

**Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural**

**Guía para la promoción de Núcleos Agroempresariales  
Regionales  
y  
Acuerdos Regionales de Competitividad**

**IICA**

## Contenido

|                                                                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Cuales son los antecedentes de este programa .....                                                                               | 3  |
| 2. Como contempla el Plan de Desarrollo el tema de la Competitividad .....                                                          | 5  |
| 3. Como es la Estrategia de promoción de Núcleos Regionales de<br>Desarrollo Agroempresarial .....                                  | 6  |
| 4. Que es el Núcleo Agroempresarial Regional .....                                                                                  | 7  |
| 5. Cual es la metodología para la conformación de un Núcleo<br>Y la concertación del Acuerdo de Competitividad de la cadena .....   | 7  |
| 6. Cual es el apoyo del Gobierno Nacional a la Estrategia de<br>Promoción de Núcleos Regionales de Desarrollo Agroempresarial ..... | 10 |
| 7. Para que es el programa .....                                                                                                    | 11 |
| 8. Que hace exitosa la promoción de un núcleo .....                                                                                 | 12 |
| 9. Cuales son los beneficios para pequeñas empresas<br>Y productores .....                                                          | 12 |
| 10. De que manera usted se puede vincular a la promoción<br>de un núcleo.....                                                       | 12 |
| 11. Que no hacer en el proceso de promoción de un núcleo .....                                                                      | 13 |
| 12. Cuales son los beneficios para las empresas en general .....                                                                    | 13 |
| 13. Cuanto cuesta la promoción de un núcleo .....                                                                                   | 14 |
| 14. Cuanto tiempo puede tomar la promoción de un núcleo .....                                                                       | 15 |

Anexo.

Modelo para la elaboración del Acuerdo de Competitividad de la Cadena Productiva

## **1. Cuáles son los antecedentes de este programa?**

Desde 1995, el Gobierno Nacional viene promoviendo la suscripción de Acuerdos de Competitividad por cadenas productivas con el fin de concertar con el sector privado representado por gremios de carácter nacional y empresarios, políticas, planes y proyectos que conduzcan a una mejora del entorno competitivo en que se desempeñan las empresas de los distintos eslabones de las cadenas y a una mejora de las condiciones de competitividad de las empresas mismas.

En el sector agropecuario y agroindustrial, este esfuerzo condujo a la firma de acuerdos en las cadenas de: cereales, alimentos balanceados, avicultura y porcicultura; arroz y su molinería; forestal, madera, enchapados, muebles; forestal, madera, pulpa de papel, artes gráficas; algodón, textil, confecciones; oleaginosas grasas, aceites; cítricos; plátano; cacao; papa; atún; piscicultura y lácteos.

Estos acuerdos son el resultado de ejercicios de consenso sistemáticos y de largo aliento (hay acuerdos donde se tomó hasta más de un año para llegar a un consenso) sobre el diagnóstico de los problemas competitivos de las cadenas, la visión de futuro de estas y sus negocios y sobre una serie de planes, proyectos y acciones estratégicas que fundamentalmente comprometen al Gobierno Nacional y a los Gremios de carácter nacional, algunas de las cuales hacen necesario para su cabal ejecución, el compromiso de las empresas de los distintos eslabones de las cadenas y de los gobiernos locales que tienen acción directa sobre el entorno competitivo en que se desempeñan dichas empresas.

Como resultado de este esfuerzo el país cuenta con un repertorio de planes de acción para mejorar la competitividad de la mayor parte de su sector agropecuario y agroindustrial, en particular de aquellas cadenas más afectadas por la competencia internacional.

Algunos de los efectos hasta ahora constatados como resultado de este esfuerzo son:

- Se ha logrado cambios en la cultura de confrontación por una cultura de cooperación, en torno a políticas públicas y privadas entre los agentes de las cadenas y de estos con el Gobierno.
- Se tiene una mayor información sobre los problemas competitivos de los distintos eslabones de cada negocio tanto en los agentes privados como públicos.

- Se ha logrado una mayor incorporación del criterio de cadena en las negociaciones comerciales internacionales.
- Se tiene mayores elementos para la focalización por temas y regional de los recursos públicos para inversiones en tecnología, capacitación, desarrollo exportador.
- Se dispone en las diferentes cadenas de planes integrales para el desarrollo competitivo que contemplan acciones en materia de:

Política comercial (importaciones exportaciones)  
 Desarrollo de mercados  
 Desarrollo tecnológico  
 Desarrollo de la calidad  
 Desarrollo del capital humano  
 Manejo del medio ambiente (convenios de producción limpia)  
 Desarrollo empresarial  
 Información para el referenciamiento competitivo

Algunas de estas acciones ya están en marcha

- Se han logrado visiones compartidas entre agentes de las cadenas y el Gobierno de largo plazo sobre el futuro de esos negocios y sobre los proyectos estratégicos necesarios,
- Se han desarrollado instrumentos modernos para gerenciar ese largo plazo como los consejos nacionales de cadena (lácteo, de la papa) y fondos de estabilización de precios de exportación.
- Se han logrado alianzas estratégicas entre distintos eslabones de las cadenas para fines comerciales y productivos

En los acuerdos de competitividad hay dos tipos de compromisos: unos de carácter nacional que comprometen sobre todo políticas públicas, incentivos de disponibilidad general y normativas específicas sobre aspectos varios y acciones privadas de carácter nacional, pero también hay compromisos que para ponerlos en práctica es necesario involucrar a las regiones, las autoridades locales y las empresas, y es aquí donde aparece el cluster, el conglomerado o el núcleo, que se constituye hacia delante el objeto principal de la estrategia de competitividad que el gobierno quiere adelantar en los próximos años.

Los integrantes de los comités de algunos de estos acuerdos han decidido crear el Consejo Consultivo de su respectiva cadena con el fin de “gerenciar el futuro de la cadena” y los capítulos por cluster o conglomerados regionales (casos de lácteos,

papa, algodón textil, alimentos balanceados avicultura), lo cual facilitará la ejecución de los proyectos contenidos en los acuerdos y que tienen agendas de carácter regional y nacional.

## **2. Cómo contempla el Plan de Desarrollo del Gobierno el tema de la Competitividad ?**

El Plan de Desarrollo Cambio para Construir la Paz resalta la importancia que tiene la construcción de capital social para la solución del conflicto que vive el país y los problemas derivados de la inequidad. La producción de este capital social depende de que exista un marco sociopolítico y económico incluyente y participativo que incentive para que los individuos se sientan motivados para cooperar, así como los instrumentos adecuados para la coordinación de la acción colectiva.

El Gobierno contempla en el Plan de Desarrollo una estrategia para el sector agropecuario que busca integrar el sector primario en torno a las cadenas agroindustriales, mediante políticas que generen condiciones para un desarrollo competitivo, equitativo y sostenible del campo en su diversidad y complejidad.

Dicho Plan señala en el capítulo sobre el sector agropecuario, que los recursos públicos destinados al impulso de las cadenas productivas se destinarán a ejecutar políticas y desarrollar actividades que garanticen la más amplia cobertura de efectos y el mayor impacto de desarrollo sobre toda la competitividad de la cadena. Esas políticas están relacionadas con: incentivos a la inversión y capitalización, desarrollo tecnológico, comercio interno y externo y la coordinación de los agentes de las cadenas productivas, así como el ajuste institucional en el sector.

Un aspecto importante del plan de desarrollo es que se sugiere que la política sectorial agropecuaria se ejecutará en forma localizada. En lo microeconómico a través de Alianzas Estratégicas Productivas y Sociales y en lo espacial a través de los Núcleos Regionales de Desarrollo Agroempresarial.

En el capítulo de industria y comercio de la estrategia "Las exportaciones como motor de crecimiento" se anuncia que la estrategia de desarrollo y estímulo de la actividad productiva y exportadora debe conducir a contrarrestar los desequilibrios en el desarrollo regional que han caracterizado la estructura productiva nacional. En este sentido el Ministerio de Comercio Exterior coordinará planes regionales de exportación con la participación de empresas, gremios y gobiernos locales, planes que tendrán apoyo financiero a nivel de empresas a través del Fondo Nacional de Productividad y Competitividad, constituido con recursos del IFI, Bancoldex, Colciencias, Finagro y el Sena.

En suma, la política para la productividad y la competitividad tiene dos pilares conformados por: las políticas para el mejoramiento del entorno competitivo de las empresas y las políticas para promover el desarrollo de la productividad empresarial.

Las políticas para el mejoramiento del entorno competitivo hacen relación a: un entorno macroeconómico estable, una política comercial estratégica, una efectiva gestión aduanera, el desarrollo de capital humano y el desarrollo de una serie de proyectos de infraestructura en los sectores de: transporte, eléctrico, minero, hidrocarburos y gas, comunicaciones e información.

Las políticas para promover el desarrollo de la productividad empresarial se concretan en la creación del Fondo de Productividad y Competitividad enfocado a cofinanciar proyectos a nivel de empresa para la gestión y modernización empresarial y para la adaptación, innovación y desarrollo tecnológico, la reforma del Sena para lograr una mayor conexión y sintonía con el sector productivo y mayor calidad y cobertura para atender la demanda de formación y los programas sectoriales en lo agropecuario (Proagro y Pran) e industrial.

### **3. Cómo es la estrategia de Promoción de Núcleos Regionales de Desarrollo Agroempresarial ?**

En la literatura y en la experiencia del desarrollo capitalista contemporáneo se le da especial preeminencia a lo local en el desarrollo de ventajas competitivas. Porter señala que el mundo económico de hoy está dominado por lo que él llama los clusters o masas críticas de empresas, localizadas en un ámbito geográfico específico y con un éxito competitivo inusual en un campo determinado. La consolidación de este éxito está vinculada a cosas locales como el conocimiento, las relaciones y la motivación a la competencia entre los empresarios del cluster que son difíciles de tener con competidores remotos.

Esta estrategia tiene por lo tanto como objetivo, el impulso al desarrollo regional mediante el incremento de la competitividad de los conjuntos de empresas que forman conglomerados agroindustriales y ubicadas en espacios geográficos determinados y relacionadas entre sí por lazos de suministro de materias primas o prestación de servicios y organizadas alrededor de una industria o sector líder, obteniendo de esta manera economías de aglomeración y una mayor vinculación de todos los elementos de la planta productiva.

El instrumento principal de la estrategia es el fortalecimiento de la institucionalidad propia de las regiones donde están localizados los conglomerados agroindustriales, mediante:

- La descentralización de las políticas agropecuaria, industrial y de desarrollo exportador.
- La acción conjunta de los gobiernos municipales y departamentales y del gobierno nacional
- La participación empresarios y organismos empresariales a nivel local
- El fortalecimiento de las empresas y de las organizaciones privadas y públicas a nivel local.

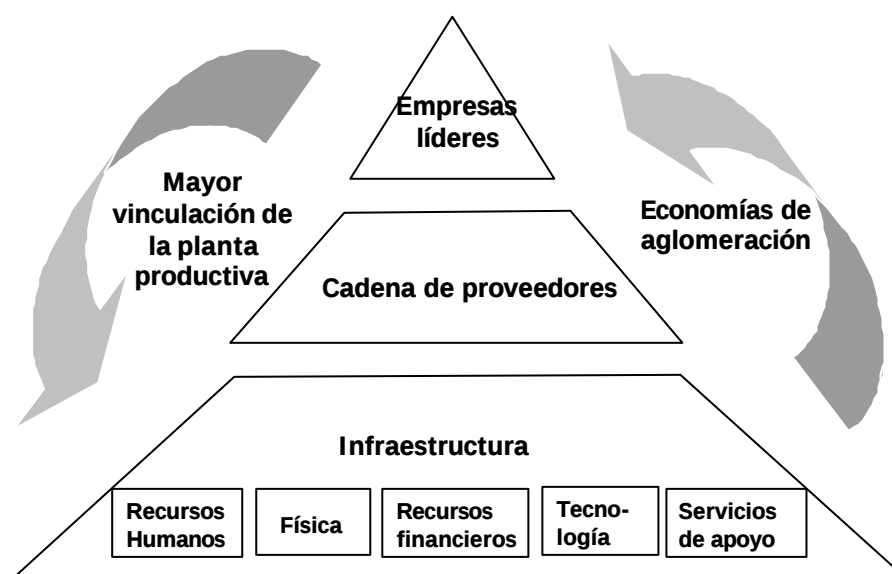
#### 4. Qué es núcleo agroempresarial regional?

Es un conjunto de empresas e instituciones ubicadas en un espacio geográfico determinado relacionadas entre sí por lazos de suministros de materias primas, prestación de servicios o provisión de infraestructura especializada y organizadas alrededor de una industria o sector líder

#### 5.Cuál es la metodología para la conformación de un núcleo y la concertación del acuerdo de competitividad de la cadena ?

La estrategia apunta a fortalecer la coordinación entre los distintos agentes de las cadenas productivas **con énfasis en la participación de empresas líderes** y entre estos y el sector público, local y nacional, de manera que aprovechen las economías de escala y la mayor vinculación de los elementos de la planta productiva, tal como se describe en el gráfico siguiente:

Gráfico 1

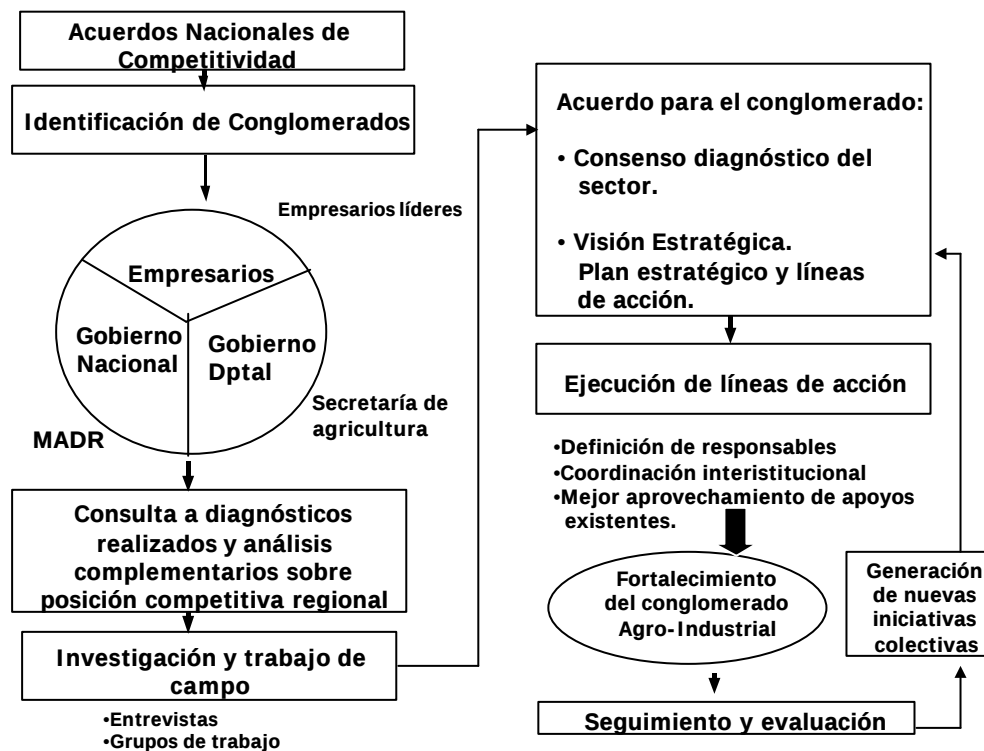


Se sugieren los siguientes pasos para conformar el núcleo y concertar sus planes de acción y el acuerdo regional de competitividad de la cadena. Este método se está aplicando en una experiencia piloto que en varias cadenas, entre ellas la de algodón-textil-confecciones se lleva a cabo en el Tolima desde noviembre de 1998.

- Consenso a nivel de los acuerdos nacionales de competitividad sobre los conglomerados a trabajar dentro del programa
- Conformación de la cadena a nivel de conglomerado y conformación del comité de cadena representativo de los distintos eslabones, con empresarios líderes, agremiaciones, instituciones y con los gobiernos locales y el gobierno nacional.
- Selección de la secretaría técnica a nivel local que tiene como tareas facilitar el proceso, convocar a las reuniones, llevar las actas, preparar o coordinar la preparación de estudios adicionales de diagnóstico, formular los proyectos contemplados en el plan de acción, gerenciar o coordinar la gerencia de los proyectos contemplados en el plan de acción, y hacerles seguimiento y mantener el monitoreo de la competitividad de la cadena.

Gráfico 2.

### Pasos para la promoción de núcleos regionales



- d. Examen a la luz de las particularidades de cada conglomerado del acuerdo nacional de la cadena respectiva para hacer una primera identificación de los aspectos en que hay que particularizar los diagnósticos, la visión estratégica y las líneas de acción.
- e. Empezar los trabajos de complementación de los diagnósticos bien sea con investigaciones específicas o con el método de diagnóstico participativo con los integrantes del comité de cadena . La información básica a reunir debe estar referida a:

- Nivel de producción y exportaciones de todos los productos de la cadena
- Generación de valor agregado
- Generación de empleo
- Capacitación y formación del recurso humano
- Financiamiento de los diferentes eslabones de la cadena
- Sistemas de comercialización de materias primas, productos intermedios y productos finales
- Nivel de penetración de los mercados: local, regional, nacional. Internacional
- Desarrollo tecnológico y accesibilidad a tecnologías adecuadas y de punta
- Manejo ambiental
- Servicios
- Infraestructura

- f. Lograr un consenso sobre el diagnóstico, la visión y los proyectos estratégicos para la mejora de la competitividad en los campos de :

Desarrollo de mercados  
Desarrollo tecnológico  
Desarrollo de la calidad  
Desarrollo del capital humano  
Manejo del medio ambiente (convenios de producción limpia)  
Desarrollo empresarial  
Información para el referenciamiento competitivo

Este consenso se recoge en un documento que debe ser suscrito por todos los actores del proceso que se denomina **Acuerdo Regional de Competitividad de la Cadena (ver modelo anexo)**.

- g. Formular, gestionar el financiamiento y poner en marcha los proyectos estratégicos.

- h. Mantener un sistema de seguimiento y evaluación con el comité de cadena, sobre los proyectos estratégicos en un proceso que genere nuevas iniciativas colectivas.
- i. Mantener un sistema de seguimiento competitivo de la cadena que tiene como propósito, identificar permanentemente la posición competitiva de la cadena, con relación a los principales competidores en los mercados externo e interno, de manera que se pueda actuar rápida y eficientemente para corregir los problemas de competitividad. Este seguimiento debe partir de la definición de indicadores con los actores de la cadena

## **6.Cuál es el apoyo del Gobierno Nacional a la estrategia de Promoción de Núcleos Regionales de Desarrollo Agroempresarial ?**

Los papeles del Gobierno Nacional y de sus instituciones adscritas, en el desarrollo de la estrategia son los siguientes:

- Apoyo a los proyectos regionales derivados de los acuerdos de competitividad regional a través de las instituciones adscritas y vinculadas al Gobierno Nacional.
- Apoyo a la gerencia de los acuerdos de competitividad nacionales
- Facilitación y apoyo técnico para procesos de concertación a nivel de núcleos regionales de desarrollo agroempresarial, para la elaboración de acuerdos regionales de competitividad y para la formulación de proyectos resultantes de dichos procesos.
- Cofinanciación, incentivos y apoyo institucional para proyectos a nivel de empresas y de instituciones con los siguientes instrumentos contemplados en los programas de reactivación y de oferta agrícola

Incentivo a la capitalización rural (ICR)

Certificado de Incentivo Forestal

Apoyo directos a la comercialización de productos específicos

Apoyos a través del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología

Apoyos a pequeños empresarios y productores a través de programas como el DRI, Plante, Plan Colombia, Pademer.

- Coordinación entre las diferentes instancias de Gobierno Nacional para orientar hacia el sector otros apoyos contemplados en la Política para la Productividad y Competitividad, tales como la gestión de una política comercial estratégica, el Fondo Nacional de Productividad y Competitividad, los programas de infraestructura y de formación de recursos humanos para la competitividad y la gestión aduanera para la competitividad.

## **7. Para qué es el programa?**

- El programa apoya procesos a nivel de cadena y de núcleo con los actores de los diferentes eslabones y de su entorno, incluyendo los gobiernos locales, dirigidos a identificar cambios y oportunidades que pueden ser efectuados más efectiva y eficientemente a través del trabajo cooperativo que individualmente.
- El programa apoya a los empresarios en sus estrategias empresariales, no las suplanta.
- Los procesos apoyados por el programa apuntan a conducir a los actores para que juntos:
  - Z Construyan una visión compartida y basada en hechos de la posición competitiva actual y futura de la cadena
  - Z Identifiquen los obstáculos para mejorar la competitividad y hacer que el negocio crezca
  - Z Desarrollen e implementen acciones a nivel del núcleo dirigidas a superar los obstáculos y aprovechar las oportunidades identificadas

## **8. Qué hace exitosa la promoción de un núcleo?**

- El compromiso activo de los Gobiernos Nacional, Departamentales y Municipales, los empresarios de todos los componentes del núcleo, los trabajadores y los líderes de la comunidad facultados para tomar decisiones y decididos a invertir tiempo en el proceso
- La habilidad para focalizar aspectos específicos de interés mutuo
- El compromiso con la búsqueda y análisis de información relevante lo cual crea un diálogo significativo entre los participantes
- La disponibilidad para compartir información con todos los participantes del proceso. La información sensible puede ser manejada en un proceso de agregación, por el facilitador neutral o secretaría técnica
- La disponibilidad para aprender, abrirse a otras ideas y pensar de manera diferente para la solución de problemas
- La disponibilidad para pasar de la estrategia a la acción

- Una “esquina neutral” o secretaría técnica idónea que facilite, coordine el proceso y prepare la documentación e información necesaria.

## **9. Cuáles son los beneficios para pequeñas empresas y productores?**

Los pequeños productores pueden beneficiarse ampliamente participando en estos procesos a través de:

- Acceso a la información de la cadena a mínimo costo y comprensión de la estructura de su industria
- Acceso a la información sobre los niveles de competitividad de su industria y los cambios que se están produciendo para aumentar su competitividad
- Desarrollo de habilidades para identificar áreas donde los pequeños pueden obtener asistencia e incentivos y cómo obtenerlos
- Oportunidades para influir en las discusiones y acciones que se hacen en el núcleo en materia de investigación y desarrollo, capacitación, infraestructura específica, servicios etc.
- Oportunidad para contribuir a la formación de la política pública en materia de incentivos, negociaciones comerciales y otras
- Oportunidad para hacer alianzas con otros actores y aumentar su habilidad para participar en proyectos amplios, obtener insumos a menores precios, lograr iniciativas de comercialización conjuntas etc.

### **1. De qué manera usted se puede vincular a la promoción de un núcleo?**

Esta es una tarea donde es necesaria la participación lo más activa posible de los empresarios, agricultores, empresarios de servicios, proveedores de insumos e instituciones de apoyo. Cada uno de estos actores se puede vincular a la promoción del núcleo:

- Teniendo un compromiso activo con el liderazgo del proceso de promoción del núcleo o de los grupos de trabajo de él derivados
- Identificando áreas específicas donde su empresa puede beneficiarse de las acciones del núcleo y focalizando sus recursos para participar en los grupos de trabajo pertinentes

- Asegurándose de tener la información de todos los desarrollos dentro del núcleo derivados del proceso
- Contactando otros empresarios y actores que usted crea que se pueden beneficiar y contribuir al proceso de promoción del núcleo
- Dándoles publicidad a los logros del núcleo y compartiéndolos dentro de su organización o empresa
- Asegurándose de que los grupos de trabajo tengan la información relevante de su empresa o negocio

#### **11. Qué no hacer en el proceso de promoción de núcleos?**

- Reemplazar las decisiones a nivel de empresas aunque el proceso puede producir insumos para estas decisiones
- Reemplazar las decisiones del Gobierno o pretender dictar política gubernamental
- Actuar como un foro para el cabildeo de intereses específicos
- Actuar como un foro de puro análisis académico
- Hacer protagonismo político con los resultados, sin esperar que estos se concreten y, con la información que se maneja en el proceso
- Dedicarse exclusivamente al análisis de los problemas competitivos del eslabón agropecuario

#### **12. Cuáles son los beneficios para las empresas en general?**

Las empresas tanto agrícolas, como industriales o comerciales o de servicios que participan en estos procesos se pueden beneficiar con:

- Un mayor entendimiento de las necesidades de los consumidores y de las oportunidades del mercado local, nacional e internacional
- Posibilidades de desarrollo de una mejor “plataforma” competitiva en términos del aprovechamiento de las habilidades, información e infraestructura con que cuenta la empresa y el núcleo

- Mejor asistencia para desarrollar la capacidad necesaria para entrar al mercado internacional y competir mejor en el mercado nacional, entrar al “club mundial”
- La minimización de los costos de transacción entre las empresas eliminando cuellos de botella e intermediarios
- La identificación de oportunidades derivadas de la oferta agregada, promoción de exportaciones o distribución conjuntas
- Mejores oportunidades para utilizar los apoyos de las políticas sectoriales y mejor concertación con el Gobierno y entidades paraestatales en áreas como acuerdos comerciales, misiones comerciales, requerimientos de infraestructura y oportunidades de comercio e inversión
- Mejor información acerca de acceso a incentivos públicos y de servicios privados
- Un cambio en la cultura del conflicto y del aislamiento entre empresarios y de estos con la sociedad por una cultura de identificación de oportunidades, sinergia y beneficios mutuo

### **13. ¿Cuáles son los beneficios para pequeñas empresas y productores?**

Es importante involucrar en estos procesos de coordinación de cadenas a los pequeños agricultores y empresas industriales y de servicios, para lo cual conviene emprender procesos de organización que les mejore su capacidad de coordinación y negociación con las empresas más grandes. Algunos beneficios que pueden derivar los pequeños de este tipo de procesos son:

- Acceso a la información a mínimo costo y comprensión de la estructura de su industria
- Acceso a la información sobre los niveles de competitividad de su industria y los cambios que se están produciendo para aumentar su competitividad
- Desarrollo de habilidades para identificar áreas donde los pequeños pueden obtener asistencia e incentivos y como obtenerla
- Oportunidades para influir en las discusiones y acciones que se hacen en el núcleo en materia de investigación y desarrollo, capacitación, infraestructura específica, servicios etc.
- Oportunidad para contribuir a la formación de la política pública en materia de incentivos, negociaciones comerciales y otras

- Oportunidad para hacer alianzas con otros actores y aumentar su habilidad para participar en proyectos amplios, obtener insumos a menores precios, lograr iniciativas de comercialización conjuntas etc.

#### **14. Cuánto cuesta la promoción de un núcleo?**

El costo del proceso depende del nivel de información y análisis disponible para la cadena. A mayor información, menor costo.

Adicionalmente hay que contar con el costo de la facilitación del proceso (secretaría técnica o esquina neutral) y de su coordinación, el cual debe cofinanciarse entre los beneficiarios

#### **15. Cuánto tiempo puede tomar la promoción de un núcleo?**

El tiempo que toma un proceso de estos depende del tamaño y la complejidad de la cadena, la polarización entre los actores claves dentro del núcleo y el tiempo que los líderes estén dispuestos a gastar al proceso.

Según las experiencias llevadas a cabo hasta ahora, puede tomar entre seis meses y un año antes de tener concertadas y en ejecución acciones concretas. Conviene que una vez concretadas las acciones y creada la confianza entre los actores, el proceso se mantenga alimentándolo con nuevas iniciativas

## **Anexo**

## **Modelo para la Elaboración del Acuerdo de Competitividad de la Cadena Productiva**

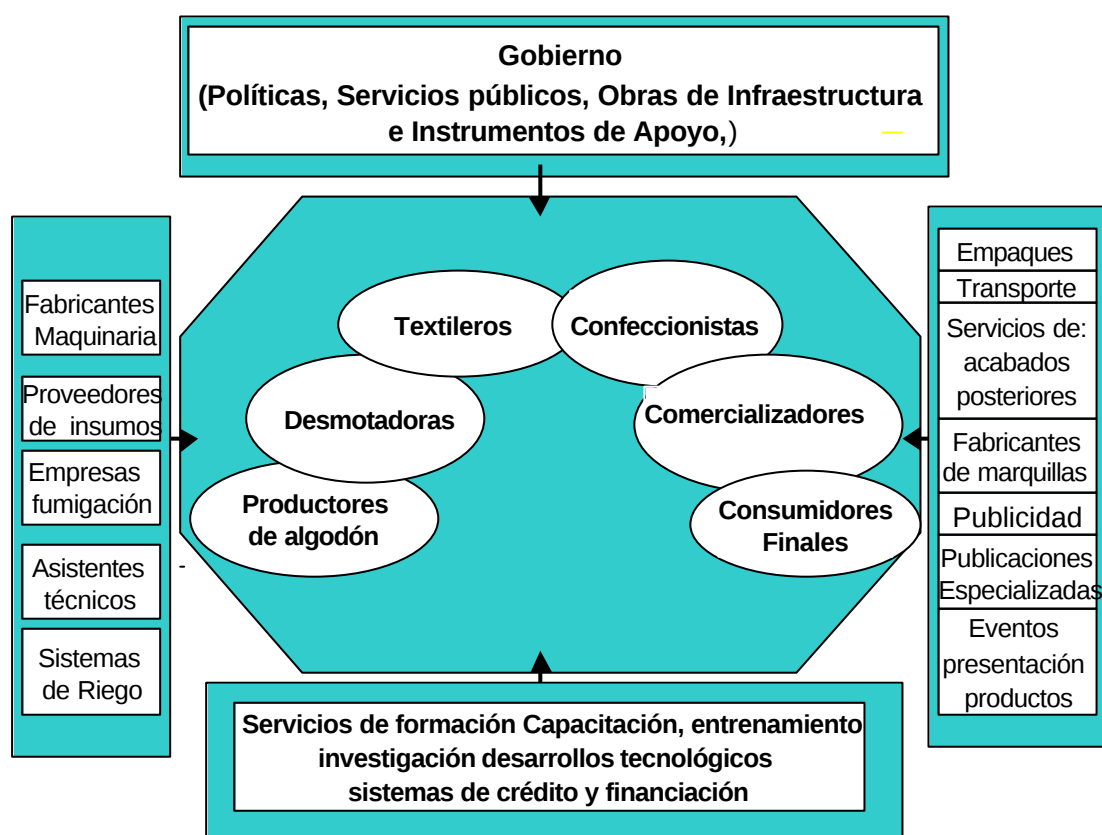
Tal como se señaló antes, un acuerdo de competitividad debe tener tres elementos: el diagnóstico competitivo de la cadena, la visión de futuro y el plan de acción par la mejora de la competitividad. El documento que compendia estos elementos puede organizarse de la siguiente manera.

Un capítulo introductorio donde se señale los participantes del proceso y la metodología con la cual se desarrolló.

Un segundo capítulo donde se describa la cadena a nivel regional, los productores, las áreas sembradas, las empresas industriales, los proveedores de insumos, la importancia de la cadena en la economía regional y la importancia de la cadena en el contexto nacional. Esto puede ilustrarse con un mapa de la cadena como el que aparece en el gráfico 1a tomado del acuerdo regional de algodón del Tolima.

Un tercer capítulo de diagnóstico donde deben incluirse los análisis que sustenten los problemas competitivos de la cadena de distinto orden, para lo cual conviene hacer ejercicios de referenciamiento competitivo, con el comportamiento de la cadena en otras regiones o países

**Gráfico No 1a. Cadena Regional Algodón-  
Textil-Confecciones**



Fuente: Elaborado por el Equipo de Formulación y Gestión 1.999