



Centro de Aprovechamiento
de Acuerdos Comerciales

ENLACES

NARIÑO

Oportunidades y retos
para el aprovechamiento de los
acuerdos comerciales

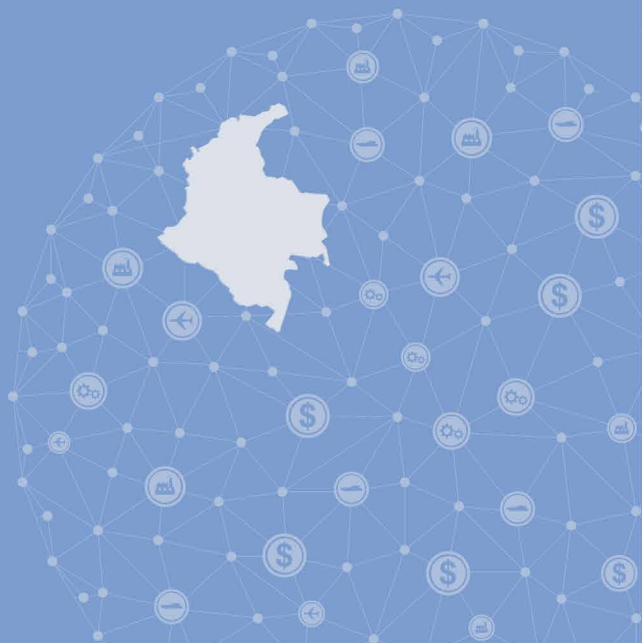


MINCIT



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

ENLACES



Centro de Aprovechamiento
de Acuerdos Comerciales

Director Comité Editorial:
Eduardo Muñoz

Coordinadora Comité Editorial:
Nadia Rocha

Editores Comité Editorial

Edith Aristide
Juliana Cabrera
Alvaro Espitia
Doris Jurado
Elvin Rincón
Nadia Rocha
Rafael Suarez

Diseño y diagramación:
SRAV Estudio Creativo Audiovisual Ltda.

PRÓLOGO

En el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, promovemos el desarrollo del aparato productivo colombiano. Para lograrlo tenemos tres metas. 1. Fortalecer el aparato productivo del país. 2. Promover la internacionalización de los sectores de la economía. Y 3. Potenciar el desarrollo regional productivo sostenible.

Esta última meta requiere que nuestras regiones saquen el mejor provecho a los acuerdos comerciales suscritos por el país con distintas economías del mundo.

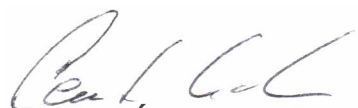
Para motivarlas, por medio del Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales – CAAC, llevamos a cabo 11 jornadas regionales, que tuvieron lugar en Neiva, Pereira, Valledupar, Pasto, Yopal, Barranquilla, Cali, Medellín, Bucaramanga, Santa Marta y Bogotá.

Este documento reúne tanto los trabajos preparatorios, como los elaborados durante la jornada de interacción con los empresarios en Nariño, y el análisis posterior del CAAC. Incluye además recomendaciones con acciones concretas que permitan a la región superar las limitaciones que impiden exportar sus productos. El ejercicio cubre los tres macro sectores de la actividad productiva: Servicios, Agricultura y Agroindustria, y Manufactura.

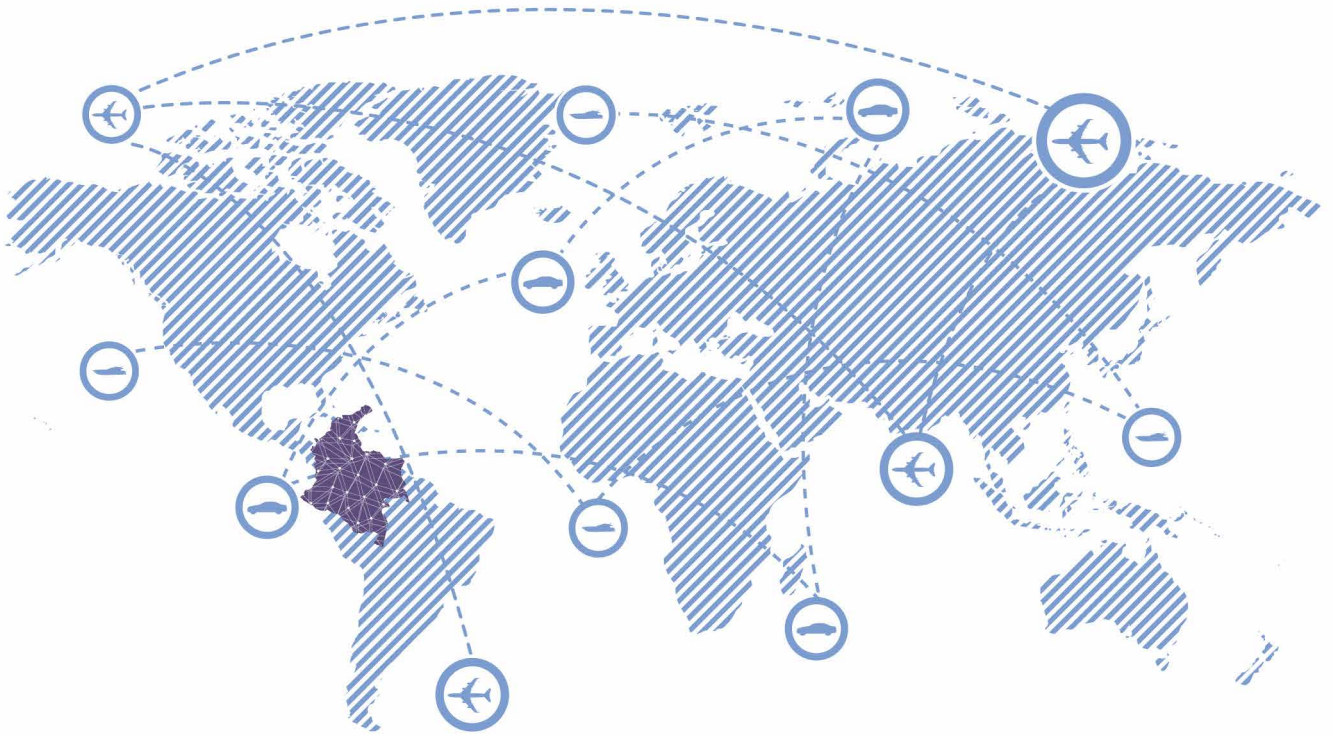
La situación de Nariño, vistas sus características de productividad, competitividad, actividad exportadora e interés frente a los acuerdos comerciales, es objeto de este documento, que hace particular énfasis en las limitaciones y dificultades para la actividad comercial y los objetivos exportadores regionales, y las posibles maneras de superarlos.

Insto a las autoridades, organismos regionales, así como al pujante empresario regional, a que se apropien del proceso y lo pongan en marcha. Cuentan para ello con el apoyo de este Ministerio y de sus entidades: Proexport, Bancoldex, el Programa de Transformación Productiva y el Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales.

Con ustedes construiremos un país con paz, con educación, con equidad.



CECILIA ÁLVAREZ-CORREA GLEN
MINISTRA DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO



CONTENIDO

PRÓLOGO	3
I. LA POLITICA COMERCIAL COLOMBIANA: DEL ACUERDO AL APROVECHAMIENTO	6
A. Antecedentes y Contexto	7
B. El Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales (CAAC)	8
II. DIVERSIDAD PRODUCTIVA CONCENTRACIÓN DE EXPORTACIONES Y REGIONALISMO	9
A. Colombia: Qué Produce y qué Exporta	10
B. Jornadas Regionales	12
III. DESEMPEÑO ACTUAL DE NARIÑO	14
A. ¿Qué Produce?	15
B. ¿Qué tan Competitivo es?	15
C. ¿Qué Exporta?	17
D. ¿A Qué le Apuesta?	18
IV. NARIÑO Y LOS ACUERDOS COMERCIALES: ANÁLISIS SECTORIAL	19
A. Sector Servicios	20
B. Sector Agropecuario y Agroindustrial	23
C. Sector Manufactura-Industria	36
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	45

LA POLÍTICA COMERCIAL COLOMBIANA: PROYECCIÓN HACIA LOS MERCADOS INTERNACIONALES

La liberalización, la interdependencia y la globalización progresivas de las economías y los mercados evidenciaron la necesidad de modificar el enfoque de las políticas productivas y comerciales vigentes durante los años setentas y ochentas. Ese enfoque, centrado en visiones proteccionistas y en una integración regional basada en la sustitución de las importaciones dio paso al regionalismo abierto.

A partir de 1991, Colombia inició un proceso de liberalización de la economía y el mercado, a través de, entre otros, la suscripción e implementación de **acuerdos comerciales** con sus principales socios, a fin de brindar certidumbre y seguridad jurídica a los actores y agentes económicos.

En este contexto, los acuerdos comerciales negociados por el país deben ser vistos como autopistas sobre las que fluyen los intercambios comerciales. Por tanto, lo esencial no es su construcción, sino su **aprovechamiento**. Reconociendo la necesidad de contribuir a dinamizar aún más los flujos de exportaciones como fuente de crecimiento económico y bienestar social, surge el **Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales (CAAC)** por decisión del gobierno nacional.



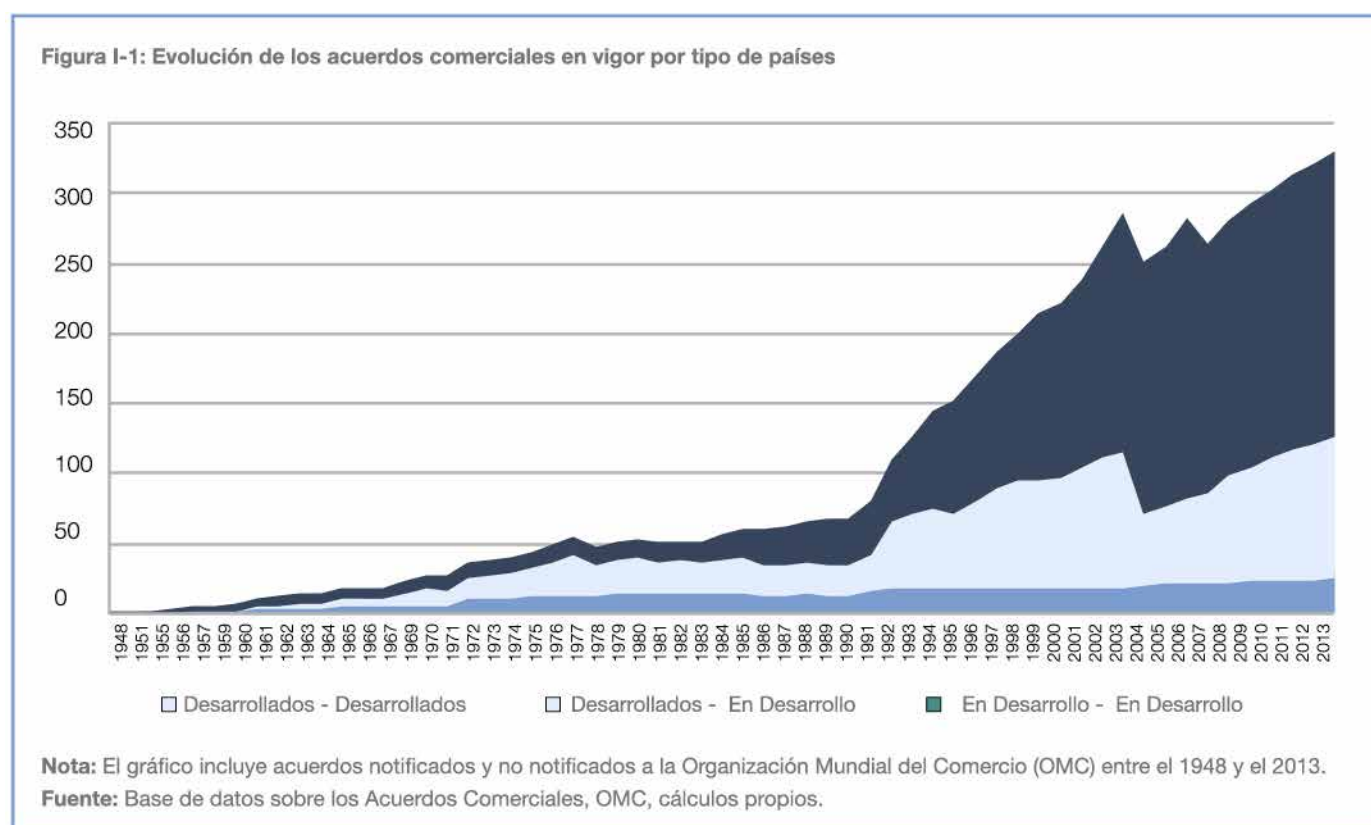
A. Antecedentes y Contexto

La concertación de acuerdos comerciales en el mundo se ha incrementado notablemente. En 1990 el número de acuerdos comerciales era de casi 70; para 1995, la negociación de este tipo de acuerdos se había duplicado y en el 2013 casi se había quintuplicado, llegando a un total de 330 acuerdos.

La negociación de acuerdos comerciales es un fenómeno global. De los 330 existentes en el 2013,¹ sólo 25 fueron negociados entre países desarrollados, 101 entre países desarrollados y en desarrollo, mientras que la gran mayoría (204) fue negociada entre países en desarrollo. La Figura I-1, muestra como la negociación de acuerdos entre países en desarrollo ha tenido un crecimiento continuo: en 1970, el 33% del total de ellos se consolidaba entre países en desarrollo, mientras que actualmente esta cifra alcanza el 60%. Lo anterior demuestra que la dinamización de los flujos comerciales por la vía de los acuerdos comerciales, además de ser un fenómeno global, dista de ser exclusiva de países desarrollados.

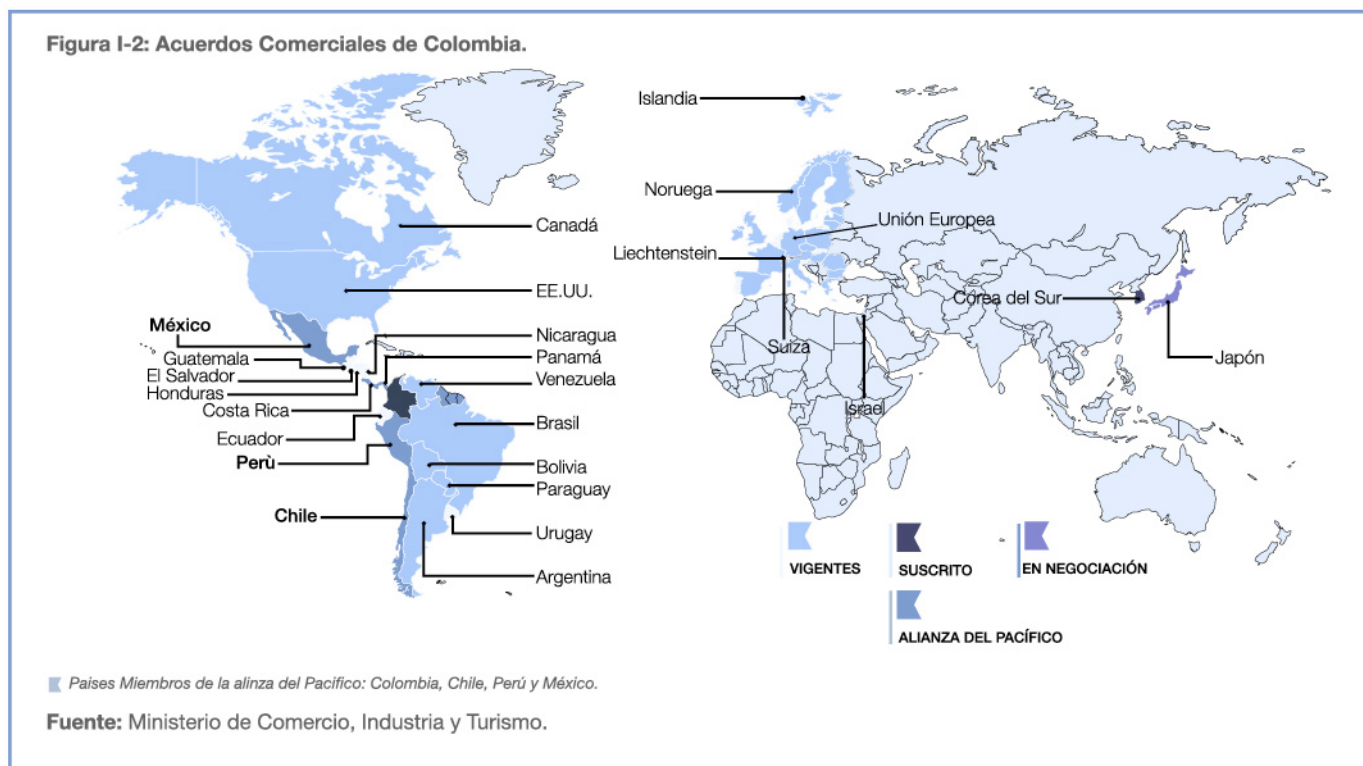
En desarrollo de la política comercial mencionada, Colombia ha conformado una red de 15 acuerdos comerciales con más de 50 países del mundo, que le brindan acceso potencial a más de 1.400 millones de consumidores. El análisis de dicha red (ver Figura I-2) evidencia un acceso consolidado al continente americano,² y a Europa Occidental que comprende el mercado de la Unión Europea y la Asociación Europea de Libre Comercio. En el medio Oriente, se ha suscrito el acuerdo con Israel y se adelanta negociaciones con Turquía. En Asia, a su turno, Colombia tiene un acuerdo suscrito con la República de Corea y desarrolla negociaciones con Japón. La mayoría de los 13 acuerdos vigentes brinda acceso preferencial en bienes y servicios, salvo los suscritos con Mercosur, Venezuela, Cuba y Nicaragua, que sólo incluyen bienes.

El proceso de internacionalización busca no solamente un acceso preferencial y estable en el largo plazo para los productos y servicios colombianos, sino también una mayor inserción y posicionamiento en las cadenas globales de valor. Actualmente la



1. Incluye acuerdos notificados y no notificados a la OMC durante este periodo.

2. Acuerdo comercial con México, Triángulo Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras), CAN (Bolivia, Ecuador y Perú), Canadá, Estados Unidos, CARICOM (Comunidad del Caribe), MERCOSUR (Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay), Venezuela, Cuba y Nicaragua.



producción en el mundo es mucho más especializada y para producir un bien final, se utiliza bienes intermedios y servicios de distintos orígenes. Esta característica muestra una interesante oportunidad para el desarrollo económico de sectores de Colombia en la integración a cadenas productivas, mediante la producción de bienes intermedios o la prestación de servicios conexos a distintas industrias que ofrecen productos finales.

B. El Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales (CAAC)

Creado en Agosto de 2013 en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el CAAC constituye un mecanismo de apoyo al sector empresarial para ayudarlo a construir la capacidad necesaria para aprovechar eficientemente los acuerdos comerciales que el país tiene en vigor.

Con este objetivo, el CAAC ha diseñado dos procesos de acercamiento a la realidad del empresario a nivel regional; un primer proceso tiene por objeto identificar y comunicar los bienes y servicios con mayor potencialidad en los mercados internacionales con acuerdos. El otro proceso busca des-

cubrir las dificultades que impiden a los empresarios participar en el proceso de exportación y definir mecanismos que conduzcan a su solución. Esta labor requiere la participación de varios actores: en la primera etapa se ha contado con aliados estratégicos en el sector privado y público, tales como las Cámaras de Comercio, la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Bancoldex, Proexport y el Programa de Transformación Productiva. La etapa de ejecución e implementación de medidas requerirá la participación no solamente del sector público a nivel nacional, regional y local sino también del propio sector empresarial y de la academia.

En la primera etapa de labores del CAAC, se trabaja en dos frentes: primero, por oferta, dando continuidad a las acciones emprendidas previamente para el aprovechamiento del acuerdo con Estados Unidos, y en la atención de cuatro mercados priorizados: Unión Europea, Canadá, la Asociación Europea de Libre Comercio y la República de Corea;³ segundo, por demanda, cuando los sectores acuden al Centro para buscar conjuntamente el aprovechamiento de acuerdos comerciales diferentes a los priorizados.

3. Los mercados priorizados han sido seleccionados según: la importancia del mercado en términos de demanda (importaciones de dichos mercados representan más del 50% de las importaciones mundiales), y por el alto poder adquisitivo de dichos mercados.

II. DIVERSIDAD PRODUCTIVA CONCENTRACIÓN DE EXPORTACIONES Y REGIONALISMO

Es relevante identificar las oportunidades y desafíos del país en términos de lo que cada región puede potenciar y exportar de acuerdo con su estructura productiva, competitividad y vocación. Para lograr este objetivo, el CAAC diseñó y llevó a cabo un programa de **jornadas regionales**, con la participación de los empresarios y fuerzas vivas de cada región, mediante **diálogos constructivos**.

Antes de entrar en los detalles específicos de las regiones, resulta esencial considerar la situación de Colombia en términos de comercio exterior. A continuación, en la primera sección, se describirá las exportaciones del país, la **concentración exportadora** por regiones y la **producción de servicios**. En la segunda sección se expondrá el enfoque del ejercicio de las jornadas regionales.

A. Colombia: Qué Produce y qué Exporta

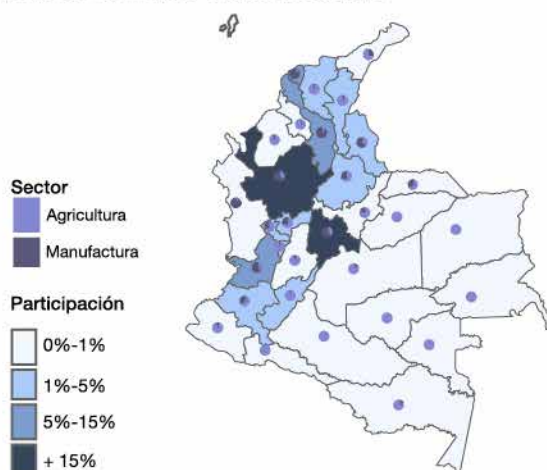
Colombia se caracteriza por la diversidad de sus regiones, las cuales presentan innumerables ventajas para la producción de bienes y servicios. Sin embargo, en términos de comercio exterior, dicha diversidad resulta más bien limitada, pues existe una alta concentración no sólo en el tipo de bienes que se exporta, sino también en el número de regiones que efectivamente están aprovechando sus condiciones para ofrecer productos a los mercados internacionales.

En el 2013, aproximadamente el 50% de las exportaciones totales de Colombia, (\$58,8 mil millones de dólares), provenían de Arauca, Casanare y

Meta, principales regiones productoras de petróleo. Las exportaciones no-minero energéticas sumaron \$16,3 mil millones de dólares, representando menos de un tercio (28%) de las exportaciones totales.

Aproximadamente el 79% de las exportaciones nacionales no minero-energéticas está concentrado en 5 departamentos (ver Figura II-1). Cundinamarca y Antioquia representan alrededor del 50% de las exportaciones nacionales, con una participación del 27,22% y 21,39%, respectivamente, seguidos por Valle del Cauca (12%), Bolívar (9,7%) y Atlántico (8,3%).

Figura II-1: Concentración exportaciones no minero-energéticas, 2013



Agricultura/Agroindustria				Manufacturas			
	Exportaciones (miles de dólares)	Participación %	Posición (sobre 28)*		Exportaciones (miles de dólares)	Participación %	Posición** (sobre 31)
Cundinamarca	1.558.595	23,69%	1	Cundinamarca	2.883.651	29,61%	1
Antioquia	1.283.750	19,51%	2	Antioquia	2.206.158	22,65%	2
Valle del Cauca	692.522	10,53%	3	Bolívar	1.454.676	14,94%	3
Caldas	468.495	7,12%	4	Valle del Cauca	1.259.759	12,93%	4
Magdalena	442.077	6,72%	5	Atlántico	1.206.212	12,38%	5
Huila	358.825	5,45%	6	Caldas	204.595	2,10%	6
Risaralda	323.335	4,91%	7	Risaralda	149.281	1,53%	7
Cauca	222.951	3,39%	8	Norte de Santander	123.607	1,27%	8
Santander	211.944	3,22%	9	Cauca	103.644	1,06%	9
Quindío	203.359	3,09%	10	Santander	80.306	0,82%	10
Subtotal	5.765.853	87,63%		Subtotal	9.671.889	99,30%	
Resto de Departamentos	813.558	12,37%		Resto de Departamentos	67.965	0,70%	
Nacional	6.579.410			Nacional	9.739.855		

Nota: *Caquetá, Putumayo, Guaviare y Guainía no reportaron exportaciones de bienes agropecuarios en 2013. ** Vichada no reporta exportaciones de bienes manufacturados durante 2013.

Cundinamarca incluye Bogotá DC.

Fuente: DANE, Exportaciones departamentales. Cálculos propios.

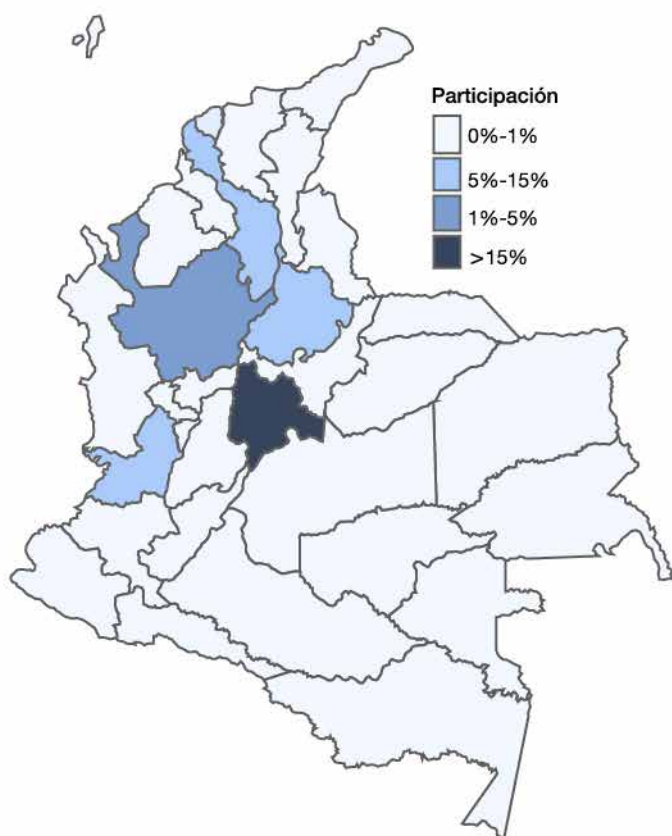
En contraste, 18 de las 32 regiones del país muestran participaciones menores al 1% de las exportaciones nacionales en 2013, siendo los niveles más bajos los de Caquetá, Guainía, Putumayo, Vichada y Guaviare.

En la Figura II-1, se observa las exportaciones diferenciadas por sector (agrícola-agroindustrial y manufacturero) y se nota una especialización de las regiones en determinado tipo de bienes: Caldas, Magdalena, Huila, Risaralda y Cauca tienen una vocación principalmente agrícola, exportando en manufacturas la mitad o menos de lo que exportan en bienes agropecuarios y agroindustriales. En contraste, Norte de Santander y Atlántico exportan principalmente bienes manufacturados. Por último, Cundinamarca, Valle del Cauca y Antioquia, aunque están posicionados entre los primeros cuatro exportadores de bienes agropecuarios o manufacturados a nivel nacional, tienen una vocación principalmente manufacturera, con exportaciones en este último sector de casi el doble respecto al agrícola y agroindustrial.

Con respecto a servicios, dada la falta de datos de exportaciones a nivel departamental, se utilizó la participación de los servicios transables producidos por cada región sobre el Producto Interno Bruto nacional como proxy para la potencialidad exportadora de servicios a nivel regional. La Figura II-2 muestra cómo, al igual que para agricultura y agroindustria, y manufacturas, la producción de servicios con potencial exportador está concentrada en pocas regiones. En particular, el 28 % de la producción de servicios transables en el 2012 se encuentra en los departamentos de Cundinamarca (15%), Antioquia (5,3%), Valle del Cauca (4,4%), Santander (1,7%) y Atlántico (1,6%).

La diversidad y disparidad regional y sectorial en términos de participación en el comercio internacional, hacen indispensable que cualquier ejercicio de internacionalización, tome en consideración esas características. Dicha necesidad es más acentuada en el sector de servicios. En particular, la única medición sistemática que se está adelantando es la muestra trimestral de exportación de

Figura II-2: Producción de servicios transables por departamento, 2012



Producción de Servicios Transables			
	Exportaciones (miles de dólares)	Participación %	Posición (sobre 32)
Cundinamarca	49.441	15,05%	1
Antioquia	17.464	14,18%	2
Valle del Cauca	14.392	11,69%	3
Santander	5.455	4,43%	4
Atlántico	5.400	4,39%	5
Bolívar	3.733	3,03%	6
Tolima	2.417	1,96%	7
Boyacá	2.361	1,92%	8
Norte de Santander	2.242	1,82%	9
Córdoba	2.031	1,65%	10
Subtotal	102.905	31,32%	
Resto de Departamentos	20.217	6,15%	
Producción Nacional	23.122	37,48%	
PIB Nacional*	328.533		

Notas: *PIB sin minero-energéticos. Cundinamarca incluye Bogotá DC.

Fuente: DANE, Cuentas Departamentales. Cálculos propios.

servicios, realizada por el DANE, que está agregada a nivel nacional. Por otra parte, las cifras expresadas en la balanza de pagos del Banco de la República no han sido aún ajustadas de acuerdo con las indicaciones de las Naciones Unidas para la generación de estadísticas de comercio internacional de servicios, por lo cual, las cifras que reporta Colombia son muy agregadas para permitir adelantar un análisis a nivel sectorial y departamental.

Ahora bien, el aprovechamiento de los acuerdos comerciales es un proceso que se construye a partir de empresarios, sectores y regiones y para su efectividad se requiere promover transformaciones en cada uno de ellos. Con ese objetivo en mente, las jornadas regionales surgen como una oportunidad para interactuar con los empresarios de cada región, en la búsqueda conjunta de optimizar su participación en los mercados internacionales, en esta ocasión en los mercados priorizados con acuerdo comercial.

B. Jornadas Regionales

Su finalidad es promover en las regiones el aprovechamiento de los acuerdos comerciales. Se trata en primer lugar de compartir con productores y empresarios las oportunidades identificadas por el CAAC en cada región, hacia los mercados priorizados: Unión Europea, Canadá, la Asociación Europea de Libre Comercio y República de Corea, y de establecer las barreras y sus soluciones.

La metodología utilizada para la identificación de las oportunidades⁴ en términos de productos y sectores tomó en consideración no sólo la estructura de la demanda de los mercados priorizados, sino también variables relacionadas con la oferta exportable de la región, tales como producción, inventarios y exportaciones. Por el lado de la oferta, se tuvo en cuenta los productos y cadenas incluidos en las apuestas productivas de la región por los Planes Regionales de Com-

petitividad y en los sectores identificados por el Programa de Transformación Productiva (PTP) a nivel regional. Para el sector de servicios, los resultados encontrados a partir de información de demanda y de oferta, fueron contrastados con otros estudios e informes cuantitativos y cualitativos sobre los principales mercados con acceso preferencial.⁵

Las oportunidades identificadas en el ejercicio fueron caracterizadas en oportunidades de corto (1-3 años), mediano (3-5 años) y largo plazo (más de 5 años). Las de corto plazo se refieren a los productos que ya se exportan a los mercados priorizados y que, con ajustes de la oferta, tienen posibilidad de crecer y potenciar su participación en esos mercados.

Las oportunidades de mediano plazo incluyen los productos que se exportan a algún mercado internacional pero no a los mercados priorizados,⁶ y a los cuales podría exportarse a partir de incrementos de producción o ajustes productivos.

Las oportunidades de largo plazo⁷ abarcan los productos demandados por los países a que se refiere este estudio, que la región no exporta a ningún mercado pero que cuentan con producción y requieren generar oferta exportable o transformar su producción.

El ejercicio de las jornadas regionales se realiza con la participación de empresarios en sesiones de trabajo, en las cuales, con un método de taller y a través de un diálogo constructivo, los empresarios comparten sus inquietudes y expectativas sobre los acuerdos comerciales, así como las limitaciones y obstáculos que impiden o dificultan la exportación. En este marco, la participación de empresarios, académicos, funcionarios públicos y representantes de entidades regionales y nacionales, contribuye a la construcción de un plan de gestión y acción para el aprovechamiento de los Acuerdos Comerciales por parte de cada región.

4. El ejercicio de identificación de oportunidades llevado a cabo por el Centro excluye a los productos minero-energéticos.

5. Para una descripción más detallada y puntual de la metodología ver Anexo A.

6. Oportunidades de mediano plazo también incluyen aquellos productos que no cumplen con todos los criterios de corto plazo de exportación a los mercados priorizados.

7. Para el sector de servicios no existe el largo plazo, ya que a diferencia de los bienes, los servicios no necesitan más de cinco años para empezar a tener resultados.

Las jornadas regionales permiten, además, articular la visión de la política comercial del país a través de los acuerdos comerciales, con las posibilidades de exportación de las regiones de acuerdo con su capacidad productiva, experiencia exportadora y apuestas regionales. Adicionalmente, ayudan a sentar las bases para desarrollar un ejercicio conjunto y dinámico a partir de un compromiso del sector empresarial, las cadenas productivas y demás fuerzas vivas del territorio.

La cuarta Jornada se realizó en Nariño, en la ciudad de Pasto (ver Cuadro II-1), espacio en el cual los productores y exportadores se agruparon en las siguientes cadenas productivas:

- **Sector agrícola/agroindustrial:** lácteos, carne bovina, hierbas aromáticas y agroindustria.⁸

- **Sector manufacturero:** artesanías, cosméticos, textil-confecciones y marroquinería.

- **Sector de servicios:** turismo de naturaleza y una mesa multisectorial que a su vez agrupaba distintos subsectores.⁹

Ahora bien, resulta esencial conocer el estado actual de Nariño en términos de comercio, antes de examinar las oportunidades y desafíos que fueron identificados para los sectores productivos.

Por esto, en las siguientes secciones se expondrá aspectos económicos propios de la región y luego se identificará los datos económicos pertinentes por sector y el resultado de la información construida en las jornadas regionales.

Cuadro II-1: Jornada regional de Nariño: aspectos claves

- Se desarrolló a través de una sesión plenaria, y la organización de grupos sectoriales (agrícola/agroindustrial, manufacturas y servicios) y sub-sectoriales conforme a las cadenas productivas.
- Las mesas sub-sectoriales abordaron el tratamiento de las inquietudes y expectativas sobre el aprovechamiento de los acuerdos, experiencias exportadoras, productos con potencial exportador, limitaciones y redes productivas.
- Aunque el ejercicio originalmente buscaba un diálogo entre exportadores, el resultado fue el encontrar productores con la voluntad de aprender más sobre los acuerdos comerciales, y comenzar a prepararse para el proceso de internacionalización.
- Actualmente, el 2% de las empresas participantes exporta.
- Los empresarios mostraron compromiso con la internacionalización de la región a través de la intención de obtener mayor información sobre los acuerdos comerciales y su aprovechamiento.
- Algunas de las inquietudes de los empresarios se relacionaron con obtener información sobre: formas de financiación para maquinaria, condiciones sanitarias exigidas en los mercados priorizados, estándares de calidad para productos y servicios, centros de acopio para productos perecederos, conformación de alianzas productivas y certificaciones.
- Los participantes conocieron a sus pares dentro del sector, compartieron experiencias y discutieron las oportunidades de corto, mediano y largo plazo identificadas por el CAAC.
- Con el aprovechamiento de los acuerdos comerciales, los empresarios esperan: construir alianzas internas, promover sus productos en el exterior, comercializar eficientemente, mayor crecimiento y desarrollo social – empresarial, adquirir técnicas y destrezas en la producción, exportar productos y servicios con alta calidad, y comenzar una cultura de internacionalización.

8. Incluye los subsectores de panela, frutas y trucha.

9. Mesa multisectorial servicios: turismo cultural y contenidos digitales.

III. DESEMPEÑO ACTUAL DE NARIÑO

En esta sección se presenta las características productivas y de exportación de **Nariño**. En particular, se ilustra sobre lo que **produce** la región, cuán competitiva es respecto a otras regiones del país, cuánto **exporta** y cuáles son **sus apuestas productivas**.

A. ¿Qué Produce?

Según cifras del DANE, durante el año 2012 el Producto Interno Bruto (PIB) de la región creció un 5,89% con respecto a 2011, alcanzando un valor de \$5.481 millones de dólares. El país tuvo un crecimiento de 4,05%, obteniendo un PIB de \$370 mil millones de dólares, del cual Nariño representó el 1,48% ubicándose en la posición 17.

La Figura III-1, muestra cómo el 51,01% del PIB departamental está representado por el sector de servicios (transables y no transables): Actividades de servicios sociales, comunales y personales (27,21%); Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas (10,54%); Hoteles, restaurantes, bares y similares (7,33%); y Transporte, almacenamiento y comunicaciones (5,94%). Seguidos éstos por las actividades de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, y agroindustria, las cuales representan el 15,74% del PIB, mientras que la

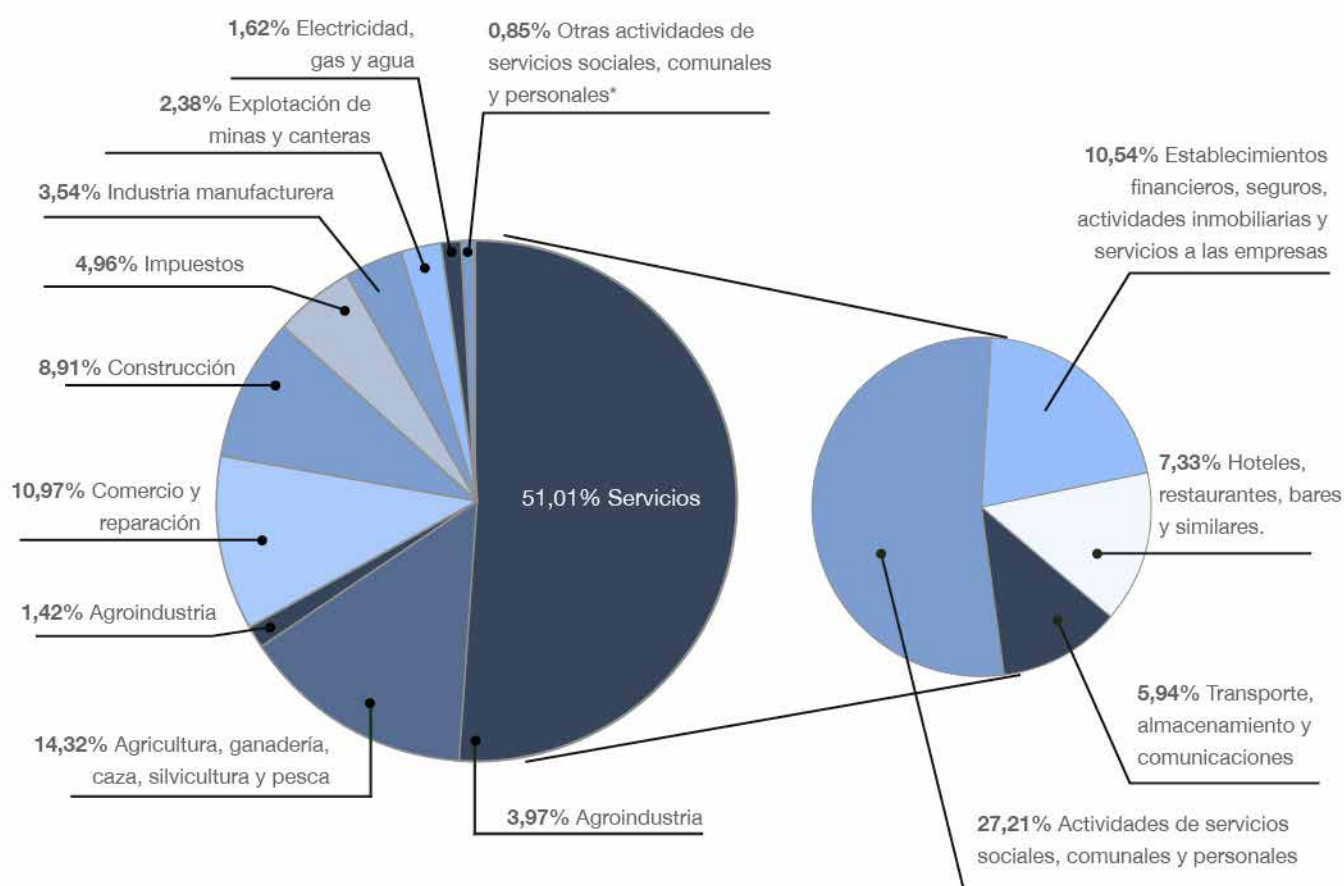
industria manufacturera representa el 3,54% del mismo.

De igual manera, al observar la producción industrial de la región, la Encuesta Anual Manufacturera (EAM), nos muestra que ésta alcanzó un valor de \$120 millones de dólares y se encuentra concentrada principalmente en bienes agroindustriales (89,87%), principalmente productos lácteos y cárnicos, mientras que los bienes manufacturados representan el 10,13% (ver Figura III-2).

B. ¿Qué tan Competitivo es?

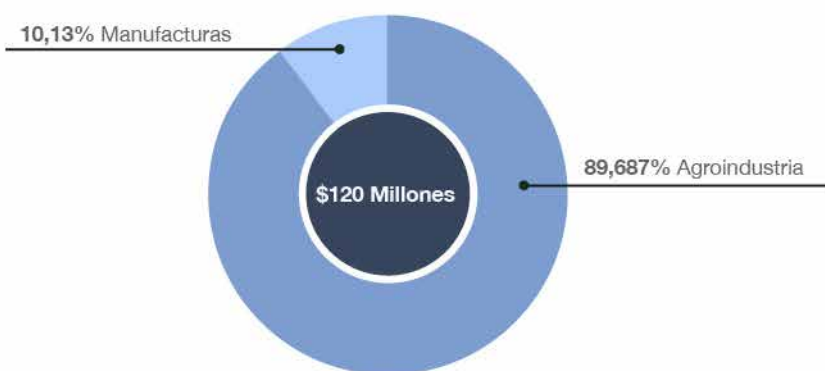
El Índice Departamental de Competitividad (IDC) muestra que, en términos generales, Nariño está en un nivel inicial de desarrollo, debido a su bajo nivel tanto del PIB per cápita como en el grado de sofisticación de sus exportaciones. El IDC compara tres factores clave en la productividad

Figura III-1 : Composición del PIB departamental por ramas de actividad, 2012



Fuente: DANE, Cuentas Departamentales. Cálculos propios.

Figura III-2. Estructura productiva de Risaralda, 2012



Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), 2012. Cálculos propios.

de una región: condiciones básicas, relativas a 6 pilares: Instituciones, infraestructura, tamaño del mercado, educación básica y media, salud y medio ambiente; eficiencia, que incluye educación superior y capacitación, y eficiencia de los mercados; y, por último, el grado de sofisticación e innovación de los bienes y servicios producidos, que considera la sofisticación y diversificación de la producción y exportaciones, y la innovación y dinámica empresarial.

Al estar en una etapa inicial de desarrollo, el factor de condiciones básicas es ponderado con una mayor importancia (60%), mientras que el de sofisticación e innovación cuenta con una ponderación menor (5%).

En 2014, Nariño logró un incremento en su posición con respecto a 2013, al pasar de la posición 14 a la 12 entre 22 departamentos,¹⁰ obteniendo una calificación de 4,04 sobre 10 (ver Tabla III-1).

Esta mejora en la posición y calificación departamentales, se debe a los progresos presentados en pilares claves para la competitividad regional (ver Tabla III-2).

El pilar “instituciones” el cual refleja la calidad de las entidades territoriales del departamento, tuvo un avance de 5 posiciones con respecto a 2013, debido al buen desempeño administrativo (en términos de eficacia, requisitos legales, capacidad administrativa y gestión) y buenos indicadores de seguridad y justicia. Así mismo, pilares como tamaño del mercado, educación básica y media, y medio ambiente presentaron mejoras de 2, 4 y 5 posiciones, respectivamente.

Con respecto a los demás factores, la región presenta una disminución de dos posiciones en el factor “eficiencia”, explicado por la baja eficiencia de los mercados de bienes. Mientras tanto, el factor “sofisticación e innovación” se mantiene cons-

Tabla III-1. Clasificación Índice Departamental de Competitividad (IDC), Nariño

Nariño	IDC		Factores					
	Posición (Entre 22)	Puntaje (0-10)	Condiciones básicas		Eficiencia		Sofisticación e innovación	
			Posición (Entre 22)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 22)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 22)	Puntaje (0-10)
2013	14	3,84	17	4,29	14	3,27	15	2,35
2014	12	4,04	15	4,77	16	3,06	15	2,03

Fuente: IDC 2014 – CPC y CEPEC

Nota: El IDC 2013, está ajustado a la metodología del 2014 para poder ser comparables.

9. Faltaban 22 variables (27,2% del total de 81 variables), no fue posible calcular el IDC 2013.

10. La revisión se compone de 63 variables, debido a limitaciones de robustez y consistencia en las omitidas.

Tabla III-2. Índice Departamental de Competitividad, Nariño 2014

IDC 2014	Puntaje (0-10) 4,04	Posición (entre 22) 12
Condiciones Básicas	4,77	15
Instituciones	6,93	7
Infraestructura	3,35	17
Tamaño del Mercado	3,79	17
Educación básica y media	4,95	15
Salud	4,43	17
Medio Ambiente	4,63	15
Eficiencia	3,06	16
Educación Superior y Capacitación	2,97	13
Eficiencia de los Mercados	3,16	19
Sofisticación e Innovación	2,03	15
Sofisticación y Diversificación	3,32	15
Innovación y Dinámica Empresarial	0,75	18

Fuente: IDC 2014 – CPC y CEPEC

tante, pese a la mejora de 3 posiciones en el pilar de “innovación y dinámica empresarial” (pasó de la posición 21 a la 18).

C. ¿Qué Exporta?

La ubicación geográfica del departamento brinda ventajas importantes en términos de comercio internacional, así como su proximidad con Ecuador y la posibilidad de tener acceso a los países de la cuenca del Pacífico. Esta ubicación y las condiciones climatológicas han impulsado al sector agropecuario/agroindustrial, dada la gran variedad de tierras y climas, lo cual se ve reflejado en las exportaciones departamentales (ver Tabla III-3).

De acuerdo con las cifras del DANE, durante 2013 se exportó un total de \$50,8 millones de dólares desde Nariño, equivalentes al 0,31% de las exportaciones nacionales; esto le ubica en la decimo-séptima posición.

Las exportaciones de bienes agropecuarios y agroindustriales representaron el 89,65% del total originario de Nariño, principalmente café (60,54%), mientras que las exportaciones de bienes manufacturados pesaron solamente el 12,06% (ver Tabla III-3).

En comparación con 2012, las exportaciones nariñenses presentaron un crecimiento del 22,71%,

Tabla III-3. Principales Exportaciones Nariño

Productos	FOB (miles de dólares)		%	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Café sin tostar, sin descafeinar	26.384	30.746	16,54%	63,75%	60,54%
Los demás atunes congelados, excluido filetes, hígados, huevas y lechas	2.949	6.380	116,39%	7,12%	12,56%
Aceite de palma, en bruto	5.428	6.131	12,94%	13,12%	12,07%
Atunes de aleta amarilla (rabiles) (Thunnus albacares)	1.469	1.892	28,78%	3,55%	3,72%
Las demás maquinas y aparatos para mezclar o malaxar tierras y piedras	-	306	-	0,00%	0,60%
Los demás continentes con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado	214	246	14,80%	0,52%	0,48%
Las demás barras de aceros aleados, obtenidas o acabadas en frío	133	239	80,50%	0,32%	0,47%
Baúles, maletas, maletines, carteras de mano, con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado	165	226	37,13%	0,40%	0,45%
Bridas, de acero inoxidable.	65	218	237,08%	0,16%	0,43%
Otros frutos frescos: pasifloras, tomate de árbol, feijoa, curuba y otros	-	208	-	0,00%	0,41%
Subtotal	36.806	46.590	26,58%	88,93%	91,74%
Productos que exportaron menos de 200 mil dólares durante 2013	4.583	4.197	-8,41%	11,07%	8,26%
Total	41.388	50.788	22,71%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

explicado por los aumentos en los valores exportados a países como Estados Unidos y Ecuador, por \$11 millones de dólares (ver Tabla III-4).

De igual manera, durante 2013, el destino de las exportaciones aumentó a 22 países, con mercados nuevos como Noruega y Malasia (mediante exportaciones de café). Conviene resaltar el comportamiento de productos como los atunes congelados, que incrementaron sus exportaciones en \$3,4 millones de dólares con respecto a 2012.

Respecto a los principales destinos de las exportaciones, se observa una alta concentración en 4 mercados: Estados Unidos (37,37%), Ecuador (25,45%), la Unión Europea (17,85%) y México (10,42%), que representan el 96,30% de las exportaciones departamentales (ver Tabla III-4).

D. ¿A Qué le Apuesta?

La Comisión Regional de Competitividad (CRC), el Programa de Transformación Productiva

(PTP) y los gestores del Plan de Desarrollo Departamental, han identificado subsectores competitivos que podrían fortalecerse para la internacionalización de la región. Algunos de esos subsectores pertenecen al sector agropecuario y agroindustrial, como el café, el cacao, y la acuicultura y pesca; en el sector de las manufacturas aparecen rubros como el cuero, calzado y marroquinería; y en el sector de servicios, las apuestas son el software, el agroturismo y el turismo cultural. El CAAC ha tomado esta información como insumo para construir las oportunidades de la región, reconociendo la importancia de articularse con los resultados de las investigaciones ya adelantadas sobre subsectores potenciales.

Por ejemplo, con el apoyo de algunas instituciones, se vienen ejecutando proyectos interesantes, tales como la “Ruta Competitiva Iniciativa Café Plus” que incluye la investigación y desarrollo de dicho producto, con formas de agregar valor y mejorar su comercialización (acercamiento y conocimiento del mercado e investigación de los requerimientos de la demanda).

Tabla III-4. Exportaciones no minero-energéticas: principales destinos de Nariño

País	FOB (miles de dólares)		%	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Estados Unidos	11.514	18.980	64,84%	27,82%	37,37%
Café sin tostar, sin descafeinar	10.870	18.312	68,46%	94,40%	96,48%
Ecuador	8.756	12.924	47,59%	21,16%	25,45%
Los demás atunes congelados, excuído filetes, hígados, huevas y lechas.	2.949	6.380	116,39%	33,67%	49,37%
Unión Europea	15.484	9.068	-41,44%	37,41%	17,85%
Café sin tostar, sin descafeinar	12.323	8.226	-33,25%	79,58%	90,72%
México	2.309	5.293	129,22%	5,58%	10,42%
Aceite de palma, en bruto.	2.309	5.289	129,05%	100,00%	99,93%
Japón	1.932	2.642	36,77%	4,67%	5,20%
Café sin tostar, sin descafeinar	1.932	2.642	36,77%	100,00%	100,00%
Subtotal	39.996	48.907	22,28%	96,64%	96,30%
<i>Países a donde se exportaron menos de 500 mil dólares durante 2013</i>	1.393	1.881	35,06%	3,36%	3,70%
Total	41.388	50.788	22,71%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

IV. NARIÑO Y LOS ACUERDOS COMERCIALES: ANÁLISIS SECTORIAL

En esta sección se presenta, a nivel sectorial, los resultados de la jornada regional de Nariño.

Para los sectores de servicios, agricultura y agroindustria, y manufactura,¹¹ se ilustra la oferta actual-en términos de producción y de exportaciones - y potencial -en términos de oportunidades- de la región.

En la segunda parte se indica los resultados obtenidos en el taller. En particular, se identifica la **experiencia** en materia de exportaciones, las dificultades identificadas por los asistentes y la percepción sobre las **redes de productividad y competitividad** que ameritan ser fortalecidas.

Las **dificultades** pueden verse desde dos ángulos: i) Las de orden interno, relacionadas con la actividad de la empresa y/o con la situación que enfrenta en el contexto regional o nacional, las cuales hemos denominado “Limitantes” y ii) las de orden externo, que se refieren al cumplimiento de procesos o requerimientos establecidos por los países de destino para el ingreso de los productos; a éstas las hemos llamado “Obstáculos”. Por último, se propone una serie de **recomendaciones** para que el empresariado nariñense pueda aprovechar más eficientemente los acuerdos comerciales.

11. El orden de presentación de los sectores refleja la importancia de éstos en el PIB de la región

A. Sector Servicios

1. Oferta

(a) Producción y exportaciones

De acuerdo con las cuentas departamentales, la prestación de servicios durante 2012 representó \$2.796 millones de dólares, equivalente al 51,01% del producto interno bruto de la región.¹² Los subsectores con mayor nivel de producción fueron los servicios públicos de salud (21,01%) y educación pública (16,31%), seguidos por hoteles, restaurantes y bares (14,36%). En cuarto lugar se encuentran los servicios privados de salud (10,17%) y en quinto lugar la prestación de servicios a las empresas (6,01%).

La composición del PIB de servicios, permite ver que el sector privado de prestación de servicios es aún incipiente, destacándose principalmente el subsector de turismo, identificado dentro de la composición del PIB por el rubro de Hoteles, restaurantes y bares. Cabe enfatizar, sin embargo, que aunque el destino turístico Nariño viene tomando fuerza, el rubro de Agencias de viaje continúa siendo de baja participación en el PIB departamental, con solo 0,42%, lo que refleja que está por construir la oferta de operadores locales y de venta del destino desde la misma región. Es así como éste rubro se constituye en un reto para el posicionamiento del turismo como apuesta productiva regional. Adicionalmente, viene en

crecimiento el segmento de Servicios prestados a las empresas, en el cual productos como servicios profesionales y servicios de tecnologías de la información tienen una presencia importante (ver Tabla IV-1).

(b) Oportunidades

En el sector de servicios se identificaron oportunidades para Nariño en el subsector de turismo, con dos diferentes productos: turismo cultural y folclor; turismo de naturaleza y aventura para cada mercado priorizado por el Centro con horizontes de tiempo diferenciados, tal como se puede observar en la Tabla IV-2.

El producto estrella del departamento en turismo cultural y folclor es el Carnaval de Negros y Blancos, que se celebra en su capital, San Juan de Pasto. Este producto, con amplia trayectoria y reconocimiento nacional e internacional, debe constituirse en la punta de lanza para la promoción de los demás productos turísticos del departamento. Aunque el carnaval recibe miles de visitantes internacionales cada año, para atender adecuadamente la demanda de turistas provenientes de países como Corea o los países miembros de la AELC, hace falta una mayor infraestructura hotelera, transporte aéreo con mayores frecuencias y mayor difusión en estos mercados.

Tabla IV-1. Producción Departamental de Servicios, Nariño 2012

Sub sector de Servicios	PIB (Miles de Dólares)	Participación %
Agencias de viajes	11.680	0,42%
Educación privada	59.511	2,13%
Actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas	104.005	3,72%
Servicios prestados a las empresas	167.964	6,01%
Servicios privados de salud	284.205	10,17%
Hoteles, restaurantes y bares	401.557	14,36%
Educación pública	456.062	16,31%
Servicios públicos de salud	587.319	21,01%
Otros servicios*	723.582	25,88%
SUB TOTAL SERVICIOS	2.795.885	

Fuente: DANE, Cuentas departamentales. Cálculos propios.
 *Nota: Otros servicios incluye: transporte, correo y telecomunicaciones, Intermediación financiera y actividades inmobiliarias.

12. Ver Figura III-1

Tabla IV 2: Oportunidades de Servicios, Nariño

Producto / Mercado	Canadá	Unión Europea	AELC	Corea, Rep.
Turismo Cultural y Folclor	✓	✓	✓	▶
Turismo de Naturaleza y aventura	✓	✓	▶	▶

Nota: ✓ oportunidades de corto plazo: servicios actualmente exportados o listos para ser exportados. ▶ oportunidades de mediano plazo: servicios con potencial exportador para los cuales existe demanda y la oferta está todavía en proceso de ajuste para la prestación del servicio.

Fuente: DANE, Cuentas departamentales. Banco de la República, Balanza de Pagos. TradeMap. Balanzas de pagos de los mercados. Revisión y análisis de información cualitativa por parte del autor.

En segundo lugar, Nariño ofrece posibilidades en cuanto a turismo de naturaleza y aventura, lideradas por la laguna de La Cocha producto en el que se tiene experiencia, y otros productos como el turismo de bienestar que presentan mucho potencial de desarrollo en el mediano plazo. Además, la región ofrece variados escenarios como la Reserva Natural Biotopo, lagunas en altura, amplia biodiversidad, que podrían ser la base para la construcción de productos a mediano plazo, para todos los mercados.

2. Información construida en la Jornada

(a) Experiencia

En la mesa de servicios se destacó el subsector de turismo como exportador a través de Modo 2, con el producto de Carnaval de Negros y Blancos, que cuenta con turistas provenientes de España, Suiza y Canadá. Adicionalmente, estuvieron presentes el destino de Laguna de La Cocha, con experiencia de turistas provenientes de Suiza, Inglaterra y España, y agencias de viajes y operadores locales de turismo de aventura con algunos casos puntuales de visitantes provenientes de Francia y España. Además, hubo representación del sector de desarrollo de software, el cual no se había detectado en el análisis inicial y constituyó un interesante aporte en el ejercicio de la mesa; este subsector de TI, aunque se encuentra en etapa temprana de desarrollo, ofrece un gran potencial, pero aún no cuenta con experiencia exportadora.

(i) Productos => oportunidades adicionales identificadas en las mesas

A partir de la revisión de las oportunidades detectadas por el Centro, los participantes aporta-

ron iniciativas dentro de los mismos subsectores, con productos específicos que, según su criterio, podrían ser exitosos a nivel internacional. Adicionalmente, se presentaron nuevos sectores que el análisis previo no había permitido identificar, como el caso de desarrollo de software y animación digital. Muchos de ellos necesitan diseño, infraestructura, desarrollo comercial y certificaciones para adaptarse a la demanda de los mercados priorizados, tales como los que se mencionan a continuación:

- Desarrollo de software
- Animación digital
- Avistamiento de aves
- Avistamiento de Ballenas
- Agroturismo
- Turismo experiencial o vivencial (mezcla de biodiversidad, cultura y patrimonio)
- Turismo religioso
- Turismo cultural (arqueología)

(b) Obstáculos y limitantes

En este sector se identificaron como obstáculos al aprovechamiento de los acuerdos comerciales: la falta de líneas de crédito para el desarrollo de la industria de software y animación; los elevados costos del transporte aéreo que les impone Avianca, por ser la única aerolínea que en la actualidad sirve el destino; y la falta de interés de los medios de comunicación nacionales en lo que sucede y lo que tiene para ofrecer la región.

En cuanto al marco regulatorio, surge la ausencia de normas técnicas específicas para la región, que permitan la certificación de operadores de turismo de aventura, guías y escenarios para la práctica de estas actividades. Un importante obs-

táculo para desarrollar el pleno potencial del producto Carnaval de Negros y Blancos, es la mentalidad nacional, que no ve la cultura como una inversión sino como un gasto y no se valora este producto como un “gancho” para el desarrollo de los demás productos turísticos en la región.

En cuanto a las limitantes, los empresarios destacaron la falta de capacitación en un segundo idioma, historia natural e interpretación de la naturaleza, avistamiento de aves y turismo de bienestar. También evidenciaron como una limitante, la falta de mano de obra con formación para el turismo y el servicio al cliente. Para el sector de software y animación digital, la carencia de personal capacitado y de infraestructura tecnológica para comunicaciones de desarrolladores de aplicaciones, son limitantes a la consolidación del sector regional.

(c) Redes

Encadenamientos productivos: Para los sectores nacientes como desarrollo de software y animación digital, se requiere de una coordinación eficiente y efectiva. Lo propio se puede decir de la oferta desde la universidad, de servicios conexos al desarrollo y del fortalecimiento de estos sectores productivos de servicios en el departamento.

Esquemas asociativos: A partir de una clara identificación de los roles y responsabilidades de los distintos actores y eslabones de la cadena del subsector turismo, como los hoteles, restaurantes, cafeterías, guías turísticos, operadores turísticos, rutas turísticas, puntos de información, con el fin de asegurar la calidad en el servicio al turista de una manera integral.

Comunicación y difusión de productos turísticos: Generación de redes de comunicación nacional e internacional, para cubrir la oferta de los productos turísticos de la región y que permitan una mayor articulación entre la promoción y la ejecución de los planes anuales para el desarrollo del sector a nivel regional.

Institucionalidad del sector turismo: A través de comités de desarrollo turístico a nivel departamental y municipal, se puede constituir una red de articuladores, gestores de la construcción de

productos turísticos y promotores de la oferta, de manera estructurada y organizada.

3. Recomendaciones

El potencial intrínseco que tiene Nariño para el turismo, no puede seguir oculto al crecimiento y consolidación del sector a nivel nacional. En este sentido y teniendo en cuenta las limitantes y obstáculos detectados, el CAAC sugiere:

- Realizar seminarios para dar a conocer el contenido de los acuerdos comerciales, con énfasis en los capítulos de servicios y las ventajas que ofrecen para la exportación de servicios. Esto a través de la Cámara de Comercio, con el apoyo del MCIT y Proexport.
- Conferencias dirigidas principalmente a los empresarios, especializadas sobre cada uno de los mercados, en especial acerca de Corea y los mercados de AELC, que aporten información básica acerca de costumbres y cultura, y permitan al empresario avizorar la construcción de nuevos productos y paquetes. Ello se puede lograr buscando acercamientos con las embajadas de Corea y Suiza, por ejemplo.
- Aportar información acerca de certificaciones internacionales, con énfasis en turismo (fair tourism, entre otras), que permitan aumentar las competencias de las empresas operadoras y prestadoras de servicios turísticos.
- La corporación Pro Carnaval debería buscar alianzas con empresas aéreas nacionales, para ofrecer servicios de charter en temporadas de carnaval, por ejemplo con empresas de Antioquia o el Valle, ya que tanto Medellín como Cali cuentan con aeropuerto internacional.
- Adelantar programas de capacitación estructurada a través del SENA para mejorar la oferta de personal y la calidad de servicio al cliente.
- Desarrollar un programa de acercamiento del naciente sector de TI al Ministerio de TIC y participación en convocatorias para el fortalecimiento del mismo. Las universidades de la región junto con la cámara de comercio de Pasto deberían liderar y propiciar este acercamiento.

B. Sector Agropecuario - Agroindustrial

1. Oferta

(a) Producción y exportaciones

De conformidad con el PIB preliminar de Nariño para 2012, elaborado por el DANE,¹³ la producción primaria de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca alcanzó los \$784,7 millones de dólares, equivalente al 14,32% del PIB total. Cabe señalar que esta cifra comprende, en algunos casos, los servicios y actividades conexas necesarias para su producción, por ejemplo, las actividades de servicios relacionadas con la pesca y las actividades veterinarias. Ahora bien, para efectos de capturar el alcance y significado real del sector, corresponde agregar la cifra que comporta la transformación de los productos primarios, es decir, el subsector de alimentos, bebidas y tabaco, el cual alcanzó los \$77,8 millones de dólares, equivalente al 1,42% del PIB total.

En consecuencia, el sector agropecuario y agroindustrial representa el 15,74% de la producción interna bruta total del departamento, valorada en \$862,6 millones de dólares (ver Tabla IV-3).

Al desglosar esta información con base en las cifras contenidas en el anuario agropecuario 2012,¹⁴ se constata que el volumen total de la

producción agrícola alcanzó 1.307.035 de toneladas métricas, distribuidas de la siguiente manera: 470.275 TM en cultivos permanentes y 836.760 TM en transitorios, con participaciones del 35,98% y 64,02%, respectivamente.

La producción de cultivos permanentes se encuentra relativamente concentrada alrededor de cinco productos que representan el 81,42%: plátano con una participación del 34,65%, caña panelera con el 21,93%, coco con el 12,11%, banano con el 6,76% y el café con el 5,95%. La representatividad de la producción departamental en la producción nacional muestra un comportamiento variado: mientras que el coco ocupa el primer lugar de la producción total, con una participación equivalente al 49,70%, la caña panelera ocupa el 5º lugar con el 8,10% de la producción nacional. Tanto el plátano como el café se sitúan en el 9º lugar a nivel nacional, con participaciones del 5,30% y 4,50%, respectivamente. Finalmente, el banano cuenta con una participación relativamente baja en el contexto nacional - 4,60% -, pero ocupa el tercer lugar del escalafón nacional.

De otro lado, existen productos como el fique, el bananito (musa acuminata) y la mora que, pese a participar marginalmente en el volumen total de la producción departamental con el 1,63%,

Descripción	Producción (Miles de Dólares)	Participación %
Cultivo de otros productos agrícolas	425.473	49,32%
Producción pecuaria y caza incluyendo las actividades veterinarias	181.869	21,08%
Cultivo de café	80.645	9,35%
Silvicultura, extracción de madera y actividades conexas	51.724	6,00%
Pesca, producción de peces en criaderos y granjas piscícolas; actividades de servicios relacionadas con la pesca	45.050	5,22%
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	784.761	14,32%
Alimentos, bebidas y tabaco	77.864	1,42%
Sector Agropecuario Agroindustrial	862.625	

Fuente: DANE, Cuentas departamentales. Cálculos propios.

Nota: Otros productos agrícolas incluye: Cereales; Legumbres, raíces y tubérculos comestibles, frescas o secas; Frutas y nueces (frescas); Semillas y frutos oleaginosos; Plantas vivas: flores y capullos cortados, semillas de flores y frutos, semillas de vegetales; Otras plantas bebestibles y especias; Productos de tabaco sin elaborar; Caña de azúcar; Materiales vegetales en bruto (n.c.p); Plantas utilizadas en perfumería, farmacia o químicos; Áreas en desarrollo y otros servicios relacionado con la producción agrícola

13. Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas -DANE-, Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales, Cuentas Nacionales Departamentales, Resultados PIB departamental 2012 provisional (Base 2005), PIB por ramas de actividad / 2000-2012 provisional. 2 de mayo de 2014.

14. Anuario Agropecuario 2012. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Grupo de Sistemas de Información.

1,60% y 0,63%, respectivamente, representan el 38,90%, el 16,10% y el 17,10% de la producción total nacional, ocupando así el primer y tercer lugar en este ámbito (ver Figura IV-1).

La producción de cultivos transitorios se encuentra altamente concentrada alrededor de cuatro productos: papa con una participación del 70,68%, plátano con el 5,74%, tomate con el 4,24% y zanahoria con el 4,16%. Éstos representan el 84,82% de la producción regional de dichos cultivos.

La representatividad de estos cultivos a nivel nacional es muy significativa, toda vez que Nariño ocupa el primer lugar de la producción total de varios de estos productos: plátano, con una participación del 99,50%; arveja, con el 39,20%; coliflor, con el 57,90%; haba, con el 81,50%; ajo, con el 69,10%; trigo, con el 52,00%; y, ulluco, con el 57,30% (ver Figura IV-2). Cabe señalar asimismo que Nariño es el segundo productor de lechuga y maní, con participaciones del 14,40% y del 31,90%, respectivamente, en el contexto nacional.

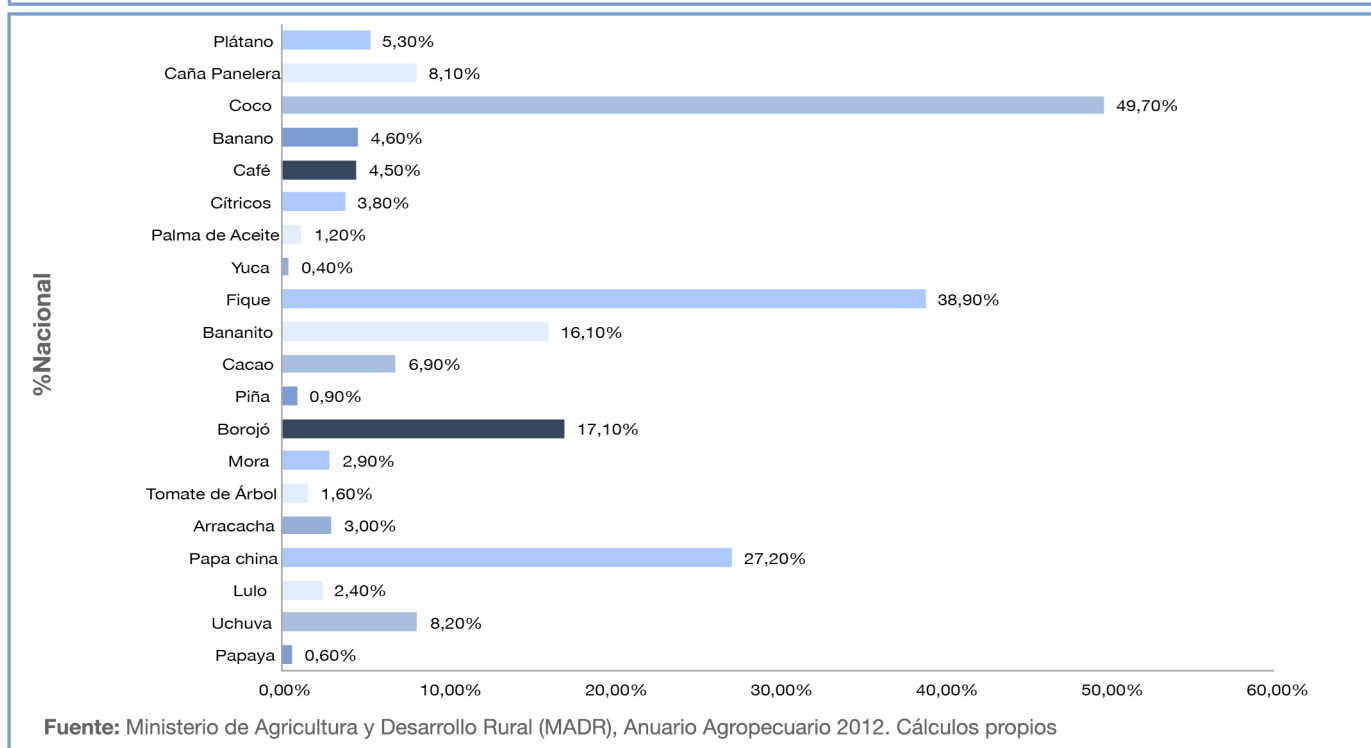
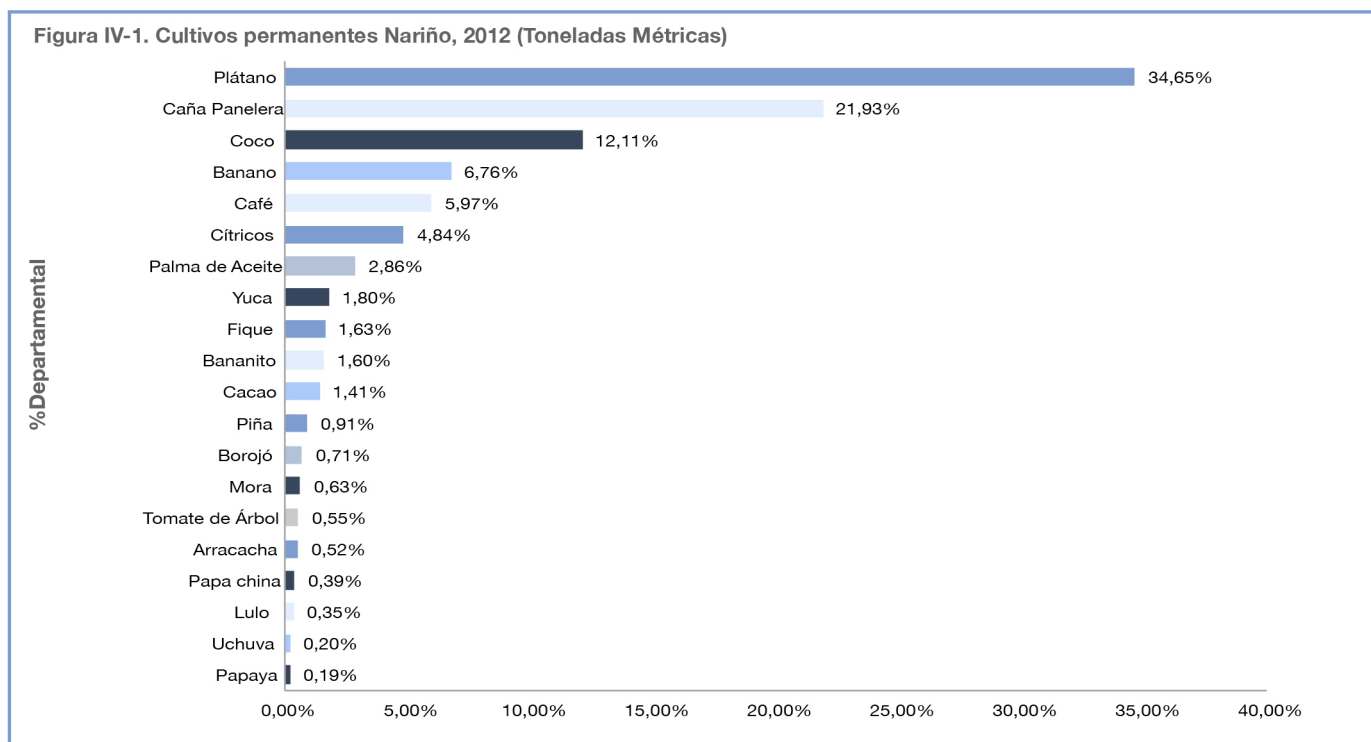
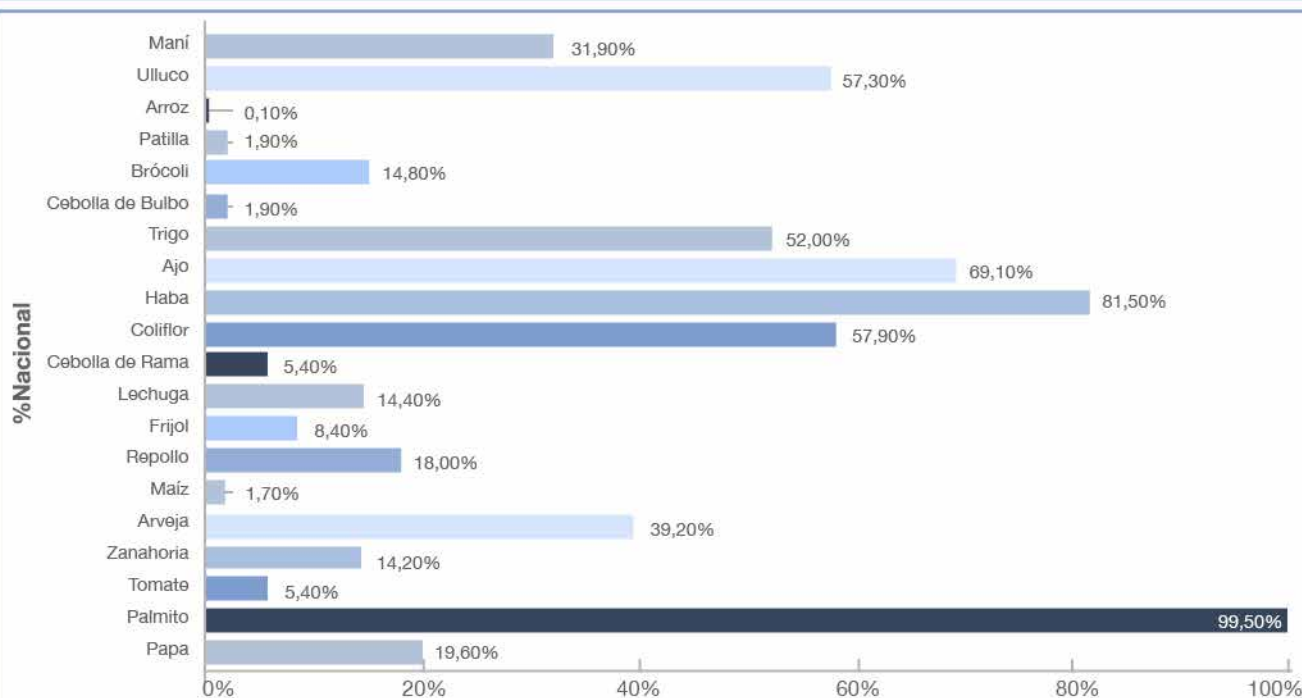
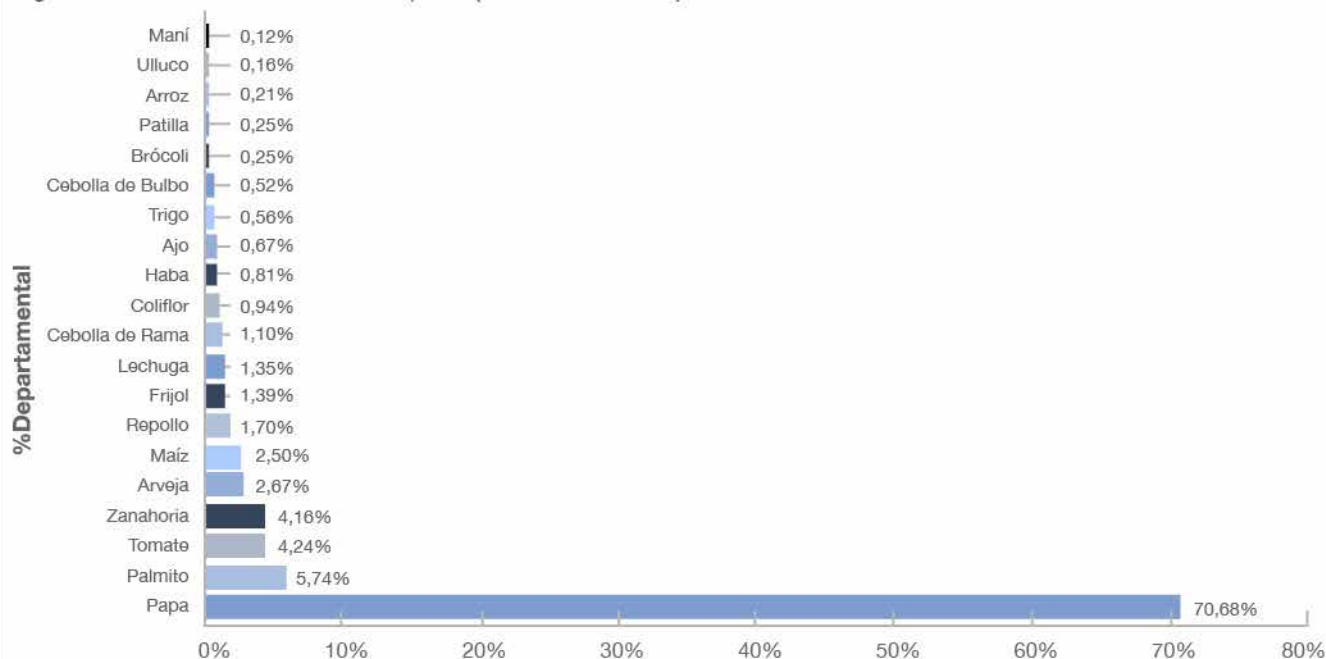


Figura IV-2. Cultivos transitorios Nariño, 2012 (Toneladas Métricas)



Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos propios

De acuerdo con la EAM, la producción agroindustrial en 2012 alcanzó los \$108,2 millones de dólares, equivalentes al 89,87% de la producción industrial nariñense,¹⁵ y se encuentra altamente concentrada. Como se observa en la Tabla IV-4, sobresalen dentro de la producción agroindustrial los productos lácteos (quesos y cuajada, yogurt y leche procesada) -37,56%-, la carne y derivados cárnicos -16,99%-, productos de molinería (hari-

na de trigo) -16,41%- y café trillado -14,37%-. En conjunto, los cuatro rubros representan el 85,33% de la producción agroindustrial total.

Como se puede constatar en la Tabla IV-5, la estructura productiva del subsector agroindustrial no se ve del todo reflejada en las exportaciones, ya que ninguno de los tres primeros renglones participa en ellas.

15. Ver Figura III-2.

Tabla IV-4. Producción Agroindustrial Risaralda, 2012

Productos	Producción (miles de dólares)	Participación %
Productos lácteos (Queso, cuajada, yogurt y leche líquida procesada)	40.659	37,56%
Carne y derivados cárnicos	18.391	16,99%
Elaboración de productos de molinería (Harina de trigo)	17.763	16,41%
Café trillado	15.553	14,37%
Bebidas no alcohólicas y aguas minerales	5.566	5,14%
Productos de panadería, pastelería y bizcochería	4.345	4,01%
Café tostado, incluso molido, descafeinado o no	3.822	3,53%
Aceites y grasas de origen vegetal y animal	2.001	1,85%
Pasabocas fritos empacados (papas, patacón, yuca) y otros fritos empacados	102	0,09%
Jugos de frutas (incluso mosto de uvas) y jugos de legumbres y hortalizas	45	0,04%
Café descafeinado	2	0,00%
Total	108.250	

Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cálculos Propios

Tabla IV-5. Exportaciones principales productos agropecuarios y agroindustriales, Risaralda

Producto	FOB (miles de dólares)		Variación	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Café sin tostar, sin descafeinar	26.384	30.746	16,54%	72,49%	67,53%
Los demás atunes congelados, excluido filetes, hígados, huevas y lechas	2.949	6.380	116,39%	8,10%	14,01%
Aceite de palma, en bruto	5.428	6.131	12,94%	14,91%	13,47%
Atunes de aleta amarilla congelados, excluido filete, hígado, huevas y lechas	1.469	1.892	28,78%	4,04%	4,16%
Subtotal	36.230	45.149	24,62%	99,54%	99,16%
Productos que exportaron menos de 300 mil dólares durante 2013	168	382	127,58%	0,46%	0,84%
Total	36.397	45.531	25,09%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

Las exportaciones se encuentran significativamente concentradas en café, los demás atunes y el aceite de palma en bruto, con participaciones del 67,53%, el 14,01% y el 13,47%, respectivamente, con el 95,01% del total, en 2013. Cabe señalar que las exportaciones de estos productos registraron tasas de crecimiento en valor del 16,54%, el 116,39% y el 12,94% en 2013 frente a 2012, lo cual explica casi en su totalidad el crecimiento en valor del 25,09% en las exportaciones totales.

En relación con el destino de las exportaciones, cabe observar que mientras Nariño exportó a 13 países en 2012, lo hizo a 12 en 2013. Esta relación no puede interpretarse linealmente ya que en 2013 no se exportó a 4 de los países registrados en 2012, con valores que no superaron los \$150 mil dólares, pero se incorporaron 3 nuevos destinos, incluido Noruega, con valores inferiores a los \$500 mil dólares.

La Tabla IV-6 presenta la participación de las exportaciones agrícolas en los cinco principa-

les mercados de destino. Estados Unidos fue el principal destino en 2013, con una participación del 40,22%, seguido por la Unión Europea con el 19,92%, Ecuador con el 19,01%, México con el 11,62% y, por último, Japón con el 5,80%. Estos 5 destinos representan el 96,56% del valor total de las exportaciones del sector originarias de Nariño.

Salvo para el caso de la Unión Europea, mercado que registró un significativo decrecimiento en las exportaciones originarias de Nariño - 41,28% en 2013 con relación al 2012 - los demás mercados observan importantes tasas de crecimiento que fluctúan desde el 36,77% en el caso de Japón, hasta el 129,05% para el caso de México, resultando en un incremento total en el valor de las exportaciones del sector agro equivalente al 25,09%.

Este comportamiento se explica en gran medida por el crecimiento del 16,47% en el valor de las exportaciones de café en todas sus presentaciones, que representó el 72,53% de las exportaciones del sector agro en 2012, y del 87,25% en

Tabla IV-6. Principales destinos de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales, Nariño

País	FOB (miles de dólares)		%	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Estados Unidos	10.870	18.312	68,46%	29,86%	40,22%
Unión Europea	15.443	9.068	-41,28%	42,43%	19,92%
Ecuador	4.570	8.654	89,35%	12,56%	19,01%
México	2.309	5.289	129,05%	6,34%	11,62%
Japón	1.932	2.642	36,77%	5,31	5,80
Subtotal	35.124	43.965	25,17%	96,50%	96,56%
Países a donde se exportaron menos de 5 millones de dólares durante 2013	1.273	1.567	23,03%	3,50%	3,44%
Total	36.397	45.531	25,09%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

los atunes congelados. El crecimiento aparente del aceite de palma en bruto correspondiente al 129,05% -México- derivó del igualmente significativo decrecimiento en el volumen y valor de las exportaciones de este producto hacia la Unión Europea.

Debemos señalar que Nariño cuenta con presencia en tres de los mercados priorizados en el marco de la jornada regional de consulta -Unión Europea, Canadá y República de Corea-, los cuales representaron el 44,62% del valor de las exportaciones regionales en 2012. Podemos colegir entonces que el conocimiento y experiencia acumulada respecto de estos mercados podría facilitar un mayor aprovechamiento de las oportunidades identificadas por el CAAC.

(b) Oportunidades

El CAAC identificó un total de 109 productos susceptibles de un mayor aprovechamiento de las preferencias comerciales. Estas pueden caracterizarse de la siguiente manera: 79 para la Unión Europea; 93 para Canadá; 78 para AELC; y 81 para República de Corea (Ver Tabla IV-7). De particular relevancia en este contexto resultan productos como el café, el aceite de palma en bruto, el atún de aleta amarilla y los demás atunes congelados, el cacao y sus productos derivados, los limones, limas y otras frutas frescas o congeladas y la glucosa y jarabe de glucosa, sin fructosa o con contenido de fructuosa.

El Centro identificó un total de 2 oportunidades de corto plazo que incluyen el café, sin tostar ni descafeinar, y el aceite de palma en bruto (ver Tabla Anexa B-1). Es posible que alguno de los

productos identificados como de corto plazo también puedan caracterizarse como de mediano o largo plazo, dependiendo del mercado de destino que se esté evaluando.

Las exportaciones totales de café sin tostar ni descafeinar originarias de Nariño alcanzaron los \$30,7 millones de dólares. El principal mercado de destino de este producto fue Estados Unidos, con exportaciones por \$18,3 millones de dólares y una participación del 59,56% del total.

Este producto representa la principal oportunidad en el corto plazo para la Unión Europea, segundo mercado de destino en 2013, Canadá y República de Corea, mercados priorizados en el marco de la consulta, a pesar que las exportaciones a estos mercados observó una significativa tasa de decrecimiento del 36,25% en valor, pasando de \$13,1 millones de dólares en 2012 a \$8,3 millones en 2013 (ver Tabla IV-8).

En 2013, Nariño ocupó la vigésimo octava posición entre 103 proveedores de café a la Unión Europea, cuyas importaciones totales del producto alcanzaron \$7.576 millones de dólares. El valor total de exportaciones de la región al mercado europeo fue de \$8,2 millones de dólares, equivalente al 26,75% de las exportaciones totales de este producto. Los principales proveedores de café a la Unión Europea son: Brasil con una participación de mercado del 30,73%, Vietnam con el 18,64%, y Honduras con el 7,37%.


En el caso de Canadá, cuyas importaciones totales del producto alcanzaron los \$512,7 millones de dólares, Nariño ocupó el trigésimo tercer lu-

Tabla IV-7. Resumen oportunidades agropecuario y agroindustria, Nariño

Plazo	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
Corto	2	1	0	1
Mediano	5	5	6	7
Largo	72	87	72	73
TOTAL	79	93	78	81

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.

Tabla IV-8. Oportunidades corto plazo agropecuario y agroindustria, Nariño

 Producto	Mercado Priorizado al que Actúa Nariño	Mercado Priorizado Importa del Mundo (Miles de dólares)*	Principales Proveedores para el Mercado Priorizado (Participación del proveedor en las importaciones del mercado priorizado)	Exportaciones Nariño al mercado priorizado			Participación del Mercado Priorizado en las Exportaciones de Nariño al mundo %	
				(Miles de dólares)**		Variación %		Posición (de Reagida entre los proveedores para el mercado priorizado)***
				2012	2013			
Café sin tostar, sin descafeinar	Unión Europea	7.576.206	Brasil 30,73% Vietnam 18,64% Honduras 7,37%	12.323	8.226	-33,25%	28/103	26,75%
	Canadá	512.691	Colombia 26,17% Brasil 19,90% Guatemala 15,91%	82	78	-4,51%	33/67	0,25%
	Corea, Rep.	314.051	Vietnam 22,45% Brasil 20,02% Colombia 15,28%	714	59	-91,74%	36/80	0,19%
Aceite de palma, en bruto	Unión Europea	4.562.162	Indonesia 51,96% Malasia 30,45% Papua N. Guinea 6,40%	3.119	842	-73,01%	15/41	13,73%

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.
 Nota: *Valores CIF (Costo, seguro y flete) **Valores FOB (Libre a bordo, puerto de embarque) ***Posición respecto al 2013

gar entre 67 proveedores con un valor exportado de \$78 mil dólares, correspondiente al 0,25% de las exportaciones de dicho producto originarias de la región. Los principales proveedores de café sin tostar ni descafeinar a este mercado son: Colombia, con el 26,17%, Brasil con un 19,90%, y Guatemala con un 15,91%.

Para la República de Corea, cuyas importaciones totales del producto alcanzaron los \$314 millones de dólares, Nariño ocupó la trigésima sexta posición entre los 80 proveedores de dicho mercado, con exportaciones totales de \$59 mil dólares, equivalentes al 0,19% del valor total de las exportaciones de este producto. Los principales proveedores de café sin tostar ni descafeinar a este mercado son: Vietnam con una participación del 22,45%, Brasil con un 20,02%, y Colombia con un 15,28%.

Finalmente, Nariño ocupó el décimo quinto lugar entre 41 proveedores de aceite de palma a

la Unión Europea, cuyas importaciones totales del producto fueron \$4.562 millones de dólares. Las exportaciones de la región hacia este mercado alcanzaron \$842 mil dólares, equivalentes al 13,73% en el valor total de las exportaciones de dicho producto. Los principales proveedores de aceite de palma en bruto a la Unión Europea son: Indonesia con una participación del 51,96%, Malasia con el 30,45% y Papúa Nueva Guinea con el 6,40%.

El Centro identificó 9 productos susceptibles de promover un mayor aprovechamiento en el mediano plazo. Los tres principales productos contemplados en esta categoría son: café sin tostar ni descafeinar, los demás atunes congelados y el aceite de palma en bruto (ver Tabla IV-9).

El primero de los productos considerados en esta categoría, el café sin tostar ni descafeinar para el mercado de AELC -específicamente Noruega-, representa asimismo una oportunidad de corto

plazo para los demás mercados priorizados. Lo anterior, en virtud de que no registró exportaciones a AELC en 2012, aunque sí lo hizo en 2013 al mercado de Noruega -por valor de \$455 mil dólares-, ni cumplió con las demás condiciones establecidas en la metodología para poder ser considerado como de corto plazo. Las importaciones de este producto a AELC alcanzaron los \$657,4 millones de dólares en 2013, el 59,79% de los cuales proviene de sus tres principales proveedores: Brasil con una participación del 33,03%, Colombia con el 19,49% y Guatemala con el 7,26%.

Los demás atunes congelados, segundo producto caracterizado como de mediano plazo para los mercados de Canadá y República de Corea, presentan un caso interesante.

Un mayor aprovechamiento de esta oportunidad productiva implicaría el aumento de la capacidad instalada en Nariño, ya que las exportaciones a Ecuador, principal mercado de destino, constituyen el 100% de la capacidad exportadora existente.

Finalmente, el aceite de palma en bruto puede constituir una significativa oportunidad para el mercado de AELC y, en menor medida, para el de la República de Corea. Al igual que en el caso de las exportaciones de los demás atunes congelados, su aprovechamiento requeriría un aumento de la capacidad instalada regional puesto que México y la Unión Europea, principales mercados de destino, cuentan con participaciones del 86,27% y del 13,73%, respectivamente, copando plenamente la capacidad exportadora. Cabe señalar que las exportaciones de este producto observaron una tasa de crecimiento del 12,94%, pasando de \$5,4 millones de dólares en 2012 a \$6,1 millones, en 2013. Por último, la Tabla IV-10 presenta las tres principales oportunidades en el largo plazo, incluidos el cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado, los demás camarones y langostinos congelados y los chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao.

Como se puede observar, el cacao representa una oportunidad de largo plazo para los cuatro mercados priorizados. Las importaciones totales

Tabla IV-9. Oportunidades mediano plazo agropecuario y agroindustria, Nariño

 Producto	Mercado Priorizado	Mercado Priorizado Importa del Mundo (Miles de dólares)*	Principales Proveedores para el Mercado Priorizado (Participación del proveedor en las importaciones del mercado priorizado)		Exportaciones Nariño al mundo				
					(Miles de dólares)**		Variación %	Principales Mercados a los que Exporta 2013 Participación (%)	
					2012	2013			
Café sin tostar, sin descafeinar	AELC	657.443	Brasil 33,03%	26.384	30.746	16,54%	Estados Unidos 59,56%		
			Colombia 19,49% Guatemala 7,26%				Unión Europea 26,75%		
Los demás atunes congelados, excluido filetes, higados, huevas y lechas	Canadá	737	Vietnam 39,81% Estados Unidos 21,92% Corea, Rep. 18,69%	2.949	6.380	116,39%	Ecuador 100,00%		
	Corea, Rep.	17	España 89,13% Fiji 4,10% Singapur 3,88%				Panamá 0,00%		
Aceite de palma, en bruto	AELC	18.729	Camboya 49,19% Japón 26,51% Malasia 12,39%	5.428	6.131	12,94%	México 86,27%		
	Corea, Rep.	906	Estados Unidos 98,96% Japón 1,03% Malasia 0,00%				Unión Europea 13,73%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.

Nota: *Valores CIF (Costo, seguro y flete)

** Valores FOB (Libre a bordo, puerto de embarque)

de este producto a la Unión Europea alcanzaron los \$3.976 millones de dólares en 2013, y sus principales proveedores son: Costa de Marfil con una participación del 43,09%, Ghana con el 22,44%, y Nigeria con el 11,01%.

Si bien es cierto que la proveeduría de este producto a los mercados priorizados se encuentra significativamente concentrada en los principales productores mundiales, es posible inferir que las tendencias y proyecciones de crecimiento de la demanda global hacia la producción de cacao certificados y de mayor calidad -finos o aromáticos-, en cadenas de valor integradas, aunadas a las preferencias de consumo en estos mercados, ofrecen un panorama prometedor. Es decir, lo anterior aplicaría asimismo a los chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, como tercera oportunidad en importancia en el largo plazo, los cuales forman parte de la cadena de valor del cacao. Reconociendo que el café, el aceite de palma en bruto y

los demás atunes congelados constituyen oportunidades actuales y el cacao y productos derivados ofrecen un importante potencial para Nariño, sería aconsejable que los actores y agentes públicos y privados involucrados en las cadenas productivas, evalúen la posibilidad de diversificar y sofisticar aún más su oferta exportable, a través de procesos de agregación de valor.

La agregación de valor se podría adelantar mediante la certificación de los procesos y procedimientos productivos, la calidad específica, la gestión ambiental o el origen, o del desarrollo de marcas colectivas o denominaciones de origen, o un mayor procesamiento y formulación de los productos en origen, como en los casos del café y el cacao, y de sus productos derivados.

2. Información construida en la Jornada

En congruencia con el perfil productivo y las oportunidades identificadas por el CAAC, la Comisión

Tabla IV-10. Oportunidades largo plazo agropecuario y agroindustria, Nariño

 Producto	Mercado Priorizado	Mercado Priorizado Importa del Mundo (Miles de dólares)*	Principales Proveedores para el Mercado Priorizado (Participación del proveedor en las importaciones del mercado priorizado)	
Cacao en grano, entero o partido crudo o tostado	Unión Europea	3.976.038	Costa de Marfil	43,09%
	Canada	167.518	Ghana	22,44%
	AELC	128.198	Nigeria	11,01%
	Corea, Rep.	12.465	Costa de Marfil	44,07%
Los demás camarones y langostinos congelados	Unión Europea	2.831.620	Ecuador	18,39%
	Canada	352.207	Nigeria	14,76%
	Corea, Rep.	305.498	Ghana	46,69%
	AELC	82.114	Ecuador	28,28%
	Corea, Rep.	12.465	Costa de Marfil	14,25%
Chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao: los demás	Unión Europea	2.831.620	Ghana	93,75%
	Canada	508.287	Ecuador	5,64%
	Unión Europea	349.281	Indonesia	0,16%
	AELC	281.097	Ecuador	21,22%
	Corea, Rep.	106.624	Argentina	15,63%
			India	14,10%
			Vietnam	22,48%
			China	21,49%
			Tailandia	21,05%
			Vietnam	40,15%
			China	17,26%
			Ecuador	10,78%
			Vietnam	65,51%
			India	7,71%
			Bangladesh	6,86%
			Estados Unidos	53,32%
			Bélgica	7,85%
			Alemania	7,47%
			Suiza	54,35%
			Estados Unidos	7,84%
			Noruega	7,47%
			Alemania	35,30%
			Suecia	13,25%
			Francia	10,96%
			Estados Unidos	51,15%
			Bélgica	10,13%
			China	8,68%

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.

Nota: *Valores CIF (Costo, seguro y flete)

Regional de Competitividad -CRC- y el Plan Departamental de Desarrollo, la jornada regional contó con la participación de empresarios agroindustriales, emprendedores y/o productores agropecuarios pertenecientes a los siguientes subsectores o cadenas productivas: café (pergamino, tostado, con denominación de origen), cacao y productos derivados, lácteos y derivados, carne bovina, trucha (fileteada y ahumada), frutas (frescas, congeladas, secas y deshidratadas) y hierbas aromáticas, panela (pulverizada, aromatizada y orgánica).

Presentamos a continuación el resultado de los intercambios de conocimiento y experiencias en las mesas subsectoriales:

(a) Experiencia

El intercambio desarrollado respecto de la vocación y experiencia exportadora del departamento evidenció un muy bajo conocimiento de los acuerdos comerciales suscritos, de los beneficios reales y potenciales de su aprovechamiento, incluidas las preferencias y las condiciones específicas de acceso a los mercados, y de los procesos y procedimientos internos y/o externos que deben realizarse para adelantar exitosamente el proceso exportador.

Sin embargo, algunos de los participantes demostraron contar con cierta experiencia exportadora, aunque muy limitada, para los siguientes productos y mercados de destino:

- Café a Estados Unidos y Quinoa a Australia y Estados Unidos.

Los empresarios señalaron que, aunque no siempre se ha logrado concretar los potenciales negocios de exportación, se ha remitido oportunamente la información o cotizaciones solicitadas para productos tales como el café, las hierbas aromáticas y algunas frutas.

Los potenciales negocios no se han concretado debido, entre otros, al desconocimiento y/o el no cumplimiento de los requisitos sanitarios o fitosanitarios del país de destino, los trámites y documentos, o la logística requerida para exportar, o también por la falta de tecnificación de los equipos y procesos

para el cumplimiento de exigencias internacionales. Igualmente relevantes en este contexto resultan los significativos costos relacionados con las certificaciones y servicios de asesoría especializada, el envío de muestras comerciales, el nivel de innovación o desarrollo mismo del producto y la capacidad productiva y de almacenamiento.

En tal sentido, los empresarios adujeron que es necesario abordar el tratamiento de las temáticas que promoverían y facilitarían el aprovechamiento de los acuerdos comerciales desde una perspectiva más integral, pero amigable. Es decir, brindar a los actores económicos del departamento, de manera didáctica, práctica y sencilla, la información necesaria y suficiente sobre todos los pasos, etapas y requisitos involucrados en el proceso exportador y las autoridades locales, regionales o nacionales competentes ante las que deben gestionarse éstos.

A su juicio, ello permitirá que los interesados puedan tomar las decisiones correspondientes y emprender las iniciativas exportadoras con mayores niveles de análisis y rigor técnico y económico. En breve, las herramientas para poder evaluar de antemano, con algún grado de certeza, la viabilidad, los costos y los beneficios de la internacionalización de un producto, una cadena o un subsector productivo.

(i) Productos => oportunidades adicionales identificadas en las mesas

Además de las oportunidades identificadas por el CAAC, los participantes señalaron otros productos que, de acuerdo con la oferta productiva del departamento o de alguna de sus regiones, podrían ser exitosos en los mercados internacionales. Algunos de éstos suponen desde la simple adecuación del proceso productivo o la obtención de una certificación de proceso, ambiental o de calidad, hasta cambios sustanciales en el paquete tecnológico y las prácticas culturales, o incluso el desarrollo mismo del producto y el mercado.

La mayoría de éstos están dirigidos a satisfacer la creciente demanda en el segmento de productos naturales, con beneficios percibidos para la salud, que ofrecen a su vez mayor rentabilidad a los pro-

ductores. Su realización se verificaría en el corto a mediano plazo:

- Plantas aromáticas.
- Aguacate hass.
- Frutas frescas, secas y deshidratadas, y pulpas congeladas: mora, fresa, tomate de árbol, limones y limas.
- Cacao.
- Quinoa.
- Panela pulverizada, aromatizada y orgánica.
- Trucha fileteada y ahumada.
- Hortalizas frescas y congeladas: brócoli, cebolla junca, arveja, coliflor.
- Lácteos y derivados: queso fresco, yogurt, mantequilla y dulce de leche (arequipe, leche condensada).

(b) Obstáculos y limitantes

En términos generales, las limitantes identificadas por los participantes en las mesas subsectoriales se vinculan con factores de naturaleza interna: capital humano; procesos, costos y capacidades productivas -oferta exportable-, especialmente el conocimiento y el acceso a tecnologías apropiadas y a la infraestructura productiva -maquinaria y equipos, centros de acopio, transporte, etc.-; calidad de los productos; marco regulatorio; y, la oferta institucional. Se evidenció además un bajo conocimiento y experiencia en la actividad exportadora.

A continuación, reseñamos algunas de las contribuciones realizadas por los participantes en las mesas subsectoriales:

Demanda

- desconocimiento de los acuerdos vigentes y de los productos con potencial exportador.
- ausencia de información de fácil manejo sobre el mercado global de los productos con potencial, incluidos la demanda y los requisitos específicos de acceso a los mercados de destino priorizados -escasos estudios de mercado-, así como del lenguaje técnico utilizado en los procesos de negociación y exportación

Proceso productivo / oferta exportable

- escasa transferencia de conocimiento y experiencias al sector productivo e industrial sobre

calidad, mejoramiento de procesos, estándares, genética, entre otros, por parte de las Universidades.

- baja implementación de técnicas de manejo poscosecha en frutas para el mejoramiento de la calidad del producto.
- falta de preparación y capacidad operativa y de respuesta y acompañamiento a las empresas.
- excesivos costos para obtener y mantener una certificación.
- desconocimiento de empaques y embalaje adecuados para el proceso de exportación.
- baja implementación de los planes graduales de cumplimiento por parte de los operadores de las plantas de beneficio animal.
- baja capacidad de adecuación de los procesos productivos de acuerdo con las exigencias y preferencias de los mercados.
- insuficiente investigación y extensión por parte de CORPOICA.
- baja productividad y volúmenes de producción insuficientes.
- escasos recursos para inversión en infraestructura productiva.
- falta de centros de acopio y plantas de empaque adecuadas para la exportación, y formas de garantizar un adecuado manejo de la cadena de frío.
- baja disponibilidad de material vegetal de propagación y siembra (semillas).
- deficientes infraestructura vial y logística de distribución de mercancías, incluido el transporte.

Calidad e inocuidad

- falta de centros de investigación en calidad, genética y reproducción, alimentos, parámetros de inocuidad, mercadeo, etc., y falta de información sobre los resultados de proyectos de investigación.
- insuficiente capacidad y recursos para la construcción de distritos de riego.
- insuficiente disponibilidad de laboratorios acreditados para los análisis y pruebas exigidas en los requisitos específicos de acceso, lo cual genera altos costos para los empresarios.
- escasa estandarización y validación de pruebas de laboratorio.
- desconocimiento de los requisitos y procesos de inspección, vigilancia y control -IVC-

internos, y ausencia de uniformidad en la vigilancia y control de la producción y del procesamiento, y en los esquemas de muestreo (protocolos de toma y análisis de muestras).

- falta de información sobre los requisitos sanitarios, fitosanitarios y de calidad exigidos en los mercados de destino.
- falta de asesoría e información para la implementación de certificaciones internacionales de producto y sistema (Comercio Justo, BPA, BPM, HACCP, trazabilidad).
- baja implementación de tratamientos cuarentenarios en frutas.
- escasa implementación y certificación del sistema de gestión de calidad (ISO 9001).
- baja capacidad para realizar análisis de riesgos (biológicos, químicos y físicos) dentro del proceso de producción para asegurar la inocuidad del producto.
- escasa utilización de indicaciones geográficas y denominaciones de origen.
- capacidad limitada para el desarrollo de la industria de empaques en la región.

Recurso humano / capacidades individuales y colectivas

- falta de asesoría técnica y profesional para ganaderos, transportadores, productores, y comercializadores.
- escasez de profesionales en mercadeo, logística y comercio internacional.
- bilingüismo insuficiente.
- poca capacitación y acompañamiento a los agricultores y procesadores para implementar BPA y BPM para el cultivo, manejo poscosecha y procesamiento de los productos, como también en la implementación de sistemas de trazabilidad.
- bajo nivel de formación especializada en procesos de exportación, debido a la falta de asesoría y capacitación en estas temáticas.
- escaso acompañamiento personalizado en la promoción y acceso de los productos a los mercados internacionales.
- insuficiente asistencia técnica directa a los empresarios para el cumplimiento de los requisitos técnicos exigidos por el ICA e INVIMA.
- escaso número de asociaciones de productores para incrementar la producción y desa-

rollar o establecer la comercialización de los productos.

- inexistencia de un mecanismo de articulación e integración de los servicios externos de apoyo (insumos, transporte, asistencia técnica, financieros, etc) a las cadenas productivas para el desarrollo de un cluster en la región.
- escasa implementación de esquemas de pago por calidad en los productos (bajo nivel de conocimientos de los requerimientos en materia de calidad).
- insuficiente investigación y transferencia de tecnología por parte de la Universidad de Nariño, Corpoica, SENA y gremios de la producción (Asohofrucol, Fedepapa, entre otros).

Comercialización / exportación

- escasa o inadecuada infraestructura de transporte y de exportación de productos perecederos.
- altos costos en los trámites y certificados exigidos para cumplir con los requisitos de acceso a mercados, la operación logística y la distribución física -transporte de mercancías-, y el envío de muestras al exterior.
- desconocimiento de los procesos y prácticas de manejo, transporte y logística de distribución del producto.

Regulatorios / Reglamentarios

- ausencia de una política agropecuaria que permita facilitar los procesos productivos y comerciales y que garantice que la actividad agrícola sea rentable.
- exceso y complejidad de legislación, trámites y procedimientos, aunado a la falta de información y divulgación sobre los decretos, normas y reglamentos aplicables.
- falta de información sobre requisitos técnicos para la estandarización y adecuación de los productos a las exigencias de calidad para algunos productos como el Cuy y la Trucha.
- ausencia de disposiciones claras y congruentes que regulen el uso de plaguicidas, metales pesados y aditivos para garantizar la cadena de trazabilidad y la inocuidad de los alimentos.
- escaso nivel de acompañamiento de las entidades de vigilancia y control para el cumpli-

miento de los reglamentos técnicos nacionales.

- diversidad de criterios técnicos de los funcionarios del INVIMA al momento de realizar la visita de inspección a las empresas para otorgar el registro sanitario y/o permiso sanitario.

Institucionalidad / Servicios institucionales

- escaso apoyo y asesoría gubernamental para la exportación, incluidos los procesos de admisibilidad de productos primarios y procesados de responsabilidad del ICA y del INVIMA.
- falta de acompañamiento a las empresas para que puedan cumplir con los requisitos técnicos y las condiciones de acceso a los mercados.
- dificultad de acceso al sector financiero privado por parte de los productores agrícolas y/o a los instrumentos o mecanismos de promoción/financiación del Estado.
- escasa capacitación y divulgación sobre las líneas de crédito ofrecidas por Bancoldex, Banco Agrario, y otros programas del gobierno nacional, relacionados con la presentación de proyectos de ciencia tecnología e innovación, como Innpulsa y Colciencias.
- inexistencia de líneas de crédito con condiciones específicas de acceso, de acuerdo a la producción.
- problemas de conectividad en las zonas productivas para la implementación de tecnologías de la información y las comunicaciones -TIC-.
- falta de claridad o dificultad en los trámites y expedición de certificados por parte de las entidades encargadas de los procesos de exportación.
- escaso apoyo gubernamental para la reducción de los precios en los insumos agropecuarios o para la financiación de los mismos.

Los intercambios respecto de las acciones que podrían conducir a la superación de estas limitantes, suscitaron interrogantes respecto de las posibilidades para: fortalecer las capacidades productivas de los productores y empresarios, incluidos los aspectos organizacionales; mejorar los procesos productivos y la paulatina incorporación de tecnologías apropiadas; desarrollar o consolidar la infraestructura productiva; identifi-

car y disponer de la información sobre requisitos de acceso a los países de destino; y, agilizar y/o reducir los trámites aduaneros en puertos y aeropuertos.

(c) Redes

Encadenamientos Productivos: se requiere de un fortalecimiento y seguimiento a las cadenas productivas identificadas en la región, dando continuidad a proyectos y programas e implementando herramientas de mejora. Igualmente cobra importancia la estructuración y desarrollo de un centro de acopio para apoyar a los productores y sus asociados.

Adicionalmente, es necesario identificar y articular a nivel regional los diferentes eslabones de las cadenas productivas (producción, transformación, transporte, almacenamiento y comercialización) y caracterizar en cada eslabón los procesos de gestión necesarios para garantizar la calidad, la trazabilidad y la inocuidad de los productos, tales como, el café, la panela, la trucha, el cuy, el ganado bovino y las frutas.

Esquemas Asociativos: a partir de la identificación de los eslabones de la cadena, se podrían desarrollar esquemas asociativos por eslabón con enfoque de cadena de valor, por ejemplo conformación de cooperativas para la transferencia de conocimiento y tecnología a través de asistencia técnica, construcción de centros de acopio, con el fin de reducir la intermediación, asegurar un precio sustentable al productor, desarrollar programas de control de proveedores y consolidar volumen para garantizar una oferta exportable. Igualmente, se requiere fomentar asociaciones con representatividad regional y/o nacional para la interlocución ante autoridades sanitarias, con el propósito de generar mayores beneficios para los productores en los procesos de exportación y cumplimiento de estándares internacionales. También, resulta relevante fortalecer las redes de transporte y la logística de distribución, pues las características geográficas de Nariño dificultan la entrega del producto a tiempo.

Alianzas Público-Privadas: para el desarrollo y fortalecimiento de los sectores y empresas con

vocación exportadora, es conveniente desarrollar alianzas público-privadas entre el gobierno local-regional-nacional, sector privado y academia, con el propósito de estructurar y desarrollar clústeres y parques tecnológicos que vinculen productos, servicios, tecnología, insumos e infraestructura, inversión, logística de distribución, y desarrollo de proyectos y programas que generen valor a los productos de las cadenas productivas más representativas y de mayor potencial en la región.

Resulta relevante también, la construcción de alianzas para solucionar problemas específicos, tales como: el sanitario y fitosanitaria a cargo del ICA e INVIMA; el financiero (Bancoldex); y de promoción de exportaciones (Proexport).

3. Recomendaciones

Las limitantes identificadas por los participantes generaron debates respecto de las acciones para su progresiva superación. Sobre éstas, cabe sugerir las siguientes:

- Establecer, por parte de las Universidades, Cámaras de Comercio y productores, convenios interinstitucionales gobierno-organizaciones privadas y academia para el desarrollo de cadenas productivas con enfoque de generación de valor.
- Impulsar estrategias dirigidas a incentivar y apoyar la implementación de certificaciones (GLOBALGAP, Comercio Justo, Rainforest Alliance y UTZ, entre otras) y el fortalecimiento de las capacidades y procesos de comercialización. El Ministerio de Agricultura podría estar a cargo de la generación e implementación de las estrategias, mientras que el SENA y el PTP podrían estar a cargo de fortalecimiento capacidades y comercialización respectivamente.
- Ampliar el alcance y objeto de las convocatorias para la financiación de proyectos productivos (INNPULSA, INNOVA COLOMBIA, FONDO EMPRENDER). El compromiso de instituciones como MADR, Bancoldex y Colciencias es fundamental para la realización de dichos proyectos.
- Incentivar la asociatividad de potenciales exportadores de productos de origen agrícola. El

MADR, las Comisiones Regionales de Competitividad y los gremios de la producción deberían cooperar para el desarrollo y la puesta en práctica de las iniciativas al respecto.

- Incrementar, por parte de entidades como el CAAC y Proexport, los esfuerzos de divulgación de las oportunidades comerciales y de los requisitos de exportación de los diferentes mercados.
- Ampliar el conocimiento y asesoría especializada en materia de prácticas de cultivo -producción orgánica. Entidades encargadas incluyen SENA, Universidades CorpolCA, y gremios de producción.
- Establecer requisitos asequibles -fácil verificación y cumplimiento- para la aprobación de créditos. Dicha iniciativa debería ser liderada por el MADR junto con sus entidades adscritas y Bancoldex.
- Diseñar y desarrollar estrategias e instrumentos que redunden en un mayor apoyo gubernamental para la industrialización, tecnificación y sostenibilidad productiva (Mincit y MADR).

Un primer paso hacia la concreción de un plan de acción para el sector agropecuario y agroindustrial es la generación de un consenso y un compromiso regional en torno a los productos que, por su naturaleza y desde una perspectiva de cadenas productivas, serían susceptibles de beneficiarse en mayor medida del desarrollo de las acciones propuestas. Es decir, se requiere revisar la priorización de la apuesta productiva regional, con el fin de focalizar los limitados recursos en productos muy bien definidos para obtener los mayores beneficios posibles- Ello incluye la diversificación y generación de una mayor oferta exportable.

Con ese propósito y reconociendo que las acciones deben desarrollarse con enfoque sistémico, correspondería iniciar tal ejercicio con la evaluación del conocimiento disponible sobre las necesidades y preferencias en los mercados de destino. A partir de esto se evaluaría, por una parte, la vocación y la oferta productiva y, por la otra, la destinación y uso de los suelos, la disponibilidad de tierras con que podría ampliarse la frontera agrícola y la adecuación de los procesos y prácticas productivas. Ello, para lograr mayores niveles de

productividad, de rentabilidad para los productores y de ajuste de la oferta exportable frente a la demanda.

A partir de la priorización arriba señalada, se procedería a identificar las necesidades de recursos humanos, institucionales, técnicos y financieros a nivel nacional y regional y las posibles fuentes y mecanismos de promoción o financiación, necesarios y suficientes para garantizar su satisfacción.

El plan de acción debe surgir de la determinación regional de avanzar en un determinado sentido pero es imperativo que éste cuente con el decidido apoyo de las autoridades nacionales competentes, incluidas, entre otras, los Ministerios de Agricultura y Desarrollo Rural, Comercio, Industria y Turismo, Salud y Protección Social, así como sus respectivas entidades adscritas y vinculadas -ICA, INVIMA, CAAC, BANCOLDEX, PROEXPORT y el SENA, por citar algunas.

C. SECTOR MANUFACTURA-INDUSTRIA

1. Oferta

(a) Producción y exportaciones

De acuerdo con la EAM, la producción de manufacturas durante 2012 representó \$12,2 millones de dólares, equivalente al 10,13% de la produc-

ción total de la región.¹⁶ Como se observa en la Tabla IV-11, aproximadamente el 59% de la producción manufacturera se encuentra concentrada en 2 subsectores: argamasas y hormigón no refractarios, con 33,56% y fabricación de productos metálicos, de arcilla y de cerámica, para uso estructural, con 25,43%. Otras ramas de la producción incluyen productos como formas básicas de plástico, con 7,38% y diarios, revistas y publicaciones periódicas con 6,89%.

En bienes manufacturados, la región exportó un total de \$5,3 millones de dólares en el 2013, 5,32% más respecto al año anterior. Las demás máquinas y aparatos para mezclar o malaxar tierras o piedras fueron exportadas por primera vez en el 2013 al país vecino de Ecuador, por un total de \$306 mil dólares.

Productos del sector cueros y sus manufacturas como sacos de viaje y mochilas con superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o charolado; baúles, maletas y maletines con la superficie de cuero natural, regenerado o charolado, tuvieron exportaciones en el 2013 por un valor de 472 mil dólares, 24,52% más respecto al 2012. Dichos productos, y en particular los baúles y maletas de cuero, entraron a Suiza por primera vez en el 2013.¹⁷ Además, las exportaciones a mercados existentes como Estados Unidos y Ecuador aumentaron entre el 2012 y el 2013.

Descripción	Producción (miles de dólares)	Participación %
Argamasas y hormigón no refractarios.	4.094	33,56%
Fabricación de productos metálicos para uso estructural	2.464	20,20%
Formas básicas de plástico	900	7,38%
Diarios, revistas y publicaciones periódicas, publicadas cuatro o más veces por semana	841	6,89%
Fabricación de productos de arcilla y cerámica no refractarias, para uso estructural	638	5,23%
Otras industrias manufactureras ncp.	601	4,93%
Subtotal	9.538	78,18%
Productos con una producción menor a 500 mil dólares	2.662	21,82%
Total	12.200	

Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cálculos Propios

16. En la EAM la producción total incluye, además de manufacturas, bienes agroindustriales y mineros (ver Figura III-2)

17. Las exportaciones al Mercado Suizo en el 2013 sumaron \$2 mil dólares, lo que implica que puede que sea una muestra.

Tabla IV-12 Exportaciones principales productos manufacturados, Nariño

Descripción	FOB (miles de dólares)		Variación %	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Las demás maquinas y aparatos para mezclar o malaxar tierras o piedras	-	306	-	0,00%	5,82%
Los demás continentes con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado	214	246	14,80%	4,29%	4,67%
Las demás barras de aceros aleados, obtenidas o acabadas en frío	133	239	80,50%	2,66%	4,55%
Baúles, maletas, maletines, carteras de mano, con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado	165	226	37,13%	3,30%	4,30%
Bridas, de acero inoxidable	65	218	237,08%	1,29%	4,14%
Las demás barras de hierro o acero sin alear, simplemente forjadas	147	197	34,00%	2,95%	3,76%
Los demás tejidos con un contenido de filamentos de poliéster texturados >= 85% en peso: teñidos	103	183	78,74%	2,06%	3,49%
Insecticidas, raticidas y demás anti roedores, fungicidas, herbicidas, inhibidores de gérmenes	282	164	-41,86%	5,65%	3,12%
Subtotal	1.108	1.780	60,64%	22,20%	33,86%
Productos que exportaron menos de 150 mil dólares durante 2013	3.883	3.477	-10,47%	77,80%	66,14%
Total	4.991	5.256	5,32%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

Productos de acero como barras de aceros aleados acabadas en frío y bridas de acero inoxidable fueron exportados a Ecuador y tuvieron un crecimiento significativo en sus exportaciones entre el 2012 y el 2013, pasando de \$198 mil dólares a \$457 mil dólares. En el sector textil el departamento exportó a Ecuador \$183 mil dólares de tejidos sintéticos teñidos, con contenido de filamento de poliéster texturados (superior o igual a 85% en peso), un 78,74% más respecto al 2012. Las exportaciones de insecticidas, raticidas y demás anti roedores decrecieron 41,86% entre 2012 y 2013, pasando de \$282 mil dólares a \$164 mil dólares. Una vez más, el país de destino de dichas exportaciones fue Ecuador. Por último, las exportaciones de productos (256) que exportaron menos de \$150 mil dólares en el 2013 sumaron \$3,47 millones de dólares en el 2013, decreciendo un 10,47% respecto al 2012.

En el 2013, el 81,23% de las exportaciones totales de Nariño fue dirigido a Ecuador, su socio comercial natural. El segundo destino más importante de las exportaciones nariñenses fue Estados Unidos, con una participación del 12,72% en el 2013. Otros destinos son China y otras Zonas Francas¹⁸ con participaciones del 2,46% y el 1,34% respectivamente de las exportaciones totales.

(b) Oportunidades

Según los resultados obtenidos por el CAAC, en el corto, mediano y largo plazo, la región podría exportar a los mercados priorizados 96 productos en el sector manufacturero: 80 para la Unión Europea, 62 para Canadá, 53 para AELC, y 53 para República de Corea (ver Tabla IV-14).¹⁹ Esas cifras sugieren que dichos acuerdos comerciales

Tabla IV-13 Principales destinos exportaciones manufacturas, Nariño

País	FOB (miles de dólares)		Variación %	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Ecuador	4.186	4.270	2,00%	83,87%	81,23%
Estados Unidos	644	689	3,77%	12,91%	12,72%
China	-	129	-	-	2,46%
Otras zonas francas	-	71	-	-	1,34%
Subtotal	4.830	5.138	6,37%	96,78%	97,75%
Países a donde se exportaron menos de 50 mil dólares durante 2013	161	118	-26,35%	3,22%	2,25%
Total	4.991	5.256	5,32%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

18. Dado que las estadísticas no permiten identificar el mercado a donde llegan las mercancías una vez salidas de la zona franca, es imposible describir los países reales de destino.

19. Este valor es el número neto de productos. En la Tabla IV-14 dichos productos pueden repetirse en más de un mercado.

ofrecen una oportunidad para que Nariño diversifique sus exportaciones en este sector.

En el corto plazo se identificó 1 producto con oportunidades: bolsos de mano con la superficie exterior de cuero natural, regenerado o charolado.²⁰

En el 2012, Nariño ocupó el puesto 41 y 72 entre 85 y 92 proveedores de bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, regenerado o charolado, a Canadá y AELC respectivamente. Las importaciones totales de dicho producto en el 2013 alcanzaron en el primer caso \$158,71 millones de dólares y en el segundo \$243,13 millones de dólares. Los principales competidores son China, Italia y Francia, que en conjunto proveen más del 70% de las exportaciones a estos mercados. Las exportaciones totales de Nariño a los mercados priorizados durante 2012, fueron

de \$12 mil dólares: \$10 mil dólares hacia Canadá y \$2 mil dólares hacia AELC.

Con base en la metodología del Centro, este producto aparece como una oportunidad de corto plazo para Canadá y AELC. Sin embargo, es importante notar que no hubo exportaciones hacia estos mercados en el 2013. Además la baja posición de Nariño entre los proveedores refleja la baja competitividad que la región tiene para estos productos en los mercados internacionales (ver Tabla IV-15).²¹

Entre los principales²² productos con oportunidades de mediano plazo para Nariño encontramos productos de la cadena de cuero y marroquinería como sacos de viaje y mochilas con superficie exterior de cuero natural, regenerado o charolado para los mercados de Unión Europea y Canadá:

Tabla IV-14. Resumen oportunidades agropecuario y agroindustria, Nariño

Plazo	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
Corto	0	1	1	0
Mediano	45	40	34	32
Largo	35	21	18	21
TOTAL	80	62	53	53

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Cálculos Propios.

Tabla IV-15. Oportunidades corto plazo manufacturas, Nariño

Producto	Mercado Priorizado al que Actualmente Exporta Nariño	Mercado Priorizado Importa del Mundo (Miles de dólares)*	Principales Proveedores para el Mercado Priorizado (Participación del proveedor en las importaciones del mercado priorizado)		Exportaciones Nariño al mercado priorizado			Participación del Mercado Priorizado en las Exportaciones de Nariño al mundo	
					(Miles de dólares)**		Variación %		Posición (de Nariño entre los proveedores para el mercado priorizado)***
					2012	2013			
Bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado	Canadá	158.715	China 39,84% Italia 28,84% Francia 14,23%	10	-	-100,00%	74/73	0,00%	
	AELC	243.130	Italia 37,82% Francia 23,98% China 12,36%	2	-	-100,00%	91/90	0,00%	

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Cálculos Propios. Nota: *Valores CIF (Costo, seguro y flete) ** Valores FOB (Libre a bordo, puerto de embarque) ***Posición respecto al 2013

20. Cabe señalar que los productos considerados de corto plazo pueden también caracterizarse como de mediano o largo plazo, dependiendo del mercado de destino que se esté analizando.

21. Los productos presentados en la Tabla IV-16 fueron priorizados con base en las exportaciones de Nariño a los mercados priorizados.

22. Los productos presentados en la Tabla IV 16 fueron priorizados con base en las exportaciones totales de Nariño. La lista completa de oportunidades de mediano plazo se encuentra en la Tabla Anexa B-5.

y baúles, maletas, maletines y carteras de mano de cuero natural, regenerado o charolado para los cuatro mercados priorizados. De la cadena textil, encontramos además los tejidos sintéticos teñidos, con contenido de filamento de poliéster texturados (superior a 85%) como oportunidad para la Unión Europea.

En el 2013, las importaciones de sacos de viaje y mochilas con superficie exterior de cuero por parte de la Unión Europea sumaron \$330,6 millones de dólares. Los principales proveedores de ese mercado fueron China, India y Vietnam, con participaciones de 58,87%, 9,89% y 6,05% respectivamente. Las importaciones de Canadá fueron de \$68,96 millones de dólares. Los principales proveedores de ese mercado fueron China, Francia y Vietnam, con participaciones de 68,57%, 6,30% y 5,68% respectivamente. Las exportaciones totales de Nariño al mundo sumaron \$246 mil dólares y fueron destinadas en casi su totalidad al mercado de Estados Unidos.

Respecto a los baúles, maletas, maletines y carteras de mano de cuero natural, regenerado o charolado, las importaciones de los mercados priorizados en el 2013 fueron de \$12,60 millones de dólares en el caso de Canadá hasta \$133,65 millones de dólares en el caso de la Unión Eu-

ropea. Los principales competidores son China, India, Italia, Francia, Alemania, Vietnam y Suiza. Las exportaciones de Nariño al mundo sumaron \$226 mil dólares, 37,13% más respecto al 2012. También en este caso el principal mercado de destino de éste producto es Estados Unidos, representando el 75,24% de las exportaciones de Nariño. El segundo mercado de destino es Ecuador, que recibe el restante 23,98% de las exportaciones de la región (ver Tabla IV-16).

Por último, las importaciones de tejidos sintéticos teñidos, con contenido de filamento de poliéster texturados (superior a 85%) por parte de la Unión Europea sumaron \$247,66 millones de dólares en el 2013. Sus principales proveedores fueron China, con una participación de 53,17%, Turquía, con una participación de 11,30% y Taipéi Chino, con una participación de 10,16%. Las exportaciones totales de Nariño al único destino de Ecuador sumaron \$183 mil dólares, 78,74% más respecto al 2012 (ver Tabla IV-16).

Los productos con oportunidades de mediano plazo se exportan principalmente a Estados Unidos y los mercados vecinos. Es importante que Nariño de un paso más allá, aprovechando su experiencia exportadora y por medio de ajustes en la oferta exportable- en términos de volúme-

Tabla IV-16. Oportunidades mediano plazo manufacturas, Nariño

Producto	Mercado Priorizado	Mercado Priorizado Importa del Mundo (Miles de dólares)*	Principales Proveedores para el Mercado Priorizado (Participación del proveedor en las importaciones del mercado priorizado)		Exportaciones Nariño al mundo				
					(Miles de dólares)**		Variación %	Principales Mercados a los que Exporta Nariño 2013 Participación (%)	
					2012	2013		Estados Unidos	
Sacos de viaje y mochilas con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado	Unión Europea	330.603	China India Vietnam	58,87% 9,89% 6,05%	214	246	14,80%	Estados Unidos	100,00%
	Canadá	68.968	China Francia Vietnam	68,57% 6,30% 5,68%				Venezuela	0,00%
Baúles, maletas, maletines, carteras de mano, con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado	Unión Europea	133.654	China India Suiza	58,85% 11,36% 8,16%	185	226	37,13%	Estados Unidos	75,24%
	AELC	31.338	Italia China Alemania	44,35% 22,62% 6,77%				Ecuador	23,98%
	Corea, Rep.	26.631	China Italia Vietnam	48,08% 21,81% 11,83%					
	Canadá	12.601	China Italia Francia	56,82% 14,35% 10,42%					
Tejidos de hilados de filamentos sintéticos, con un contenido de filamentos de poliéster texturados >= 85% en peso, teñidos	Unión Europea	247.669	China Turquía Taipei Chino	53,17% 11,30% 10,16%	103	183	78,74%	Ecuador	100,00%

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Cálculos Propios.
Nota: *Valores CIF (Costo, seguro y flete) ** Valores FOB (Libre a bordo, puerto de embarque)

nes, calidad y preferencias de los consumidores - pueda exportar dichos productos a los mercados priorizados.

Nariño apuesta a los subsectores de cuero, calzado y marroquinería y textil y confección. Como vimos anteriormente, algunos de los productos ya exportados por la región y con oportunidades de corto y mediano plazo, hacen parte de subsectores incluidos en las apuestas productivas, lo que confirma la capacidad de la región de promocionar e internacionalizar subsectores con potencial. Es necesario, eso sí, precisar con mayor detalle los productos específicos cobijados por apuestas productivas subsectoriales, para dar mayor foco a las iniciativas empresariales. Existen productos de las apuestas que la región produce y que podrían potencialmente ser exportados a los mercados priorizados. En particular, entre las principales²³ oportunidades de largo plazo se encuentran productos como calzados con suela y parte superior de caucho o plástico y con puntera metálica de protección, para los cuatro mercados priorizados, cuyas importaciones van desde \$173,76 millones de dólares, en el caso de AELC, hasta \$3.505 millones

de dólares en el caso de la Unión Europea. Los potenciales competidores son China, Vietnam e Indonesia para los mercados de la Unión Europea, Canadá y República de Corea, con más del 90% de las importaciones de dichos mercados y China, Vietnam y Alemania, con participaciones de 53,21%, 17,64% y 5,43% para el mercado de AELC (ver Tabla IV-17).

En el subsector metalmecánico se encontraron dos oportunidades de largo plazo para los cuatro mercados priorizados: los triciclos, patinetes y coches de metal y demás juguetes con ruedas, y las barras de hierro de sección variable.

En el primer caso las importaciones de los mercados priorizados en el 2013 sumaron \$9.178 millones de dólares en el 2013, en el segundo caso \$7.684 millones de dólares. Entre los potenciales competidores se encuentran China, Indonesia, México y Dinamarca, en el caso de los triciclos y patinetes y coches de metal con ruedas; Estados Unidos, China, Taipéi Chino, Suiza, Japón, entre otros, son competidores en el caso de las barras de hierro de sección variable. En ambos casos la concentración de las exportaciones no es muy

Tabla IV-17. Oportunidades largo plazo manufactureras, Nariño

Producto	Mercado Priorizado	Mercado Priorizado Importa del Mundo (Miles de dólares)*	Principales Proveedores para el Mercado Priorizado (Participación del proveedor en las importaciones del mercado priorizado)	
			Proveedor	Participación (%)
Triciclos, patinetes, coches de pedal y juguetes similares con ruedas; coches y sillas de ruedas para muñecas o muñecos	Unión Europea	6.679.210	China	85,66%
	Canada	1.348.348	Indonesia	2,57%
			Hong Kong, China	2,44%
	AELC	589.240	China	74,74%
Corea, Rep.	561.873	México	9,49%	
		Estados Unidos	6,92%	
		China	51,36%	
		Alemania	19,03%	
Las demás manufacturas de hierro o acero	Unión Europea	3.533.211	Dinamarca	6,73%
			China	62,01%
	Corea, Rep.	2.052.409	Dinamarca	10,37%
			México	9,74%
Canada	1.085.581	China	40,44%	
		Estados Unidos	11,59%	
		Suiza	9,28%	
		China	22,55%	
AELC	1.012.826	Japón	19,25%	
		Estados Unidos	15,57%	
		Estados Unidos	64,23%	
		China	19,88%	
Calzados con suela y parte superior de caucho o plástico: con puntera metálica de protección	Unión Europea	3.505.327	Taipei Chino	3,19%
			Alemania	24,33%
	Corea, Rep.	427.945	Suecia	11,50%
			Italia	10,00%
Canada	313.882	China	69,07%	
		Vietnam	16,50%	
AELC	173.762	Indonesia	5,85%	
		China	73,99%	
		Vietnam	14,49%	
		Indonesia	6,28%	
			China	80,93%
			Vietnam	9,86%
			Indonesia	3,14%
			China	53,21%
			Vietnam	17,64%
			Alemania	5,43%

Fuente:DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Cálculos Propios.

Nota: *Valores CIF (Costo, seguro y flete)

23. Las exportaciones al Mercado Suizo en el 2013 sumaron \$2 mil dólares, lo que implica que puede que sea una muestra.

Tabla IV-18. Experiencia exportadora participantes jornada regional manufacturas, Nariño

MERCADOS	PRODUCTOS
Sombreros - pavas	Ecuador
Industriales	EE.UU
Papeleras	Francia
Contenedores	Italia
Joyería	Panamá
En todos los casos las exportaciones es a través de SAS	Uruguay
	Costa rica
	Holanda
	Alemania
Si se ha exportado, intermediario	España, Aruba y Ecuador

Fuente: Información mesas jornadas regionales

elevada, lo que daría espacio a Nariño para competir internacionalmente (ver Tabla IV-17).

Para concluir, es importante notar cómo, para los productos con oportunidades de largo plazo, la demanda de los mercados priorizados es muy significativa -miles de millones de dólares en algunos casos- lo que demuestra que entrar a esos mercados, aun con participaciones bajas podría llevar a altos beneficios de comercio para la región. Por otra parte, productos como las barras de hierro de sección variable son insumos necesarios para la industria metalmeccánica, que tiene una dinámica actividad en los mercados internacionales. En este campo, siempre y cuando realice esfuerzos en términos de calidad y eficiencia en producción, Nariño podría convertirse en un proveedor de dichos insumos e insertarse en las cadenas regionales o globales de valor.

2. Información construida en la Jornada

El Sector de manufactura en Nariño estuvo representado en tres mesas que reunieron a los subsectores Textil y Confección, Marroquinería y Artesanías. Con estos grupos fue posible desarrollar los temas propuestos por el CAAC, relacionados con lo siguiente:

(a) Experiencia

Los empresarios afirmaron tener experiencia en la exportación de algunos productos a mercados diferentes a los priorizados, como se muestra en la tabla. No obstante, vale la pena destacar que

en varios casos no se realizaron exportaciones de manera directa sino a través de comercializadoras. En otros casos, los empresarios mencionaron haber exportado a países diferentes, pero no identificaron el producto exportado.

Con respecto a operaciones iniciadas y no concluidas, solamente se mencionó una solicitud de muestras sin valor comercial de velas y veladoras con aroma, desde Valparaíso y Santiago de Chile, pero los empresarios no informaron las razones por las cuales no se concretaron los negocios.

En general puede decirse que algunos empresarios tienen conocimiento del proceso exportador, pero la mayoría carece de información sobre los diferentes aspectos de la actividad exportadora.

(i) Productos => oportunidades adicionales identificadas en las mesas

De manera adicional a la identificación de productos efectuada por el CAAC, los participantes señalaron otros productos que en su opinión representan oportunidades con potencial de éxito. Las sugerencias, junto con las razones que las justifican y el plazo previsto, se recogen en la Tabla IV-19

Como se observa, el empresariado nariñense identificó con razones definidas productos que considera relevantes para ser llevados a los mercados internacionales. Algunos de ellos coinciden con la identificación efectuada por el CAAC y

Producto	Por qué	Plazo
1. Sombreros en diferentes calidades, estilos y formas	Por la calidad, producto conocido, hecho a mano, ecológico	Corto plazo
2. Bolsos tejidas en fibras naturales y sintéticas	Por su calidad, hecho a mano	Mediano plazo
3. Línea de mesa y decoración del hogar	Por su colorido, trabajo hecho a mano, calidad, variedad	Mediano plazo
4. Joyería	Diseño, calidad, trabajo hecho a mano	Corto plazo
5. Alfombras y tapetes tejidos	Ecológico, hecho a mano, calidad	Largo plazo
6. Artesanías paja toquilla	Porque tienen el reconocimiento de mercado justo fabricado por mujeres	Corto plazo
7. Velas de agua o líquidas y veladoras alto consumo	Tiene un alto nivel de diferenciación y tiene identificación con cultura religiosa en Ecuador	Corto plazo
8. Artesanías paja toquilla	Porque tienen el reconocimiento de mercado justo fabricado por mujeres	Corto plazo
9. Cabuya Artesanal	Hay producción y calidad en la materia prima	Largo plazo
10. Artesanías fique individuales y bolsos	Porque es de buena calidad, hay varios talleres para unir	Corto plazo
11. Canastas y contenedores, marca a tejer gaia	Calidad y es un producto único y exclusivo	Corto plazo
12. Producto de tejido con contenido diferente al poliéster (algodón), alpaca, casimir, textil	Son productos que llevan diseño y se diferencia por la calidad	Largo plazo
13. Guantes industriales, delantales industrial, protección industrial	Productos para uniformes, para protección industrial	Mediano plazo
14. Billeteras de dama de mano, billetera de hombre de bolsillo		Mediano plazo

Fuente: información mesas Jornadas Regionales

con las apuestas productivas regionales, lo cual muestra una alineación significativa. Con base en el conocimiento de los procesos productivos y el apoyo de los entes locales y nacionales, se podría generar y consolidar un importante paquete de productos exportables.

(b) Obstáculos y limitantes

Las principales limitantes identificadas por los participantes en las mesas, caen bajo las categorías de Capital Humano, Calidad y Financiero:

En lo relativo a Capital Humano, se mencionó la carencia de profesionales en diseño; ingenieros mecánicos industriales; Ingenieros de empaque; Ingenieros químicos especializados en cuero; Ingenieros industriales para herrajes; profesionales en la gestión de emprendimiento y valor

agregado; profesionales en marroquinería, en química farmacéutica para cosméticos y en el desarrollo de software para textiles.

En el orden técnico, los empresarios nariñenses dijeron requerir mano de obra de: Operarios tejedores y de terminado; operarios para el trabajo de armarios, metal y madera, para el mantenimiento y operación de maquinaria; y auxiliares de laboratorios. Una necesidad mencionada frecuentemente fue la urgencia de implementar programas de bilingüismo.

En materia regulatoria consideran que es necesario reglamentar la trazabilidad para marroquinería; definir una política estructural que influya sobre las empresas para la innovación y valor agregado; y establecer un marco regulatorio del sector de la iraca en materia de seguridad social y otros.

Así mismo afirmaron que falta cultura de diseño e innovación visual.

Calidad. Las limitantes en materia de Calidad tienen que ver con: falta de Laboratorios para estudio de materiales y de materia prima; tinturado (falta anilinas de calidad sin plomo), conocimiento en empaque y embalaje; necesidad de equipos (prensas, máquinas, hornos de alta temperatura); la falta de entidades de certificación y asesoramiento en ISO, Sellos Verdes, Sellos de origen, análisis de riesgo y Comercio Justo.

Financieros. Varios empresarios expresaron la necesidad de créditos blandos, créditos de fomento, y líneas de crédito condonables.

Otros. En este punto se expresó preocupación por una vigilancia escasa sobre falsificaciones y copias ilegales, así como la importancia de los contactos comerciales y permanentes en el exterior, la innovación y el diseño.

(c) Redes

El empresariado nariñense aportó útiles elementos en cuanto a las redes productivas que merecen ser apoyadas e impulsadas, las propuestas se mencionan a continuación:

- Fortalecimiento y modernización de la cadena productiva de la iraca, liderado por Artesanías de Colombia.
- Creación del clúster textil, confección y accesorios del departamento.
- Alianza productiva del sector y otros sectores del gremio artesanal.
- Red de empresas que fabriquen cajas de cartón para embalaje, impresas en Nariño, empresas que se dediquen a fabricar estivas para exportación.
- Infraestructura en impreso o editorial.
- Asociaciones cultura asociativa.
- Clúster (no existen clúster en Nariño en los diferentes sectores).
- Red de transporte para llevar el producto al mercado internacional.
- Encadenamientos productivos (comercio justo).

(d) Trámites

Se preguntó a los empresarios si han tenido experiencia con trámites ante entidades públicas, su percepción sobre las mismas y las recomendaciones que estimen pertinentes.

Las respuestas se encuentran en la Tabla IV-20.

TRÁMITE Y EXPERIENCIA	ENTIDAD	RECOMENDACIONES/SUGERENCIAS
Registro de exportador y sus trámites	Ministerio de comercio exterior	Tener disponible por escrito los pasos a realizar por los usuarios
Registro de marca obtenido	SIC	-
Personal para mantenimiento de maquinaria y mejoramiento de la misma	SENA	No fue atendida la solicitud y tampoco informaron si podían capacitar el personal
Registro sanitario para cosméticos	INVIMA	Excesiva tramitología, se debe facilitar el acceso
Licencia ambiental	CORPONARIÑO	Impuesto de tasa retributiva muy elevada con amenaza de cierre de la industria de cuero en Belén
Transporte de pieles	ICA	Se requiere mayor asesoría para el transporte de pieles
Solicitud de presentación de marca	EMBAJADAS	Respuesta más rápida, apoyo en la búsqueda de clientes potenciales y apertura de mercados

Fuente: Información mesas jornadas regionales

3. Recomendaciones

Frente a las dificultades planteadas por el empresariado nariñense, el CAAC presenta las siguientes recomendaciones, con el ánimo de contribuir a la solución de las mismas y con la expectativa de mejorar el aprovechamiento de los acuerdos comerciales.

1. Capital Humano. La propuesta para solucionar las deficiencias existentes en este campo, es la misma que el Centro ha planteado para otras regiones: la necesidad de definir una estrategia de apoyo con programas de capacitación integral en fases, de manera que se cubran las solicitudes de los empresarios, atrás enunciadas.

La estrategia de formación integral deberá ser desarrollada mediante la articulación de los diferentes entes gubernamentales involucrados en esta materia, tales como el Ministerio de Educación y el Sena en asocio de organismos privados con experiencia e interesados en cubrir las deficiencias en formación de mano de obra calificada y de profesionales expertos en los temas mencionados. Es del caso señalar que actualmente existen facilidades para masificar el conocimiento, como programas virtuales de formación que tienen el Sena y las Cámaras de Comercio, los cuales en algunas ocasiones no son aprovechados, posiblemente por desconocimiento o falta de información.

No obstante, es preciso pensar en acciones para lograr que los empresarios aprovechen efectivamente el conocimiento derivado de esta clase de instrumentos. Por ejemplo, como complemento de la formación virtual, la Cámara de Comercio podría organizar talleres presenciales, buscando que los empresarios se apropien del conocimiento y lo apliquen a sus negocios.

2. En lo que a Laboratorios se refiere, el CAAC, en coordinación con el Instituto Nacional de Metrología, busca que información sobre laborato-

rios privados y públicos se pongan a disposición del empresariado en general. De manera puntual conviene poner en conocimiento de los empresarios la existencia de laboratorios que cuentan con acreditación internacional para certificar varios procesos productivos. Esa información reposa en el CAAC y gremios de la producción.

Los otros temas mencionados en este punto, impactan también la calidad de la producción y merecen ser atendidos de manera puntual pero comprensiva. Sugerimos que bajo el Viceministerio de Desarrollo Empresarial, la Dirección de Competitividad en coordinación con la Comisión Regional de Competitividad diseñe un programa de trabajo que atienda los requerimientos con instrumentos pertinentes para ejecutarlo.

3. Asuntos financieros. Bancoldex ha puesto en marcha la “Caja de Herramientas” que incluye información sobre líneas de crédito así como apoyos no financieros. BANCOLDEX podría ampliar la información relevante a los empresarios en las cadenas productivas priorizadas por la región.

4. En lo relativo a las cadenas de valor los empresarios participantes en el evento fueron muy propositivos sobre las cadenas que deben desarrollarse en el Departamento. En ese sentido es importante organizar un trabajo conjunto público-privado, con miras a identificar las propuestas con mayor potencialidad para su desarrollo y tomar las medidas conducentes a llevarlas a la realidad. Esta tarea podría ser liderada por la Comisión Regional de Competitividad.

Del punto “Otros” nos referimos a aquellos relacionados con la importancia de los contactos comerciales y permanentes en el exterior, y a la innovación y el diseño. En estos temas pueden apoyar Proexport y Bancoldex respectivamente, entidades que tienen a su cargo el desempeño y las herramientas correspondientes.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La región hoy y hacia el futuro en producción, exportaciones y apuestas productivas

Un vistazo a la producción de Nariño muestra que el 51,01% del PIB departamental está concentrado en el sector de servicios (transables y no transables): actividades de servicios sociales, comunales y personales (27,21%); establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas (10,54%); hoteles, restaurantes, bares y similares (7,33%); y transporte, almacenamiento y comunicaciones (5,94%). Pese a esta circunstancia, no se observa igual relevancia de los servicios entre los subsectores que ya exportan aunque se nota que la región ha comenzado a dar pasos para concretar su potencial exportador en este frente, al incluir entre sus apuestas productivas algunas actividades de servicios, como el turismo cultural, el agroturismo y el software. Esta última es ambiciosa teniendo en cuenta el grado medio de competitividad de la región y las deficiencias en infraestructura de comunicaciones que reportaron los empresarios en la jornada. No obstante, merece ser evaluada cuidadosamente.

Las oportunidades identificadas por el CAAC y presentadas al empresariado durante las jornadas regionales, incluyen turismo cultural y folclor, y turismo de naturaleza y aventura. El primero con base en el Carnaval de Negros y Blancos y el segundo a partir de escenarios como La Cocha, la Reserva Natural Biotopo, lagunas en altura y rica biodiversidad. Adicionalmente, en las mesas de trabajo los empresarios mencionaron productos específicos de software. Tanto los subsectores identificados por el CAAC como los sugeridos

por los empresarios requieren profundizar en su desarrollo comercial, y en casos como los de turismo especializado, hay altas exigencias en bilingüismo y certificaciones internacionales. De esa manera se podría cumplir con los requerimientos de la demanda en los mercados estudiados.

Un segundo hecho relevante en la composición del PIB de Nariño es la relativa importancia de la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y agroindustria, con un 15,74% del total. Las actividades agropecuarias están concentradas en unos cuantos cultivos: dentro de los permanentes predominan el plátano, la caña panelera, el coco, el banano y el café (juntos suman el 81,42% del total); entre los cultivos transitorios sobresalen la papa, el palmito, el tomate y la zanahoria (los cuatro suman 84,82% del total).

Dentro de la agroindustria se destacan la producción de lácteos, el procesamiento de carne y sus derivados, la molinería y la trilla de café, los cuales suman el 85% del total agroindustrial. Sin embargo, la participación productiva de los rubros mencionados no se refleja en las exportaciones del sector: en ellas predomina el café, con un 67,53%, seguido por los atunes con 14,01%, y el aceite de palma en bruto con el 13,4%. Sumados, los tres productos pesan más de 95% dentro del total exportado por la región en 2.013. El café, principal producto de exportación, se envía a los mercados analizados sin mucho valor agregado, lo cual implica el riesgo de inestabilidad en los precios año a año, con la consecuente volatilidad en los ingresos de exportadores y productores; afortunadamente, comienzan a hacerse esfuerzos para desarrollar cafés de origen pero es necesario ampliarlos y profundizarlos. Las ex-

portaciones del sector están concentradas en Estados Unidos, Unión Europea, Ecuador, México y Japón; además, se exporta a un número de 12 países pero hay gran variabilidad en éstos en los últimos dos años. Esto puede ser el resultado de exportar productos básicos en los cuales las condiciones de mercado cambian frecuentemente y esto hace necesario buscar compradores nuevos.

La situación de excesiva concentración en las exportaciones del sector agrícola nariñense puede originarse en causas como: falta de conocimiento entre las diferentes cadenas sobre las oportunidades en los mercados internacionales; bajos volúmenes disponibles para la exportación de nuevos productos; tamaño de los productores; falta de capacidad para cumplir estándares internacionales de calidad y sanidad; poco conocimiento sobre las características específicas del producto a exportar; deficiencias en capital humano; falta de infraestructura adecuada.

A partir de la demanda en los mercados estudiados, las principales oportunidades identificadas por el CAAC para la región en este sector se agrupan en torno a café, aceite de palma, atún aleta amarilla y los demás atunes congelados, camarones y langostinos congelados, cacao y sus derivados, algunos cítricos como limas y limones, frutas frescas o congeladas, y glucosa y su jarabe. Es necesario poner particular énfasis en las recomendaciones que se relacionan con la agregación de valor y la sofisticación de la oferta. Esto tiene que ver con desarrollo de actividades de transformación en origen y certificación de procesos, calidades, gestión ambiental u origen, desarrollo de marcas colectivas o denominaciones de origen, entre otros.

En las mesas de trabajo, los empresarios asistentes identificaron productos adicionales o con mayor sofisticación como: aguacate Hass; frutas secas, deshidratadas y pulpas congeladas de mora, fresa y tomate de árbol; quinua; panela pulverizada, aromatizada y orgánica; trucha fileteada y ahumada; hortalizas congeladas; lácteos como queso, yogurt, mantequilla y dulce de leche, entre otros. Estos productos pueden requerir ajustes en procesos productivos, certificaciones, desarrollo de productos o mercados,

además de requerir una evaluación juiciosa en las condiciones de competitividad de las cadenas respectivas. Varios de los productos propuestos por los empresarios se enfocan hacia la línea de productos naturales, un segmento con demanda creciente.

Un tercer elemento de la economía nariñense es la participación baja del sector manufacturero, con un 3,54% del PIB regional. Este se encuentra concentrado en dos subsectores: argamasas y hormigón no refractarios, y productos metálicos, de arcilla y de cerámica para uso estructural. Otras cadenas con producción incluyen formas básicas de plástico y publicaciones periódicas. En las principales exportaciones del sector, hay poca correspondencia frente a lo producido. En efecto, las exportaciones incluyen máquinas para mezclar o malaxar tierra o piedras, manufacturas de cuero como sacos, mochilas, baúles y maletas, barras de acero aleado y sin alear, bridas de acero, tejidos con filamento de poliéster e insecticidas, fungicidas y herbicidas. Ello sugiere o bien diferencias marcadas en la captura de la información estadística o una gran brecha entre lo que se produce y se vende al mundo. Además, se nota una alta concentración de las exportaciones del sector a los mercados de destino, particularmente Ecuador con 81,2% del total exportado, y Estados Unidos con 12,7% en 2013.

La apuesta productiva regional en el sector de las manufacturas cubre los rubros del cuero, calzado y marroquinería; ésta no parece tener un gran sustento en las cifras de producción pero sí exhibe una correspondencia con las cifras de exportación.

Las oportunidades identificadas por el CAAC se refieren a productos que hoy se exportan, inclusive a algunos de los mercados priorizados y que tienen una demanda identificada como bolsos, sacos, mochilas, baúles y maletas de cuero; tejidos sintéticos teñidos; ciertos tipos de calzado; juguetes de metal y barras de hierro de sección variable, entre otros. En las mesas de trabajo los empresarios asistentes señalaron como productos con potencial: sombreros, bolsos y artesanías de fibras naturales; textiles para mesa y decoración; joyería; alfombras y tapetes; confecciones

con fibras naturales (algodón, alpaca, cachemir); guantes y delantales para uso industrial; billeteras de cuero. Los rubros que no figuran dentro de las oportunidades identificadas por el CAAC, requieren un análisis profundo a partir de la demanda específica en los mercados priorizados más lo que la región está en capacidad de producir.

Los actores institucionales y el tejido empresarial en la región

Nariño cuenta con una Cámara de Comercio activa, interesada en promover la competitividad empresarial y temas de internacionalización, y con una buena capacidad de convocatoria entre los empresarios, a juzgar por el número y variedad de los asistentes a las jornadas. No parece haber en la región otras instituciones de características similares que agrupen productores de manera importante. Adicionalmente, no se encontró planes concretos por parte del gobierno regional para promover de manera sostenible la actividad exportadora o la generación de oferta exportable como un objetivo regional identificable. De otro lado, entre los empresarios participantes en las jornadas, hay poco conocimiento y experiencia acerca de la actividad exportadora o las oportunidades derivadas de los mercados internacionales. Es probable que el hecho de tener una actividad exportadora limitada a pocos productos, haga escasos el conocimiento y la experiencia exportadores en la región. Hay además evidencias de debilidad empresarial relacionada con falta de capacidad, pequeño tamaño de las unidades productivas, desconocimiento de estándares internacionales de calidad y sanitarios, entre otros.

Por el lado de la institucionalidad técnica para apoyar a los emprendedores con vocación exportadora, existe presencia regional de ICA e INVIMA, etc. Los empresarios consultados manifiestan que hace falta asesoría para realiza los trámites ante estas entidades y diversidad de criterios técnicos entre los funcionarios para emitir permisos o registros sanitarios. En el caso de estas dos entidades y teniendo en cuenta el importante perfil agrícola y agroindustrial de Nariño, ellas deberían ser parte de un propósito regional para elevar y mantener los estándares sanitarios,

en aquellas cadenas con un potencial exportador definido. En este sector también se evidencia falta de conocimiento sobre requisitos técnicos en los mercados externos y de procesos de manejo y transporte que pueden ser subsanados con el apoyo de actores institucionales.

En relación con las manufacturas, se requiere mejorar la capacitación del recurso humano en áreas técnicas, concretar los esfuerzos para poner a disposición de los empresarios un inventario sobre laboratorios que realizan pruebas especializadas y hacer más accesible la información sobre crédito. En servicios, hay obstáculos relacionados con falta de crédito a la medida, ausencia de normas técnicas para certificar operadoras y guías en turismo de aventura, carencia de capacitación en un segundo idioma, déficit de personal capacitado en turismo, software y animación digital y débil infraestructura tecnológica para comunicaciones. Todos estos obstáculos requieren el concurso de entidades públicas y privadas, del orden regional y nacional.

La región frente a los mercados internacionales y los acuerdos comerciales

Como ya se señaló, no es evidente la existencia de una estrategia de la región hacia la internacionalización de su sector productivo o el aprovechamiento de las oportunidades derivadas de los acuerdos comerciales. La actividad exportadora está concentrada en unos pocos rubros y la región no parece verse como un jugador con un potencial significativo en los mercados internacionales, en los sectores agrícola, manufacturero y de servicios.

Las apuestas productivas de la región, resaltan actividades exportadoras, pero podrían tener un mayor foco de especialización o proponer actividades que encierran mayor valor agregado. En el caso del café, por ejemplo, es urgente apuntar a una mayor agregación de valor, bien sea haciendo una mayor proporción del proceso productivo en la región, o a través de ampliar el desarrollo de cafés de origen, tipo gourmet, orgánicos o con sello de comercio justo. En cuanto a la manufactura, la apuesta hacia productos que la región ya

exporta, como las manufacturas de cuero, requieren un mayor énfasis en la calidad y la competitividad. Es entonces conveniente volver a revisar la formulación de las apuestas productivas regionales en los términos sugeridos.

Oportunidades, condiciones para su aprovechamiento y actores relevantes

Como ya se indicó en las secciones pertinentes, el CAAC realizó una identificación detallada de oportunidades para la región, en los sectores agrícola y agroindustrial, manufacturero y de servicios, a partir de la demanda existente en los mercados priorizados con los cuales Colombia ya tiene acuerdos comerciales suscritos, y tomando en consideración los productos que la región produce, exporta o a los cuales apuesta. Las oportunidades fueron complementadas con los aportes de los empresarios asistentes a la jornada regional convocada en Pasto.

Sin embargo, se debe subrayar que la identificación de oportunidades es sólo un primer paso. Deben darse varias etapas adicionales para asegurar que la región se coloque en la vía del aprovechamiento de los acuerdos comerciales. Para ello se requiere crear las condiciones adecuadas, con la participación de todos los actores y con objetivos de largo plazo.

Un elemento esencial es la identificación de posibles clústeres o encadenamientos productivos para desarrollar oportunidades encontradas, alineando la identificación hecha por el CAAC con las apuestas regionales. Ello requiere desarrollar un conocimiento de los empresarios relevantes, su organización y la definición de objetivos comunes, en torno a la exportación, con visión de largo plazo. Una tarea adicional es la elaboración de una hoja de ruta para la internacionalización de cada clúster, subsector o cadena productiva, que tome muy en cuenta las limitaciones y barreras ya identificadas y fije metas claras para su superación y remoción.

El grueso de la actividad de desarrollo de clústeres o encadenamientos productivos tiene que ver con la superación misma de las limitaciones y barreras identificadas. El fortalecimiento de la capacidad empresarial, el mejoramiento del conocimiento frente a posibilidades exportadoras, trámites de exportación, estándares de calidad, cumplimiento de normas sanitarias en cada área, son un requisito indispensable para avanzar hacia la internacionalización regional.

Adicionalmente, al interior de dichos clústeres o cadenas productivas se debe precisar los requerimientos en cuanto a infraestructura específica, certificaciones, capacitación del recurso humano y pertinencia de la formación laboral.

En la superación de las barreras arriba mencionadas tienen una importante responsabilidad entidades nacionales y regionales como la Cámara de Comercio, los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo y Agricultura y Desarrollo Rural, el ICA, el INVIMA, el SENA y Proexport, entre otros, con la participación activa de la Gobernación de Nariño y las alcaldías relevantes. La Comisión Regional de Competitividad debe cumplir una función de aglutinador de los productores, las entidades gubernamentales regionales y locales, y la academia, y debe convertirse en un veedor del proceso de desarrollo de los clústeres o cadenas productivas, así como de los avances para aprovechar las oportunidades derivadas de los acuerdos.

Nariño tiene ante sí la oportunidad de avanzar hacia la internacionalización de su economía. Ello requiere que los actores locales, regionales y nacionales, privados y públicos, trabajen en forma mancomunada con criterio de subsector, clúster o cadena, y con visión de largo plazo. La región debe asumir un compromiso hacia el aprovechamiento de las oportunidades derivadas de los acuerdos comerciales, de manera que los nariñenses puedan iniciar una nueva era de mayor crecimiento y desarrollo.

METODOLOGÍA OPORTUNIDADES - BIENES

Periodo de referencia: 2007-2012

DEMANDA



- Importaciones >0 todos los años
- Importaciones constantes o crecientes
 - tPendiente importaciones >=0 en los últimos 6 años
- Si es negativa, ajuste por crecimiento importaciones >0 en los últimos tres años para controlar por la crisis.
- En mediano y largo plazo debe tener un promedio anual >= \$25 millones de dólares

OFERTA



AGRICULTURA / AGROINDUSTRIA

CORTO PLAZO (1-3 años):

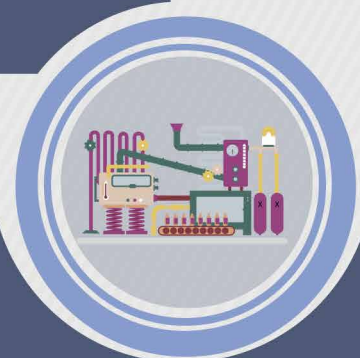
- Exportaciones Nariño al Mercado >=\$1000 dólares en el 2012
- Exportaciones nacionales >0 todos los años
- Promedio anual exportaciones nacionales >=\$100 mil dólares

MEDIANO PLAZO (3-5 años)

- Exportaciones Nariño al mundo >= \$1000 dólares en el 2012
- Exportaciones nacionales (al mercado priorizado o al mundo) >0 todos los años
- Promedio anual exportaciones nacionales >=\$100 mil dólares

LARGO PLAZO (+5 años)

- Pese a que Nariño no exporta existen volúmenes estimados de producción
- Los productos no exportados hacen parte de las apuestas productivas de la región



MANUFACTURA

CORTO PLAZO (1-3 años):

- Exportaciones Nariño al mercado >= \$1000 dólares en el 2012
- Exportaciones nacionales >0 todos los años
- Promedio anual exportaciones nacionales de acuerdo al tamaño del mercado priorizado:
 - Unión Europea >= \$150 mil dólares
 - Canadá, República de Corea y AELC >= \$50 mil dólares

MEDIANO PLAZO (3-5 años)

- Exportaciones Nariño al mundo >= 0 en el 2012
- Exportaciones nacionales (al mercado priorizado o al mundo) >0 todos los años y con un promedio anual (mayor a \$2,5 millones de dólares)
- Existe producción nacional (>=\$25 millones de dólares) e inventarios todos los años

LARGO PLAZO (+5 años)

- Los productos no exportados hacen parte de las apuestas productivas de la región
- En caso que Colombia no exporte, producción promedio anual >\$ 25 millones de dólares



ANEXO B: Oportunidades Nariño

AGROPECUARIO Y AGROINDUSTRIAL

Tabla Anexa B-1. Oportunidades Corto Plazo Agropecuario - Agroindustrial, Nariño

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
90111	Café sin tostar, sin descafeinar	x	x		x
151110	Aceite de palma, en bruto	x			

Tabla Anexa B-2. Oportunidades Mediano Plazo Agropecuario - Agroindustrial, Nariño

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
30342	atunes de aleta amarilla congelados, excluido filete, hígado, huevas y	x		x	x
30349	Los demás atunes congelados, excluido filetes, hígados, huevas y lechas		x		x
60290	Las demás plantas vivas (incluidas sus raíces), esquejes e injertos; micelios	x			
80550	Limonos y limas, frescos o secos		x	x	x
90111	Café sin tostar, sin descafeinar			x	
90121	Café tostado sin descafeinar	x	x	x	x
130219	Jugos y extractos vegetales (de frijoles, habas, soya y otros)	x	x		x
151110	Aceite de palma, en bruto			x	x
170230	Glucosa y jarabe de glucosa, sin fructosa o con contenido de fructuosa	x	x	x	x

Tabla Anexa B-3. Oportunidades Largo Plazo Agropecuario - Agroindustrial, Nariño

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
20110	Carne de bovinos en canales o medios canales, fresca o refrigerada	x		x	
20120	Carne de bovinos en trozos sin deshuesar, fresca o refrigerada	x	x	x	x
20130	Carne de bovinos deshuesada, fresca o refrigerada		x	x	x
20210	Carne de bovinos en canales o medios canales, congelada	x			
20220	Carne de bovinos en trozos sin deshuesar, congelada			x	x
20230	Carne de bovinos deshuesada, congelada		x		x
20610	Despojos comestibles de animales de la especie bovina, frescos o refrigerados	x			x
20621	Lenguas de bovinos, congeladas		x		
20622	Hígados de bovinos, congelados	x	x		
20629	Despojos comestibles diferentes a hígados y lenguas de bovinos, congelados	x	x		x
21020	Carne de bovinos salada o en salmuera, seca o ahumada	x	x		
30211	Truchas frescas o refrigeradas, excluidos filete, hígado, huevas, lechas	x		x	
30233	Listados o bonitos de vientre rayado frescos o refrigerados, excepto los hígados, huevas y lechas	x	x		
30234	Patudos o atunes ojo grande Thunnus obesus, frescos o refrigerados		x	x	x
30243	Fresco o refrigerado sardinas, sardinelas y espadines	x	x	x	
30314	Truchas, congeladas	x	x		x
30333	lenguados congelados, excluidos filetes, hígados, huevas y lechas.			x	
30343	Listados o bonitos de vientre rayado congelados, excepto los hígados, huevas y lechas	x	x	x	x
30344	Patudos o atunes ojo grande Thunnus obesus, congelados	x	x		x
30353	Sardinias, sardinelas y espadines, congelados	x	x		x
30369	Otros pescados congelados diferentes a bacalaos, eglefinos, carboneros, merluzas, abadejo de Alaska y bacaladillas excepto los hígados, huevas y lechas		x	x	x
30389	Otros pescados congelados, diferentes a rayas, austromerluza y róbalo excepto los hígados, huevas y lechas		x	x	x
30431	Filetes frescos o refrigerados de tilapias	x	x	x	
30442	Filetes frescos o refrigerados de Truchas	x	x	x	
30449	Los demás filetes frescos o refrigerados, nep	x	x	x	x
30451	Carne fresca o refrigerada de tilapias, bagres o pez gato	x	x	x	
30452	Carne fresca o refrigerada de salmónidos	x	x	x	x
30459	Carne fresca o refrigerada, nep	x	x	x	x
30461	Filetes congelados de tilapias		x		x
30467	Filetes congelados de Atunes, listados o bonitos de vientre rayado		x		x
30493	Carne congelada, incluso picada, de tilapia, bagre, carpa, anguila, perca del Nilo y pez cabeza de serpiente	x	x	x	x
30531	Filetes, secos, salados o en salmuera, sin ahumar, de tilapia, bagre, carpa, anguila, perca del Nilo y pez cabeza de serpiente		x		
30543	Trucha ahumada incl. filetes (exc. despojos)	x	x	x	
30544	Ahumados: tilapia, bagre, carpa, anguila, la perca del Nilo y cabezas de serpiente, incluso cocido antes o durante el ahumado	x	x	x	
30564	Salados sin secar o ahumar o en salmuera (excepto los despojos comestibles): tilapia, bagre, carpa, anguilas, la perca del Nilo y cabezas de serpiente	x			
30616	Camarones y langostinos congelados de agua fría	x	x	x	x
30617	Los demás camarones y langostinos congelados	x	x	x	x
40210	Leche en polvo, granulos u otras formas, materia grasa inferior o igua	x			x
40299	Las demas leches y natas concentradas azucadas o edulcoradas.	x		x	x
40310	Yogur, incluso concentrado, azucarado aromatizado, con fruta o cacao.	x	x	x	x
40510	Mantequilla	x	x		x
40610	Quesos frescos (incluido el de lactosuero) sin fermentar y requesón	x	x	x	x
40620	Queso de cualquier tipo, rallado o en polvo.	x	x	x	x
40690	Los demás quesos diferentes al queso fresco, fundido, rallado o en polvo, queso de pasta azul y que presenten vetas por Penicillium Roqueforti	x	x	x	x
60290	Las demás plantas vivas (incluidas sus raíces), esquejes e injertos; micelios		x	x	
70190	Las demas papas frescas o refrigeradas		x	x	x

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.

Tabla Anexa B-3. Oportunidades Largo Plazo Agropecuario - Agroindustrial, Nariño

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
70200	Tomates frescos o refrigerados	x	x	x	
70310	Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados		x		x
70410	Coliflores y brocolos, frescos o refrigerados	x	x	x	x
70511	Lechugas repolladas, frescas o refrigeradas.			x	x
70820	Alubias, incluso desvainadas, frescas o refrigeradas	x	x	x	
70920	Espárragos frescos o refrigerados	x	x	x	x
71010	Patatas (papas), incluso cocidas con agua o vapor, congeladas			x	x
71021	Arvejas, incluso desvainadas, cocidas, congeladas		x		
71334	Judías secas y peladas, aunque estén mondadas o partidas	x	x		
71340	Lentejas secas	x	x	x	x
71360	Habas secas y peladas, aunque estén mondadas o partidas	x	x		
71410	Yuca (raíces de mandioca) frescas o secas, incluso troceadas o en pellets		x		
71490	Las demás raíces y tubérculos similares ricos en féculas o en inulina,	x	x	x	x
80112	Cocos: Con la cáscara interna (endocarpio)	x	x	x	
80430	Piñas, frescas o secas		x	x	x
80440	Paltas (aguacates)	x	x	x	x
80450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	x	x	x	x
80711	Sandías frescas	x	x	x	x
80720	Papayas frescas		x	x	
81090	Otros frutos frescos: passifloras, tomate de árbol, feijoa, curuba y otros	x	x	x	x
81190	Otras frutas congeladas: mango, maracuyá, guanábana, papaya y los demás	x	x	x	x
81340	Los demás frutos secos	x	x		x
81350	Mezclas de frutas secas o de frutos de cascara de este capítulo.			x	x
90112	Café sin tostar, descafeinado		x	x	x
90122	Café tostado descafeinado	x	x	x	x
110814	Fecula de mandioca.	x			x
160290	Las demás preparaciones y conservas de carne, de despojos o de sangre				x
170113	Azúcar de caña en bruto con un porcentaje de sacarosa inferior a 99,5°	x	x	x	x
180100	Cacao en grano, entero o partido crudo o tostado.	x	x	x	x
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	x	x	x	x
180500	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	x	x	x	x
180610	Cacao en polvo, azucarado o edulcorado de otro modo	x	x	x	x
180620	Las demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, con un peso superior a 2 kg o en forma líquida, pastosa o en polvo		x	x	x
180631	Los demás chocolates, en bloques, en tabletas o en barras, rellenos.	x	x	x	x
180632	Los demás chocolates, en bloques, en tabletas o en barras sin rellenar	x	x	x	x
180690	Chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao: los demás	x	x	x	x
190190	Las demás preparaciones alimenticias como extracto de malta y manjar blanco o dulce de leche		x	x	
200190	Las demás legumbres y hortalizas preparadas o conservadas en vinagre o		x		x
200310	Setas preparadas o en conserva, excepto en vinagre o ácido acético		x		x
200410	Patatas (papas), preparadas o conservadas, excepto vinagre o aceite	x	x		x
200490	Las demás legumbres u hortalizas preparadas en conserva y las mezclas de hortalizas y/o legumbres excepto de papas	x	x	x	x
200520	Patatas, preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ac. acet.), sin congelar y sin confitar con azúcar	x	x	x	x
200551	Alubias desvainadas, preparadas o conservadas, excepto en vinagre, sin	x	x	x	x
200599	Las demás hortalizas preparadas o conservadas como (excepto en vinagre o en ácido acético) alcachofas o pimiento piquillo sin congelar	x	x	x	x
200600	Frutos cortezas de frutas y demás partes de plantas, confitados con az	x	x	x	
200710	Preparaciones homogeneizadas, obtenidos por cocción, incluso azucarado	x		x	x
200799	Compotas, jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas de piñas y demás frutas	x	x	x	x
200820	Piñas conservadas o preparadas	x	x	x	x
200830	Cítricos preparados o conservados, incluso azucarado o edulcorados o con alcohol	x	x	x	x
200891	Palmitos, preparados o conservados o con alcohol.		x		
200899	Las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar: papayas, mangos y las demás	x	x	x	x
200989	Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza: mango, maracuyá, guanábana, papaya, hortaliza y los demás	x	x		x
210111	Extractos, esencias y concentrados a base de café	x	x	x	x
210112	Preparaciones a base de extractos, esencias o concentrados de café		x	x	
210320	Salsa de tomate	x	x	x	x
210500	Helados y productos similares, incluso con cacao	x	x	x	x

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.

MANUFACTURAS

Tabla Anexa B-4. Oportunidades Corto Plazo Manufacturas, Nariño

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
420221	Bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado		x	x	

Tabla Anexa B-5. Oportunidades Mediano Plazo Manufacturas, Nariño

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
300490	Medicamentos preparados: los demás	x	x	x	x
330290	Las demás mezclas de sustancias odoríferas y mezclas utilizadas para la industria	x	x	x	x
330590	Las demás preparaciones capilares	x	x	x	x
330790	Las demás preparaciones para perfumar o desodorantes de locales		x	x	x
340290	Las demás preparaciones tensoactivas, para lavar incluidas las preparaciones auxiliares de lavado y preparaciones de limpieza, aunque contengan jabón, excepto las de la partida 34.01.	x	x	x	x
380891	Insecticidas, raticidas y demás antirroedores, fungicidas, herbicidas, inhibidores de germ			x	
380991	los demas aprestos y productos de acabado del tipo de los utilizados e		x		x
381230	preparaciones antioxidantes y demas estabilizantes compuestos para cau		x		x
382490	Preparaciones aglutinantes para moldes: las demás	x	x	x	x
390690	Dispersiones acril-estirénicas	x	x	x	x
390760	politereftalato de etileno	x	x		x
392010	Placas, hojas, películas, bandas y láminas de polímeros de etileno	x	x	x	x
392020	Placas, hojas, películas, bandas y láminas de polímeros de propileno,	x	x	x	x
392321	Sacos, bolsas y cucuruchos de polímeros de etileno	x	x	x	
392490	Artículos de uso doméstico y de higiene, de plástico: los demás	x	x	x	x
392690	Manufacturas, de plástico: las demás	x	x	x	x
420211	Baúles, maletas, maletines, carteras de mano, con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado	x	x	x	x
420221	Bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado	x			x
420231	Artículos de bolsillo o de bolso de mano con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado	x	x		x
420291	Los demás continentes con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado	x	x		
420500	Manufacturas de cuero natural o de cuero artificial o regeneradas: las demás	x			
490199	los demas libros, folletos e impresos similares.	x			
540752	los demas tejidos con un contenido de filamentos de poliéster texturad	x			
540761	Los demás tejidos con un contenido de filamentos de poliéster sin texturar superior o igual al 85% en peso				x
590310	Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos con policloruro de vinilo	x			
640419	Calzados con suela de caucho o plástico: los demás	x	x	x	x
640690	Partes de calzado, plantillas, taloneras y artículos similares, amovibles; polainas y arti	x	x	x	
701090	Bombonas damajuanas, botellas, frascos, bicales, tarros, envases tubulares y demás recipie	x	x	x	
730619	Los demás tubos y perfiles huecos (por ejemplo: soldados, remachados, grapados o con los b		x	x	
730890	Fierro de construcción estructurado		x	x	x
731210	Cables, de hierro o de acero, sin aislar para usos eléctricos	x	x	x	x
740710	barras y perfiles de cobre refinado	x		x	
820719	los demas utiles de perforacion o sondeo incluidas las partes.	x			
840999	Partes identificables como destinadas a los motores de émbolo: las demás	x			
841850	Muebles (armarios, arcones (cofes), vitrinas, mostradores y similares) para la conservación y exposición de los productos, que incorporen un equipo para refrigerar o congelar: los demás	x	x	x	
842123	Aparatos para filtrar el aceite en los motores de encendido por chispa	x	x	x	x
848130	Válvulas de retención		x		
848180	Artículos de grifería y órganos similares: los demás	x	x	x	x
848340	Engranajes y ruedas de fricción, excepto las simples ruedas dentadas	x			
850440	Convertidores estáticos	x			
854460	Los demás conductores electricos para una tension superior a 1000 v	x	x	x	
870829	Partes y accesorios de carrocería, incluidas las cabinas: las demás	x	x		x
870830	Partes y accesorios de vehiculos automóviles de las partidas 8701 a 8705 : Frenos y servofrenos; sus partes		x	x	x
870840	Cajas de cambio	x			
870870	Ruedas y sus partes y accesorios de vehiculos automóviles	x	x	x	x
870893	Embragues y sus partes, para vehiculos automóviles	x		x	x
870899	Partes y accesorios de vehiculos automóviles: las demás		x		x
901839	sonda t-kehr	x	x	x	x
901890	los demas instrumentos y aparatos de la medicina, cirugía, odontología	x	x	x	x
902110	Artículos y aparatos de ortopedia o para fracturas	x	x	x	
902139	Artículos y aparatos de prótesis (exc. prótesis dentales y articulares)	x			
940180	Los demás asientos	x	x	x	x

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Cálculos Propios.

Tabla Anexa B-5. Oportunidades Mediano Plazo Manufacturas, Nariño

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
940320	Los demás muebles de metal	x	x		x
940370	Muebles de plástico	x	x	x	
960390	los demas cepillos, escobas , y artículos similares.	x	x	x	

Tabla Anexa B-6. Oportunidades Largo Plazo Manufacturas, Nariño

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
320890	las demas pinturas y barnices	x	x	x	x
391740	Accesorios de tubería, de plástico	x	x	x	x
392043	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros de cloruro de vinilo, con un contenido de pla	x			
392049	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros de cloruro de vinilo, con un contenido de plástico		x		x
392190	Las demás placas, hojas, bandas y láminas de plástico celular obtenidas por estratificación y laminación de papeles	x	x	x	x
392330	Bombonas, botellas, frascos y artículos similares.	x	x	x	x
392590	Artículos para la construcción, de plásticos: los demás	x	x	x	
401693	Juntas de caucho vulcanizado sin endurecer	x	x	x	x
401699	Manufacturas de caucho vucanizado sin endurecer: : las demás	x	x	x	x
410441	Plena flor sin dividir o divididos con la flor, en estado seco crust, de cueros y pieles d	x			
410640	Cueros y pieles de reptil, curtidos o crust, incl. Divididos pero sin otra preparación	x			x
410712	Cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergaminados, divididos con la flor	x		x	x
410719	Los demás cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergaminados, entero	x			x
410791	Plena flor sin dividir, de trozos, hojas o placas de cueros preparados después del curtido	x			
410792	Trozos, hojas o placas de cueros preparados después del curtido o del secado y cueros pieles apergaminados, de bovino (incluido búfalo) o equino, depilados/divididos con la flor				x
410799	Trozos, hojas o placas de cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pi	x			
430219	las demas pieles enteras, curtidas o adobadas, sin ensamblar.	x			
481190	los demas papeles, cartones, guata de celulosa y napas de fibras de ce	x	x		
590320	Tejidos impregnados,recubiertos, revestidos o estratificados con poliuretano	x	x		x
590390	Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados: los demás	x	x		x
600632	Tejidos de punto, de anchura > 30 cm, de fibras sintéticas, teñidos (excl. Tejidos de punto)	x			
640299	Calzados con suela y parte superior de caucho o plástico: los demás	x	x	x	x
640391	Calzados que cubran el tobillo:los demás	x	x	x	x
640399	Calzados con suela de caucho, de plástico o de cuero natural: los demás			x	x
640610	Partes superiores de calzado, con exclusión de los contrafuertes y punteras duras	x			x
640620	Suelas y tacones, de caucho o de plástico	x			
690510	tejas ceramicas.	x			
731010	Depositos,barriles, y similares, de capacidad superior o igual a 50 l.		x	x	
732690	Las demás manufacturas de hierro o acero	x	x	x	x
853650	Interruptores, seccionadores y conmutadores: los demás	x	x	x	x
854370	Máquinas y aparatos eléctricos con función propia, no expresados ni comprendidos en otra p	x			
870891	radiadores de vehiculos automoviles	x	x	x	
901831	jeringas, agujas, cateteres, canulas e instrumentos similares	x	x	x	
903180	los demas instrumentos, aparatos y maquinas	x			
940179	Asientos con armazón de metal, sin tapizar		x		
940490	articulos de cama (incluye: almohadas, cojines, edredones, etc.)	x	x	x	x
950300	Triciclos, patinetes, coches de pedal y juguetes similares con ruedas; coches y sillas de ruedas para muñecas o muñecos	x	x	x	x
960200	materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas y manufacturas	x			
960329	brochas de afeitara, cepillos p.cabello, pestañas, unas y demas cepillo	x			
960820	Rotuladores y marcadores con punta de fieltro u otra punta porosa	x			

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Cálculos Propios.



Centro de Aprovechamiento
de Acuerdos Comerciales

ENLACES

© Proexport Colombia
Todos los derechos reservados
Calle 28 N. 13 A-15, Pisos 35-36
Bogotá-Colombia
PBX: +571 5600100
www.proexport.com.co

Centro de Aprovechamiento
de Acuerdos Comerciales-CAAC
Calle 72 N. 7-64 Piso 7
Bogotá-Colombia
Teléfono: (1) 3459709 - 3459671
www.mincit.gov.co/caac
info@acuerdoscomerciales.com



MINCIT

