1. ANALISIS DEL SECTOR

Agropecuario

El sector agropecuario tiene una importancia estratégica en el proceso de desarrollo económico y social de Colombia. Por una parte, el sector genera más del 20% del empleo Nacional y representa alrededor del 50% del empleo en las áreas rurales. De otra parte, su producción es fundamental para el abastecimiento de alimentos a los hogares urbanos y rurales, y de materias primas para la agroindustria. Finalmente, una buena parte de su producción se destina a los mercados internacionales generando divisas y manteniendo una posición superavitaria en la balanza comercial agropecuaria.

En Colombia, el sector agro es uno de los principales ejes que mueve el país, tanto en el tema económico, como en el ámbito de la seguridad alimentaria. Y es que nuestro país, según la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), puede convertirse en una de las grandes despensas del mundo, pues es uno de los siete países en Latinoamérica con mayor potencial para el desarrollo de áreas cultivables: “Entre 223 países en los que se evaluó el potencial de expansión del área agrícola –sin afectar elárea del bosque natural– esta nación ocupó el puesto 25, ya que de los 22 millones de hectáreas cultivables, solo están sembradas 4,8, sin incluir el potencial de la Altillanura, estimado en 3,5 millones de hectáreas”. En este contexto, cabe mencionar que el agro no solo constituye la actividad fundamental para abastecer de alimentos a la poblacióncolombiana, sino también una labor que aporta al abastecimiento de otras naciones con productos como flores, café, aceite de palma, azúcar, panela, banano, cacao, frutas, productos lácteos, carne de bovinos, porcinos, entre otros.

La producción agrícola vincula mano de obra rural, a partir de un modelo de agronegocio que busca la competitividad, rentabilidad y sostenibilidad económica, social y ambiental. En Colombia, los principales sistemas de producción se relacionan con la variada geografía nacional y usos del territorio, en el marco de la pluriétnica y multiculturalidad.

El desarrollo de estos productos agropecuarios, generan millones de empleos directos,lo que representa un gran porcentaje del sector agrícola y pecuario. Asimismo, se considera que estos productos permitirán a futuro incrementar en más de un millón de hectáreas la superficie cultivada del país.

En el departamento de Nariño, la principal fuente económica es la agricultura. Según el Censo Nacional Agropecuario, el área rural dispersa con uso agrícola es de 703.447 hectáreas. Específicamente en la zona andina y de clima frio la economía se basaen gran parte de la producción de la agricultura familiar, con variedad de productos, dentrode los que uno o dos de ellos están orientados a la generación de ingresos a través de la comercialización de sus excedentes, la cual surte mercados locales, subregionales y regionales. Esta forma de producción además de contribuir a la producción de alimentos para el autoconsumo y la comercialización ayuda a la protección de los recursos naturales.

Históricamente Nariño y particularmente la zona sur ha cumplido el papel de

proveedor de alimentos y materias primas para los mercados domésticos e industrias del interior del país en una situación de permanente desventaja, ocasionada principalmente por dos aspectos: en la parte de producción las técnicas agrícolas se han mantenido en condiciones casi inmodificables, con bajos niveles de productividad, débil planificación productiva y escasa organización de los productores; en segunda instancia, hay ausencia de una estructura comercial organizada que responda a las nuevas exigencias de los mercados, atomización en las actividades de comercialización a través de intermediarios, oferta sin valor agregado, fluctuación de precios y precaria posición negociadora local.

Papelería

A nivel mundial, el sector de papelería ha experimentado cambios significativos debido a la digitalización, los avances tecnológicos y los cambios en los hábitos de consumo. Estos cambios han afectado tanto a los consumidores como a las empresas del sector.

En general, se ha observado una disminución en la demanda de ciertos productos tradicionales de papelería, como cuadernos, lápices y bolígrafos, debido al aumento de la adopción de dispositivos electrónicos, como tabletas y smartphones, para la toma de notas y la comunicación escrita. Los consumidores ahora prefieren utilizar aplicaciones y herramientas digitales para gestionar sus tareas y organizar su información.

Sin embargo, a pesar de esta tendencia, todavía existe un mercado sólido para productos de papelería en todo el mundo. Hay segmentos de consumidores que valoran la experiencia táctil y la creatividad asociadas con el uso de productos de papelería tradicionales. Además, se ha observado un aumento en la demanda de productos de papelería de diseño, personalizados y eco-amigables.

Para adaptarse a estos cambios, muchas empresas de papelería han buscado diversificar su oferta y ofrecer productos innovadores y especializados. Esto incluye productos de papelería con diseños exclusivos, materiales sostenibles, herramientas de escritura avanzadas y productos personalizables. Además, algunas empresas han ampliado su enfoque y han incluido productos relacionados con la organización, la planificación y la decoración.

Además, se ha producido una convergencia entre el sector de papelería y el de papelería de oficina, donde las empresas han buscado ofrecer soluciones integradas para las necesidades de organización y comunicación en el entorno laboral.

El sector de libros y papelería en Colombia ha experimentado tanto desafíos como oportunidades en los últimos años. Algunos factores que han influido en el mercado incluyen el aumento de la penetración de Internet y la popularidad de los dispositivos electrónicos para la lectura, lo que ha generado cambios en los hábitos de consumo y ha llevado a un declive en las ventas de libros impresos.

No obstante, también ha habido un crecimiento en la demanda de libros de contenido educativo, literatura infantil y libros técnicos especializados. Además, las librerías independientes han ganado fuerza en el país, ofreciendo experiencias únicas y enfocándose en nichos específicos.

De igual manera, el sector de la papelería en Colombia es un sector que ha

enfrentado desafíos debido a la digitalización y la disminución en la demanda de productos físicos, como cuadernos y lápices, debido a la transición hacia entornos digitales y la implementación de tecnologías en las escuelas y oficinas.

No obstante, a pesar de esta tendencia, aún existe un mercado sólido para materiales de papelería en Colombia. Los productos más comunes incluyen cuadernos, lápices, bolígrafos, carpetas, pegamento, gomas de borrar, reglas y otros útiles escolares y de oficina.

El comportamiento del mercado de materiales de papelería está influenciado por factores como la temporada escolar, la demanda corporativa y las tendencias de diseño y moda. Durante la temporada escolar, por ejemplo, se observa un aumento significativo en la demanda de materiales de papelería a medida que los estudiantes se preparan para el inicio del año académico.

Además, se ha observado un crecimiento en la demanda de productos de papelería personalizados y de alta calidad, como cuadernos con diseños exclusivos, bolígrafos especiales y productos de papelería ecológicos. Estas tendencias reflejan la búsqueda de productos diferenciados y personalizados por parte de los consumidores.

Es importante destacar que, a medida que la tecnología avanza, algunas empresas de papelería han buscado diversificar su oferta y adaptarse a las nuevas necesidades del mercado. Esto implica la incorporación de productos tecnológicos complementarios, como tabletas de escritura digital, organizadores electrónicos y dispositivos de almacenamiento digital.

Producción de papel en Colombia

De acuerdo con Redmas (2023), la industria de papelería en Colombia viene trabajando de forma estratégica orientada hacia la sostenibilidad ambiental a partir del uso de fibras sostenibles, alineándose con la agenda 2030 de los Objetivos Sostenible de las Naciones Unidas.

En tal sentido, el compromiso del sector con el medioambiente es el uso de fibras de celulosa sostenible para fabricar papel y cartón. El uso de material reciclable se ha convertido en el pilar fundamental de insumos para la industria, que en 2022 consumió 1.092.990 toneladas de fibra secundaria proveniente de los desechos aprovechables y 151.659 toneladas de pulpa virgen de bagazo de caña.

La ANDI señala que, en 2022 la industria alcanzo una producción de 1.316.610 toneladas de papel y cartón[1].

Tecnología y electrónica

La tecnología en Colombia ha venido creciendo en los últimos años, tanto así que actualmente este sector ocupa una parte importante en el producto interno bruto (PIB) y en el mercado laboral del país.

De acuerdo con la Federación de Software y TI (Fedesoft) desde el 2010, las empresas pertenecientes a esta industria han crecido progresivamente. Para

[1] https://redmas.com.co/tecnologia/El-68--de-la-materia-prima-para-fabricar-papel-en-Colombia-viene-de-fibras-recicladas-20230425- 0027.html

ese año las ventas del sector como porcentaje del PIB fue del 0.40 %, mientras que para el 2015 aumentó al 1.19 %.

Pasados cinco años e impulsado por la pandemia, la industria tecnológica del país creció 7.3 veces su valor y generó más de 150 mil empleos al alcanzar un 2.94 % del PIB, cifra que se ha mantenido en el 2021 y 2022.

Lo anterior ha llevado a posicionar al país como el cuarto país más grande de Latinoamérica para el mercado tecnológico, superado solamente por Brasil, México y Chile.

Índice global de innovación

Como es costumbre, cada año la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) publica su informe sobre innovación y en la edición 2022 Colombia registró una mejora respecto a la edición del 2021.
¿Qué es el Índice Global de Innovación? Este es un informe que realiza la OMPI que proporciona parámetros de resultados y clasifica 132 economías en función de sus ecosistemas de innovación.
Para calificar a cada país la OMPI mide la innovación teniendo en cuenta aproximadamente 80 indicadores agrupados en: insumos de innovación y resultados.
Algunos de los indicadores que se tienen en cuenta son:

- Instituciones
- Capital humano e investigación
- Infraestructura
- Crédito
- Inversión
- Vinculación
- Creación
- Absorción y difusión del conocimiento

En ese orden de ideas, los resultados en 2022 que obtuvo Colombia fueron bastante positivos, pues subió en la calificación al ocupar el puesto 63, en comparación del 2021 cuando se ubicó en el puesto 67.

Adicionalmente, el país ocupó el puesto 15 entre los 36 países de ingreso medio-alto y la cuarta posición entre las 18 economías de América Latina y el Caribe.
Lo anterior se debe a que Colombia obtuvo un desempeño por encima del promedio de los países de ingreso medio-alto en tres de los siete pilares analizados; infraestructura, sofisticación empresarial, e instituciones.

Otro dato relevante del informe del Índice Global de Innovación 2022, fue que la tecnología en Colombia tiene un mejor desempeño en los insumos de innovación que en la producción de estos.
Esto quiere decir que los productos de innovación no son proporcionales a la inversión que se hace en materia de tecnología. En otras palabras, la inversión es buena pero no se le está sacando provecho.

Software de calidad exportación

En este auge de la tecnología en Colombia cabe resaltar el papel que está teniendo la industria del software y las tecnologías de la información donde en un periodo de 4 años el país pasó de tener 8.800 a 10.000 empresas, dedicadas

a esta materia.
El surgimiento de estas nuevas compañías también ha impulsado la exportación de sus soluciones tecnológicas a países como Estados Unidos, Ecuador y México cuya participación es del 33 %, 14.1 % y 8.3 %, respectivamente.

Retos de la tecnología en Colombia

Aunque los índices demuestran que el país ha avanzado seriamente, existen todavía varios retos para que la tecnología en Colombia beneficie a todos los sectores poblacionales y algunas industrias que se han quedado relegadas en esta materia.
Para ello se debe reducir la brecha digital existente en las zonas rurales, incluir más a las mujeres en este sector (ofrecerle productos y servicios financieros acordes a su realidad) y capacitar a las mipymes en el uso de estas herramientas digitales, pues muchos de estos pequeños negocios ven con recelo el uso de la tecnología para la operación misma.
Otro reto es trabajar y profundizar en la regulación de todas estos aplicativos, pues aún existen ciertos vacíos que pueden generar inconvenientes en un futuro.

Tomado de:

https://www.datacreditoempresas.com.co/blog-datacredito-empresas/tecnologia-en-colombia-cada-vez-mas-importante/

https://www.dnp.gov.co/Crecimiento-Verde/Documents/ejes-tematicos/Bioeconomia/Informe%202/ANEXO%201_An%C3%A1lisis%20sector%20agr% C3%ADcola.pdf

https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/El-sector-agropecuario-creci%C3%B3- 6,8-e-impuls%C3%B3-la-econom%C3%ADa-colombiana-en-el-primer-trimestre-de-2020-
.aspx

https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-362822_recurso.pdf

https://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/4092

https://repository.agrosavia.co/handle/20.500.12324/36543#:~:text=El%20Plan%20Depart
amental%20de%20Extensi%C3%B3n,investigaci%C3%B3n%2C%20desarrollo%20tecnol
%C3%B3gico%2C%20transferencia%20de

https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/DTSER-87.pdf

https://www.adr.gov.co/wp-content/uploads/2021/07/NARINO-TOMO-1.pdf

https://www.adr.gov.co/wp-content/uploads/2021/07/NARINO-TOMO-II.pdf
https://orientacion.universia.net.co/infodetail/universidades/noticias/-el-sector-agropecuario-despues-de-pandemia-y-un-paro-nacional-8395.html

Modistería

La industria de la moda en Colombia ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por factores como el aumento del ingreso disponible, la creciente urbanización y la mayor conciencia de la moda entre los consumidores. El sector de la modistería, que abarca el diseño, la

confección y la venta de prendas de vestir, juega un papel crucial en este crecimiento.

El mercado de la modistería en Colombia se estima en **más de 20 billones de pesos** (aproximadamente $5 mil millones de dólares) a partir de 2023. Se espera que el mercado continúe creciendo en los próximos años.

El sector de la modistería en Colombia ofrece diversas oportunidades para las entidades estatales que buscan adquirir productos de calidad a precios competitivos.

El mercado de la modistería en Colombia se segmenta por tipo de prenda, canal de distribución y grupo demográfico:
Por tipo de prenda: La ropa para mujer es el segmento más grande del mercado, seguido de la ropa para hombre y la ropa infantil.
Por canal de distribución: Las tiendas minoristas físicas son el principal canal de distribución de la moda en Colombia, seguido del comercio electrónico y los grandes almacenes.
Por grupo demográfico: Los millennials (personas con edades comprendidas desde 27 a 42 años, cronológicamente ubicadas entre 1981 y 1996) y la Generación Z (nacidos entre 1995 y 2010), son los grupos demográficos más importantes para la industria de la moda en Colombia

Los actores principales de la modistería en Colombia son:
Empresas de confección: Producen prendas de vestir a gran escala.
Diseñadores de moda: Crean y desarrollan conceptos de moda.
Tiendas minoristas: Venden prendas de vestir al consumidor final.
Plataformas de comercio electrónico: Venden prendas de vestir en línea

Las tendencias del Sector de la Modistería en Colombia estan encaminadas a: Sostenibilidad: Los consumidores colombianos están cada vez más interesados en la moda sostenible y ética. Esto está impulsando la demanda de prendas elaboradas con materiales ecológicos y producidas de manera responsable.
Comercio electrónico: El comercio electrónico está creciendo rápidamente en Colombia, y esto está teniendo un impacto significativo en la industria de la moda. Las marcas de moda están cada vez más vendiendo sus productos en línea, y también están utilizando el comercio electrónico para llegar a nuevos clientes en todo el país.
Personalización: Los consumidores colombianos buscan cada vez más prendas personalizadas que reflejen su estilo individual. Esto está impulsando la demanda de servicios de moda personalizados, como la confección a medida y la impresión bajo demanda.
Consumo consciente: Mayor conciencia del impacto ambiental y social de la industria de la moda.
Existen varias oportunidades para las empresas que operan en el sector de la modistería en Colombia:
Expansión a nuevos mercados: La industria de la moda en Colombia está relativamente poco desarrollada en comparación con otros países de América Latina. Esto significa que existen oportunidades para que las empresas colombianas expandan sus negocios a nuevos mercados.
Desarrollo de marcas: Hay una creciente demanda de marcas de moda colombianas en el mercado nacional e internacional. Las empresas colombianas pueden capitalizar esta tendencia desarrollando marcas fuertes y distintivas.
Innovación: La industria de la moda está en constante evolución, y las empresas

que pueden innovar y adaptarse a las nuevas tendencias serán las que tengan éxito.
Las empresas que operan en el sector de la modistería en Colombia también enfrentan algunos desafíos:
Competencia: La industria de la moda es altamente competitiva, tanto a nivel nacional como internacional. Las empresas colombianas deben encontrar formas de diferenciarse de sus competidores para tener éxito.
Costos: Los costos de producción en Colombia pueden ser relativamente altos, lo que puede dificultar que las empresas compitan con sus contrapartes en países con costos más bajos.
Infraestructura: La infraestructura logística en Colombia puede ser deficiente, lo que puede dificultar el transporte de productos al mercado.

El sector de la modistería en Colombia es un sector dinámico y en crecimiento con un gran potencial. Las empresas que pueden superar los desafíos y aprovechar las oportunidades que ofrece este sector pueden tener éxito.

Inexmoda: https://www.inexmoda.org.co/
Cámara Colombiana de la Confección: https://acortar.link/5L7aSI
ProColombia: https://procolombia.co/es

Agroindustria:

El sector agroindustrial en Colombia ha tenido grandes momentos coyunturales en la historia que están ligados estrechamente con las políticas comerciales internacionales, los mismos que han incidido en la participación y protagonismo del mercado. El 46,97 % de 1970 se corresponde a una política proteccionista que evitaba la entrada de productos agroindustriales provenientes de economías con mejores ventajas competitivas que las colombianas, pero es quizás hacia los años noventa cuando el modelo aperturista en el periodo presidencial de Cesar Gaviria contribuye a una confrontación competitiva entre productos extranjeros y nacionales, disminuyendo así la obtención de beneficios por parte del sector nacional.

Un importante impulso a la agroindustria lo dio la Ley 811 de 2003, por medio de la cual se impulsó una política de creación y organización de las cadenas productivas a nivel nacional haciendo distinción por zona o región productora, por producto o por grupo de productos, por acuerdos entre los empresarios, gremios y organizaciones, comercialización y distribución.
En la actualidad el sector agroindustrial viene evolucionado rápidamente a lo largo de los años, por tal motivo se han identificado dos tipos de agroindustrias: la agroindustria tradicional y la moderna. La primera se caracteriza por tener una alta participación de las materias primas de origen agropecuario y por el empleo de una tecnología relativamente simple. La agroindustria moderna incorpora a sus actividades una alta transformación de las materias primas por lo cual llegan a una etapa intermedia del desarrollo industrial; la adopción de tecnologías de punta genera más valor agregado a dicho sector.

La agroindustria debe entenderse en un sentido amplio, incluyendo a todos los actores involucrados en la producción y transformación de un producto agrícola; es decir, comprende no solo actividades agropecuarias, sino también actividades

manufactureras asociadas con la producción de insumos (semillas, máquinas, fertilizantes, pesticidas) y la industria trasformadora de estos productos.

Gracias a su posición geográfica Colombia es un consumidor y productor importante de alimentos en cada uno de sus departamentos, cuenta con amplia experiencia en el sector agroindustrial para producir y procesar diversos tipos de productos que responden a las tendencias actuales de consumo, Esto se debe en gran parte a factores productivos como lo es la tierra, contar con amplias zonas de cultivo que abarcan todos los pisos térmicos existentes que permiten una diversificación y variedad de cultivos de los cuales se puede obtener las materias primas necesarias para suplir la demanda de las diferentes industrias colombianas, que habrían de traducirse en ventajas en la fase inicial de las actividades que conforman el primer eslabón, y de paso en prenda de garantía para el desarrollo industrial. En este sentido, y para usar el concepto tradicional de sector agroindustrial, es claro que dadas las anteriores consideraciones se esperaría que este juegue un papel importante en la economía colombiana; por lo que pensar en un modelo productivo que dinamice el desarrollo de este, constituye una tarea de primer orden en las agendas públicas y privadas.

Actualmente en Colombia se está avanzando en la producción de cadenas agroalimentarias como: cadena agroindustrial del azúcar y confitería, cadena del café e instantáneos, cadena agroindustrial de la leche y derivados, cadena agroindustrial de carne y subproductos, cadena de hortalizas (tomate fresco, y procesado), cadena agroindustrial de la papa, cadena agroindustrial del plátano, cadena de la piscicultura (cachama, tilapia y trucha), entre otras; Las cuales han presentado un desarrollo continuo lo que ha incidido en el aumento de las exportaciones en general, la agroindustria depende de la forma de producción, de la presencia de economías de escala y del uso de métodos administrativos modernos.
Frente al reto mundial de satisfacer la demanda de 9.000 millones de personas al 2050, se abre una gran oportunidad de desarrollo para la cadena agroindustrial en Colombia, aprovechando su riqueza en recursos naturales y su localización, sumado a la existencia de experiencias previas y capacidades productivas demostradas en varios sectores.

Información tomada de:
https://agroindustrialuissocorro.wordpress.com/2014/08/11/introduccion-a-la-agroindustria-en-colombia/
https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/2826/Trabajo%20de%20grado%20-%20Oswaldo%20Felipe%20Martinez%20Barrada%20y%20Sebastian%20Morales%20Chica.pdf?sequence=1
https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/El-sector-agropecuario-creci%C3%B3-6,8-e-impuls%C3%B3-la-econom%C3%ADa-colombiana-en-el-primer-trimestre-de-2020-.aspx

Las variables económicas que pueden afectar el abastecimiento o los precios en los sectores objeto de este estudio:

Son diversas y abarcan aspectos como la inflación, la variación del salario mínimo legal vigente (SMMLV) y la tasa de cambio. A continuación, se explican cómo estas variables pueden influir en el sector:
Inflación: La inflación es el aumento generalizado y sostenido en los precios de bienes y servicios en un país durante un periodo de tiempo.

En el sector agropecuario, la inflación puede afectar tanto los costos de producción como los precios de venta de los productos agrícolas.

Un aumento en la inflación puede llevar a un incremento en los costos de insumos, como fertilizantes, pesticidas, combustible y maquinaria, lo cual puede reducir la rentabilidad de los productores.
Además, la inflación puede impactar la demanda de productos, ya que los consumidores pueden enfrentar mayores precios y optar por reducir su consumo o buscar alternativas más económicas.

Variación del salario mínimo legal vigente (SMMLV): La variación del SMMLV puede tener un impacto directo en los costos laborales, especialmente en actividades que requieren mano de obra intensiva.

Un aumento en el SMMLV puede incrementar los costos laborales, lo que podría llevarlos a aumentar los precios de los productos para compensar estos mayores gastos.

Por otro lado, un aumento en el SMMLV también puede significar un aumento del poder adquisitivo de los trabajadores del campo, lo que podría impulsar la demanda de productos.

Tasa de cambio: La tasa de cambio es el precio relativo de una moneda en términos de otra y puede influir en la competitividad de los productos colombianos en los mercados internacionales.

Una depreciación de la moneda local frente a otras monedas extranjeras puede hacer que los productos colombianos sean más baratos para los compradores extranjeros, lo que podría aumentar las exportaciones y la demanda externa.

Por otro lado, una apreciación de la moneda local puede hacer que los productos colombianos sean más costosos para los compradores extranjeros, lo que podría reducir las exportaciones y afectar negativamente los ingresos de los productores.

