

COLOMBIA 380 M6713p 1981

FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA

CONVENIO PRODESARROLLO-IICA

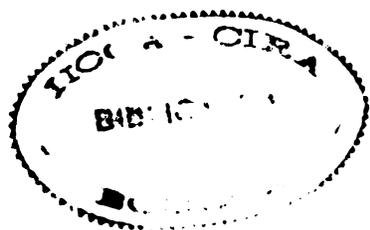
DOCUMENTO DE TRABAJO # 3

PROPUESTA PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE
COMERCIALIZACION INTERNACIONAL

Jaime Mira
Hernando Rubiano
Isidro Planella

Bogotá, Agosto, 1981

IICA CH CO 380 M6713p 1981



IZCA
#1933
1931

FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA

CONVENIO PRODESARROLLO-IICA

DOCUMENTO DE TRABAJO # 3

PROPUESTA PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE
COMERCIALIZACION INTERNACIONAL



Jaime Mira
Hernando Rubiano
Isidro Planella

Bogotá, Agosto, 1981

This One



TWUQ-KJN-5XRN

Digitized by Google

C O N T E N I D O

	<u>Págs.</u>
Introducción	
CAPITULO I EL SISTEMA PRODUCTIVO, LA AGROINDUSTRIA ALIMENTARIA, LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y LOS MERCADOS	1
CAPITULO II SOCIEDADES DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL.	7
2.1 <u>Definición</u>	7
2.2 <u>Naturaleza Jurídica</u>	8
2.3 <u>Objeto</u>	8
2.4 <u>Reconocimiento</u>	9
2.5 <u>Vigilancia</u>	9
2.6 <u>Funciones</u>	10
2.7 <u>Incentivos</u>	13
2.8 <u>Ventajas</u>	17
2.9 <u>Líneas de Crédito</u>	18
2.10 <u>Capital de Trabajo</u>	18
2.11 <u>Inversión de Activos Fijos</u>	21
2.12 <u>Inversión de capital</u>	25
2.13 <u>Definición Contractual Referente a los Sistemas Especiales de Importación-Exportación</u>	27
CAPITULO III LAS S.C.I. FRENTE AL DESARROLLO AGROINDUSTRIAL EN LA ZONA CAFETERA	29
CAPITULO IV PROPUESTA DE DISEÑO DE UNA ESTRUCTURA PARA LA EJECUCION Y PROMOCION DE PROYECTOS AGROINDUSTRIALES VINCULADOS A LAS EXPORTACIONES Y AL MERCADO NACIONAL	34
4.1 <u>Requisitos Previos o Supuestos de Funcionamiento</u>	35
4.2 <u>Actividad a seguir</u>	38
ANEXOS	39

PROPUESTA PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE
COMERCIALIZACION INTERNACIONAL*

Introducción

En este documento se presentan cuatro aspectos relacionados con la necesidad de crear una empresa integradora de las acciones de producción, transformación y comercialización que se ejecutan en la zona cafetera y en su área de influencia, incluyendo los mercados para la producción originada en la misma zona.

Los aspectos considerados son:

1. Los sistemas que operan en la zona cafetera.
2. El régimen de las Sociedades Comercializadoras Internacionales (SCI) en Colombia.
3. Las SCI frente al desarrollo agroindustrial en la zona cafetera.
4. Propuesta para la creación de una SCI como una de las estrategias planeadas a corto plazo por la Unidad de Estudio y Promoción Agroindustrial de PRODESARROLLO para el fomento de agroindustrias en la zona cafetera.

* Trabajo preparado por Jaime Mira, Hernando Rubiano e Isidro Planella,

Agosto 1981

CAPITULO I EL SISTEMA PRODUCTIVO, LA AGROINDUSTRIA ALIMENTARIA, LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS Y LOS MERCADOS

Dentro de los principales componentes de la política sectorial contemplada en el Plan de Integración Nacional (PIN), se encuentra la modernización de los sistemas de comercialización y el desarrollo agroindustriales^{1/}.

Según el PIN "el Sistema de Alimentos está conformado por millones de unidades de producción de materias primas, de procesamiento y de producción de servicios comerciales y de consumo. Estas unidades son coordinadas por el mecanismo del mercado, debido al carácter eminentemente privado del sistema de alimentos en Colombia".

Los sectores económicos señalados por el PIN y que participan en el producto final del sistema son: (1) el sector agropecuario en la producción de materias primas alimenticias; (2) la industria alimentaria en su procesamiento; y (3) el sector comercio en su mercado.

Se estima que el sector agropecuario contribuye con el 56% del producto final del sistema, la industria alimentaria (excluyendo bebidas) con el 8%, el comercio de alimentos con el 20.2% y otros sectores con el 15.8%. Estos otros sectores son el transporte, otros servicios, pesca y caza e insumos para este último sólo el componente nacional. Definido así el Sistema de Alimentos, éste participa con el 37.3% del Producto Interno Bruto (Ver Cuadro No. 1).

^{1/} Los otros componentes son investigación agropecuaria, adecuación de tierras, crédito, política para los pequeños productores y política de precio y comercio exterior.

Cuadro No. 1 - Participación del Sistema de Alimentos en el P.I.B.
1978

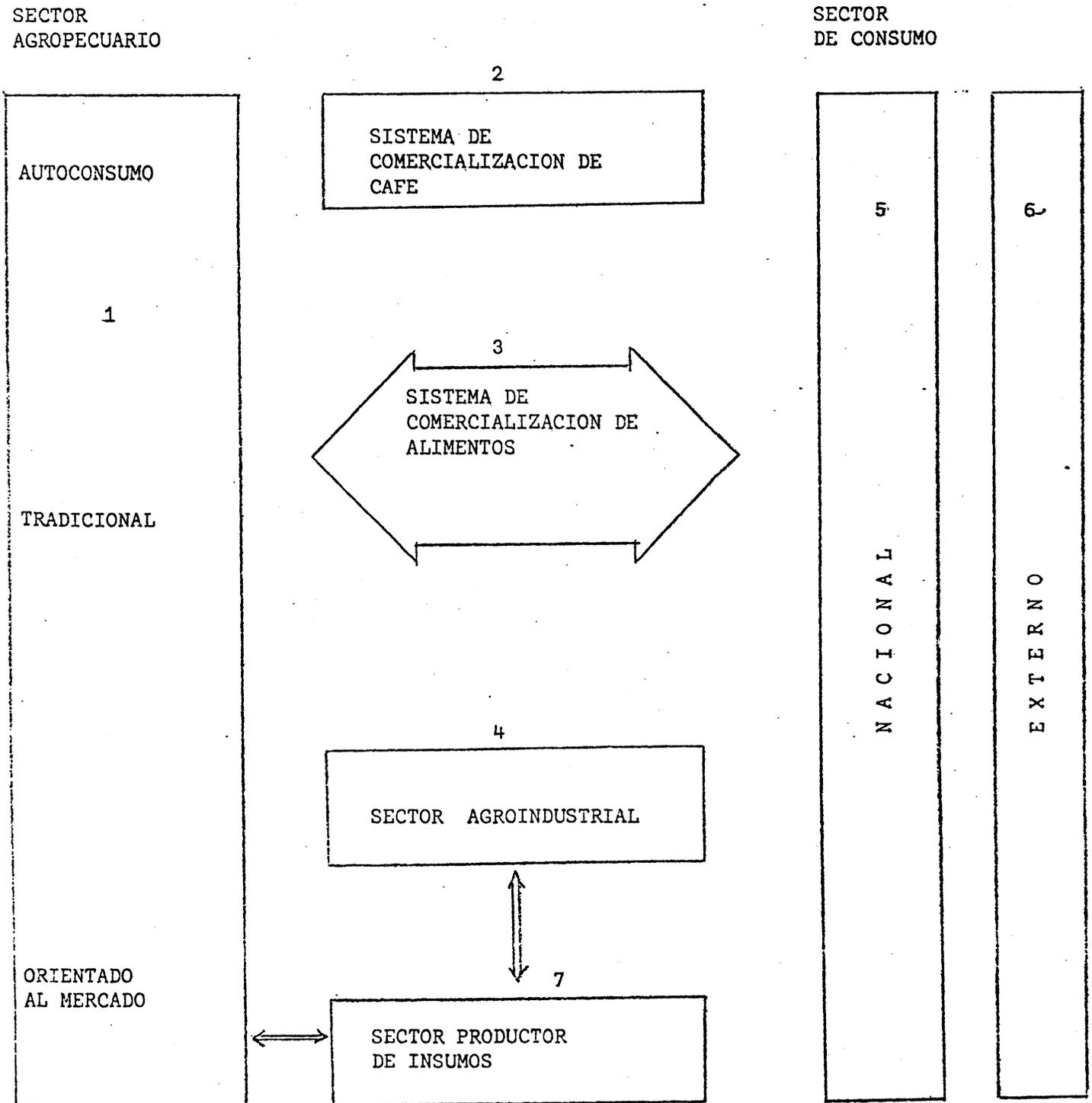
Sectores	Participación del Sistema de Alimentos en el PIB %	Participación de cada sector dentro del Sistema de Alimentos %
Agropecuario-alimentos	20.9 ^{1/}	56.0
Industria de alimentos	3.0	8.0
Comercio	7.5	20.2
Transporte	1.2	3.2
Otros servicios	1.7	4.6
Pesca y caza	0.6	1.6
Insumos (componente nacional)	2.4	6.4
Total	37.3	100.0

^{1/} La participación del sector agropecuario en el PIB fue de 22.7% para el año de 1978.

FUENTE: PIN, Tomo II, p. 269, basado en Banco de la República, Cuentas Nacionales y Cálculos del DNP.

Teniendo en cuenta lo anterior el sistema de alimentos en la zona cafetera se puede esquematizar como se indica en la Figura No. 1. El rectángulo de la izquierda de la figura identificado con 1, representa el sector productivo en el que operan tres tipos de economías:

FIGURA No. 1



1. Representa la producción de autoconsumo que genera pocos excedentes para el mercado y está constituido por pequeñas fincas dispersas, en las cuales se haya concentrado el mayor número de productores. Este sector no conoce el mercado ni dispone de facilidades para colocar los excedentes en el mismo.
2. Representa la agricultura tradicional cuyas principales características son las de generar un importante volumen de producción pero no conoce claramente el mercado, ni cuenta con elementos suficientes para introducir innovaciones tecnológicas para aumentar su eficiencia.
3. Representa la agricultura orientada al mercado, constituido principalmente por fincas medianas y grandes cuyos propietarios conocen tecnología y la aplican, lo mismo que información de los mercados para sus productos.

En el Centro de la Figura No. 1 se esquematizan cuatro sistemas que debiendo ser complementarios, actúan independientemente. Estos son:

1. El sistema de comercialización de café identificado en la Figura No. 1 con 2; en el cual la Federación Nacional de Cafeteros, dirige sus esfuerzos tanto al mercado interno como externo. La característica principal de este sistema es el de su gran dinamismo pero que es afectado intrínsecamente y afecta a los restantes sistemas por las características del mercado externo del grano.
2. El sistema de comercialización de alimentos, identificado en la Figura No. 1 con 3, se caracteriza por operar en doble vía: la

una es aquella que lleva la producción originada en la zona ca
fetera, y la otra es la que lleva los alimentos del sector pro
ductivo de aquellos alimentos que no se generan dentro de la
zona cafetera.

3. La agroindustria alimentaria señalada en la Figura No. 1 como 4, es el sector que se pretende dinamizar con un plan coherente e integrador que se está formulando por el Programa de Desa
rrollo.

El Programa de Desarrollo considera a la agroindustria como la ges
tión empresarial que permite la producción de bienes alimenticios o no ali
menticios de origen orgánico, destinados a satisfacer las demandas reales del mercado dentro de un proceso en que se integran el suministro de insumos para la producción agropecuaria, la transformación, la comercialización y el mercado hasta el consumidor final, sea este nacional o externo con el fin de proporcionar tanto alimentos como cueros y madera de buena calidad al menor costo posible dentro de una cooperación económicamente rentable.

4. El sector de producción y suministro de insumos se señala en la Figura No. 1 como 7 y abastece al sector agropecuario, lo mismo que al sistema de comercialización de alimentos y al sec
tor de la agroindustria alimentaria.
5. El sector de consumo, identificado en la Figura No. 1 como 5 (mercado interno) y como 6 (mercado externo), cierran el flujo. A los dos mercados llegan aproximadamente 900.000 toneladas de café y 1'200.000 toneladas de productos perecederos originados en la zona cafetera.

Si tenemos en cuenta que en 1978 la agroindustria alimentaria contribuyó con el 2.7% del PIB y participó con el 8% del producto final del sistema de alimentos y que en el período 75-76 generó el 13.7% del empleo, aportó el 32.3% del valor del consumo intermedio y el 25% de la producción total de la industria manufacturera, podemos concluir que la importancia de la agroindustria alimentaria resaltaría más si se tuviera en cuenta su efecto en el sector productivo agropecuario y en el sistema de comercialización de alimentos.

Por otra parte, la zona cafetera cuenta con un área de 4.776.457 hectáreas de las cuales el 21.1% están dedicadas al cultivo del café, mientras que el 78.9% está dedicado a otros usos, lo que sugiere además que en el sector productivo es necesario dar un impulso tal, que permita que para la década del 80 el mercado doméstico sea adecuadamente abastecido y que la producción del sector crezca a una tasa entre el 3.5 y 4% anual, lo que indica además, que la política del sector debe dirigirse a estimular de nuevo las exportaciones diferentes del café, pues se hace necesario que aquellas se dupliquen cada cuatro años.

Por último, el sector comercio genera aproximadamente el 13% del empleo total del país y que crece a una tasa del 5.5% anual. Esto señala que este sector tiene una alta capacidad de absorción de mano de obra.

Considerando lo anterior es lógico pensar que PRODESARROLLO considere como una forma de estimular el comercio de bienes agroindustriales de la zona cafetera, la creación de una SCI, la cual, de acuerdo con el régimen legal vigente, permite que se conviertan a corto plazo en núcleos generadores de producción especializada de productos conservados y transformados.

CAPITULO II - SOCIEDADES DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL

2.1 Definición

En Colombia las Sociedades de Comercialización Internacional son organismos que se dedican a la comercialización de bienes nacionales producidos por sus propios socios o adquiridos a terceros, ó a la representación de los productores nacionales a nivel internacional en desarrollo de contratos previos, celebrados con ellos, por lo que cuentan con un gran poder de negociación que les permite penetrar en los mercados externos con un mejor conocimiento de los mismos.

El amplio radio de acción con que cuentan, gracias a las facultades que les otorgó la ley, permite que se les catalogue como un conjunto de soluciones que atienden las transacciones externas con un mayor poder de negociación y competencia frente a los grandes esquemas transnacionales, a la vez que realicen funciones empresariales, directivas y reguladoras dentro del panorama nacional de producción.

Jurídicamente las Sociedades de Comercialización Internacional se definen en el Artículo 1 del Decreto 2874 de 1980 como "empresas nacionales o mixtas que tienen por objeto la comercialización de productos colombianos en el exterior, ya sea producidos o fabricados por sus socios o por terceros".

Entre sus actividades las Sociedades de Comercialización Internacional, SCI, podrán también importar bienes e insumos para fabricar productos exportables y abastecer el mercado interno, debiendo en todo caso ser el valor de tales importaciones menor al valor de las exportaciones por año.

La empresa se considerará nacional si el capital de los socios colombianos es de más del 80% y mixta, si tales aportes fluctúan entre el 51 y

el 80% del capital social total.

2.2 Naturaleza Jurídica

Por disposición legal (Artículo 2 de la Ley 67 de 1979 y 3 del Decreto 2874 de 1980) las SCI, pueden tener el carácter de personas naturales o jurídicas, pudiendo en este último caso adoptar cualquiera de las formas previstas en el Código de Comercio, es decir, organizarse como Sociedad Anónima de Responsabilidad Limitada, Colectiva, etc., según el esquema que más se ajuste a sus necesidades específicas.

No existe pues ninguna exigencia sobre la naturaleza social de la empresa, aunque sí se requiere del reconocimiento que como Sociedad de Comercialización Internacional le otorga PROEXPO (a través de la Junta de Comercializadoras) para funcionar como entre exportador y gozar de los incentivos y líneas de crédito especialmente dirigidos a este tipo de sociedades.

2.3 Objeto

Cualquiera que sea el esquema legal adoptado, la Sociedad Comercializadora deberá en todo caso, dar cumplimiento a los siguientes objetivos:

- a. Racionalizar la producción exportable.
- b. Planificar, consolidar y tecnificar el proceso de comercialización internacional.
- c. Obtener un mayor nivel de penetración y competitividad en el mercado internacional.
- d. Consolidar la oferta exportable en especial, la de la pequeña y mediana industria.
- e. Desarrollar otras labores inherentes a la comercialización tales como la venta y promoción de productos en el exterior, asistencia

técnica, financiera y comercial a los productores, control de calidad, transporte, aprovisionamiento de materia prima, etc.

2.4 Reconocimiento (Ver Anexo No. 6)

Si la S.C.I., reúne los siguientes requisitos puede solicitar que sea reconocida como tal por PROEXPO, enviando la solicitud pertinente a la "Junta de Comercializadoras". Tales requisitos son:

- a. Si es persona jurídica adoptar cualquiera de los cánones señalados en el Código de Comercio.
- b. Tener un capital pagado de \$ 30'000.000.
- c. Dirigir su actividad básicamente a la exportación.
- d. Incluir dentro de su razón social la sigla S.C.I.

2.5 Vigilancia

Reconocida como "Comercializadora Internacional" toda empresa exportadora quedará sometida a los sistemas de control y vigilancia que para ellos estableció la "Junta de Comercializadoras de PROEXPO", quien examinará el funcionamiento de la sociedad, evaluará sus exportaciones, el cumplimiento de sus objetivos, etc..

Con este propósito la Secretaria de la Junta llevará un registro de las exportaciones y del cumplimiento de los compromisos de crédito y de reintegro, los cuales les serán suministrados por la Subdirección Financiera de PROEXPO en forma permanente.

Dicha "Junta de Comercializadores" está integrada por representantes del Ministerio de Desarrollo Económico, PROEXPO, INCOMEX y la División General de Aduanas.

2.6 Funciones

Una vez constituida y operando, la S.C.I., desarrollará básicamente las siguientes funciones:

2.6.1 Diversificadora:

Busca aumentar las líneas de exportación, contribuyendo a eliminar la dependencia del país, de un solo producto, no tanto monocultivo como por la monoexportación.

2.6.2 Incrementar canales de distribución:

Se pretende que la comercializadora, aprovechando sus contactos con el exterior conecte los mercados externos con los productos nacionales y USA, aumentando así las líneas de comercio exterior algo restringidas actualmente.

2.6.3 Funcionamiento:

Con capital propio o con empréstitos otorgados a la sociedad y a sus socios por fuentes locales (Ej.: PROEXPO) o externas, la comercializadora podrá canalizar recursos hacia los productores miembros para la importación de la materia prima requerida, la exportación de sus productos o la adquisición de bienes de capital.

2.6.4 Almacenamiento y transporte:

Son las funciones más importantes dada su incidencia sobre el costo de comercialización (pueden aumentarlo o disminuirlo considerablemente). La S.C.I., puede obtener rebajas en fletes, adelantando gestiones ante las Compañías Marítimas. El servicio adicional de bodegaje debe prestarse a nivel nacional y en las zonas de influencia del mercado externo para lograr una mayor eficiencia y cumplimiento en las entregas.

2.6.5 Información y Marketing:

Estudios de mercados interno y externo y otros aspectos relacionados con la comercialización.

Externos. Tendencias del mercado por precios, sobre restricciones a la importación, demanda de productos, clientes potenciales, incorporación de productos de otros países, sistemas especiales de comercialización, hábitos de consumo, etc..

Internos. Tiempo necesario para que la producción satisfaga una demanda específica, comercio mayorista, métodos de compra-venta, proceso de flujo de los productos a comercializar, investigación de reglamentos locales.

2.6.6 Promoción de importaciones:

Consiste en la participación del organismo comercializador en la exploración y consecución de los recursos básicos requeridos en la producción del bien exportable, cuyo costo de producción en otros países es relativamente menor que en el país. Se extiende también a la consecución de maquinaria y equipo, aprovechando el conocimiento del mercado externo.

Promoción de producción. Como consecuencia de los estudios de mercado, la S.C.I., se halla en capacidad de indicar a los productores de terminados bienes que pueden tener un alto grado de aceptación en el mercado externo. Su labor en este caso, se encamina a analizar la capacidad instalada de las unidades productoras para conocer quiénes pueden satisfacer aquella demanda potencial y promoverla.

Promoción de exportaciones. Acudiendo por sí misma o en representación de los productores a las licitaciones internacionales y ofreciendo los productos directamente.

2.6.7 Transferencia de tecnología: (Asistencia Técnica):

Por sus investigaciones la S.C.I., conoce las características y necesidades de los productos en el mercado externo, por lo cual puede contratar y suministrar luego los servicios de asistencia técnica en líneas de calidad, empaque y adaptación de tecnología moderna que coadyuven a la presentación del producto.

2.6.8 Exportación directa:

La S.C.I., adquiere los productos en el mercado interno, consolida la oferta exportable y hace la transacción con el importador extranjero.

2.6.9 Seguros:

Con el fin de cubrir los riesgos comerciales y extraordinarios que perjudiquen el comercio internacional, la S.C.I. puede contratar los servicios de una aseguradora que para el caso colombiano, será la "Compañía Aseguradora La Unión". Las primas con ella suscritas serán pagadas en un 100% por PROEXPO, según el Artículo 192 del Decreto 444 de 1967.

2.7 Incentivos

1. Exoneración de gravámenes de importación para insumos, materias primas y demás mercancías manufacturadas que se utilicen en la elaboración de bienes a exportar, así como también la maquinaria y equipo que ha de utilizarse en la producción de los mismos.

Según el Artículo 172 del Decreto 444 de 1967 las materias primas pueden introducirse al país exentas de depósito, licencia de importaciones, aranceles, impuesto del 1.5% para el Fondo del Café, y 5% para PROEXPO; siempre y cuando se empleen exclusivamente en la fabricación del producto destinado a la exportación.

Para tales efectos se requiere la celebración de un contrato de importación entre el gobierno y la empresa exportadora o el empresario productor, sujeto a las siguientes condiciones:

- a. Comprobación de haber obtenido crédito en moneda extranjera para las referidas importaciones, préstamos del Fondo de Fomento de Exportaciones y prefinanciación de exportaciones por los establecimientos de crédito del país.
- b. Compromiso de prestar ante la Aduana respectiva, fianza bancaria de una Compañía de Seguros u otra garantía satisfactoria por el doble de los derechos que graven la importación.
- c. Garantía satisfactoria para asegurar la reexportación de la materia prima o de otros insumos que siendo de prohibida importación no se hayan usado en los fines estipulados. La garantía equivaldrá por lo menos a 5 veces el valor de tales elementos.

- d. Clara especificación de los productos que se proyectan exportar, indicando la parte de ellos que corresponda a insumos de producción nacional.
- e. Compromiso de llevar libros especiales de cuenta corriente en especie, registrados en la Cámara de Comercio.
- f. Compromiso de absorber en la fabricación de los productos de exportación aquellos insumos de origen nacional que técnica y económicamente resultan utilizables.
- g. Obligación de presentar informes a la Superintendencia de Comercio Exterior o a otras oficinas que indique el gobierno sobre la manera como se está cumpliendo lo pactado en el contrato.

A su turno, la maquinaria y equipo se podrán importar exentos de los mismos gravámenes si se destinan exclusivamente y en su totalidad a la elaboración de artículos destinados a la exportación, hasta que alcancen el 90% de su valor de depreciación.

Este beneficio se extiende a terceros que produzcan bienes que se consuman totalmente en la fabricación de bienes exportables (destinación indirecta) siempre y cuando el contrato se suscriba conjuntamente con el empresario que proyecte la importación y el tercero fabricante. Uno y otro serán solidariamente responsables.

2. Draw-back o devolución de los derechos de importación para las mercancías que habiendo sido importadas con el lleno de los requisitos legales se utilizaron totalmente en la elaboración de productos exportables.

Este derecho deberá ser ejercitado dentro del año siguiente a la respectiva exportación y podrá ser cedido por el exportador al respectivo fabricante del producto.

3. Reintegros: El CAT diferencial que se recibe por cada exportación puede ser utilizado tanto por las S.C.I., como por los productores que vendan a éstas sus artículos.

Deducciones: del impuesto sobre la renta gravable de la SCI, puede deducirse una cuantía igual a la diferencia del impuesto a las ventas pagado por los productos adquiridos - el valor FOB de las exportaciones.

Devolución: si se ha pagado impuesto a las ventas por insumos utilizados en el bien exportable, la Dirección Nacional de Impuestos, devuelve el valor pagado.

4. Las S.C.I., podrán utilizar las agencias comerciales y diplomáticas del país en el extranjero quienes recogerán toda la posible información sobre mercados, precios, etc., y la reportarán directamente a la empresa o a través de PROEXPO.

5. Capitalización a través de ganancia ocasional: Con el propósito de fomentar la capitalización de las S.C.I., el gobierno a través del Artículo 6o. del Decreto 2874 de 1980 ha estimulado a los contribuyentes para que inviertan el 80% de la ganancia ocasional proveniente de la venta de sus activos fijos en dichas sociedades.

Para efectos de la aplicación de dicho artículo el Ministerio de Hacienda expidió el Decreto Reglamentario 2595 de 1979, entendiéndose realizada la inversión en el caso de capital, cuando se suscriban las nuevas emisiones de acciones, cuotas o partes de interés social de la sociedad beneficiada.

La prueba de tal inversión será un escrito del contribuyente en el que señale Notaría, Número y Fecha de la escritura correspondiente a la reforma de capital, acompañados de un Certificado de la Cámara de Comercio en que conste su inscripción.

6. Adquisición de bodegas en el exterior: se busca que la SCI, cuente con una infraestructura adecuada para el mantenimiento permanente de inventarios que le permitan llegar en forma oportuna al mercado internacional. La Sociedad interesada en adquirir o construir bodegas en el exterior debe solicitar al Departamento Nacional de Planeación la aprobación de la inversión de acuerdo a las normas de este organismo.

La información en este caso consta de tres partes:

- a. Características del inversionista colombiano. Aporte, monto y forma de financiación.
- b. Características de la inversión en el extranjero:
 - 1) País sede de la inversión.
 - 2) Composición del capital después de realizada la inversión.
 - 3) Préstamos y pagos anuales.
 - 4) Información sobre inversiones colombianas.
- c. Anexos del proyecto.

7. Exportaciones en consignación: Las S.C.I. pueden realizar este tipo de exportaciones y el INCOMEX será el encargado de estudiar las solicitudes correspondientes.

La Sociedad debe acreditar al INCOMEX que tiene un consignatario en el exterior, un comprador o una bodega; y este organismo podrá otorgar un plazo hasta de dos años para la realización de la exportación.

Los reintegros se harán en la medida en que los productos se vendan en el mercado internacional donde están depositados y en los términos que señale el Banco de la República. PROEXPO podrá financiar esta clase de negociaciones.

Con estos incentivos se pretende garantizar la competitividad internacional de la gestión de la Sociedad y asegurar la rentabilidad de su operación.

2.8 Ventajas

1. Incremento de las reservas internacionales por flujo de divisas provenientes de las exportaciones.
2. Consolidación de la oferta exportable a nivel nacional, lo que se traduce en satisfacción de las necesidades de los importadores externos.
3. Mayor aprovechamiento de conocimientos técnicos sobre áreas de mercado, movimiento de bienes y servicios, vinculación de recursos humanos, control de calidad, etc..
4. Fácil contratación de expertos cuya eficiencia se ampliaría a todas las empresas que reciben los servicios de la S.C.I. Se favorece así la producción racional al llevar al mercado productos competentes.
5. Interconexión con el Estado aprovechando la actual orientación del crédito y los incentivos oficiales a la exportación.
6. Mayor acceso al crédito debido a su capital, al volumen de sus transacciones y a las garantías ofrecidas.

7. Coordinación de la producción y la exportación para evitar des-
fases y lograr especialización.
8. Diversificación de productos y de mercados.
9. Mejoramiento de la estructura de las empresas productoras, pues
la S.C.I. dada la visión que tiene del mercado externo puede colaborar con
su organización y financiar su instalación.
10. Se asegura el suministro regular de materia prima.
11. Se reducen los costos unitarios pues la demanda de productos se
canaliza y hace que las empresas productoras, especialicen su producción.

Entonces el costo unitario baja y mejora la situación competi-
va externa del producto.

12. Se traslada el valor agregado al exterior aprovechando al máximo
la producción nacional y haciendo menores sus costos.

2.9 Líneas de Crédito

El Fondo de Promoción de Exportaciones (PROEXPO) dispone de una serie
de recursos destinados directamente a la financiación de las comercializa-
doras internacionales, los cuales por disposición de la Junta Directiva de
dicho organismo se han canalizado en tres grandes líneas, así:

2.10 Capital de Trabajo

2.10.1 Objeto:

Financiar hasta el momento en que se exporten los gastos de capi-
tal de trabajo necesarios para obtener el producto a exportar.

2.10.2 Definición:

Se entienden como gastos de capital de trabajo:

- a. Pago por concepto de los productos que se proyecta exportar.
- b. Pagos en que incurra la comercializadora para elaborar y terminar el producto a exportar.
- c. Pagos por salarios del personal necesario para desarrollar el proceso de comercialización.
- d. Gastos de comercialización en el exterior.

2.10.3 Condiciones del crédito:

- a. Monto: hasta 90% del valor semestral a exportar.
- b. Plazo: 6 meses, susceptible de ser ampliado, si se solicita prórroga justificada, un mes antes del vencimiento.
- c. Interés: 19% anual pagadero por trimestres anticipados. El intermediario financiero no puede cobrar otros costos.
- d. Aprobación. La da el Comité de Crédito de PROEXPO según programa de exportación presentado por la Sociedad al Departamento de Crédito, previa solicitud del intermediario financiero.

- e. Redescuento Banco República. Interés del 16% anual, pagadero por trimestre anticipado. El margen del redescuento será del 90% del valor del crédito.
- f. Garantía. Bancaria de la institución a través se realiza la operación.

2.10.4 Compromisos de la S.C.I.:

- a. Demostrar que ha generado divisas con certificados de reintegro provenientes de la exportación financiada equivalente al 111% del valor de cada préstamo.
- b. Expedir al momento de adquirir la mercancía exportada un "Certificado de Compra" al productor, certificando el compromiso de exportar el producto descrito dentro de los seis meses siguientes a la fecha de adquisición en original (para el productor) y 3 copias (PROEXPO, JUNTA DE COMERCIALIZADORES y SOCIEDAD).
- c. Remitir semestralmente a la subdirección financiera y a la Junta de Comercializadoras las copias que correspondan al Fondo.

2.10.5 Sanción:

Si la S.C.I no exportó en seis meses, se suspende el acceso a las líneas de crédito por un año desde que el Fondo comunique el incumplimiento a la sociedad, que puede antes pedir ampliación del plazo para exportar demostrando la propiedad de los bienes.

2.10.6 Documentación:

La Sociedad solicitará el préstamo al intermediario financiero adjuntando:

- a. Copia del certificado de reconocimiento como Sociedad Comercializadora, expedido por la Secretaria de la Junta de Comercializadoras.
- b. Número de registro de exportador "INCOMEX".
- c. Plan de exportaciones que requiere la financiación (producto, cuantía, país de destino).
- d. Fotocopia de la declaración de renta (último año).
- e. Documentos que acrediten las exportaciones realizadas o proyectadas.

2.11 Inversión de Activos Fijos

2.11.1 Objeto:

Financiar los proyectos íntimamente relacionados con la comercialización de productos exportados así como con el capital de trabajo estructural, relacionados con costos de apertura de filiales o subsidiarios nacionales o internacionales.

2.11.2 Definición:

Se entienden como costos de apertura:

- a. Maquinaria y equipo necesarios para terminar y elaborar el producto a comercializar.
- b. Instalaciones y equipo de transporte para la distribución.
- c. Bodegas para almacenamiento de la mercancía en el interior o fuera del país.

2.11.3 Condiciones del crédito:

- a. Monto: Hasta el 90% del valor del proyecto de comercialización pero sin exceder de 60 millones por proyecto.

La Junta Directiva del Fondo podrá aumentar el crédito o adicionarlo.

- b. Plazo: Hasta 8 años contados a partir de la fecha de suscripción del pagaré.

Si hay varios desembolsos en todo caso a partir del primero.

Habrá lugar a prorrogar este plazo si se solicita su ampliación, un mes antes del vencimiento del mismo.

- c. Interés: 14% anual pagadero por trimestres anticipados. El interés por mora equivaldrá a dos veces el corriente bancario más comisión del aval que cobra la entidad de crédito que actúa como garante.
- d. Aprobación: La concede la Junta Directiva previa recomendación del Comité Financiero quien analizará:

- 1) Contribución al empleo de mano de obra nacional.
 - 2) Generación de divisas por exportación.
 - 3) Situación de los mercados externos.
 - 4) Eficiencia en campos de transporte y comercialización.
 - 5) Participación de la exportación en el total de ventas.
 - 6) Carácter de la nueva empresa.
 - 7) Efectos sobre la distribución del ingreso.
- e. Garantía: pagará a favor de PROEXPO suscrito por el beneficiario del crédito, el cual será avalado por un intermediario financiero de primera categoría, aceptado por el Fondo.

2.11.4 Compromisos de la S.C.I.:

La Sociedad debe demostrar al Fondo que cumplió los compromisos adquiridos, ejecutó el proyecto de exportación y realizó los reintegros de divisas al Banco de la República.

2.11.5 Sanción:

Si el beneficiario del crédito incumple, se cargará el saldo insoluto del crédito en la cuenta corriente que el Intermediario Financiero, que actuó como avalador tiene en el Banco de la República. Además se suspende el acceso al crédito por un año.

2.11.6 Documentación:

La Sociedad solicita el crédito directamente a PROEXPO presentando un estudio de factibilidad que contenga:

- a. Descripción general de la empresa.
- b. Análisis económicos y de mercados.
- c. Situación Financiera (Balance, Inventarios, etc.)

La Junta Directiva toma la decisión y comunica la respuesta al interesado por carta.

El beneficiario dispone entonces de 90 días contados a partir del día en que se le comunicó la decisión para adjuntar los siguientes documentos:

- a. Escritura de Constitución y Reformas de la Compañía autenticadas por una Notaría.
- b. Fotocopia del certificado de Libertad del inmueble objeto del proyecto de financiación con vigencia de seis meses.
- c. Certificado de la Cámara de Comercio donde conste la constitución de la empresa, sus reformas, domicilio, duración, capital, representante legal.
- d. Acta de la Junta Directiva de la Sociedad en la que se autorice al Gerente o al representante legal para suscribir el pagaré con PROEXPO. La firma consignada en el Acta se autenticará en una Notaría.
- e. Carta del exportador a PROEXPO señalando el intermediario financiero que avalará el crédito (Ver anexo No.4)
- f. Carta de la entidad de crédito, aceptando el aval y autorizando al Banco de la República el cargo en cuenta corriente

del capital y los intereses pactados con PROEXPO (Ver anexo).

- g. Certificado de la Superintendencia Bancaria sobre la existencia legal del Banco Avalador, así como la indicación del representante o Gerente del Banco Avalador, autorizado ante PROEXPO para firmar el aval.

Desembolso: Formalizada la documentación y firmado el pagaré, el desembolso se hace a través del Banco de la República, mediante abono a la cuenta corriente del Intermediario Financiero. Si el dinero se invierte en el exterior se debe presentar al Fondo la autorización de Planeación Nacional y 30 días después la S.C.I., debe presentar a PROEXPO comprobantes que registren en giro al exterior y certificado de la Oficina de Control de Cambios respectivo.

2.12 Inversión de Capital

2.12.1 Objeto:

Fomentar y estimular la creación de S.C.I., financiando la inversión de capital que las personas naturales o jurídicas deseen efectuar para constituir nuevas sociedades o aumentar el capital de las ya existentes.

2.12.2 Condiciones de crédito:

- a. Monto: Hasta el 50% de la inversión que se proyecta realizar sin exceder de \$ 5 millones por socio.
- b. Plazo: Hasta cinco años.

- c. Intereses: 14% anual. No incluye costos de la garantía que corren por cuenta del beneficiario.
- d. Aprobación: La da la Junta Directiva, previo concepto del Comité Financiero de PROEXPO una vez estudiados.
- 1) Proyecto de financiación e inversión a apoyarse.
 - 2) Programa anual de exportaciones que se proyecta adelantar, acompañado de los contratos de suministro celebrados con los productores.
 - 3) Estudio de mercados del producto exportable.
 - 4) Estado financiero de la S.C.I. y de los socios que solicitan el crédito (Balance, Flujo de Caja, Pérdidas y Ganancias, etc.).
- e. Garantía: Bancaria o satisfacción de PROEXPO.

2.12.3 Compromisos de la S.C.I.:

El socio que reciba la financiación de PROEXPO debe presentar dentro de los 3 días siguientes al desembolso un certificado suscrito por el Revisor Fiscal en donde conste el valor de los aportes efectuados y/o aumento de capital.

El capital pagado debe corresponder mínimo a 2 veces el crédito otorgado.

En 30 días debe presentar copia de la inscripción como S.C.I. dada por la Junta de Comercializadores de PROEXPO.

En 45 días escritura de aportes o aumento de capital y certificado de la Superintendencia de Sociedades, sobre el registro del capital pagado.

2.13 Definición Contractual Referente a los Sistemas Especiales de Importación-Exportación

Uno de los incentivos que otorgó PROEXPO a las Sociedades de Comercialización Internacional, fue el de poder suscribir contratos de importación de materia prima, insumos, maquinaria y equipo necesarios para la producción del bien exportable.

Este incentivo sin embargo no se restringió a las S.C.I., sino que se cumplió a las personas naturales o jurídicas que tengan el carácter de empresas productoras para disposición del Decreto 992 de 1981 del Ministerio de Desarrollo Económico.

En efecto, la citada disposición regula todo el régimen contractual pertinente a la importación de los ítems citados, de acuerdo al régimen anteriormente establecido por el Decreto 444 de 1967 en sus artículos 172 y siguientes, facultando a los productores de los bienes a exportar a suscribir dichos contratos de importación exentos del pago de los derechos arancelarios y demás gravámenes corrientes. La S.C.I. deberá en todo caso suscribirlos conjuntamente con el productor, garantizando que la exportación de los artículos producidos se realizará dentro de los seis meses siguientes.

Este tipo de contratos se podrán celebrar también cuando el empresario productor o exportador suscriba contratos de manufactura o suministro con empresarios en el exterior.

Si el contrato de importación suscrito recae sobre maquinaria y equipos, estos deberán utilizarse totalmente en la producción del bien exportable hasta que alcancen el 90% de la depreciación.

El Decreto 992/81 hace también referencia a los contratos de "nacionalización y reexportación" que sean necesarios de suscribir cuando las materias primas o insumos importados quieran ser nacionalizados por el importador o cuando los productos fabricados con ellos no llegaren a exportarse dentro del plazo acordado.

CAPITULO III LAS S.C.I. FRENTE AL DESARROLLO AGROINDUSTRIAL EN LA ZONA CAFETERA

Teniendo en cuenta las consideraciones de los capítulos I y II y de acuerdo con los propósitos trazados por el Fondo de Promoción de Exportaciones PROEXPO, para el período 79-82, para lo cual el Congreso Nacional expidió la Ley 67/79 y los Decretos Reglamentarios, a través de los cuales se establecen las pautas de constitución y funcionamiento de las SCI y teniendo en cuenta también los propósitos del Programa de Desarrollo a través de su Unidad de Promoción y Desarrollo Agroindustrial, se considera que el esquema societario señalado en el capítulo precedente podrá racionalizar la producción originada en la zona cafetera, desarrollar las unidades agroindustriales requeridas para dinamizar la economía en la zona y ser el mecanismo más adecuado para el conocimiento de mercados nacionales y externos.

La agroindustria tal como se conceptualiza en el Capítulo I, permite producir un gran impacto sobre la generación de ingresos.

A manera de ejemplo, las agroindustrias norteamericanas de harinas y otros productos de los molinos de granos, por cada dólar vendido generaban a corto plazo US\$2.38 de ventas en los restantes sectores de la economía. Por otro lado, la economía, a corto plazo, multiplicaba las ventas totales 3.68 veces en relación a las ventas directas a esta agroindustria. Además, las ventas directas a los molinos de arroz multiplicaban a corto plazo las ventas de la economía en 3.2 veces y las ventas directas a los molinos de maíz se multiplicaban 3.76 veces en la economía^{1/}. Siguiendo con el ejemplo y si consideramos las ventas inducidas por los productos

^{1/} Lauschner, R. Agroindustria y desarrollo económico. 1975. p. 135.

agrícolas norteamericanos que pasan por la agroindustria, se verifica a corto plazo que las ventas totales de la economía, generadas por los molinos de harina y otros productos de granos, son 11.23 veces superiores a las ventas de los agricultores; las generadas por los molinos de arroz son 4.39 veces superiores a las ventas de los agricultores y que las ventas a corto plazo generadas por los molinos de maíz son 7.78 veces superiores a las ventas del producto rural.

El efecto multiplicador de la agroindustria es mayor que el que puede ser cuantificado directamente, porque incrementa el valor medio de los salarios regionales, provoca iniciativas económicas que no resultan del efecto multiplicador y mantiene gran parte del capital que antes era invertido fuera de la región.

Lauschner, R.^{2/}, cita el siguiente ejemplo sobre el impacto de la agroindustria en la multiplicación del ingreso y el empleo para una región de Estados Unidos: "Al considerar el empleo generado por la agroindustria, a corto, mediano y largo plazo, reparemos lo siguiente en la Región de Oklahoma, en Estados Unidos: el sector de procesamiento agrícola multiplica su empleo directo siete veces en la economía en el corto plazo; 24 veces en el plazo mediano y 6 veces en el plazo largo. Es superado solamente por el sector de industrialización de petróleo. Su gran impacto sobre el empleo contrasta con el sector de construcción, que en el plazo corto multiplica 3 veces su empleo directo, en el plazo mediano 8 veces y, en el plazo largo, 3 veces. Una misma inversión genera 100 empleos en el sector de procesamiento agrícola, 40 empleos en el sector de maquinaria, 53 en el sector de otras manufacturas y 80 en el sector de construcción. En otras palabras, la inversión que crea más empleos, con un mismo costo social, es la hecha en el sector de procesamiento agrícola y, consecuentemente, en el sector de agroindustrias".

^{2/} Lauschner, R. op. cit. p. 29.

Considerando el efecto a corto y largo plazo de una misma inversión en todos los sectores de la economía norteamericana y no solamente en algunos sectores o en alguna región determinada se constata que es el sector agroindustrial el que después de la industrialización del petróleo impacta más en el ingreso y empleo de la economía norteamericana y concluye:

- a. Son las inversiones en la agroindustria las que más dinamizan el complejo agrícola y el desarrollo económico por unidad de inversión.
- b. No es la eliminación de los cuellos de botella en el complejo agrícola lo que dinamiza el desarrollo del mismo, sino la industrialización del producto agrícola.
- c. Los países subdesarrollados, en lugar de reivindicar un precio mejor de exportación de los productos primarios (que podrían pasar del precio de un dólar hasta dos dólares) deberán sacar provecho de la oportunidad de industrializar internamente su producto agrícola (y pasar de un dólar de ventas a más o menos 24.6 dólares).
- d. Los países subdesarrollados encuentran en la agroindustria la unidad productiva que exige menores inversiones y menos ahorro para provocar el mismo efecto en la economía y en el empleo que los restantes sectores.
- e. Sin la industrialización del producto agrícola, sin el desarrollo del complejo agrícola y aumentando al mismo tiempo la exportación de productos primarios agrícolas, los países del Tercer Mundo van cavando cada vez más su dependencia y su subdesarrollo

en la medida que incrementan la producción agrícola. Esto por que transfieren al exterior la mayor parte de la generación del ingreso y del empleo del complejo agrícola. Tomando un caso extremo, constatamos lo siguiente: Estados Unidos, en 1967, por 100 dólares que pagaba a los exportadores del algodón (o sea, a los productores primarios), generaba el valor 5.000 en las industrias textiles y el valor 25.000 en la economía norteamericana. En otras palabras, multiplicaba el valor de un dólar de producto primario 50 veces en la industria rural y 250 veces en la economía.

- f. El desarrollo agrícola en los países en desarrollo exige que las inversiones en el complejo agrícola estén orientadas a:

-inversión en la agroindustria y posteriores industrializaciones del producto agrícola; inversión en el sector de insumos agrícolas; inversión en el sector de producción agropecuaria e inversión en la distribución del producto agrícola.

Los planteamientos anteriores respaldan las acciones tendientes a inducir las inversiones en ^{UNIDADES} ciudades agroindustriales y empresas de comercialización. Esto último lo sustenta el capítulo IV. Además, de lo señalado, la agroindustria tiene un impacto importante en el producto agrícola porque densifica económicamente los productos agropecuarios aumentando así el nivel tecnológico de una región o país. Aumenta el 50% y más el valor del producto agrícola sin incrementar su peso y volumen, aumentando las exportaciones regionales y nacionales, disminuye los costos de transporte y exporta además el producto, salarios, ganancias, arriendos, impuestos; transfiriendo así al exterior los costos de fortalecimiento del desarrollo regional logrando también un efecto multiplicador del ingreso y del empleo.

La agroindustria produce, además impactos en la productividad agrícola, en la mejora de calidad del producto (ejemplo mora en Fruvercafe), centraliza y agiliza las decisiones económicas, promueve la investigación, reduce los costos de almacenamiento, entre otros.

Lograr el establecimiento de agroindustrias implica para el Programa de Desarrollo grandes problemas de implementación si ésta se realiza promoviendo unidades agroindustriales independientes y no integrándolas a través de una gestión empresarial como se señaló en el Capítulo I.

Además, es necesario centralizar la decisión para lograr la canalización de recursos que permitan realizar inversiones tanto a nivel del sector productivo como a nivel de las unidades agroindustriales, lo mismo que aquellas inversiones requeridas para captar los mercados nacionales y los mercados externos.

Los autores consideran que paralelamente a los estudios e identificación de áreas agroindustriales en la zona cafetera, que realiza la Unidad de Promoción y Desarrollo Agroindustrial de PRODESARROLLO, podría decidirse la creación de una o más S.C.I que permita integrar la producción, la agroindustria alimentaria y el mercado nacional o internacional para lograr los efectos anteriormente señalados.

En el capítulo siguiente se propone una alternativa de tipo estructural que será complementado con el diagnóstico que actualmente se realiza por la Unidad, la cual puede seguirse como acción que no afecte, como hasta ahora no lo han afectado, el trabajo de la Unidad.

CAPITULO IV PROPUESTA DE DISEÑO DE UNA ESTRUCTURA PARA LA EJECUCION Y PROMOCION DE PROYECTOS AGROINDUSTRIALES VINCULADOS A LAS EXPORTACIONES Y AL MERCADO NACIONAL

A pesar de las ventajas que le ha otorgado la Ley a las SCI, pueden verse afectadas en su creación y funcionamiento por una serie de problemas dentro de los cuales pueden destacarse los siguientes:

1. La creación precipitada de la sociedad con el ánimo de explotar o aprovechar situaciones de oportunidad, sin que medien estudios previos sobre su organización, financiamiento, radios de acción, etc., lo que ha originado como consecuencia una falta de confianza por parte de los productores en ellas, y pérdidas que incluso las pueden llevar a su liquidación definitiva.
2. No poseer la capacidad financiera adecuada, así como los canales de información y personal capacitado para ejercer la gestión comercializadora.
3. La falta de infraestructura general especialmente en las áreas de almacenamiento, conservación de alimentos perecederos y transportes, éste último en el ramo marítimo, lo que ocasiona un gran aumento en los costos de exportación entorpeciendo por ende la labor comercializadora y disminuyendo la competitividad del producto en el extranjero en términos de costos.
4. El incumplimiento por parte de los abastecedores nacionales en cuanto a la calidad y cantidad de los productos solicitados.

5. La ausencia de una prioridad de metas y prioridades de exportación que impide al ente comercializador identificar sus principales acciones.
6. La carencia o falta de reconocimiento de su importancia por parte de los planes y programas de desarrollo, lo que en términos de incentivos y apoyo estatal se trasluce en falta de políticas eficaces de integración de los sectores público y privado.
7. La existencia de barreras proteccionistas impuestas a menudo por los otros países para la protección de sus propias industrias.
8. El incumplimiento por parte de los importadores en los pagos convenidos, en las cantidades acordadas, etc., que no es de poca ocurrencia como parece pensarse.
9. En el caso de los alimentos a menudo se desconoce su manejo, sean como productos frescos o elaborados. Esto acarrea pérdidas de productos y lo que es peor de mercados y prestigio.

Teniendo en cuenta las consideraciones anteriores y basados también en la decisión de la Dirección de PRODESARROLLO, los autores consideran que la mejor alternativa actual para la creación de una SCI sería la de transformar a COMERCAFE en una SCI que es la alternativa considerada en este capítulo.

4.1 Requisitos Previos o Supuestos de Funcionamiento

Considerando los antecedentes anteriormente expuestos, es conveniente indicar que todo ente jurídico que pretenda transformarse en una SCI, analice aspectos que puedan denominarse como requisitos previos o su-

puestos de funcionamiento para dicha Sociedad, con los cuales se evitarían, o por lo menos se harían menos gravosas las situaciones ya comentadas^{1/}.

Los requisitos son los siguientes:

1. El diseño de estructuras alternativas que sean dinámicas, integradoras, empresariales y claramente definidas en cuanto a su propiedad.
2. La identificación clara de los componentes de la estructura (variables principales): financiación, actividades, estructura legal, criterios de administración, integración comercial con empresas socios y con terceros, entre otros.
3. La presencia de una verdadera agilidad administrativa que se manifieste en menos burocracia y más simplificación de los trámites y documentos en general.
4. La Garantía de la seriedad de los importadores y del cumplimiento de los productores.
5. La investigación de los mercados para la formulación de estudios de factibilidad concretos debe estar basada en una adecuada planeación, organización y supervisión de productos y embarques experimentales de exportación y pruebas de mercado.

Los resultados de los estudios de factibilidad actuales a nivel nacional e internacional dejan casi invariablemente:

^{1/} En este Capítulo se han tomado elementos de FAO, González, G. et. al., MICEI, UNCTAD-GATT, Víctor Brunner y del Proyecto CCI RLA 2014 financiado por el Gobierno de Holanda en Quito.

- a. La inseguridad acerca de la factibilidad práctica de la empresa ya que los hallazgos y datos de costos y utilidades, usualmente no están en íntima relación con la realidad de la producción y el mercado, elemento con el cual tendrán que enfrentarse tanto productores como empresas de comercialización tan pronto ejecuten el proyecto^{2/}.
 - b. Falta de continuación o al menos un espacio de tiempo de masiado prolongado antes de que se pueda disponer de cualquier producto para el mercado.
 - c. Falta de reconocimiento de un status del mercado de exportación para los productos, asumiendo inclusive que unos pocos embarques experimentales bastan para crear interés comercial.
6. Hay procedimientos definidos y probados para la planeación, organización y supervisión de producción, embarques experimentales de exportación y pruebas de mercado; sin embargo, antes de realizarlos es conveniente que:
- a. Se haya realizado una selección preliminar de productos de exportación, tomando como base la producción aparente y los potenciales de mercado.
 - b. Se hayan seleccionado los mercados o se haya reunido toda la información básica en lo que se refiere a temporada del

^{2/} La conclusión más importante a que llegó la Conferencia del Comité General del Programa Cooperativo Industrial de la FAO en Ginebra, Marzo 30 de 1971, dice: "En el área de mercados y mercadeo se cree que las agencias de la ONU deberían evitar el tipo de estudio practicado hasta ahora por ser costoso y porque indica pérdida de tiempo; debería más bien traer desde el principio de los estudios aquellos que tengan experiencia en mercados y mercadeo, los cuales en últimas se encargarían de la ejecución".

producto, requerimientos en cuanto a calidad y empaque, pre cios, condiciones de acceso al mercado, métodos de distribu ción, transporte al mercado, etc..

- c. Se hayan hecho arreglos provisionales con algunos importado res y distribuidores sobresalientes en estos mercados a fin que induzcan las pruebas de consumidores que sean necesarias.

4.2 Actividad a seguir

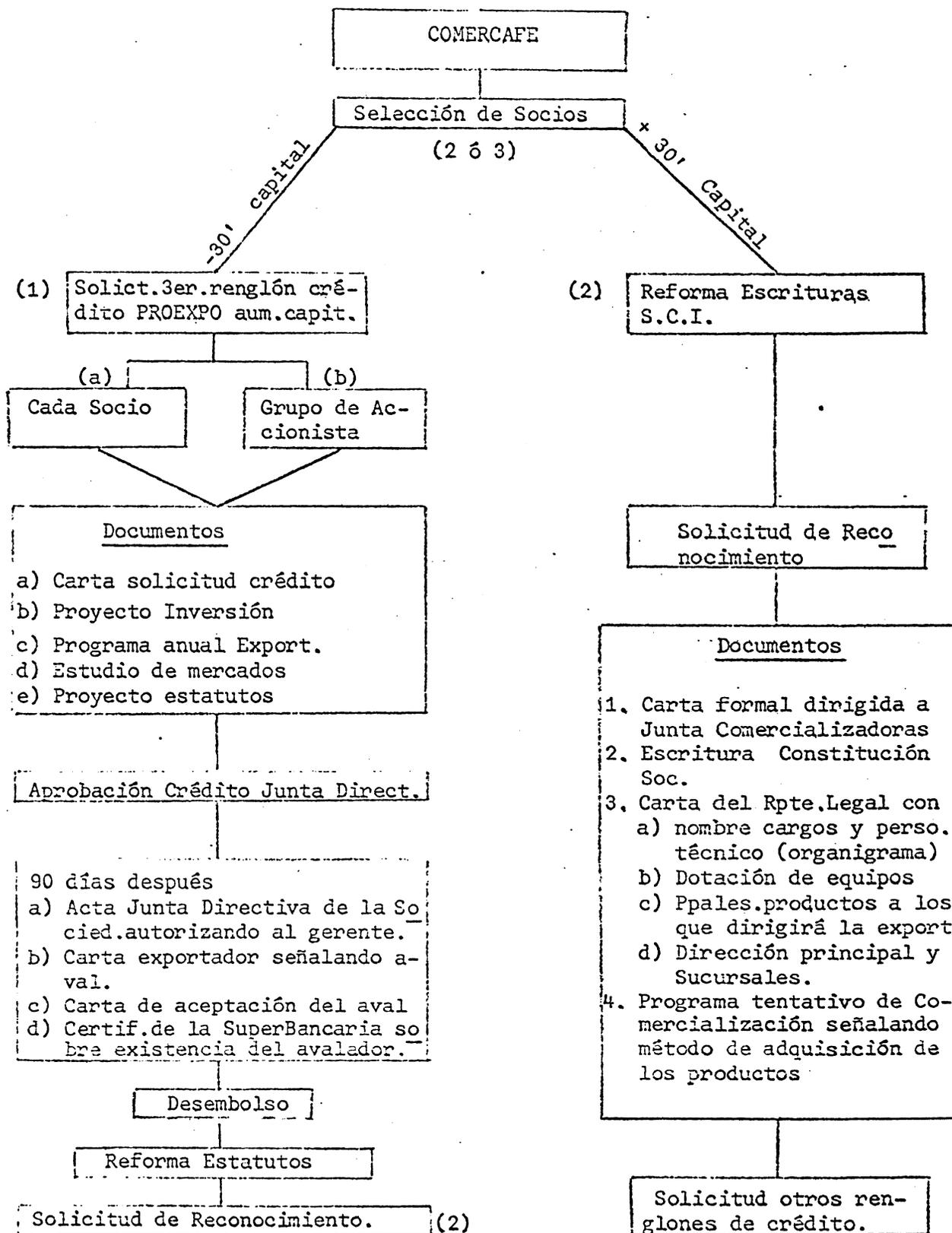
4.2.1 Selección de nuevos socios:

A pesar de que COMERCAFE cuenta entre sus socios con 5 Co mités Departamentales de Cafeteros (Cundinamarca, Santander, Norte de San- tander, Risaralda y Quindío), la Central de Cooperativas del Tolima, CENCOTOL y el Ingenio Panelero Totoró S.A., para efectos de la obtención de cualquiera de las líneas de crédito de PROEXPO (mencionadas en el capítulo anterior) sólo existen tres socios, ya que los citados comités constituyen un sólo socio denominado "Federación Nacional de Cafeteros", pues carecen de personería jurídica para obligarse y son tan sólo organismos internos o admi nistrativos de la Federación de Cafeteros.

En consecuencia, se hace necesario la selección de al me- nos tres nuevos socios, quienes al vincularse a la Sociedad y realicen sus aportes aumentarán el capital social actual de \$24 millones. Dichos aportes podrán igualar o superar el requisito legal de \$30 millones de capital paga- do, o no hacerlo; situaciones ambas que se presentan en el Gráfico No. 1.

En el primer caso, es decir, cuando el valor de los apor- tes no alcanza a completar un capital pagado de \$ 30 millones, se hará nece sario solicitar la financiación precisa para aumentar el capital a ese va- lor. En el segundo caso, cuando dicho tope mínimo se supera se procederá entonces a solicitar el reconocimiento de la Sociedad como Comercializadora Internacional ante la Junta de Comercializadoras de PROEXPO.

Gráfico No. 1



Los nuevos socios potenciales serían:

- COFRIAL
- COPORACION FINANCIERA DE ORIENTE
- COMPAÑIA FORESTAL DEL CAUCA (CORFORESCA)
- VEDESCOL
- MERCAFE y CDC (cuando sean eliminadas las actuales restricciones).

4.2.2 Venta de la idea a los socios actuales y a los nuevos socios:

Por lo considerado en el punto anterior, es necesario realizar acciones tendientes a:

- Informar a los socios actuales de COMERCAFE sobre la necesidad y las posibilidades que se tienen para que esta empresa se convierta en una SCI.
- Dar a conocer a los potenciales nuevos socios los beneficios de la SCI no solamente desde el punto de vista de la comercialización y los mercados potenciales para los productos de ellos, sino como un instrumento de promoción y desarrollo agroindustrial.

4.2.3 Solicitud de crédito para aumento de capital:

Escogidos los socios y acordados los aportes que cada uno de ellos hará a la sociedad, los cuales no son suficientes para llevar el capital social a \$ 30 millones o más, se procederá a gestionar individualmente o en forma conjunta por el grupo de accionistas, el aumento de capital que "COMERCAFE" requiere para convertirse en Comercializadora Internacional, solicitando para tal efecto el tercer renglón de crédito que PROEXPO ha creado para financiar la inversión de dinero que las personas

naturales o jurídicas deseen efectuar para constituir nuevas sociedades o aumentar el capital de las ya existentes.

Cada uno de los socios podrá canalizar un préstamo de \$5 millones, equivalente al 50% de la inversión que proyecte realizar en la Sociedad, siempre y cuando eleve la solicitud del mismo al Departamento Comercial de PROEXPO, Secretaría de la Junta de Comercializadoras en forma individual o con el grupo de accionistas, adjuntando en cualquiera de los dos casos la siguiente documentación:

1. Solicitud formal del socio(s) (Ver Anexo No. 1).
2. Proyecto de inversión y financiación de la Comercializadora Internacional que recibirá la inversión y la justificación.
3. Programa anual de exportaciones de la S.C.I., en el cual se proyecte invertir el capital, acompañado en lo posible de los contratos de suministro celebrados con las empresas productoras de los artículos a exportar.
4. Estudio de mercados para los productos que la Comercializadora piensa exportar, en donde se mencionen las posibilidades de los bienes colombianos (Ver Anexo No. 2).

Aprobada la solicitud de crédito para aumentar el capital social de "COMERCAFE" la Sociedad dispone de 90 días a partir de la fecha en que se haya comunicado la respuesta, para presentar los documentos que se citan a continuación y lograr el correspondiente desembolso:

1. Proyecto de Estatutos y Escritura de Constitución con las reformas a realizar.

2. Acta de la Junta Directiva de la Sociedad, autorizando ampliamente al Gerente o Representante Legal para suscribir el pagaré con PROEXPO. La firma se autorizará en Notaría (Ver Anexo No. 3).
3. Carta del exportador dirigida a PROEXPO señalando el intermediario que evaluará el crédito (Ver Anexo No. 4).
4. Carta de la entidad de crédito aceptando el aval (Ver Anexo No. 5).
5. Certificado de la Superintendencia Bancaria sobre la existencia legal del Banco Avalador, así como la indicación del representante o Gerente del Banco, autorizado para firmar el respectivo aval ante PROEXPO.

4.2.4 Reforma a la Escritura de Constitución:

Obtenido el préstamo de PROEXPO para aumentar el capital social, se procederá entonces a realizar la reforma de la Escritura de Constitución de la Sociedad en los siguientes puntos:

1. Nombre o razón social
2. Objeto social
3. Capital social y aporte de cada uno de los socios
4. Aumento del número de socios

Nombre: El numeral primero de la escritura de constitución podría quedar así:

"La sociedad será de responsabilidad limitada, de naturaleza mercantil de nacionalidad colombiana y girará bajo la razón social de "COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE PRODUCTOS AGRICOLAS CAFETEROS LTDA" que podrá igualmente usar la sigla COMERCAFE LTDA., S.C.I."

Objeto Social: El numeral cuarto de la citada escritura podría quedar así:

"El objeto principal de la sociedad será la comercialización de productos colombianos en el exterior, preferencialmente provenientes de las zonas cafeteras, sean o no perecederos".

Para este efecto, la sociedad podrá coordinar y planificar las labores de producción de los productores que exporten a través de ellas, así como realizar otras labores pertinentes a la comercialización, tales como la venta y promoción de los productos en el extranjero, asistencia técnica y financiera a los socios o a terceros productores, control de calidad, almacenamiento, transporte y suministro de materias primas e insumos necesarios, pretendiendo en todo caso consolidar la oferta exportable y lograr un mayor nivel de penetración y competitividad en el mercado internacional. Podrá también la sociedad dedicarse al abastecimiento interno de supermercados, a la distribución de productos agrícolas y pecuarios provenientes de la zona cafetera, en mercados tradicionales y especializados, a la compra y distribución de productos especiales (azúcar, sal, granos, huevos, etc.) y a la comercialización de frutas y verduras de las mencionadas regiones cafeteras. La sociedad para cumplir su objetivo podrá abrir y organizar supermercados y establecimientos de comercio propios o asociarse o participar en la creación de los mismos, con aportes de capital y de conformidad con lo que en cada caso apruebe la Asamblea General de Socios.

En desarrollo del objeto de la sociedad podrá comprar y vender bienes muebles e inmuebles en el país o en el extranjero, tomarlos y darlos en arrendamiento, importar y exportar productos agropecuarios, tomar dinero en préstamo a interés, celebrar toda clase de operaciones con instituciones financieras y establecimientos de crédito, abrir cuentas corrientes bancarias y en general celebrar cualquier contrato y ejecutar cualquier acto lícito de comercio de los que se relacionan directamente con el objeto social y que no estén expresamente prohibido en los estatutos o en las decisiones de la Asamblea General de Socios o de la Junta Directiva.

Como puede observarse este trámite resulta algo extenso, debido primordialmente al hecho de que "COMERCAFE" es una Sociedad de Responsabilidad Limitada, y como tal debe -según las normas del Código de Comercio- pagar todo su capital en el momento de constituirse o de reformar sus escrituras. Por esta razón debe en primer término obtener el desembolso de dinero aprobado en el crédito de PROEXPO, realizar el aumento de capital y reformar luego su escritura de Constitución.

En consecuencia, resulta a todas luces más rápido y efectivo, adoptar la segunda posibilidad que registra el gráfico de la página 39, es decir aumentar el capital social de "COMERCAFE" alcanzando un valor superior a los \$ 30 millones, de tal suerte que se pueda obviar esta etapa crediticia de aumento de capital.

4.2.5 Solicitud de reconocimiento como S.C.I.:

Si la vinculación de los nuevos socios trae como resultado un aumento de capital que supere el mínimo legal exigido para que una Sociedad funcione como Comercializadora Internacional, "COMERCAFE", podrá contando con un activo superior a los \$ 30 millones directamente, reformar su escritura de constitución (ampliando su objeto social a la exportación, aumentando el número de socios y el capital de la empresa y modificando su razón social), y solicitar luego su reconocimiento como Comercializado Inter-

nacional por parte de la Junta de Comercializadoras de PROEXPO, dado que reúne los objetivos y requisitos que para este logotipo sical exigen los artículos 2 y 3 del Decreto 2874 de 1980 y la Resolución 12 del mismo año de PROEXPO.

Tal reconocimiento se concreta en una inscripción que otorga la Junta mencionada y que da a la comercializadora acceso al régimen especial de crédito antes expuesto.

Los documentos que para tales efectos se requieren son:

1. Carta formal dirigida a la Junta de Comercializadoras de PROEXPO (Ver Anexo No. 6).
2. Escritura de Constitución de la Sociedad.
3. Carta firmada por el Representante Legal señalando:
 - a. Nombre de cargos y personal técnico, acompañado de un organigrama en lo posible.
 - b. Ditación de equipos.
 - c. Principales productos a los que dirigirá sus programas de exportación.
 - d. Dirección de la Oficina Principal y de las sucursales dentro y fuera del país si las tiene.
4. Programa tentativo de comercialización, señalando método de adquisición interna de productos.

Es por lo tanto más recomendable adoptar la segunda posibilidad por las ventajas de rapidez y capacidad económica que trae, dado que al ser mayor el capital, inicialmente pagado, mayor será el monto de los créditos o financiaciones a obtener y mayor será también la capacidad de endeudamiento de la Sociedad que de acuerdo a la Resolución 13 de 1979 de la Junta Monetaria, no podrá exceder de 4 veces el patrimonio líquido social.

4.2.6 Definición de inversiones:

Se recomienda iniciar actividades tendientes a definir el monto de las inversiones que se harían con el aumento de capital (que podrían ser: embarques experimentales y pruebas de mercado con ISOPLAN, dotación, estudio de la estructura financiera de la SCI en sí misma y su relación con los socios y terceros, perfeccionamiento de base jurídica, etc.) y el monto de las inversiones para proyectos específicos que utilizarían la 1a. y 2a. línea descrita en el Capítulo II (podrían ser: fortalecimiento de GOFRIAL, VEDESCOL y Corporaciones Forestales socias, para comenzar. Adicionalmente entrarían los proyectos que se identifiquen en la Unidad de Promoción y Desarrollo Agroindustrial).

(Modelo optativo)

Señores
Fondo de Promoción de Exportaciones
Att.:
Junta de Comercializadoras de PROEXPO
Ciudad

Apreciados señores:

Con el propósito de aprovechar la política de incentivos y el apoyo financiero que ustedes han brindado a las Sociedades de Comercialización internacional, de acuerdo con la Resolución 12 de Noviembre 18 de 1980 expedida por PROEXPO, nos dirigimos atentamente a ustedes a fin de obtener el recibo y trámite de la presente solicitud de crédito, para aumentar el capital de la "Sociedad Comercializadora de Productos Agrícolas Cafeteros-COMERCAFE LTDA", de la cual somos socios los aquí firmantes.

Nuestra Compañía que actualmente se dedica a comercializar productos agrícolas dentro del país, desea ampliar su radio de acción al mercado internacional, transformándose así en una Sociedad Comercializadora Internacional, para lo cual requiere, según el Artículo 3o. del Decreto 2874 de 1980, un capital pagado de mínimo \$ 30'000.000.

Dado que el aporte total de nuestros socios no alcanza el valor inmediatamente señalado, precisamos entonces de un apoyo financiero que nos permita alcanzar dicho requisito legal, para lograr luego el reconocimiento que como Comercializadora Internacional otorgan ustedes.

Por estas razones se hace necesario aumentar nuestro capital social en (cantidad de dinero) a fin de (razón del crédito) hasta 50% de la inversión que se proyecta realizar.

Acompañamos a esta solicitud los siguientes documentos:

1. Proyecto de inversión y financiación de la Comercializadora Internacional y su justificación.
2. Programa anual de exportaciones de la Comercializadora Internacional y los contratos de suministro celebrados con las empresas productoras de los artículos que se comercializarán (si estos últimos son posibles).

(Continúa Anexo No. 1)

3. Estudio de los mercados para los productos que la Comercializadora Internacional proyecte exportar, en donde se mencionan las posibilidades de los bienes colombianos.

4. Estados Financieros de la empresa y de los socios que solicitan el crédito.

Sin otro particular,

Firman Socios Solicitantes

ANEXO No. 2

ESTUDIO DE LOS MERCADOS PARA LOS PRODUCTOS QUE LA S.C.I.

PROYECTA EXPORTAR

Los aspectos generales de dicho estudio podrán ser:

1. Definición del producto estudiado.
2. Objetivos y alcance del estudio.
3. Acceso.
4. Posibilidades a largo y corto plazo, perspectivas y problemas para los exportadores del país.

Importaciones del país objeto:

1. Estadísticas
2. Relación con otros productos de interés

Producción Nacional:

1. Estadísticas de la producción anual durante los últimos cinco años en función de cantidad y valor.
2. Configuración de la industria.
3. Factores de insumo en la producción.

Consumo

1. Estadísticas (cuadro)
2. Previsiones

(continúa Anexo No. 2)

Acceso al mercado

Análisis de demanda

Precios y cotizaciones

Canales de distribución

Transporte.

ANEXO No. 3

Bogotá, fecha

Hoy a las _____ horas del día _____ se reunió en la Sede de la Oficina Principal la Junta Directiva de la Sociedad Comercializadora, con el propósito de informar a dicha sociedad que la Junta Directiva de PROEXPO, aprobó el día _____ el crédito que a ella se había solicitado para aumentar el capital social de la empresa en (suma de dinero _____).

En atención a esa decisión, los integrantes de esta Junta Directiva, han acordado por unanimidad autorizar ampliamente al Gerente de la Sociedad Dr. _____ (o al Representante Legal _____) para suscribir el respectivo pagaré con PROEXPO, a fin de respaldar el crédito obtenido.

Dado en _____ a los _____ días de _____

El Presidente _____

El Secretario _____

El Gerente o Representante

Legal autorizado _____

(Firma autenticada en Notaría)

ANEXO No. 4

Señores
FONDO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES
Att.:
Departamento de Cartera
La Ciudad

Apreciados señores:

Para cumplir con los requisitos señalados por ustedes, les autorizamos para abonar en nuestra cuenta corriente No. _____ del (Banco o Corporación), el producto neto del pagaré por el préstamo otorgado en virtud de la Resolución 12 de 1980 J. D., según Acta No. _____ de fecha _____.

En igual forma les comunicamos que las entidades de crédito que avalarán la operación serán las siguientes: (Razón social y valor avalado por cada una).

Atentamente,

Exportador
Firma y Sello

ANEXO No. 5

Señores
FONDO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES
y/o BANCO DE LA REPUBLICA
La Ciudad

Apreciados señores:

Con la presente confirmamos a ustedes que respaldamos, por aval, el pagaré, contrato y obligaciones contraídos por _____ hasta la suma de _____ (\$ _____) del crédito otorgado por el Fondo de Promoción de Exportaciones PROEXPO en virtud de la Resolución 12 de 1980 J.D..

En consecuencia, autorizamos al Banco de la República para que cargue en nuestra cuenta corriente las cuotas por capital e interés a sus vencimientos o por incumplimiento de cualquiera de las obligaciones contraídas en el mencionado crédito.

Atentamente,

Banco Avalador
Firma y Sello

ANEXO No. 6

(Modelo optativo)

Señores
FONDO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES
Att.:
Junta de Comercializadoras de PROEXPO
La Ciudad

Apreciados señores:

Atentamente nos dirigimos a ustedes con el propósito de solicitar y obtener de su corporación el reconocimiento e inscripción de la "Sociedad Comercializadora Internacional de Productos Agrícolas - COMERCAFE Ltda." como Sociedad de Comercialización Internacional, dado que nuestra compañía cumple los objetivos y reúne los requisitos que para este tipo de empresas, establecieron los artículos 2 y 3 del Decreto-Ley 2874 de 1980.

"COMERCAFE LTDA" es en efecto, una Sociedad Comercializadora de responsabilidad limitada, creada mediante Escritura Pública No. 2475 de mayo 8 de 1981, registrada en la Notaría 4a. de Bogotá el día 16 del mismo mes y año, cuenta con un capital pagado de _____ y su actividad primordial como empresa nacional es la exportación de productos agrícolas cafeteros.

Es nuestro interés funcionar de acuerdo al régimen señalado por ustedes en la Resolución 12 de 1980 y gozan de los beneficios que para este tipo de empresas otorgó el Decreto-Ley 2874 del mismo año.

Atentamente,

Presidente Sociedad o Gerente

Socios



