

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE NARIÑO
EN EL PERIODO 1998-2000, ASESORIAS EMPRESARIALES EN LA OFICINA
DE COMERCIO EXTERIOR DE LA CAMARA DE COMECIO DE PASTO Y
PARTICIPACIÓN EN EL COMITÉ ASESOR REGIONAL DE COMERCIO
EXTERIOR – CARCE – NARIÑO

AYDA ELIZABETH MARTINEZ DIAZ

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO

2002

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE NARIÑO
EN EL PERIODO 1998-2000, ASESORIAS EMPRESARIALES EN LA OFICINA
DE COMERCIO EXTERIOR DE LA CAMARA DE COMECIO DE PASTO Y
PARTICIPACIÓN EN EL COMITÉ ASESOR REGIONAL DE COMERCIO
EXTERIOR – CARCE – NARIÑO

AYDA ELIZABETH MARTINEZ DIAZ

Informe final de Pasantía para optar el título de Profesional en Comercio
Internacional y Mercadeo

Asesor

PABLO CESAR ROJAS CAICEDO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO

2002

iii

Nota de Aceptación

PABLO CESAR ROJAS CAICEDO

Asesor Docente

PROF. CARLOS MANUEL CORDOBA

Jurado

PROF. GUIDO PANTOJA RODRÍGUEZ

Jurado

San Juan de Pasto, Marzo de 2002.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
1. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO PERIODO 1998-2000.	4
1.1 CONTEXTUALIZACION	4
1.1.1 Geopolítica	4
1.1.2 Económica	6
1.2 EXPORTACIONES DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO 1998	9
1.2.1 Exportaciones de Nariño por: sector	10
1.2.1.1 Sector Caza y Pesca	10
1.2.1.2 Sector Agrícola	10
1.2.1.3 Otras Exportaciones	11
1.2.2 Exportaciones de Nariño por: aduana y producto	11
1.2.3 Exportaciones de Nariño por: destino	13
1.2.4 Exportaciones de Nariño por: modo de transporte	15
1.2.5 Exportaciones de Nariño por: empresas	16

1.3 EXPORTACIONES DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO 1999	18
1.3.1 Exportaciones de Nariño por: sector	19
1.3.1.1 Sector Caza y Pesca	19
1.3.1.2 Sector Agrícola	19
1.3.1.3 Otras Exportaciones	19
1.3.2 Exportaciones de Nariño por: aduana y producto	20
1.3.3 Exportaciones de Nariño por: destino	21
1.3.4 Exportaciones de Nariño por: modo de transporte	22
1.3.5 Exportaciones de Nariño por: empresas	24
1.4 EXPORTACIONES DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO 2000	25
1.4.1 Exportaciones de Nariño por: sector	27
1.4.1.1 Sector Caza y Pesca	27
1.4.1.2 Sector Agrícola	27
1.4.1.3 Otras Exportaciones	28
1.4.2 Exportaciones de Nariño por: aduana y producto	28
1.4.3 Exportaciones de Nariño por: destino	29
1.4.4 Exportaciones de Nariño por: modo de transporte	30
1.4.5 Exportaciones de Nariño por: empresas	31
1.5 COMPARATIVO	33
1.5.1 Exportaciones de Nariño 1998-2000 por: sector	34
1.5.1.1 Sector Caza y Pesca	34

1.5.1.2 Sector Agrícola	36
1.5.1.3 Otras Exportaciones	39
1.5.2 Exportaciones de Nariño 1998-2000 por: aduana y producto	42
1.5.3 Exportaciones de Nariño 1998-2000 por: destino	45
1.5.4 Exportaciones de Nariño 1998-2000 por: empresas	47
2. ASESORIA EMPRESARIAL	50
2.1 METODOLOGIA DE TRABAJO	50
2.2 DOCUMENTOS CONSULTADOS	51
2.3 RELACION DE PERSONAS ATENDIDAS	52
2.4 CONCLUSIONES	53
3. PARTICIPACIÓN EN EL COMITÉ ASESOR	
REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR – CARCE	56
3.1 FUNDAMENTO LEGAL	56
3.2 ORGANIZACIÓN	57
3.3 FUNCIONES	58
3.4 LOGROS ALCANZADOS	59
3.5 CONCLUSIONES	62
LECTURAS COMPLEMENTARIAS	65

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Exportaciones de Nariño 1998 por: sector	10
Gráfico 2. Aduanas de Exportación 1998	11
Gráfico 3. Destino de las Exportaciones 1998	13
Gráfico 4. Exportaciones de Nariño por: modalidad de transporte 1998	15
Gráfico 5. Principales empresas exportadoras del departamento de Nariño 1998	16
Gráfico 6. Exportaciones de Nariño 1999 por: sector	19
Gráfico 7. Exportaciones de Nariño 1999 por: aduana	20
Gráfico 8. Destino de las exportaciones 1999	21
Gráfico 9. Exportaciones por modo de transporte 1999	22
Gráfico 10. Principales empresas exportadoras del departamento de Nariño 1999	24
Gráfico 11. Exportaciones del departamento de Nariño 2000 por: sector	27
Gráfico 12. Exportaciones de Nariño 2000 por: aduana	28

Gráfico 13. Destino de las exportaciones 2000	29
Gráfico 14. Exportaciones de Nariño por: modo de transporte 2000	30
Gráfico 15. Principales empresas exportadoras 2000	31
Gráfico 16. Comparativo exportaciones sector caza y pesca 1998-2000	34
Gráfico 17. Comparativo exportaciones sector agrícola 1998-2000	36
Gráfico 18. Comparativo otras exportaciones 1998-2000	39
Gráfico 19. Comparativo de las exportaciones según aduana de embarque 1998-2000	42
Gráfico 20. Comparativo de las exportaciones por destino 1998-2000	45
Gráfico 21. Comparativo de las principales empresas exportadoras 1998-2000	47

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Exportaciones de Nariño 1998 por: sector	92
Cuadro 2. Exportaciones de Nariño 1998 por: destino	93
Cuadro 3. Destino de las exportaciones de Nariño 1998 por: Modalidad de transporte	94
Cuadro 4. Exportaciones de Nariño 1998 por: Producto y medio de transporte	97
Cuadro 5. Exportaciones de Nariño 1998 por: Aduana y producto	98
Cuadro 6. Exportaciones de Nariño 1998 por: Empresas y productos	99
Cuadro 7. Exportaciones de Nariño 1999 por: sector	100
Cuadro 8. Exportaciones de Nariño 1999 por: destino	101
Cuadro 9. Exportaciones de Nariño 1999 por: Producto y medio de transporte	102
Cuadro 10. Exportaciones de Nariño 1999 por: Aduana y producto	103

Cuadro 11. Destino de las exportaciones de Nariño 1999 por:	
Modalidad de transporte	104
Cuadro 12. Exportaciones de Nariño 1999 por:	
Empresas y productos	106
Cuadro 13. Exportaciones de Nariño 2000 por: sector	107
Cuadro 14. Exportaciones de Nariño 2000 por: destino	108
Cuadro 15. Destino de las exportaciones de Nariño 2000 por:	
Modalidad de transporte	109
Cuadro 16. Exportaciones de Nariño 2000 por:	
Producto y medios de transporte	111
Cuadro 17. Exportaciones de Nariño 2000 por:	
Aduana y producto	112
Cuadro 18. Exportaciones de Nariño 2000 por:	
Empresas y productos	113

GLOSARIO DE COMERCIO EXTERIOR

ADUANA DE PARTIDA: es aquella donde se inicia legalmente un tránsito aduanero.

ADUANA DE DESTINO: es aquella donde finaliza la modalidad de tránsito aduanero.

ACUERDO COMERCIAL: (Commodity agreement) – acuerdo o convenio entre productores y consumidores de una mercancía para regular producción, precio y comercialización garantizando estabilidad futura. (Eje: estaño, cacao, etc.)

ACTIVIDAD PORTUARIA: se consideran actividades portuarias la construcción, operación y administración de puertos, terminales portuarios; los rellenos, dragados y obras de ingeniería oceánica; y, en general, todas aquellas que se efectúan en los puertos y terminales portuarios, en los embarcaderos, en las orillas de los ríos donde existen instalaciones portuarias.

ADUANA DE CARGA: toda las Aduanas bajo cuyo control son cargadas las mercancías en vehículos o contenedores y donde se colocan precintos aduaneros, a fin facilitar el comienzo de una operación de tránsito aduanero internacional en una aduana de partida.

ADUANA DE DESTINO: la Aduana de un País Miembro (Grupo Andino) donde termina una operación de tránsito aduanero internacional.

ADUANA DE INGRESO: es aquella por la que entran mercancías al territorio aduanero colombiano procedentes de otros países o de zonas francas industriales.

ADUANA DE PARTIDA: la Aduana de un País Miembro (Grupo Andino) donde comienza una operación de tránsito aduanero internacional.

ADUANA DE SALIDA: es aquella por la que salen mercancías del territorio aduanero colombiano a otros países.

AGENTE: es un vendedor en el sentido estricto. Opera en el mercado de utilización realizando ventas por cuenta de una serie de firmas de otras nacionalidades pertenecientes, normalmente a un sector determinado. Pese a esta dependencia de varias firmas, algunas legislaciones nacionales exigen que

el agente venda productos estrictamente competitivos a pertenecientes a marcas competidoras.

ARANCEL: clasificación sistemática y ordenada de todas las mercancías susceptibles de comercializarse. Tarifa oficial que determina los derechos de aduana. Tasa.

AREA DE LIBRE COMERCIO: una forma de integración económica en la que se busca la libre circulación de bienes dentro de la región, sin barreras o tarifas.

AUTORIDAD ADUANERA: es el funcionario público o dependencia oficial que en virtud de la Ley y en ejercicio de sus funciones, tiene la facultad para exigir o controlar el cumplimiento de las normas aduaneras.

AUTORIZACION DE EMBARQUE: es el acto mediante el cual la autoridad aduanera permite la exportación de mercancías que han sido sometidas al régimen de exportación.

BULTO: es toda unidad de embalaje independiente y no agrupada de mercancías acondicionada para el transporte. También se considerará bulto, el contenedor para un mismo consignatario y amparado en un solo documento de transporte".

CABOTAJE: comercio entre dos puertos de un mismo país, en contraste con el comercio entre puertos de diferentes países.

COMITÉ ASESOR REGIONAL EN COMERCIO EXTERIOR – CARCE: la Ley 7ª. De 1991 y los artículos 7, 35, 36 y 37 del Decreto 2350 de 1991, crean los Comités Asesores Regionales de Comercio Exterior –CARCES-, como instrumentos de coordinación y enlace entre el sector privado y el gobierno para facilitar el intercambio de iniciativas, información y elaboración de propuestas sobre programas globales, estrategias de comercio exterior y ejecución de las actividades comerciales para fortalecer las regiones del país.

CONTROL ADUANERO: es el conjunto de medidas tomadas por la autoridad aduanera con el objeto de asegurar la observancia de las disposiciones aduaneras.

DOCUMENTO DE TRANSPORTE: es un término genérico que comprende el documento marítimo, aéreo, terrestre o ferroviario que el transportador respectivo o el agente de carga internacional, entrega como certificación del contrato de transporte y recibo de la mercancía que será entregada al consignatario en el lugar de destino y puede ser objeto de endoso.

DOCUMENTO DE TRANSPORTE MULTIMODAL: es el documento prueba de un contrato de transporte multimodal que acredita que el operador ha tomado las mercancías bajo su custodia y se ha comprometido a entregarlas de conformidad con las cláusulas de ese contrato.

DOCUMENTOS DE VIAJE: son el Manifiesto de Carga, con sus adiciones, modificaciones o explicaciones, las guías aéreas, los conocimientos de embarque o cartas de porte, según corresponda, y el documento consolidador de carga y sus documentos hijos, cuando a ello haya lugar.

ENDOSO ADUANERO: es aquel que realiza el último consignatario del documento de transporte, a nombre de un intermediario aduanero para efectuar trámites ante la autoridad aduanera. El endoso aduanero no transfiere el dominio de las mercancías.

ENVIOS DE CORRESPONDENCIA: son las cartas, tarjetas postales, impresos, inclusive las impresiones en relieve para uso de ciegos y los envíos fonopostales.

EXPORTACIÓN: es la salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país. También se considera exportación, además de las operaciones expresamente consagradas como tales en este Decreto, la salida de mercancías a una Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios, en los términos previstos en el presente Decreto.

EXPORTACION DIRECTA: exportación realizada por la misma empresa que produce los bienes tangibles o presta los intangibles.

EXPORTACION INDIRECTA: exportación hecha por terceros ubicados en el país de origen.

GRAVAMENES ARANCELARIOS: son los derechos contemplados en el Arancel de Aduanas.

GATT (ACUERDO GENERAL SOBRE ARANCELES Y COMERCIO): tratado internacional acordado en 1974, cuyo propósito es adelantar acciones conjuntas (de los países signatarios) en procura de eliminar trabas al comercio internacional.

GLOBALIZACION ECONOMICA: la creciente transnacionalización del proceso de reestructuración del esquema de producción y acumulación de capital y de conglomeración de empresas operando en diversos sectores de la actividad – desde el industrial al de servicios y comercio, pasando por el financiero –.

IMPORTACIÓN: importación ordinaria normal, es un acto de Comercio Internacional, consistente en introducir de otro país mercancías (elemento físico), que interesan los sistemas de producción (elemento económico), con sometimiento a prescripciones legales (elemento jurídico).

La importación es un hecho económico – social con secuelas jurídicas. Luis Lamprea

Es un acto de tráfico internacional con consecuencias económicas.

INTEGRACION ECONOMICA: la principal motivación para la integración es la perspectiva de un beneficio económico a través de: Crecimiento de la producción en función de la especialización con menores costos, como consecuencia de las economías de escala.

Aumento de la eficiencia, a consecuencia de la competencia interna, lo que llevaría a mejorar los términos de intercambio con el resto del mundo.

Alternativas estructurales inducidos por la integración, afectando la cantidad y calidad de los insumos de factores tales como flujos de capitales y avances tecnológicos.

INTERNALIZACION: situación que se produce cuando una empresa maneja por sí misma sus operaciones internacionales.

INVERSION EXTRANJERA DE PORTAFOLIO: las inversiones en acciones y bonos obligatoriamente convertibles en acciones y otros valores negociables en bolsas de valores. Los créditos y operaciones que impliquen endeudamiento no constituyen inversión extranjera.

INVERSION EXTRANJERA DIRECTA: Los aportes provenientes del exterior de propiedad de personas naturales o jurídicas extranjeras al capital de una empresa.

También se considera la adquisición de las participaciones, acciones o cuotas sociales con ánimo de permanencia.

INVERSION EXTRANJERA INDIRECTA: se considera inversión extranjera indirecta, los aportes que realice el inversionista del exterior mediante actos, o contratos de colaboración, concesión, servicios, administración, licencia o aquellos que impliquen transferencia de tecnología, siempre y cuando no haya una participación accionaría en el capital social de la empresa y las rentas que genere la inversión para su titular dependen de las utilidades de la empresa.

JOINT VENTURES OPERACIONALES: “Una empresa, corporación, o sociedad, formada por dos o más compañías, individuos u organizaciones, donde al menos uno de ellos es una entidad en actitud que desea ampliar sus actividades, con el propósito de conducir un negocio nuevo y de rentabilidad, con una duración permanente. En general, la posición es compartida por los participantes con más o menos idéntica distribución accionaría y sin absoluto dominio de una parte”. “Es una sociedad a través de la cual dos o más firmas crean una entidad jurídica nueva y separada, para llevar a cabo una actividad económica productiva o de prestación de servicios”.

KNOW-HOW: experiencia, técnica, saber hacer. Se utiliza generalmente en los procesos de fabricación no patentable, pero que exigen una gran maestría. También se aplica a un conjunto de operaciones que demanden una gran experiencia en varias disciplinas.

LEGALIZACIÓN: declaración de las mercancías que habiendo sido presentadas a la Aduana al momento de su introducción al territorio aduanero nacional, no han acreditado el cumplimiento de los requisitos para su legal importación, permanencia o libre disposición. También procederá la legalización de las mercancías que se encuentren en abandono legal.

LEVANTE: es el acto por el cual la autoridad aduanera permite a los interesados la disposición de la mercancía, previo el cumplimiento de los requisitos legales o el otorgamiento de garantía, cuando a ello haya lugar.

MEDIO DE TRANSPORTE: es cualquier nave, aeronave, vagón de ferrocarril o vehículo de transporte por carretera, incluidos los remolques y semirremolques cuando están incorporados a un tractor o a otro vehículo automóvil, que movilizan mercancías.

MERCANCÍA: es todo bien clasificable en el Arancel de Aduanas, susceptible de ser transportado y sujeto a un régimen aduanero.

MERCANCIA DECLARADA: es la mercancía nacional o extranjera que se encuentra descrita en una Declaración de Exportación, de Tránsito Aduanero o de Importación.

MERCANCIA PRESENTADA: es la mercancía de procedencia extranjera relacionada en el Manifiesto de Carga y en los documentos que lo adicionen, modifiquen o expliquen, que ha sido puesta a disposición de la autoridad aduanera en la oportunidad señalada en las normas aduaneras. También se considera mercancía presentada la relacionada en los documentos habilitados como Manifiesto de Carga.

MATERIAS PRIMAS E INSUMOS: 1. el conjunto de elementos utilizados en el proceso de producción y de cuya mezcla, combinación, procesamiento o manufactura, se obtiene el producto final. 2. El conjunto de partes y piezas objeto de ensamble en el proceso definitivo. 3. Aquellos materiales auxiliares empleados en el ciclo productivo que, si bien son susceptibles de ser transformados, no llegan a formar parte del producto final. 4. Los elementos utilizados en el proceso de empaque o envase del producto final o en la producción de dichos empaques o envases. 5. Los bienes que vayan a ingresar para su recuperación o reestructuración en el país, así como los repuestos necesarios para tal fin.

MERCADO: la AMA expresa que mercado tiene los siguientes significados:

Suma de las fuerzas o condiciones dentro de las cuales vendedores y compradores toman decisiones que llevan a la transferencia de bienes y servicios.

Grupo poblacional viviendo dentro de un espacio geográfico, con cierto poder adquisitivo y con un esquema de necesidades, deseos y preferencias que deben satisfacerse.

Lugar geográfico o área física en la cual operan vendedores y compradores.

MERCANCIA NACIONALIZADA: mercancía de procedencia extranjera en libre circulación. La concesión del levante de mercancías despachadas para consumo, por el cual adquieren el estado de libre circulación.

MERCOSUR: acuerdo firmado en 1991 por: Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. (A finales de 1996 ingresó Bolivia). Parámetros:

Drástica reducción de tarifas aduaneras;

Fuerte programa de privatización;

Negociación con bancos acreedores;

Estabilización económica;

Legislación protegiendo propiedad intelectual;

Inversiones externas facilitadas.

NACIONALIZACIÓN: la concesión del levante de mercancías despachadas para consumo, por el cual adquieren el estado de libre circulación.

OPERACION DE TRANSITO ADUANERO: es el transporte de mercancías en tránsito aduanero de una Aduana de Partida a una aduana de destino.

OPERACIÓN ADUANERA: es cualquier actuación de la autoridad aduanera en ejercicio de sus funciones, aunque no llegue a constituir un despacho.

OPERADOR DE TRANSPORTE MULTIMODAL–O.T.M: es quien celebra un contrato de transporte multimodal y asume ante el consignante la responsabilidad del transportador en su ejecución plena. Es toda persona que, por sí o por medio de otra que actúe con su nombre, celebra un contrato de transporte multimodal y actúa como principal, no como agente o cuenta del expedidor o de los porteadores que participan en las operaciones de transporte multimodal, y asume la responsabilidad del cumplimiento del contrato.

OPERADOR PORTUARIO: es la empresa que presta servicios en los puertos, directamente relacionados con la entidad portuaria, tales como cargue y descargue, almacenamiento, practicaje, remolque, estiba, desestiba, manejo terrestre o portero de la carga, dragado, clasificación, reconocimiento y seria.

PAQUETES POSTALES: son paquetes que llegan al territorio aduanero nacional o salen de él, por la red oficial de correo, cuyo peso no exceda de dos (2) kilogramos.

PLANILLA DE ENVIO: es el documento que expide el transportador, mediante el cual se autoriza, registra y ampara el traslado de la carga bajo control aduanero, del lugar de arribo hacia un depósito habilitado o a una Zona Franca ubicados en la misma jurisdicción aduanera. Cuando la responsabilidad del transportador marítimo se extingue con el descargue de la mercancía en el muelle, la Planilla de Envío será elaborada por la autoridad aduanera.

POTESTAD ADUANERA: es el conjunto de facultades y atribuciones que tiene la autoridad aduanera para controlar el ingreso, permanencia, traslado y salida de mercancías, hacia y desde el territorio aduanero nacional, y para hacer cumplir las disposiciones legales y reglamentarias que regulan los regímenes aduaneros.

PROCESO DE IMPORTACIÓN: es aquel que se inicia con el aviso de llegada del medio de transporte y finaliza con la autorización del levante de la mercancía, previo el pago de los tributos y sanciones, cuando haya lugar a ello. Igualmente finaliza con el vencimiento de los términos establecidos en este Decreto para que se autorice su levante.

P.I.B. - PRODUCTO INTERNO BRUTO: es la suma del valor de todos los bienes y servicios que produce un país en el año; sólo se contabilizan los productos finales para no contar dos veces productos que se usan en la producción de otros.

Es el P.I.B. dividido por la población; es lo que le tocaría a cada habitante si se repartiera equitativamente el ingreso.

RECONOCIMIENTO DE LA CARGA: es la operación que puede realizar la autoridad aduanera, en los lugares de arribo de la mercancía, con la finalidad de verificar peso, número de bultos y estado de los mismos, sin que para ello sea procedente su apertura, sin perjuicio de la facultad de inspección de la Aduana.

RECONOCIMIENTO DE LA MERCANCÍA: es la operación que pueden realizar las Sociedades de Intermediación Aduanera, previa a la presentación y aceptación de la Declaración de Importación, con el objeto de verificar la cantidad, peso, naturaleza y estado de la mercancía, así como los elementos que la describen.

REGIMEN ADUANERO: es el tratamiento aplicable a las mercancías sometidas al control y vigilancia de la autoridad aduanera, mediante el cual se les asigna un destino aduanero específico de acuerdo con las normas vigentes. Los regímenes aduaneros son importación, exportación y tránsito.

REGIMENES ADUANEROS: son las normas que regulan las diferentes operaciones de importación, exportación, almacenamiento y tránsito de mercancías. Así:

En la importación: Transformación de mercancías bajo control de la DIAN.

Despacho para consumo. Importación temporal para reexportación en el mismo estado.

Reimportación en el mismo estado. Mercancía importada en reemplazo de otra que resulta averiada.

Importación temporal para perfeccionamiento activo (Plan Vallejo).

Envíos urgentes e importaciones menores – El régimen de viajeros –Tráfico Postal-Mercancías provenientes de naufragios o accidentes – admisión con franquicia.

En la exportación: exportación definitiva – Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo – Exportación temporal para Reimportación en el mismo estado – Reembarque.

En el Almacenamiento: depósitos temporales de mercancías – depósitos de aduana

- Depósitos aduaneros para transformación y ensamble – depósitos de provisiones de abordaje para consumo y para llevar – Régimen de Zonas Francas.

En el tránsito Aduanero: Tránsito.

SOCIEDADES DE INTERMEDIACION ADUANERA: son las personas jurídicas cuyo objeto social principal es el ejercicio de la Intermediación Aduanera, para lo cual deben obtener autorización por parte de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

También se consideran Sociedades de Intermediación Aduanera, los Almacenes Generales de Depósito sometidos al control y vigilancia de la Superintendencia Bancaria, cuando ejerzan la actividad de Intermediación Aduanera, respecto de las mercancías consignadas o endosadas a su nombre en el documento de transporte, que hubieren obtenido la autorización para el ejercicio de dicha actividad por parte de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, sin que se requiera constituir una nueva sociedad dedicada a ese único fin.

SOCIEDAD PORTUARIA: son sociedades anónimas, constituidas con capital privado, público, o mixto, cuyo objeto social será la inversión en construcción y mantenimiento de puertos, y su administración.

Las sociedades portuarias podrán también prestar servicios de cargue y descargue, de almacenamiento en puertos, y otros servicios directamente relacionados con la actividad portuaria.

TRANSPORTE: en transporte marítimo. Deben agruparse por ruta o por sector geográfico, pudiendo diferenciarse según los distintos puertos de origen y destino, y deberán fijarse por categorías de cargamentos.

TERRITORIO ADUANERO: demarcación dentro de la cual se aplica la legislación aduanera; cubre todo el territorio nacional, incluyendo el espacio acuático y aéreo.

TRANSITO ADUANERO: es el régimen aduanero que permite el transporte de mercancías nacionales o de procedencia extranjera, bajo control aduanero, de una Aduana a otra situadas en el territorio aduanero nacional.

Continuación del Decreto "Por el cual se modifica la legislación aduanera" En este régimen se pueden dar las modalidades de tránsito, cabotaje y trasbordo.

TRANSPORTE MULTIMODAL INTERNACIONAL: es el traslado de mercancías por dos o más modos de transporte diferentes, en virtud de un único contrato de transporte multimodal, desde un lugar situado en un país en que el operador de transporte multimodal toma la mercancía bajo su custodia hasta otro lugar designado para su entrega.

TERRITORIO ADUANERO NACIONAL: demarcación dentro de la cual se aplica la legislación aduanera; cubre todo el territorio nacional, incluyendo el subsuelo, el mar territorial, la zona contigua, la plataforma continental, la zona económica exclusiva, el espacio aéreo, el segmento de la órbita geoestacionaria, el espectro electromagnético y el espacio donde actúa el Estado colombiano, de conformidad con el derecho internacional o con las leyes colombianas a falta, de normas internacionales".

TRANSMODALISTA: título que se propone para el experto a cargo de los itinerarios y de la integración de los recipientes en todas las fases del transporte multimodal.

TRANSPORTE: a la luz del código de comercio se define: “El transporte es un contrato por medio del cual una de las partes se obliga para con la otra, a cambio de un precio, a conducir de un lugar a otro, por determinado medio y en el plazo fijado, personas o cosas y a entregar éstas al destinatario.

El contrato de transporte se perfecciona por el solo acuerdo de las partes y de pruebas conforme a las reglas legales.

En el evento en que el contrato o alguna de sus cláusulas sea ineficaz y se hayan ejecutado prestaciones, se podrá solicitar la intervención del juez a fin de que impida que una parte se enriquezca a expensas de otra”.

TRANSPORTE MULTIMODAL: es el traslado nacional o internacional de mercancías amparadas en un solo contrato o documento de transporte multimodal, utilizando por lo menos dos medios diferentes de transporte.

“El acarreo de mercancías por dos medios diferentes de transporte por lo menos, en virtud de un contrato de transporte multimodal, desde en lugar situado en un país en donde el operador de transporte multimodal toma las mercancías bajo su custodia, hasta otro lugar designado para su entrega, situado en un país diferente”.

UNIDAD DE CARGA: es el contenedor utilizado para trasladar una mercancía de un lugar a otro, entre los cuales se encuentran los contenedores, los vehículos sin motor o autopropulsión de transporte por carretera, tales como remolques y semirremolques, vagones de ferrocarril, barcazas y otras embarcaciones sin sistemas de autopropulsión dedicadas a la navegación interior.

UNION ADUANERA: además de las características del AREA DE LIBRE COMERCIO, los países miembros buscan una estructura uniforme de barreras tarifarias con relación al resto del mundo.

La teoría económica actual incluye nuevos patrones de producción y comercio para el proceso de industrialización y aporta lo siguiente:

a.- Prevalece la creación sobre la desviación de comercio, la unión aduanera brindar más bienestar que la situación de protección.

La liberación unilateral permite tener economía más eficiente, pero no permite disfrutar de las ventajas de la protección discriminatoria que brinda la unión aduanera.

b.- La integración se justifica por un bien público o colectivo que es la industrialización.

C.- La existencia de economías de escala permiten materializarse por lo ampliado del mercado.

UNION ECONOMICA: es la etapa superior del proceso de integración donde a las características de MERCADO COMUN se suma un alto grado de integración y coordinación de las políticas macroeconómicas, en especial la monetaria.

VENTAJA COMPETITIVA: que los exportadores salgan de los mercados de bajos perfiles, obligándose a entrar a mercados más sofisticados y diferenciados, donde el valor agregado, la diferenciación del producto, la calidad, el diseño, el mercadeo y otros servicios constituyen la base competitiva.

ZONA ECONOMICA ESPECIAL DE EXPORTACIÓN: ley 677 de 3 de agosto de 2001 - espacio del territorio nacional correspondiente a cuatro municipios fronterizos establecidos, cuya finalidad al reglamentar, interpretar y aplicar las disposiciones que conforman el régimen aplicable a las actividades económicas en los municipios y sus áreas metropolitanas creadas por ley en Buenaventura, en el departamento del Valle del Cauca; Cúcuta, en el Departamento de Norte de Santander; Valledupar, en el Departamento del Cesar; e Ipiales en el Departamento de Nariño.

ZONA DE LIBRE COMERCIO: Una región formada por dos o más Estados en la cual se han eliminado los aranceles y otras barreras de comercio. Una zona de

libre comercio va más allá que un sistema preferente que conserva los aranceles para promocionar cuotas más favorables para sus miembros.

Sin embargo, no va hasta donde llega una unión aduanera, que además de establecer una zona de libre comercio, fija aranceles externos comunes aplicables a todos sus integrantes.

En un acuerdo de zona de libre comercio, los miembros son absolutamente libres para desarrollar sus políticas individuales de comercio con el resto del mundo.

ZONA SECUNDARIA ADUANERA: es la parte del territorio aduanero que no constituye Zona Primaria Aduanera, dentro de la jurisdicción de la DIAN.

RESUMEN

Este documento contiene el informe final de la pasantía adelantada en el Centro de Apoyo Empresarial de la Cámara de Comercio de Pasto - Oficina de Comercio Exterior-, en el periodo comprendido ente agosto de 2001 y febrero de 2002. Dicha pasantía se concentró en tres aspectos principales:

1. Análisis del Comercio exterior de Nariño en el periodo de 1998-2000.

En el análisis de los datos suministrados por el Ministerio de Comercio Exterior y el DANE se observa una preocupante disminución de las exportaciones de Nariño en el período objeto de este estudio (1998-2000), con una variación de 38.32% entre 98-99 a 21.5% entre 99-2000. La producción y las exportaciones de palma de aceite son las más representativas del departamento. Para fortalecer este renglón se requiere organizar a pequeños y grandes empresarios, adecuar la infraestructura, establecer legalmente la tenencia de la tierra e incentivar la investigación.

El sector “otras exportaciones” merece tenerse en cuenta así no represente un porcentaje grande en las exportaciones, especialmente por el componente cultural.

En este periodo el crecimiento de las empresas exportadoras del departamento de Nariño ha sido mínimo. Han desaparecido del mercado exportador empresas que registraron exportaciones considerables en 1998. Sólo empresas como Acepalma lograron revertir la tendencia. No se ha logrado, a pesar de los esfuerzos de los gremios, que los inversionistas nariñenses se arriesguen a explotar estos renglones.

2. Asesorías empresariales en temas relacionados con Comercio Internacional y Mercadeo. Se trabajo con atención personalizada a personas jurídicas y naturales que acudían a la Oficina de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio, con el propósito de orientarlas en el proceso exportador, pero se requiere garantizar el seguimiento y medir el impacto y resultados.

3. Participación en el Comité Asesor Regional en Comercio Exterior - CARCE- El Comité, como instrumento de coordinación y enlace entre el sector privado y el gobierno para facilitar el intercambio de iniciativas, información y elaboración de propuestas, avanzó significativamente en la formulación del Plan Estratégico Exportador Regional de Nariño (año 2000) y en la ejecución de algunas actividades en cumplimiento de los objetivos que trazó el plan. Para que el CARCE de este departamento continúe con el desarrollo del plan, se recomienda:

Fijación de políticas contextualizadas a la región en materia de comercio exterior.

Investigación y construcción de tecnologías propias.

Investigación sobre la demanda de productos exportables en el mercado mundial, requisitos ambientales externos para la comercialización de productos y legislación para las exportaciones.

Fortalecer la vinculación del sector público y el privado en el diseño de proyectos, formulación de políticas y en la funcionalidad del CARCE.

Procurar la reglamentación de Zona Económica Especial de Exportación de Ipiales –ZEEE- en beneficio de la región.

Participar en la formulación de los Planes de Desarrollo Departamental y Municipal y los Planes de Ordenamiento Territorial, presentando propuestas que viabilicen el comercio exterior, en especial en la adecuación y fortalecimiento de la infraestructura de servicios públicos y del transporte.

SUMMARY

This document contains the final report of the internship advanced in the Center of Managerial Support of the Cámara de Comercio de Pasto - Office of External Trade -, in the period included between August of 2001 and February of 2002. This internship was concentrated on three main aspects:

1. Analysis of the external Trade of Nariño in the period of 1998-2000.

In the analysis of the data given by the Ministry of External Trade and the Statistics National Administrative Department (SNAD) a preoccupant decrease from the exports from Nariño it is observed in the period object of this study (1998-2000), with a variation from 38.32% among 98-99 to 21.5% among 99-2000. The production and the exports of palm of oil are the most representative in the department. To strengthen this line one (requires) to organize to small and big managers, to adapt the infrastructure, to establish the holding of the earth legally and to incentivate the investigation.

The "other Exports" sector deserves to be kept in mind though it doesn't represent a big percentage in the exports, especially for the cultural component.

In this period the growth of the exporters companies of the Department of Nariño has been minimum. Some of them have disappeared of the exporter market which

registered considerable exports in 1998. Companies like Acepalma were only able to revert the tendency. It has not been achieved, in spite of the efforts of the unions that the investors from Nariño take a risk to exploit these lines.

2. Managerial consultancies about topics related with international and marketing trade.

One worked with attention personalized to juridical and natural people that went to the Office of External Trade of the Chamber of Commerce, with the purpose of guiding them in the process exporter, but it is required to guarantee the pursuit and to measure the impact and results.

3. Participation in the Regional Advisory Committee in External Trade - CARCE -

The Committee, like coordination and connection instrument between the private sector and the government to facilitate the exchange of initiatives, information and elaboration of proposals, advanced significantly in the formulation of the Plan Strategic Regional Exporter of Nariño (year 2000) and in the execution of some activities in execution of the objectives that traced the plan. So that the CARCE of this department continue with the development of the plan, it is recommended:

- Fixation of contextual politics to the region as regards external trade.
- Investigation and construction of own technologies.

- Investigation on the demand of exportable products in the world market, external environmental requirements for the commercialization of products and legislation for the exports.
- To Strengthen the linking of the public sector and the deprived one in the design of projects, formulation of politics and the functionality of the CARCE.
- To Offer the regulation of Special Economic Area of Export of Ipiales -ZEEE – for the benefit of the region.
- To Participate in the formulation of the Plans of Departmental and Municipal Development and the Plans of Territorial Classification, presenting proposals that permit the external trade, especially in the adaptation and invigoration of the infrastructure of public services and transport.

INTRODUCCIÓN

El trabajo de pasantía como modalidad de grado para optar el título profesional de Comercio Internacional y Mercadeo en la Universidad de Nariño, se ha consolidado como alternativa para que las entidades públicas y privadas, junto a la academia aporten significativamente en la formulación y ejecución de proyectos, programas e investigaciones encaminadas a fortalecer el desarrollo regional.

La Cámara de Comercio de Pasto es una de las entidades más sobresalientes en el fomento de pasantías y prácticas académicas, mediante la ejecución de convenios suscritos con la Universidad de Nariño y otras instituciones educativas. Con ello cumple su propósito de vincularse activamente al progreso y mejoramiento de calidad de vida de los habitantes de la región. A través de sus diferentes dependencias permite que los egresados de los distintos programas académicos se integren al trabajo investigativo, logístico y administrativo que dan sustento a las propuestas que en el campo empresarial deben trabajarse para cumplir con el objetivo de dinamizar la economía del departamento.

El presente documento contiene el informe final de la pasantía adelantada en el Centro de Apoyo Empresarial de la Cámara de Comercio de Pasto - Oficina de

Comercio Exterior-, en el periodo comprendido ente agosto de 2001 y febrero de 2002; la cual se concentró en tres aspectos principales:

1. Análisis del Comercio exterior de Nariño en el periodo de 1998-2000.
2. Asesorías empresariales en temas relacionados con comercio internacional y mercadeo y,
3. Participación en el Comité Asesor Regional en Comercio Exterior CARCE

En desarrollo del primer aspecto se partió de la recolección de datos suministrados por el Ministerio de Comercio Exterior y el DANE, anotando que en el Departamento de Nariño se carece de este tipo de información. Se logró con el trabajo adelantado sistematizarlos y dejar un registro que se convierta en una fuente de investigación para las entidades y personas interesadas en estos temas. En este trabajo se contempla en cuadros estadísticos la información recolectada.

En este primer punto se inicia con una breve descripción el departamento de Nariño, teniendo en cuenta su posición geográfica, la situación económica y política, hecho que nos contextualiza y permite analizar el tema de las exportaciones, con mayor precisión.

El segundo aspecto abordado es la asesoría empresarial a entidades y personas jurídicas y naturales que acudían a la Oficina de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio. Se explica la metodología de trabajo basada en la atención

personalizada, con el propósito de orientar a los asistentes en el proceso exportador.

En el tercer punto se expone las actividades que se ejecutaron en el Comité Asesor Regional de Comercio Exterior -CARCE-. Puntualmente se hacen anotaciones sobre su operatividad, conformación, gestión y se entra a plantear conclusiones que pueden servir para generar mayor impulso al Comité con el propósito de que se logre el objetivo del mismo, cual es promocionar la cultura exportadora.

1. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO PERIODO 1998-2000

1.1 CONTEXTUALIZACION

1.1.1 Geo-Política. El Departamento de Nariño está situado en el suroccidente de Colombia. Su territorio es de 33.268 kilómetros cuadrados, equivalente al 2.9% del total nacional.

En la actualidad el departamento se subdivide en seis subregiones:

A. Región Central, con once municipios: Pasto, Sandoná, El Tambo, Buesaco, Tangua, Ancuya, Consacá, Yacuanquer, Linares, La Florida y Funes.

B. Región de Penetración, con cuatro municipios, Cumbitara, El Rosario, Leiva y Policarpa.

C. Región Norte, con trece municipios: La Unión, La Cruz, San Pablo, San José de Albán, Belén, Taminango, San Lorenzo, El Tablón, Colón-Genova, Arboleda-Berruecos, San Pedro de Cartago, San Bernardo y Chachaguí.

D. Región de la exprovincia de Obando, con doce municipios: Ipiales, Pupiales, Guachucal, Cumbal, Potosí, Puerres, Aldana, Córdoba, Gualmatán, Cuaspud-Carlosama, Contadero e Iles.

E. Región Andina, con once municipios: Túquerres, Samaniego, Guaitarilla, Ricaurte, Ospina, Los Andés-Sotomayor, Mallama-Piedramcha, Sapuyes, Santacruz-Guachaves, Imúes y la Llanada.

F. Región Costa Pacífica, con diez municipios: Tumaco, Barbacoas, El Charco, Olaya Herrera-Bocas de Satinga, Francisco Pizarro-Salahonda, Santa Bárbara-Iscuandé, Mosquera, Roberto Payán, Maguí-Payán y La Tola.

Su situación fisiográfica define tres zonas:

- Llanura del pacífico, la cual se subdivide en el anden aluvial o Zona de Mangle y la Llanura del Bosque Húmedo (Guandal, Naidizal y Manglar).
- Región Geográfica Andina, que comprende la cordillera de los Andes, formando el nudo de los pastos de donde se desprende la cordillera occidental y la centro oriental-Zona del Macizo colombiano (ecoregión de interés mundial)
- Vertiente amazónica, cubierta con bosques húmedos y espejos de agua (Lago Guamuez).

1.1.2 Económica. Desde el año de 1991 se empieza a evidenciar que la estructura del Producto Interno Bruto departamental se modifica del sector primario al sector terciario. De acuerdo a datos contemplados en el Plan de Desarrollo Departamental 2001-2003, para 1998 el sector primario representa del PIB departamental el 29%, el secundario 7.6% y el terciario 63.4% . En este último sector se destacan las actividades de comercio, establecimientos financieros y alquiler de vivienda y servicios personales, comunales y sociales.

De este sector el más destacado es el comercio, constituido fundamentalmente, por pequeños establecimientos esparcidos por toda la geografía del departamento. No obstante, la mayor actividad que se presenta en restaurantes y hoteles se concentran tan solo en tres ciudades, Pasto, Ipiales y Tumaco. El papel del comercio en la economía nariñense es similar al jugado por el sector financiero, en el sentido que parte importante de las utilidades obtenidas en la región, se transfieren a los centros industriales del país o del vecino Ecuador de donde provienen la mayoría de las mercancías que se distribuyen en el mercado local.

Dentro del sector agropecuario la mayor participación corresponde al subsector agrícola que para 1998 representaba el 12.5% y el pecuario el 10.7%. Pese a la evidente disminución de su aporte relativo al PIB, este continua siendo el más importante (33.2%). La participación de la industria, por su parte, continua siendo bastante modesto, a pesar de su innegable avance en los últimos años. Las dos

terceras partes de su aporte corresponde a la llamada industria manufacturera, mientras el resto lo asume la industria artesanal.

El desarrollo económico de Nariño, gira alrededor del sector agropecuario, el cual ocupa aproximadamente al 46.27% de la población y genera, como ya vimos, alrededor de la cuarta parte del PIB regional. No obstante, las condiciones de vida y el ingreso de la población rural del departamento bordean los límites de la pobreza absoluta, especialmente en las zonas norte y pacífica donde la deficiente alimentación y la carencia de los más elementales servicios generan situaciones alarmantes de desnutrición y morbilidad. En términos generales, el agro nariñense presenta un cuadro de atraso tecnológico alarmante, condicionado por el predominio de formas de producción atrasadas, como la microeconomía campesina, así por la casi total ausencia de mecanización de los procesos productivos y por el uso intensivo de fuerza de trabajo no calificada.

La estructura productiva del agro nariñense está orientada fundamentalmente a la oferta de alimentos, en gran medida perecederos y de transporte delicado.

Otro tipo de clasificación de la producción agrícola es “cultivos permanentes” (palma africana, plátano, caña panelera, cacao, coco y fique) y “cultivos temporales” (papa, cebada, trigo, maíz, frijón, yuca, arveja, cebolla y zanahoria). Según esta clasificación en 1991, los cultivos permanentes aportaron 14.6% de la producción agrícola del departamento medida en toneladas y ocuparon el 35.4%

del área total cosechada. La mayor participación corresponde a los cultivos temporales con el 85.4% de la producción y el 64.6% del área sembrada.

La estructura agrícola del departamento se caracteriza no sólo por su precaria diversificación productiva, sino también por el predominio al interior de la misma de formas atrasadas de producción, condicionadas por el atraso tecnológico y la elevada concentración de la propiedad territorial. El atraso del agro a su vez es el reflejo del atraso socioeconómico del departamento, que carece de un desarrollo industrial dinámico y posee un mercado demasiado estrecho, debido a la falta de oportunidades de empleo, la baja remuneración de la fuerza de trabajo y la distribución desigual del ingreso.

El desarrollo industrial de Nariño es aún incipiente, pues su aporte al producto y el empleo regionales es muy bajo. Además la mayor parte de las ramas industriales se concentran en actividades correspondientes a la llamada industria liviana tradicional, con desarrollos tecnológicos desactualizados. Esta situación condiciona una permanente dependencia de las regiones más industrializadas del país de donde provienen la mayor parte de los productos manufacturados que se consumen en el departamento. De otra parte, debido a la exagerada concentración geográfica de la producción industrial, su impacto positivo en el desarrollo de la mayoría de municipios es mínima y más contribuye a profundizar la brecha existente entre las diferentes regiones.

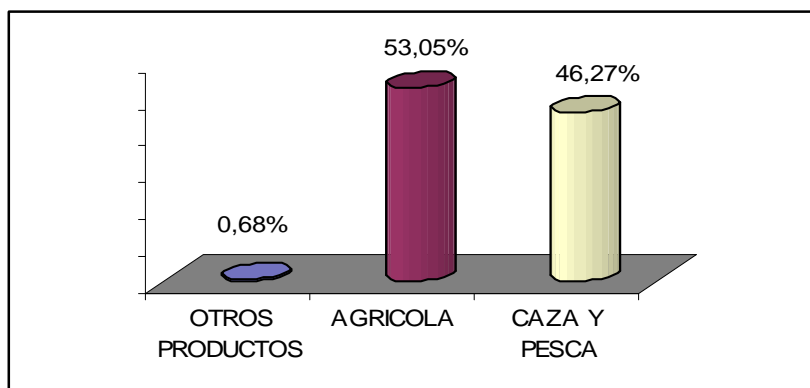
1.2 EXPORTACIONES DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO 1998

En el campo regional en el año de 1998 el sector agropecuario pasó por una severa crisis a raíz de los efectos climáticos y por la creciente violencia concentrada en las zonas rurales, pese a esta situación el comportamiento de las exportaciones durante este año fue superior a los siguientes dos años objeto de este estudio.

Las exportaciones totales del Departamento de Nariño en 1998 según los datos suministrados por el Ministerio de Comercio Exterior, sumaron un total de U\$ 41.828.919.

1.2.1 Exportaciones de Nariño por Sector

Gráfico 1. Exportaciones de Nariño 1998 por: Sector



Fuente: Mincomex

Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

1.2.1.1 Sector caza y pesca. La participación de este sector en el total de las exportaciones fue de 46.27%, constituyéndose este porcentaje principalmente de camarón (91.27%), atún (7.38%); el restante 1.35% del sector lo constituyen exportaciones menores de salmónidos, langostas y langostinos.

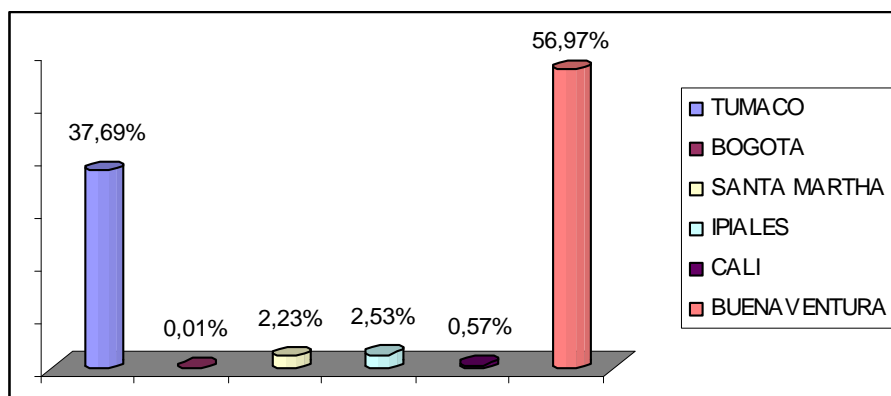
1.2.1.2 Sector agrícola. El sector agropecuario en 1998 tuvo una participación del 53.05% del total de las exportaciones, porcentaje que en su gran mayoría lo constituye el aceite de palma en bruto (96.34%), malta o cebada tostada (3.40%); el 0.26% está conformado por productos lácteos, hortalizas, papa y maíz amarillo.

La producción de palma de aceite aumentó su importancia en la economía colombiana y es uno de los productos bandera en la oferta exportable del Departamento de Nariño.

1.2.1.3 Otras exportaciones. En 1998 las exportaciones de otros productos representaron el 0.68% del total de las exportaciones, destacándose las exportaciones de rompecabezas, comercio al por mayor, madera en bruto, manufacturas en cuero, manufacturas de textiles, manufacturas de madera y cerámica (principalmente representados por productos artesanales).

1.2.2 Exportaciones del departamento por aduana y producto.

Gráfico 2. Aduanas de exportación 1998



Fuente: Mincomex

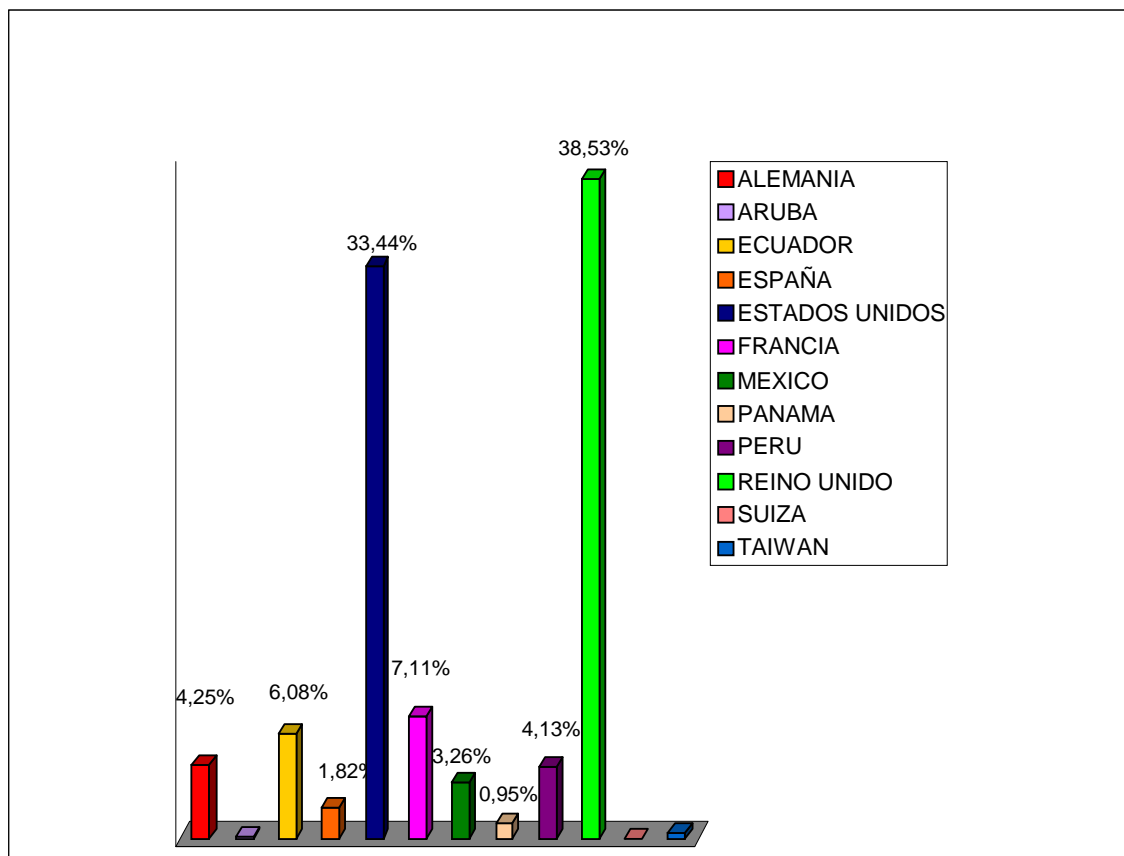
Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

En el año de 1998 las Aduanas que registraron exportaciones originarias del departamento de Nariño fueron Buenaventura con una participación de 56.97% del total de las exportaciones y representadas en exportaciones de camarón y aceite de palma; en segundo lugar encontramos a Tumaco con el 37.68% y con registros de exportaciones de Atún, langostas, camarones y aceite de palma, en

tercer lugar esta la aduana de Ipiales con 2.53% con exportaciones de lácteos, atunes, productos agropecuarios, madera en bruto, textiles, comercio al por mayor, baldosas, manufacturas en cerámica y muebles en madera, Santa Martha registra ese año una participación de 2.23% con exportaciones de aceite de palma, la aduana de Cali registra una participación de 0.57% en productos del sector acuícolas, manufacturas en cuero, madera, cestería, textiles, sombreros y cerámicas; igualmente Bogotá registra un 0.01% del total de las exportaciones del departamento representadas en manufacturas en cuero y cerámica.

1.2.3 Exportaciones del departamento por: destino.

Gráfico 3. Destino de las Exportaciones 1998



Fuente: Mincomex

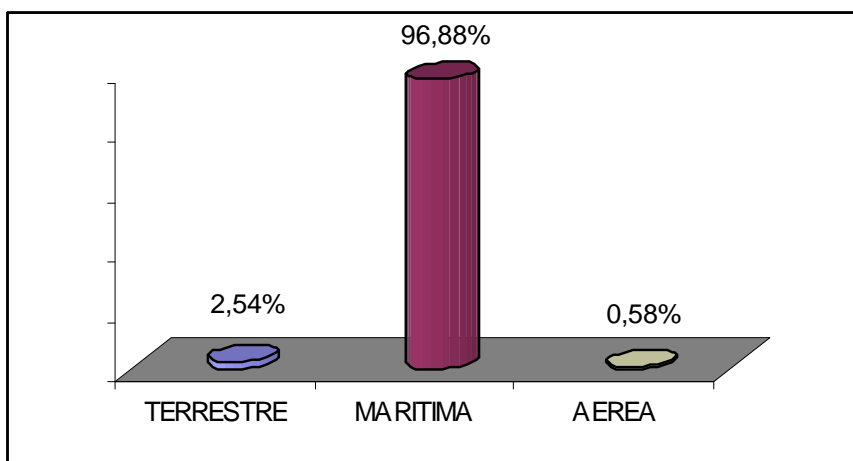
Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

En 1998 los principales socios comerciales del Departamento de Nariño fueron Reino Unido con el 38.53% siendo este el mayor comprador de aceite de palma del Departamento, en segundo lugar está Estados Unidos con una participación del 33.44% del total de las exportaciones con productos del sector acuícola (camarones), manufacturas en cerámica, manufacturas en cuero, madera; como tercer socio se encuentra Francia con 7.11% representado en camarones y

cerámicas; Ecuador es el destino del 6.08% de productos como atunes, manufacturas en cerámica, textiles, mercancías varias, productos lácteos, productos agrícolas, camarones, maltas, madera en bruto, y manufacturas en madera, Alemania (4.25%) porcentaje en el que se representan productos como aceite de palma, cestería, textiles y sombreros, igualmente a Perú y México se destinaron exportaciones representadas en aceite de palma, en un 4.13% y 3.26% del total de las exportaciones respectivamente. España con 1.82% fue destino de productos como camarones, Panamá con 0.95% con aceite de palma, Taiwán con 0.36% fue uno de los destinos de las exportaciones de camarones, Aruba y Suiza con el 0.8% fueron destino de textiles, cerámicas y manufacturas en madera.

1.2.4 Exportaciones del Departamento de Nariño por: Modo de Transporte

Gráfico 4 . Exportaciones de Nariño por modalidad de transporte 1998



Fuente: Mincomex

Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

El modo de transporte más utilizado para las exportaciones del Departamento de Nariño en 1998 fue el transporte marítimo, con el 96.88% del total de las exportaciones, especialmente para productos acuícolas y aceite de palma; las aduanas marítimas que registraron movimiento de exportaciones del Departamento fueron Buenaventura (58.8%), Tumaco (38.9%), y Santa Martha (2.3%) con destinos como Reino Unido, Estados Unidos y Francia principalmente.

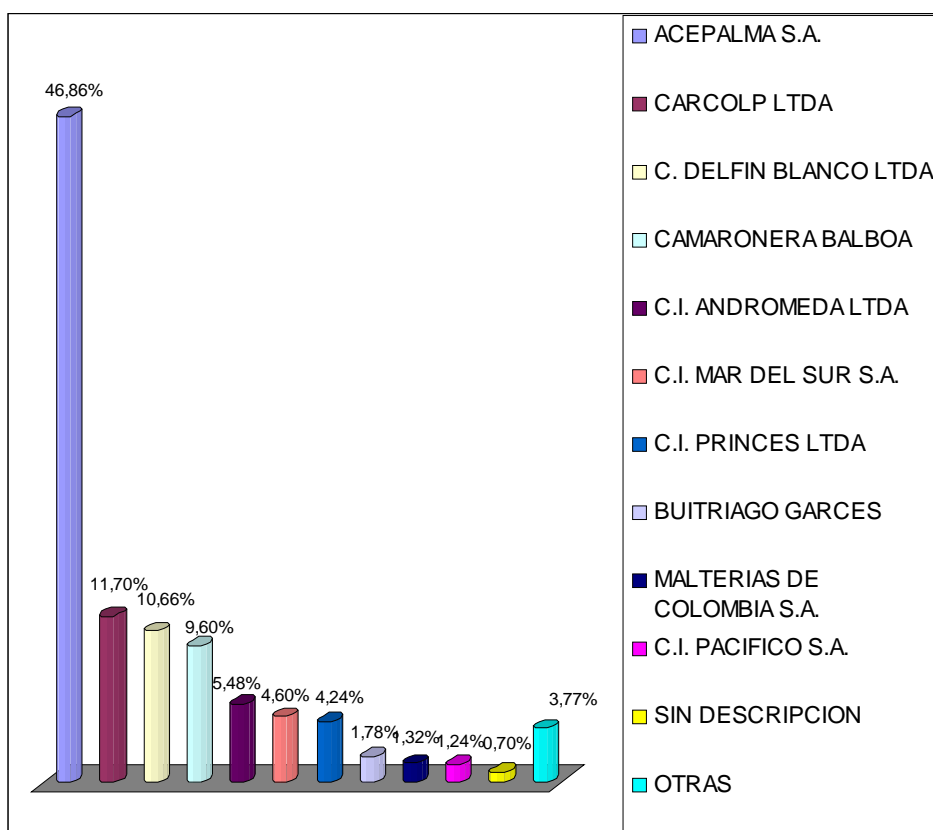
El Modo de transporte terrestre tiene una participación de 2.54% de las exportaciones, las cuales se registraron en la aduana de Ipiales con un único destino Ecuador; Entre los productos que se exportaron utilizando esta modalidad se encuentran los textiles, atunes, lácteos, productos acuícolas y malta.

El Modo de transporte aéreo en este año tuvo una participación de 0.58% del total de las exportaciones y se registraron en la aduana de Cali y Bogotá con destinos Estados Unidos, Aruba, Alemania y Suiza.

1.2.5 Exportaciones del departamento de Nariño por: empresas

Gráfico 5. Principales empresas exportadoras del departamento de Nariño

1998



Fuente: Mincomex

Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

En 1998 las empresas exportadoras de Nariño fueron especialmente empresas exportadoras de productos de origen vegetal como la Comercializadora Internacional Acepalma con un 46.86% del total de exportaciones con clientes en México, Panamá, Perú y Reino Unido; le sigue la empresa Calcorp Ltda. con un porcentaje de 11.70% representado en exportaciones de camarón a Estados Unidos, en tercer lugar esta la Comercializadora el Delfín Blanco Ltda. con 10.65% como exportadora de atunes y camarón hacia los Estados Unidos y Ecuador, en cuarto lugar está la Compañía Camaronera Balboa S.A. con 9.60% con exportaciones de camarones hacia España, Estados Unidos, Francia y Taiwán, La Comercializadora Internacional Andrómeda tiene una participación de 5.48% con exportaciones de camarón hacia los Estados Unidos; Estas son las principales y más sobresalientes empresas exportadoras del departamento teniendo en cuenta el monto de sus exportaciones, el restante 15.71% lo conforman empresas exportadoras en menor escala de camarón, aceite de palma y otras mercancías.

El 0.70% de las exportaciones del departamento de Nariño presentan un mal registro en la aduana por lo cual aparecen como exportaciones sin descripción de empresa.

1.3 EXPORTACIONES DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO 1999

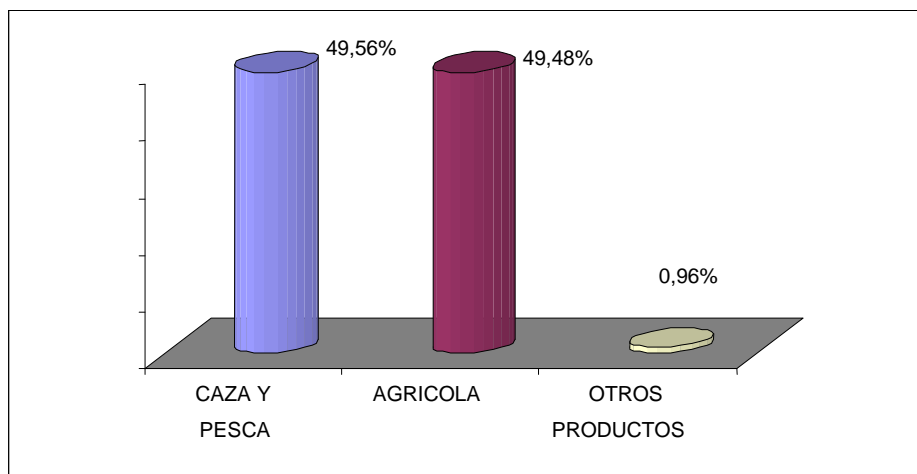
El crecimiento de la economía Colombiana durante 1999 fue el más bajo de América Latina, después de Venezuela y Ecuador, y el peor del siglo, debido al impacto negativo de la economía internacional sobre una economía enormemente desajustada en el frente externo e interno, a lo largo de 1999, los signos de recesión fueron más profundos y duraderos que lo esperado y finalmente la tan anhelada reactivación no se dio, en los dos primeros trimestres de 1999 el producto registró contracciones del 5.8% y 6.4% y luego de 4.6% en el tercer trimestre del año, un descenso menor que indica, junto con otras señales que la recesión tocó fondo desde mediados de ese año.

En 1999, la economía de Nariño presentó síntomas claros de recesión al igual que en el ámbito nacional, las exportaciones de Nariño disminuyeron un 38.32% con relación al año anterior.

En el año de 1999 las exportaciones totales del Departamento de Nariño fueron de U\$ 25.799.739 presentando una disminución del 38.32% de las exportaciones del año inmediatamente anterior.

1.3.1 Exportaciones de Nariño por sector.

Grafico 6. Exportaciones de Nariño 1999 por: sector



Fuente: Mincomex

Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

1.3.1.1 Sector Caza y Pesca. Este año presentó una participación de 49.56% del total de las exportaciones, siendo sus productos más representativos el camarón con el 79.12%, el atún con el 11.77% y langostinos con 3.07%, el restante 6.04% lo conforman pescado seco, moluscos y demás salmónidos.

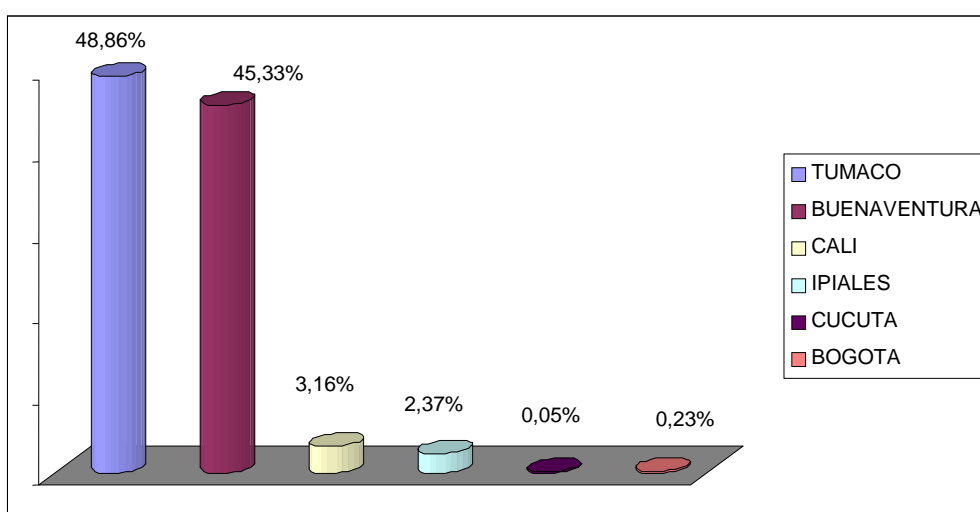
1.3.1.2 Sector Agrícola. Con un 49.48% del total de las exportaciones el sector agropecuario registra negociaciones con productos como aceite de palma con el 98.17% del sector y el 3.73% en malta o cebada tostada.

1.3.1.3 Otras Exportaciones. El 0.96% de las exportaciones realizadas en 1999, corresponden a productos industriales como velas, productos del sector cueros,

pieles y sus manufacturas, manufacturas en madera, cestería, textiles y cerámicas.

1.3.2 Exportaciones de Nariño por 1999: aduana y producto

Gráfico 7. Exportaciones de Nariño 1999: Por aduana



Fuente: Mincomex

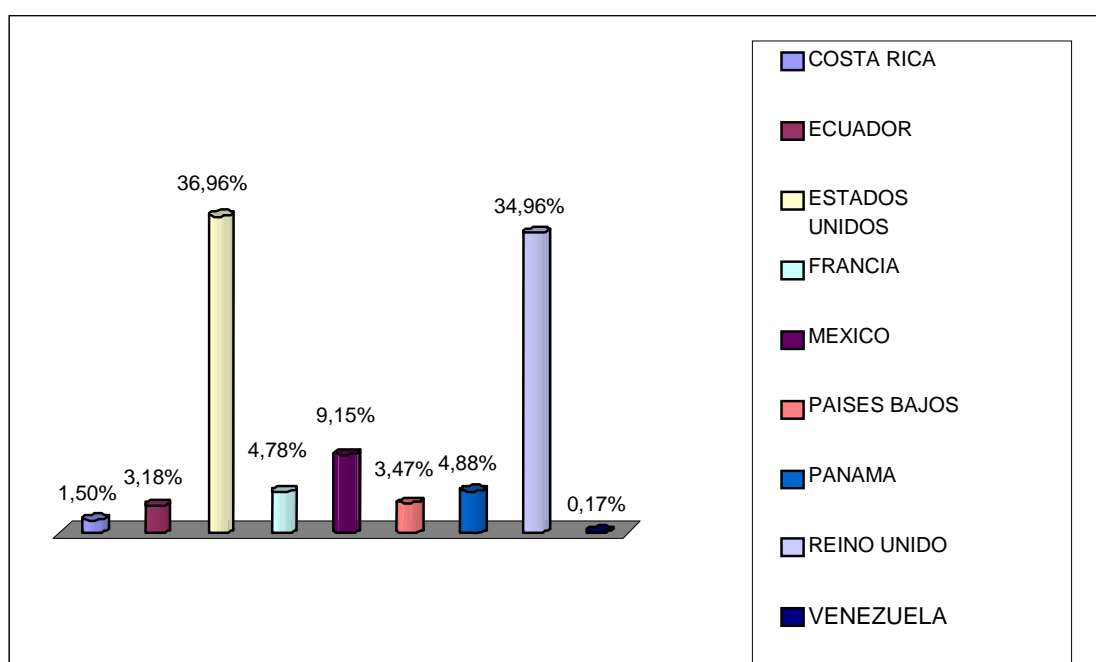
Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

En el año de 1999 la aduana que registró mayor movimiento en exportaciones del Departamento de Nariño fue Tumaco con el 48.86% con exportaciones de atún, langostinos y aceite de palma, en segundo lugar esta Buenaventura con 45.33% en exportaciones de camarón, aceite de palma y otras mercancías; Cali registró el 3.16% con productos acuícola, manufacturas en cuero, madera, cestería, textiles y obras de arte. El 2.37% de las exportaciones salen por la aduana de IpiALES con productos como malta, atunes, cueros, maderas y textiles, el 0.28% de las

exportaciones del Departamento de Nariño salen por Cúcuta y Santa fe de Bogota con exportaciones de productos similares.

1.3.3 Exportaciones del departamento de Nariño por 1999: destino

Gráfico 8. Destino de las exportaciones 1999



Fuente: Mincomex

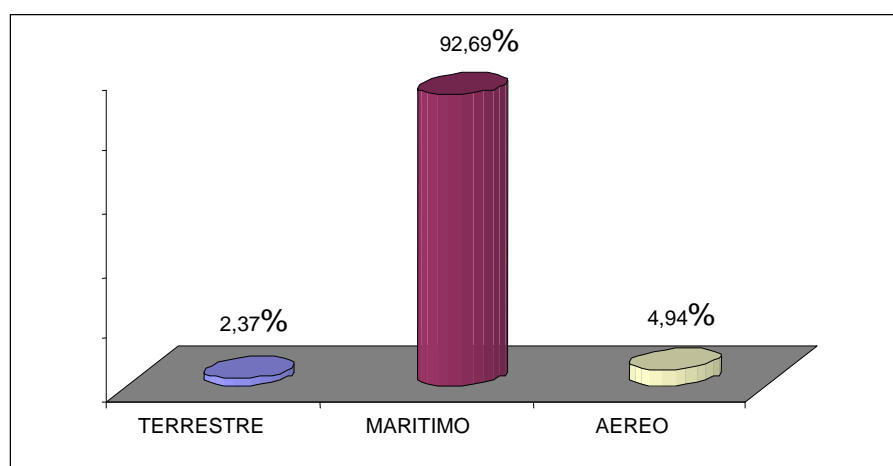
Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

Los principales socios comerciales del Departamento de Nariño en 1999 fueron: Estados Unidos (36,96%) representado en exportaciones de camarones, productos cerámicos, y demás productos acuícolas; Reino Unido (34,96%) como principal comprador de aceite de palma, México (9,15%) también con aceite de palma, Panamá (4,88%) con atunes congelados, Francia (4,78%) con Camarones, Países Bajos (3,47%) con aceite de palma, Ecuador (3,18%) con pieles y cueros,

manufacturas en madera, textiles y otras mercancías; el 2.62% lo conforman Alemania, Antillas, Aruba, Costa Rica, España, Guadalupe, Italia y Venezuela.

1.3.4 Exportaciones del Departamento de Nariño por: Modo de Transporte

Grafico 9. Exportaciones por modo de transporte 1999.



Fuente: Mincomex

Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

En 1999 el modo de transporte más utilizado para las ventas externas del Departamento de Nariño fue el transporte marítimo con un 92.69% del total de las exportaciones, especialmente en productos como aceite de palma, pescados y crustáceos, las aduanas marítimas que registraron movimiento de exportaciones del Departamento fueron Buenaventura con 48.9% y Tumaco con 51.1% con destinos principales Reino Unido y Estados Unidos entre otros.

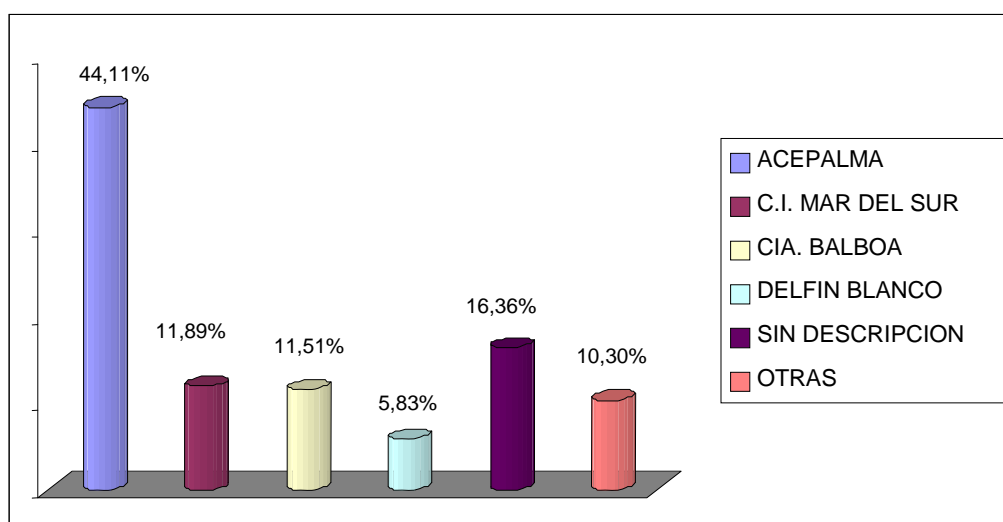
El Modo de transporte aéreo en 1999 tuvo una participación de 4.94% con registros en la aduana de Cali (63.83%), Tumaco (30.32%), Santa Fe de Bogotá e Ipiales con 4.66% y 1.19% respectivamente, los destinos de estas exportaciones fueron España y Estados Unidos principalmente.

El Modo de transporte terrestre registró una participación 2.37% de las exportaciones, las cuales se registraron en la aduana de Cúcuta e Ipiales con productos agrícolas, productos de la industria alimenticia, velas, pieles y cueros y textiles con destino Ecuador y Venezuela.

1.3.5 Exportaciones del departamento de Nariño 1999 por: empresas

Grafico 10. Principales empresas exportadoras del departamento de Nariño

1999



Fuente: Mincomex

Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

En 1999 aunque el número de empresas exportadoras del Departamento fue estable, el monto de las exportaciones disminuyó significativamente, empresas que en 1998 presentaron porcentajes considerables de exportación en 1999 su participación disminuyó y para otras desapareció.

Como líder de las empresas exportadoras con un a participación de 44.11% encontramos a la Comercializadora Internacional Acepalma S.A. con exportaciones de aceite de palma hacia México y Reino unido; En segundo lugar está la comercializadora internacional Mar el Sur S.A. con el 11.89% porcentaje representado en exportaciones de camarones hacia España, Estados Unidos y

Francia; le sigue la Compañía Camaronera Balboa S.A. con 11.51% de participación con exportaciones hacia España, Estados Unidos y Francia; la comercializadora El Delfín Blanco ocupa el cuarto lugar con el 5.83% con exportaciones de atunes congelados hacia Panamá y Ecuador.

Este año el 16.36% de las exportaciones del Departamento de Nariño presentaron un mal registro o una mala digitación de los documentos de exportación, lo cual no permite llevar un real estado de la participación de las empresas exportadoras.

1.4 EXPORTACIONES DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO 2000

En el año 2000 la economía Colombiana presentó leves indicios de recuperación al crecer en un 2.8%, que según el informe dado por el DANE, este desempeño fue jalonado principalmente por la industria especialmente de maderas, cuero, maquinaria y equipos, además del material de transporte, las exportaciones presentaron una leve mejoría siendo los mercados de Reino Unido y Estados Unidos los principales receptores de las mismas; el gobierno ha hecho de las exportaciones el soporte principal del crecimiento económico.

El panorama económico del departamento en el año 2000 presentó mejoría en algunos sectores, la actividad agrícola del departamento no presentó cambios

significativos, no obstante la producción de palma africana estuvo en asenso y los rendimientos fueron positivos en cultivos de alto impacto en la economía regional; contrariamente las exportaciones tuvieron un comportamiento adverso al desarrollo de la economía regional.

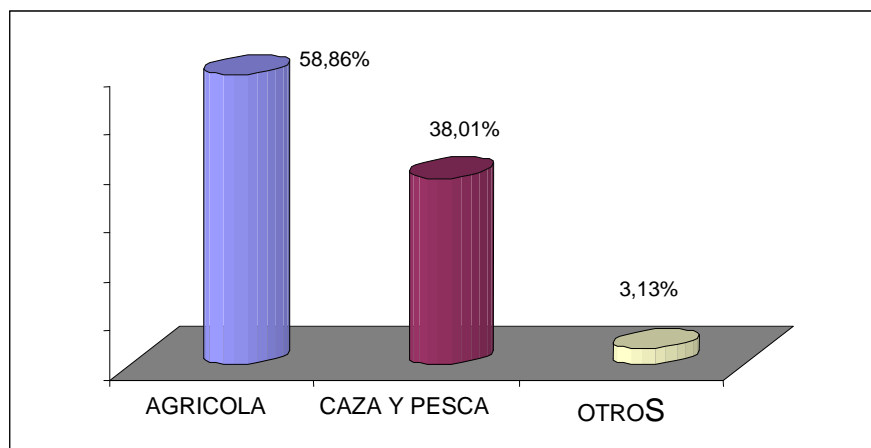
Otro factor que incidió en la economía departamental fue la decisión del Ecuador que, después de pasar por numerosas crisis cambiarias, optó por iniciar el proyecto de dolarización de su economía a partir del 10 de enero del 2000, hecho que se concretó el 13 de septiembre del 2000 fecha en la cual todas las actividades económicas se vienen realizando en la nueva moneda adoptada, aunque desde enero circularon paralelamente el sucre y el dólar estadounidense, este nuevo signo monetario del país vecino trajo algunos cambios en la evolución del comercio Colombo-Ecuatoriano, puesto que gran cantidad de productos ecuatorianos registrados y no registrados que antes entraban a Colombia subieron sustancialmente de precios y los compradores colombianos no demandan esos bienes del Ecuador.

Las ventas externas del Departamento de Nariño en el año 2000 se totalizaron en u\$ 20.252.453. con una disminución del 21.5% en comparación con el año inmediatamente anterior.

Al igual que los años anteriores objeto de este estudio, se analizaron diferentes aspectos del comportamiento de las exportaciones del Departamento.

1.4.1 Exportaciones del departamento de Nariño por: sector.

Grafico 11. Exportaciones del departamento de Nariño 2000 por sector



Fuente: Mincomex

Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

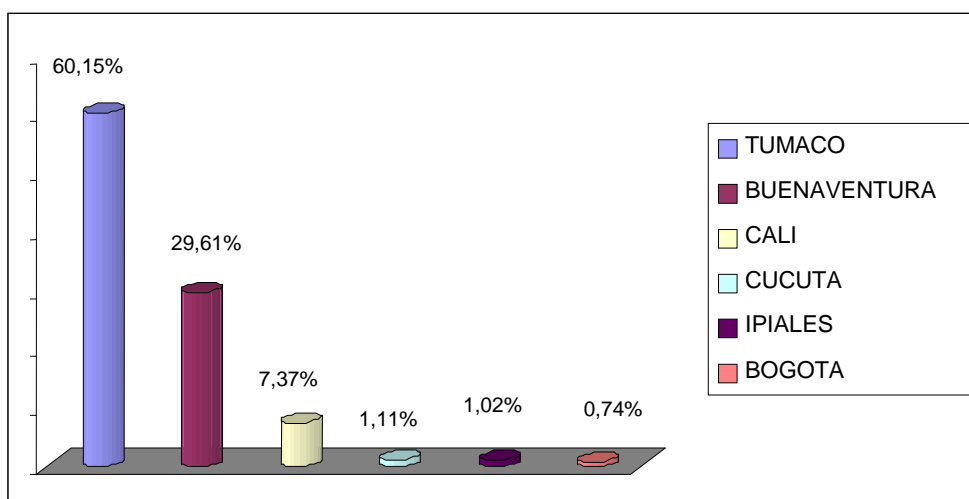
1.4.1.1 Sector Caza y Pesca. Este sector tuvo una participación del 38.01% del total de las exportaciones, resaltando las exportaciones de camarones con un 74.64% del sector, también las exportaciones de salmones y langostinos con una participación de 15.38% y 1.48 respectivamente.

1.4.1.2 Sector Agrícola. Con una participación de 58.86% del total de las exportaciones, este sector registro ventas externas de aceite de palma con el 98.28% del sector, igualmente registró exportaciones de lácteos y hortalizas 1.72%.

1.4.1.3 Otras Exportaciones. Este sector presentó una participación de 3.13% del total de las exportaciones, representadas en exportaciones de cueros y pieles en bruto, además de manufacturas y productos de la industria alimenticia entre otros.

1.4.2 Exportaciones del departamento por: aduana y producto

Grafico 12. Exportaciones de Nariño 2000 por aduana



Fuente: Mincomex

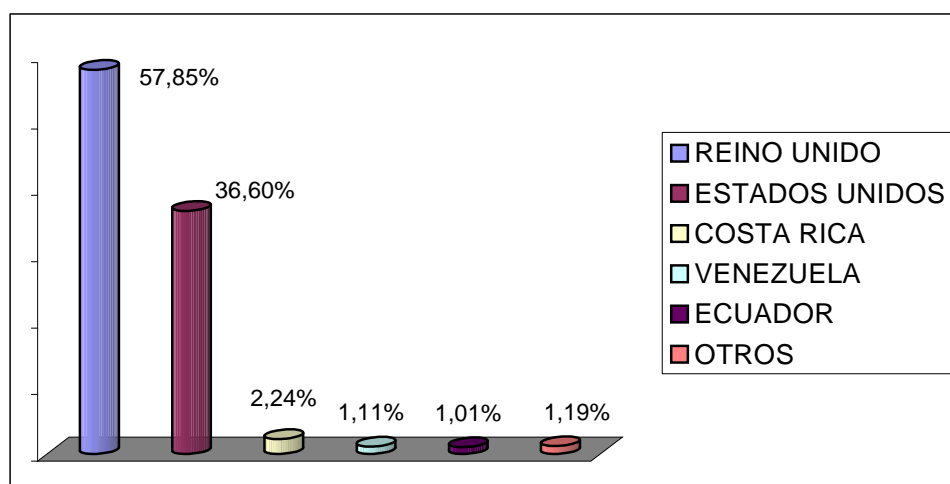
Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

En el 2000 la aduana que registró mayores exportaciones del departamento de Nariño fue Tumaco con el 60.15% del total de las exportaciones; presentando un incremento de 11.29% en comparación con el año inmediatamente anterior, Tumaco registró exportaciones de aceite de palma, camarones y otros productos acuícolas; en segundo lugar está Buenaventura con 29.61% de participación con

exportaciones de camarones, cueros – pieles y manufacturas en madera, le sigue la aduana de Cali con el 7.37% de las exportaciones principalmente de productos acuícolas y manufactureros; Cúcuta participa con el 1.11% representado en exportaciones de lácteos, productos agrícolas y piedra pómez; la aduana de Ipiales registró el 1.02% de las exportaciones principalmente de cueros y pieles, productos de la industria alimenticia, manufacturas y mercancías varias.

1.4.3 Exportaciones del departamento por: destino

Gráfico 13. Destino de las exportaciones 2000



Fuente: Mincomex

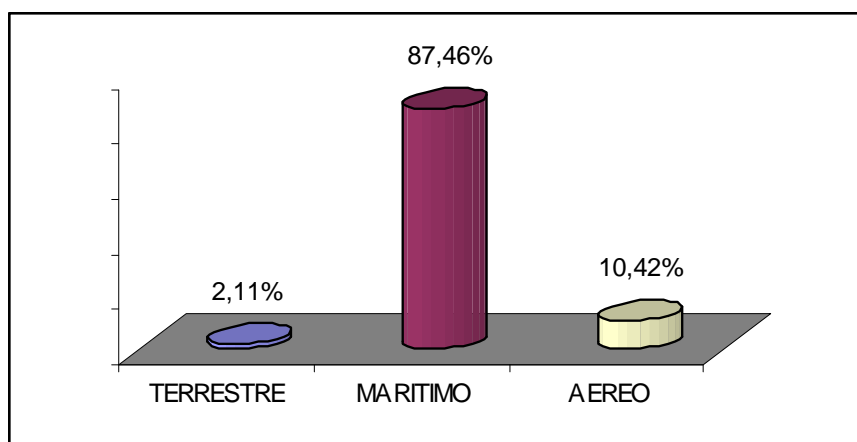
Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

Los principales destinos de las ventas externas del Departamento de Nariño fueron Reino Unido y Estados Unidos con una participación de 57.8% y 36.60% respectivamente, otros mercados de los productos nariñense fueron Costa Rica (2.24%), Venezuela (1.11%) y Ecuador (1.01%), el restante 2.21% lo conforman

Alemania, Antillas Holandesas, Aruba, Dinamarca, España, Guadalupe, Irán, Italia, Nicaragua y otros países.

1.4.4 Exportaciones del Departamento de Nariño por: Modo de Transporte

Grafico 14. Exportaciones de Nariño por modo de transporte 2000



Fuente: Mincomex

Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

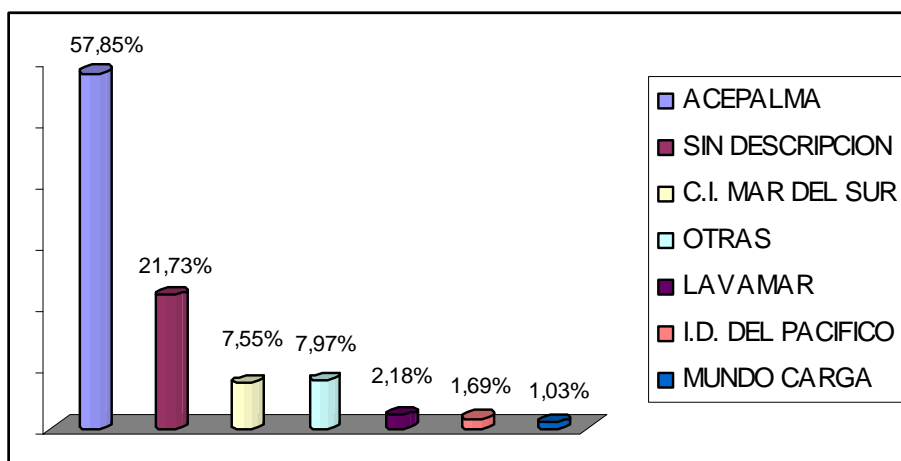
En el año 2000 el medio de transporte más utilizado en las exportaciones del Departamento de Nariño fue el marítimo con el 87.46% del total de las exportaciones representados en productos acuícolas, aceite de palma. Madera, cueros y pieles entre otros; el destino de estos productos transportados en modo marítimo fueron Estados Unidos y Reino Unido con 33.30% y 66.14% respectivamente.

El medio aéreo tuvo una participación de 10.42% también con productos acuícolas, manufacturas y textiles entre otros, productos que tienen como destino Estados Unidos (71.70%), costa Rica (21.50%), y Aruba (3.01%).

El medio terrestre en este año presenta una participación de 2.11% con productos lácteos, cueros – pieles y productos acuícolas con destinos Ecuador Y Venezuela.

1.4.5 Exportaciones del departamento de Nariño por: empresas

Grafico 15. Principales empresas exportadoras 2000



Fuente: Mincomex

Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

En el año 2000 la comercializadora internacional Acepalma S.A. continúa siendo la empresa más importante en las exportaciones del departamento con el 57.85% del total de las exportaciones de aceite de palma con destino Reino Unido; en segundo lugar está la Comercializadora Internacional Mar del Sur 7.55% con

exportaciones de camarones hacia los Estados Unidos; le sigue en tercer lugar con el 2.18% del total de las exportaciones la empresa Lavamar Ltda. Con exportaciones de langostinos y camarones hacia Costa Rica; en este año se ubica en cuarto lugar la Empresa Investigaciones y Desarrollos del Pacífico con el 1.69% de las exportaciones representadas en exportaciones de camarones hacia costa Rica y Estados Unidos, en quinto lugar se encuentra Mundo Carga Ltda. Con el 1.03% en exportaciones de pescado hacia los Estados Unidos.

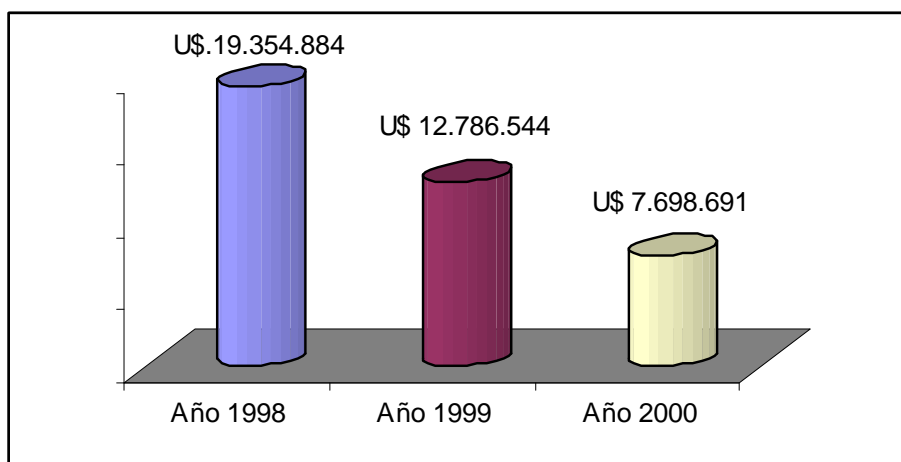
1.5 COMPARATIVO

Según los datos que se presentan en este documento se observa una preocupante disminución de las exportaciones de Nariño en el período objeto de este estudio (1998-1999-2000), con una variación de -38.32% entre 98-99 y de 21.5% entre 99-2000, contrariamente al comportamiento nacional que en estos 36 meses refleja un crecimiento. A nivel nacional el evidente decaimiento de la actividad económica hizo que se disminuyeran las transferencias para los departamentos y municipios, ocasionando que en nuestro departamento las pocas empresas exportadoras no recibieran el apoyo del Estado para aumentar su productividad y competitividad frente a los mercados internacionales.

1.5.1 Exportaciones del departamento de Nariño 1998-2000 por: sector.

1.5.1.1 Sector Caza y Pesca.

Grafico 16. Comparativo exportaciones sector caza y pesca 1998-2000



Fuente: Mincomex

Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

A pesar de que Colombia por su posición geográfica posee condiciones favorables en la pesca marítima, continental y acuícola, presenta un considerable rezago con relación al contexto mundial en asuntos pesqueros. De acuerdo a datos encontrados en el Diagnóstico de Competitividad para el Departamento de Nariño, la producción en este renglón puede llegar a 1.200.000 toneladas anuales, que representan ventajas comparativas que pudieran explotarse. Colombia de acuerdo a estos mismos datos sólo captura 120.000 toneladas anuales de recurso pesquero, igual cantidad que captura Bolivia sin mares.

A la cantidad de producción en pesca, debe sumarse igualmente el análisis de la demanda a nivel internacional muy superior a la capacidad de oferta global.

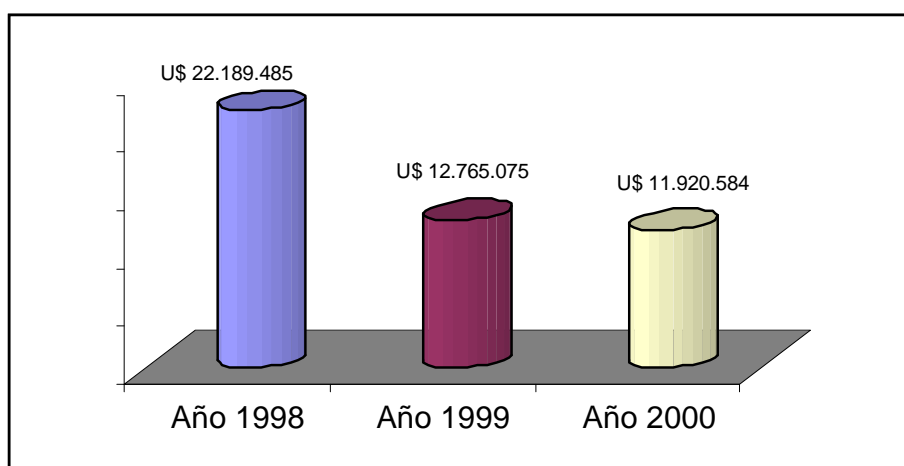
Nariño no es ajeno a la potencialidad en este sector, pues posee los mejores stocks de pesca del pacífico colombiano ya que las condiciones geográficas, junto con las corrientes frías del sur y calientes de Panamá que se mezclan frente a la costa nariñense, permiten su buen desarrollo, además a esta fortaleza se suman los beneficios que reciben los inversionistas como la exención de impuestos arancelarios para embarcaciones, equipos, motores, infraestructura para refrigeración, procesamiento y acuicultura (Ley 13 de 1990), incentivos de capitalización rural que permite acceder a créditos con un subsidio que cubre entre el 30 y 40% del crédito. Desafortunadamente nuestra vocación agrícola, escasa cultura empresarial y falta de políticas claras por parte del Estado que fortalezcan la producción pesquera, ha hecho que no se la considere como un renglón importante de la economía nariñense, situación que se evidencia en la disminución considerable de las exportaciones en el periodo objeto de este estudio, correspondiente a un -33.93% entre 1998-1999 y a un -39.79% entre 1999-2000.

Para contrarrestar esta situación, debe sacarse a la pesca de la marginalidad, propiciar el intercambio de tecnología con países que han avanzado en este campo y proponer su impulso para el mercado interno y externo, impulsar la calificación de mano de obra, propendiendo por el mejoramiento de las condiciones de vida de los pescadores artesanales, quienes afrontan graves

condiciones de marginalidad económica y social frente a otros sectores del país, mejorar el sistema de transporte terrestre y propiciar la inversión en infraestructura, contando para ello con la conformación de una Flota Pesquera tecnificada, motivando la generación de empresas, cooperativas, asociativas o fundaciones pesqueras.

1.5.1.2 Sector Agrícola:

Gráfico 17. Comparativo exportaciones sector agrícola 1998-2000



Fuente: Mincomex

Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

La apertura económica indiscriminada produjo grandes consecuencias negativas a varios sectores productivos y especialmente el agropecuario.

Nuestro Departamento por tener una gran pero primitiva vocación agrícola se ha enfrentado a las negativas consecuencias de la apertura económica por la falta de

competitividad y a la indiscriminada afluencia de productos agropecuarios a nuestro territorio, en la gráfica podemos observar la disminución de las exportaciones del sector agrícola (en millones de dólares) correspondiente a un -42.47% entre 1998 y 1999 y a un -6.61% entre 1999 y 2000.

Pese a la disminución de las exportaciones del sector agrícola, la producción y las exportaciones de palma de aceite son las más representativas del departamento; las memorias de la XII Conferencia Internacional sobre Palma de aceite realizado en la ciudad de Cartagena del 3 al 5 de septiembre de 1997^{*}, muestran que actualmente el aceite de palma participa con el 0.7% del PIB nacional, corresponde al 12.1% de los cultivos permanentes y se presenta como una opción de desarrollo agrícola para Colombia en compensación a las dificultades que enfrenta la actividad agrícola durante los últimos años, que conllevó prácticamente a la desaparición de muchos cultivos, especialmente de cereales, esta situación ha contribuido a destacar las bondades de la palma de aceite, la cual se perfila como una de las alternativas productivas más promisorias para nuestro país. Este diagnóstico es similar para el departamento de Nariño, que dejó de producir cereales como el trigo y cebada y bajo su producción de café.

De acuerdo a la bibliografía consultada, Colombia cuenta con tierras aptas para el desarrollo del cultivo de la palma de aceite, lo que le permitirían multiplicar varias veces el área sembrada actualmente. Nariño puede aportar significativamente en

^{*} Lecturas complementarias Pág. 65

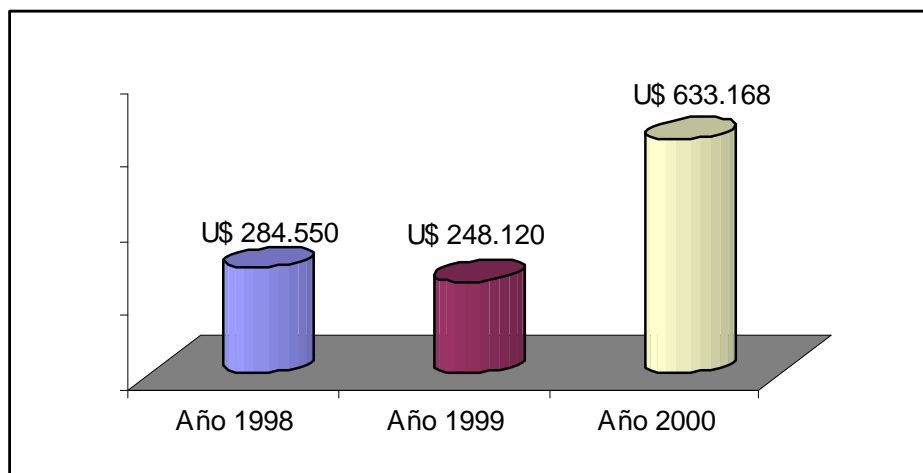
este proceso y dinamizar así su economía, pues el territorio de la costa nariñense posee suelos propicios para su cultivo. A estas fortalezas se suman las proyecciones sobre mercado internacional de aceites y grasas que son todavía bastante favorables y permitirían un crecimiento importante en la oferta, con participación significativa de aceite de palma.

En el estudio: “Análisis de factibilidad y diseño institucional para el desarrollo de cinco núcleos de cultivo de palma de aceite en Tumaco, Nariño” adelantado en 1999 por el Centro de Estudios Ganaderos y Agrícolas - cega- se establece que el número de productores de palma de aceite ascendía para esa fecha a 21.633 y cerca de 19.000 hectáreas cultivadas en el municipio de Tumaco, y puntualiza en la cifra de 200 mil hectáreas con condiciones agroecológicas apropiadas para el cultivo de esta palma; desafortunadamente a estas condiciones favorables para la expansión de su producción, se le atraviesa una amenaza grave relacionada con la extensión de cultivos ilícitos en esta región.

Para lograr fortalecer este renglón de exportación se sugiere activar la organización formal entre pequeños y grandes empresarios, la adecuación de la infraestructura necesaria, establecer legalmente la tenencia de la tierra, la implementación de técnicas para el desagüe de tierras, la adecuación y dotación de vías y el mejoramiento del transporte marítimo, incentivar la investigación para lograr valores agregados en la producción y procesamiento de la palma.

1.5.1.3 Otras Exportaciones

Gráfico 18. Comparativo otras exportaciones 1998-2000



Fuente: Mincomex

Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

Se presenta una disminución en el período 1998-1999 de 12.8%, a causa de la desaparición de las exportaciones de productos como madera en bruto que representaban un porcentaje considerable del sector, de productos tradicionales como sombreros trenzados. Para el período 1999-2000 las exportaciones del departamento en este renglón se incrementaron en un 155.2% gracias a las ventas de productos artesanales, y la incursión de nuevas empresas en el ámbito exportador, tal es el caso del Centro Proinco, conocidos en el medio como Artemanos, Piel Salvaje, aunque esta última no aparece en las estadísticas oficiales, y marroquinería Cerón, empresas que se han arriesgado a exportar a la Unión Europea, con resultados satisfactorios.

Si bien es cierto el sector llamado en este estudio “otras exportaciones” no representa un porcentaje grande en las exportaciones, es un sector que merece tenerse en cuenta, en especial por el componente cultural, pues todos conocemos del gran potencial artístico y artesanal de hombres y mujeres del departamento que requiere explorarse en su verdadera dimensión competitiva.

Para lograr que las exportaciones de artesanías ocupen un mejor puesto se requiere de investigación con el propósito de convertir las mismas en objetos estéticamente bellos, pero con utilidad en la cotidianidad, en ese sentido las artesanías en madera han avanzado, se esperaría lo mismo de las artesanías en paja toquilla, textiles y en cuero. Enfatizar y reorientar en el componente de capacitación para lograr productos bien acabados y competitivos a nivel internacional. Propiciar y fomentar la transferencia de tecnología para mejorar algunos procesos productivos, explorar niveles de especialización en este ramo y por último, fortalecer los procesos de formas asociativas de los artesanos. en este punto se resalta la labor de la Cámara de Comercio con su laboratorio de diseño y de Contactar como entidades promotoras en el desarrollo de programas para el mejoramiento de la calidad de los productos artesanales con miras hacia mercados internacionales.

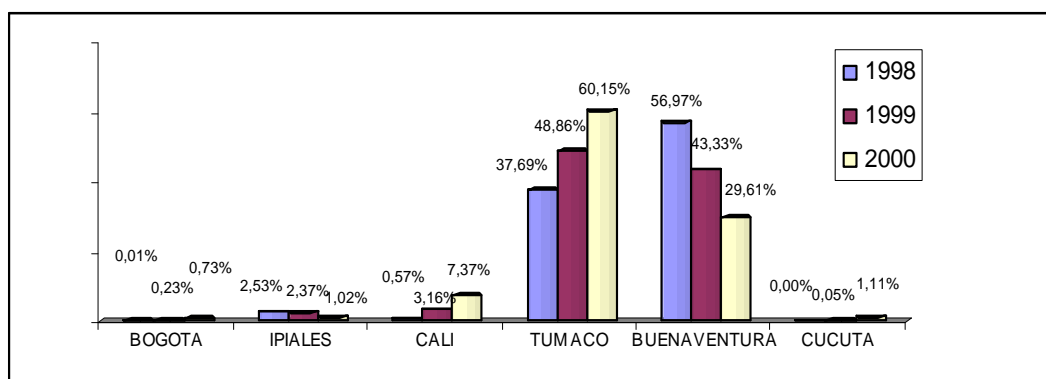
El sector de los lácteos a pesar de su baja participación es de gran importancia para las exportaciones del departamento, esto se demuestra en la incursión de empresas en el mercado interno colombiano y especialmente de Colacteos en el mercado externo hacia Venezuela, esto gracias al empuje de los empresarios y a

las bondades del departamento ya que cuenta con un amplio menú de oportunidades comparativas y competitivas para conservar y ampliar sus mercados mediante el establecimiento de alianzas estratégicas con empresas nacionales y/o multinacionales como Parmalat, para generar economías de escala, promover la innovación y la ampliación de canales de distribución y principalmente mejorar la tecnología utilizada. Para viabilizar el sector en la línea de las exportaciones valdría la pena atender las propuestas que se formularon en las mesas de trabajo realizadas en la ciudad de Ipiales en el año 2000 en desarrollo del estudio integral sobre pasos de fronteras intra-andinos bajo la orientación del consultor Ricardo Montenegro Coral: Control binacional a la aftosa; proyecto de aprovechamiento del suero y demás derivados lácteos a nivel industrial y proyecto para implementar una pulverizadora, que significaría la pulverización de la leche a nivel de industrialización, para lo que se necesitaría mejorar las condiciones técnicas de producción.

1.5.2 Exportaciones del Departamento por Aduana y Producto

Gráfico 19. Comparativo de las exportaciones según aduana de embarque

1998 – 2000



Fuente: Mincomex

Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

En el periodo 1998-2000, las principales aduanas que registraron exportaciones del departamento de Nariño fueron las aduanas de Tumaco, Buenaventura, Cali, Ipiales, Bogotá y Cúcuta. En la gráfica se muestra el porcentaje de las exportaciones del departamento de Nariño que se registró en las principales aduanas.

La aduana de Buenaventura registra exportaciones de camarón y aceite de palma principalmente; en promedio entre 1998-2000 participa con un 43.30% del total de las exportaciones del departamento, las aduanas de Cali, Bogotá, Cúcuta, registran exportaciones de crustáceos, artesanías y cerámicas entre otros productos; presentan un promedio de 3.7%, 0.3% y 1.9% respectivamente del total de las exportaciones de Nariño, Tumaco presenta un promedio del 48.9%

del total de las exportaciones entre 1998-2000 e igualmente registra exportaciones de aceite de palma y camarón, la aduana de Ipiales se registran exportaciones de productos alimenticios, textiles, artesanías y cueros en bruto; presenta en este periodo (1998-2000) y 1.9% del total de las exportaciones del departamento de Nariño.

Cabe resaltar que la mayoría de las exportaciones del departamento, utilizan transporte marítimo para sus operaciones; en el período 1998-2000 su participación promedio fue de 92.34%, esto teniendo en cuenta la característica de los productos y los costos de transporte. Con esto se destaca la gran fuerza que la región costera del pacífico Nariñense representa en el total de las exportaciones del departamento, donde además de ser originarios los principales productos de exportación como el camarón y el aceite de palma, presenta una significativa dinámica como puerto.

En el mismo período el transporte aéreo ha incrementado su participación en un 88.44% con productos como manufacturas y artesanías entre otros, este modo se desarrolla en la ciudad de Cali y en Santa fe de Bogotá ya que la infraestructura aeroportuaria del departamento de Nariño es insuficiente para estas operaciones; a pesar de contar con tres aeropuertos el Antonio Nariño en Pasto clasificado en la categoría C, con servicio de dos líneas aéreas nacionales, tiene dificultades climáticas lo que afecta la continuidad del servicio; el aeropuerto San Luis en la ciudad de Ipiales clasificado en la categoría D, tiene dificultades ya que la longitud

de la pista es insuficiente para la operación de aeronaves grandes; igualmente ocurre con el aeropuerto La Florida de la ciudad de Tumaco.

El transporte terrestre pese a ser nuestro departamento una zona de frontera es poco utilizado (2.3% promedio) en las operaciones de exportación de productos nariñenses, esto a razón de las características de los productos, a los socios comerciales de la región y a la también ineficiente estructura vial carretable, situación pone en evidencia los cambios que le urgen a la infraestructura y operación del transporte departamental.

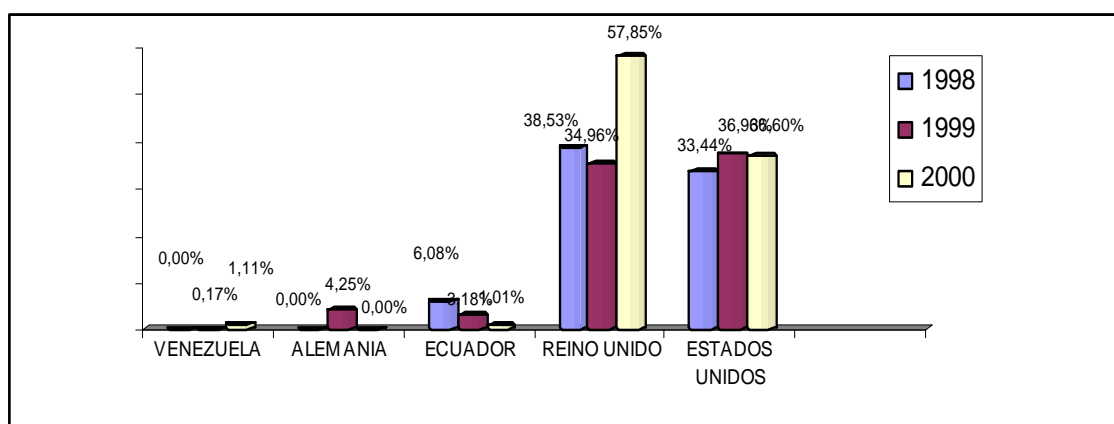
El transporte en Nariño, no solo se destaca por las bajas especificaciones de su infraestructura, y las serias dificultades resultantes del mal estado de las vías sino también por su alta vulnerabilidad e inseguridad generadas por acciones guerrilleras y la delincuencia común, de los traumatismos causados a empresarios por efectos de paros de camioneros y bloqueos de las vías por diferentes grupos de protesta. Al igual que el departamento ha tenido una escasa incidencia en la transformación del sector y en la gestión y estudio de los proyectos de transporte y a una desintegración de la estructura económica regional.

Aunque el departamento posee dos (2) puntos de frontera – Ipiales para el comercio con Sudamérica y Tumaco, ventana para el comercio con los países Asiáticos, no se han aprovechado como ejes de desarrollo regional que beneficien al interés nacional. Es claro que con una adecuada infraestructura en transporte

se lograría potenciar el desarrollo del departamento como frontera y paso obligatorio para el comercio con los países Asiáticos y Suramericanos.

1.5.3 Destino de las Exportaciones.

Gráfico 20. Comparativo de las exportaciones por destino 1998-2000



Fuente: Mincomex

Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

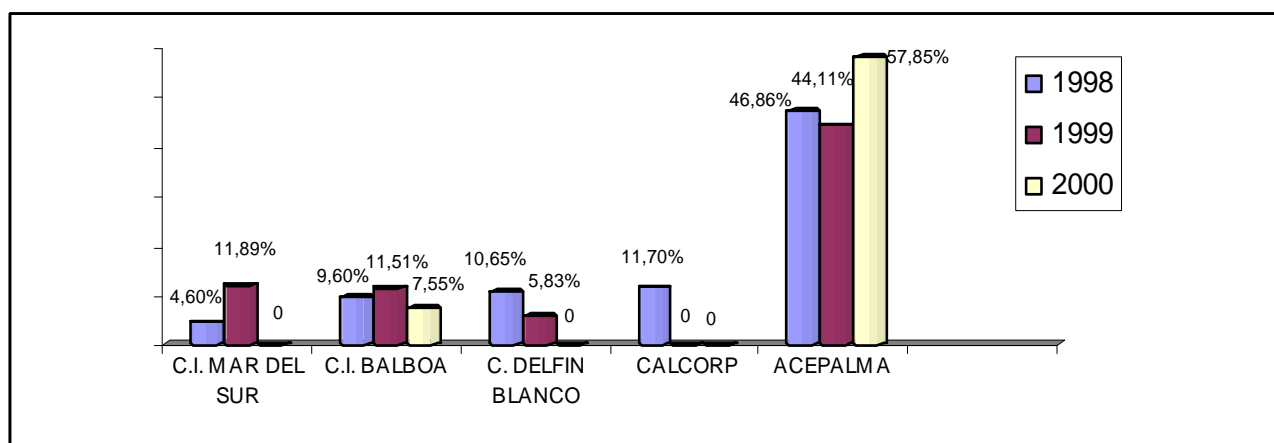
En el periodo 1998-2000, los mercados del exterior más importantes para los productos del departamento de Nariño fueron Estados Unidos y Reino Unido, con una participación promedio de 35.6% y 43.78% respectivamente; así como se han reducido los montos de exportación para algunos de nuestros socios comerciales y en otros casos las negociaciones han desaparecido por completo (Suiza, Perú, Taiwán), igualmente se han establecido negociaciones comerciales con otros países como Dinamarca, Panamá y México.

Tomando como punto de referencia la participación de las exportaciones del departamento de Nariño en el periodo 1998-2000, en las exportaciones totales de Colombia hacia los diferentes destinos, podríamos afirmar que pese a la evolución de las exportaciones nacionales se evidencia el decrecimiento de las mismas a nivel regional; para ello podemos citar ejemplos puntuales como ocurre con el Ecuador: mientras en 1998 la participación de Nariño en las exportaciones totales de Colombia hacia este país fue de 0.43% en el 2000 se registro una participación de 0.04%; igualmente ocurre con las Exportaciones hacia los Estados Unidos, Nariño en 1998 registra una participación del 0.33% y en el 2000 de 0.11% del total de las exportaciones de Colombia hacia los Estados Unidos; Hacia la Unión Europea los registros indican que la participación de Nariño en 1998 fue de 0.8% y en el 2000 de 0.6%. Efecto contrario se evidencia en las exportaciones hacia Venezuela las cuales indican un incremento de la participación de las exportaciones de Nariño ya que en 1998 Nariño no registra exportaciones hacia este país mientras en 1999 participa con un 0.003% y en el 2000 participa con un 0.017% en el total de las exportaciones de Colombia hacia Venezuela.

1.5.4 Exportaciones del departamento de Nariño por: empresas

Grafico 21. Comparativo de las principales empresas exportadoras

1998-2000



Fuente: Mincomex

Cálculos: Cámara de Comercio de Pasto

Es evidente que en el periodo comprendido entre 1998-2000 el crecimiento de las empresas exportadoras del departamento de Nariño ha sido mínimo, empresas que registraron exportaciones considerables en 1998 han desaparecido del mercado exportador como la Comercializadora Internacional Mar del Sur y al empresa Calcorp.

Pese a las dificultades que ha enfrentado el sector empresarial en este periodo, se evidencia el liderazgo de empresas que lograron revertir la tendencia a la baja que caracterizó el desarrollo empresarial entre 1998-2000; empresas como Acepalma que presentan en promedio una participación del 49.6% entre 1998-2000, esta empresa de naturaleza comercial y de nacionalidad colombiana se constituyó en

1991 por los palmicultores afiliados a Fedepalma con el objetivo de mejorar la comercialización de productos de la palma de aceite dentro y fuera del país compra y distribuye insumos y demás elementos relacionados con la producción y distribución de la palma de aceite, ha logrado fortalecerse y penetrar a mercados internacionales.

Si bien es cierto que estas empresas ayudan a dinamizar la economía del departamento especialmente con la generación de empleos, el beneficio económico no es tan significativo por cuanto estas son empresas de Nariño, sino de otros lugares del país que extraen nuestros productos y explotan la mano de obra nariñense pero el capital, como ocurre con el financiero que se maneja desde los otros lugares. Lamentablemente, no se ha logrado a pesar de los esfuerzos de los gremios que los inversionistas nariñenses se arriesguen a explotar estos renglones de la economía, excepción hecha por las líneas artesanales y de lácteos.

Nariño además debe aprovechar la legislación que se ha establecido para las zonas que como la nuestra son frontera, ley 191 de 1995, conocida como Ley de fronteras, y el establecimiento de las Zonas Económicas Especiales de Exportación, creadas mediante el Decreto 049 del 19 de enero de 2000, con la pretensión de equilibrar las economías de los departamentos de frontera, ya que estas son regiones que muestran mayor fragilidad en la economía nacional.

Herramientas jurídicas que necesitan de mayor divulgación entre el sector empresarial de Nariño, de Colombia y del exterior.

Adicionalmente con las Universidades y Sectores de Investigación, debe abrirse líneas de investigación que conlleven en la búsqueda de valores agregados a todos los productos potenciales de exportación y socialmente debe atenderse a los productores pequeños, incentivando su organización por medio de cooperativas.

2. ASESORIA EMPRESARIAL

Otro propósito de la pasantía fue la asesoría empresarial en temas relacionados con el comercio exterior y mercadeo, con el objetivo de contribuir en la divulgación y promoción de la cultura exportadora en el departamento de Nariño. Para el cumplimiento de esta labor se adoptó una metodología de trabajo sencilla que permitiera un acercamiento personal a los empresarios y estudiantes.

2.1 METODOLOGIA DE TRABAJO

1. - Recepción directa de la solicitud.
2. - Investigación en documentos para resolver la solicitud y orientar al solicitante en los tramites a seguir.
3. - Orientación básica respecto al proceso exportador.
4. - Motivar a los solicitantes en el proceso exportador, mostrando los beneficios de esta actividad.

2.2 DOCUMENTOS CONSULTADOS

- . Régimen de Importaciones y exportaciones.
- . Régimen Arancelario.
- . Guía de Comercio Exterior.
- . Pagina WEB Proexport Colombia.
- . Plan de Desarrollo Nacional: Cambio para construir la Paz.
- . Plan de Desarrollo de Nariño 2001-2003.
- . Diagnóstico de competitividad para el departamento de Nariño-1998.
- . Ley 191 de 1995.
- . Decreto 049 de 2000.
- . Régimen Aduanero
- . Huella Empresarial de Nariño
- . Ley 677 de 3 de agosto de 2001.

2.3 RELACION DE PERSONAS ATENDIDAS

NOMBRE DEL SOLICITANTE	PROFESION U OFICIO	CLASE DE SOLICITUD	PRODUCTO A EXPORTAR O IMPORTAR	LUGAR
Luis Imbacuan	Comerciante	Exportaciones	Papa amarilla	Japón
Fernando Melo	Comerciante	Importación	Frutas	Ecuador
Darío Rosero	Artesano	Exportación	Artesanías en madera	España
Edgar Villota,	Ingeniero Agroindustrial	Exportación	Arveja	Ecuador
Luis Estefán Peña	Comerciante	Consulta: aplicación de términos de negociación INCOTERMS.		
Alba Bastidas	Comerciante	Importación	Bisutería y Perfumería	Ecuador
Cristina Parra	Comerciante	Importación	Insumos agropecuarios	Sin destino
Jorge Hernán López	Comerciante	Exportación	Ropa deportiva	Ecuador
Alba Martínez	Comerciante	Exportación	Paja toquilla	Japón
Eduardo Martínez	Comerciante	Importación	Insumos para confecciones	Sin destino
Alba Pantoja	Comerciante	Consulta: Procedimiento para cobro del IVA en exportaciones.		
Lianer David	Estudiante	Consulta: Normatividad en exportación de alimentos procesados		
Fadia Ardila y otros	Estudiantes	Consulta: Normas de origen para exportación.		

Periodo de atención: 16 de agosto de 2001 a 16 de febrero 2002.

Nota: La atención a estas personas fue directa de la pasante. En la oficina se atendieron otros casos.

2.4 CONCLUSIONES

En promedio quienes visitan la oficina de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio es de 40 personas mensuales, hecho que nos indica que no ha tenido la difusión necesaria. Por tal razón se sugiere el diseño de una campaña publicitaria para lograr que los interesados conozcan de su existencia y la función que cumple.

La oficina requiere de organización administrativa que garantice un seguimiento de las asesorías que se brindan para medir el impacto y los resultados que pueden cuantificarse en el incremento o decrecimiento de exportaciones del área de influencia. En anexo se presenta a manera de sugerencia una ficha de registro de las asesorías, temas, y sistema de seguimiento.

En razón que la información sobre las exportaciones del departamento de Nariño es incipiente, cabe proponer la sistematización de la misma, facilitando el acceso desde diferentes regiones del departamento. Para ello debe contarse con la coordinación de las oficinas de las Cámaras de Comercio de Ipiales y Tumaco, para unificar y cualificar la información.

Si bien es cierto existen políticas nacionales e internacionales que orientan la actividad exportadora e importadora, es necesario la fijación de políticas regionales proyectadas al fortalecimiento de la cultura exportadora, porque se

necesita contextualizarse en el medio para que las mismas políticas de orden global tengan el impacto esperado.

Para mayor agilidad y profundidad en las asesorías e investigación en las líneas de exportación se requiere la conformación de un equipo interdisciplinario que estudie, analice y proponga al CARCE las políticas y estrategias ha trabajarse.

Igualmente la oficina debe contar con la infraestructura operativa y tecnológica para acceder a la información oportuna y esencial en materia de comercio exterior, ejemplo acceso fácil a internet. Además de la capacitación y actualización al equipo en legislación y políticas de exportación e importación.

La gestión de convenios con la academia y entidades versadas en el tema debe ser una estrategia puntual para lograr la cultura de exportación, mediante la capacitación e investigación continua dirigida a empresarios. En desarrollo de los convenios se propone la permanencia regular de un pasante para dar continuidad al proceso de asesorías.

3. PARTICIPACION EN EL COMITÉ ASESOR REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR –CARCES

3.1 FUNDAMENTO LEGAL

. La Ley 7ª. De 1991 y los artículos 7, 35, 36 y 37 del Decreto 2350 de 1991, crean los Comités Asesores Regionales de Comercio Exterior –CARCES-, como instrumentos de coordinación y enlace entre el sector privado y el gobierno para facilitar el intercambio de iniciativas, información y elaboración de propuestas sobre programas globales, estrategias de comercio exterior y ejecución de las actividades comerciales para fortalecer las regiones del país.

. El Plan de Desarrollo del presente gobierno - Cambio para construir la Paz – tiene como eje principal de acción las exportaciones, para ello pretende incrementar la oferta exportable, consolidando patrones de internacionalización a largo plazo con la implementación de programas de competitividad, el diseño de mecanismos de articulación de las instituciones que promuevan una adecuada gestión de los recursos públicos, hacia modalidades de intervención estatal que disminuyan los costos de transacción asociados con la actividad exportadora. Entre los objetivos planteados el numeral 10 nos habla de la regionalización de los instrumentos de apoyo a la actividad productiva, en el que se menciona la

iniciación de un proceso de descentralización de los servicios técnicos empresariales para estimular el desarrollo económico departamental, propiciando que las administraciones territoriales se conviertan en difusores de los mecanismos e instrumentos de apoyo a la actividad empresarial, para ello propone la creación y fortalecimiento de instancias departamentales como los CARCES, que permitan una concertación de las políticas de competitividad regional con las entidades de orden nacional, el diseño de sistemas de información que permitan el acceso de las regiones a los mecanismos de apoyo, la identificación de ofertas exportables regionales a través de los CARCES.

3.2 ORGANIZACIÓN

Los CARCES están integrados por sectores económicos regionales tanto públicos privados, cuyas actividades sean inherentes al comercio exterior. En el caso del departamento de Nariño este organismo está integrado por el Representante de la Gobernación de Nariño, por los representantes de los Sectores Productivos Privados-, las Cámaras de Comercio de Pasto, Ipiales y Tumaco, Fenalco, Acopi, Sagan, Fundapesca y Contactar, el representante de la Universidad de Nariño, el Delegado del SENA y el delegado de la DIAN. El Carce de este departamento fue instalado por el Ministerio de Comercio Exterior mediante la Resolución No. 1279 del 18 de agosto de 2000.

Para su operatividad el CARCE tiene un Comité Ejecutivo, el cual se compone de un Presidente, Director Ejecutivo, Secretaria Técnica y las Mesas de Trabajo.

3.3 FUNCIONES

Se establecen como funciones para estos organismos las siguientes:

- . Diseñar y poner en operación un Plan Estratégico Exportador para la Región.
- . Gestionar la inclusión de los planes del CARCE en los planes de Desarrollo Departamental y Municipal y en los Planes de Ordenamiento Territorial.
- . Servir de apoyo a la gestión del ministerio de comercio exterior en el proceso de creación de cultura exportadora.
- . Proponer convenios de competitividad exportadora regional al gobierno central, para el fortalecimiento de sus ventajas competitivas.
- . Ser parte integral del sistema de información y promoción de proyectos del sector comercio exterior.
- . Formar parte activa de la Red Colombia Compite.
- . Seleccionar proyectos que se consideren prioritarios a la luz del Plan Estratégico Exportador Regional PEER.

Administrativamente el CARCE En Nariño funciona con el Presidente y la Secretaria Ejecutiva. La Presidencia en la actualidad la ejerce la empresa COLACTEOS y la Secretaria Ejecutiva la Cámara de Comercio.

3.4 LOGROS ALCANZADOS

Hasta el momento el CARCE de Nariño formuló el Plan Estratégico Exportador, que puntualizó los siguientes objetivos:

1. Crear espíritu y cultura empresarial exportadora en el Departamento, para ello formuló las siguientes estrategias:

- Difusión de los contenidos temáticos a través de entes académicos y gremiales.
- Formulación y ejecución de proyectos de investigación dirigidos al comercio internacional.
- Promoción y divulgación de los acuerdos internacionales.

2. Apropiar y adecuar tecnologías que permitan a los productos regionales ser competitivos en los mercados internacionales:

- Promoción y fortalecimiento de Centros para la apropiación y adecuación de tecnología.
- Gestión de mecanismos de sensibilización y empoderamiento hacia el cambio de tecnologías adecuadas dentro del sector empresarial y de recursos de cooperación técnica internacional para la obtención de tecnologías requeridas.

3. Identificar, gestionar y canalizar los recursos de financiación a nivel nacional e internacional, se contemplan como estrategias:

- Identificación de los organismos nacionales e internacionales que impulsen proyectos de infraestructura, producción y comercialización.
- Gestión de líneas de financiación nacional e internacional para el desarrollo de proyectos productivos.

4. Incrementar y diversificar la oferta exportable con calidad y competitividad en función del mercado internacional, con las siguientes estrategias:

- Implementación de un sistema de información y asesoría en comercio internacional.
- Promoción, participación y realización de eventos comerciales y mecanismos existentes a nivel nacional e internacional con el fin de dar a conocer el portafolio de bienes y servicios exportables del departamento.
- Identificación, fortalecimiento y dinamización de las cadenas productivas regionales.

5. - Fortalecer el sistema logístico para los procesos de intercambio de bienes y servicios orientados al mercado local y de exportación. Estrategias:

- Creación y mejoramiento de la infraestructura regional para hacer eficiente la actividad exportadora.

- Gestión ante el gobierno nacional de la adopción de un sistema que agilice las operaciones de intercambio comercial.
- Fortalecimiento del transporte multimodal para facilitar el comercio internacional.
-

En Desarrollo de los anteriores objetivos y estrategias se han realizado las siguientes actividades:

1. - Semana del Exportador, hasta el momento se han realizado dos en esta ciudad, una en la ciudad de Ipiales y otra en el Puerto de Tumaco, en estos eventos se dictaron conferencias a empresarios y estudiantes sobre Comercio Exterior.
2. - Implementación de la cátedra de negocios internacionales en las Universidades y Centros de Educación Superior de Nariño, como cátedra electiva en todos los programas.
3. - Formulación de los proyectos: Dotación de laboratorios de agroindustria de la Universidad de Nariño, Construcción y dotación de la planta piloto y laboratorios de agroindustria de la Universidad de Nariño y Mejoramiento de la productividad y competitividad de la cadena artesanal de Nariño.
4. - Seminario de Comercio Binacional Colombo-Ecuatoriano.

3.5 CONCLUSIONES

El Carce de Nariño avanzó significativamente en la formulación del Plan Estratégico Exportador Regional de Nariño, que se realizó en el año 2000 y con la ejecución de algunas actividades en cumplimiento de los objetivos que trazó el plan. Para mayor impulso es de imperiosa necesidad que el CARCE de este departamento continúe con el desarrollo del plan para lo que requiere fortalecerse internamente para lograr el impacto esperado. Se sugiere las siguientes recomendaciones:

- **De tipo administrativo**

La designación de un Coordinador Operativo del CARCE.

Fortalecimiento de la estructura organizativa, para que cada miembro del Comité Ejecutivo del CARCE conozca de la visión, misión y funciones asignadas.

La asignación de una oficina debidamente equipada para el CARCE.

Sistematización de la información y organización de la misma.

- **De tipo conceptual**

Fijación de políticas contextualizadas a la región en materia de comercio exterior.

Redefinición de algunos objetivos del Plan Estratégico Exportador Regional que propendan por la investigación y construcción de tecnologías propias, la

investigación sobre la demanda de productos exportables en el mercado mundial y de los requisitos ambientales externos para la comercialización de productos.

La investigación debe recaer además en el campo de la legislación para las exportaciones, para proponer al Estado Colombiano unas legislaciones flexibles y más contextualizadas en el ámbito internacional, y de mayor operatividad para disminuir la tramitología.

- **De tipo funcional**

Convocar a las mesas de trabajo constituidas en la reglamentación del CARCE, que hasta el momento únicamente han sido designadas y que no están funcionando.

Fortalecer la vinculación del sector público y privado en el diseño de proyectos, formulación de políticas y en la funcionalidad del CARCE; fortalecer la vinculación del sector público y privado en el diseño de proyectos, formulación de políticas y en la funcionalidad del CARCE, igualmente ese como integrante del comité interinstitucional de las Zona Económica Especial de Exportación de Ipiales debe proponer, y procurar por la reglamentación de estas ZEEE en beneficio de nuestra región.

Participar en la formulación de los Planes de Desarrollo Departamental y Municipal y los Planes de Ordenamiento Territorial, formulando propuestas que viabilicen el

comercio exterior en especial en la adecuación y fortalecimiento de la infraestructura de servicios públicos y del transporte.

Formular una estrategia de identidad y comunicación corporativa, que fundamenten la acción informativa y publicitaria de estos organismos asesores.

ANEXOS

PALMAS

MEMORIAS XII CONFERENCIA INTERNACIONAL SOBRE PALMA DE ACEITE

Retos y Oportunidades para la Palma de Aceite

LA PALMA DE ACEITE: UNA OPCION DE DESARROLLO AGRICOLA PARA COLOMBIA

Jens Mesa Dishington

El cultivo de la palma de aceite, es de tardío rendimiento y una actividad de largo plazo. Esto que a veces es una barrera infranqueable para muchos, también es fuente de muchas fortalezas y oportunidades. La palma de aceite permite forjar cultura empresarial en los productores; su estabilidad productiva genera condiciones favorables para el empleo y el desarrollo económico y social de las comunidades rurales donde se ubica, haciéndola muy atractiva para liderar y afianzar el desarrollo agrícola y rural en muchos países tropicales.

Países como Malasia e Indonesia así lo han entendido, por ello sus gobiernos han impulsado vigorosamente su desarrollo, con políticas específicas y adecuadas a la naturaleza de la actividad. Producto de ello, Malasia tiene más de 2.6 millones de hectáreas sembradas con palma de aceite e Indonesia alrededor de 2 millones, las cuales se han desarrollado a un ritmo tal que en algunos años supera, incluso, lo que a Colombia le ha tomado le ha tomado sembrar en cerca de 40 años.

Las dificultades que ha enfrentado la actividad agrícola en Colombia durante los últimos años, que conllevo prácticamente a la desaparición de muchos cultivos,

especialmente los cereales, han contribuido a destacar las bondades de la palma de aceite, la cual se perfila como una de las alternativas productivas más promisorias para nuestro País.

Colombia cuenta con tierras aptas para el desarrollo del cultivo de palma de aceite que le permitirían multiplicar varias veces el área sembrada actualmente. Además, cuenta con algo que es fundamental para ello: conocimiento, experiencia y capacidad empresarial.

Los nuevos desarrollos de palma se justifican fundamentalmente con miras a los mercados de exportación. Las proyecciones sobre el mercado internacional de aceites y grasas son todavía bastante favorables y permitirían un crecimiento importante en la oferta, con participación significativa de aceite de palma. Por ello, los nuevos proyectos en este cultivo, especialmente en un país con el tamaño de Colombia, no encontrarían problemas de mercado. Su limitación si la hubiera, estaría fundamentalmente en sus posibilidades de producir en forma rentable, vendiendo a precios internacionales.

LAS ECONOMIAS DE ESCALA EN LA PRODUCCION DE ACEITE DE PALMA

Jens Mesa Dishington

Muchos estudios señalan que en la palma de aceite se presentan grandes economías de escala, principalmente alrededor de las labores de siembra y administración del cultivo, del beneficio de la fruta o extracción del aceite y de la comercialización. Por este motivo, para ser competitivos es necesario, entre otras cosas, aprovechar todas y cada una de estas economías de escala.

Esta situación es la que, en muchas ocasiones, da lugar a que se diga que cultivos como la palma de aceite solo son para empresarios grandes, y que los pequeños y medianos productores no tienen cabida, lo cual es completamente falso. Lo que se requiere es simplemente una organización apropiada de los pequeños y medianos propietarios y productores, pues las economías de escala no están referidas a la propiedad sino al manejo productivo. Y es que muchas veces, por consideraciones de diversa índole, en su mayoría culturales, la una está ligada a lo otro, o sea que la propiedad es exactamente igual a unidad de manejo. Pero no siempre tiene que ser así. Es posible tener esquemas que permitan a los pequeños y medianos productores agruparse para lograr un manejo unificado de su actividad y aprovechar así dichas economías de escala. Malasia da fe de ello, con sus esquemas asociativos en palma y otros cultivos para pequeños productores organizados.

Por lo tanto, incluso en un mundo globalizado, donde los productores enfrentan permanentemente la competencia internacional, hay posibilidades para que el crecimiento de la palmiticultura pueda beneficiar y ser aprovechado por pequeños, medianos y grandes productores.

UN MODELO PARA EL DESARROLLO COMPETITIVO DE LA PALMA DE ACEITE EN COLOMBIA

Jens Mesa Dishington

Fedepalma viene trabajando en el diseño de un modelo de desarrollo de la palmiticultura nacional, el cual se basa fundamentalmente en el concepto de núcleos productivos por escala óptima de manejo. Se ha visto que Colombia debe evolucionar hacia unidades económicas que alcancen un tamaño de cultivo de 5.000 hectáreas y de una planta extractora con capacidad de proceso de 30 toneladas de racimo de fruto fresco por hora, con el fin de optimizar costos fijos y mejorar la competitividad.

Se estima que actualmente en Colombia hay cerca de 2.200 productores o unidades productivas de palma de aceite, de las cuales, el 56% tienen menos de 5 hectáreas, el 35% están entre 5 y 100 hectáreas, el 8% entre 100 y 1.000 hectáreas y el 1% entre 1.000 y 8.000 hectáreas, que es el rango superior para Colombia. En este último grupo, el tamaño medio de las unidades productivas es de 2.400 hectáreas. Con relación a las plantas de beneficio de fruto o extractoras de aceite, actualmente hay 51 plantas en operación, con una capacidad media de proceso de 14 toneladas de racimos de fruta fresca por hora, en un rango entre 2 y 40 toneladas. Estos indicadores muestran un tamaño medio de las unidades productivas en Colombia bastante inferior al tamaño medio en Malasia e

Indonesia, países que tomamos como referencia por su mayor competitividad internacional.

Lo anterior conlleva a revisar la situación actual de cada una de las unidades productivas existentes, para determinar que acciones, en cuanto a crecimiento o alianzas con otros productores, es necesario realizar para incrementar la competitividad colombiana.

Hace más de 30 años, cuando solo habían en el país alrededor de 10.000 hectáreas sembradas con palma de aceite, un estudio auspiciado por Fedepalma, señala que el desarrollo del cultivo en Colombia debería orientarse al establecimiento de núcleos o unidades económicas con tamaños similares a estos. Desafortunadamente, poca atención se le prestó a esta recomendación en su momento. Ahora, para llegar allí, se requiere de una disposición mental al cambio y de un gran esfuerzo para emprender los proyectos que sean necesarios.

El conocimiento y la experiencia desarrollados en Colombia por los empresarios palmeros son un activo muy valioso. Sin embargo, para potencializarlo y servir de base para un desarrollo mucho mayor, se requiere un gran compromiso nacional, de gobierno, con verdaderas políticas de estado, que inviten a la inversión en este sector, que es una inversión productiva a largo plazo. Bajo este supuesto, inversionistas locales y extranjeros podrían interesarse en nuevos desarrollos de palma en el país.

Las condiciones están dadas para que el Gobierno Nacional defina y lidere un plan de acción para impulsar el crecimiento y desarrollo de la palmicultura colombiana. Fedepalma apoyaría una iniciativa en este sentido. Hay posibilidades de establecer “Joint-ventures”[†] o traer inversión extranjera a un programa de esta naturaleza, si las condiciones son adecuadas. El Gobierno y los empresarios malayos del sector de la palma de aceite, por ejemplo han manifestado su interés en identificar alternativas de inversión de esta naturaleza. El modelo de núcleos productivos o de unidades económicas con un tamaño mínimo que permitan aprovechar las economías de escala de esta actividad.

[†] Joint-Ventures: Es una sociedad a través de la cual dos o más firmas crean una entidad jurídica nueva y separada, para llevar a cabo una actividad económica productiva o de prestación de servicios.

EL ALCANCE DE LA COMPETITIVIDAD

Jens Mesa Dishington

En la competitividad inciden diversos factores, unos internos a la empresa, cuyo manejo es responsabilidad de los productores, y, otros externos, en los que el Estado tiene un papel fundamental. En este sentido, la competitividad, de cara a los mercados externos, es una responsabilidad conjunta del los empresarios y el Estado.

De una parte, a los empresarios les corresponde adoptar las tecnologías productivas y empresariales que les permitan producir más eficientemente y al menor costo posible. Por otra parte, el Estado tiene un papel fundamental de apoyo al sector privado. Ante todo, es necesario que haya estabilidad en las reglas del juego internas, para que los productores puedan actuar con criterio empresarial, mirando a mediano y largo plazo y no únicamente la coyuntura. También es responsabilidad del Estado, la seguridad y la justicia, y proveer la infraestructura básica e implementar políticas económicas sanas que permitan un desarrollo armónico de la producción local. Además, aunque implícito, se requiere una gestión estatal eficiente que represente el menor costo posible para la economía nacional.

Estos factores del entorno se constituyen hoy en nuestros principales limitantes para la competitividad. Los palmicultores colombianos vienen haciendo un

esfuerzo muy significativo para mejorar su competitividad, tanto en lo que compete internamente a sus empresas como en lo referente a la organización institucional y el fortalecimiento sectorial.

LA INTEGRACION COMERCIAL CAN – MERCOSUR

Jens Mesa Dishington

En estos momentos, la Comunidad Andina de Naciones (CAN) se encuentra en proceso de iniciar negociaciones con el Mercosur para establecer una zona de libre comercio entre los dos bloques de países. En nuestro caso, los palmicultores enfrentaremos la competencia de dos potencias productoras y exportadoras de semillas oleaginosas, aceites y grasas, como son Argentina y Brasil.

Fedepalma no está en contra de la apertura y de la integración comercial, sino que simplemente ha señalado que estos acuerdos de integración deben realizarse acompañados de un programa de acción y de unos compromisos mutuos entre Estado y los productores que conduzcan a mejorar la competitividad de la producción nacional.

La competitividad no se improvisa, y los logros sustanciales en esta materia generalmente toman bastante tiempo.

Los acuerdos sectoriales de competitividad que el gobierno ha venido impulsando desde hace bastante tiempo, no han avanzado significativamente, por ello se hace necesario un plazo prudencial antes de exponer totalmente a la competencia internacional la producción de semillas oleaginosas, aceites y grasas de Colombia, para permitir que el Estado y los particulares puedan atender debidamente las

responsabilidades en materia de competitividad; solo de esta manera la integración comercial con el Mercosur no se traducirá a una entrega de nuestros mercados a los productores de esos países. Las experiencias logradas en otros acuerdos comerciales y de integración, en las que nuestras Balanzas Comerciales positivas pasaron a ser deficitarias, así lo demuestran.

La producción local de aceite de palma es actualmente una fortaleza que se debe aprovechar ya que el cultivo de la palma de aceite es estratégico para el país por lo tanto es deber del Estado hacer que el desarrollo de este cultivo y su industrialización se constituyan en un propósito internacional, de tal forma que se brinde condiciones similares a las que imperan en los principales países productores.

EL FUTURO DE LA PALMA DE ACEITE EN COLOMBIA

Antonio Gómez Merlano

La experiencia acumulada por los empresarios colombianos, el conocimiento de los efectos positivos de vincular a pequeños productores en esta actividad en desarrollo del modelo malayo, los avances de las investigaciones tecnológicas conocidas y el gran futuro que tiene este producto en las industrias de aceite, de óleo químicos y de productos de papel, hacen viable que dediquemos nuestros esfuerzos para ampliar en Colombia su participación dentro de la economía agropecuaria. El trópico es ideal para el cultivo de la palma de aceite. En Colombia, regiones como Tumaco, La Costa Atlántica, el Magdalena Medio y los Llanos Orientales son escenarios de ventajas competitivas, a partir de las cuales se podrán construir ventajas competitivas.

Existen posibilidades de nuevas inversiones, de ampliación del comercio internacional y de utilización de nuevas tecnologías. Es indiscutible que, en el ámbito internacional la utilización de derivados del aceite de palma en la industria de comidas rápidas, productos comestibles, sustitución de insumos en la producción de detergentes, jabones y agroquímicos, y en la producción de papel, nos abren inmensas oportunidades de expansión de la demanda, frente a lo cual debemos estar atentos en materia de investigación, producción, procesamiento y desarrollo de productos derivados.

El Oild Word estimaba que hacia el 2007 se presentará un incremento anual en el consumo de aceite de palma del orden de 10 millones de toneladas, que equivalen a un crecimiento per cápita cercano al 30%, e igualmente se espera una mayor participación del aceite de palma en el negocio mundial de aceites y grasas. Pasando del 17 al 21% del total del mercado.

Jalonar el futuro de la palma de aceite en nuestro país debe convertirse en un propósito nacional y en un compromiso histórico. El gobierno nacional y el sector privado vinculado a esta actividad plantean la necesidad de conformar alianzas estratégicas que permitan avanzar en este proceso.

ACUERDOS SECTORIALES DE COMPETITIVIDAD

Antonio Gómez Merlano

El gobierno nacional viene trabajando bajo el criterio de cadena productiva. Dentro de este contexto, se han venido creando condiciones para la absorción de la producción proveniente de la palma de aceite, y se han establecido comisiones con el efecto de analizar y discutir todo lo concerniente a la oportunidad de aprobar importaciones en esta materia. Los vistos buenos a las importaciones en nuestro país ya nos son discrecionales del funcionario de turno. En el mediano y largo plazo, se ha venido impulsando un acuerdo sectorial e competitividad en esta cadena productiva con el fin de buscar una mayor competitividad, a través de productividad y eficiencia, estableciendo compromisos claros entre el gobierno y los miembros de la cadena, para asumir responsabilidades que busquen avanzar en el establecimiento de reglas claras y permanentes. Lo importante de resaltar es que estos acuerdos sectoriales no pueden convertirse en una simple expresión de voluntad, que incumpla cualquiera de las partes sin generar responsabilidades. La reacción conjunta tiene que girar alrededor de principios de compromiso efectivo, de confianza, de eficiencia y de comunicaciones abiertas.

PERSPECTIVAS MUNDIALES DEL ACEITE DE PALMA

Lim Keng Yalk

Se debe considerar el hecho de que el mercado mundial de aceites y grasas está constantemente cambiando. El aceite de palma es ahora una fuerza que se debe tener en cuenta ahora en el comercio internacional de aceites y grasas y de hecho ha modificado, de manera invariable la ecuación del mercado mundial de este sector. Tales cambios han traído consigo amenazas y oportunidades para los “jugadores” más importantes de este producto en el mercado. Entonces, es importante hacer una evaluación de la situación y revisar el desempeño del aceite de palma en le pasado, evaluar su posición actual y hacer algún tipo de proyección sobre donde se dirige el aceite de palma en el futuro.

Desde que Malasia se involucró, de manera activa en la industria del aceite de palma, el comercio internacional de este producto ha sido testigo de un desarrollo prolífico. A principios de la década de los 60, el aceite de palma era responsable del 19% del comercio internacional de aceites y grasas. En 1996, debido a un aumento excepcional de la industria, especialmente en Malasia. La contribución de un envidiable 39%. Malasia es el líder mundial, responde al 64% del comercio de este producto. De hecho, en el contexto del mercado mundial de aceites y grasas, esto responde al 25% un desempeño meritorio para una nación tan pequeña.

Aunque Malasia es, hoy en día, el mayor productor y exportador de aceite de palma, este cultivo ha crecido en más de 22 países alrededor del mundo. Se cultiva, hoy en día en el pacífico asiático, en África, en Centro y Suramérica, incluyendo a Colombia. El rápido incremento en la producción de aceite de palma se puede atribuir a dos razones principales. La primera es el incremento en el área cultivada con palma de aceite. La segunda razón es el incremento en la productividad, como resultado de los esfuerzos de investigación y desarrollo (I&D) que han producido clones de alta producción, lo mismo que mejores prácticas agrícolas. En el caso de Malasia el trabajo de I&D es un esfuerzo combinado tanto del sector público como del privado. El mejoramiento continuado en la productividad verdaderamente ha mejorado la competitividad del aceite de palma comparado con otros aceites, como el aceite de soya.

Además de Malasia e Indonesia, los dos líderes en producción de aceite de palma, hay otros países que tienen gran potencial para producir aceite de palma y llegar a alcanzar la producción de estos dos países. Colombia ha alcanzado una producción significativa; con mayores esfuerzos en I&D, la industria de palma en Colombia podrá alcanzar niveles de producción más altos y lograr una industria próspera. Otros países que tienen un potencial excelente para incrementar su producción son: Papua Nueva Guinea, Perú, Costa Rica y Filipinas. Mientras que estos países tienen las condiciones climatológicas y agrícolas necesarias para cultivar la palma de aceite, lo que probablemente les hace falta es la experiencia

para manejar la industria desde la etapa de plantación hasta el mercadeo de los productos procesados.

Antes de que Malasia decidiera invertir en gran escala en el cultivo de palma de aceite, el aceite de palma no estaba dentro de los más importantes participantes del comercio internacional de aceites y grasas. El mercado para el aceite de palma era, en ese entonces muy limitado. Los compradores venían principalmente de Europa, y hasta cierto punto de Estados Unidos. Todavía, el uso definitivo del aceite de palma no se había diversificado, en Africa occidental, la mayor parte del aceite de palma terminaba siendo utilizado en su forma cruda como aceite de cocina. Lo que se exportaba terminaba siendo utilizado para aplicaciones no alimenticias o como materia prima para la producción de jabón o directamente como aceite lubricante. Muy poco se utilizaba como un producto alimenticio y en ese entonces su alcance era bastante limitado.

Sin embargo Malasia pudo cambiar todo eso, El Instituto de Investigaciones de Aceite de Palma de Malasia (PORIM) el brazo de I&D del gobierno, que ha recibido financiación total por parte de la industria, puso un gran esfuerzo por ampliar las áreas de aplicación del aceite de palma. Ahora se puede hablar de muchos productos en el mercado que utilizan el aceite de palma como ingrediente. En los Estados Unidos y en Europa, grandes cantidades de aceite de palma se utilizan en la producción de margarinas y grasas para hornear.

Además, Malasia ha puesto una gran cantidad de esfuerzos para comercializar el aceite de palma en todo el mundo. Ya que Malasia con una población de aproximadamente 19 millones, tiene un mercado doméstico relativamente pequeño, y no tiene más opción que la de buscar mercados internacionales para absorber la gran cantidad de aceite de palma que se produce. También ha tenido éxito en penetrar los nuevos mercados.

El mercado principal, sin embargo, está concentrado en Asia, en donde el consumo es del 62.8% del total del aceite de palma exportado, en esta región el mercado más importante es China, que participa con un total de importaciones de aceite de palma a nivel mundial del 13%, con la confianza de que este país podrá importar más aceite de palma en vista de su gran población. El país está pasando por una liberalización económica que puede estimular aún más su crecimiento económico, y que a su vez puede resultar en un mejor ingreso para su gente.

Otro gran mercado de aceite de palma es el Sub continente de la India, igualmente como en la China, la fuerza de mercado radica en su gran población. El tamaño de la población de estas dos regiones combinadas es de un asombroso 2,4 billones de personas. Otros mercados son Africa, Europa, la antigua USSR, Estados Unidos y Oceanía. De estos, la Unión Europea, y Africa son los mercados más importantes.

Verdaderamente las ventajas tecno-económicas del aceite de palma han sido su mejor punto de venta, como se hace evidente al tomar en cuenta la aceptación

mundial, ya que más de 100 países importan aceite de palma. Además, todos los productos que requieren aceites o grasas como parte de sus ingredientes pueden contar con el aceite de palma como una fuente efectiva.

Malasia siempre está buscando estrategias para explorar y capitalizar sobre cualquier oportunidad disponible para darle más valor al aceite de palma que se produce. Firmemente se cree que el potencial para el aceite de palma en realidad es enorme. Vale la pena anotar que la industria de la palma de aceite sirve a las necesidades de tres mercados divergentes, es decir, al sector alimenticio como producto comestible, al sector industrial con productos oleoquímicos y, potencialmente a los productos de la madera que incluyen la pulpa y el papel. No debe olvidarse que las plantaciones de palma de aceite pueden cumplir con las necesidades de estas tres industrias que añaden valor y que además continúan protegiendo los bosques y, de esta manera conservan el medio ambiente y también los ecosistemas. En resumen, la palma de aceite es muy versátil, cuida el medio ambiente y es un recurso renovable.

Definitivamente es imposible para uno o dos países suplir los requisitos de todo el mundo. Por muchos años hasta ahora, Malasia ha estado ampliando su producción de aceite de palma a unos pasos verdaderamente agotadores, pero ahora se ha llegado a una etapa en la cual estamos enfrentando serias limitaciones por la poca mano de obra y por los altos costos de la tierra. Esta es básicamente la razón por la cual Malasia se está embarcando en una política de inversión a la inversa, buscando países para invertir en cultivos de palma,

especialmente países que son apropiados a nivel agrícola y de clima, y que todavía tienen grandes terrenos sin utilizar y una cantidad de mano de obra.

Mientras que el aceite de palma de los países del ASEAN solo puede ser competitivo en los mercados cercanos al Asia y hasta cierto punto cercanos a Africa, es bastante difícil para el aceite de palma de la región ser competitivo en esta parte del mundo debido a las grandes distancias y a los altos costos de transporte, entonces, ¿cómo puede el aceite de palma hacerse presente en Latinoamérica?.

Con certeza se cree que Latinoamérica, proporciona un potencial importante para el aceite de palma, se sabe que muchos países Latinoamericanos han sido bendecidos con condiciones favorables para el cultivo de la palma de aceite. De hecho, últimamente muchos de estos países han comenzado a hacer planes y programas para incrementar su inversión en palmas de aceite. Desafortunadamente, muchos de ellos deben enfrentarse a dificultades, especialmente debido a la falta de experiencia y de práctica que ahora se tiene; y ya que se reconoce el tremendo potencial de esta región en el negocio de la palma de aceite, se está en la disposición de explorar oportunidades para poder trabajar juntos en sociedad, y para ayudar a expandir el negocio en Latinoamérica. Este tipo de colaboración conjunta, creo, ayudará a los países Latinoamericanos para que se desarrollen y para que mejoren su estado económico, acorde con el espíritu de colaboración de Sur-Sur.

En el futuro se puede anticipar un mejor acceso al mercado para el aceite de palma y sus productos, a medida que más países comiencen a reducir los aranceles de importación para el mismo. Sin embargo no se puede negar que otras formas de barreras no arancelarias pueden todavía existir, lo que hace al aceite de palma menos competitivo en ciertos mercados, en particular en los países desarrollados.

En verdad, ya hay indicaciones de tales tácticas en los países desarrollados. Estas incluyen las últimas reglamentaciones en barcos dedicados solo a productos de aceite de palma, el uso de fluidos para la calefacción térmica y otras imposiciones al aceite de palma. Por su puesto, esto se llevará a las autoridades del caso y a los gobiernos, para asegurar que estas barreras no arancelarias no se conviertan en impedimentos para el futuro desarrollo del comercio del aceite de palma.

El aceite de palma ha enfrentado y continuará enfrentando todo tipo de presiones de competencia en el futuro. Por lo tanto, es importante para los productores colaborarnos de manera más estrecha para contrarrestar una amenaza común, particularmente aquella que no se suscribe al juego limpio. Al tener en cuenta lo que está en juego y la gran cantidad de agricultores que dependen de este producto, hay que trabajar juntos para unir esfuerzos para asegurarnos que se va a ganar cualquier batalla que estemos luchando por el aceites de palma.

No hay duda que este “Cultivo dorado” va hacia un futuro promisorio y va a conseguir ubicarse en un plano importante de competitividad internacional y de aceptación.

BIBLIOGRAFIA

- CENTRO DE ESTUDIOS GANADEROS Y AGRÍCOLAS CEGA. Análisis de factibilidad y diseño institucional para el desarrollo de cinco núcleos de cultivo de palma de aceite en Tumaco Nariño-, septiembre de 1999.
- CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES MARÍA GORETTI-CESMAG. Nariño realidades y esperanzas, 1996.
- CONTEXTO SOCIOECONÓMICO DE NARIÑO. Universidad de Nariño Modulo 3 -Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano CINDE, pasto abril 1996.
- DEPARTAMENTO DE PLANEACIÓN. Comercio, Medio Ambiente y Desarrollo. TM Editores-, Bogotá 1998.
- DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN. Plan de Desarrollo: Cambio para construir la PAZ 1998-2002. Presidencia de la República. , Diciembre de 1998. Tercer Mundo Editores. Bogotá-Colombia.

- ECHEVERRIA S. Juan José. Coyuntura económica, volumen XXX numero 3, diciembre de 2000.
- GOBERNACIÓN DE NARIÑO. Plan Estratégico de Desarrollo de Nariño 1995-1998: Concertación para el cambio, mayo de 1995.
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR. Base de datos de Nariño 1998-2000.
- MONTENEGRO CORAL Ricardo. Estudio Integral sobre pasos de frontera intra-andinos-caso Ipiales. Informe Final, octubre 2 de 2000.
- PBEST ASESORES CEPLAN. Diagnóstico de Competitividad para el departamento de Nariño. Informe de Avance, febrero de 1998.
- XII CONFERENCIA INTERNACIONAL SOBRE ACEITE DE PALMA. Memorias, volumen 19 1998.
- PLAN DE DESARROLLO: NARIÑO VIVE 2001-2003. Gobernación de Nariño- Departamento Administrativo de Planeación y desarrollo. Pasto, 2001.
- HUELLA REGIONAL DE NARIÑO E IDENTIFICACIÓN DE CLUSTERS. Cámara de Comercio de Pasto, diciembre de 2000.

- UNIVERSIDAD DE NARIÑO – Cuadros Producto interno bruto de Nariño 1998-2000.
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR. Pagina Internet
www.mincomex.gov.co