando el centro con los emprendedores y pymes; así como la incorporación de otras tecnologías, más allá de las particulares con las que comenzó a trabajar el Centro y la integración con ciudadanos, áreas como comercio electrónico y facilitación del comercio.

III. MESAS DE TRABAJO Y PUESTA EN COMÚN

A partir de la pregunta sobre necesidades para lograr las apuestas que se encuentren por fuera de la gobernanza del sector, seis grupos de trabajo conformados por





El progreso
es de todos

Minicomercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

integrantes de diferentes entidades articularon dentro y fuera del sector cada uno de los ejes del plan estratégico, encontrando que:

a) Es necesario construir una estrategia adicional de relacionamiento con otros sectores, tanto para lograr el trabajo técnico como para conseguir apoyo financiero:

- Entidades de cooperación
- Gremios
- Instituciones Académicas
- Otras carteras
- Altas Consejerías
- POLFA
- Función Pública.

b) Se requiere un gran trabajo de regulación, destacando la construcción de un plan alternativo frente a la posible declaratoria de inexecutable de la Ley de Financiamiento.

c) Es conveniente para varias de las apuestas plantear una estrategia de rendición de cuentas de políticas públicas.

3° CIERRE

El comité se dio por terminado con el establecimiento de compromisos para todas las entidades:

- Plantear metas más ambiciosas (Considerar tamaño del tejido empresarial).
- Garantizar consistencia de metas y avances en los diferentes instrumentos de planeación.
- Proponer indicadores de impacto entorno al empleo, los ciudadanos y empresarios.
- Construir Plan B. frente a ausencia de la ley de financiamiento.
- Implementar herramientas de accountability de políticas públicas.
- Incluir apuestas y avanzar considerando siempre que queda poco tiempo para dar resultados.
- Plantear legados perdurables, pero materializables.
- Irradiar a las áreas, compartir con equipos de trabajo los compromisos.
- Actuar en forma proactiva con respecto al C4RI - Esfuerzo mancomunado.
- Gestionar recursos adicionales a través de cooperación / regalías.

Además, para cada uno de los ejes se establecieron tareas concretas:





OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

TAREA	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA	OBSERVACIONES
Entorno Competitivo <ul style="list-style-type: none"> ▪ Preparar trabajo con nuevas autoridades territoriales. ▪ Plantear estrategia de <i>accountability</i> periódico para facilitación de comercio ▪ Ampliar enfoque de libre competencia y protección al consumidor a otros sectores ▪ Identificar nuevas trabas que se estén generando y evidenciarlo en la página de estado simple y Colombia ágil. ▪ Dar vida a las empresas BIC y emisiones 	VDE – VCE.- SIC	IV Trimestre- 19	
Productividad e Innovación			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Incluir en el eje apuestas de innovación ▪ Se necesita más impacto en las propuestas planteadas (más ambición). ▪ Buscar estrategia virtual para tener mayor alcance en microempresas ▪ Ampliar el alcance e impacto regional de otras estrategias, como de encadenamientos ▪ Plantear metas más ambiciosas frente a laboratorios por parte del INM. ▪ Revisar si para el acceso a financiamiento es suficiente el trabajo como banca de segundo piso. Pensar articulación con nuevo ministerio de ciencia y tecnología 	Todas las entidades OAPS	IV Trimestre- 19	
Inversión			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hacer mapa de incentivos regionales ▪ Incluir estrategia REIP y Conectados ▪ Análisis de impacto de ZF ▪ Plantear otras acciones para Fontur (Revisar Fonatur-MEX) 	ProColombia VCE VDE Fontur	Octubre -2019	
Formalización y emprendimiento			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agilizar CONPES de emprendimiento ▪ Incluir estrategia de innovación pública, MiLAB ▪ Mantener en el escenario la importancia de flexibilización laboral 	VDE iNNpulsa Colombia Productiva VT		
Nuevas fuentes de crecimiento			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisar estructura del eje, con base en Pactos por el Crecimiento y Colombia Exporta 	Todas las entidades	Trimestre 4- 2019	





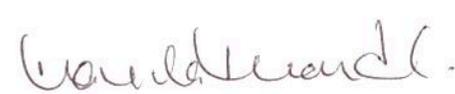
El progreso
es de todos

Comercio

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

TAREA	RESPONSABLE	FECHA DE ENTREGA	OBSERVACIONES
<ul style="list-style-type: none">Continuar estrategia de turismo localIncluir ExpoDUBAI/Similares con apuesta particular (comercio, turismo, inversión y marca país)			
Fortalecimiento Institucional			
<ul style="list-style-type: none">Comenzar a poner en práctica las buenas prácticas de EFR (Ejm. ProColombia)Incluir apuesta con acciones específicas de lucha contra la corrupción e integridad	Todas las entidades Secretaría General de MinCIT	Octubre 2019	


JOSE MANUEL RESTREPO ABONDANO
Ministro


MANUELA MIRANDA CASTRILLÓN
Jefe Oficina Asesora de Planeación Sectorial

