

INFORME DE PASANTIA EN LA SECRETARIA DE RENTAS DE LA  
GOBERNACIÓN DE NARIÑO PARA COLABORAR EN UN ESTUDIO DE  
MERCADO SOBRE LA RENTA, LA DEMANDA Y COMERCIALIZACION DE  
LICORES EN NARIÑO

NATALIA PAZ BURBANO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE ECONOMIA  
SAN JUAN DE PASTO  
2005.

INFORME DE PASANTIA EN LA SECRETARIA DE RENTAS DE LA  
GOBERNACIÓN DE NARIÑO PARA COLABORAR EN UN ESTUDIO DE  
MERCADO SOBRE LA RENTA, LA DEMANDA Y COMERCIALIZACION DE  
LICORES EN NARIÑO

NATALIA PAZ BURBANO

TRABAJO DE GRADO

ASESOR UNIVERSIDAD DE NARIÑO

ARMANDO PAZ YAQUENO

Profesor Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

ASESOR GOBERNACIÓN DE NARIÑO

DARIO MAURICIO GUERRERO BRAVO

Subsecretario de rentas del Departamento.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGAMA DE ECONOMIA

SAN JUAN DE PASTO

2005.

NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma asesor Programa

---

Firma asesor Gobernación

San Juan de Pasto, Noviembre 2005.

## AGRADECIMIENTOS

Mi agradecimiento es de manera especial a la Gobernación de Nariño y la Secretaria de Hacienda Departamental, por brindarme la oportunidad de realizar este trabajo de investigación.

Al Doctor Darío Mauricio Guerrero Bravo, Subsecretario de Rentas del Departamento, por todo su apoyo y la asesoría brindada en el desarrollo del proyecto de investigación y el trabajo de campo realizado.

A los funcionarios de esta dependencia, por la colaboración y el material teórico prestado.

Al Doctor Armando Paz Yaqueno, docente del programa de Economía de la Universidad de Nariño, por la asesoría y dirección brindada para el correcto desarrollo del proyecto de investigación.

A la Universidad de Nariño.

A todos las personas o instituciones que ayudaron a la realización del presente trabajo.

## CONTENIDO

	Pág
INTRODUCCIÓN	12
PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	13
OBJETIVOS DEL ESTUDIO	14
1. MARCO DE REFERENCIA	15
1.1 REFERENTES INSTITUCIONALES	15
1.2 REFENTES TEÓRICOS	17
1.3 ANTECEDENTES DEPARTAMENTALES	26
2. LA REESTRUCTURACIÓN Y EL COMPORTAMIENTO DE LA RENTA SOBRE LOS LICORES HASTA EL AÑO 2004.	31
2.1 LA REESTRUCTURACIÓN DE LAS RENTAS DEPARTAMENTALES	31
2.2 ANALISIS DE LA RENTA	38
3. EL CONSUMO REAL DE LICORES	47

3.1 CONSUMO DE LICORES LEGALES EN EL DEPARTAMENTO	47
3.2 ANALISIS DE CAMPO DEL CONSUMO DE CONTRABANDO	93
4. CONCLUSIONES	96
5. RECOMENDACIONES	97
BIBLIOGRAFIA	98

## LISTA DE CUADROS

	Pág.
CUADRO 1. Tipo, número de unidades ingresadas e impuesto año 2000	39
CUADRO 2. Tipo, número de unidades ingresadas e impuesto año 2001	41
CUADRO 3. Tipo, número de unidades ingresadas e impuesto año 2002	42
CUADRO 4. Tipo, número de unidades ingresadas e impuesto año 2003	44
CUADRO 5. Tipo, número de unidades ingresadas e impuesto año 2004	45
CUADRO 6. Promedio de venta mensual, sector 1 Pasto.	49
CUADRO 7. Promedio de venta mensual, sector 2 Pasto.	50
CUADRO 8. Promedio de venta mensual, sector 3, subsector A Pasto.	51
CUADRO 9. Promedio de venta mensual, sector 3, subsector B Pasto	53
CUADRO 10. Promedio de venta mensual, sector 3, subsector C Pasto	54
CUADRO 11. Promedio de venta mensual, sector 4 Pasto.	56
CUADRO 12. Promedio de venta mensual, sector 5 Pasto.	57
CUADRO 13. Promedio de venta mensual, sector 6 Pasto.	58

CUADRO 14. Promedio de venta mensual Ipiales.	63
CUADRO 15. Promedio de venta mensual Pupiales.	64
CUADRO 16. Promedio de venta mensual Aldana.	65
CUADRO 17. Promedio de venta mensual Contadero	66
CUADRO 18. Promedio de venta mensual Tangua.	67
CUADRO 19. Promedio de venta mensual Yaquanquer.	68
CUADRO 20. Promedio de venta mensual Cumbal.	69
CUADRO 21. Promedio de venta mensual Funes.	70
CUADRO 22. Promedio de venta mensual Guachucal.	71
CUADRO 23. Promedio de venta mensual Gualmatan.	72
CUADRO 24. Promedio de venta mensual Alban.	74
CUADRO 25. Promedio de venta mensual Buesaco.	75
CUADRO 26. Promedio de venta mensual Chachagüí.	76
CUADRO 27. Promedio de venta mensual El Tambo.	77
CUADRO 28. Promedio de venta mensual La Cruz.	78
CUADRO 29. Promedio de venta mensual La Florida.	79

CUADRO 30. Promedio de venta mensual La Unión.	80
CUADRO 31. Promedio de venta mensual Nariño.	81
CUADRO 32. Promedio de venta mensual San Bernardo.	82
CUADRO 33. Promedio de venta mensual Sandoná.	83
CUADRO 34. Promedio de venta mensual San Pablo.	84
CUADRO 35. Promedio de venta mensual Ancuya.	85
CUADRO 36. Promedio de venta mensual Consacá.	86
CUADRO 37. Promedio de venta mensual Samaniego.	88
CUADRO 38. Promedio de venta mensual Tumaco.	90
CUADRO 39. Promedio de venta mensual Túquerres.	91
CUADRO 40. Consumo Pasto, Aguardiente Nariño.	92
CUADRO 41. Consumo Municipios, Aguardiente Nariño.	92
CUADRO 42. Consumo Contrabando.	95

## LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
GRAFICA 1. Impuesto Generado Aguardiente Nariño 2000 – 2004.	45
GRAFICA 2. Ingresos Propios Departamentales 2000 – 2004.	46
GRAFICA 3. División Político Administrativa.	60

## ABSTRACT

It programs: Economy

Author: Natalia Paz Burbano

Advisory: Armando Paz Yaqueno - University of Nariño

Darío Mauricio Brave Warrior - Government of Nariño

Title: Informs of Internship in the Sub Secretary of Rents in the Government of Nariño for the collaboration in a study of Market on the rent, the Demand and Commercialization of liquors in Nariño.

Description: The final report of the internship intends to identify, to analyze and to participate in the study of liquors in the Department of Nariño. The report contains information on the taxable base of the percentual tax of participation of liquors, synthesis of the political and administrative institution of the Government of Nariño, description on the support area, control and support to the administration and its different dependences. It also presents a theoretical content on the part legislativa, antecedents on the entrance and collect of the rent, in the Department of Nariño like monopoly figure on the distilled liquors. In this investigation it was identified that the liquor of more consumption in the Department is the aguardiente Nariño, an appropriate control exists on the adulteration and the smuggling.

Content: Relating institutional: It presents information on the support areas and administration in the Department.

Relating theoretical: It gathers information on the National legal normatividad.

Departmental antecedents: Legal dispositions in the Department.

Restructuring in the Departmental rents: It analyzes the behavior of the departmental revenues.

Methodology: investigation Type: Qualitative and quantitative, with a descriptive analytic method, the description instrument is the survey, with an analysis of information that has a quantitative part and the respective analysis.

## INTRODUCCIÓN

El presente informe recopila el trabajo realizado durante 9 meses de investigación con relación a las rentas propias del Departamento de Nariño, en especial con los ingresos generados por el Impuesto de licores.

En primer lugar se analiza la normatividad legal que rige la figura de monopolio que tiene el Departamento de Nariño.

Se toman en cuenta las leyes de régimen Nacional y los decretos y ordenanzas Departamentales que brindan al Departamento la Facultad de establecerse como arbitrio rentístico de este tipo de impuesto.

De igual manera se analizan los registros de la renta por concepto del impuesto al consumo y al pago de la participación a la Gobernación.

También se realiza un análisis con respecto a los resultados de las encuestas realizadas en los 27 Municipios sobre la comercialización y el mercado de licores en estos, además de la propensión al consumo de sus habitantes, para establecer un promedio del mercado del Aguardiente Nariño.

## PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

El proyecto se enfoca fundamentalmente en la colaboración para el estudio de mercado de Licores, vinos, aperitivos y similares que realiza la Subsecretaría de Rentas del Departamento, para dar respuesta a los interrogantes establecidos en la propuesta presentada por parte de ésta Subsecretaría a la Gobernación de Nariño en fecha de mayo 17 de 2004.

Es un estudio teórico y práctico referente al comercio y distribución de los licores, vinos, aperitivos y similares, para determinar el nivel de participación que tiene la Gobernación de Nariño. Con lo referente al monopolio se analizará los efectos que se presentan sobre la regulación del mercado de licores, con respecto a la maquila que la Gobernación de Nariño tiene con la Industria Licorera de Caldas del aguardiente Nariño, también se examinarán los resultados que se generan por la práctica de este ejercicio; Por otra parte se realizará un análisis subjetivo del contrabando de licores y un estudio sobre los efectos de la incursión de otros productos de gran acogida por los consumidores, por lo tanto, brindar el análisis de algunos mecanismos que permitan un mejor control de la renta que se percibe en el Departamento por el pago de impuestos tanto de Consumo como de Participación y comprobar algunas hipótesis manejadas por los funcionarios Departamentales, referentes a la pérdida de mercado del Licor Departamental.

## OBJETIVOS DEL ESTUDIO

### OBJETIVO GENERAL

Participar en el desarrollo del estudio de Mercado de los licores en el Departamento de Nariño.

### OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Examinar los mecanismos legales de monopolio sobre los licores en el Departamento por parte de la Gobernación de Nariño, como un mecanismo eficaz de regulación en el mercado de los licores.
- Analizar los aspectos positivos y negativos concernientes a la incursión y el ejercicio de la maquila de aguardiente Nariño con la industria licorera de Caldas.
- Estudiar el nivel de consumo del licor Departamental con respecto a otros licores en los diferentes Municipios del Departamento.
- Analizar si el contrabando, la adulteración y la demanda de licores de bajo grado alcoholimétrico, ha tenido repercusiones sobre el ritmo de ventas de los licores legales dentro del Departamento.

## 1. MARCO DE REFERENCIA

### 1.1. REFERENTES INSTITUCIONALES

El Departamento de Nariño, como entidad territorial, fue creado mediante la Ley primera de Agosto 6 de 1904, ubicado Geográficamente al sur Occidente Colombiano. Sus fronteras naturales y comerciales son la República del Ecuador, el Departamento del Cauca, el Departamento del Putumayo y el Océano Pacífico.

Cuenta con una densidad poblacional de 1.725.425<sup>1</sup> habitantes y se encuentra Políticamente dividido en 64 Municipios. La Capital del Departamento es la Ciudad de Pasto, que cuenta con una densidad poblacional de 422.350<sup>2</sup> habitantes.

La Gobernación de Nariño en la administración actual, encabezada por el Doctor Eduardo Zúñiga, espera crear mecanismos y políticas de gobierno que generen credibilidad y confianza en un proceso de Desarrollo participativo, con presencia Estatal en todos los Municipios que lo conforman, eficacia, gobernabilidad y eficiencia, buscando alianzas estratégicas para lograr un Desarrollo de los valores. Competitividad, fortalecimiento del capital social, una estructura económica con equidad en la distribución, para lograr un Desarrollo integral del Departamento de Nariño<sup>3</sup>.

---

1 DANE. Proyección para el año 2004:DANE.

2 Ibíd.

3 GOBERNACIÓN DE NARIÑO. Secretaría de planeación Departamental. LA FUERZA DEL CAMBIO CONTINUA, Plan de Desarrollo 2004 – 2007. San Juan de Pasto: Planeación Departamental. 2004., p.13-14.

Como Institución Política y Administrativa, la Gobernación de Nariño tiene diferentes dependencias, las cuales se encargan de analizar el manejo que el gobierno realiza en los diferentes sectores que componen el Estado, éstas áreas son: Áreas de Dirección, Áreas ejecutoras del plan de Desarrollo y las áreas de apoyo, control y soporte a la gestión; de ésta ultima se desagrega la Secretaría de Hacienda, en cuya dependencia se desarrolla éste proyecto.

La Secretaría de Hacienda Departamental, es un despacho de nivel directivo, encargado de orientar y coordinar el manejo de las políticas económicas y de orden financiero, sus funciones son orientadas al manejo y dirección de las rentas Departamentales, dirigir la evaluación y fiscalización de las rentas propias del Departamento, coordinar Estudios tendientes al desarrollo tributario, el comportamiento de los sectores Económicos, la clasificación de las Rentas, la evaluación y clasificación del gasto público con base en los ingresos, su fuente de financiación, también investigar los signos y alcances de la evasión de impuestos en la jurisdicción Departamental, la preparación de propuestas para realizar un mejor manejo de los recursos propios y los provenientes del Gobierno Central, todo lo relacionado con los gastos de inversión y la dirección de la actividad financiera y administrativa tanto Departamental como Institucional<sup>4</sup>.

En ésta Dependencia también se encuentra la Subsecretaría de Rentas, la cual se encarga de las funciones de subdirección y colaboración en la formulación de políticas institucionales y la adopción de planes y proyectos en el campo económico, buscar un correcto direccionamiento de las rentas del Departamento, la liquidación de impuestos, contribuciones, deudas y servicios provenientes de los recursos establecidos, manejar la información que refleje el estado de las obligaciones de los contribuyentes frente a la administración Departamental, dirigir los programas de control de los impuestos administrados por la Secretaría de Hacienda, hacer cumplir las leyes, decretos y ordenanzas relacionados con las

<sup>4</sup> GOBERNACIÓN DE NARIÑO. FUNCIONES Y DIVISIÓN INSTITUCIONAL, Oficina de Personal: Gobernación. Periodo 2004 – 2007., p.79-82.

rentas Departamentales, reportar la relación de deudores de impuestos, adelantar investigaciones con todo lo relacionado al comportamiento de los sectores económicos y de fiscalización tributaria, también se encarga de dirigir la información presentada a la administración de impuestos Nacionales, entre otras funciones<sup>5</sup>.

## 1.2 REFERENTES TEÓRICOS

Se ha realizado un análisis de las leyes que rigen las normas y racionalizaciones tributarias con respecto a los gravámenes e impuestos de licores, vinos, aperitivos y similares.

El Gobierno Central y en su representación el Congreso de la República decreta y formula en la ley 223 de Diciembre 20 de 1995, las normas sobre racionalización tributaria y otras disposiciones sobre la base gravable para los licores, vinos, aperitivos y similares de origen nacional y extranjero<sup>6</sup>.

Con lo anterior se busca un incremento en el impuesto al consumo<sup>7</sup> de licores, el cual es de propiedad de los Departamentos y su proporción al consumo de los productos gravados en sus jurisdicciones. La base gravable de éste impuesto está constituida por el precio de venta al detal<sup>8</sup>; y sobre el impuesto al consumo, en los

---

5 Ibid, p.83-84.

6 CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Artículo 17, ley 223, capítulo 1 sobre impuesto a las ventas, el cual reforma el artículo 473 del estatuto tributario. Santa fe de Bogotá, Diciembre 20 de 1995.

7 ... (Cabe señalar que el impuesto al consumo es Nacional, pero su producto se encuentra cedido a los Departamentos según Ley 14 de 1983, art. 64 y recae sobre licores, vinos, aperitivos y similares.)

8 ...(El precio al detal se define como el precio facturado a los expendedores en la capital de cada Departamento.)

productos importados el precio de venta se determina como el valor en aduana de la mercancía incluyendo los impuestos arancelarios agregándole un precio de comercialización del 30%.

Para los productos de graduación alcoholimétrica de mas de 20° y hasta 35°, la base gravable está constituida por el precio de venta al detal según promedios determinados por tipos de productos tanto para productos nacionales como extranjeros,. El impuesto pagado por los licores importados debe ser superior al promedio del impuesto que se causa por el consumo de los licores Nacionales.

Las tarifas del impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares son fijadas con respecto al grado de alcohol que contenga el producto, de la siguiente manera:

De 2.5° hasta 15° el 20%

De más de 15° hasta 20° el 25%.

De más de 20° hasta 35° el 35%

De más de 35° el 40%<sup>9</sup>.

EL periodo gravable de declaración y pago de impuestos será quincenal; éste impuesto será cancelado por los productores ante la Secretaría de Hacienda de cada Departamento dentro de los siguientes cinco días calendario al vencimiento de cada periodo gravable y la presentación de la declaración, a pesar de lo

---

<sup>9</sup> CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Artículo 205, ley 223. Capitulo VIII, Impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares. Base Gravable. Santa fe de Bogotá, Diciembre 20 de 1995.

anterior, los Departamentos podrán delegar a los distribuidores el deber de declarar y pagar el impuesto.

El impuesto al consumo sobre los licores Nacionales superiores a 35° alcoholimétricos debe ser mayor al promedio del impuesto al consumo, correspondiente al licor oficial Departamental<sup>10</sup>.

Los importadores declararán y pagarán el impuesto al consumo en el momento de la importación además de los impuestos que se declaren al momento y en el ejercicio de importación, aparte de lo anterior los importadores y distribuidores de productos extranjeros tendrán la obligación de declarar por los productos ante el Departamento en el momento de la introducción y dentro del mismo periodo gravable, indicando la base gravable según el tipo de producto y su graduación.

Como complemento a lo anterior, según la disposición del Gobierno Nacional en virtud de restablecer el nivel fiscal de los Departamentos, el Congreso de la República determinó mediante la ley 788 de Diciembre 27 de 2003<sup>11</sup> “Por la cual se expiden normas en materia tributaria y penal del orden Nacional y territorial y

---

10 DIARIO OFICIAL. NUMERO 42.160, ley 223, artículo 257. diciembre 22 de 1995.

11 ... (CORTE CONSTITUCIONAL. Sentencia c-1114 DEL 25 DE Noviembre de 2003. “(...) 4) La Corte resalta que el concepto de renta Nacional comprende todos los ingresos del Estado que se incorporan al presupuesto para atender el gasto público y que se rige por el principio de unidad de caja presupuestal. Como lo indicó esta corporación en la sentencia c- 308-94. Las rentas nacionales corresponden a los ingresos con los cuales el Estado atiende los gastos que ocasiona la ejecución de los programas y proyectos adoptados en el plan de inversiones de entidades públicas de orden Nacional. De la constitución resultan también, que la noción de renta Nacional es un concepto fiscal de carácter general que engloba todos los ingresos del estado que se incorporan al presupuesto para atender el gasto público. Tales rentas Nacionales se integran con los recursos de orden tributario y no tributario y con los recursos de capital”.

“Por otra parte las rentas obtenidas con ocasión del recaudo del impuesto a los licores, vinos, aperitivos y similares, no entran a formar parte del presupuesto general de la Nación sino de los presupuestos de los distintos Departamentos, es decir, se trata de rentas que han sido cedidas a tales entidades territoriales y que se destinan a atender sus gastos y no los gastos del Estado”.

se dictan otras disposiciones”<sup>12</sup>.

Decreta en el Capítulo V, sobre los impuestos territoriales, al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares se decretan las tarifas del impuesto al consumo, según la norma ley No.788 del 27 de diciembre de 2002, que por cada unidad de 750 cc o su equivalente, éstas tarifas serán las siguientes:

1. Para productos entre 2.5 y hasta 15 grados de contenido alcoholimétrico, ciento diez pesos (\$110.00) por cada grado alcoholimétrico.
2. Para productos de más de 15 y hasta 35 grados de contenido alcoholimétrico, ciento ochenta pesos (\$180.00) por cada grado alcoholimétrico.
3. Para productos de más de 35 grados de contenido alcoholimétrico, doscientos setenta pesos (\$270.00) por cada grado alcoholimétrico.

Las tarifas señaladas anteriormente corresponden al año 2002 y se incrementarán cada año según la meta de inflación esperada.

Con los siguientes parágrafos:

1. Los vinos de hasta 10° de contenido alcoholimétrico, estarán sometidos por cada unidad de 750 cc o su equivalente a la tarifa de sesenta pesos (60.00) por cada grado alcoholimétrico.
2. Dentro de las anteriores tarifas se encuentra incorporado el IVA cedido, el cual corresponde al 35% del valor liquidado por concepto de impuesto al

---

12 MINISTERIO DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO. Compilación de Normas Tributarias Departamentales, Tributos Departamentales. Dirección de apoyo fiscal. Tomo I. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia, 2003., p.74.

consumo.<sup>13</sup> De este 35% del impuesto, cuando el grado alcoholimétrico es menor a 20°, el 70% va destinado a Salud y el 30% restante a Deporte, cuando el grado alcoholimétrico es mayor a 20° el 100% de este IVA va destinado a Salud<sup>14</sup>.

La dirección de apoyo fiscal del Ministerio de Hacienda y crédito público, determina que dentro del artículo 50 del parágrafo 7 de la ley 788 de 2002, que se refiere al impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares, la cual establece que: “las tarifas de éste impuesto y señaladas anteriormente, se incrementarán a partir del 1° de Enero de cada año, según la meta de inflación esperada y el resultado se aproximará al peso más cercano”. Para tal efecto, según la certificación N° 003 del 30 de diciembre de 2003 y la doctrina de la dirección general de apoyo fiscal, determina un procedimiento para determinar el impuesto<sup>15</sup>.

Como lo establece el artículo, las tarifas se fijan por cada unidad de 750cc, y que dicha conversión se hará proporcionalmente al contenido, es decir que el volumen expresado en cc. es el parámetro dominante en la equivalencia. La forma de establecer ésta equivalencia es a través de una regla de tres simple.

---

13 ... (Parágrafo 7 del Capítulo V, artículo 50 de la norma ley 788: “Las tarifas aquí señaladas se incrementarán a partir del primero de Enero de cada año en la meta de inflación esperada y el resultado se aproximará al peso más cercano. La dirección de apoyo fiscal del Ministerio de Hacienda y crédito Público certificará y publicará antes del 1° de Enero de cada año las tarifas así indexadas”).

14 Corte Constitucional. Sentencia C-1114 de 2003 “(...) 5) Por otra parte ya que el impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares constituye una renta de carácter similar cedida a los Departamentos, quien está legitimado para configurar todos sus elementos en el régimen de exenciones no son las entidades territoriales sino el congreso. Así se infiere en los artículos 150.12 y 338 de la carta. Ahora, el hecho que esta renta sea cedida por mandato de ley a los departamentos no altera que el IVA recaudado sea destinado a salud y a financiar el deporte; es decir, esa cesión no la convierte en una renta de carácter territorial.”

15 DOCTRINA DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE APOYO FISCAL. Asesoría N°023174-03, del 26 de Junio de 2003.

En consecuencia a lo anterior, para un mejor control por parte de los Departamentos, se les ofrece la opción de hacer ejercicio de monopolio Departamental, está delegado por el decreto ley 1222 del 18 de Abril de 1986, “Por el cual se expide el régimen Departamental, autorización y aplicación opcional del Monopolio”.

De conformidad con la ley 14 de 1983, la producción, introducción y venta de los licores destilados constituyen monopolios de los Departamentos como arbitrio rentístico<sup>16</sup> en los términos del artículo 31 de la Constitución Política de Colombia<sup>17</sup>.

El monopolio de producción, introducción y venta de licores no ha tenido variaciones desde su señalamiento en el año de 1905, el cual corresponde al conjunto de actividades productivas cuyo objeto inmediato no es únicamente la producción, sino también la distribución y comercialización del producto, también este ejercicio de monopolio desempeña la labor de introducción y venta en el Departamento de otros licores destilados de producción Nacional y licores importados<sup>18</sup>.

El monopolio de licores destilados está actualmente constituido a favor de los Departamentos y las rentas de éste monopolio se pueden obtener por su titular de dos maneras:

Por la explotación directa de los mismos que es el caso de las licoreras oficiales o por otorgar la licencia de la explotación del monopolio a cambio del pago de una

---

16 CONSTITUCIÓN POLÍTICA, ARTICULO 336: “Ningún monopolio podrá establecerse sino como arbitrio rentístico, con una finalidad de interés publico o social y en virtud de la ley”

17 CORTE CONSTITUCIONAL. ley 14, articulo 61. 1983.

18 “ Aclarando que las ventas posteriores por segundos y terceros intermediarios hasta llegar al consumidor final no hace parte del monopolio”

compensación, que es el caso de las licoreras particulares, así dichas rentas están constituidas por las utilidades de las licoreras oficiales o por las regalías de la concesión del monopolio.

Las entidades territoriales están acreditadas para contratar con terceras personas la ejecución de cualquiera de las diferentes fases de monopolio a través de la ley 14 de 1983 y utilizar cualquier modo de contrato dentro de las disposiciones legales y en consecuencia, por tratarse de una actividad monopólica del estado, para seleccionar el contratista respectivo se debe utilizar siempre el sistema de licitación pública; estos productos hacen parte del monopolio del Departamento y el IVA generado con destino a los gastos del servicio de salud, debe ser consignado directamente a los fondos seccionales de salud por parte de los contratistas<sup>19</sup>.

Las diferentes personas o empresas que realicen distribución o comercialización de licores destilados de producción nacional y lo realicen directamente con la entidad territorial o indirectamente con la cooperación de contratistas, tienen el deber de consignar el IVA recaudado a los fondos designados territoriales<sup>20</sup>.

La introducción y venta de licores destilados de producción Nacional, hacen parte del monopolio establecido en las entidades territoriales, esto se refiere a la introducción y venta en la jurisdicción de un ente territorial, o se trate de productos elaborados y distribuidos en la jurisdicción de otro Departamento el IVA sobre la venta realizada debe trasladarse a los fondos seccionales en el Departamento productor y no en el Departamento consumidor.

---

19 Disposición del artículo 60 de la ley 488 de 1998, y lo indicó la superintendencia de salud en la circular externa N° 083 de 1999, declarada ajustada a la ley por el concejo de estado, sección I, en providencia de Marzo 2 de 2000.

20 Ibid.

Según ésta ley los Departamentos podrán, dentro del ejercicio del Monopolio de licores destilados, en lugar del impuesto al consumo, aplicar a los licores una participación. Esta participación se establecerá por grado alcoholimétrico y en ningún caso tendrá una tarifa inferior al impuesto. Pero ambos impuestos no los pueden establecer conjuntamente, o se aplica el impuesto al consumo o la participación.

Para aquellos Departamentos donde se establece el monopolio de licores destilados que son aquellos que tienen una graduación superior a los 20° alcoholimétricos, también se encuentra establecido el impuesto al consumo, para todos los demás productos no sujetos al monopolio o las bebidas alcohólicas hasta los 20° alcoholimétricos.<sup>21</sup>

De conformidad con la ley, el ejercicio del monopolio es excluyente del régimen impositivo, las leyes y decretos que regulan el monopolio de licores, tienen definida la base gravable para liquidar la base de participación porcentual, cual es el precio de lista para distribución mayorista fijado por los productores, introductores e importadores autorizados.<sup>22</sup> Por tal razón las autoridades Departamentales no pueden establecer bases de liquidación diferentes. Los vinos, aperitivos y similares que no estén sujetos a monopolio se les aplica el régimen impositivo, es decir el pago del impuesto al consumo.

Para efectos de la declaración el decreto 1150 del 8 de Mayo de 2003, el artículo 3 presenta los formularios para la declaración del impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares o en efectos de participación si se ejerce monopolio en el Departamento, serán prescritos por la Federación Nacional de

---

21 DOCTRINA DE LA DIRECCIÓN DE APOYO FISCAL. Es facultativo ejercer el monopolio o aplicar el régimen impositivo. Asesoría N° 2326-02, junio 17 de 2002.

22 ...(A partir de la ley 788 de 2002, la base gravable la constituye el número de grados alcoholimétricos y la participación ya no es porcentual sino en valores absolutos).

Departamentos<sup>23</sup> y deberá contener aparte de los requisitos que se establecen, la discriminación del valor del IVA incorporado en el impuesto, de la siguiente manera:

El 100% del IVA correspondiente a los productos objeto de Monopolio y el IVA correspondiente a los productos Nacionales no sujetos al Monopolio y productos extranjeros.

El órgano competente para regular el monopolio y la participación porcentual que se cobre por la introducción, distribución y venta de licores destilados en el Departamento a nivel Departamental es la asamblea Departamental.

Por lo tanto, el impuesto al consumo no es igual a la participación porcentual, mientras el impuesto al consumo tiene su origen en el poder de imposición del estado y no conlleva contraprestación alguna, la participación porcentual corresponde a la contraprestación que exige el Departamento por permitir a terceros la actividad de comercialización que es exclusiva del Departamento monopolizado, por tanto, toda persona que pretenda producir en el Departamento licores destilados o introducirlos para la venta en ésta jurisdicción está obligado a pagar la participación porcentual que se tenga establecida en la respectiva entidad territorial.

La tarifa de la participación será fijada por la asamblea Departamental, será única para todos los productos y aplicará en su jurisdicción tanto los productos nacionales como extranjeros, incluidos los que produzca el Departamento.<sup>24</sup>

---

23 CONGRESO NACIONAL DE GOBERNADORES, XX ASAMBLEA NACIONAL DE GOBERNADORES, Denominación: Federación Nacional de Departamentos. Santa fe de Bogotá. Enero de 1998.

24 Ley 812 de junio 26 de 2003. Artículo 117 “para los Departamentos que ejerzan el monopolio de licores, la participación porcentual respecto de los productos objeto del monopolio se establecerá por las asambleas Departamentales de acuerdo con los rangos establecidos en el artículo 50 de la ley 788 de 2002.”

Para los aperitivos, vinos y similares, no se aplicará la participación, por lo cual, son libres de monopolio y pueden ser distribuidos y comercializados sin ninguna restricción a todos los Departamentos, en los cuales, las entidades, empresas o personas que decidan comercializarlos, deben inscribirse en las Secretarías de Hacienda del Departamento y deben cumplir con lo previsto dentro del impuesto al consumo contenido en la ley 223 de 1995.

### 1.3 ANTECEDENTES DEPARTAMENTALES

La Asamblea Departamental de Nariño, según ordenamiento N° 028 del 1° de Agosto de 2002. Decreta y ordena el ejercicio del Monopolio sobre la producción, introducción y venta de licores destilados.

El Departamento de Nariño tendrá y ejercerá el Monopolio en la producción y destilación del licor Departamental. Actualmente fabricado por la Industria licorera de Caldas, gracias a la contratación de ésta empresa para la producción del licor Departamental por medio de la maquila del Aguardiente Nariño.

El Departamento ejerce el monopolio sobre la introducción y venta de licores destilados y se atenderán por convenios con otros Departamentos y por medio de contratos<sup>25</sup> regulados por la ley y la introducción al Departamento de Nariño de licores destilados Nacionales y extranjeros, producidos o importados por personas naturales o jurídicas.

Por el ejercicio del Monopolio al Departamento de Nariño le corresponde una participación mínima del 40 % sobre las utilidades obtenidas. Este pago al Departamento de Nariño lo deberán realizar los productores, importadores, los

---

<sup>25</sup> (estos contratos para la distribución de licores destilados Nacionales y extranjeros que se introduzcan al Departamento de Nariño deberán establecer el monto de la participación legal porcentual que el Departamento percibirá por ésta contratación, así mismo deberá establecer las cuotas de distribución y el término de la duración del contrato).

introdutores y los distribuidores de licores, por su parte los transportadores, expendedores al detal de licores deberán realizar dicho pago cuando no puedan justificar su procedencia.

En el caso del aguardiente Nariño, el pago lo debe liquidar quien haya sido designado como responsable de ésta dependencia.

El pago de la participación será quincenal y se realizará ante la Subsecretaría de Rentas y Tesorería General del Departamento de Nariño o en algunos casos se realizará en entidades bancarias autorizadas por ésta dependencia.

Como se aclaró anteriormente es facultativo de los Departamentos ejercer el monopolio sobre licores destilados y es obligación de las Asambleas Departamentales determinar la tarifa de participación que se ejercerá como tarifa impositiva. Según la ordenanza N°001 de febrero 10 de 2003, “ por medio de la cual se adopta la base de liquidación y las tarifas de participación económica del monopolio sobre licores destilados en el Departamento de Nariño”.

El Asamblea del Departamento de Nariño ordena<sup>26</sup>, en su artículo I, que en lugar del impuesto de consumo se aplicará a los licores una participación, la cual se establecerá por grado alcoholimétrico.

El grado de contenido alcoholimétrico debe expresarse en el envase, el cual será especificado por parte del Departamento, quien realizará la verificación directa o indirectamente, luego de ésta si se encuentra alguna anomalía deberá ser verificada por el Instituto Nacional de Vigilancia y Medicamentos INVIMA.

Dentro de éstas tarifas se encuentra incorporado el IVA cedido, el cual corresponde al 35% del valor liquidado por concepto de participación porcentual.

---

26 “En uso de sus atribuciones constitucionales y legales, especialmente las conferidas por el numeral 4 del artículo 300 de la CP, los artículos 121 y 123 del decreto 1222 de 1986 y el artículo 51 de la ley 788 de 2002.”

Las tarifas se incrementarán a partir del 1° de enero de cada año en la meta de inflación esperada y el resultado se aproximará al peso más cercano.

La participación económica del Departamento sobre los licores se liquidará en periodos quincenales y la declaración y el pago correspondiente se deberá realizar en los (5) cinco días siguientes al vencimiento del periodo gravable. Del total correspondiente del IVA cedido, el 70% se destina a Salud y el otro 30% a financiar el deporte.

Para el presente año la participación para licores de 20 a 35 grados es de \$277 por grado alcoholimétrico para botella de 750cc o su equivalente y para licores de más de 35° será de \$317 por grado alcoholimétrico, para botella de 750cc o su equivalente.

El Departamento continuará siendo el representante legal de Aguardiente Nariño y en consecuencia cumplirá su obligación de declarar y pagar su participación y el IVA cedido en el momento de la facturación del producto al distribuidor. Cuando el Departamento de Nariño sea distribuidor de licores destilados producidos por otros Departamentos y a la vez sea beneficiario de la participación económica de los mismos licores, ésta y el IVA se declarará y pagará al momento de la facturación del producto por el Departamento a los distribuidores mayoristas ( como es el caso de la contratación realizada por parte de Aguardiente Nariño con la Industria Licorera de Caldas para la comercialización como único canal de distribución del Ron Viejo de Caldas.)<sup>27</sup>

Uno de los ingresos tributarios que capta el Departamento, se debe al tributo de participación de licores. Los ingresos no tributarios se deben a las transferencias, donde ocupamos el noveno puesto a nivel Nacional con mayores transferencias.

---

<sup>27</sup> Ordenanza 001 de Febrero 10 de 2003. Artículo 7° “ La presente ordenanza rige a partir de su publicación y deroga los artículos 8 y 11 de la ordenanza 028 del 1° de Agosto de 2002.”

De acuerdo con lo anterior, se puede determinar que el Departamento de Nariño, se rige bajo las normas y leyes que determinan que, la mayor parte de sus ingresos tributarios son las rentas de gasolina y licor.

La renta de licores viene sustentándose gracias a la comercialización del Aguardiente Nariño y de Ron viejo de Caldas y se espera que gracias a la maquila del aguardiente Nariño, generen una comercialización favorable para los ingresos Departamentales.

De acuerdo a las rentas percibidas por el impuesto de licores, la Gobernación implementó una administración y fiscalización sobre las rentas del Departamento y se adelantaron algunas acciones como:

El Departamento de Nariño liquidó la Industria Licorera de Nariño y se encaminó a recuperar el Monopolio de licores destilados de acuerdo al artículo 336 de la Constitución Nacional, la Asamblea Departamental decretó la ordenanza 028, que está de acuerdo con las medidas adoptadas y a partir del 2002, el Departamento entra a cobrar por participación y ya no por impuesto al consumo.

Se contrató la Maquila a la Industria Licorera de Caldas sobre la producción del Aguardiente Nariño. Se implementaron las leyes 223 y 788, se realizó una señalización de las etiquetas que registran el impuesto pagado por los licores de alta seguridad con código de barras y con el sistema intaglio.

Según los registros de la Subsecretaría de Rentas en el año 2001 se vendieron un total de 40.646.317 unidades, en los cuales el impuesto solo contribuyeron en \$1.479.656.448 y por su parte la licorera en ese mismo año solamente vendió un total de 1.800.000 botellas de aguardiente, es decir, el consumo que anteriormente tenía el aguardiente Departamental en una gran proporción se desplazó al consumo de aperitivos. Con respecto al recaudo del impuesto, los

aperitivos que son aguardientes hidratados pagan un impuesto de \$300 por botella, a diferencia del aguardiente que pagan un impuesto de \$3.256 por botella de 750cc, por lo cual, la Gobernación de Nariño, mediante el decreto N° 791 del 1 de Octubre de 2001<sup>28</sup>, que estableció la norma que regula la entrada al Departamento de los aperitivos y se estableció que todos los productos derivados de la destilación de la caña de azúcar como materia prima deberán celebrar contratos de distribución con la Gobernación y realizar el pago determinado por ésta dependencia.

Con lo anterior la Secretaría de Hacienda busca la realizar un control mucho más exhaustivo de los ingresos generados en el fisco Departamental.

---

28 GOBERNACIÓN DE NARIÑO, Reconstrucción Fiscal 2001. Secretaría de Hacienda Departamental. Ediciones EDITOR San Juan de pasto, 2002. P.24-27.

## 2. LA REESTRUCTURACIÓN Y EL COMPORTAMIENTO DE LA RENTA SOBRE LOS LICORES HASTA EL AÑO 2004.

En este capítulo se analizarán los ingresos generados por concepto del impuesto al consumo de licores y el nivel de ingresos percibidos por la implementación de la figura de Monopolio por parte de la Gobernación de Nariño, en el periodo comprendido entre los años 2000 y 2004.

### 2.1 LA REESTRUCTURACIÓN EN LAS RENTAS DEPARTAMENTALES.

Las finanzas Departamentales, en los últimos 5 años, han tenido grandes cambios; al pasar de un déficit fiscal, a un saneamiento financiero de recursos Departamentales, lo cual ha merecido los mejores comentarios por parte del gobierno central.

Hasta finales del año 2000, el creciente déficit fiscal, la excesiva burocracia y la ingobernabilidad creciente, habían creado una región administrativa con muy pobres cimientos que desencadenaban un bajo o nulo crecimiento económico, financiero, fiscal, etc. que consecuentemente haría de Nariño, un Departamento sin recursos y con un desarrollo social que no enfrentaría las nuevas y futuras formas de manejo económico y político mundial.

El Departamento de Nariño, una entidad en crisis financiera y desorganización administrativa hasta el año de 2000 estaba constituida por una gran diferencia entre la realidad presupuestal y un excesivo gasto causado por un desbordado endeudamiento con entidades financieras tanto públicas y privadas, como también

con el Ministerio de Hacienda, una mala administración de las principales rentas y falta de herramientas para la eficiente fiscalización de los impuestos propios, un endeudamiento en gastos de funcionamiento donde se deducía que la nómina Departamental se encontraba sobrestimada en un 30% frente a las reales necesidades para cumplir con las funciones constitucionales y legales del Departamento, el pago a entes Departamentales como la Asamblea Departamental y la Contraloría y demás entidades controladas financieramente por el Departamento y los desenfrenados intereses de deuda, originaron el escenario de crisis. Paralelamente a este escenario, se sumaba la mala administración, además de ser altamente costosa, en la mayoría de las dependencias, presentaba cargos con funciones mínimas y dependencias con duplicidad de funciones.

Esta administración sobredimensionada implicaba la realización de trámites innecesarios en los procesos administrativos que no están en concordancia con los principios de eficiencia, eficacia económica y de buen manejo de la administración pública.

Con lo anterior se puede analizar que la administración del Departamento no manejaba con eficiencia sus ingresos y gastos, al mismo tiempo no tenía un buen manejo de su función de intermediación entre los Municipios, resguardos y consejos comunitarios con el gobierno nacional y la comunidad internacional por lo cual la falta de gobernabilidad y la excesiva tramitología interna no permiten que el Departamento de Nariño sea el intermediario de los proyectos de interés municipal para la construcción de crecimiento y desarrollo de la región.

Por consiguiente, para sanear al Departamento de su crisis, en el año 2001 la voluntad política para la construcción de región permitió que el Departamento reinicie su deber constitucional de una administración eficiente, con un manejo de recursos encaminados a un crecimiento económico, disminuir el déficit fiscal y

aumentar los márgenes de intermediación y gestión para beneficio del Departamento con perspectiva de región.

Para lograr salir de la crisis, se implementaron una serie de medidas que ayudaron a solucionar el panorama que la mala administración venía presentando, una de las medidas fue la implementación de la ley 550 de intervención económica por parte del gobierno central, el cumplimiento del ajuste fiscal decretado por la ley 617 de 2000, el desarrollo de la política administrativa de un mejor manejo a los ingresos y la disminución de gastos y el saneamiento de la deuda de las rentas del Departamento, como también la disminución de gastos generales y servicios personales con la adopción de una reestructuración administrativa dentro de la nomina Departamental.

En cumplimiento de los artículos 334 y 335 de la Constitución Política, se expidió la Ley 550 de 1.999 que establece y regula los instrumentos de intervención estatal en la economía y en el Capítulo V regula su aplicación a las entidades territoriales y descentralizadas del nivel territorial. Con la aplicación de la Ley 550 de 1999 en las entidades territoriales, se persiguen los siguientes fines:

1. Restablecer la capacidad de pago de las entidades de manera que puedan atender adecuadamente sus obligaciones.
2. Procurar una óptima estructura administrativa financiera y contable de las mismas una vez reestructuradas.
3. Propender porque las empresas y sus trabajadores acuerden condiciones especiales y temporales en materia laboral que faciliten su reactivación y viabilidad.
4. Facilitar la garantía y el pago de los pasivos pensionales a cargo de las entidades del orden territorial.

Para las entidades territoriales se añadieron los siguientes puntos:

5. La negociación y celebración de acuerdos de reestructuración de pasivos que

permitan restablecer la capacidad de pago de las entidades territoriales o de las entidades descentralizadas del orden territorial para que puedan atender de manera adecuada sus obligaciones.

6. La normalización de los pasivos pensionales.

7. La concertación al interior de cada entidad territorial o de la entidad descentralizada del nivel territorial de condiciones laborales temporales especiales que faciliten su reactivación y viabilidad.

8. La negociación de deudas contraídas con cualquier clase de personas privadas, mixtas o públicas, entre ellas las deudas parafiscales distintas de las previstas en el régimen seguridad social, así como las deudas fiscales.<sup>29</sup>

Dentro de lo establecido en el artículo 58 de la Ley 550 de 1.999, las disposiciones sobre acuerdos de reestructuración e instrumentos de intervención son aplicables a las entidades del orden territorial, teniendo en cuenta la naturaleza y las características de tales entidades. Razonando en el caso de las entidades del nivel territorial, el incumplimiento de obligaciones como causal para el desarrollo del acuerdo se muestra como el acuerdo celebrado a favor de una entidad territorial o descentralizada del nivel territorial, con el objeto de corregir las deficiencias que presente en su capacidad de operación y en el cumplimiento de sus obligaciones económicas para que pueda recuperarse dentro del plazo y en las condiciones que se hayan previsto en el mismo. (Art. 5 de la Ley 550).

Esta convención tiene efecto vinculante, tanto para la entidad como para la totalidad de los acreedores.

Como condiciones para que el Departamento de Nariño se acoja a este acuerdo de reestructuración (Inciso 2º del artículo 6 de la Ley 550 de 1.999) tenía un incumplimiento en el pago de obligaciones por más de 90 días y de igual manera afrontaba más de 2 demandas ejecutivas por el no pago de éstas obligaciones; en cualquiera de los dos casos el valor acumulado de las obligaciones representaba

---

29 MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO. La Ley 550 en las entidades territoriales y descentralizadas del nivel territorial. Santa fe de Bogota: Dirección de apoyo fiscal. En: documento PDF. 2001. p.3.

no menos del 5% del pasivo corriente de la entidad, entendido como el total de las obligaciones con vencimiento inferior a un año.

La vigencia de ley 550, con lo dispuesto en su artículo 79, regirá durante cinco años contados a partir de su publicación en el Diario Oficial. Sin embargo, es necesario precisar que, no obstante el término de vigencia de la ley, el inciso 2º del artículo 79 dispone que de conformidad con lo preceptuado en el artículo 38 de la Ley 153 de 1.887 y de acuerdo con sus disposiciones (al ser parte del acuerdo de reestructuración) se aplican durante el plazo de ejecución del convenio, que puede ser superior a los cinco (5) años de vigencia de la ley.

Conjuntamente se implementó la ley 617 de 2000, que considera que los programas de saneamiento fiscal y financiero que adopten las entidades territoriales colombianas deben ser integrales. Esto significa que el saneamiento debe abarcar a toda la entidad, con la finalidad de restablecer su solidez económica y fiscal mediante la adopción de medidas de modernización institucional: reorganización administrativa, fortalecimiento de los ingresos, racionalización de los gastos, reestructuración de la deuda y saneamiento de los pasivos.

La intención de la Ley 617 de 2000 es lograr que las entidades territoriales alcancen solidez económica y financiera y que desarrolle una inversión productiva social y económica. Que permita que la entidad territorial encuentre la mejor manera de lograr recursos para alcanzar sostenibilidad en el largo plazo. Lo cual es el desarrollo de las nuevas tendencias económicas, políticas y administrativas mundiales, lo cual puede describirse en palabras de la CEPAL "En general, un sector público eficiente debería poder alcanzar los objetivos del Estado con la menor distorsión posible del mercado, con la carga tributaria más baja posible sobre los contribuyentes, con el menor número posible de empleados públicos y con la menor absorción posible de recursos económicos por el aparato público.

Los procesos y resultados del sector público deben ser transparentes. La corrupción no debería desempeñar papel alguno en las decisiones de los burócratas y de los dirigentes políticos. Y los recursos en manos del sector público deberían dedicarse a usos que maximicen su rentabilidad social. La calidad del sector público también es importante para alcanzar el objetivo de equidad que hoy se percibe como una de las metas fundamentales del Estado. Un sector público de alta calidad que permita ir tras la equidad con costos menores en términos de eficiencia"<sup>30</sup>.

En consecuencia con las normas aplicadas, la Administración Departamental, en el año 2001, realizó una serie de cambios administrativos como los pagos consolidados por retiro de empleados públicos y trabajadores oficiales, pago de pasivos, un reajuste en su presupuesto y una modernización en los controles de las rentas Departamentales.

En respuesta al deseo de recuperar una de las rentas más importantes del Departamento, en el año 2002 acogido en el artículo 336 de la Constitución Política de Colombia que cita en uno de sus párrafos "(...) El gobierno enajenará o liquidará las empresas monopolísticas del estado y otorgará a terceros el desarrollo de su actividad cuando no cumplan los requisitos de eficiencia, en los términos que determine la ley.(...)", se dio por realizada la decisión tomada por la superintendencia nacional de salud, la liquidación de la empresa licorera de Nariño, por el hecho del mal manejo administrativo, incumplimiento de obligaciones legales, sanciones de la DIAN, juicios fiscales, demandas laborales y demás investigaciones llevaron a tomar la decisión de la liquidación. La Empresa Licorera de Nariño, tenía un pasivo alrededor de los 13.700 millones de pesos. Esta empresa con una antigüedad de 50 años, la cual

---

<sup>30</sup> CEPAL. Las nuevas teorías y enfoques conceptuales sobre el desarrollo regional. Separata N° 1 de 7: Ilpes. 5 de Julio de 2002. Documento PDF.

fue creada mediante el decreto 00879 de la Presidencia de la República del 13 de marzo de 1950, con la cual se constituyó la administración de rentas Departamentales y organizó la empresa Licorera de Nariño; en 1991 se inició el montaje de una nueva planta productora que produciría 15.000 litros por día, la cual no se administró eficientemente y esta nueva planta fue abandonada, por cuanto en el momento de recibir la orden de liquidación por parte de la superintendencia de salud, la empresa estaba trabajando al 27% de su capacidad instalada.

El Departamento, al retomar sus facultades para ser monopolio según el artículo 336 C.P. y aplicando la ley 1222 de 1986 y la ley 223 de 1995, según la ordenanza 010 de Febrero de 2002; La Gobernación tomó la decisión de autorizar la fabricación del aguardiente Nariño en la Empresa licorera de Caldas a través de un contrato denominado MAQUILA, la cual se comenzó a desarrollar en el mes de Julio de 2002. Por esta determinación, la administración Departamental en su decreto 0366 de Abril de 2002, el cual regula el monopolio de licores destilados en Nariño y se tomaron las disposiciones según la ordenanza 028 de agosto de 2002 que restablece las medidas adoptadas como arbitrio rentístico, las cuales determinaron que el Departamento tendría una participación del 40% sobre el precio establecido por el DANE, y toda comercialización de licor dentro del Departamento hecha por particulares debe suscribir un contrato de introducción, distribución y venta de licores que reconoce el monopolio del Departamento de Nariño.

Siguiendo con el análisis de la renta de licores, a continuación se analizan los registros de la renta de licores de los años 2000, 2001, 2002, 2003.

## 2.2 ANALISIS DE LA RENTA

Para el siguiente análisis se tienen en cuenta los registros suministrados por la Subsecretaría de Rentas del Departamento, éste análisis busca determinar el comportamiento de la renta de licores, el cual es el impuesto que genera el mayor ingreso por el concepto de rentas propias Departamentales.

Este análisis comparativo, entre los últimos 4 años, busca dar un preámbulo al tercer capítulo que hace referencia al consumo poblacional de licores en el Departamento, así tener una visión más amplia del comportamiento del mercado de licores.

Para el año 2000, el cual simbolizó en la historia de las finanzas Departamentales, el año en que el Departamento de Nariño llegó al fondo de un déficit fiscal que ascendía a \$97.171.360.000, que tenía a Nariño en un escenario de ingresos decrecientes, los cuales pasaron de \$28.747.866.050 en el año de 1999 a ser \$ 26.921.774.527 en el año 2000; y dentro de éstos ingresos propios de 1999, los ingresos derivados por el impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares representaron alrededor del 38.68% los cuales ascendieron a \$11.129.612.010 millones y comprendían lo relacionado al impuesto al consumo y los ingresos por Liconar, pero para el año 2000, éstos ingresos descendieron a \$9.718.779.494 millones.

Este descenso contribuyó a que se estudiara la posibilidad de enfrentar al Departamento y sus instituciones a la Reforma Administrativa y Fiscal, que ayudó a la Reestructuración económica del Departamento; que para el año inmediatamente posterior, se pudieron comprobar los resultados favorables de dicha Reestructuración.

Continuando con el análisis de los ingresos recibidos por concepto del licor ingresado al Departamento, según el tipo, grado alcoholimétrico, el número de unidades en su capacidad y el impuesto generado, en el año 2000 se puede apreciar el hecho que las unidades que más ingresaron al Departamento independientemente de su marca, presentación en centímetros cúbicos e impuesto generado fueron los aperitivos que constituían el 46.5% del total de

unidades ingresadas al departamento, que comparadas con las unidades producidas por Liconar que constituían el 15.9% del total de las unidades ingresadas, con éstos dos datos se puede concluir que la propensión al consumo de la población se inclinaba a la preferencia por los aperitivos aclarando que el monto del impuesto generado tiene la relación contraria, es decir, que para el aguardiente Galeras el impuesto generado es mucho mayor que el impuesto generado por los aperitivos, ya que Liconar generaba \$2.327.329.441, en tanto los aperitivos en comparación con el impuesto anterior generaban unos escasos \$920.414.625. El impuesto de Aguardiente Galeras, representaba el 31% del total de impuesto generado por los licores ingresados este año.

El número de unidades ingresadas al Departamento el año 2000 y el impuesto generado se aprecian en el cuadro 1.

**CUADRO 1**

<b>TIPO, NUMERO DE UNIDADES INGRESADAS E IMPUESTO GENERADO AÑO 2000.</b>		
<b>LICOR</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>IMPUESTO</b>
Aperitivo No Vino De 2.5° A 15°	131014	43.560.203
Aperitivo Vino De 2.5° A 15°	152387	43.031.371
Cócteles De 2.5° A 15°	28750	15.769.226
Vinos De 2.5° A 15°	362597	109.546.243
Cócteles Y Otros De 15° A 20°	120831	41.273.329
Aperitivos De 15° A 20°	3185949	920.414.625
Aguardiente Galeras	1087728	2.327.329.441
Anisado Nariño	24720	46.024.877
Otros Aguardientes	72495	1.162.140.954
Brandy De 20° A 30°	699	1.672.351
Ron De 20° A 30°	5964	14.423.200
Brandy De 35° Y Mas	883856	1.578.206.616
Ginebra	2052	6.088.216
Ron De 35° Y Mas	773784	1.152.290.016
Vodka	4780	13.718.442
Whisky	7748	23.534.879
Totales	6845354	7.499.023.989

Fuente: Datos suministrados por la Subsecretaría de Rentas.

En el año 2001, ya realizada la primera parte de la Reestructuración se obtuvo resultados sorprendentes, uno de ellos fue lograr mitigar el déficit de tesorería, lo cual generó un ahorro por lo menos de \$13.000 millones de pesos<sup>31</sup>. De igual manera éste comportamiento se ve reflejado en el ingreso Departamental por concepto de impuestos y otros, el cual ascendió a \$38.936.961.813, que representaron un incremento de casi un 44.62%, el cual representó una diferencia de incremento de unos \$12.015.187.286 a favor de las arcas Departamentales. En relación con la Renta de licores, el crecimiento también se ve reflejado ya que existe un ingreso total de \$16.430.697.261, los cuales se incrementaron en casi unos 219% comparados con los ingresos del año 2000, el mismo comportamiento se reflejó en el consumo de Aguardiente Galeras que para este año tuvo un incremento de 58.03% es decir incrementaron 1.504.385 unidades, alcanzando una cantidad total de Aguardiente Galeras de 2.592.113 unidades, las cuales representaron \$5.708.271.535 millones como impuesto generado.

Con respecto a los aperitivos en el año 2000, también existió un incremento, alcanzando un total de 3.483.477 unidades ingresadas, pero el nivel de impuesto generado fue de solo \$962.421.127, que corresponden al 5.85% del total del impuesto, mientras que el impuesto generado por Aguardiente Galeras, corresponde al 34.74% de total generado. Con respecto al ingreso de otro aguardientes, el impuesto generado se incremento alrededor del 217.17% con un total de impuesto generado del \$3.686.003.139 millones. Este comportamiento se lo puede apreciar en el cuadro 2.

---

31 Cifra suministrada por Tesorería Departamental.

## CUADRO 2

<b>TIPO, NUMERO DE UNIDADES INGRESADAS E IMPUESTO GENERADO AÑO 2001.</b>		
<b>LICOR</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>IMPUESTO</b>
Aperitivo No Vino De 2.5° A 15°	108586	49.048.496
Aperitivo Vino De 2.5° A 15°	228099	65.806.743
Cocteles De 2.5° A 15°	41360	31.728.897
Vinos De 2.5° A 15°	570834	160.497.669
Cocteles Y Otros De 15° A 20°	577553	128.896.580
Aeritivos De 15° A 20°	3483477	962.421.127
Aguardiente Galeras	2592113	5.708.271.535
Anizado Nariño	146060	314.247.676
Otros Aguardientes	1918788	3.686.003.139
Brandy De 20° A 30°	1071	2.785.488
Crema De 20° A 30°	480	1.587.840
Brandy De 35° Y Mas	943272	1.719.221.950
Ginebra	3936	12.796.056
Ron De 30° Y Mas	1786131	3.521.184.561
Vodka	6843	15.838.464
Whisky	4255	50.361.040
<b>TOTALES</b>	<b>12412858</b>	<b>16.430.697.261</b>

Fuente: Subsecretaría de Rentas de Nariño.

Para el año 2002 el comportamiento del total de los ingresos Departamentales tuvo un mayor crecimiento, ya que para el 31 de diciembre de 2002 los ingresos propios Departamentales llegaron a \$62.779.905.230, que significaron un incremento del 61.23% de los ingresos del año 2001. con respecto a los ingresos por licores, se presento un total de \$17.367.173.210 millones. Con respecto a los ingresos de licores en el Departamento se presento un caso muy particular, en este año se comenzó la producción del Aguardiente Nariño por medio de la maquila con la industria licorera de caldas, que arrojó los siguientes resultados, del total de impuesto generado por aguardiente Galeras que se comercializo hasta la primera mitad del año, tubo un total de ingresos de \$1.134.296.512 que en comparación con el año de 2001 existe una disminución del 503% pero se compenso con la entrada del Aguardiente Nariño que tuvo un total de impuesto generado del \$6.094.430.370 millones, por lo cual si sumamos estos dos

ingresos, nos da un total de \$7.228.726.882 millones que se generaron por concepto del impuesto generado por el Aguardiente Departamental. Por el concepto de otros aguardientes ingresados se genero un impuesto total de \$5.278.298.258 millones que en comparación con el año 2001 existió un incremento del 43.19%, para el 2002, con los Aperitivos sucedió lo contrario, para este año de 2002 el ingreso de Aperitivos de 15° a 20° decreció con respecto al 2001 ya que para este año generaron un impuesto total de \$947.448.272 millones que representaron el 1.55% con respecto al año 2001. este comportamiento se lo presenta en el cuadro 3.

**CUADRO 3.**

<b>TIPO, NUMERO DE UNIDADES INGRESADAS E IMPUESTO GENERADO AÑO 2002.</b>		
<b>Licor</b>	<b>unidades</b>	<b>impuesto</b>
Aperitivo No Vino De 2.5° A 15°	108204	52.276.690
Aperitivo Vino De 2.5° A 15°	200408	54.418.906
Cocteles Y Otros De 2.5° A 15°	54674	36.597.876
Vinos De 2.5° A 20°	663460	165.404.158
Cocteles Y Otros De 15° A 20°	794822	162.060.798
Aperitivos De 15° A 20°	3533316	947.448.272
Aguardiente Galeras	510049	1.134.296.512
Anizado Nariño	52560	110.147.629
Aguardiente Nariño	22243884	6.094.430.370
Otros Aguardientes	1680504	5.278.298.258
Brandy De 20 A 30°	1308	4.399.534
Otros Licores De 20° A 30°	15888	39.358.954
Brandy De 35° Y Mas	730200	1.865.448.192
Ginebra	516	1.730.648
Ron De 35° Y Mas	503844	1.316.516.294
Vodka	10092	46.894.937
Whisky	13448	57.445.182
<b>TOTALES</b>	<b>31117177</b>	<b>17.367.173.210</b>

Fuente: Subsecretaría de Rentas de Nariño.

En el año de 2003 el comportamiento del ingreso Departamental se presenta con un gran incremento, es así como para los seis primeros meses del año 2003, los ingresos acumulados ascienden a 34.000 millones de pesos que en comparación con el mismo periodo del año 2002. Para el total de los ingresos por concepto de rentas propias para 31 de Diciembre de 2003 se presento un ingreso total de \$76.969.000.000 millones. Con respecto al total de licores ingresados en el año, se presentan varios cambios, uno de ellos es que los ingresos por el concepto de aperitivos de 15° a 20° se disminuyeron al punto de pasar de 3.533.316 unidades ingresadas en el 2002 a 15.625 unidades ingresadas en el 2003 que en valor de impuesto representaban en el 2002 un total de \$947.448.272 millones a \$22.553.827 millones en el 2003, esto se debe a la disminución de los grados alcoholimétricos en este tipo de productos.

Con respecto al Licor Departamental Aguardiente Nariño, para este año se dio un gran incremento de casi un 364% ya que se paso de generar un impuesto de \$6.094.430.370 millones en el 2002 a \$22.195.028.500 millones en el 2003. como segundo renglón del impuesto generado de mayor monto se encuentra el Ron Viejo de Caldas, ya que este impuesto presentó un total de \$5.556.566.120 millones. Este comportamiento se lo aprecia en el cuadro 4.

#### CUADRO 4.

<b>TIPO, NUMERO DE UNIDADES INGRESADAS E IMPUESTO GENERADO AÑO 2003.</b>		
<b>Licor</b>	<b>unidades</b>	<b>impuesto</b>
Aperitivo No Vino	58048	76.040.720
Aperitivo Vino	7128	6.995.960
Aper. Aguardiente De 2.5° A 15°	1322932	1.820.479.932
Cocteles Y Otros De 2.5° A 15°	73672	104.443.092
Vinos De 2.5° A 15°	866980	570.917.221
Cocteles Y Otros De 15° A 20°	2862	7.047.500
Aperitivos De 15° A 20°	817	3.078.000
Aper. Aguardiente 15° A 20°	14808	19.475.827
Anizado Nariño	77940	428.388.000
Aguardiente Nariño	4671003	22.195.028.500
Otros Aguardientes	890327	4.181.413.000
Brandy	782851	3.007.042.000
Otros Licores De 20 A 35°	7236	56.940.000
Ron De 20° A 35°	1147120	5.556.566.120
Licores De 35° Y Mas	360	3.249.000
Ginebra	1212	14.184.000
Ron De 35° Y Mas+	7890	10.783.680
Vodka	2432	30.384.000
Whisky	7824	84.859.200
<b>TOTAL</b>	<b>9943442</b>	<b>38.177.315.752</b>

Fuente: Subsecretaría de Rentas de Nariño.

Para el año 2004, el ingreso por concepto de Rentas propias tuvo un incremento del 27% ya que estos ingresos ascendieron a un total de \$106.902.456.321 millones de pesos. Con respecto al Aguardiente Nariño, el impuesto se incrementó en 60.59% los cuales para este año ascendieron a \$35.643.872.024 millones.

El comportamiento de los ingresos por el impuesto de licores ingresados al Departamento, se los recopila en el cuadro 5.

El crecimiento en los ingresos por aguardiente Nariño se lo puede apreciar mejor en la grafica 1.

**CUADRO 5.**

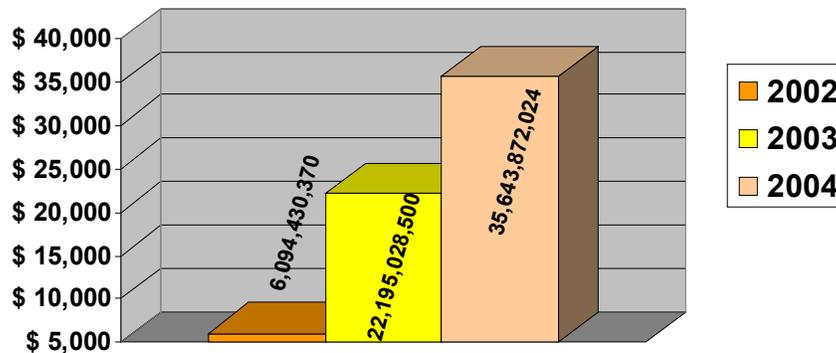
TIPO, NUMERO DE UNIDADES INGRESADAS E IMPUESTO GENERADO AÑO 2004.		
Licor	unidades	impuesto
Aperitivo De 2.5° A 15°	1.724.251	908.776.839
Cocteles Y Otros De 2.5° A 15°	138.921	153.183.988
Vinos De 2.5° A 20°	900.769	580.110.234
Cocteles Y Otros De 15° A 20°	4.776	37.193.823
Aperitivos De 15° A 20°	153.351	398.221.270
Aguardiente Nariño	4.856.564	35.643.872.024
Brandy De 20 A 30°	750.624	4.043.406.696
Otros Licores De 20° A 30°	10.748	229.215.434
Ron De 20° A 30°	1.998.618	9.761.792.090
Brandy De 35° Y Mas	2.010	30.500.504
Ginebra	353	4.496.958
Ron De 35° Y Mas	1.530	997.756.668
Vodka	6.582	61.661.104
Whisky	24.861	241.851.546
Otros Licores De 35° Y Mas	1.116	12.445.944
<b>TOTALES</b>	<b>10.575.074</b>	<b>53.104.485.122</b>

Fuente: Subsecretaría de Rentas. 2004

**GRAFICA 1.**

**IMPUESTO GENERADO POR AGUARDIENTE  
NARIÑO PERIODO 2002 - 2004**

(En millones de pesos)

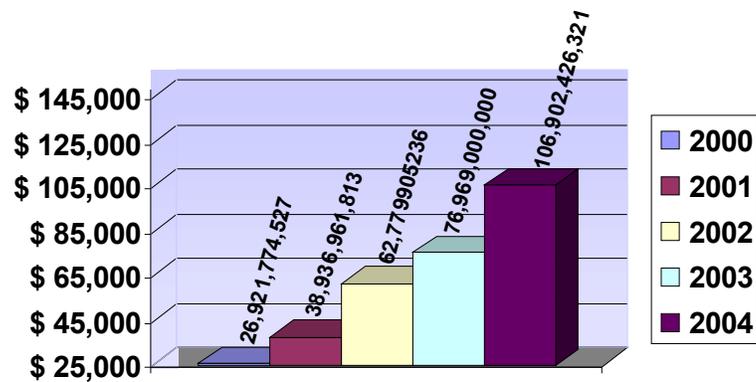


Fuente: Subsecretaría de Rentas, 2005.

Para una mayor comprensión del comportamiento creciente de los ingresos Departamentales, se puede observar su crecimiento en el grafico 2.

**GRAFICO 2.**

**INGRESOS PROPIOS DEPARTAMENTALES  
AÑOS 2000 - 2004**  
(En millones de pesos)



Fuente: Subsecretaría de Rentas Departamental, 2005.

### 3. EL CONSUMO REAL DE LICORES

#### 3.1 CONSUMO DE LICORES LEGALES DENTRO DEL DEPARTAMENTO

Para la ciudad de Pasto, se contabilizaron 316<sup>32</sup> establecimientos, de los cuales se pudo establecer que solo 118 se encuentran registrados en Cámara de Comercio, es decir de los 198 restantes, 85 están registrados como tienda y los otros 113 no se encuentran registrados. Del total de los establecimientos contabilizados se realizó una muestra poblacional con un 95 % de confianza que arrojó el resultado de 173 encuestas a realizar. Estos establecimientos se los organizó por sectores en la Ciudad, la sectorización de Pasto se analizará de la siguiente manera.

El primer sector es el comprendido por los Barrios Tamasagra, Santa Isabel, Mijitayo, Sumatambo, Agualongo y Bachué.

El segundo sector es comprendido por los barrios, Vergel, San Vicente, Panorámico, Mariluz, Anganoy.

El tercer sector es la Zona Centro está conformado por, Bomboná, Calle 16, Parque Infantil, Avenida de los Estudiantes, Las Cuadras, Plaza del Carnaval. Como anexo a este sector, incluimos la zona universitaria de Pandiaco y Torobajo.

El cuarto sector es comprendido por, Los Dos Puentes, EMAS, Hospital Civil, Corazón de Jesús.

El quinto sector es comprendido por, Avenida Colombia, Parque Bolívar, Fátima,

---

<sup>32</sup> Cabe señalar que es el total contabilizado no es el total real.

Aire Libre, El Recuerdo, Avenida Idema, Terminal.

El sexto sector es comprendido por la zona sur y sur oriental de Pasto, Miraflores, Lorenzo, Chapal, Estadio, El Pilar, Mercedario, Tejar, Villa Flor, Santa Mónica.

Sector 1.

En el primer sector se contabilizó un total de 25 establecimientos los cuales son el 14.4% del total en la Ciudad, que corresponden al 100% sobre éste sector, el resultado de las encuestas deja por sentado que la frecuencia de compra del 83% de los comerciantes de éste sector es quincenal y se abastecen de producto los días martes y viernes.

El horario de venta del 92% de éstos establecimientos se cumple de 2:00pm - 10:00pm de domingo a miércoles y los fines de semana este horario se incrementa cuatro horas, es decir 2:00pm – 2:00am.

El 76% de los establecimientos cuentan con una pequeña bodega de almacenamiento de los productos, el comerciante es generalmente el propietario del local, ya que su negocio se encuentra dentro de su residencia.

Con respecto a los licores más comercializados en el sector, se encuentran en su orden:

Aguardiente Nariño, Ron Viejo de Caldas, Brandy Domecq, Champañas o Vinos espumosos, Vinos Chilenos en tetrapack, aperitivo tapa roja, Aperitivo de la Corte, Aperitivo Rey del Bar sabor aguardiente, Sabajon y otros.

El promedio de venta de los comerciantes del primer sector, arroja los siguientes resultados que se aprecian en el cuadro 6.

**CUADRO 6.**

<b>PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS</b>			
<b>EN EL SECTOR 1.</b>			
Tamasagra, Santa Isabel, Mijitayo, Sumatambo, Agualongo y Bachué			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	126	132	
AGUARDIENTE NECTAR	16	37	
RON VIEJO DE CALDAS	104	128	5
APERITIVO DE LA CORTE	3	12	3
APERITIVO REY DEL BAR		15	2
BRANDY	41	32	
VINOS		24	16
OTROS	12	10	

Fuente: esta investigación. 2005.

## Sector 2.

En el sector dos (2), se encuestaron 18 establecimientos correspondientes al 10,4% del total encuestado. Cabe destacar que los establecimientos encuestados, en su mayoría corresponden a la venta exclusiva de licores y otros productos, pero a su vez no comercializan abarrotes y productos de la canasta familiar, es importante recalcar que en éste sector se encuentra el Centro Comercial El Vergel, donde existen 2 licotiendas.

De este 100% de establecimientos del sector 2, el 89% son establecimientos de venta de licores, razón por la cual el horario de trabajo es muy diferente al horario de venta, es decir los establecimientos son abiertos todos los días en horas de la mañana, pero el horario de venta se encuentra establecido a partir de las 6:00pm. El 72% cuentan con un horario extendido los días jueves, viernes y sábado, donde su horario de atención es de 24 horas.

En el presente sector los productos más comercializados son en su orden: Aguardiente Nariño, Ron Viejo de Caldas, Brandy, Aperitivos, Vinos y otros, cuyos resultados se observan en el cuadro 7.

**CUADRO 7.**

<b>PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS</b>			
<b>EN EL SECTOR 2.</b>			
Vergel, San Vicente, Panorámico, Mariluz, Anganoy.			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	192	218	
RON VIEJO DE CALDAS	163	186	4
APERITIVO DE LA CORTE	6	8	2
APERITIVO REY DEL BAR		10	
BRANDY	27	40	
VINOS		12	18
OTROS	11	6	

Fuente: esta investigación, 2005.

### Sector 3.

Este es el sector más importante del presente estudio para la ciudad de Pasto, ya que en el se encuentran los establecimientos más frecuentados por los consumidores, estos establecimientos se localizan en la calle 16 y en el barrio las Cuadras.

Del total encuestado en la Ciudad de Pasto, para el sector 3 corresponde el 41.6%, que representan 72 establecimientos. En el presente sector se realizará una división por subsectores. El subsector A, será el sector de Bombona y San Andrés.

Para el subsector A corresponden 39 establecimientos encuestados, de los cuales 4 no se encuentran aún registrados en cámara de comercio, éstos establecimientos son sin excepción licotiendas, en las cuales el horario de atención se establece desde las 4:00pm. Hasta las 11:00pm de lunes a miércoles. Los días jueves, viernes y sábados éste horario se establece desde las 3:00pm hasta las 7:00am del día siguiente; el día domingo la atención de éstos establecimientos es esporádica. El consumo y venta de productos se muestra, en el cuadro 8.

**CUADRO 8.**

<b>PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS</b>			
<b>EN EL SECTOR 3.</b>			
Subsector A: Bombona, San Andres, calle 16			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	547	583	
AGUARDIENTE NECTAR	40	50	
RON VIEJO DE CALDAS	517	553	15
APERITIVO DE LA CORTE	26	27	8
APERITIVO REY DEL BAR	23	15	5
BRANDY	96	85	
VINOS		23	92
OTROS	33	21	

Fuente: Esta investigación 2005.

Para el Subsector B, en el cual se encuentran los barrios: Las Cuadras, Avenida los Estudiantes y Pandiaco, se entrevistaron un total de 23 establecimientos, de los cuales, 8 se encuentran registrados en Cámara de Comercio como licotiendas, de los 15 restantes 9 se encuentran registrados como tiendas.

En éste subsector el horario de atención de los establecimientos se encuentra entre las 9:00am y 11:00pm de domingo a miércoles, los fines de semana, el horario se incrementa hasta la 1:00am o 2:00am, tan solo 5 de éstos establecimientos, son atendidos hasta las 3:00am.

En el presente subsector se encuentra la zona rosa de la ciudad, donde existen más de 35 establecimientos como bares, cervecerías, discotecas y etc, que comercializan todo tipo de licores o toda bebida con contenido alcoholimétrico; para nuestro análisis no se tendrá en cuenta éstos establecimientos, pero sí se tiene registros del consumo que tienen como sitio de venta, cabe señalar que uno de los establecimientos de venta de licor o licotienda más reconocida de este sector es Chepe Licores, que es uno de los distribuidores minoristas y mayoristas de la Ciudad de Pasto, éste establecimiento en particular, distribuye al por mayor y al detal, por cuanto el total de licores comercializados en el subsector B es mucho mayor que en el subsector A, pero el consumo al detal para el subsector B es mucho menor, éste promedio se aprecia en el cuadro 9.

### CUADRO 9.

<b>PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL SECTOR</b>			
<b>3.</b>			
Subsector B: Las Cuadras, Avenida Estudiantes, Pandiaco			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	446	472	
AGUARDIENTE NECTAR	28	32	
RON VIEJO DE CALDAS	346	382	6
APERITIVO DE LA CORTE		12	4
APERITIVO REY DEL BAR	9	13	2
BRANDY	87	102	
VINOS		36	46
OTROS	12	15	20

Fuente: esta investigación 2005.

Para el subsector C, en el que se encuentran los establecimientos del Centro, se contabilizaron 10 establecimientos, que en su totalidad se encuentran registrados en Cámara de Comercio como licotiendas, pero cabe señalar que en éste sector se detectaron varias licoreras o tiendas en las cuales comercializan bebidas alcohólicas, que no se encuentran registradas por Cámara de Comercio.

En éste subsector, se encuentran varios establecimientos pertenecientes a los mayoristas locales, pero éstos no se tuvieron en cuenta para el presente análisis ya que no fue posible realizar la encuesta con ellos, los dos establecimientos donde sí fue posible realizar la encuesta, no suministraron la información requerida para éste trabajo, razón por la cual la investigación se orientó a determinar un porcentaje de la demanda del producto por medio de un estudio de mercado y no por un estudio de oferta, ya que como es comprensible la información requerida para la investigación es confidencial para los distribuidores,

por lo tanto el trabajo de investigación tuvo que ser replanteado y se decidió plantearlo como un estudio de mercado, enfocado hacia el consumo poblacional y la comercialización al detal.

En el subsector C, los establecimientos encuestados, no tienen un horario de trabajo similar al de los otros subsectores, el promedio solamente se lo puede socializar en la venta de los productos ya que para el 100% de las licoreras de este subsector, el licor más comercializado y la cantidad vendida es Aguardiente Nariño, el resultado arrojado es recopilado en el cuadro 10.

**CUADRO 10.**

<b>PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL SECTOR</b>			
<b>3.</b>			
Subsector C: Centro, Calle 17, Las Ameritas			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	197	232	
AGUARDIENTE NECTAR	68	56	
RON VIEJO DE CALDAS	160	187	5
APERITIVO DE LA CORTE		4	2
APERITIVO REY DEL BAR	1	6	
BRANDY	40	45	
VINOS		25	16
OTROS	3	7	9

Fuente: esta investigación, 2005.

#### Sector 4.

Para el sector cuatro (4), el cual comprende los establecimientos de Los dos puentes y demás barrios aledaños al hospital civil y Corazón de Jesús, se realizaron la menor cantidad de encuestas a 13 establecimientos, los cuales corresponden al 7.5% del total encuestado en la Ciudad de Pasto. En este sector se determinó que tan solo 2 establecimientos se encuentran registrados como licorera o lico tienda en Cámara de Comercio, los demás establecimientos se registraron como tiendas, pero al igual que en el sector centro, se determinó que existen muchos establecimientos que no están aún registrados; se observa que el horario de trabajo se encuentra dividido, mientras que las tiendas que comercializan licor atienden entre las 8:30am y las 12:00pm, sin mayor variación los fines de semana, las licoreras atienden desde las 6:00pm a las 12:30am con algunas variaciones los fines de semana, aclarando que 4 de éstos establecimientos atienden las 24 horas.

El consumo en éste sector es muy similar para todos los establecimientos, ya que los productos más comercializados son Aguardiente Nariño, Ron Viejo de Caldas.

Cabe señalar para éste análisis que el consumo y comercialización de licores de contrabando o no legales en el Departamento, trae consigo una disminución significativa en la propensión al consumo de los licores legales, los resultados son apreciados en el cuadro 11.

**CUADRO 11.**

<b>PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL SECTOR</b>			
4. Los Dos Puentes, Emas, Hospital Civil, Corazón De Jesús			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	60	66	
AGUARDIENTE NECTAR	6	6	
RON VIEJO DE CALDAS	47	42	2
APERITIVO DE LA CORTE		11	6
APERITIVO REY DEL BAR		7	
BRANDY	10	8	
VINOS		27	31
OTROS	2	9	

Fuente: esta investigación, 2005.

#### Sector 5.

Este sector abarca una gran porción de la ciudad de Pasto, que corresponde a la Avenida Colombia, Parque Bolívar, Fátima, El Recuerdo, Avenida Idema, Terminal y demás barrios y sectores aledaños; éste sector en los últimos 5 años ha tenido un cambio radical, pasó de ser un sector residencial, a convertirse en un sector Comercial, una de las causas han sido la reubicación del sector ferretero y la reubicación de los establecimientos que anteriormente comprendían el sector de la Plaza del Carnaval. Para éste sector especial cambio han tenido los barrios, Las Lunas, Fátima, El recuerdo, Chile y Avenida Idema, en los cuales se han organizado nuevos establecimientos donde se comercializan bebidas alcohólicas. Éstos establecimientos no se tienen en cuenta para las encuestas realizadas, pero se observa que el consumo es casi proporcional al total del encuestado en el sector.

De los establecimientos encuestados, 11 se encuentran registrados en cámara de comercio como licoreras, es decir el 58% del total del sector, el 42% restante, está constituido de igual manera por tiendas del sector y licoreras no registradas, éste sector tiene muchos problemas de delincuencia y de orden público, por lo tanto el horario de los establecimientos es muy esporádico, tienen como hora máxima de atención las 2:00am para los fines de semana, y dependen de las situaciones de violencia y delincuencia que se presentan en éste sector.

Los resultados de consumo, tienen una tendencia similar que en los ya analizados, pero se diferencia por existir un consumo mayor de aperitivos en proporción a los demás sectores, como se ha analizado en el cuadro 12.

**CUADRO 12.**

<b>PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL</b>			
<b>SECTOR 5.</b>			
Avenida Colombia, Parque Bolívar, Fátima, Avenida Idema, Terminal.			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	360	346	
AGUARDIENTE NECTAR	19	21	
RON VIEJO DE CALDAS	263	293	8
APERITIVO DE LA CORTE	10	17	6
APERITIVO REY DEL BAR		20	8
BRANDY	83	71	
VINOS		32	48
OTROS		12	9

Fuente: esta investigación, 2005.

Sector 6.

Para el ultimo sector de Pasto, se encuestaron 26 establecimientos, que corresponden al 15.1% del total de la ciudad, se identificaron 6 establecimientos registrados en Cámara de Comercio como licoreras, 4 se encuentran registradas como tiendas y los 16 establecimientos restantes no se encuentran registrados en Cámara de Comercio.

El comportamiento de mercado en el presente sector es guiado por los días de la semana, mientras que los días lunes, martes y miércoles, la venta de estos productos es casi nula, a partir del día jueves la venta es de manera regular hasta el día domingo, el horario de atención a los compradores no tiene un comportamiento similar, pero si los días de la semana en que se venden los productos. Como resultado de las encuestas realizadas en el sector, el consumo de bebidas alcohólicas se resume de la siguiente manera en cuadro 13.

**CUADRO 13.**

<b>PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL SECTOR 6.</b>			
Barrios sur orientales y salida al sur.			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	246	273	
AGUARDIENTE NECTAR	14	17	
RON VIEJO DE CALDAS	251	230	7
APERITIVO DE LA CORTE	10	15	5
APERITIVO REY DEL BAR	7	6	2
BRANDY	64	73	
VINOS		14	24
OTROS	5	8	9

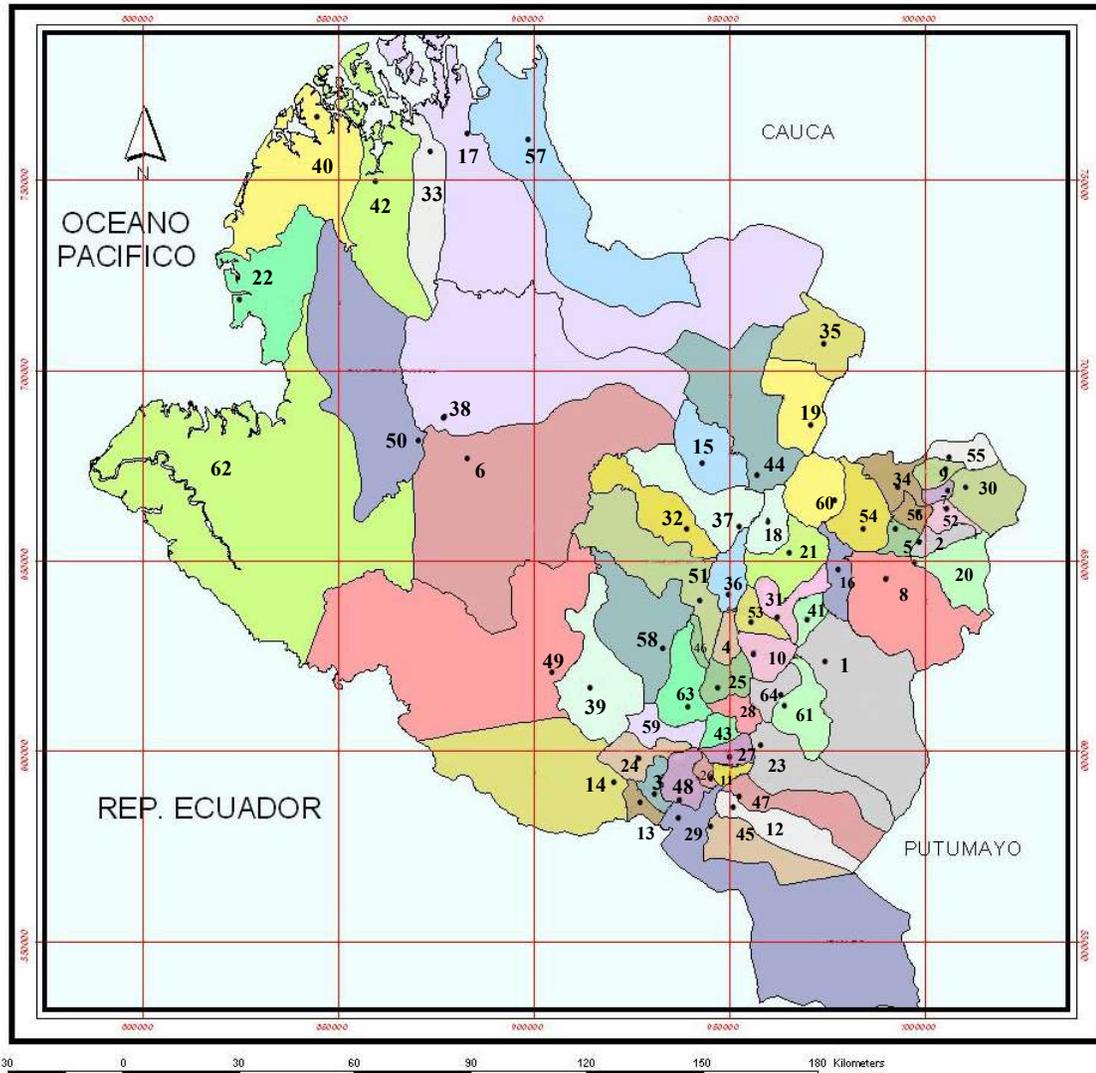
Fuente: esta investigación, 2005.

Como complemento al análisis anterior, para este estudio, se visitaron diferentes municipios del Departamento de Nariño, en los cuales, las preferencias por el tipo

o la marca del licor, es muy marcada y es proporcional con el nivel de ingresos de los compradores, también se destaca la diferencia del tipo de consumo por la variedad de clima; Para el análisis se realizó una división de los municipios visitados, se los organizo por su ubicación en el departamento y teniendo como punto central la ciudad de Pasto.

Se visitaron 27 municipios en el Departamento, de los cuales, se los ubica en el nororiente, al noroccidente, al sur occidente y al occidente del Departamento. Se puede apreciar su ubicación según el siguiente grafico de la división Político administrativa del Departamento, apreciable en la grafica 3.

### GRAFICA 3. DIVISIÓN POLÍTICO ADMINISTRATIVA



- |                       |                   |                          |
|-----------------------|-------------------|--------------------------|
| 1. Pasto              | 23. Funes         | 45. Potosí               |
| 2. Alban              | 24. Guachucal     | 46. Providencia          |
| 3. Aldana             | 25. Guaitarilla   | 47. Puerres              |
| 4. Ancuya             | 26. Gualmatán     | 48. Pupiales             |
| 5. Arboleda           | 27. Iles          | 49. Ricaurte             |
| 6. Barbacoas          | 28. Imués         | 50. Roberto Payán        |
| 7. Belén              | 29. Ipiales       | 51. Samaniego            |
| 8. Buesaco            | 30. La Cruz       | 52. San Bernardo         |
| 9. Colón              | 31. La Florida    | 53. Sandoná              |
| 10. Consacá           | 32. La Llanada    | 54. San Lorenzo          |
| 11. Contadero         | 33. La Tola       | 55. San Pablo            |
| 12. Córdoba           | 34. La Unión      | 56. San Pedro de Cartago |
| 13. Cuaspud           | 35. Leiva         | 57. Santa Bárbara        |
| 14. Cumbal            | 36. Linares       | 58. Santacruz            |
| 15. Cumbitara         | 37. Los Andes     | 59. Sapuyes              |
| 16. Chachagüí         | 38. Magüí         | 60. Taminango            |
| 17. El Charco         | 39. Mallama       | 61. Tangua               |
| 18. El Peñol          | 40. Mosquera      | 62. Tumaco               |
| 19. El Rosario        | 41. Nariño        | 63. Túquerres            |
| 20. El Tablón         | 42. Olaya Herrera | 64. Yacuanquer           |
| 21. El Tambo          | 43. Ospina        |                          |
| 22. Francisco Pizarro | 44. Policarpa     |                          |

Los municipios visitados, señalados de los de hijo el resaltados de y contra el rojo colorido.

Comenzando el análisis con los municipios del sur occidente del Departamento, se define:

A. Municipio de Ipiales:

Para este municipio se realizaron 110 encuestas en la Ciudad de Ipiales, las cuales arrojaron los siguientes resultados,

La venta de bebidas alcohólicas, tienen un comportamiento ascendente con respecto al año inmediatamente anterior, este resultado es manifestado por los mismos comerciantes, quienes aseguran que las ventas de Aguardiente Nariño, tienen un crecimiento por la propensión al consumo de la población. En la ciudad de Ipiales, se pudo establecer que existen 4 comerciantes mayoristas los cuales distribuyen al 76% de los minoristas encuestados, y el 24% restante se abastecen de los mayoristas en la ciudad de Pasto.

El 65% de los establecimientos encuestados, son licotiendas, por lo que la comercialización del Aguardiente Nariño, se concentra en este tipo de establecimientos; donde su ubicación se da en el centro de la ciudad, la salida a Aldana, la salida a Tulcán y las inmediaciones del Terminal de transporte.

Muchos de los establecimientos, reconocen que el incremento en la propensión al consumo de la población por el aguardiente Nariño, se debe a dos factores importantes, el primero que el nivel alcoholimétrico de los aperitivos bajo y paso de ser de 20 grados alcoholimétricos a un nivel de hasta 15 grados alcoholimétricos.

Y como segundo punto, comerciantes también reconocen que este se debe por

los operativos dirigidos a las incautaciones de licor de contrabando del Ecuador por parte de la Gobernación de Nariño; estos operativos han arrojado un nivel de 52 mil de botellas incautadas en este año hasta el mes de julio<sup>33</sup>.

A pesar de estos operativos, aun se encuentra un gran comercio de contrabando, ya que del interior del Departamento llegan a esta ciudad compradores de licor Ecuatoriano.

Con respecto al Aguardiente Nariño o licores Colombianos Legales en el Departamento, la preferencia de consumo la encabeza el aguardiente Departamental, siguiendo en similar proporción el Ron Viejo de Caldas y el Brandy Domecq, con respecto a los vinos y Champañas, se incrementa el consumo de productos Ecuatorianos, pero este aspecto de Contrabando será analizado mas adelante, se puede analizar que en esta ciudad el consumo de otros productos como cremas, whisky y vodka tienen acogida en el publico, aclarando que también se ven afectados por el consumo de contrabando.

La comercialización de estos productos se realiza en especial los días miércoles a domingo, ya que muchos de estos establecimientos se encuentran abiertos hasta altas horas de la madrugada en estos días, y el 87% de los productos que son vendidos en estos establecimientos son comercializados estos días de la semana.

Como resultado de las encuestas realizadas, arroja un gran consumo de Aguardiente Nariño en esta Ciudad, que se ve reflejado en el cuadro 14, donde se recopila el total de consumo de las encuestas realizadas.

---

33 Cifra suministrada por la Subsecretaria de Rentas de la Gobernación de Nariño.

**CUADRO 14.**

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS LA CIUDAD DE IPIALES			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	1644	1725	
RON VIEJO DE CALDAS	1235	1362	34
APERITIVO DE LA CORTE		54	63
APERITIVO REY DEL BAR		62	49
BRANDY	898	932	
VINOS		584	213
OTROS	49	85	

Fuente: Esta investigación, 2005.

**B. Pupiales:**

Para analizar el comportamiento y consumo de licor en la cabecera municipal de este municipio se realizaron 15 encuestas, de las cuales 3 fueron realizadas a establecimientos como billares y cafeterías donde se comercializan bebidas alcohólicas, 11 de las 12 encuestas restantes fueron realizadas a tiendas de abarrotes y tan solo 1 encuesta se realizo a un establecimiento considerado licorera.

Estos establecimientos tienen un horario de 7:30am a 8:00pm. A pesar que fue manifestado por 6 de los encuestados, que los días viernes, sábados y domingos, atienden hasta las 3:00am por la demanda de estos productos, cabe señalar que esta atención se realiza con el establecimiento aparentemente serrado.

Este es uno de los municipios que se ve afectado por el comercio de licores de contrabando y por el consumo un producto realizado por los habitantes de este municipio, el cual es consumido en reuniones o fiestas familiares conocido con el nombre de chapil.

Las encuestas realizadas arrojan el siguiente resultado:

**CUADRO 15.**

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE PUPIALES			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	43	47	
RON VIEJO DE CALDAS	16	23	2
APERITIVO DE LA CORTE		13	8
APERITIVO REY DEL BAR		8	6
BRANDY	6	8	
VINOS		17	6
OTROS		5	3

Fuente: esta investigación, 2005.

C. Aldana.

Para este municipio se realizaron 5 encuestas a tiendas de abarrotes que comercializan a su vez licores, el comportamiento de venta de estos productos tiene una frecuencia semanal ya que la población de este municipio se dedica al trabajo en agricultura y la comercialización de estos productos se realiza semanalmente.

En este municipio el consumo de licores de contrabando es mucho mayor que el consumo de los productos nacionales, este aspecto será analizado mas adelante, pero el consumo de licor nacional es resumido en el siguiente cuadro.

**CUADRO 16.**

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE ALDANA			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	15	19	
RON VIEJO DE CALDAS	6	4	
APERITIVO DE LA CORTE		13	5
APERITIVO REY DEL BAR		4	6
BRANDY	4	3	
VINOS		10	9
OTROS		2	2

Fuente: esta investigación, 2005.

#### D. Contadero.

Para este municipio, las encuestas realizadas fueron 7, de las cuales 5 se realizaron a tiendas de abarrotes, en su mayoría ubicadas en la calle principal y alrededor del parque central, las 2 restantes se realizaron a un establecimiento de juego y la principal encuesta fue realizada a una licorera en la cabecera municipal y en la cual se comprobó que el licor que principalmente comercializa es aguardiente y ron Procedente del país de Ecuador.

Como resultado del consumo de licor legal se pudo determinar por las respuestas que dieron algunos de los habitantes del municipio, que el Aguardiente Nariño es el único que se consume, ya que el Ron Viejo de Caldas no tiene mucha acogida por las preferencias de consumo de los habitantes, con respecto a los aperitivos y vinos, el consumo es casi nulo, y se recalca la preferencia por vinos y aperitivos Ecuatorianos, uno de los argumentos es que el precio es mucho mas bajo y aseguraron que el licor del Ecuador tiene un sabor mucho mas fuerte.

Como resultado del consumo legal se observa en el cuadro 17.

**CUADRO 17.**

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE CONTADERO			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	12	17	
RON VIEJO DE CALDAS	8	5	
APERITIVO DE LA CORTE		13	5
APERITIVO REY DEL BAR		4	6
BRANDY	4	3	
VINOS		10	9
OTROS		2	2

Fuente: esta investigación, 2005.

#### E. Tangua.

Para este municipio se realizaron 11 encuestas, en las cuales se determinó que el consumo de Aguardiente Nariño, es similar al consumo de licor de Contrabando, los demás licores legales como son el Ron Viejo de Caldas, Aperitivos Colombianos, vinos Legales y otros, es casi similar, la mayor acogida de licor se ven en los establecimientos como bares, discotecas y billares entre otros, de los cuales fueron entrevistados 5, para las 6 encuestas restantes se recopiló la información en tiendas de abarrotes, de las cuales se destaca un establecimiento de venta de abarrotes y productos de la canasta familiar que también comercializa bebidas alcohólicas y realiza sus ventas al por menor y al por mayor de todos sus productos, la cual manifestó que la razón de la disminución en el consumo de aperitivos es por el descenso en el grado alcoholimétrico y produjo como consecuencia que la población que los consumía por su bajo costo, ahora prefiriera el comprar licor Ecuatoriano, cabe aclarar que el encuestado de este establecimiento aseguró que no comercializaba con éstos productos.

Las encuestas arrojaron el siguiente resultado.

### CUADRO 18.

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE TANGUA			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	46	52	
RON VIEJO DE CALDAS	12	8	
APERITIVO DE LA CORTE		11	4
APERITIVO REY DEL BAR		4	6
BRANDY	5	5	
VINOS		14	8
OTROS		3	2

Fuente: Esta Investigación, 2005.

#### F. Yaquanquer.

Este municipio tiene similar comportamiento que el municipio de Tangua, donde se realizaron 10 encuestas, de las cuales 2 se realizaron a establecimientos que en su mayoría comercializan con licores, se pudo establecer que el consumo de cerveza es de gran cantidad, pero este renglón no es tratado en este informe.

Se determino de igual manera por las declaraciones de algunos habitantes de este municipio que el consumo de Aguardiente Nariño, es mucho mas bajo que la acogida que se tenia por el Aguardiente Galeras, muchos de ellos afirman que el sabor era mucho mejor. El resultado de las Encuestas se compila de la siguiente manera:

## CUADRO 19

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE YAQUANQUER			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	46	58	
RON VIEJO DE CALDAS	13	9	
APERITIVO DE LA CORTE		12	6
APERITIVO REY DEL BAR		14	9
BRANDY	6	8	
VINOS		15	13
OTROS		6	7

Fuente: esta investigación, 2005.

### G. Cumbal.

En la cabecera municipal de este municipio se realizaron 16 encuestas, de las cuales 2 correspondieron a licoreras, se pudo determinar que el consumo de Aguardiente Nariño es alto, y que se encuentra casi a la par con el consumo de bebidas Ecuatorianas, la población de este municipio tiene mucha facilidad para la comercialización de licores de contrabando, pero a pesar de esto el consumo del Aguardiente Departamental, tiene niveles altos que compiten con los licores de contrabando.

Se pudo de igual manera determinar que el consumo de otros productos como son Ron viejo de Caldas y los aperitivos Colombianos aunque tienen acogida por los consumidores, por la cuestión de precios son mas acogidos los productos Ecuatorianos.

**CUADRO 20.**

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE CUMBAL			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	68	72	
RON VIEJO DE CALDAS	34	56	19
APERITIVO DE LA CORTE		23	9
APERITIVO REY DEL BAR		30	11
BRANDY	27	35	
VINOS		42	46
OTROS		9	5

Fuente: esta investigación, 2005.

#### H. Funes.

En este municipio se pudo determinar varios puntos, el primero corresponde que muchos de los habitantes, producen para consumo propio la bebida alcohólica conocida como chicha, la cual es una bebida parcialmente fermentada generalmente de maíz, o de otros frutos como piña, arracacha y otros productos vegetales, siguiendo el proceso tradicional; tiene poca graduación alcohólica, pero es de gran acogida en esta población, de igual manera se determinó que el consumo de productos ecuatorianos es mucho mayor que el consumo de los productos nacionales, el Aguardiente Nariño y como dicen los mismos comerciantes, tiene salida, pero la población tiene mayor propensión al consumo de bebidas alcohólicas Ecuatorianas, porque el precio de compra de estas es mucho menor.

En esta población se realizaron 6 encuestas y el resultado de las mismas se aprecian en el cuadro 21.

### CUADRO 21.

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE FUNES			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	10	12	
RON VIEJO DE CALDAS	2	5	
APERITIVO DE LA CORTE		8	14
APERITIVO REY DEL BAR		9	13
BRANDY	1	2	
VINOS		10	12
OTROS			

Fuente: Esta investigación, 2005.

#### I. Guachucal.

En el municipio de Guachucal, se pudo determinar que el consumo de bebidas alcohólicas se encuentra dividido entre los licores Nacionales y los Ecuatorianos, según las encuestas realizadas, a diferentes tipos de establecimientos, como licorerías, tiendas y establecimientos en los cuales se venden bebidas y productos comestibles tanto Ecuatorianos como productos Nacionales. En este municipio se realizaron 20 encuestas a diferentes establecimientos, donde se pudo observar que en varios de ellos, la exhibición de las bebidas alcohólicas tanto Nacionales como de Contrabando se encuentran a la vista del público.

Para este municipio las encuestas arrojaron los siguientes resultados.

## CUADRO 22

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE GUACHUCAL			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	49	56	
RON VIEJO DE CALDAS	23	35	6
APERITIVO DE LA CORTE		32	18
APERITIVO REY DEL BAR		28	21
BRANDY	14	11	
VINOS		28	37
OTROS		9	5

Fuente: Esta investigación, 2005.

### J. Gualmatan.

En este municipio las 5 encuestas realizadas, se encaminaron a comprobar lo argumentado por algunas personas habitantes de este municipio que afirmaron que el consumo de licores se dirige mas al consumo de bebidas fermentadas como la chicha y el chapil y con respecto a las bebidas comerciales el consumo se divide entre las bebidas Colombianas y las Ecuatorianas.

Estos resultados se resumieron en el cuadro 23.

### CUADRO 23.

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE GUALMATAN			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	16	20	
RON VIEJO DE CALDAS	18	10	
APERITIVO DE LA CORTE		16	4
APERITIVO REY DEL BAR		18	8
BRANDY	4	8	
VINOS		14	18
OTROS			

Fuente: Esta investigación, 2005.

Como resultado de las encuestas realizadas en los municipios del sur y del sur occidente del Departamento arrojan el siguiente análisis.

Como se puede observar, el consumo de la Población de estos Municipios, tienen un mismo comportamiento, en cuanto que el Aguardiente Nariño, es la bebida alcohólica Nacional mas consumida en estas poblaciones, también, como se analizara mas adelante, el consumo de bebidas de Contrabando es mucho mayor que en el resto del Departamento, en estos Municipios se encuentran muchas bebidas fermentadas con bajo contenido alcoholimétrico, pero de gran acogida por el consumidor, también se determina que por el nivel cultural y como es afirmado por varios de los habitantes el hecho de que estos municipios se encuentran ubicados en zona fronteriza, se convierte en un factor que incide en un mayor consumo de bebidas alcohólicas de contrabando.

Para los municipios ubicados en el norte, nororiente y noroccidente del departamento se tiene como resultado de las encuestas realizadas.

#### K. Albán.

Para este municipio se realizaron 15 encuestas a varios establecimientos, de los cuales 2 se calificaban como licotiendas, es importante señalar que en este municipio como en 2 municipios aledaños se comercializa un vino fabricado por los mismos habitantes y como se pudo comprobar ya esta en proceso de registro y certificación, este vino es realizado a base de frutas, en especial de naranja.

En 1 de los establecimientos se pudo observar la presencia de unas cuantas botellas de aguardiente Nariño sin Estampilla, pero no se pudo establecer la procedencia de este producto, cabe señalar que este trabajo esta encaminado a determinar la preferencia y la propensión al consumo del Departamento y no tiene la facultad jurídica de realizar una investigación de ese tipo.

Se tiene como respuesta que en este municipio el consumo de vinos tiene una gran acogida, también los vinos espumosos y las champañas, y como fue manifestado por uno de los comerciantes estas bebidas son muy consumidas por la población mayor de 50 años.

Como repuesta a las encuestas realizadas se determinó:

## CUADRO 24.

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE SAN JOSE DE ALBÁN			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	66	72	
RON VIEJO DE CALDAS	37	46	
APERITIVO DE LA CORTE		12	24
APERITIVO REY DEL BAR		15	18
BRANDY	8	12	
VINOS		24	32
OTROS		4	2

Fuente: Esta investigación, 2005.

### L. Buesaco.

Este municipio tiene un gran movimiento en cuanto al comercio de todo tipo de productos, los grandes tenderos son los distribuidores de los pequeños establecimientos y por ser el primer municipio que se encuentra en la vía nororiental es paso obligado para llegar a los municipios de Alban, La cruz, la unión, etc, que en total suman 11 municipios y también existe un transporte que llega desde Cali por la antigua vía al norte; En este municipio se realizaron 25 encuestas, de las cuales 10 se realizaron en licorerías, licotiemdas y establecimientos donde se comercializan bebidas alcohólicas.

En 14 de estos establecimientos se pudo determinar que tienen una comercialización de Productos y bebidas del Ecuador, cabe señalar que el precio de estos productos es el doble del precio determinado en la ciudad de pasto, pero el consumo de estas bebidas es realizado en un 60% por las personas de las veredas aledañas, ya que el consumo de Aguardiente Nariño es muy alto, en realidad esta es la bebida que mas se consume y tiene una relación de 15 a 1 con respecto al Ron Viejo de Caldas.

El horario de Atención de los establecimientos se incrementa los días viernes, sábado y domingo y 5 de estos establecimientos atienden las 24 horas en estos días.

El resultado de las encuestas realizadas arroja la siguiente cuantificación, resumida en el cuadro 25.

**CUADRO 25.**

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE BUESACO			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	97	111	
RON VIEJO DE CALDAS	28	36	2
APERITIVO DE LA CORTE		26	21
APERITIVO REY DEL BAR		25	27
BRANDY	32	34	
VINOS		15	16
OTROS		4	8

Fuente: Esta investigación, 2005.

M. Chachagui.

En este municipio, se encuestaron 10 establecimientos, de los cuales 2 se los pueden catalogar como licotiemdas, las 8 encuestas restantes se las realizo en diferentes establecimientos de venta de productos de la canasta familiar, se observo que el consumo de licores tiene una pequeña similitud con el consumo en Pasto, Aguardiente Nariño y Ron viejo de caldas tienen la mayor demanda, de igual manera el brandy también tiene una gran acogida, los aperitivos son consumidos en especial por la población joven, donde cabe aclarar que este es uno de los municipios en los cuales los comerciantes entrevistados, hablaron de la problemática por el consumo de bebidas alcohólicas por parte de menores de edad.

Los resultados de estas encuestas se ven reflejadas en el cuadro 26.

**CUADRO 26.**

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE CHACHAGUI			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	67	92	
AGUARDIENTE NECTAR	14	16	
RON VIEJO DE CALDAS	26	32	7
APERITIVO DE LA CORTE	18	31	11
APERITIVO REY DEL BAR	13	18	8
BRANDY	19	24	
VINOS		13	7
OTROS	3	4	5

Fuente: esta investigación, 2005.

#### N. El Tambo.

En este municipio el consumo de licor tiene una tendencia de comportamiento no definido, es decir, de las 10 encuestas realizadas, 8 de los establecimientos son considerados como tiendas, que aseguraron la preferencia de bebidas alcohólicas es casi de igual proporción entre Aguardiente o Ron, con la venta de cerveza; para este municipio también se observó que el consumo de bebidas de contrabando tiene un margen considerable, pero los encuestados aseguraron que el aguardiente Departamental es el que tiene mayor venta.

De igual manera se pudo determinar que el consumo de bebidas fermentas elaboradas caseramente como el guarapo y la guayusa, tienen gran consumo pero estas no son muy comercializadas entre la población.

### CUADRO 27.

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE EL TAMBO			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	32	64	
RON VIEJO DE CALDAS	21	30	4
APERITIVO DE LA CORTE	10	15	9
APERITIVO REY DEL BAR	7	18	10
BRANDY	14	18	
VINOS		19	27
OTROS		8	

Fuente: esta investigación, 2005.

#### O. La Cruz.

En este municipio se realizaron 14 encuestas de las cuales 2 se hicieron en establecimientos catalogados como licoreras, 3 a billares, y las 9 restantes a tiendas.

Del licor encontrado en este municipio tan solo se observó algunas marcas de vinos sin etiqueta, de lo contrario se observó una gran variedad de licor etiquetado, el licor más común y el de mayor consumo es el Aguardiente Nariño, se pudo conocer por las declaraciones de algunos comerciantes que la población tiene solo preferencia por el Aguardiente Departamental y el consumo de aperitivos lo tienen como una segunda opción.

### CUADRO 28.

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE LA CRUZ			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	48	60	
RON VIEJO DE CALDAS	28	33	3
APERITIVO DE LA CORTE		10	7
APERITIVO REY DEL BAR		13	5
BRANDY	12	14	
VINOS		12	18
OTROS		5	7

Fuente: esta investigación, 2005.

#### P. La Florida.

En las 5 encuestas realizadas en este municipio, tan solo 1 correspondió a una licorera, las 4 restantes se realizaron en tiendas las de mayor tamaño en la cabecera municipal, se pudo observar unas pocas cantidades de licor de Contrabando, pero comparado con el consumo por los productos Colombianos, tiene una tendencia muy baja.

También se pudo conocer el gran consumo que existe por el guarapo, pero este licor no es comercializado, es solo para consumo personal.

## CUADRO 29.

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE LA FLORIDA			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	25	44	
RON VIEJO DE CALDAS	18	25	3
APERITIVO DE LA CORTE		16	11
APERITIVO REY DEL BAR		24	8
BRANDY	6	14	
VINOS		16	9
OTROS		8	

Fuente: esta investigación, 2005.

### Q. La Unión.

Este municipio es uno de los mas importantes en el Departamento, ocupa el 6 lugar en mayor número de Habitantes en el Departamento y tiene un nivel de comercio muy amplio, también tiene un comercio muy grande con los departamentos de Cauca y valle, el transporte desde y hacia este municipio es fácil de conseguir y su producto de mayor cultivo es el café.

Para efectos del presente estudio, se realizaron 15 encuestas a diferentes tipos de establecimientos, como licoreras, licotiendas, tiendas de abarrotes, cantinas y billares, se pudo determinar que el consumo de aguardiente Nariño es el mas importante, seguido muy de cerca por el consumo de Ron Viejo de Caldas y diferentes marcas de vinos, también se pudo establecer que existe una muy poca cantidad de licor procedente del departamento del Valle, pero su comercialización es muy controlada, de igual manera existe un control muy grande de la comercialización con productos de Contrabando por parte de la Gobernación de Nariño, se han realizado varios operativos y se han logrado incautar al rededor de 10. millones de pesos en licor de contrabando<sup>34</sup>, lo cual ha ayudado a mitigar un poco este flagelo en contra de la economía Departamental.

34 Cifras suministradas por la Subsecretaria de Rentas Departamentales. 2005.

Estos resultados de las encuestas realizadas, se ven reflejados en el cuadro 30.

**CUADRO 30.**

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE LA UNION			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	88	109	
RON VIEJO DE CALDAS	35	48	
APERITIVO DE LA CORTE		13	15
APERITIVO REY DEL BAR		18	20
BRANDY	18	25	
VINOS		7	3
OTROS		6	16

Fuente: esta investigación, 2005.

#### R. Nariño.

En este municipio se realizaron solamente 5 encuestas, de las cuales 3 fueron realizadas a los comerciantes de licores y otros productos, estos comerciantes aseguraron que la población fabrica varios tipos de bebidas alcohólicas como el guarapo, guayusa, chapil, y demas bebidas que son realizadas para consumo personal y afectan al comercio de productos como Aguardiente Nariño y otros, se pudo observar que existe de igual manera un comercio de productos de Contrabando, pero no tiene una gran relevancia.

Cabe señalar que estos resultados se ven afectados por el consumo de las bebidas populares anteriormente mencionadas.

### CUADRO 31.

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE NARIÑO			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	18	20	
RON VIEJO DE CALDAS	9	13	
APERITIVO DE LA CORTE		7	9
APERITIVO REY DEL BAR		8	6
BRANDY	7	9	
VINOS		12	
OTROS		3	

Fuente: esta investigación, 2005.

#### S. San Bernardo.

Para este municipio se obtuvo un resultado semejante que el obtenido en el municipio de Albán, la propensión al consumo tiene un comportamiento similar entre estos dos municipios, el único cambio se hace en el número de encuestas realizadas que son de tan solo 10 encuestas para este municipio.

**CUADRO 32.**

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE SAN BERNARDO			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	46	49	
RON VIEJO DE CALDAS	27	28	
APERITIVO DE LA CORTE		16	19
APERITIVO REY DEL BAR		19	18
BRANDY	24	31	
VINOS		35	39
OTROS		3	2

Fuente: esta investigación, 2005.

T. Sandona.

Este municipio se encuentra ubicado en el 9<sup>no</sup> lugar de los Municipios en el Departamento con mayor densidad poblacional, en este municipio el consumo de guarapo de caña fermentado es muy popular entre la población, pero este factor no afecta al consumo de Aguardiente Nariño que tiene la mayor acogida por la población, algunos de los habitantes aseguraron que en algunos establecimientos se pudo conseguir licor del Ecuador, pero este hecho no tiene gran efecto en el consumo del Aguardiente Departamental, este es el licor de mayor compra por parte de la población, los horarios de los establecimientos encuestados son muy variados entre si, aunque se pudo establecer que existen 3 establecimientos que tienen un horario de atención extendido hasta la madrugada los fines de semana. Del total de 14 establecimientos encuestados, se pudo determinar que la mayoría de comerciantes compran los productos a mayoristas de la ciudad de Pasto, ya que algunos aseguraron, que estos mayoristas les ofrecían precios favorables y facilidades de pago.

Se pudo comprobar la comercialización de Ron proveniente del Ecuador.

En el siguiente cuadro, se pueden apreciar los resultados de las encuestas realizadas.

**CUADRO 33.**

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE SANDONA			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	86	107	
RON VIEJO DE CALDAS	23	31	3
APERITIVO DE LA CORTE		12	18
APERITIVO REY DEL BAR		16	18
BRANDY	12	15	
VINOS		19	23
OTROS		8	12

Fuente: esta investigación, 2005.

#### U. San Pablo.

Este municipio ubicado en el noroccidente del Departamento, cuenta con un gran atractivo turístico, por lo cual existen varios establecimientos que comercializan bebidas alcohólicas, este municipio tiene limite con el departamento de cauca, por lo que el consumo de Ron tiene una gran acogida y es demandado casi en las mismas proporciones que al Aguardiente Nariño, el cual es Comercializado en pocas cantidades en los municipios aledaños que pertenecen al Departamento de Cauca, esta afirmación fue suministrada por habitantes de este municipio que aseguraron que el Aguardiente Departamental tiene esta gran acogida, debido a su sabor el cual es mas agradable al paladar.

En el total de encuestas realizadas, que fueron 10, los resultados del consumo del Aguardiente Nariño y Ron Viejo de Caldas tienen la particularidad que el consumo de estos dos productos se refleja mas en la presentación de 750cc. que en la de 375cc.

### CUADRO 34.

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE SAN PABLO			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	68	89	
RON VIEJO DE CALDAS	45	57	3
APERITIVO DE LA CORTE		13	15
APERITIVO REY DEL BAR		18	20
BRANDY	28	45	
VINOS		12	19
OTROS		6	2

Fuente: esta investigación, 2005.

De estos municipios ubicados al norte del departamento, se puede determinar finalmente que la tendencia al consumo de vinos es muy marcada en comparación con el resto del Departamento, en estos municipios se puede de igual manera tener como conclusión que el licor de contrabando no golpea de forma tan drástica el consumo del licor legal en el Departamento, pero este factor será analizado mas adelante en este trabajo.

Por Ultimo se analizan los municipios que se encuentran ubicados al occidente de Departamento.

#### V. Ancuya.

Este municipio tiene un comportamiento similar al municipio de Sandona, y cabe aclarar que la mayoría de los comerciantes realizan sus contactos para abastecerse de estos productos en el municipio de Sandona. En el municipio de Ancuya se realizaron un total de 6 encuestas.

### CUADRO 35.

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE ANCUYA			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	32	49	
RON VIEJO DE CALDAS	15	18	
APERITIVO DE LA CORTE	9	12	5
APERITIVO REY DEL BAR	11	17	8
BRANDY	8	15	
VINOS		9	15
OTROS		5	9

Fuente: esta investigación, 2005.

#### W. Consaca.

Para este municipio se realizaron un total de 12 encuestas, 4 de las cuales fueron dirigidas a consumidores, quienes manifestaron que el consumo de Aguardiente Nariño y de Aperitivos tienen mayor acogida en la población.

Las 8 encuestas restantes, fueron realizadas a varios tipos de establecimientos, de los cuales se pudo observar que en 2 de ellos el único licor que se comercializa es Aguardiente Nariño. La población encuesta afirmo que existe de igual manera la comercialización de licores de Contrabando, pero que la preferencia de consumo se inclina mucho mas hacia el Aguardiente Departamental y los Aperitivos.

### CUADRO 36.

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE CONSACA			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	49	58	
RON VIEJO DE CALDAS	27	36	
APERITIVO DE LA CORTE		18	32
APERITIVO REY DEL BAR		14	29
BRANDY	3	5	
VINOS		11	17
OTROS		3	10

Fuente: esta investigación, 2005.

#### X. Samaniego.

En este municipio se hizo un tratamiento diferente de la información, ya que en el día que se realizó la visita, existía ley seca en la población, por lo cual a pesar que se logró conocer que en esta hay 5 licoreras, no fue posible encuestarlas ya que se encontraban cerradas, por lo tanto, se realizaron 20 encuestas divididas de la siguiente manera, 7 de ellas se las realizó en diferentes establecimientos de venta de abarrotes y mas, y las 13 restantes se realizaron a personas habitantes de la región mayores de edad, los cuales coincidieron en la afirmación que en este municipio se consume aguardiente Nariño y Ron Viejo de Caldas, preferiblemente, de estas personas, 7 afirmaron que existe un consumo de licor Ecuatoriano, pero que el consumo de este producto se debía a que estos tienen un bajo precio, pero que la preferencia al consumo se dirige mas al licor Nacional.

En los 7 establecimientos encuestados, los comerciantes coincidieron en que si tenían venta de Aguardiente Nariño, pero que era esporádica o que la realizaban al por mayor para personas de las veredas aledañas, pero que las personas residentes de esta población prefería comprar estas bebidas en las licotiemdas, ya que estas se encuentran abiertas en horas de la tarde y de noche, en especial los fines de semana, que el consumo de estos productos es mayor.

Así que para el análisis respectivo de este municipio se lo va a cuantificar de acuerdo a la información suministrada por estos comerciantes, aclarando que no refleja de forma real el consumo de la población, también mas adelante se analizara la propensión y la preferencia al consumo de las diferentes poblaciones visitadas, la cual tiene en cuenta el consumo del licor de contrabando.

### CUADRO 37.

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE SAMANIEGO			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	30	59	
RON VIEJO DE CALDAS	18	29	
APERITIVO DE LA CORTE	5	7	2
APERITIVO REY DEL BAR	2	5	1
BRANDY	7	5	
VINOS		10	3
OTROS		2	3

Fuente: esta investigación, 2005.

#### Y. Tumaco.

En este municipio se realizaron 80 encuestas, estas se dividieron en 40 encuestas realizadas a establecimientos y 40 mas a población consumidora, en los diferentes establecimientos en que se realizó la encuesta, se pudo establecer que el consumo de Aguardiente Nariño es de gran tamaño, aclarando que 35 encuestas fueron realizadas en el corregimiento de Llorente; los días en que se realizaron las encuestas fueron domingo y lunes, lo cual ayudo a identificar con mas claridad el consumo de bebidas alcohólicas del fin de semana.

En las encuestas realizadas a los diferentes establecimientos, se logró conocer que en este municipio, el consumo de Aguardiente Nariño se ha incrementado, debido muchos factores, el mas importante se refiere a las medidas adelantadas por la Subsecretaria de Rentas con respecto a la incautación de contrabando, las cuales han tenido resultados favorables, así fue manifestado por varios de los encuestados, quienes aseguraron que el consumo del Licor Departamental, ha logrado captar el mercado que años antes tenia perdido por culpa de la introducción al Departamento de diferentes tipos de bebidas alcohólicas, que

tenían precios muy bajos, por la evasión de impuestos ya que ingresaban ilegalmente al país.

como un punto importante se hace necesario aclarar que el aguardiente Nariño comercializado en este municipio no tiene etiqueta y algunas de las botellas cuentan aun con tapa negra, esto se debe a que el licor distribuido en este municipio del Departamento hace parte de una producción del año pasado.

De las encuestas realizadas a los consumidores, se logró conocer que el consumo de Ron Viejo de Caldas, ha decaído un poco, ya que por mayor economía, las personas prefieren comprar Aguardiente Nariño; en el corregimiento de Llorente, los comerciantes manifestaron que el consumo de Aguardiente Nariño y Ron viejo de Caldas no han tenido mucho cambio en los últimos 6 meses, asiendo la aclaración que en el mes de Febrero, en el cual se lleva a cabo el Carnaval del fuego en Tumaco, el consumo se duplica; con respecto a este tema, muchos de los habitantes encuestados manifestaron que en esas festividades se lograba conseguir Aguardiente Nariño a un precio bajo, lo cual se puede traducir que se podría tratar de un comercio de Aguardiente adulterado, pero aclararon que este producto no era muy fácil de conseguir.

La mayoría de los establecimientos en los cuales se comercializa bebidas alcohólicas en el municipio de Tumaco y en el corregimiento de Llorente, se los puede catalogar como lico-tiendas, donde se consiguen toda clase de bebidas alcohólicas y algunos productos alimenticios.

Las licoreras de gran tamaño cuentan con una gran variedad de productos, pero el horario de atención llega hasta las 10:30pm o 11:00pm, y en las pequeñas lico-tiendas se tiene un horario mucho mas extendido.

### CUADRO 38.

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE TUMACO			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	Otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	292	459	
RON VIEJO DE CALDAS	230	293	
BRANDY	75	89	
VINOS		49	54
OTROS		59	82

Fuente: esta investigación, 2005.

#### Z. Tuquerres.

En este municipio, se realizaron 15 encuestas, de las cuales 2 fueron realizadas a licotiemendas de gran tamaño, los comerciantes manifestaron que su abastecimiento de productos lo hacían con mayoristas de la ciudad de Pasto y 8 de los encuestados manifestaron que este abastecimiento lo realizaban directamente con mayoristas de la misma ciudad de Tuquerres.

Con respecto a la preferencia de consumo de la población, manifestaron que se inclinaba a la compra de Aguardiente Nariño, pero al entrevistar a un grupo de habitantes de la ciudad, este consumo se inclinaba casi en la misma proporción al consumo de bebidas Ecuatorianas, lo cual de forma visual se pudo comprobar que existe un comercio de estos productos.

Según los datos suministrados por los comerciantes, la venta de Aguardiente Nariño esta en aumento, ya que muchos de ellos realizan ventas al mayor de este producto a habitantes de corregimientos o municipios aledaños.

### CUADRO 39.

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL DE PRODUCTOS EN EL MUNICIPIO DE TUQUERRES			
LICOR COMERCIALIZADO	CANTIDAD DE VENTA		
	375cc.	750cc.	Otras capacidades
AGUARDIENTE NARIÑO	262	338	
RON VIEJO DE CALDAS	175	261	
APERITIVO DE LA CORTE		38	28
APERITIVO REY DEL BAR		35	21
BRANDY	57	65	
VINOS		24	18
OTROS		12	23

Fuente: esta investigación, 2005.

como conclusión de la demanda de licores, a nivel Departamental<sup>35</sup>, el consumo de Aguardiente Nariño tiene mayor demanda dentro de los Municipios visitados, aclarando que existe consumo de licores de menor precio provenientes de manera ilegal del Ecuador, que en algunos municipios la demanda de estos productos, es mucho mayor.

Para el Departamento de Nariño, según el compilado de las encuestas realizadas, arrojan los siguientes resultados, reflejados en los cuadros 40 Y 41.

---

<sup>35</sup> Este nivel se da gracias a la sumatoria de todos los municipios encuestados, esta nivel de estudio para el Departamento se origina ya que en los municipios Encuestados se encuentran la mayor densidad poblacional en el Departamento, aclarando que muchos de los municipios que se tenían en cuenta a visitar en la formulación de este proyecto, no fue posible debido a problemas de orden publico dentro de estos.

### CUADRO 40.

CONSUMO MENSUAL DE AGUARDIENTE NARIÑO Y RON VIEJO DE CALDAS		
PASTO		
PRODUCTO	375c.c.	750c.c.
Aguardiente Nariño	2,174	2,322
Ron Viejo de Caldas	1,851	2,001

Fuente: Esta investigación, 2005.

### CUADRO 41.

CONSUMO MENSUAL DE AGUARDIENTE NARIÑO Y RON VIEJO DE CALDAS		
NIVEL DEPARTAMENTAL EXCEPTUANDO PASTO		
PRODUCTO	375c.c.	750c.c.
Aguardiente Nariño	3,255	3,858
Ron Viejo de Caldas	1,956	2,272

Fuente: Esta investigación, 2005.

### 3.2ANALISIS DE CAMPO SOBRE EL CONSUMO Y COMERCIO DE LICORES DE CONTRABANDO.

Para este análisis, se tienen en cuenta los datos suministrados por consumidores entrevistados, y como es lógico, si de los establecimientos encuestados existen algunos que comercialicen con productos de contrabando, no quisieron referirse al tema en el momento de contestar la encuesta.

Para comenzar, trataremos el Municipio de Ipiales, donde se pudo constatar que la presencia de licor de contrabando se encuentra en muchos de los expendios de licores visitados. En especial se observó la presencia de algunas cajas de licor de contrabando en la Galería central de Ipiales, éste comportamiento se presenta en la mayoría de centros de la ciudad, como en la salida a Tulcán y la salida a Aldana. Se observaron algunas marcas de vinos y ron sin etiqueta.

Según algunos habitantes encuestados, en muchos de los corregimientos del Municipio como el corregimiento de La Victoria, el consumo de licores Ecuatorianos es casi del 95% debido a su tan bajo precio \$2.500 por botella. Los licores que más se comercializan son: Aguardiente Norteño, Quindiano y Zhumir. Con respecto a los vinos, se encuentran, vino Convier, Festín, Champat, champaña y vino espumoso Pirre France. Entre los Rones se encuentran Ron Estelar, Ron Cartagena, Ron San Jorge, Ron San Juan, Ron San Miguel. Y con respecto a otros licores Brandy Naraja-lima y Lima-dry. El comportamiento de consumo y comercialización de licores de contrabando es preocupante, debido a que en los Municipios del sur del Departamento como Ipiales, Pupiales, Guachucal, Aldana, Gualmatán, Contadero, entre otros, se observó que el comercio de licores de contrabando se da abiertamente. Es así como en varios Municipios y como ejemplo Contadero, existe una licorera en la cual se vende exclusivamente productos Ecuatorianos.

A pesar de las medidas adelantadas por la Subsecretaría de Rentas del

Departamento en incautaciones y decomisos, el comercio en el área sur del Departamento continúa.

En los Municipios del norte, no se encuentra mucho licor de contrabando, con algunas excepciones, como se pudo observar en el Municipio de Buesaco, existe un pequeño comercio e Licor de Contrabando, en especial aguardiente Norteño, pero el factor que más llama la atención es el precio por botella que asciende a \$6.500 pesos, es casi la mitad del precio del Aguardiente Nariño para éste periodo de estudio.

Existen Municipios como Funes y Cumbal, donde sus habitantes admitieron el hecho, que el consumo de licores de contrabando se debía a varios factores como el precio, el sabor y contenido alcoholimétrico que según varios de los habitantes encuestados en mucho mejor y mayor en las bebidas Ecuatorianas.

En la ciudad de Pasto, se presenta un mercado muy grande a pesar que los establecimientos no tiene en exhibición estos productos, como sucede en los Municipios del sur. Con encuestas realizadas a los habitantes de La ciudad de Pasto, se llegó a la conclusión que existen 4 grandes focos de comercialización de licores de contrabando. Esta división se encuentra en el sector 1, el sector 3 entre los subsectores A, B y C, el sector 5 y el sector 6 anteriormente analizados, en especial en el sector 6. Se recibieron varias informaciones de la existencia de un gran expendio y comercialización al por mayor del Aguardiente Norteño, pero los encuestados no quisieron dar la ubicación exacta, tan solo afirmaron que en los barrios, Santa Mónica, Santa Bárbara y Villa Flor el consumo de este licor es mucho mayor que el consumo de aguardiente Nariño.

Como parte final de este análisis, se debe aclarar que la poca información encontrada con respecto a licores de contrabando se estableció en las encuestas realizadas a los consumidores o habitantes de los diferentes Municipios, mas no a los comerciantes. En los Municipios donde se logró establecer que el comercio de

Licores de contrabando se da de forma más abierta por parte de los comerciantes, fueron los Municipios donde los productos se encuentran exhibidos a la vista del público. En algunos Municipios como, Guachucal, Cumbal, Funes, Contadero, Gualmatan y Pupiales algunos de los comerciantes entregaron un promedio de venta semanal de estos productos, pero existe la aclaración que estas cifras no son muy confiables, ya que los comerciantes que decidieron hablar sobre el tema, lo hicieron de una manera reacia y evasiva, brindando respuestas debido al hecho que los productos se encontraban en un lugar visible.

**CUADRO 42.**

CONSUMO DE LICOR DE CONTRABANDO*		
FRECUENCIA SEMANAL		
MUNICIPIO	UNIDADES	TIPO
CUMBAL	14	aguardiente, ron
GUACHUCAL	21	aguardiente, ron
FUNES	9	aguardiente, ron
CONTADERO	11	aguardiente, ron
GUALMATAN	15	aguardiente, ron
PUPIALES	6	aguardiente, ron

Fuente: esta investigación

\* cabe aclarar que los datos fueron suministrados de forma evasiva y por consumidores.

Para el Municipio de Ipiales y Túquerres el consumo del licor de Contrabando no se logró establecer pero se debe aclarar que la comercialización es de gran tamaño y se puede decir que este comercio es al por mayor.

De esta manera se puede concluir que el comercio de licor de contrabando tiene acaparado un gran porcentaje del mercado, pero el tratamiento de la información merece un estudio mucho más profundo en compañía de las autoridades encargadas de su control, como son, La Policía Nacional, CTI, DAS, FISCALIA y la Gobernación De Nariño, ya que éste trabajo de investigación es de nivel académico e institucional correspondiente al estudio de mercado de Aguardiente Nariño.

#### 4. CONCLUSIONES

De las conclusiones más importantes que arrojó el trabajo de investigación, ha sido la excelente administración del Gobernador anterior y la continuación del buen trabajo administrativo del Doctor Eduardo Zúñiga, que presenta un crecimiento en los ingresos propios de un 240% entre los años 2000 y 2004.

El repunte de los ingresos obtenidos por cuenta de los licores, ha ayudado al Departamento a sanear sus arcas financieras. Y con la figura de monopolio el crecimiento continuo del mercado con respecto al licor Departamental, Aguardiente Nariño.

Se comprobó que la propensión al consumo de Aguardiente Nariño es la más alta en todo el departamento con respecto a otros licores comercializados.

Como análisis personal, puedo concluir que el mercado de Aguardiente Nariño tiene un buen escenario futuro, aclarando que se necesita aplicar excelentes medidas de marketing que impulsen éste mercado.

## 5. RECOMENDACIONES

Continuar las medidas de Choque implementadas por la Secretaría de Hacienda Departamental, en contra de la comercialización de bebidas de contrabando y licores adulterados.

Incrementar el nivel de operativos en los Municipios, para controlar de una manera más efectiva la comercialización de licores de contrabando.

Como se analizó anteriormente, estudiar la implementación de diferentes técnicas en mercadeo para mejorar la comercialización y demanda de Aguardiente Nariño.

## BIBLIOGRAFIA.

CEPAL. Las nuevas teorías y enfoques conceptuales sobre el desarrollo regional. Separata N° 1 de 7: Ilpes. 5 de Julio de 2002. Documento PDF.

CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. ley 223,Articulo 17, Sobre Impuesto a las Ventas, estatuto tributario. Santa fe de Bogotá, Diciembre 20 de 1995.

CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Articulo 205, ley 223. Capítulo VIII, Impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares. Base Gravable. Santa fe de Bogotá, Diciembre 20 de 1995.

CONGRESO NACIONAL DE GOBERNADORES, XX ASAMBLEA NACIONAL DE GOBERNADORES, Denominación: Federación Nacional de Departamentos. Santa fe de Bogotá. Enero de 1998.

CORTE CONSTITUCIONAL. ley 14, artículo 61. 1983.

DANE. Proyección para el año 2004:DANE.

DIARIO OFICIAL. NUMERO 42.160, ley 223, artículo 257. diciembre 22 de 1995.

DOCTRINA DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE APOYO FISCAL. Asesoría N° 2326-02, junio 17 de 2002 y Asesoría N°023174-03, del 26 de Junio de 2003.

GOBERNACIÓN DE NARIÑO, Reconstrucción Fiscal 2001. Secretaría de Hacienda Departamental. Ediciones EDITOR San Juan de Pasto, 2002.

GOBERNACIÓN DE NARIÑO. Secretaría de planeación Departamental. LA

FUERZA DEL CAMBIO CONTINUA, Plan de Desarrollo 2004 – 2007. San Juan de Pasto: Planeación Departamental. 2004.

GOBERNACIÓN DE NARIÑO. FUNCIONES Y DIVISIÓN INSTITUCIONAL, Oficina de Personal: Gobernación. Periodo 2004 – 2007.

MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO. La Ley 550 en las entidades territoriales y descentralizadas del nivel territorial. Santa fe de Bogotá: Dirección de apoyo fiscal. En: documento PDF. 2001.

MINISTERIO DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO. Compilación de Normas Tributarias Departamentales, Tributos Departamentales. Dirección de apoyo fiscal. Tomo I. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia, 2003.