

Pasto, Nariño, 19 de marzo de 2026.

Doctor
CRISTIAN DIAZ BASTIDAS
Presidente
Asamblea Departamental de Nariño
E. S. D.

Asunto: Respuesta oficio ADN-SG-2026- 036.

En atención al requerimiento elevado por el honorable Diputado Berner Zambrano, me permito presentar la información requerida como respuesta, en el marco de las competencias de esta dependencia y conforme a los registros e información que reposa en la subsecretaria. Al final de cada respuesta, entre paréntesis, se indican los nombres y cargos o tipo de vinculación de las personas que participaron en el proceso de recolección y organización de la información y/o proyección de la respectiva respuesta:

1. Sírvasse informar cual ha sido la participación del Aguardiente Nariño en el mercado del departamento durante los años 2023, 2024, 2025 y lo corrido del año 2026.

Respuesta: La participación de Aguardiente Nariño en el mercado del departamento en unidades vendidas y porcentualmente se expresa en el siguiente cuadro.

PARTICIPACIÓN DE AGUARDIENTE NARIÑO EN EL DEPARTAMENTO

ANO	CANTIDADES CONVERTIDAS A BOTELLAS POR 750 CC.	PORCENTAJE
2023	1.669.258	100
2024	2.080.330	100
2025	1.170.780	35,56
2026	682	

Fuente: Plataforma infoconsumo Sistemas y Computadores, con declaraciones presentadas

Nota: a partir del año 2025, el mercado de aguardientes, en el departamento de Nariño, se comparte con la introducción de otras marcas por efecto de la sentencia 032 del 4 de febrero de 2025 de la Corte Constitucional. (Ignacio Paredes secretario código 440 grado 05 y Ariel Guerrón contratista).

2. Indicar cuál ha sido la participación de mercado de aguardientes provenientes de otros departamentos dentro del territorio de Nariño, especialmente a partir del año 2025, cuando se permitió el ingreso de estos productos al departamento.

Respuesta: Teniendo en cuenta el requerimiento anterior, se anexa cuadro donde se especifica dicha información:

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE OTROS AGUARDIENTES AÑO 2025

PRODUCTO	CANT. CONV. A BOTELLAS DE 750 CC.	PORCENTAJE
AG. AMARILLO DE MANZANARES 24°	1.626.800	49,41
AG. ANTIOQUEÑO	398.324	12,10
AG. BLANCO DEL VALLE	50.664	1,54
AG. CRISTAL CALDAS	21.840	0,66
L. DE AGUARDIENTE LICORES DE LA SABANA 22°	14.472	0,44
AG. CAUCANO	6.024	0,18
AG. MOLENDERO 24°	2.400	0,07
L. GUARIZADO 24	1.200	0,04
TOTALES	2.121.724	64,44

Fuente: Plataforma infoconsumo Sistemas y Computadores, con declaraciones presentadas.

Vale insistir en que la entrada de los otros aguardientes a nuestro mercado, no fue una decisión deliberada de la administración, fue en cumplimiento de la sentencia 032 del 4 de febrero de 2025 de la Corte Constitucional. (Ignacio Paredes secretario código 440 grado 05 y Ariel Guerrón contratista).

3. Informar si el departamento cuenta con estudios de mercado o análisis de competitividad frente a otras marcas de aguardiente que actualmente se comercializan en Nariño. En caso afirmativo, adjuntar copia de dichos estudios.

Respuesta: Actualmente la marca Aguardiente Nariño no cuenta con estudio de mercado con resultados estructurados de orden descriptivo - concluyente de tipo cuantitativo, a la fecha se adelanta estudios que buscan: “*Conocer la percepción de los consumidores sobre la marca y los productos de aguardiente Nariño dentro de la actual dinámica de mercado de aguardientes en el departamento de Nariño entre el 1 de marzo al 30 abril de 2026*”, dichos estudios se encuentran en la fase previa de recolección de información. Por otra parte, es preciso mencionar que la realización de un estudio con alto grado de objetividad requiere el tamaño de una muestra significativa, con distribución muestral que incluya la extensión geográfica de todo el departamento en las 13 subregiones, la aplicación de este tipo de estudios representa un inversión representativa de recursos, que para las vigencias 2024 y 2025 las condiciones de mercado presentaron particularidades que habrían generado resultados sesgados respecto a la información recolectada y la necesidad de actualizar dicha información en una periodicidad menor a seis meses.

En el año 2024 bajo el actual de modelo de comercialización del producto se llevaron a cabo tres enajenaciones, como se describe a continuación:

PROCESO	FECHA DE ADJUDICACIÓN	NUMERO DE LOTES	TOTAL UNIDADES POR LOTES	VALOR TOTAL POR LOTES
SASC-002-2024	28/06/2024	30	814.320	\$19.765.286.280
SASC-003-2024	24/11/2024	24	182.304	\$6.410.266.152
SASC-004-2024	11/12/2024	56	1.826.496	\$49.146.920.256
Total		110	2.823.120	\$75.322.472.688

Fuente: Subsecretaría de rentas - febrero 2025

La temporalidad de las enajenaciones, es decir, la periodicidad en que realizaron los procesos de venta a mayoristas generó un comportamiento atípico del abastecimiento en el mercado, supeditando la rotación de producto (adjudicación-venta-consumo en el año 2024 e inicios de 2025) a la especulación y autonomía del manejo de stock de inventario por parte de los mayoristas, la realización de un estudio de mercado bajo circunstancias de fluctuaciones en el abastecimiento condicionaba a la obtención de resultados, pues los mismos estarían sesgados.

Así mismo, las fechas de adjudicación (venta) de los lotes a los mayoristas, no corresponde al consumo final del producto, eventualmente debe pasar un periodo tras la adjudicación de

los lotes para que el stock de los compradores mayoristas sea adquirido por los eslabones de la cadena de distribución (establecimientos de comercio, minoristas, supermercados, autoservicios, discotecas, bares, estancos, licoreras, etc.) y, posteriormente, sea adquirido y consumido por los clientes finales, la periodicidad de los procesos de enajenación inciden directamente en las fluctuaciones del comportamiento de compra, transición del producto en el canal de distribución y las existencias disponibles para consumo final.

Por su parte, la Corte Constitucional a través de la Sentencia C-032/25 de 4 de febrero de 2025 declaró inexecutable los incisos primero y segundo del artículo 28 de la Ley 1816 de 2016, y estableció una clara diferencia entre monopolio comercial y monopolio rentístico, de la siguiente manera: *“La Corte resaltó que, si bien el artículo 336 de la Constitución Política permite la creación de monopolios, esta norma debe ser interpretada en armonía con el artículo 333 constitucional que prevé el derecho a la libertad de competencia. En este caso, la vaguedad de los requisitos fijados para activar la suspensión de los permisos de introducción anula por completo el contenido del artículo 333, pese a que el régimen propio del monopolio no es de monopolio comercial sino solo rentístico”*.¹

La Gobernación de Nariño acatando la Sentencia C-032/25 de 4 de febrero de 2025, a partir del mes de marzo de 2025 concede la entrada al departamento de otras marcas de aguardientes, así: [A.]“Resolución 0148 del 13 de marzo de 2025 por medio del cual se resuelve una solicitud de permiso de introducción de licores destilados de origen nacional o extranjero a la Industria Licorera de Caldas”, [B.]“ Resolución 0477 del 09 de julio de 2025 por medio del cual se resuelve una solicitud de permiso de introducción de licores destilados de origen nacional o extranjero a la Fábrica de licores y alcoholes de Antioquia”, [C.]“ Resolución 0393 del 13 de julio de 2025 por medio del cual se resuelve una solicitud de permiso de introducción de licores destilados de origen nacional o extranjero a la Industria Licorera del Cauca” , [D.]“ Resolución 0990 del 03 de diciembre de 2025 por medio del cual se resuelve una solicitud de permiso de introducción de licores destilados de origen nacional o extranjero a la Industria de Licores del Valle”. Anotado que, Aguardiente Amarillo y Aguardiente Cristal son de la Industria licorera de Caldas, Aguardiente Antioqueño de la Fábrica de licores y alcoholes de Antioquia, Aguardiente Blanco de la industria de Licores del Valle y Aguardiente Caucano de la Industria Licorera del Cauca, hecho que genera un nuevo panorama comercial en los mercados de las bebidas alcohólicas, los eslabones de la cadena de distribución y el comportamiento, preferencias y hábitos de consumo en compradores finales de Aguardientes.

La entrada de las nuevas marcas competidoras (Aguardiente Amarillo en marzo de 2025, Aguardiente Antioqueño y Caucano en julio de 2025 y Aguardiente Blanco del Valle en diciembre de 2025) genera repercusiones en los patrones de consumo en el mercado de licores del departamento, como consecuencia del efecto novedad, los modelos de comercialización de cada marca competidora, la temporalidad de la entrada al mercado de marcas y demás factores asociados a la actividad comercial en torno a los aguardientes, dichos factores habrían hecho que cualquier tipo de información recolecta perdiera vigencia en periodos menores de 6 a 3 meses, es por eso que a la fecha, cuando la mayoría de competidores fuertes han ingresado al mercado departamental y su capacidad de alcance de mercado - demanda se va estabilizando, se considera viable realizar un estudio cuyos resultados corren menos riesgos de sesgos de información.

Respecto al análisis de competitividad frente a otras marcas de Aguardientes, Aguardiente Nariño cuenta con la información que se describe a continuación:

ASPECTO EVALUADO	AGUARDIENTE NARIÑO	AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO	AGUARDIENTE AMARILLO
Producto referencias	1. Aguardiente Nariño sin azúcar 29	1. Aguardiente antioqueño sin azúcar 29 grados	1. Aguardiente Amarillo sin azúcar 24 grados 750 ml (botella)

¹ FUENTE: COMUNICADO No 24 Y 5 DE FEBRERO DE 2025, DIVULGADO POR PÁGINA DE LA CORTE CONSTITUCIONAL PROCESO D-15565 AC

ASPECTO EVALUADO	AGUARDIENTE NARIÑO	AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO	AGUARDIENTE AMARILLO
	grados 750 ml (azul botella) 2. Aguardiente Nariño sin azúcar 29 grados 375 ml (azul medio) 3. Aguardiente Nariño sin azúcar 29 grados 1000 ml (Tetrabrick azul) 4. Aguardiente Nariño sin azúcar 29 grados 750 ml (Edición subregiones botella) 5. Aguardiente Nariño sin azúcar 29 grados 750 ml (premium botella)	750 ml (azul botella) 2. Aguardiente antioqueño sin azúcar 29 grados 375 ml (azul medio) 3. Aguardiente antioqueño sin azúcar 29 grados 1000 ml (Tetrabrick azul) 4. Aguardiente antioqueño sin azúcar 29 grados 2000 ml (Garrafa) 5. Aguardiente antioqueño sin azúcar 24 grados 750 ml (verde botella) 6. Aguardiente antioqueño sin azúcar 24 grados 375 ml (Verde media) 7. Aguardiente antioqueño sin azúcar 24 grados 1000 ml (Tetrabrick verde) 8. Aguardiente antioqueño sin azúcar 24 grados 2000 ml (Garrafa)	2. Aguardiente Amarillo sin azúcar 24 grados 375 ml (media) 3. Aguardiente Amarillo sin azúcar 24 grados 1500 ml (Garrafa) 4. Aguardiente Amarillo sin azúcar 24 grados 1000 ml (botella litro) 5. Aguardiente Amarillo sin azúcar 24 grados 1000 ml (Tetrabrick litro) 6. Aguardiente Amarillo sin azúcar 24 grados 250 ml (Tetrabrick caña) 7. Aguardiente Amarillo sin azúcar 24 grados 50 ml (shots)
Canal de distribución	Limitado. Relación de venta a través de enajenación con mayoristas, sin control de la venta en estabones (mayoristas, plataformas, minoristas, supermercados, licorerías bares, estancos y tiendas de barrio) del canal de distribución. Limitada capacidad vehicular cobertura Pasto y municipios aledaños	Medio. Acceso directo los estabones (mayoristas, plataformas, minoristas, supermercados, licorerías bares, estancos y tiendas de barrio) del canal de distribución principalmente en Pasto, control de la venta. Limitada capacidad vehicular para logística y promoción.	Alto. Acceso directo los estabones (mayoristas, plataformas, minoristas, supermercados, licorerías bares, estancos y tiendas de barrio) del canal de distribución en gran parte del territorio departamental. Suficiente capacidad vehicular para distribución y promoción del producto.
Cupos y espacios publicitarios en eventos	Limitados y condicionados. Dependen de eventos institucionales o convenios puntuales. Menor presencia en eventos masivos de alto tráfico (conciertos, fiestas y ferias etc.). Vinculación por montos económicos Prestamos de elementos logísticos carpas y vallas. Contratación de servicios artísticos.	Medios. Presencia constante en ferias y eventos regionales, pero con menor escala más enfocado a Pasto. Monto económico representado en producto. Impulso con equipo comercial	Altos y asegurados. Acceso prioritario a eventos masivos, conciertos, ferias y fiestas patronales. Prestamos de elementos logísticos carpas, vallas y tarima. Monto económico representado en producto. Impulso con equipo comercial Contratación de servicios artísticos flexibles.

ASPECTO EVALUADO	AGUARDIENTE NARIÑO	AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO	AGUARDIENTE AMARILLO
Acceso preferencial a eventos privados y comerciales	Bajo. Difícil entrada a eventos privados, bares premium y escenarios exclusivos. Entrada con degustación y material POP obsequio. Impulso a través de contenido con embajadoras en redes sociales.	Medio. Buen acceso en su zona de influencia. Negociación de acceso con producto. Entrada con degustación y material POP obsequio. Impulso a través de contenido con embajadoras en redes sociales. Presencia de dummies permanentes.	Muy alto. Presencia dominante en bares, discotecas, eventos corporativos y privados. Negociación de acceso con producto. Impulso a través de contenido con embajadoras en redes sociales.
Elementos POP (sombrillas, parasoles, viseras, carpas, menaje)	Limitados en volumen y variedad. Producción focalizada y de menor cobertura territorial. Altos costos dificultades en su adquisición debido a los procesos de contratación pública	Cobertura media, con apoyo constante a puntos estratégicos. Versatilidad en la escogencia de productos. (letreros iluminaciones)	Amplia y sostenida. Alto volumen, renovación constante y presencia permanente en punto de venta. Versatilidad en la escogencia de productos. (letreros en establecimientos, obsequio de dummies)
Incentivos comerciales (premios, dinámicas, activaciones)	Básicos y puntuales. Enfocados en consumo local y activaciones en algunos municipios del departamento. (entrega de termos, gorras, lapiceros, pochos, sombreros, camisetas, copas reutilizables)	Intermedios. Mecánicas tradicionales de incentivo. Con una línea nacional definida y de posicionamiento. Mini letreros iluminados,	Altamente estructurados. Campañas nacionales con premios, sorteos y experiencias. (shots, camisetas, gorras, ponchos, capas plásticas, copas reutilizables)
Patrocinios deportivos	Limitados y focalizados (principalmente regionales). Baja exposición mediática. El más grande es con el deportivo pasto.	Relativo. Baja presencia en deportes tradicionales en la región. Pero muy alto a nivel nacional y grandes canales de comunicación.	Muy fuertes. Patrocina equipos profesionales, torneos y eventos deportivos de alto rating. Entrega incentivos directos y se posiciona en un mercado que genera consumo directo.
Otros patrocinios (culturales, sociales, turísticos)	Fortaleza relativa. Alta legitimidad cultural y territorial, aunque con bajo alcance. Se limita a Nariño	Medio. Participación constante pero poco diferenciada. Tienen un modelo nacional y lo aplican a todos sus participaciones.	Muy alto. Amplia diversificación de patrocinios con alta visibilidad regional. Con un apoyo directo del distribuidor nacional a establecimientos de enta directa
Espacios de degustación	Alta aceptación, pero poca frecuencia y cobertura limitada al departamento. Limitada a 360 cajas de aguardiente al año.	Medio en Nariño enfocado en Pasto y con enfoque a los municipios mas poblados del departamento.	Masivos y permanentes en eventos, bares y ferias. Con alta cantidad de producto y además los shots individuales que dan al consumidor facilidad y experiencia diferencial.

ASPECTO EVALUADO	AGUARDIENTE NARIÑO	AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO	AGUARDIENTE AMARILLO
Equipo comercial	Reducido. Alta carga operativa, menor cobertura territorial y limitada fuerza de ventas. Destaca que no se puede realizar una venta directa por parte del equipo comercial debido al modelo de enajenación del producto	Medio. Equipo regional estable. Con facilidad en la contratación de equipo eventual y equipo fijo con funciones más comerciales y variedad de perfiles.	Amplio y especializado, con cobertura directa en la mayoría de los municipios de Nariño apoyo directo de la estructura de ron viejo de caldas que lleva varios años tanto en el departamento como en todo el país, destaca la gran cantidad de personal que pueden tener.
Contratación y flexibilidad operativa	Baja flexibilidad. Procesos administrativos y contractuales más rígidos.	Alta flexibilidad. Procesos más ágiles a nivel regional.	Alta flexibilidad. Capacidad de reacción rápida al mercado.
Publicidad – radio	Local y puntual. Cobertura departamental a través de la contratación del plan de medios.	Nacional y permanente, con apuntes oportunos al ámbito regional.	Nacional y permanente. Con alta inversión en el ámbito regional todo bajo una identidad nacional ya posicionada.
Publicidad – TV	Muy limitada o inexistente. Cobertura de canales departamental a través de la contratación del plan de medios.	Alta inversión en TV nacional. Regional ocasional.	Alta inversión en TV nacional. Regional ocasional.
Publicidad – pantallas, vallas y digital	Baja presencia. Uso selectivo por presupuesto.	Media. Enfocada en Pasto y Ipiales	Muy alta. Dominio del espacio publicitario urbano y digital. En los municipios más grande del departamento
Plan de medios estructurado	Debilidad clara. No sostenido en el tiempo.	Intermedio. Con influencia nacional y material debidamente homogéneo en la identidad de marca	Altamente robusto, con planificación técnica, comercial y altamente competitivo de unificación nacional. Es camaleónico con cada departamento, pero manteniendo su patrón de identidad Nacional.

(Diego Martínez T., profesional código 222 grado 07 Daniel Benavides y Equipo comercial - contratistas)

4. Señalar cuánto dinero ha dejado de percibir el departamento por la disminución en las ventas del Aguardiente Nariño, particularmente desde el año 2025, cuando se evidencia una caída significativa en las ventas.

Respuesta: En primer lugar, consideramos que no se puede comparar el año 2025 con el año 2024, puesto que, como ya se ha expuesto, son dos escenarios completamente distintos y poder establecer cuánto dinero dejó de percibir el departamento en el año 2025, respecto a otros años, es asumir que el 2025, fue igual a los años anteriores, lo cual es errado, puesto que las condiciones del mercado de los aguardientes en Nariño y en el resto de Colombia, tuvieron un cambio enorme.

Cuando termine el año 2026, podríamos comenzar a hacer comparaciones o evaluaciones en relación con 2025 y establecer si recibimos menos o más dinero, pero ni siquiera se

podría comparar el año completo, puesto que la apertura a aguardientes foráneos, fue paulatina y se dio entre marzo y diciembre de 2025.
Si se quiere, se podría comparar las rentas percibidas por concepto de participación de aguardientes en general, entre 2024 y 2025 y aunque se estaría comparando dos años, con condiciones de mercado diferentes, si podríamos decir que, en vez de recibir menos dinero recibimos más, tal como se muestra en la respuesta al siguiente punto.

5. Indicar cuánto dinero ha recibido el departamento por concepto de impuestos o participación por la venta de aguardientes provenientes de otros departamentos, especialmente desde el año 2025.

Respuesta: El departamento ha recibido por concepto de participación, por la venta de otros aguardientes, en el año 2025, la suma de \$38.701.043.037, que se discrimina de la siguiente manera:

PARTICIPACION OTROS AGUARDIENTES AÑO 2025		
PRODUCTO	CANT. CONV. A BOTELLAS DE 750 CC.	PARTICIPACION
AG. AMARILLO DE MANZANARES 24°	1.626.800	\$ 30.366.951.000
AG. ANTIOQUEÑO	398.324	\$ 6.972.649.247
AG. BLANCO DEL VALLE	50.664	\$ 731.321.254
AG. CRISTAL CALDAS	21.840	\$ 354.354.720
L. DE AGUARDIENTE LICORES DE LA SABANA 22°	14.472	\$ 108.796.368
AG. CAUCANO 29°	6.024	\$ 108.165.048
AG. MOLENDERO 24°	2.400	\$ 42.120.000
L. GUARIZADO 24	1.200	\$ 16.685.400
TOTALES	2.121.724	\$ 38.701.043.037

Fuente: Plataforma infoconsumo Sistemas y Computadores, con declaraciones presentadas

(Ignacio Paredes secretario código 440 grado 05 y Ariel Guerrón contratista Rentas)

6. Presentar un análisis comparativo que permita establecer si los ingresos provenientes de otros aguardientes compensan o no la reducción de ventas de Aguardiente Nariño, particularmente desde el año 2025.

Respuesta: El análisis que se puede mostrar es el comparativo en la participación que percibe el departamento por la venta de aguardientes en dos escenarios de mercado: el primero del año 2024, en donde el departamento aún conserva su condición de monopolio de comercialización de aguardiente, vendiendo una cifra positiva de 2.080.330 botellas convertidas a 750 cc que le permite captar una participación de \$36.389.318.000.

El segundo escenario corresponde al año 2025, cuando se desmontan las barreras a la comercialización de aguardientes por la sentencia de la Corte Constitucional y en este escenario en el departamento se venden un total de 3.292.504 Botellas por 750 c.c. de las diferentes marcas de aguardiente (incluyendo aguardiente Nariño), que le permite al departamento captar una participación de \$61.328.350.291 valor más favorable para las rentas del departamento en \$24.939.032.291 más, por concepto de esa renta.

CUADRO COMPARATIVO DE VENTAS Y PARTICIPACIÓN AGUARDIENTE NARIÑO VS. OTROS AGUARDIENTES EN EL AÑO 2025.

PRODUCTO	CANTIDAD CONVERTIDAS A BOTELLAS POR 750 C.C.	PARTICIPACIÓN
Aguardiente Nariño	1.170.780	\$22.627.307.254
Otros Aguardientes	2.121.724	\$38.701.043.037
TOTALES	3.292.504	\$61.328.350.291

Fuente: Plataforma infoconsumo Sistemas y Computadores, con declaraciones presentadas.

(Ariel Guerrón contratista Rentas)

7. Sírvasse informar en cuantos departamentos del país se comercializa actualmente del Aguardiente Nariño.

Respuesta: Con fundamento en la información proveniente de la Subsecretaría de Rentas sobre las acciones adelantadas frente a la Sentencia C-032 de 2025, así como en los soportes de las solicitudes de permiso y registro tramitadas por el Departamento, tenemos:

Precisiones Previas

Con posterioridad a la Sentencia C-032 de 2025 de la Corte Constitucional, el Departamento de Nariño adelantó gestiones para obtener la autorización de ingreso del Aguardiente Nariño en los demás departamentos del país. Se radicaron solicitudes de registro y autorización de introducción en los 31 departamentos del país, en cumplimiento de la Ley 1816 de 2016, la normatividad del impuesto al consumo y los procedimientos establecidos por cada secretaría de hacienda departamental.

Debe aclararse que el permiso de introducción constituye el presupuesto administrativo necesario para ingresar legalmente el producto a otro departamento, pero no equivale, por sí solo, a comercialización material y efectiva. La propia documentación de soporte precisa que el permiso se otorga mediante acto administrativo motivado, tiene una vigencia de diez (10) años prorrogables por un término igual, y debe garantizar condiciones no discriminatorias de acceso al mercado.

No obstante, cabe resaltar que el principal obstáculo para la materialización de la comercialización efectiva ha sido la ausencia de bodegas y distribuidores autorizados en los departamentos de destino, requisito necesario para la expedición de tornaguías y para el control fiscal del producto; adicionalmente, se advirtió que la falta de una Empresa Industrial y Comercial del Estado (EICE) limita la posibilidad de ejecutar directamente actividades de distribución y comercialización, como lo realizan otros departamentos los cuales tienen industria licorera propia y llevan años en el mercado..

Departamentos con permiso de introducción aprobado.

A la fecha, no puede afirmarse que el Aguardiente Nariño se encuentre comercializándose de manera efectiva, estable y permanente en otros departamentos del país. Sin embargo, el Departamento de Nariño sí cuenta con permiso de introducción aprobado en siete (7) departamentos, lo cual constituye un avance administrativo concreto y el primer paso para la apertura comercial del producto en esos territorios.

De conformidad con la información obrante en los archivos de la Subsecretaría de Rentas, los departamentos que han otorgado autorización favorable de introducción al Aguardiente Nariño son los siguientes:

No.	Departamento	Estado actual
1	Cauca	Aprobado
2	Caldas	Aprobado
3	Casanare	Aprobado
4	Guainía	Aprobado
5	Quindío	Aprobado
6	Risaralda	Aprobado
7	Vichada	Aprobado

En todos estos casos, la autorización fue reportada como permiso otorgado, condicionada al cumplimiento de estampillado e impuesto al consumo, manteniéndose seguimiento trimestral por parte del Departamento. **Departamentos restantes frente a los cuales se continúan o reiteran gestiones**

De las 31 solicitudes radicadas inicialmente, además de las 7 aprobadas, existen departamentos sin respuesta oficial, así como otros con acciones pendientes, negadas o no admitidas, frente a los cuales la Gobernación realizó las nuevas radicaciones cumpliendo todos los requisitos legales, precisamente el día 17 de marzo de 2026.

Bajo ese entendido, y tomando como base el universo de los 31 departamentos del país, los 24 departamentos restantes sobre los cuales el Departamento continúa o reitera gestiones de

ingreso corresponden a los siguientes:

No.	Departamento	Estado reportado / gestión
1	Amazonas	Sin respuesta oficial / nueva radicación
2	Antioquia	Sin respuesta oficial / nueva radicación
3	Arauca	Sin respuesta oficial / nueva radicación
4	Atlántico	Sin respuesta oficial / nueva radicación
5	Bolívar	Sin respuesta oficial / nueva radicación
6	Boyacá	Sin respuesta oficial / nueva radicación
7	Caquetá	Sin respuesta oficial / nueva radicación
8	Cesar	Sin respuesta oficial / nueva radicación
9	Chocó	Sin respuesta oficial / nueva radicación
10	Córdoba	Sin respuesta oficial / nueva radicación
11	Cundinamarca	Sin respuesta oficial / nueva radicación
12	La Guajira	Sin respuesta oficial / nueva radicación
13	Guaviare	Sin respuesta oficial / nueva radicación
14	Huila	Sin respuesta oficial / nueva radicación
15	Magdalena	Sin respuesta oficial / nueva radicación
16	Meta	Sin respuesta oficial / nueva radicación
17	Norte de Santander	Sin respuesta oficial / nueva radicación
18	Putumayo	Sin respuesta oficial / nueva radicación
19	San Andrés, Providencia y Santa Catalina	Sin respuesta oficial / nueva radicación
20	Santander	Sin respuesta oficial / nueva radicación
21	Sucre	Sin respuesta oficial / nueva radicación
22	Tolima	Sin respuesta oficial / nueva radicación
23	Valle del Cauca	Sin respuesta oficial / nueva radicación
24	Vaupés	Sin respuesta oficial / nueva radicación

Consideraciones de la gestión institucional

De la información oficial se concluye que el Departamento de Nariño sí ha desplegado acciones concretas, oportunas y verificables para posicionar el Aguardiente Nariño en el mercado nacional. Pues estas actuaciones comprenden: i) radicación de solicitudes de permiso y registro ante los 31 departamentos; ii) inicio de nuevos procesos de radicación y acciones administrativas y judiciales frente a departamentos que negaron o no respondieron; y iii) promoción del proyecto de creación de una EICE o de estudios jurídicos para asumir vía licitación pública la distribución, almacenamiento y comercialización del producto en el ámbito nacional.

Así mismo, es clave señalar que, aunque existen autorizaciones favorables, la entrada efectiva al mercado se ha visto limitada por factores operativos y logísticos, especialmente la carencia de distribuidor autorizado y bodega habilitada en cada departamento de destino. Por tanto, no resulta jurídicamente exacto equiparar la existencia de permiso de introducción con la realización de ventas efectivas o con una comercialización consolidada.

En ese contexto, la decisión del Departamento de no ingresar forzosamente e inmediatamente a todos los mercados no obedece a inactividad institucional, sino a una postura prudente, técnica y financieramente responsable, en la medida en que la comercialización externa solo debe emprenderse cuando existan condiciones reales de eficiencia, sostenibilidad y rentabilidad para las finanzas departamentales. Esta consideración cobra especial relevancia si se tiene en cuenta que el Departamento de Nariño no cuenta con industria licorera propia, sino que la producción del Aguardiente Nariño se realiza bajo la modalidad de maquila.

De igual forma, la prudencia en la expansión comercial no desprotege las rentas departamentales. Por el contrario, dentro del nuevo escenario de libre competencia abierto por la Sentencia C-032 de 2025, el ingreso legal de aguardientes foráneos al mercado departamental también ha permitido mantener e incluso fortalecer el recaudo por participación e impuesto al consumo, razón por la cual la Administración Departamental ha procurado equilibrar la expansión de la marca propia con la defensa integral y eficiente de las rentas públicas.

Conclusión

Actualmente no puede sostenerse que Aguardiente Nariño se comercialice de manera efectiva y permanente en otros departamentos del país; sin embargo, el Departamento de Nariño ya obtuvo permiso de introducción aprobado en siete (7) departamentos: Cauca, Caldas, Casanare, Guainía, Quindío, Risaralda y Vichada, lo cual constituye un avance administrativo cierto y verificable.

Paralelamente, el Departamento continúa adelantando actuaciones frente a los 24 departamentos restantes, mediante nuevas radicaciones, reiteraciones, derechos de petición y eventuales acciones judiciales, con el propósito de consolidar las autorizaciones de ingreso por el término legal correspondiente y dejar habilitado el primer presupuesto para una eventual comercialización futura. Todo ello se viene realizando bajo criterios de eficiencia, legalidad, sostenibilidad económica y protección de las rentas departamentales, sin comprometer de manera imprudente los recursos públicos ni la estabilidad del monopolio rentístico en su dimensión fiscal.

(Carlos Cabrera contratista Rentas).

8. Informar si existe un plan estratégico de expansión comercial a nivel nacional para el Aguardiente Nariño. En caso afirmativo, adjuntar copia del mismo.

Respuesta: En atención a la solicitud, se informa que a la fecha no existe un plan estratégico formal de expansión comercial a nivel nacional para Aguardiente Nariño.

No obstante, es importante precisar que esta situación no obedece a una omisión institucional, sino a **limitaciones estructurales del modelo actual de operación**, entre las cuales se destacan:

1. El esquema vigente de enajenación restringe la capacidad de planificación comercial directa, dificultando no solo una expansión nacional, sino incluso la consolidación de estrategias a nivel departamental. Este modelo limita el control sobre la distribución, comercialización y posicionamiento del producto.
2. La incursión en mercados nacionales implica inversiones significativas en aspectos como:
 - Logística y distribución
 - Registro y posicionamiento de marca
 - Estrategias publicitarias y promocionales
 - Apertura y sostenimiento de canales comerciales

En estas condiciones, **el retorno de dicha inversión no garantiza sostenibilidad financiera**, especialmente frente a competidores consolidados en el mercado nacional.

3. Actualmente no se cuenta con los recursos financieros, técnicos y operativos necesarios para soportar un proceso de expansión a gran escala, incluyendo fuerza comercial, estructura logística y capacidad de promoción.
4. El mercado nacional de licores presenta **altos niveles de competencia**, con marcas posicionadas que cuentan con economías de escala, amplios presupuestos de mercadeo y acceso preferencial a canales de distribución.

Se han adelantado **acciones exploratorias y estratégicas preliminares**, tales como:

- Se quiere participar en escenarios comerciales nacionales (ej. ferias especializadas como Expo Licores).
- Análisis de competitividad del producto en el mercado nacional.
- Identificación de oportunidades a través de colonias nariñenses en otras regiones.

- Desarrollo de conceptos de marca con potencial de proyección nacional (ej. “El Verde que nos Une”).
- Búsqueda e identificación de posibles distribuidores en algunos departamentos del país, con el fin de evaluar condiciones reales de entrada a nuevos mercados.
- Gestiones adelantadas desde la dependencia de rentas mediante el envío de solicitudes de ingreso a diferentes departamentos del país, evidenciando que, a la fecha, han sido limitados los territorios que han otorgado autorización para la comercialización del producto.

Estas acciones buscan **sentar las bases para una futura expansión**, condicionada a cambios estructurales en el modelo de operación.

(Diego Martínez profesional código 222 grado 07 Daniel Benavides y Equipo comercial contratista).

9. Sírvasse informar cuantos operativos contra el contrabando de licores han realizado en el departamento de Nariño durante los años 2023, 2024, 2025 y lo corrido del año 2026.

Respuesta: De acuerdo al numeral 09 los operativos realizados por el Grupo Anti contrabando en los años 2023 al año 2026 me permito remitir la siguiente información

El Grupo Operativo de Rentas (GOA) adscrito a la Subsecretaria de Rentas, tiene la función de realizar inspección y verificación a establecimientos comerciales, locales abiertos al público y demás lugares donde se realice el expendio y/o comercialización productos sujetos al impuesto al consumo (Licores, Vinos, Aperitivos, Cervezas, Cigarrillos y Tabacos), así como realizar inspección y verificación en graneros, tiendas, bodegas, depósitos, bares, discotecas, etc.; y revisar los vehículos sospechosos que puedan transportar estos productos de manera ilegal en carreteras.

Otra de las múltiples funciones, es la facultad de decomisar y/o aprehender todos los productos que se encuentren en contraposición al artículo 25, numerales 1 al 7 del Decreto Reglamentario 2141 de 1996, el artículo 16 del Decreto 3071 de 1997 y el artículo 564, numerales 1 al 7 del Estatuto Tributario de Nariño (Ordenanza 028 de 2010)

En este orden de ideas los operativos realizados por el G.O.A (Grupo Operativo Anti contrabando) en los años del 2023 al 2026 son los siguientes

Año	Actividad	No de Operativos
2023	Operativos G.O.A	523
2024	Operativos G.O.A	767
2025	Operativos G.O.A	598
2026 enero y febrero	Operativos G.O.A	68

(Pahola Bernal – German Valencia Contratistas Rentas).

10. indicar cuál es el valor estimado de pérdidas fiscales por contrabando de licores en el departamento de Nariño.

Respuesta: De acuerdo al numeral 10 referente a cifras que corresponden al valor estimado de pérdidas fiscales por contrabando para el departamento de Nariño en las vigencias 2023, 2024, 2025 y 2026 se tiene la siguiente relación en cifras por impuesto y/o participación:

AÑO	PERDIDA FISCAL DPTO (Valor en pesos)	OBSERVACIONES
-----	--------------------------------------	---------------

2023	1.309.753.008	
2024	1.076.752.201	Respecto al año 2023, hubo menor pérdida en un valor de 233.000.807 pesos.
2025	627.529.897	Respecto al año 2024, hubo menor pérdida en un valor de 449.222.304 pesos.
2026	254.143.055	Este valor corresponde a lo va corrido de este año.

Fuente: Observatorio de Registro y Control Anti contrabando – ORCA Consulta Realizada 17/03/2026

Las cifras corresponden a lo efectivamente aprehendido bajo lo que refleja el aplicativo ORCA de la Federación Nacional de Departamentos.

(Germán Valencia Contratistas Rentas GOA)

11. Informar cuantos procesos sancionatorios, decomisos o incautaciones se han realizado por comercialización ilegal de aguardiente durante los últimos cuatro años.

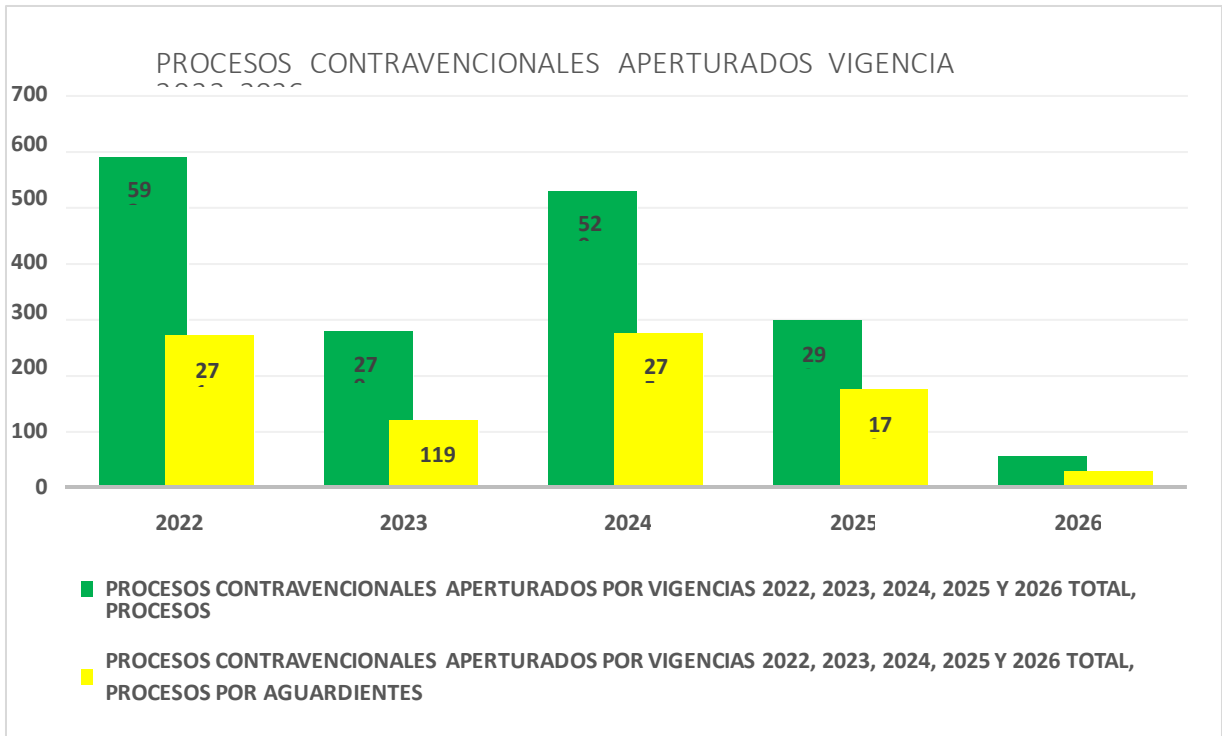
Respuesta: Conforme a lo requerido por su despacho en lo referente al punto 11 del cuestionario realizado por la Asamblea Departamental, específicamente acerca de informar cuántos procesos sancionatorios, decomisos o incautaciones se han realizado por comercialización ilegal de aguardiente los últimos años, me permito dar respuesta conforme las siguientes, consideraciones, gráficas y conclusiones.

Precisiones Previas

Los procesos administrativos contravencionales son las actuaciones administrativas adelantadas por la Subsecretaría de Rentas con ocasión de actas de aprehensión e incautación de mercancías sujetas al impuesto al consumo o al monopolio rentístico de licores, cuando no se acredita su legalidad, su procedencia, su señalización, el pago del impuesto o el cumplimiento de los requisitos exigidos por la normativa vigente. Dichos procesos pueden culminar, según el caso, con decomiso de mercancía, imposición de multa, cierre de establecimiento, archivo o remisión a cobro coactivo, de conformidad con la Ley 223 de 1995, el Decreto 2141 de 1996, la Ley 1762 de 2015 y el Estatuto Tributario Departamental.

En ese sentido, para efectos de esta respuesta, la cifra más representativa para informar el ejercicio sancionatorio por comercialización ilegal de aguardiente corresponde al número de procesos contravencionales aperturados por aguardiente, los cuales tienen origen en aprehensiones, incautaciones o actuaciones de control desarrolladas por el Grupo Operativo Anti contrabando y tramitadas jurídicamente por el área contravencional. De conformidad con el consolidado estadístico, los procesos contravencionales aperturados por aguardiente han sido los siguientes:

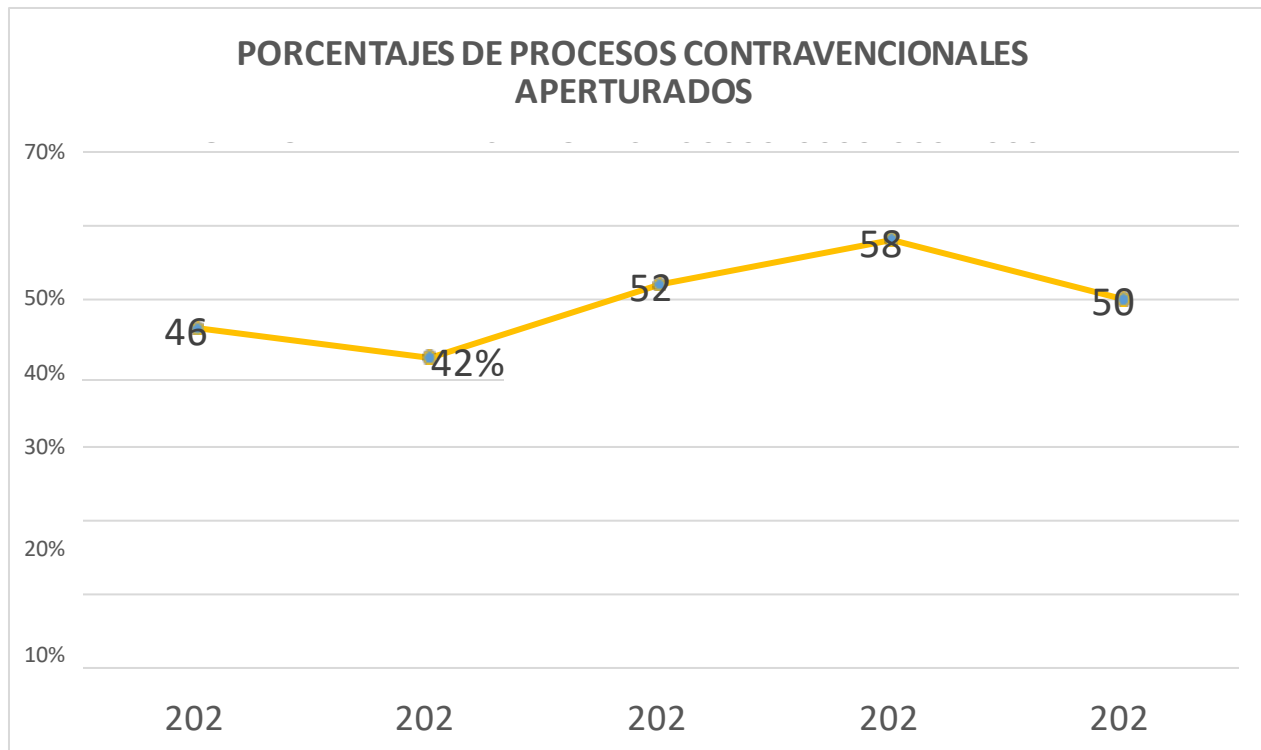
PROCESOS CONTRAVENCIONALES APERTURADOS POR VIGENCIAS 2022, 2023, 2024, 2025 Y 2026		
AÑO	TOTAL, PROCESOS	TOTAL, PROCESOS POR AGUARDIENTES
2022	592	271
2023	279	119
2024	529	275
2025	298	173
2026	55	28



Así mismo, el porcentaje que representan los procesos por aguardiente respecto del total de procesos aperturados por cada vigencia es el siguiente: 2022: 46%; 2023: 42%; 2024: 52%; 2025: 58%; y 2026: 50%.

Ahora bien, si la Asamblea requiere estrictamente los últimos cuatro años completos, esto es, las vigencias 2022, 2023, 2024 y 2025, el total de procesos contravencionales aperturados específicamente por aguardiente asciende a 838 procesos. Si adicionalmente se incluye lo corrido de 2026, el acumulado asciende a 866 procesos.

PORCENTAJES DE PROCESOS CONTRAVENCIONALES APERTURADOS POR AGUARDIENTES - VIGENCIAS 2022, 2023, 2024, 2025 Y 2026	
AÑO	PORCENTAJES RESPECTO DE PROCESOS APERTURADOS POR AGUARDIENTES
2022	46%
2023	42%
2024	52%
2025	58%
2026	50%



Consideraciones sobre el comportamiento de las cifras

Del análisis comparativo de las vigencias se desprenden varias conclusiones relevantes.

En primer lugar, las cifras evidencian una actividad institucional permanente, diligente y sostenida en materia de fiscalización y control. Tan solo en 2024 y 2025, el informe de gestión del área contravencional reportó 529 y 298 procesos aperturados, respectivamente, para un acumulado de 827 expedientes en ese periodo del informe, destacando además que no se presentó vencimiento de términos y que se cumplió oportunamente con las etapas del procedimiento sancionatorio.

En segundo lugar, al comparar las vigencias 2024 y 2025, se observa una reducción importante en los procesos asociados a aguardiente, al pasar de 275 procesos en 2024 a 173 en 2025, lo que representa una disminución de 102 procesos, equivalente aproximadamente al 37,1%. De igual manera, el total general de procesos contravencionales pasó de 529 en 2024 a 298 en 2025, lo que también refleja una disminución considerable en el volumen total de asuntos aperturados.

En tercer lugar, dicha reducción resulta coincidente temporalmente con la nueva realidad jurídica derivada de la Sentencia C-032 de 4 de febrero de 2025, mediante la cual la Corte Constitucional declaró inexecutable los incisos primero y segundo del artículo 28 de la Ley 1816 de 2016, al considerar que esa facultad afectaba intensamente la libre competencia y restringía el acceso de otros productores al mercado departamental. En términos prácticos, esta decisión judicial abrió el mercado de aguardientes foráneos y eliminó barreras que anteriormente limitaban su ingreso legal a los departamentos.

Bajo ese contexto, las estadísticas permiten inferir razonablemente que la apertura del mercado legal de aguardientes generó un efecto desincentivador frente a ciertas dinámicas de comercialización clandestina o irregular como el contrabando, en la medida en que, al facilitarse el ingreso legal de aguardientes foráneos, disminuye el incentivo para acudir a circuitos informales o de contrabando para abastecer la demanda. Esta conclusión se refuerza con la diferencia visible entre 2024 y 2025, precisamente año en que empezó a regir el nuevo escenario jurídico posterior a la Sentencia C-032 de 2025.

Alta operatividad institucional y respuesta diligente del Departamento

No obstante, la reducción anotada, ello no significa una disminución de la acción institucional. Por el contrario, los informes internos muestran una labor fuerte, continua y técnicamente organizada del Grupo Operativo Anti contrabando y del equipo jurídico contravencional. El

informe de gestión destaca avances en apertura, trámite, resolución y recaudo de procesos, así como seguimiento permanente para evitar pérdida de oportunidad procesal.

De igual manera, la justificación técnica de fortalecimiento de planta de la Subsecretaría de Rentas puso de presente la alta carga operativa existente, señalando la atención de cerca de 720 operativos anti contrabando al año y de más de 500 procesos contravencionales anuales, lo cual evidencia que el control no solo ha sido sostenido, sino que ha requerido robustecimiento institucional para garantizar legalidad, oportunidad y eficacia.

Además, el informe de gestión resalta que una alta proporción de procesos ha concluido por pago voluntario o resolución anticipada, con recaudo efectivo para el Departamento, lo que demuestra no solo operatividad, sino también eficiencia administrativa y capacidad de cierre de los expedientes conforme al debido proceso.

Naturaleza de los asuntos más recientes: productos ilegales y adulterados

Frente a los procesos más recientes, especialmente desde 2025 y en lo corrido de 2026, se advierte en expedientes representativos que parte importante de la actuación institucional no se ha concentrado exclusivamente en aguardiente foráneo ingresado irregularmente, sino también en la detección, aprehensión y sanción de productos ilegales o adulterados, incluidas bebidas alcohólicas artesanales o de elaboración no autorizada, situación que reviste especial gravedad por el riesgo que representa para la salud pública.

En efecto, dentro de los actos administrativos aportados se observan procedimientos por aprehensión de bebidas alcohólicas artesanales ("chupil"), con decomiso, multa y cierre de establecimiento, lo que evidencia una orientación operativa que también busca contener el comercio de productos que, además de afectar las rentas departamentales, comprometen la salubridad y seguridad de los consumidores.

Conclusión

En conclusión, la Subsecretaría de Rentas del Departamento de Nariño ha mantenido durante los últimos años una actuación diligente, técnica y sostenida en materia de procesos administrativos contravencionales derivados de la comercialización ilegal de aguardiente. Para las vigencias 2022 a 2025 se aperturaron 838 procesos contravencionales por aguardiente, y si se incluye lo corrido de 2026, el acumulado asciende a 866 procesos.

Las cifras muestran, además, que entre 2024 y 2025 se presentó una disminución significativa de estos procesos, circunstancia que coincide con la apertura del mercado derivada de la Sentencia C-032 de 2025 y que permite inferir un desincentivo a la comercialización clandestina de aguardientes foráneos, sin perjuicio de que el Departamento haya mantenido e intensificado su capacidad operativa y sancionatoria frente a otras formas de ilegalidad, particularmente la comercialización de productos adulterados o sin condiciones de legalidad y salubridad.

En tal sentido, la gestión institucional desarrollada por el Grupo Operativo Anti contrabando y el área de procesos contravencionales ha contribuido de manera efectiva a la protección de las rentas departamentales, destinadas constitucional y legalmente a sectores sensibles como la salud y la educación, así como a la defensa de la salubridad, seguridad y bienestar de la ciudadanía.

(Carlos Bravo Contratista Rentas).

12. Señalar si la gobernación ha realizado evaluaciones técnicas o financieras del actual modelo de comercialización del Aguardiente Nariño.

Respuesta: En atención a la solicitud, se informa que la Gobernación de Nariño sí ha realizado evaluaciones técnicas y financieras del actual modelo de comercialización del Aguardiente Nariño, enmarcadas principalmente en el análisis de su operación bajo el esquema de enajenación.

No obstante, es importante precisar que dichas evaluaciones no corresponden a estudios estructurados tradicionales, sino que han sido desarrolladas a partir del seguimiento operativo,

la experiencia acumulada y el comportamiento real del mercado, lo que ha permitido identificar las siguientes situaciones:

1. Evaluación técnica del modelo:

Desde el componente técnico, se ha evidenciado que el modelo de enajenación presenta limitaciones importantes:

- **Pérdida de trazabilidad del producto:** Una vez el producto es enajenado a los distribuidores, la entidad pierde control sobre su comercialización, rotación, segmentación de mercado y comportamiento del consumidor final.
- **Ausencia de indicadores directos de venta:** No es posible establecer con precisión métricas como:
 - Rotación real del producto
 - Participación en el punto de venta
 - Efectividad de estrategias comerciales
- **Dependencia del distribuidor:** Los distribuidores, al adquirir el producto, **operan bajo sus propios intereses comerciales**, definiendo de manera autónoma:
 - Tiempos de venta
 - Priorización de marcas
 - Estrategias de comercialización
- **Baja prioridad frente a la competencia:** En la mayoría de los casos, los distribuidores comercializan múltiples marcas de licor, lo que genera que Aguardiente Nariño **no reciba un impulso comercial prioritario**, sino que su rotación dependa del comportamiento general del mercado. Se exceptúa el caso de distribuidores con acuerdos de exclusividad en la categoría de aguardientes, donde se evidencian mejores condiciones de posicionamiento.
- **Modelo comercial pasivo:** Bajo las condiciones actuales, el esquema limita la capacidad de reacción frente a la competencia, reduciendo la posibilidad de implementar estrategias activas de posicionamiento, fidelización y crecimiento.

2. Evaluación financiera del modelo:

Desde el componente financiero, se han identificado estos efectos:

- **Disminución en la utilidad potencial:** El modelo de enajenación reduce la capacidad de capturar mayor valor dentro de la cadena comercial, trasladando parte del margen a los intermediarios.
- **Costos administrativos y operativos:** A pesar de no realizar comercialización directa, la Gobernación incurre en gastos asociados a:
 - Apoyo comercial
 - Activaciones de marca
 - Gestión administrativa del proceso

Impactando la rentabilidad del esquema.

- **Limitaciones para proyectar crecimiento:** La ausencia de control sobre la venta final dificulta la construcción de proyecciones financieras sólidas y sostenibles en el tiempo.

Las evaluaciones realizadas permiten concluir que, si bien el modelo de enajenación ha permitido la continuidad en la comercialización del producto, presenta limitaciones estructurales tanto técnicas como financieras, que afectan la competitividad, la eficiencia comercial y la generación de valor para el departamento.

En este sentido, los análisis adelantados han servido como insumo para plantear la necesidad de evolucionar hacia esquemas más eficientes de operación y comercialización, que permitan

mejorar la trazabilidad, fortalecer la gestión comercial y optimizar los resultados financieros del Aguardiente Nariño.

(Diego Martínez profesional código 222 grado 07 Daniel Benavides y Equipo comercial contratista).

- 13.** Indicar si el Departamento ha considerado modificaciones al modelo actual del monopolio rentístico de licores con el fin de mejorar su competitividad en el mercado.

Respuesta: En cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 1816 de 2016, el Departamento de Nariño adelanta la evaluación permanente del ejercicio del monopolio rentístico de licores, en observancia de los principios de eficiencia administrativa, competencia y sostenibilidad fiscal previstos en dicha normativa.

En este contexto, resulta preciso señalar que el régimen aplicable de licores destilados, y los elementos del tributo que determinan el sujeto activo, sujeto pasivo, hecho generador, base gravable y tarifa — se encuentran definidos directamente por el legislador, en desarrollo de la potestad impositiva del Estado. En consecuencia, cualquier modificación estructural con los elementos antes mencionados corresponde de manera exclusiva al Congreso de la República de Colombia, y no a las entidades territoriales en ejercicio del monopolio rentístico.

Por lo anterior, el Departamento de Nariño orienta sus actuaciones a garantizar el estricto cumplimiento del marco normativo vigente y no puede modificarlo.

(Ariel Guerrón – Leonardo Florez Contratistas Rentas)

- 14.** Sírvase informar cual es la proyección de ingresos por concepto de rentas de licores para los años 2026 y 2027.

- Proyección Ingresos Licores 2026: \$120.091.100.739
- Proyección Ingresos Licores 2027: \$126.095.655.776

(Cristian Aguilar Subsecretario de Presupuesto).

- 15.** Indicar que medidas estructurales está adoptando la administración departamental para evitar la caída proveniente del monopolio rentístico de licores, particularmente desde la apertura del mercado evidenciada a partir del año 2025.

Respuesta: En atención a los requerimientos formulados, se precisa que la información solicitada se anexa el siguiente cuadro, donde se puede observar que en el año 2025 la renta por venta de Aguardiente no disminuyó, sino que creció en un 59,33% con respecto al año 2024.

HISTORICO INGRESOS AGUARDIENTES		
AÑO	BOTELLAS	PARTICIPACION
2008	3.760.711	37.417.629.003
2009	2.787.879	26.645.511.054
2010	2.620.131	25.801.723.284
2011	2.933.949	29.743.999.002
2012	2.944.781	30.700.598.976
2013	2.647.296	28.405.426.920
2014	2.023.215	22.380.745.650
2015	2.289.859	26.031.111.428
2016	907.164	10.628.333.424
2017	1.954.131	23.630.484.626
2018	1.046.572	12.627.484.877
2019	1.705.126	22.280.314.657
2020	952.539	11.901.708.151
2021	1.490.779	20.204.004.256
2022	1.904.805	27.260.777.106
2023	1.669.258	26.861.850.654
2024	2.080.330	36.389.318.000
2025	3.292.504	61.328.350.291

(Esteban Rivera Contratista Rentas).

16. Señalar cual es el valor promedio que recibe el departamento de Nariño por cada botella de Aguardiente Nariño vendida, discriminando los diferentes componentes que integran la renta departamental, tales como impuestos, participación u otros ingresos asociados.

Respuesta: Con respecto al valor promedio que percibe el Departamento por cada botella de Aguardiente Nariño comercializada, se presenta a continuación el detalle correspondiente, con base a la información consolidada y verificada por las dependencias competentes en el siguiente cuadro:

PARTICIPACION							
				1		2	1+2
CAP.	GRADOS	CANTIDAD	* TARIFA	COMP. ESPECIFICO	** V/.DANE	COMP. ADVALOREM	TOTAL PARTICIPACION
750 ML	29	1	436	12.644,00	29.735,0	7.434	20.078

(Esteban Rivera Contratista Rentas).

17. Informar si la Gobernación de Nariño ha realizado algún estudio o evaluación del impacto fiscal generado por la disminución en las ventas del Aguardiente Nariño durante el año 2025, y en ese caso afirmativo adjuntar copia de dicho estudio o análisis técnico.

Respuesta: En atención a la solicitud, se informa que a la fecha no se ha elaborado un estudio técnico o documento formal específico que evalúe el impacto fiscal derivado de la disminución en las ventas de Aguardiente Nariño durante la vigencia 2025.

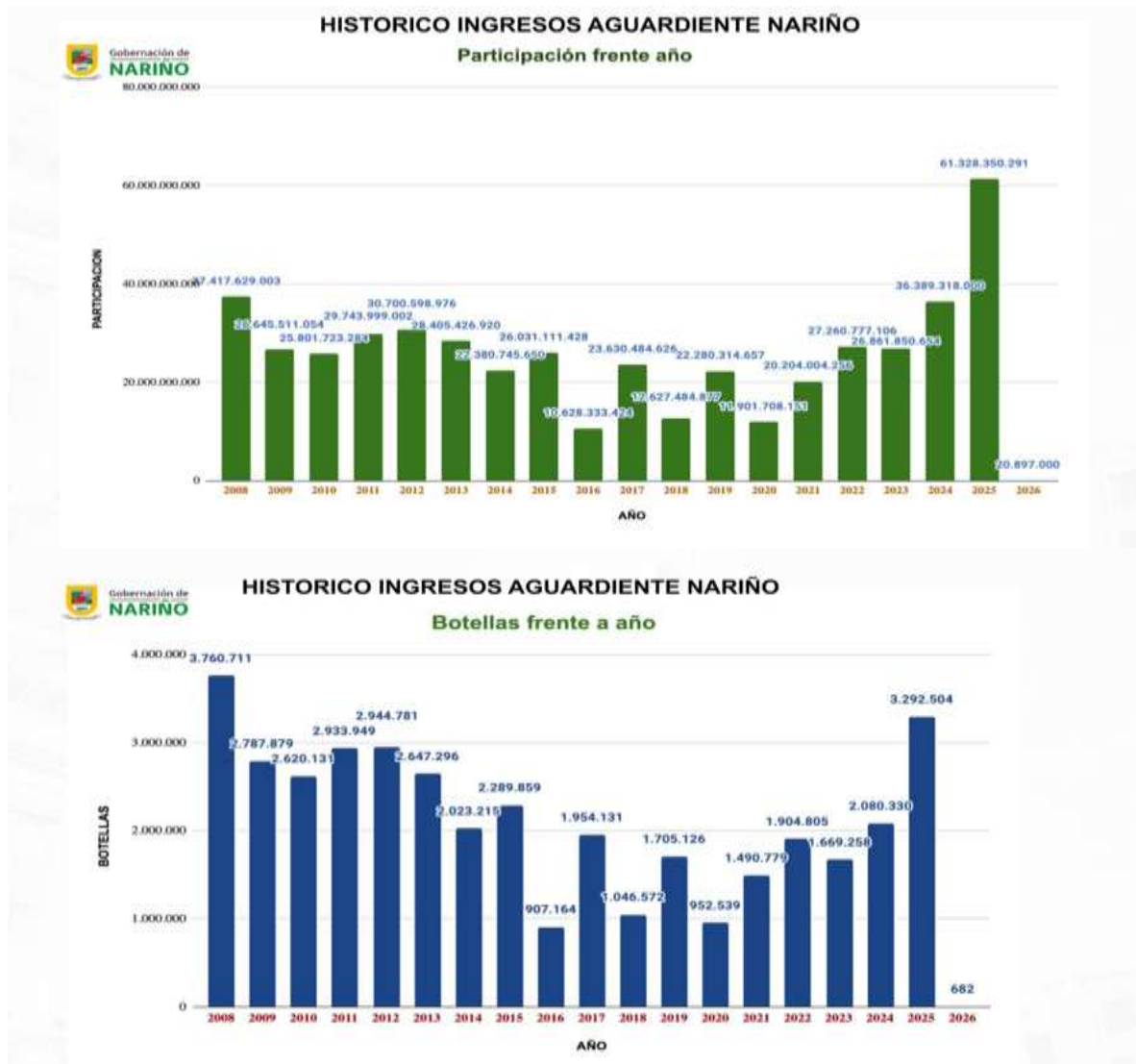
No obstante, se han realizado análisis internos de comportamiento fiscal y de mercado, a partir de los cuales se ha identificado que, desde el análisis de ingresos departamentales, se evidencia que el impacto fiscal no ha sido negativo, teniendo en cuenta que los ingresos por concepto de participación en aguardiente (incluyendo todas las marcas que se comercializan), ha presentado un comportamiento favorable, incluso superior al de vigencias anteriores. Lo

cual se explica por la mayor dinámica del mercado en general, impulsada por la entrada de nuevos actores.

Los análisis realizados permiten concluir que:

- El impacto fiscal para el departamento no ha sido negativo en términos globales, debido al comportamiento favorable de los ingresos por participación.
- La disminución en las ventas de Aguardiente Nariño se enmarca dentro de unas nuevas condiciones de mercado, asociadas a la entrada de la competencia y al pago de la participación por diferentes actores.

A continuación se describe por medio de graficas la anterior descripción:



(Diego Martínez profesional código 222 grado 07 – Esteban Rivera Contratista Rentas).

De esta manera, se atiende el requerimiento presentado, quedando atentos a cualquier aclaración o información adicional que se requiera.

Atentamente,


RICARDO HERIBERTO GUEVARA APRÁEZ
Secretario de Hacienda


PAOLA VITERI SALAZAR
Subsecretaria de Rentas


DIEGO ANDRÉS MARTÍNEZ TEHERÁN
Profesional Universitario