

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DEL VINO DE AGRAZ  
A LOS ESTADOS UNIDOS**

**Carlos Andrés Martínez Puin**

**Universidad Antonio Nariño Sede Tunja**

**Facultad de Economía y Comercio Internacional**



**Tunja, 2022**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DEL VINO DE AGRAZ  
A LOS ESTADOS UNIDOS**

**Carlos Andrés Martínez Puin**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de  
Profesional en Comercio Internacional**

**Tutor:**

**Mg. Diego Andrés Flórez Blanco**

**Universidad Antonio Nariño Sede Tunja**

**Facultad de Economía y Comercio Internacional**



**Tunja, 2022**

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Tunja, Mayo de 2022

## **Dedicatoria**

Dedico el desarrollo de este proyecto a mis padres, gracias a que en todo momento me han incentivado a lo largo del arduo camino de grandes esfuerzos y sacrificios. Agradezco a mis docentes, los cuales me han instruido de manera comprensiva y oportunamente el momento que encontraba un inconveniente o duda en el desarrollo de mis actividades propuestas, especial mención a mi director de trabajo de grado, el cual siempre estuvo brindándome su conocimiento y apoyo para la elaboración de mi proyecto y finalmente agradezco a la Universidad Antonio Nariño por ser ese lugar en el cual pude afianzar mis conocimientos y mis capacidades deductivas e investigativas.

“El objeto de la educación es formar seres aptos para gobernarse, asimismo

Y no para ser gobernados por los demás.”

Spencer, Herbert

## Contenido

Resumen.....	14
Abstract.....	15
Introducción .....	16
Definición del problema .....	17
Planteamiento del problema.....	17
Formulación del problema .....	18
Sistematización del problema .....	18
Justificación .....	19
Objetivos.....	20
Objetivo general.....	20
Objetivos específicos .....	20
Estado del arte.....	21
Marco de Referencia.....	28
Marco teórico .....	28
Marco conceptual.....	28
Marco legal .....	31
Marco geográfico .....	34
Economía .....	35
Diseño Metodológico.....	36

Línea de investigación .....	36
Tipos de investigación .....	36
Fuentes de Información Primaria.....	36
Fuentes de información secundarias .....	36
Técnicas de recolección de la Información.....	37
Técnica para la evaluación de resultados.....	37
Recursos institucionales. Universidad Antonio Nariño: Biblioteca y bases de datos electrónicas. ....	37
Recursos humanos. Asesor de grado: Diego Andrés Flórez Blanco. ....	37
Investigador: Carlos Andrés Martínez Puin.....	37
Capitulo I. Oferta Exportable.....	38
Historia del producto.....	38
Presentación de la empresa vino de agraz Jorge mortiño .....	38
Misión .....	40
Visión .....	40
Volumen Cultivable .....	41
Precios.....	43
Ficha Técnica del Vino de Agraz Jorge .....	45
Cantidades producidas. ....	46
Oferta exportable .....	46

Proyecciones presupuesto en ventas anual .....	47
Flujos de operación de la empresa vinos Jorge.....	48
El proceso productivo. ....	48
Organigrama. ....	49
Políticas de la empresa.....	51
Oportunidad de incursión mercado internacional vinos Jorge S.A.S. ....	51
Partida arancelaria.....	52
Capacidad de producción.....	53
Capitulo II. Estudio de Mercado.....	54
Principales exportadores de AGRAZ en el mundo 2021 .....	54
Principales países importadores de AGRAZ 2021. ....	55
Principales exportadores de otros vinos en el mundo 2021 .....	56
Principales países importadores de OTROS VINOS 2021.....	56
Comercio exterior de Colombia.....	57
Exportaciones Colombianas.....	57
Destinos de las exportaciones colombianas 2020 – 2021.....	58
Principales orígenes de las importaciones colombianas.....	59
Exportaciones colombianas de vino de uva por año (2016 – 2020). ....	61
Capitulo III. Matriz preselección de mercados.....	62
País seleccionado. ....	64

Potencial del producto.....	64
Régimen arancelario USA .....	66
Medidas arancelarias.....	67
Importaciones de Vino desde Estados Unidos – Colombia.....	68
Número de empresas Estado Unidenses importadoras de vino. ....	69
Empresas Estado Unidenses importadoras de Vino.....	70
Página oficial de la empresa. ....	74
Ubicación de la empresa Estado Unidense .....	74
Análisis del consumidor final Norte Americano. ....	76
Procedimiento de exportación a Estados Unidos.....	76
Para exportar a Estados Unidos (exportador colombiano) .....	76
Requisitos fitosanitarios.....	77
Norma de etiquetado del embotellamiento del vino .....	77
Capitulo IV. Perfil Logístico Colombia Estados Unidos.....	80
Puerto de entrada autorizados para Vino De Colombia.....	81
Frecuencia para puerto de desembarque para Estados Unidos .....	81
Líneas navieras y consolidado res con oferta de servicios a Estados Unidos.....	82
Indicadores de comercio transfronterizo de Colombia con Estados Unidos .....	82
Exportación.....	82
Matriz de costos de exportación. ....	83

Dimensiones de la caja de vino según su cantidad .....	83
Dimensiones correctas de la estiba. ....	84
Forma correcta del embalaje del vino de agroz (unitarización).....	84
Dimensiones del contenedor para la exportación de vino de agroz .....	85
Ubicación correcta dentro del medio de transporte (contenedor).....	86
Información del producto a exportar.....	86
Información básica del embarque. ....	87
Precio documentos proceso exportado.....	88
Reconocimiento de la mercancía. ....	88
Transporte terrestre. ....	89
Transporte marítimo.....	89
Costo precio CIF de la mercancía. ....	90
Capitulo V. Estrategias .....	91
Demanda potencial y perspectivas de crecimiento. ....	91
Distribución.....	91
Canal especializado.....	92
La estrategia empresa Productora vino Jorge S.AS. Ráquira Boyacá .....	92
Conclusiones .....	95
Recomendaciones .....	96
Bibliografía .....	97

### **Lista de Tablas**

Tabla 1.Precios de venta de la empresa distribuidora Vinos Jorge S.A.S Ráquira Boyacá.....	44
Tabla 2 Ficha técnica del producto .....	45
Tabla 3.Cantidades producidas por la empresa Productora vino Jorge S.AS.....	46
Tabla 4.Oferta exportable de la empresa Productora vino Jorge S.AS.....	46
Tabla 5.Partida arancelaria vino bebidas fermentadas y cidras .....	52
Tabla 6. Matriz preselección de mercado objetivo .....	63
Tabla 7.Consumo nacional de vino en miles de litros .....	64
Tabla 8. Producción. Consumo, saldo. ....	64
Tabla 9.Arancel Vino.....	66
Tabla 10.Fuente: TradeMap – Elaboración propia .....	71
Tabla 11.Frecuencia Colombia puerto de Long Beach Oregón USA.....	81
Tabla 12. Indicadores proceso exportador a USA .....	82
Tabla 13. Información general del producto.....	86
Tabla 14. Información básica del embarque. ....	87
Tabla 15. Precio documentación proceso exportador .....	88
Tabla 16. Reconocimiento de la mercancía .....	88
Tabla 17.Transporte terrestre interno.....	89
Tabla 18.Transporte Internacional (marítimo).....	89
Tabla 19. Cálculos costos distribución física internacional.....	90

## Lista de Figuras

Figura 1. Logo de la empresa de vino Jorge S.A.S Boyacá - Raquira,.....	38
Figura 2. Evidencia grafica de método de recolección del arándano información oficial de la empresa vino Jorge .....	40
Figura 3. Ubicación del sector de transformación de la empresa distribuidora vino JORGE AGRAZ de agraz .....	41
Figura 4. Organigrama de la empresa Productora vino Jorge S.AS .....	49
Figura 5. Principales exportadores vinieron de agraz vaccinium 2020. Elaboración propia con información de trademap. ....	54
Figura 6 Principales países importadores de arándanos de la familia del agraz vaccinium 2018 Elaboración propia con información de Trademap.....	55
<i>Figura 7.</i> Exportaciones totales colombianas por producto 2020. Trade map .....	57
<i>Figura 8</i> Destino de las exportaciones colombianas 2020. Trade map .....	58
<i>Figura 9.</i> Principales orígenes de las importaciones colombianas 2020. Ministerio de comercio industria y turismo .....	59
Figura 10. Principales destinos de las exportaciones colombianas de vino de agraz (otros vinos) 2021. TradeMap – Elaboración propia .....	60
Figura 11. Exportaciones colombianas de vino de agraz por año (2016-2020). Elaboración propia .....	61
Figura 13. Origen de las importaciones de vino 2020. Elaboración propia con datos de Trademap .....	65
Figura 14 consumo en millones de litros del vino y sus derivados .....	66

Figura 15. Mapa estratégico vitícola de USA 2019. Los vinos del mundo .....	67
Figura 16. Importaciones de cacao mexicanas desde Colombia (miles de USD). Elaboración propia con datos de TradeMap.....	68
Figura 17. Número de empresas Estado Unidenses importadoras de vino y sus derivados 2018. Elaboración propia con datos de TradeMap .....	69
Figura 18. Participación de las empresas importadoras de vino USA 2021. Elaboración propia .	73
Figura 19. Imagen página oficial ARFITEX WINE COMPANY Estados Unidos 2021. Página oficial de la empresa .....	74
Figura 21 Mapa Ubicación de la empresa . AFITEX WINE CO Googlemaps .....	74
Figura 22. Embalaje de botellas de vino imágenes sacadas de la red.....	79
Figura 23. Puerto de destino Ruta trazada a la empresa Artifex Wine Co. Googlemaps .....	80
Figura 24. Principales navieras / consolidadores de mercancía Colombia – Estados Unidos 2020. Procolombia .....	82
Figura 25. detalles técnicos botella de vino para la exportación sacado de cata vino .....	83
Figura 26. Dimensiones correctas de la estiba. Imagen sacada UPC (upcexportacionvinos.blogspot.com) (Jerusalem Samanamud, 2014) .....	84
Figura 27. Unitarización el vino de agraz comunidad de comercio exterior. ....	84
Figura 28. Mediadas Contenedor 20 pies. Agencia de aduanas KN Colombia SAS Nivel 2.....	85
Figura 29. Ubicación correcta del vino dentro del medio de transporte (Jerusalem Samanamud, 2014) .....	86
Figura 30. Formato proveedor Artifex Wine Co. Estados Unidos Invención propia .....	93

## Resumen

Con este proyecto se busca el desarrollo y análisis del vino de agraz como producto a exportar. Colombia cuenta con condiciones climáticas y de tierras ideales para la cosecha de productos específicos, que en otros países sería complejo producirlos, por su ubicación topográfica y geográfica. Colombia específicamente en su región cundí-boyacense, es ideal para la producción de arándano agraz, fruto que gracias a sus vitaminas y beneficios para el organismo como: el pH, °Brix, acidez titulable, % humedad, cenizas, grasa, proteína, carbohidratos es un producto atractivo e innovador para los mercados internacionales. El agraz se puede transformar en diferentes tipos de productos, pero el que denota un atractivo particular es el mosto o vino fino, suave y un excelente aroma. El desarrollo del proyecto busca la viabilidad de incorporación del vino de agraz en el mercado de Estados Unidos con el fin de dar a conocer el producto y analizar la factibilidad de distribuirlo en el ámbito global; según (Alfonso, 2017) es un producto innovador y de poca competencia, con la suficiente acogida se puede llegar a acoger en el mercado internacional. En este estudio se analizan los diferentes pasos, procesos y requerimientos para el desarrollo de viabilidad en la exportación e incorporación en el mercado norteamericano.

**Palabras clave:** exportación, vino, agraz, procesos, viabilidad, Mercado.

### **Abstract**

This project seeks the development and analysis of Agraz wine as a product to be exported. Colombia has ideal climatic and land conditions for the harvest of specific products, which would be complex to produce in other countries, due to its topographical and geographical location. Colombia, specifically in its Cundí-Boyacense region, is ideal for the production of bitter blueberries, a fruit that thanks to its vitamins and benefits for the body such as: pH, °Brix, titratable acidity, % moisture, ashes, fat, protein, carbohydrates it is an attractive and innovative product for international markets. The agraz can be transformed into different types of products, but the one that denotes a particular attraction is the must or fine wine, soft and with an excellent aroma. The development of the project seeks the feasibility of incorporating agraz wine in the United States market in order to publicize the product and analyze the feasibility of distributing it globally; According to (Alfonso, 2017) it is an innovative product with little competition, with sufficient reception it can be accepted in the international market. This study analyzes the different steps, processes and requirements for the development of viability in exportation and incorporation in the North American market.

**Keywords:** export, wine, agraz, processes, feasibility, Market.

## **Introducción**

En el programa de Comercio internacional de la Universidad Antonio Nariño se desarrolló la viabilidad de exportar productos derivados del agraz o mortiño mejor conocida en el ámbito universal como *Vaccinium meridionale Swartz*. Se investigó un mercado potencial a nivel internacional teniendo, como base fundamental la transformación del agraz en vino. según Moreno (2019) en su investigación periodística, analizó la incursión de departamentos como el Huila y distintas regiones de Colombia por la producción de productos derivados del mortiño (agraz), más conocida como fruta del bosque, rica en altos niveles de antioxidantes. (Moreno, 2019) Esta fruta se cultiva en Colombia siendo el único país del trópico que tiene dos cosechas en el año, sus principales sectores de cosecha se dan en Guachetá un municipio de Cundinamarca, en el norte de Antioquia y en Ráquira municipio del departamento de Boyacá. Gracias a sus propiedades benéficas para el organismo, el agraz o mortiño se ha determinado que por sus propiedades en vitamina B y C, antioxidantes, antocianinas, altas cantidades en fibra, alto contenido en agua y minerales son clave para el cuerpo como potasio, fosforo y calcio; el agraz, se puede utilizar en otros procesos para su transformación en un producto derivado como el vino, con el fin de hacer del agraz un producto de alta calidad y buena oferta en el mercado nacional.

El siguiente trabajo investiga acerca del mercado del agraz en su derivado del vino en el Departamento de Boyacá, donde se ha visto un auge en su producción y el posicionamiento del producto en regiones específicas de la nación, con base en esta propuesta se buscó implementar mecanismos de investigación para analizar la viabilidad de exportar el vino de agraz de manera exitosa al mercado de Estados Unidos.

## **Definición del problema**

Debido al desconocimiento que se tiene del producto, la iniciativa es tomar el arándano y transformarlo en uno de sus derivados (vino), con la premisa de ser una alternativa a los productos ya existentes, como lo son el sector agrícola, artesanal y turístico. Según cifras del DANE, el 67% de ingresos del municipio son debidos a la producción, elaboración de artesanías y turismo. Examinando estas cifras y observando la situación actual del mundo, debido a la pandemia Covid 19 se denota incertidumbre; si existe la posibilidad de otro confinamiento, con el vino de agraz se busca incentivar a la población del sector del alto Ricaurte, específicamente el municipio de Ráquira, Boyacá tenga en cuenta otras fuentes de ingresos diferentes a las artesanías y el turismo y agricultura que a futuro les otorguen un ingreso diferente a las fuentes tradicionales.

## **Planteamiento del problema**

El siguiente proyecto busca disminuir el déficit económico que ocasionó el Covid-19 en el país, con el fin principal de generar empleo para aquella parte de la población que se vio afectada por la pandemia a nivel socio económico centrándonos en la región cundí boyacense con base en productos derivados del agraz (vino)

Con la aplicación de las encuestas y el desarrollo de actividades se logra determinar que las personas del departamento de Boyacá, no tienen un conocimiento del agraz o mortiño, ya que durante la temporada de cosecha la población de Ráquira le saca provecho para tratar de hacer resaltar dicho producto, pero hasta el momento no se ha logrado, por ende, se quiere lograr que el producto vino de agraz o mortiño llegue a una buena proyección en el mercado nacional e internacional.

Se determinó que Colombia necesita más impulso en estudios de alimentos frescos que pueden ser procesados en el departamento de Boyacá, ya que existe gran variedad de productos para ser exportados. Colombia es un país con gran diversidad de alimentos frescos, y en este caso los procesados el vino de agras es una buena opción de negocio. Así, Colombia al tener variedad de frutas y en especial el departamento de Boyacá hay una opción de detectar una oportunidad en el mercado internacional con el procesamiento de agras al convertirlo en vino de alta calidad

### **Formulación del problema**

¿Es viable iniciar un proceso de exportación de vino de agras de la empresa Vino Jorge desde Ráquira Boyacá al mercado de Estados Unidos, considerando la calidad del producto, vistos buenos, logística y costos internacionales?

### **Sistematización del problema**

1. ¿Existe la Oferta y Demanda del VINO DE AGRAS que permita asegurar que el producto sea comercializado exitosamente?
2. ¿Cuál es la planificación más adecuada, con el propósito de que el producto llegue al consumidor final en el tiempo exacto y condiciones requeridas?
3. ¿Cuáles son los recursos necesarios u obligatorios para la realización de una Exportación de este tipo?

## **Justificación**

Basados en el apogeo de la producción de agraz (mortiño), se busca con la exportación de vino un mercado internacional para dar a conocer el producto de manera que alcance los estándares ideales para lograr una producción de alta calidad, cuyo objetivo principal es la reactivación económica causada por la pandemia (Covid-19) favoreciendo a las personas afectadas que dejó la pandemia a nivel económico en el municipio de Ráquira, Boyacá, haciendo un énfasis en la producción de vino. Bajo las normatividades que pide el ICA (Instituto Colombiano Agropecuario), INVIMA (instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos) y DIAN (dirección de impuestos y aduanas nacionales).

Para lograr posicionar el agraz, producto nacional colombiano en los estándares internacionales y lograr posicionar el vino de agraz (mortiño), se logrará una apertura y una mayor oferta laboral, para así ayudar al desarrollo económico de la región. Según las cifras del DANE y el Observatorio Regional del Mercado de Trabajo de Boyacá (ORMET) aplicado por el Centro Regional de Gestión para la Productividad y la Innovación de Boyacá, nos muestra los principales resultados en cuanto a ocupación y desempleo, como se evidenció con las tendencias nacionales, la tasa de desempleo presentó aumentos para todos los niveles territoriales, siendo la nacional de 15,9 por su parte, la del departamento de Boyacá, sufrió un significativo aumento de 3,6 puntos porcentuales, ubicándose en 12,2 en el 2020, lo cual representa un total de 12.565 boyacenses más sin empleo en el 2020 respecto a los desempleados del 2019. (DANE, 2020)

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Desarrollar un plan exportador que permita determinar la viabilidad y la rentabilidad de un proceso de exportación de vino de agras desde Ráquira - Boyacá hacia el mercado de los Estados Unidos.

### **Objetivos específicos**

1. Realizar un estudio de mercado definiendo la oferta y la demanda para así determinar la viabilidad de exportación del vino de agras.
2. Desarrollar el perfil del mercado de los Estados Unidos y su consumo de vino de agraz.
3. Realizar un estudio de costos del proceso logístico para la exportación de vino de agraz.
4. Realizar la exportación.

## Estado del arte

Al desarrollar la investigación de los estudios sobre el agraz se encuentra que el monitoreo de la fermentación de Agraz desarrollado por Blanco, Cuesca, Quicazan y Dávila (2019) sobre el *Vaccinium meridionale Swartz* (agraz) encontró que es un fruto rojo nativo de Colombia, como uno de los productos prometedores por sus propiedades funcionales y sensoriales, mientras que las cualidades en el ámbito nutricionista de la miel de abejas son bien conocidas. Los autores evaluaron la transformación alcohólica de agraz y miel de abejas manipulando *Saccharomyces cerevisiae* a 25°C durante 25 días. El contenido inicial de nitrógeno se ajustó utilizando polen y fosfato de di-amonio. Los autores evaluaron la pasteurización y la sulfatación como métodos de higiene del extracto. Se monitorearon las fermentaciones mediante la cuantificación de azúcares y etanol, y mediante volumetría de onda cuadrada. Analizaron un consumo más rápido de los azúcares en los ensayos con complemento de fosfato de amonio y una influencia notable de la fuente de nitrógeno sobre el desarrollo de la fermentación alcohólica de agraz. Así mismo establecieron una correspondencia entre el consumo de azúcares. (Jeimmy, 2014)

Al elaborar la investigación en archivos nacionales sobre los productos derivados del arándano agraz (vino), se puede evidenciar que en regiones como el departamento del Huila, la producción se está incrementando y su vino se ha convertido en una de las bebidas más apetecidas entre algunas comunidades. (Moreno, 2019)

En Boyacá, GraMarqués de Punta larga es un viñedo, en el que se cultiva la cepa Pinot Noir y dos variedades de Riesling, se ubica en Nobsa, una zona de Boyacá ideal para el cultivo de uvas por sus características climáticas. Al visitar el viñedo se puede recorrer las plantaciones de vino del Marqués de Puntalarga guiado por expertos viticultores, aprender a catar vinos y explorar la

cava que tiene una amplia variedad de vinos, chilenos, argentinos, españoles y colombianos.

(colombia co, 2020)

Este fruto, conocido en algunos municipios de Boyacá como el “café de tierra fría” (por su similitud con el famoso grano colombiano), presenta en el departamento un mayor aprovechamiento gracias a alianzas para comercializarlo en presentaciones distintas como vino, salsa para carnes, mermeladas y en fruto.

El agraz silvestre es una especie arbustiva perteneciente a la familia Ericaceae, y es conocida por sus cualidades antioxidantes, buenas para organismo humano. En Colombia es común verlo en terrenos de subpáramos como los de Cundinamarca, Antioquia, Nariño y Boyacá, este último con el registro de producción más alto. Esta planta o enredadera es conocida por sus beneficios para la salud, no suele ser aprovechada como sistema productivo. Sin embargo, desde estas asociaciones se dan iniciativas de aprovechamiento que le apuntan a la multifuncionalidad como forma de sacarle el máximo provecho a los cultivos”.

Así lo detalla Santiago Quevedo Rubiano, magíster en Gestión y Desarrollo Rural de la Universidad Nacional de Colombia (UNAL), quien en su estudio hizo una revisión de literatura y consultó con expertos en el tema, como el docente de la UNAL Gustavo Adolfo Ligarreto Moreno.

“Ya en campo me di cuenta de que no había datos e información suficiente de estos productores o agraceros, por lo que inicié con el muestreo “bola de nieve” acudiendo a productores referenciados, a quienes entrevisté mientras ellos me referenciaban a otros y así sucesivamente”.

Por lo general la planta del agraz no se siembra, sino que se da de forma natural, gracias al esparcimiento de sus semillas por aves o animales rumiantes de la zona, por lo que los campesinos dedicados a su producción se conocen más comúnmente como recolectores. “Una de las importantes ventajas de este fruto es que parte de ese mismo aprovechamiento silvestre va de la mano con una producción sin agroquímicos, por lo que dentro de las estrategias de aprovechamiento está diferenciarlo de otros frutos similares como el arándano, que se produce a mayor escala y tiene mayor inversión en abonos o sustancias para su cultivo”.

Según el investigador, los productores interesados en sacarle mayor provecho a estos cultivos deben proyectarlo como un fruto diferenciado por ser agroecológico y con fuerte relación con las manos campesinas que lo recolectan, por ahora como una alternativa de ingreso secundario. También se ha dado un aprovechamiento interesante en el territorio boyacense, donde varios productores lo han visto como una alternativa de reconversión productiva, pues muchos de ellos tenían ganado que genera un mayor impacto ambiental y reemplazaron esa actividad por cultivos de agraz, otras frutas y hortalizas.

Junto con la divulgación de las bondades y beneficios de la producción y el consumo de este fruto también debe haber un fortalecimiento técnico de los procesos, que con el tiempo pueda llevar a que se nivelen más los precios y que sea más rentable, viendo el agraz no como monocultivo sino como un sistema policultivo con otros productos que ayuden a la conservación de los subpáramos. (Food News Latam com, 2021)

Según el Estudio de mercado para la producción y comercialización de vino a base de agraz en el municipio de Bucaramanga, podemos analizar una viabilidad de la exportación de productos derivados del *vacinium meridionale* en territorios de la nación dando un dictamen

positivo para el análisis de viabilidad de la exportación de vino de agraz por parte de la organización vinos Jorge tomando la premisa a lo innovador del producto en el ámbito global (Castañeda Torres, s.f.)

Con base en a lo dictaminado por el estudio de pre factibilidad, el emprendimiento del vino artesanal de la universidad de Manizales, se puede deducir que gracias a los datos suministrados contribuyen al proyecto Estudio de factibilidad para la exportación y distribución regional del vino de agraz de la Empresa distribuidora Jorge. Gracias a lo investigado, se puede tomar datos, que ayudarán a la fermentación adecuación, pH requerido en la destilación y higiene para los mercados internacionales (Medina, 2019)

Por otro lado, el estudio realizado a la comarca de Bureba España (provincia y león provincia de burgos) denota un análisis del vino chacolí tradicional, del país vasco las cuales clarifican y enriquecen la información de incertidumbre en cuanto el agraz y si puede ser denominado vino o cidra. La información suministrada ratifico y dispó la mayoría de incertidumbres ya que el vino desarrollado en esta comarca es elaborado a base del mosto de agraz. (Real Chancillería de Valladolid) .

Rendón y Morales plantean la teoría en base al tipo de cambio real y la competitividad directa del vino chileno, cuya premisa es la devaluación que abarata el precio de los productos exportados a través de los índices de ballasa y volrath , variables que afectan el desarrollo de los procesos del vino sur americano frente al europeo con el fin de disminuir la brecha de los procesos de la industria vinícola con respecto a sus competidores. Desarrollando herramientas que mejoren y faciliten los inconvenientes logísticos y las alzas de los valores de exportación, sirviendo de gran ayuda para el análisis del coste del estudio de factibilidad del vino de agraz

Jorge hacia USA generando interés por crear estrategias para contrarrestar la devaluación del producto a exportar. (Cerda U., Arcadio; Alvarado R., María; García P., Leidy; Aguirre G., Medardo, 2008).

Según Francisco J Medina , José M Martínez – Carrión del departamento de historia económica de la universidad autónoma de Barcelona analizaron la evolución y competitividad de las exportaciones españolas del vino en el mercado observando un comportamiento evolutivo desde 1960 con respecto a el mercado global, exportaciones volumen , valor , precios con respecto a la actualidad siendo de vital importancia en la eliminación de procesos obsoletos en la distribución producción a nivel internacional del vino de uva. (Medina-Albadalejo1, 2012)

El estudio realizado por los autores analiza los factores de pérdida de recursos en acciones innecesarias en la elaboración de vinos, denotando causas que ocasionan costes elevados en la organización, observando las fases en las que se gasta más recursos, pero no genera el valor esperado por la compañía en el desarrollo final distributivo. con el fin de mejorar la producción y redirección costes en segmentos de las organizaciones que, si lo necesitan, acorde con las políticas de la organización. (Diaz Arrue, 2004)

La industria vitivinícola chilena ha llevado a cabo en los últimos años grandes inversiones en relación al mejoramiento de la infraestructura provechosa, cambios tecnológicos en el desempeño de viñas (Olavarría et al., 2000). Además, ha invertido en (Kouzmine, 2000), aplicación de modernas tecnologías de vinificación y modernización de Esto ha creado un crecimiento tanto de la producción como de las exportaciones de vino de Chile con aumentos de 41% y 834%, respectivamente, entre los años 1990 y 2000; lo cual en compañía por un mejoramiento de la calidad de los vinos, permitió atraer inversores externos (Carmona y Sepúlveda, 2000). En

contraste, la tendencia en ciertos de las naciones productores de vino en todo el mundo (España, Italia y Francia) acusa una disminución en el consumo per cápita de este producto (Esteruelas, 1997; Millán y Yagüe, 1997; Rodríguez y

Villarejo, 1998), situación que no es ajena a Chile al observarse una baja en el consumo de vino (RIVERA, 2003)

Según los autores el estudio está destinado a caracterizar el proceso de elección de compra de vinos en la localidad de Temuco y establecer el valor del tipo de vino (tinto o blanco), el tipo de envase y variaciones en muestra representativa de la estructura en sexos y equipos de edades poblacional de la IX Zona de La Araucanía de elección de compra de vino se adapta a las propiedades de los bienes de conveniencia. El análisis concluyó que el elemento con más peso para dictaminar la compra de un vino, escogido el tipo, corresponde al costo. (Schnettler, 2006)

Un objetivo de las vinícolas es vender, empero se desconoce el papel de los sentimientos en la elección de compra de vino. La finalidad de este análisis es examinar el valor de emociones positivas, negativas y de vigilancia en el fin de compra de vino. Los resultados sugieren que los sentimientos positivos poseen una más grande predominación en el fin de compra que los sentimientos o vigilantes. (Virginia Margarita González Rosales, 2019)

El estudio realizado muestra las organizaciones chilenas que operan o aspiran entrar al mercado de USA. Son identificadas las primordiales informaciones sobre tamaño del mercado, hábitos de compra, canales de repartición, costos y promoción. Al final, se hace una síntesis de las primordiales oportunidades y amenazas que muestra el mercado de los Estados Ligados para los exportadores de Chile. (Rock T. & Sánchez C., 2002)

En la actualidad, dentro del sector vitivinícola preocupa el consumo y el conocimiento de la cultura del vino a causa de la generación Millennial debido a que dicho conjunto de edad en un futuro va a tener como enorme tarea primordial conservar este consumo del vino. Los datos más actuales del Observatorio Español del Mercado del Vino, sobre las informaciones del Ministerio de Agricultura y las declaraciones de las bodegas, presentan que el consumo de vino en España ha crecido un 7,2 por ciento hasta septiembre del 2019. No obstante, solamente un 26 por ciento del consumo forma parte de la generación Millennial, dato inquietante para el área. El presente análisis expone entonces diferentes tácticas de marketing digital que mejor se adapten para llamar la atención de este conjunto social que mucho preocupa, y que, paralelamente, se sabe que viven día a día en la época digitalizada. (ALMA, 2021)

## Marco de Referencia

### Marco teórico

Según la ventaja comparativa de David Ricardo, esta tiene como principal elemento la adopción de las estrategias comerciales de los países que analizan el concepto de productividad en un ámbito económico social, en el cual las naciones se especializan en un producto el cual tienen una especialidad. Como conjetura principal y analizando las propiedades del agraz en su derivado el vino, obtenemos que Colombia tiene una ventaja frente a otras naciones en la producción y distribución de productos derivados del arándano (agraz), ya que debido a su ubicación geográfica esta fruta del bosque se da solo en territorios específicos. Colombia es uno de los únicos países en los que se da cosecha dos veces al año en regiones en específico como en el departamento de Boyacá, Cundinamarca, Antioquia y Huila.

El agraz es conocido y nombrado así en Cundinamarca y Boyacá, y en Antioquia se conoce como mortiño, este fruto del género *Vaccinium*, como lo indica su nombre científico, es una planta que crece de forma silvestre en la zona alto andina entre los 2.000 y 3.000 metros, según la fundación agrodiva. Sin embargo, la mayor cualidad y potencial, según Georg Weber, agrónomo y representante de la Agrodiva, es que” aunque en América hay diferentes plantas del mismo grupo botánico en Blueberries solo está el agraz en la zona andina” con el mismo potencial de uso que las bayas de arándano que ya se consumen ampliamente en el país. (Alfonso, 2017)

### Marco conceptual

**DIAN:** Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

**INVIMA.** es el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, es una entidad de vigilancia y control de carácter técnico científico, que trabaja para la protección de la

salud individual y colectiva de los colombianos, mediante la aplicación de las normas sanitarias asociada al consumo y uso de alimentos

**ICA** Instituto Colombiano Agropecuario

**Reconocimiento** acción de distinguir a un sujeto o una cosa entre los demás. Dicho reconocimiento se logra a partir del análisis de las características propias de la persona o el objeto. Cuando se reconoce, se concreta la individualización o la identificación.

**Distribución:** hace referencia al conjunto de actividades que se realizan desde que un producto es elaborado, hasta que es comprado por el cliente final. ... Desde el transporte hasta el supermercado que vende nuestro producto, por ejemplo, forman parte de dicho canal de distribución.

**Arándano:** hace referencia al fruto de un grupo de arbustos enanos perennes del género *Vaccinium*, subgénero *Oxycoccus*, aunque algunos botánicos

**Producción** En una empresa, se denomina proceso de producción al conjunto de diversos procesos a los cuales es sometida la materia prima para transformarla, con el fin de elaborar un producto destinado a la venta.

**Estructura Organizacional** es un sistema utilizado para definir una jerarquía dentro de una organización. Identifica cada puesto, su función y dónde se reporta dentro de la organización.

**Agraz** es una fruta silvestre conocida por su alto contenido en antioxidantes y su uso benéfico en enfermedades neurodegenerativas como el Parkinson y terminales como el cáncer, ya que, es un alimento que contiene antocianinas y ayuda a reducir los radicales libres de nuestro cuerpo.

**Modelo De Negocio** es una herramienta que sirve para representar las actuaciones y misiones de una empresa. ... Esta herramienta actúa como documento inicial base de la empresa y es utilizado principalmente para la clarificación de ideas y la anticipación ante posibles dudas o problemáticas.

**Probadores** es la persona física o jurídica que abastece de todo lo necesario, para la producción de bienes o servicios, a otra persona física o jurídica o empresa. Veamos su definición formal, como se contabiliza una compra a un Proveedor y la diferencia con un Acreedor.

**Calidad** se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos

**Marca** es una identificación comercial primordial o el conjunto de varios identificadores con los que se relaciona y ofrece un producto o servicio en el mercado.

**Extracción** como la separación de un componente en el seno de una mezcla por la acción de un solvente, selectivamente. Definimos LAVADO cuando lo que se extrae es la impureza, permaneciendo el compuesto deseado en su fase original.

**Embotellamiento** es el proceso de introducir el vino en una botella generalmente de vidrio, aunque existen botellas de plástico, de cerámica o barro

**Personal** Se denomina personal al conjunto de los trabajadores de una empresa o institución.

**Cronograma** Es Un Calendario De Trabajo O Actividades En El Que Se Especifican Las etapas de un proyecto. Con el cronograma se planifica y controla fácilmente la producción

**Normas** es una norma que impone una estructura o controla el comportamiento de una práctica empresarial. Una regla puede aplicar una política de empresa, establecer directrices comunes en una organización o controlar el acceso en un entorno empresarial.

**Políticas** se hace referencia a un conjunto de lineamientos o principios estructurados, en distintos niveles, que guían la toma de decisiones y la acción de una empresa. Además, dependen de la naturaleza, la filosofía y los objetivos del emprendimiento.

**Valor Agregado** aquella característica o servicio extra con el que cuenta un producto. El valor agregado permite dar un mayor valor comercial a un bien; generalmente mediante un elemento clave de diferenciación respecto a los competidores.

## **Marco legal**

Bajo la normatividad de las entidades que contralan el proceso de transformación de frutas a vinos en este caso la DIAN y INVIMA. por medio de esta con la normatividad se aplicará y desarrollará el vino de AGRAZ, como un producto netamente boyacense que se cosecha, recolecta, procesa y transforma a vino para el consumo humano.

Norma Icontec 58-11 hace énfasis en la aplicación general de las buenas prácticas agrícolas las cuales facilitan la producción de el arándano (agraz) de manera que ocasione contaminación el desarrollo de producción y extracción del vino (Icontec, 2010)

## **Regulación Necesaria**

- Formato único de inscripción de establecimientos de la dirección de alimentos consumibles y bebidas web
- Formato de registro de notificación electrónica (AIC-NOT-FM002)

- Formato único de alimentos registros sanitario o permiso notificación sanitaria y tramites asociados (resolución 36744 de 2013. resolución 3168 de 2015
- Formatos únicos de inscripción de establecimientos de forma presencial oficina de atención al ciudadano o persona natural y jurídica

### **DIAN: Decreto 2685 de 1999**

Según la DIAN en el decreto 2685 de 1999 en base a los LICORES Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS. Artículo modificado por el artículo 4 del Decreto 4928 de 2009. Las bebidas alcohólicas y licores que se almacenen y comercien los depósitos francos, deben llevar en la etiqueta del envase un sello que cumpla con la información establecida por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Con el fin de dar una obligación al titular del depósito franco colocar el sello a que se refiere el presente artículo e informar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales con la periodicidad que esta establezca, la cantidad y el valor de licores vendidos a viajeros que ingresan desde el exterior al territorio aduanero nacional.

Según el artículo se considera exportación de mercancías nacionales a los depósitos francos y se deberá tramitar previamente la respectiva exportación conforme a los procedimientos previstos en este Decreto para dicho régimen aduanero.

Excepcionalmente y sólo por razones debidamente justificadas, la autoridad aduanera podrá autorizar a los depósitos francos la reimportación de las mercancías a que se refiere el inciso anterior, en los mismos términos establecidos en el artículo 140o. del presente Decreto. (Nacionales, 1999)

## **Vistos Buenos INVIMA**

El Invima es el encargado de la vigilancia de medicamentos y alimentos como sus siglas indican la normatividad que exige Invima.

INVIMA (instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos). Aparte de eso se encarga de procurar garantizar la salud pública de la población de Colombia ejerciendo inspección y vigilancia de normas de producción, estándares de higiene y calidad de las materias

- Decreto – Ley 019 de 2012
- Identifique la categoría del riesgo para su producto, según Anexo 1 de la Resolución 719 de 2015.
- Una vez identificada la clasificación del riesgo de su producto tenga en cuenta que si corresponde a riesgo alto requiere RSA, riesgo medio requiere PSA o riesgo bajo requiere NSA, según el Artículo 37 de la Resolución 2674 de 2013 y Resolución 3168 de 2015. (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, 2012)

### **Registro sanitario.**

Es el documento público emitido como una actuación administrativa que expide el INVIMA y por el cual faculta al titular del mismo a elaborar, comercializar, importar, exportar, envasar, procesar, hidratar y vender los productos que lo requieren de acuerdo con la normatividad a los productos de alto riesgo según la Resolución 719.

### **Documentos para Exportar**

- Factura comercial.
- Lista de empaque.



### **Cerámica (productos a base de barro)**

La base de la economía del municipio Ráquira, en el ámbito artesanal. Se basa en un 80% de ingresos producidos de la fabricación de productos a base de arcilla (loza), dentro de toda su producción artesanal tradicional, sobresale una gran diversidad de técnicas, empleadas principalmente para la elaboración de principales productos como: (vasijas utilitarias, losa materas productos a base de arcilla), (Artesanías de Colombia S.A, 2015)

### **Comercio**

A nivel comercial Dentro del municipio se comercializan productos hechos a base de barro como loza materas esculturas las cuales también son distribuidas a diferentes sectores de la región como. (Antioquia en Barbosa Córdoba caldas valle del cauca Cali, Cundinamarca en Bogotá). En el ámbito turístico se distribuyen rutas hoteleras para el usuario que incentiva la visita a los lugares emblemáticos y más atractivos del alto de Ricaurte centrándose en el municipio de Ráquira

En el ámbito agrícola el municipio tiene un auto consumo en productos como: tomate, arveja, papa y maíz y distribuyen productos a diferentes sectores como de Chiquinquirá, Tinjacá, Bogotá y Tunja. En día de mercado el cual es el día domingo, durante el cual se intercambian productos de clima cálidos con los de clima frío. (raquira, 2007)

### **Economía**

**Agricultura.** Es la base de la economía del municipio, siendo sus principales productos; como (papa, maíz, arracacha, haba arveja) y agraz (Asociación de Productores de la Vereda Torres del Municipio de Ráquira Boyacá, 2018)

## **Diseño Metodológico**

El tipo de investigación que se acogió es exploratorio, ya que el trabajo se basa en el análisis de la viabilidad de exportación y o comercialización regional del arándano agraz, en su derivado el vino analizando los factores socio económicos en la región cundí boyacense

### **Línea de investigación**

Gestión empresarial

### **Tipos de investigación**

Este método es de tipo Descriptivo y Explicativo: El método a utilizar es síntesis por la cual se investiga nuevos criterios unificados que permitan el desarrollo del proyecto y así conocer profundamente los aspectos reales de la investigación.

Página Web: Plataformas web especializadas en información de comercio internacional, base para soportar y documentar mi investigación.

Trabajo de Campo: Para recolectar la información de primera fuente como con encuestas o entrevistas, y conocer las características de la oferta.

### **Fuentes de Información Primaria**

Como fuente primaria para la recolección de la información están las visitas a la empresa Jorge Mortino, para obtener información directamente de la empresa.

### **Fuentes de información secundarias**

En este estudio de Plan Exportador se utilizan y se proyecta a utilizar una serie de fuentes secundarias especializadas como Trade-Map para determinar con datos precisos las cantidades

exportadas de vino de agroz, los principales importadores de vino de agroz, facilitando la selección del país objetivo destino del vino de agroz

Precolombina, identifica todos los requisitos necesarios tanto de la exportación, como de los requisitos de vistos buenos, y su matriz de costos para posteriormente generar la cotización internacional

DIAN para la identificación de su partida arancelaria, normas técnicas adicionales.

### **Técnicas de recolección de la Información**

Se obtendrá la información a través de las páginas especializadas en la web.

Documentos, informes del sector de agroz y bebidas alcohólicas Estadísticas Nacionales, Ministerio de comercio industria y turismo, TradeMap.

### **Técnica para la evaluación de resultados.**

Se realizará una investigación inicial de las diversas fuentes de información, se realizará un análisis minucioso de esta, teniendo en cuenta la más importante, ya que es un análisis cualitativo, además se hará un análisis cuantitativo específicamente en la evaluación de los estados de cuenta de la viabilidad del proyecto, y una matriz de preselección de mercado al cual se incursionará.

**Recursos institucionales.** Universidad Antonio Nariño: Biblioteca y bases de datos electrónicas.

**Recursos humanos.** Asesor de grado: Diego Andrés Flórez Blanco.

**Investigador:** Carlos Andrés Martínez Puin.

## Capítulo I. Oferta Exportable

Para el desarrollo de este capítulo, se identificó la oferta exportable de la empresa, vino Jorge de agraz S.A.S, identificando si es viable su proceso exportador a través de un análisis de su capacidad productiva.

### Historia del producto

El agraz es conocido y nombrado así en Cundinamarca y Boyacá, y en Antioquia se conoce como mortiño, este fruto del género *Vaccinium*, como lo indica su nombre científico, es una planta que crece de forma silvestre en la zona alto andina entre los 2.000 y 3.000 metros, según la fundación Agrodiva. Sin embargo, la mayor calidad y potencial, según Georg Weber, agrónomo y representante de la Agrodiva, es que” aunque en américa hay diferentes plantas del mismo grupo botánico en Blueberries solo está el agraz en la zona andina” con el mismo potencial de uso que las bayas de arándano que ya se consumen ampliamente en el país.

(Alfonso, 2017)

### Presentación de la empresa vino de agraz Jorge mortiño

Figura 2. Logo de la empresa de vino Jorge S.A.S Boyacá - Ráquira,



Fuente: Página web oficial Jorge mortiño

La marca será identificada de acuerdo a los estándares al que se quiere llegar, estipulando los estándares de calidad para lograr una aceptación en el mercado Boyacense, siendo este un producto netamente cosechado, transformado y distribuido desde Ráquira Boyacá.

El logo está inspirado desde:

- La fruta: el agraz o mortiño tiene un color morado casi oscuro, en su punto de mayor maduración, donde esta tiene un mayor sabor y dulzor, donde esta se puede aprovechar al máximo.
- El plato: este representa al mercado al que se quiere llegar, la canasta familiar, al ser el agraz un producto bueno para la salud y rico en vitaminas, este puede llegar a ser un excelente producto para el consumo humano.
- La copa y el vino: simboliza ya todo el trabajo terminado, un proceso largo, pero con un gran reconocimiento para el mercado boyacense para que este haga de Boyacá y Ráquira un sector turístico más llamativo y hacer de Boyacá una ciudad de oportunidad de inversión.
- Jorge: este es el nombre del abuelo de Carlos Martínez, quien enseñó todos los secretos en la elaboración del vino de agraz.
- Mortiño: es el nombre que se le da a este en Antioquia, pero en Boyacá se le conoce como agraz (por estética del nombre se escogió mortiño).

En la Figura 3 se muestra el método de recolección de la cosecha del arándano.

Figura 3. Evidencia gráfica de método de recolección del arándano



Fuente: Autor, 2022

### **Información oficial de la empresa vino Jorge**

#### **Misión**

Para la empresa su misión principal será el desarrollo de un producto agradable de fácil entendimiento para el mercado internacional en el que se busca incursionar, de forma que el nicho al cual va dirigido se vea atraído por sus caracteres distintos pero que no causen indiferencia ante la población

#### **Visión**

La empresa tiene una meta de desarrollo óptimo, para potenciar y competir con el mercado de vinos en Colombia creando una marca con una capacidad de expandir su producción hacia estándares internacionales reconocida en Colombia, además de ser una empresa generadora de empleo para el pueblo colombiano, principalmente para las personas que residen en Boyacá aumentando la economía del territorio boyacense.

## Ubicación

Calle 9 #52-11 (43,70 km) 154867 Ráquira (firta)

Figura 4. Ubicación del sector de transformación de la empresa distribuidora vino JORGE AGRAZ de agraz



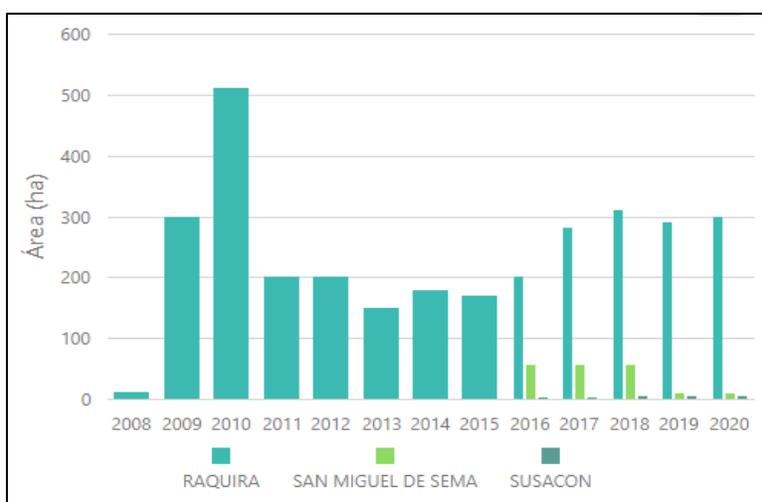
Fuente: Google maps (2022)

## Volumen Cultivable

Se presenta los datos de la oferta producida para la elaboración del estudio de factibilidad para la exportación del vino de agraz a los Estados Unidos.

## Área sembrada por región

Figura 5 Área sembrada por región

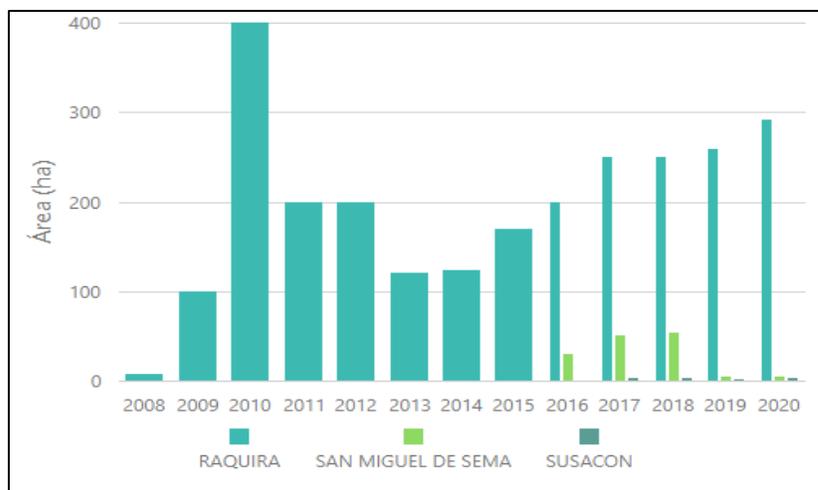


Fuente: Ministerio de Agricultura Agronet.

En la figura 5, se observa que en la región de Boyacá, el municipio de Ráquira es el sector de más afluencia de área sembrada a comparación de los municipios de san miguel y Susacon

### Área cosechada por región

Figura 6. Área cosechada por región

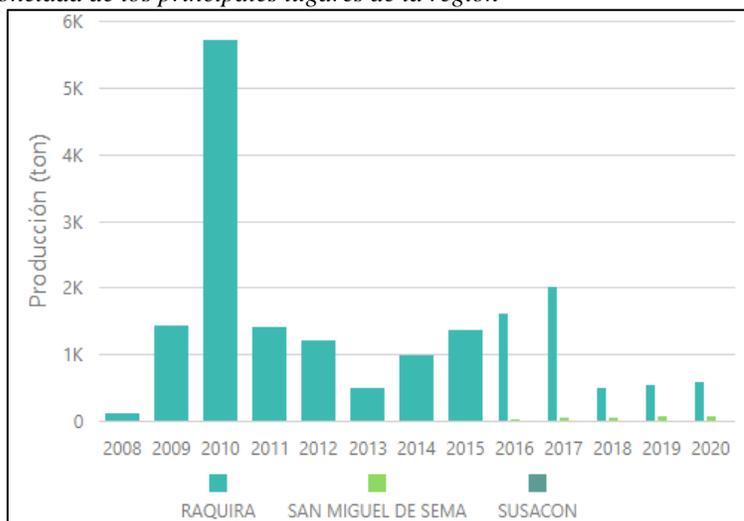


Fuente: Ministerio de agricultura Agronet

En la figura 6 se puede observar que la mayor área cosechada por región en el departamento de Boyacá es Ráquira con estimado 300 áreas específicas para el cultivo de agraz

### Producción por tonelada de los principales lugares de la región

Figura 7. Producción por tonelada de los principales lugares de la región

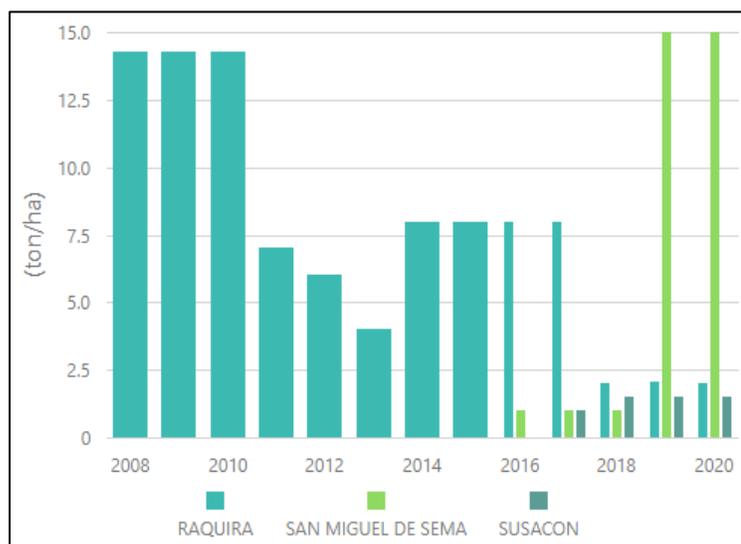


Fuente: Ministerio de agricultura Agronet. título de la imagen

Se evidencia que el municipio de Ráquira, posee la mayor producción de arándano agraz en toneladas de la región boyacense ,siendo su mayor producción en el año 2010 con más de 5700 toneladas producidas *vaccinium meridionale*

### Rendimiento de los sectores principales de la región

Figura 8: Rendimiento de los sectores principales de la región/



Fuente: Ministerio de Agricultura Agronet.

En el gráfico podemos evidenciar el rendimiento de los sectores productivos de la región de Boyacá, denotando en los años 2018 a 2020 un aumento, del 15% en el municipio de San Miguel a comparación de años anteriores.

### Precios

La empresa distribuidora Vinos Jorge S.A.S se especializa única y exclusivamente en dos productos. En la siguiente tabla 1, se relaciona cada uno de sus precios, lo cual es importante conocer para la posterior elaboración de la cotización. (Tabla 1)

*Tabla 1. Precios de venta de la empresa distribuidora Vinos Jorge S.A.S Ráquira Boyacá*

Precio de venta unitario				
Producto	Precio de costo	Precio de venta	Ganancia	Ganancia o
		C+G	/Utilidad	Utilidad %
Vino de agraz	\$9080	\$13969	\$4889	0,35

*Fuente: Base datos empresa distribuidora Vinos Jorge S.A.S Ráquira Boyacá.*

## Ficha Técnica del Vino de Agraz Jorge

Tabla 2 Ficha técnica del producto

Ficha técnica			
Envase empaque embalaje del <b>VINO DE AGRAZ</b>	Versión 1 Junio 15 2022	Nombre del producto	
	Partida Arancelaria: 2206.00.00.00	Vino Jorge mortiño	
		descripción	
		Es una bebida obtenida mediante la fermentación del sumo de agraz	
		Es un fruto extraído de la región cundí boyacense en el municipio de Ráquira (y otras regiones del país Colombia)	
Características del producto			
Diámetro de la boca	Tipo de cierre	Cantidad mínima y máxima	
15 mm	corcho	375cm <sup>3</sup>	750cm <sup>3</sup>
Grados de alcohol	color	olor	Sabor
7%	Morado claro	dulce	Agraz
Tipo de empaque	Garantía de calidad		
Empaque de vidrio formado con capacidad de resistir y contener líquidos. A fin de mantener y condicionar el vino de forma segura y libre de agentes contaminantes	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sello hermético con contramarcado de la empresa en la parte trasera de la botella</li> <li>2. Revisión Invima</li> <li>3. Fecha de embotellamiento</li> <li>4. Registró y revisión de la industria de licores de Boyacá</li> </ol>		
Normatividad que rige el producto			
Alfa numérico consecutivo de cuatro números			
Información del producto correspondiente al contenido, fecha de embotellado cantidad de grados de alcohol y el lote al que corresponde			
Sellos de las entidades que regulan la venta y expendio de bebidas a los consumidores			

Fuente: Empresa Productora vino Jorge S.AS invención propia

### **Cantidades producidas**

En la tabla 3, se relaciona la capacidad productiva de la organización en cuanto a su capacidad exportable del vino de Agraz conociendo los datos, ya que es una referencia de cuánto podría ser su cantidad de exportación.

*Tabla 3. Cantidades producidas por la empresa Productora vino Jorge S.AS*

<b>Cantidad de botellas producidas</b>	<b>2217</b>	<b>Producción exportable</b>
<b>Calculo</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo unitario x producción exportable</b>
<b>BOTELLAS</b>	130	2882880
<b>CORCHOS</b>	50	1108800
<b>ETIQUETADO</b>	400	88700400
<b>MATERIA PRIMA</b>	8500	188496000
<b>COSTO TOTAL</b>		201358080
<b>COSTO UNITARIO</b>		9080

Fuente: Autor, 2022

### **Oferta exportable**

En la Tabla 4, se realiza una estimación de la cantidad a exportar.

*Tabla 4. Oferta exportable de la empresa Productora vino Jorge S.AS*

<b>Nombre del producto</b>	<b>Cantidad estimada a exportar</b>
Vino de Agraz	22176

### Proyecciones presupuesto en ventas anual

<b>Situación</b>	<b>Proyecto</b>
<b>SECTOR</b>	<b>vino de agraz</b>
<b>LOCALIZACIÓN</b>	<b>Ráquira</b>

<b>Año</b>	<b>Ventas Miles S/</b>	<b>Var.Anual %</b>
2017	1.685	0
2018	1.787	6%
2019	1.940	9%
2020	2.190	13%
2021	2.280	4%
<b>Var. Promedio Anual</b>		<b>7,2%</b>

#### Resultados del estudio de mercado

Público objetivo	0,35
Público potencial	0,20
<b>%crecimiento ventas anual</b>	<b>0,07</b>

Ventas público objetivo 2022	874,6501795
Ventas público potencial 2022	174,9300359

Fuente: Autor, 2022 Tabla 4. Proyecciones balance general

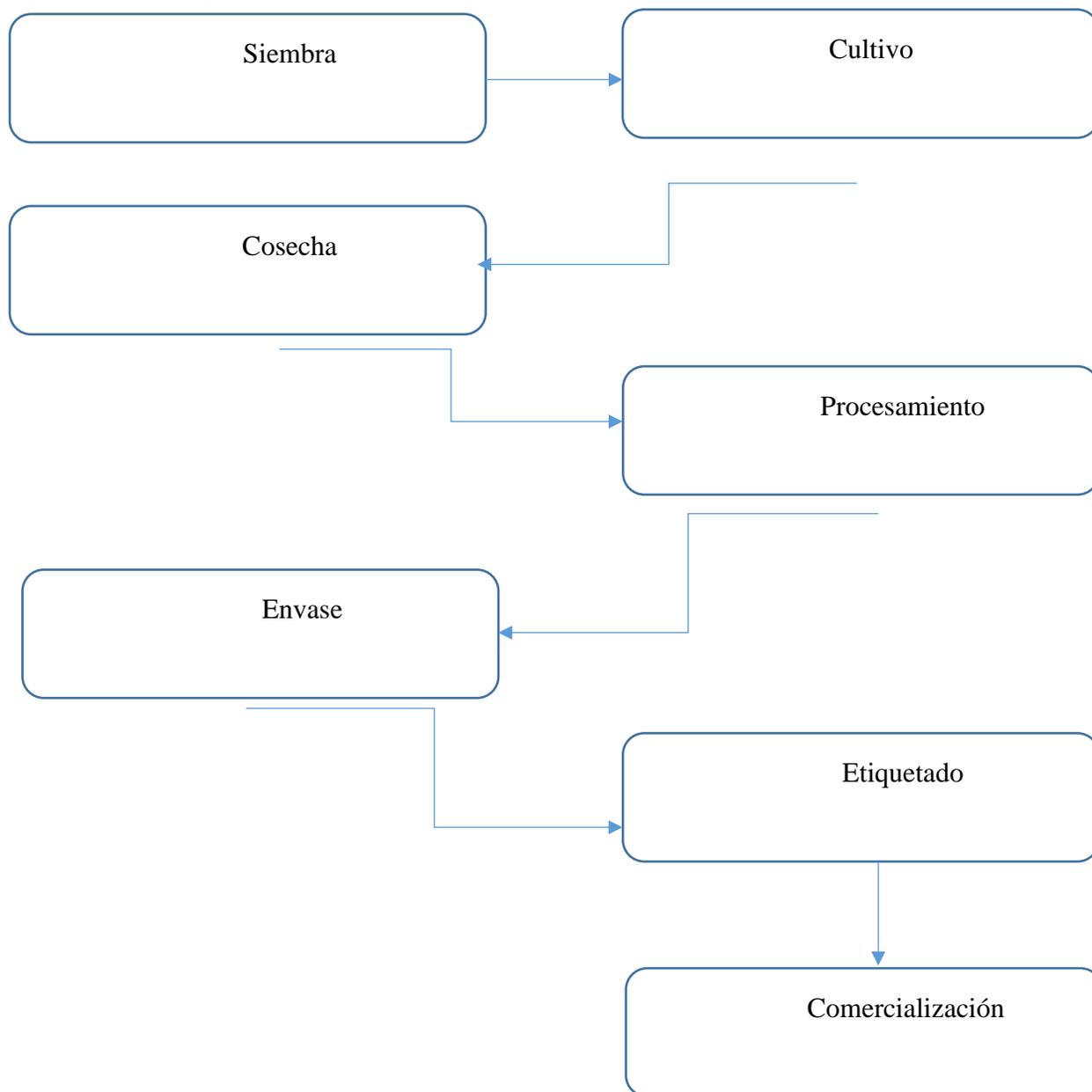
<b>Año 2022</b>	<b>Año2023</b>	<b>Año2024</b>	<b>Año2025</b>
174,9300359	187,1751384	200,2773981	214,296816

Fuente: proyecciones de ventas anuales vinos Jorge invención

## Flujos de operación de la empresa vinos Jorge

### El proceso productivo.

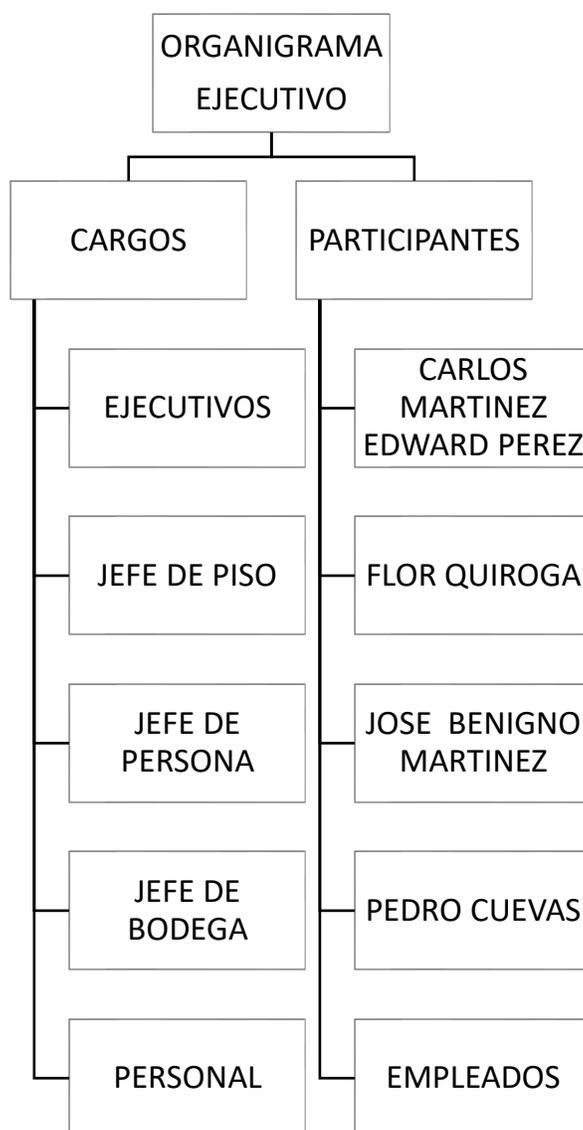
figura x. Proceso productivo



Fuente: Autor, 2022

## Organigrama.

Figura 9. Organigrama de la empresa Productora vino Jorge S.AS



Fuente: Autor, 2022

### Descripción general de las comunicaciones

Planificación de la gestión de las comunicaciones CARLOS MARTINEZ, EDWARD PEREZ

Implementación de los canales de comunicación en el sector en el cual se realizará el estudio de mercado

*Planificación de las comunicaciones*

- Planificación de la gestión de comunicaciones
- Plan para la identificación de los interesados del proyecto
- Procesos de la organización
- Análisis de requisitos de comunicación modelos tecnológicos en uso de redes sociales y planificación de los esquemas estipulados del proyecto.
- comunicación y actualización de los datos, documentos del proyecto
- comunicación metodológica en los sistemas de gestión de información

**Dimensión vertical y horizontal**

Hacia arriba (vertical): en esta encontramos los administradores altos directivos  
proveedores comercializadores industrias

Hacia abajo (vertical): colaboradores ayudantes dentro de la infra estructura del proyecto

Comunicación oficial y no oficial

Oficial facturas recibos sugerencias escritas encuestas

No oficial charlas, diálogos, informales conversaciones extra oficiales correos llamadas telefónicas utilización red social WhatsApp

**Políticas de la empresa.**

- En las políticas encontramos el desarrollo de los planes según lo estipulado en el cronograma
- La discreción y no divulgación de la elaboración del vino
- Los buenos tratos entre cada uno de los integrantes de las plantas y entre ellos si esta se llega a irrumpir se sancionará o despedirá inmediatamente de acuerdo ala gravedad de la misma
- Todo contra tiempo se debe comunicar de inmediato al jefe de piso asignado para cada proceso

**Oportunidad de incursión mercado internacional vinos Jorge S.A.S.**

El consumo de agraz o arándano se ha popularizado, denotando un aumento en la relevancia ante los consumidores (interesados), como un producto atractivo en el mercado nacional, cada vez más .es un producto de calidad con un atractivo a nivel internacional. según las unidades tecnológicas de Santander (UTS) determinaron en su análisis de distribución del vino utilizando la herramienta de análisis DOFA que la producción y distribución del arándano agraz en su transformación en vino es viable gracias a que ofrece un producto novedoso, con muy poca competencia el cual puede crear una necesidad en un mercado tan competitivo como lo es el del vino , acogiendo como premisa principal su innovación y beneficios salubres al organismo. (Castañeda Torres, s.f.)

### Partida arancelaria.

Tabla 5. Partida arancelaria vino bebidas fermentadas y cidras

Sección	IV	Productos de la industria alimentaria, bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre y sucedáneos del tabaco.
Capítulo	22	Bebidas líquidas alcohólicas y vinagre.
Partida	2204	Vino de uvas frescas, incluso, encabezado, mosto de uva, excepto el de la partida 20.09
Código	Designación de mercancías	Notas
2204.10	Vino espumoso	
2204.20	Los demás vinos mostos de uva en el que la fermentación se ha impedido añadiendo alcohol	
2204.30	Los demás mostos	
Capítulo	22	Productos de la industria alimentaria, bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre y sucedáneos del tabaco.
Partida	2206	Bebidas líquidas alcohólicas y vinagre.
Código	Designación de mercancías	Vino de uvas frescas, incluso, encabezado, mosto de uva, excepto el de la partida 20.09
2206.00.00.00	Las demás bebidas fermentadas (eje sidra perrada aguamiel sake) mezclas de bebidas fermentadas y mezclas de bebidas alcohólicas no expresadas ni comprendidas en otra parte.	Perfil

Fuente: DIAN

### **Capacidad de producción.**

El desarrollo del vino se establece desde su producción en el arándano, en donde su lugar de cultivo óptimo se encuentra entre un rango de altura sobre el nivel del mar de 2.150 metros, dando un clima idóneo para el cultivo sin restricciones para su correspondiente cosecha y transformación en su derivado vino. El arándano agraz puede ser cultivado con frutas del bosque similares como moras, frambuesas, bayas rojas, blue Berry y fresas las cuales no obstruyen ni dificultan la producción del arándano agraz, el proceso de producción y transformación del vino en base a su capacidad de producción tomada en cuenta para el desarrollo del proceso de conversión y producción del mosto es de 1000 unidades que equivalen a 1 hectárea de terreno según el GOBIERNO DE BOYACA el agraz se va acercando a una producción sostenible gracias a sus diferentes transformaciones como lo son frutos deshidratados, mermeladas y mostos(vino), buscando como fin principal un entrada en el mercado internacional. (Gobernación de Boyaca, 2020)

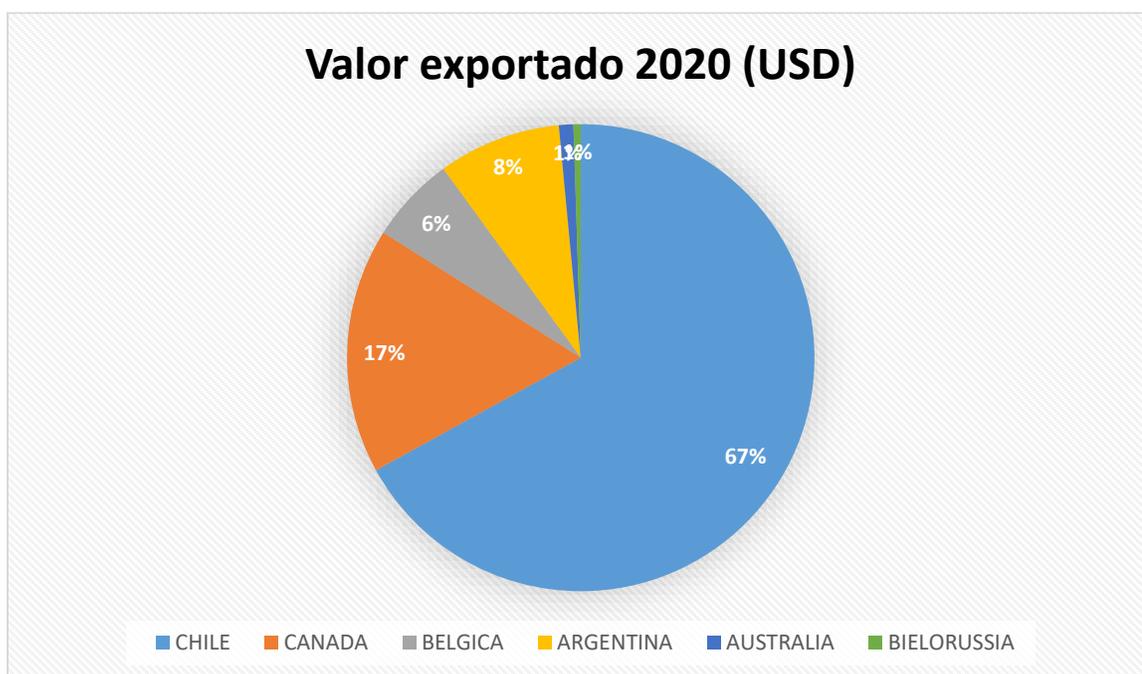
Teniendo en cuenta los datos dados anteriormente la organización vinos Jorge el presupuesto destinado que se tendrá es 276.480 000 millones de pesos y dos hectárea de terreno específicamente para la producción del *Vaccinium meridionale* agraz por lo tanto se espera suplir la demanda de los interesados internos y externos de la organización.

## Capítulo II. Estudio de Mercado

En este apartado se desarrolla el estudio de mercado correspondiente a la demanda internacional de vino, identificando los países más importantes, los cuales se incluirán en la matriz de preselección de mercado.

### Principales exportadores de AGRAZ en el mundo 2021

Figura 10. Principales exportadores de agraz vaccinium 2020.

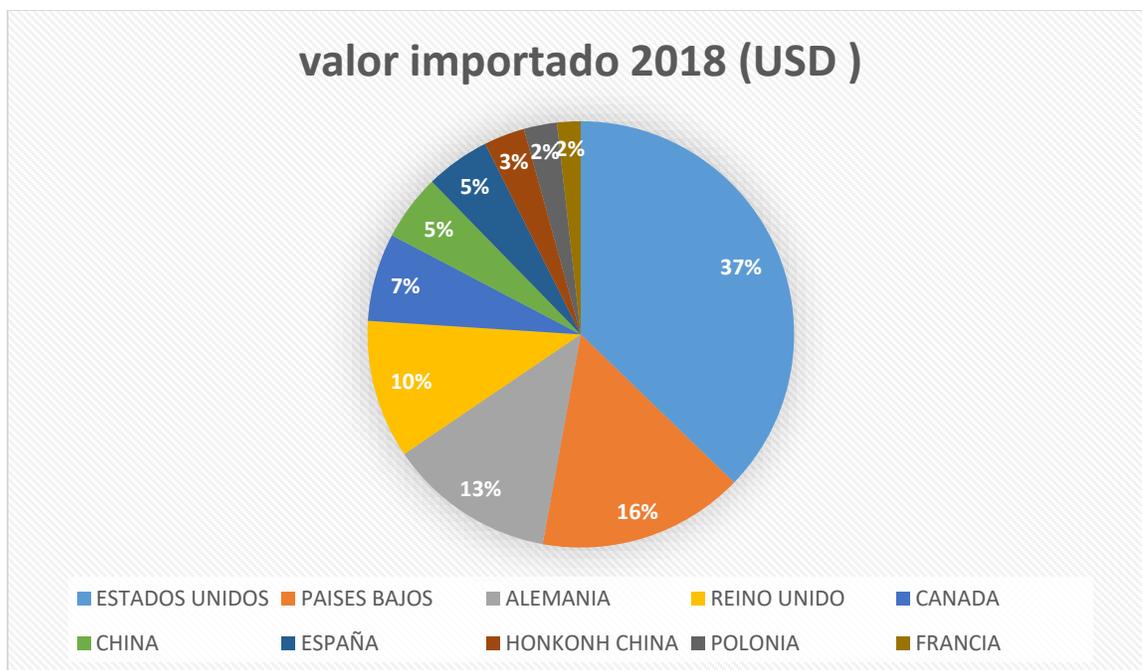


*Fuente:* Elaboración propia con información de Trademap.

En la figura 10, se logró identificar que los mayores exportadores del arándano agraz (vaccinium) y sus derivados son Chile con un 67% de distribución, Canadá con un porcentaje total del 17%, Bélgica con 6% de distribución internacional argentina con una participación (4) con 8% en el año fiscal 2020.

## Principales países importadores de AGRAZ 2021.

Figura 11. Principales países importadores de arándanos de la familia del agraz vaccinium 2018

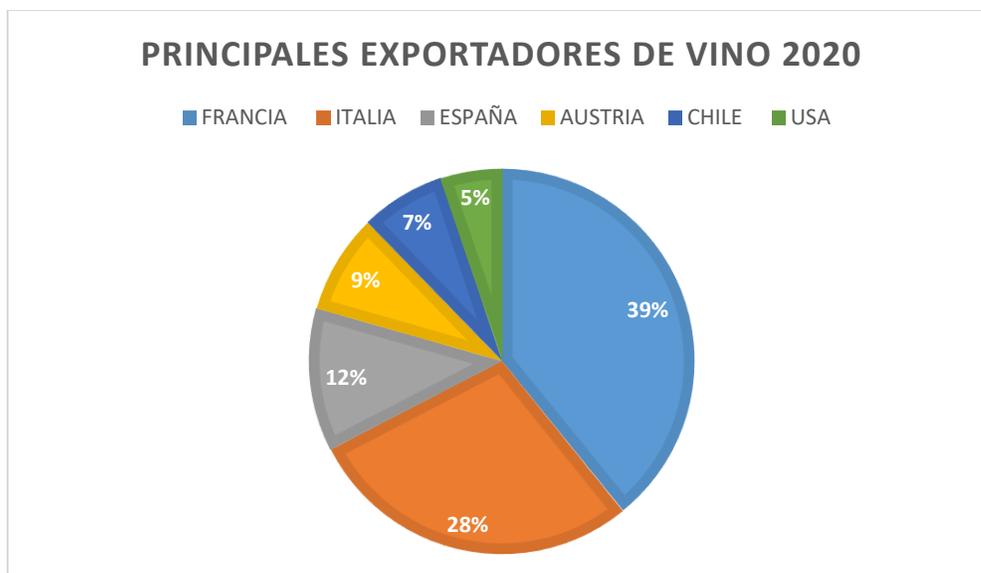


Fuente: Elaboración propia con información de Trademap

De todos los países del mundo se concluye que los principales importadores de arándano vaccinium son: Estados Unidos con 37%, Países bajos con un 16%, Alemania con un 13% y Reino Unido con un 10% de las importaciones globales.

## Principales exportadores de otros vinos en el mundo 2021

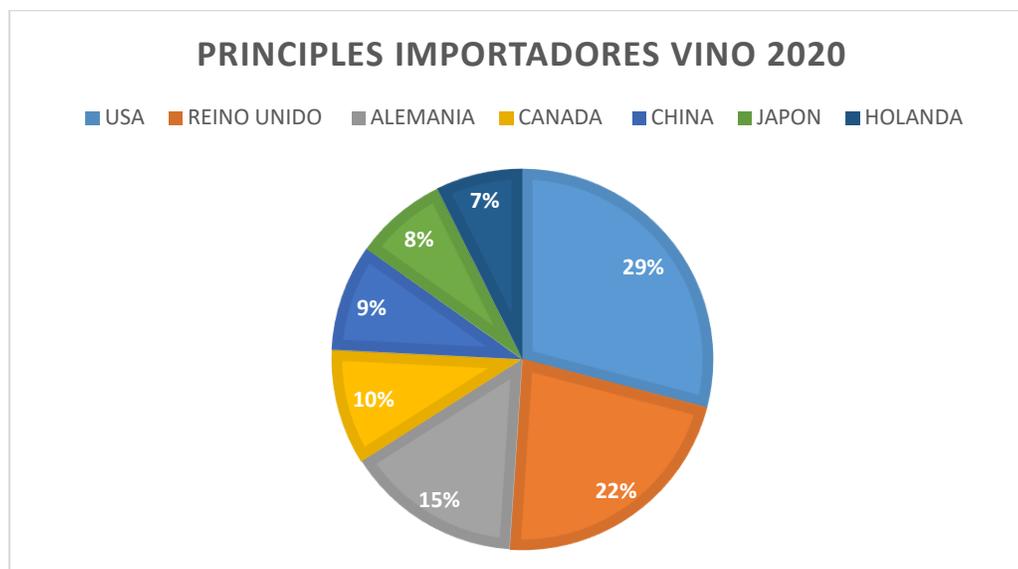
Figura 12. Principales países exportadores de vino 2022



Fuente: *Elaboración propia con información de Trademap*

## Principales países importadores de OTROS VINOS 2021.

Figura 13. Principales países importadores de vino 2022



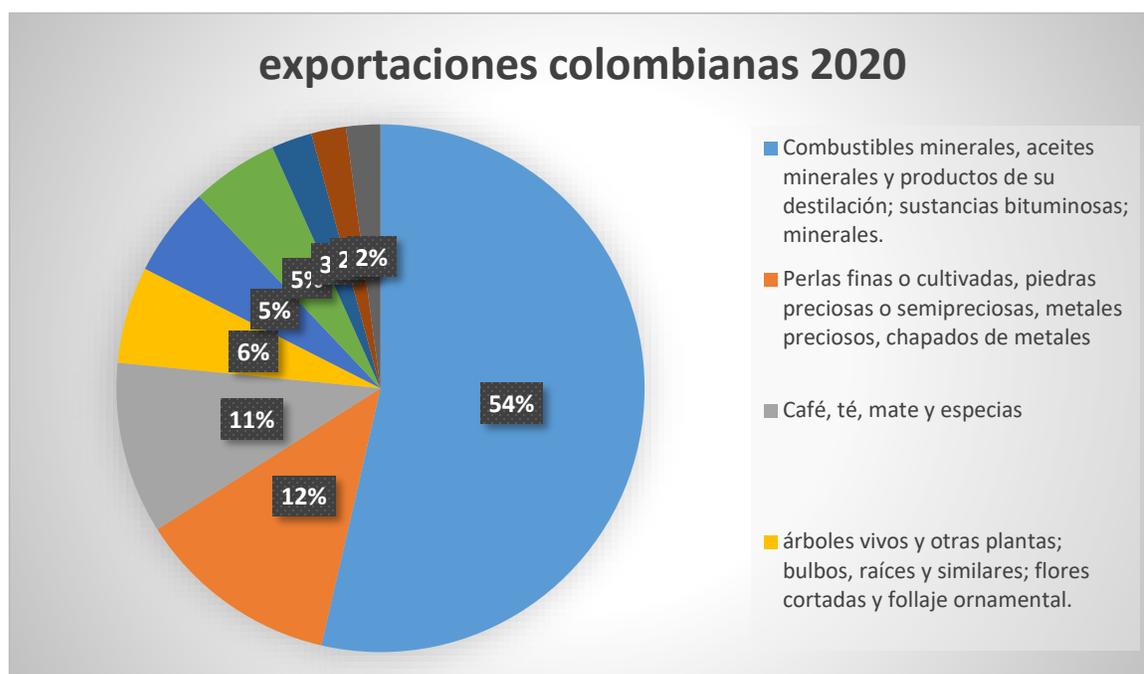
Fuente: *Elaboración propia con información de Trademap*

## Comercio exterior de Colombia.

A continuación, se muestra los productos colombianos con mayor participación dentro del comercio internacional teniendo en cuenta solamente las exportaciones y sus importaciones.

### Exportaciones Colombianas.

Figura 14. Exportaciones totales colombianas por producto 2020.

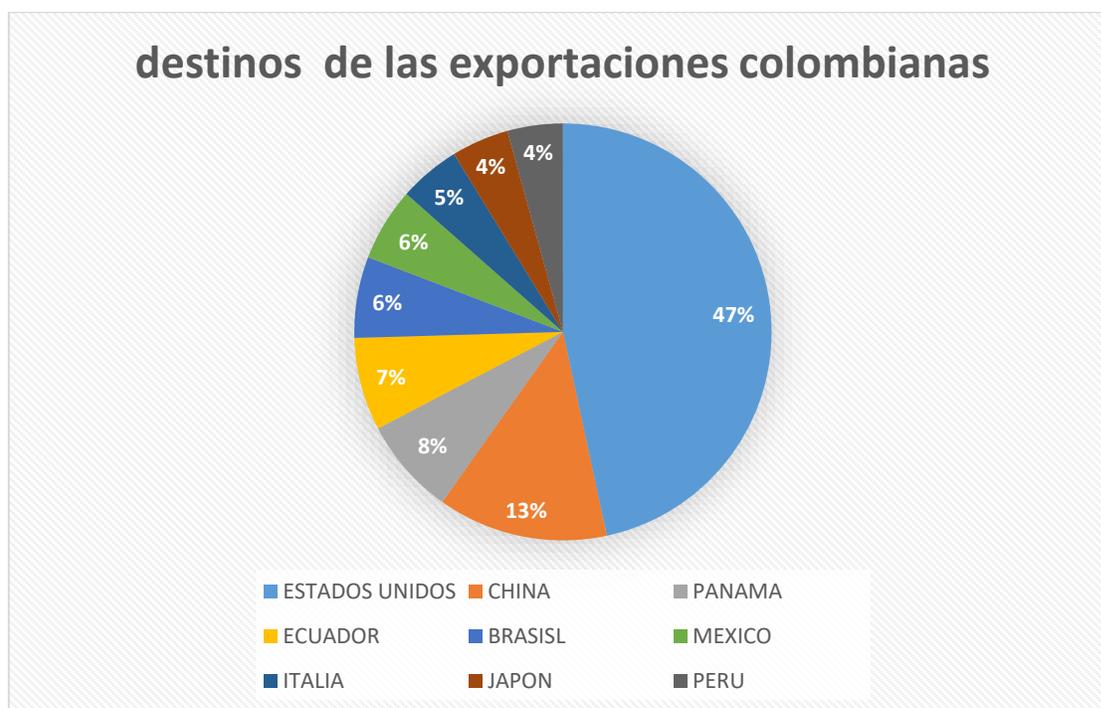


Fuente: Elaboración propia, tomado de Trade map

En la figura se observa los principales productos exportados por Colombia al mundo, donde los principales productos encontramos combustibles, minerales, aceites minerales y productos de su destilación con una participación del 54%.

## Destinos de las exportaciones colombianas 2020 – 2021.

Figura 15. Destino de las exportaciones colombianas 2020.

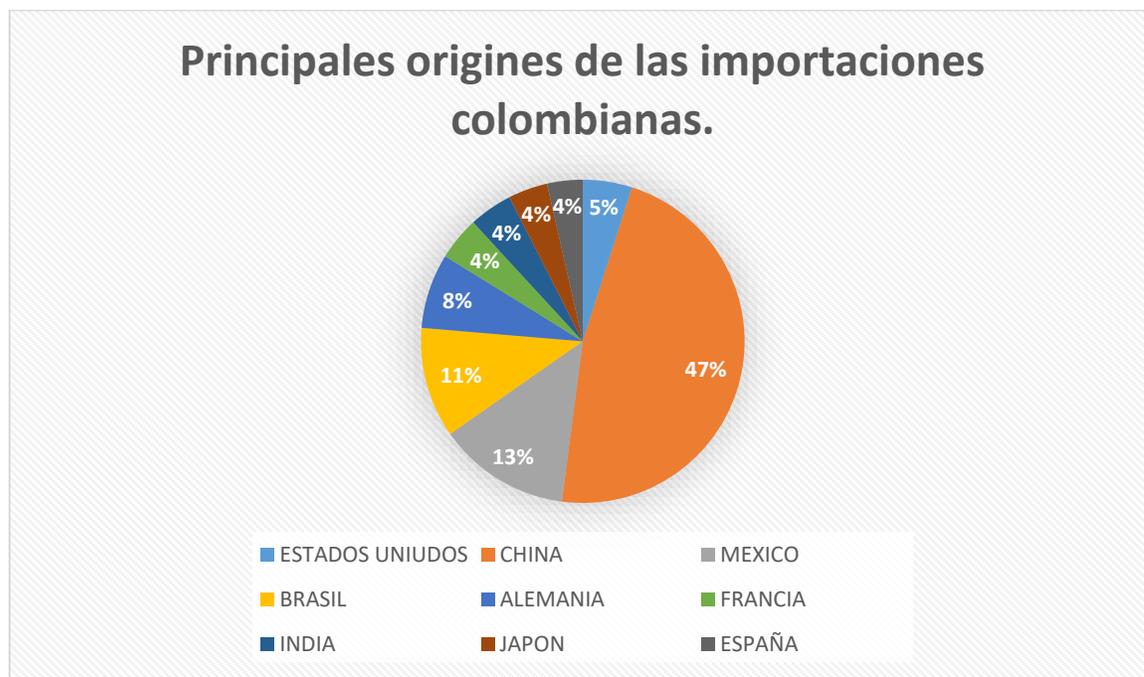


Fuente; Autor, 2022, Trade map

La grafica representa los principales clientes de Colombia, como principal destino de las exportaciones nacionales de Colombia es, Estados Unidos de América, con una participación del 47% seguido de China y Panamá, los cuales poseen un 13% y 8% de las exportaciones.

## Principales orígenes de las importaciones colombianas.

Figura 16. Principales orígenes de las importaciones colombianas 2020.



Fuente: Ministerio de comercio industria y turismo

Se identifica, los principales proveedores de Colombia, Estados Unidos con una participación del 47% seguido de China y Brasil.

Figura 17. Principales destinos de las exportaciones colombianas de vino de agraz (otros vinos) 2021

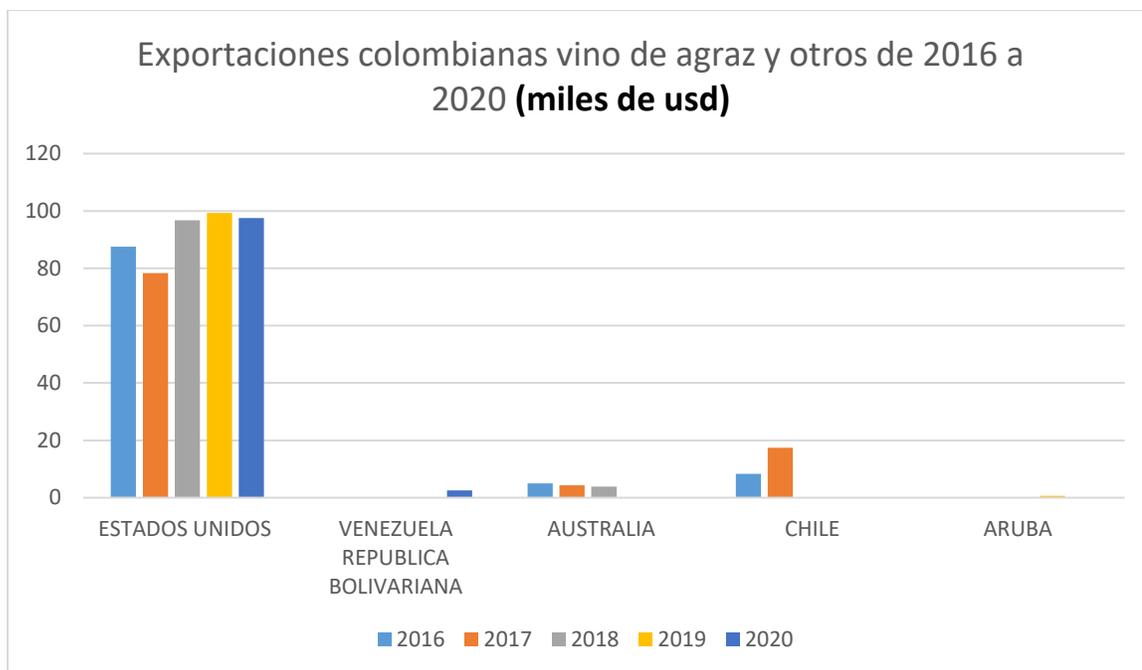


*Fuente:* Elaboración propia,, basado en TradeMap

Como se puede observar Estados Unidos es el principal cliente de Colombia con una participación del 97% de las exportaciones totales de vino, motos derivados de la uva y arándanos, seguido de Venezuela con un 3,8% en el tercer lugar Australia con un porcentaje 2% . tomando como referencia el porcentaje de en sus importaciones para seleccionar los países a evaluar y seleccionar el mercado objetivo.

## Exportaciones colombianas de vino de agraz por año (2016 – 2020).

Figura 18. Exportaciones colombianas de vino de agraz por año (2016-2020).



Fuente: Autor, 2022

Como se observa en la figura 18, las exportaciones han disminuido debido a la falta de oferta exportable, y la demanda nacional ha hecho que se destine mucho más a consumo nacional, seguido de que las exigencias del mercado internacional son mayores en el proceso de producción certificaciones internacionales lo cual han hecho de esta una tendencia a la baja.

### **Capítulo III. Matriz preselección de mercados**

Con base en el estudio realizado anteriormente a los países vistos en el del plan de viabilidad del proyecto (estudio de mercado), se realizó la matriz de preselección del mercado objetivo a los siguientes países: Estados Unidos, Venezuela, y Chile como trascendental aspecto evaluando las importaciones.

Realizado el consumo de vino, y la participación de Colombia en sus importaciones, se le da un valor inicial en porcentaje, la calificación es individual y se tomaron aspectos específicos para la selección del país, de cada uno de los aspectos se evaluará dando un puntaje de 1 a 3 (1) como la peor calificación, (3) como la mejor calificación, multiplica por la ponderación y se suma los totales, se seleccionó el país con mayor puntaje. (Ver Tabla 6)

Tabla 6. Matriz preselección de mercado objetivo

CRITERIOS PARA SELECCIONAR EL PAIS DESTINO DE LA EXPORTACION												
PAISES	Chile	PONDERACION	CAL.	TOTAL	Venezuela	PONDERACION	CAL.	TOTAL	Estados Unidos	PONDERACION	CAL.	TOTAL
Moneda	peso	1%	1	0,01	peso	1%	1	0,01	dollar	1%	3	0,03
PIB	252,9 millones	4%	2	0,08	US\$47.255 millones	4%	1	0,04	20,94 billones	4%	2	0,08
PIB percapita	13.231,70	11%	2	0,22	US\$ 2.000 anuales	11%	1	0,11	63.543,58	11%	2	0,22
creci. Del PIB 2020-2021	-5,8	6%	1	0,06	2000 usd	6%	1	0,06	5,70%	6%	3	0,18
Inflación	7,20%	2%	2	0,04	1,70%	2%	1	0,02	4,29%	2%	2	0,04
Desempleo	7,30%	6%	1	0,06	58,3%	6%	2	0,12	3,80%	6%	2	0,12
Población	19.458.000	2%	1	0,02	28,44 millones	2%	3	0,06	329,5 millones	2%	2	0,04
Idioma	español	6%	3	0,18	español	6%	1	0,06	ingles	6%	3	0,18
Importaciones de vino 2020	0	8%	1	0,08	no hay registro	8%	1	0,08	274	8%	2	0,16
Importaciones de vino 2021	66,67	8%	1	0,08	no hay registro	8%	1	0,08	172	8%	3	0,24
Exportaciones de Vino Col. 2020	0	13%	2	0,26	0	13%	1	0,13		13%	2	0,26
Exportaciones de Vino Col. 2021	20%	13%	1	0,13	0	13%	1	0,13	56MILL	13%	2	0,26
Acuerdos comerciales	5	3%	2	0,06	1	3%	1	0,03	2 MILL	3%	2	0,06
Empaques y etiquetas	3	2%	3	0,06	si	2%	2	0,04	SI	2%	1	0,02
Defina el medio de transporte internacional	fob	1%	2	0,02	fob	1%	2	0,02	FOB	1%	2	0,02
Principal puerto o terminal de origen	Puerto de Valparaíso	1%	2	0,02	Puerto de La Guaira	1%	2	0,02	miami	1%	2	0,02
Principal puerto o terminal de destino	Puerto de san antonio	1%	1	0,01	Puerto de La Guaira	1%	2	0,02	los angeles	1%	3	0,03
tiempo en transito nacional	4 dias	3%	1	0,03	3 dias	3%	2	0,06	4	3%	1	0,03
tiempo en transito internacional	2 Semanas	9%	1	0,09	2 meses	9%	1	0,09	4 meses	9%	2	0,18
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>		<b>1,51</b>		<b>100%</b>		<b>1,18</b>		<b>100%</b>		<b>2,17</b>

Fuente: Elaboración propia

### País seleccionado.

Estados Unidos, cuenta con una población de 329,77 000 habitantes, tiene una densidad de población moderada de 34 habitantes **por Km<sup>2</sup>** su capital es Washington D. C., dólar americano la moneda oficial, tiene un nivel de endeudamiento externo sobre el PIB 24.497.338 que equivale 133,92% cuenta con una inflación de 1.23% unos ingresos per cápita de 63.593,44 de dólares , como dato adicional Estados Unidos en 2021 fue 19.443.730 M€, siendo la primera economía del mundo en cuanto a PIB se refiere, como puede verse en el ranking de los 196. El valor absoluto del PIB en Estados Unidos creció 1.151.224 M€ respecto a 2020. (Macro, Datos, 2021)

### Potencial del producto.

Tabla 7. Consumo nacional de vino en miles de litros

ESTADOS UNIDOS						
Detalle	Estimaciones			Crecimiento acumulado		
Consumo Nacional (miles de toneladas)	2016	2018	2024	2003-2016	2016-2018	2016-2024
		30,8	32,6%	8,86%	4,5%	2,80%

Fuente. Oficina económica y comercial de la embajada de España en Nueva York

Se puede observar en la tabla que cada vez más va en crecimiento el consumo de vino con un promedio de 30,5% siendo de vital importancia estos datos muestran un potencial de exportación de Colombia hacia USA

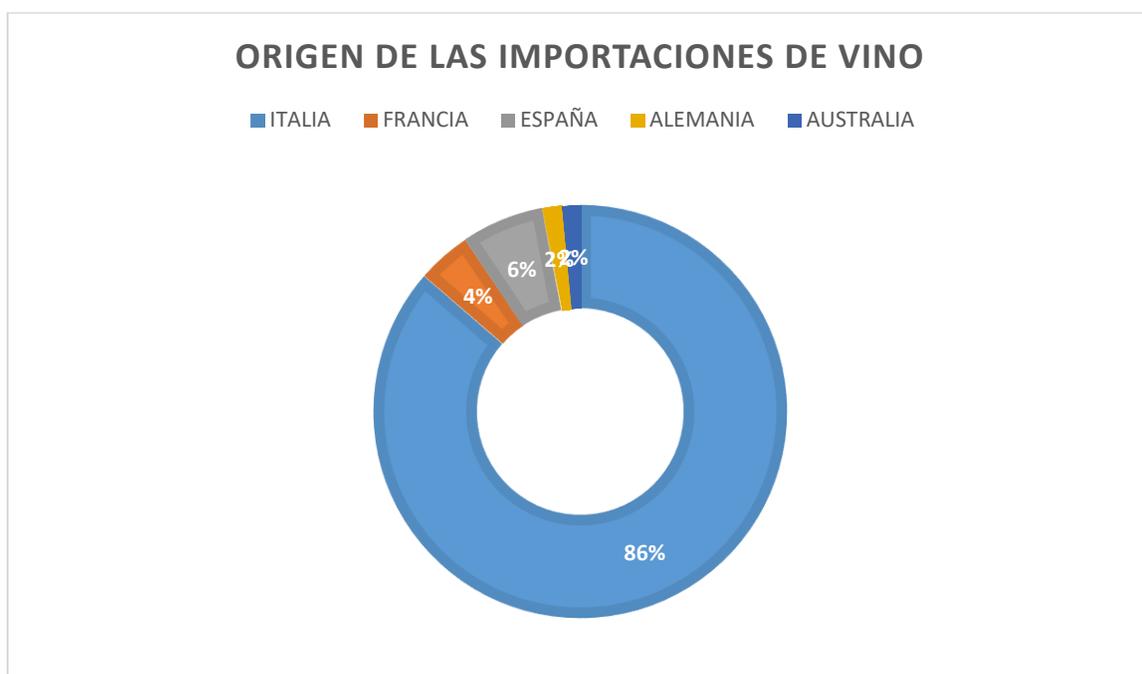
Tabla 8. Producción. Consumo, saldo.

<b>PRODUCCION 2021</b>	5,6%	MILL.L
<b>CONSUMO NACIONAL -2021</b>	67,25%	MILL.
<b>IMPORTACIONES-2021</b>	27.15%	MILL. L

Fuente: Oficina económica y comercial de la embajada de España en Nueva York

Como se puede observar, se estima los siguientes datos para el año 2022 si las importaciones para el año 2021 fueron de 397,54 (miles de millones de litros) y aplicando la tasa de crecimiento para este periodo seria del 6,71% arrojando como resultado 31.476 Toneladas importadas por USA. Pero debido a la reactivación económica debido a la pandemia el crecimiento será solamente de 3.24%, siendo todavía un comportamiento viable.

Figura 19. Origen de las importaciones de vino 2020.

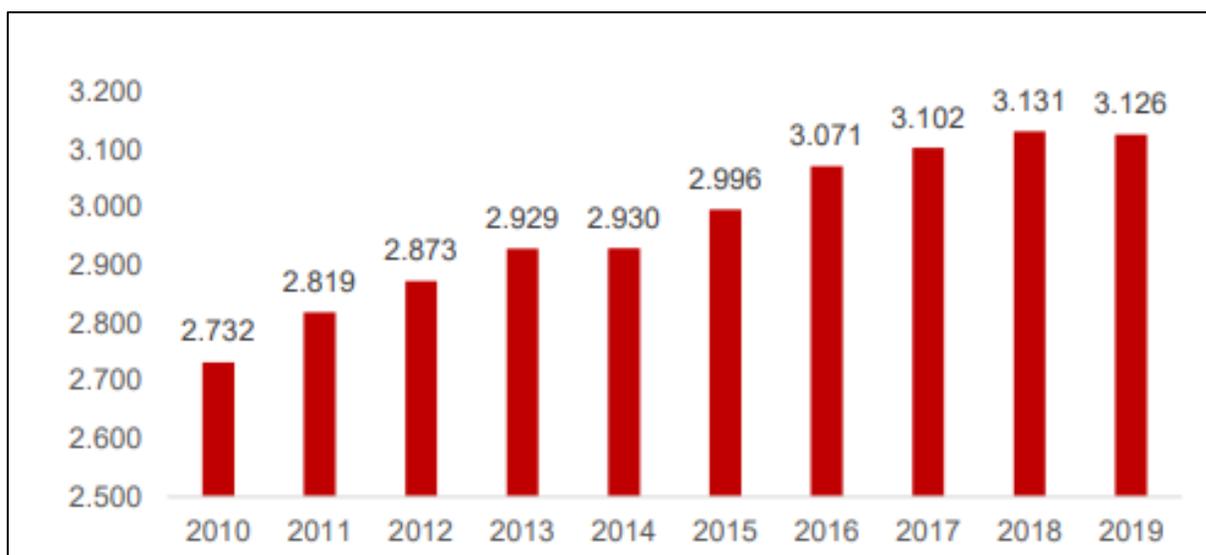


*Elaboración propia con datos de Trademap*

Como se puede analizar en el gráfico el origen de las importaciones Estado Unidense para el año 2020 fueron de 0,3%. Lo que posiciona a Colombia dentro de los primeros 20 países proveedores de vino. (Trade Map, 2020)

## Consumo de Vino en Estados Unidos (millones de litros)

Figura 20. Consumo en millones de litros del vino y sus derivados



Fuente: E.P., datos de (Beverage Information Group, 2020)

Como se observa en el gráfico, se realizó un promedio desde el año 2010 hasta el año 2019 del consumo de vino en miles de millones en estados unidos, dando como referencia un aumento en el consumo desde el año 2015 a 2019 .en la población dando un índice positivo que ayude al análisis de estrategias para la integración del vino de agraz en este territorio.

## Régimen arancelario USA

Tabla 9.Arancel Vino

NOMBRE	FRACCION ARANCELARIA	ARANCEL APLICADO
Las demás bebidas fermentadas (eje sidra perrada aguamiel sake) mezclas de bebidas fermentadas y mezclas de bebidas alcohólicas no expresadas ni comprendidas en otra parte	2206.00.00.00	EX.2020

Fuente: Secretaria de agricultura ganadería, desarrollo rural pesca y alimentación México – Elaboración propia

## Medidas arancelarias.

Figura 21. Mapa estratégico vitícola de USA 2019. Los vinos del mundo



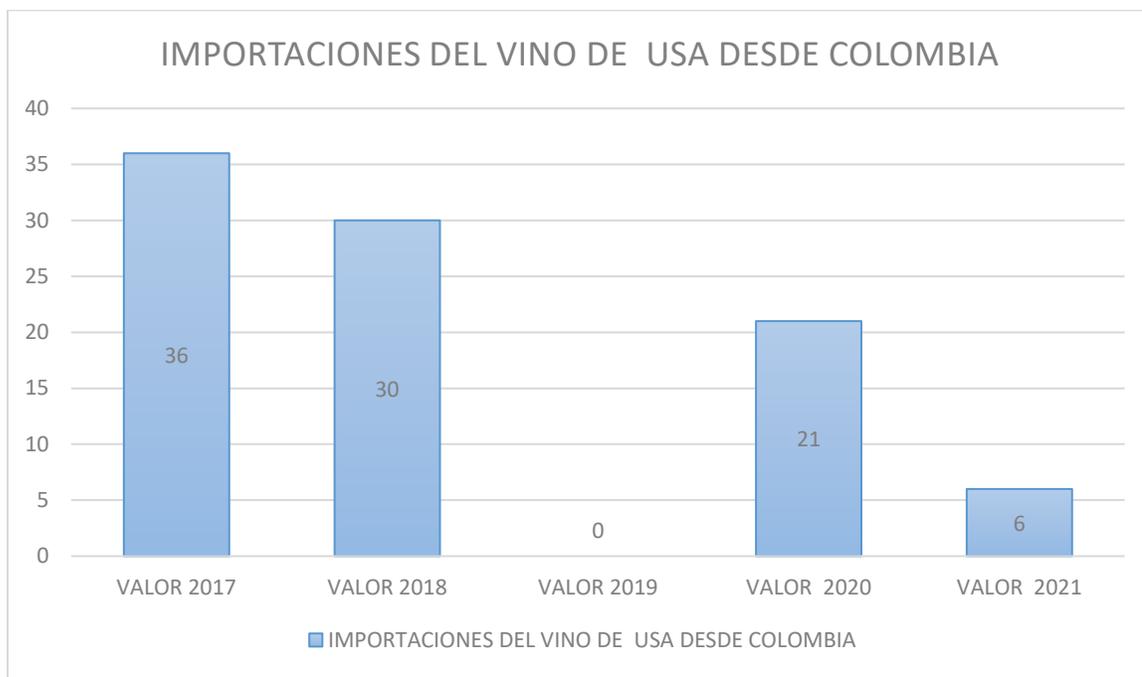
### Los estados más productores de vino en Estados Unidos

Como se observa en el mapa los estados que más producen vino son Nueva York en el estado de New York y Washington D. C. en el estado de Columbia siendo de los sectores con más producción debido al consumo interno

EL estado que se seleccionó para la exportación fue Oregón (USA) donde se encuentra el interesado externo a la organización, la mercancía llegará al puerto de Long Beach debido a la facilidad de entrega con el cliente.

## Importaciones de Vino desde Estados Unidos – Colombia

Figura 22. Importaciones de cacao mexicanas desde Colombia (miles de USD).

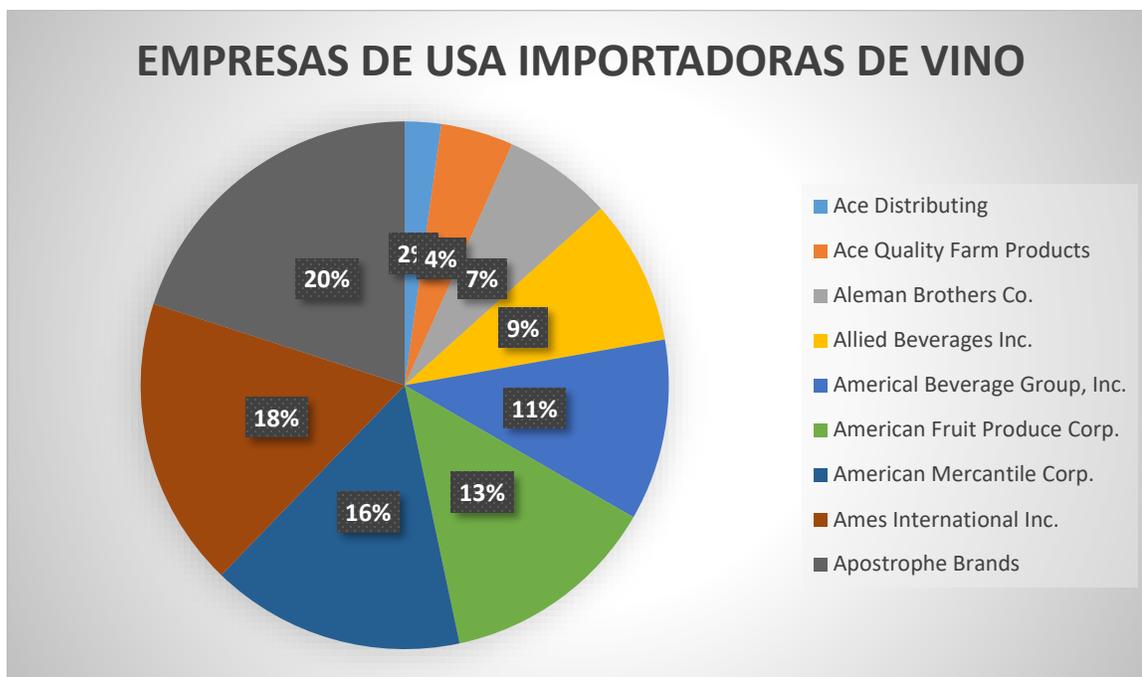


Fuente: Elaboración propia con datos de TradeMap

Como se menciona anteriormente Estados Unidos el principal cliente de Colombia respecto a las compras de productos destilados y productos alcohólicos, la gráfica. Tiene una depreciación minúscula al 3% y del vino algo casi inexistente desde Colombia. Lo cual no es dificultoso la llegada del producto a este territorio.

## Número de empresas Estado Unidenses importadoras de vino.

Figura 23. Número de empresas Estado Unidenses importadoras de vino y sus derivados 2018.



Fuente: Elaboración propia con datos de TradeMap

Se puede observar el número de empresas importadoras es bastante extensa, para analizar el posible cliente o interesado, comprador. El cual se enfoca en el vino de agraz, el cual es el producto el cual se desea deducir la viabilidad de exportación

### Empresas Estado Unidenses importadoras de Vino.

**Tabla 10.** Empresas de USA importadoras de vino

Nombre de la compañía	Numero de producto o servicios negociados	Numero de empleados	Pais	Ciudad	Website
Allied Beverages Inc.	1		United States of America	Sylmar	No tiene sitio web
Americal Beverage Group, Inc.	1		United States of America	San Clemente	<a href="http://www.americanbeveragegroup.com">http://www.americanbeveragegroup.com</a>
Artifex Wine Co.	1		United States of America	Walla Walla	<a href="http://www.artifexwineco.com">http://www.artifexwineco.com</a>
Athens Distributing Co.	1		United States of America	Memphis	<a href="http://www.microtel.com">http://www.microtel.com</a>
Bacardí National Accounts	1		United States of America	Coral Gables	<a href="http://www.bacardi.com">http://www.bacardi.com</a>

Fuente: TradeMap – Elaboración propia

*Tabla 10.*  
*arancelarias de*

<b>Code</b>	<b>Product label</b>	<b>Imported value in 2021</b>
'2205906000	WINE OF FRESH GRAPES FLAVORED WITH PLANTS OR AROMATIC SUBSTANCES EXCEPT VERMOUTH, IN CONTAINERS ...	474
'2205904000	VERMOUTH, IN CONTAINERS HOLDING OVER 4 LITERS EACH	190
'2205902000	VERMOUTH, IN CONTAINERS HOLDING OVER 2 LITERS BUT NOT OVER 4 LITERS	80

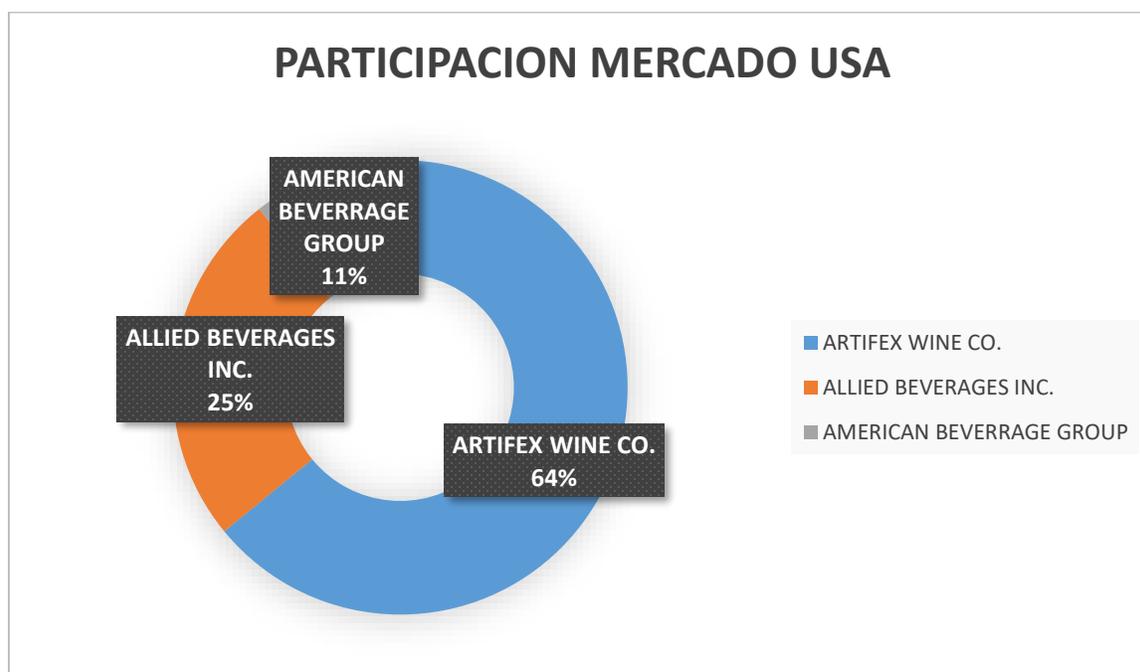
*vinos*

*Partidas*



Con base en lo investigado se detectaron 5 empresas de Estados Unidos importadoras, de las cuales 3 son potenciales clientes para la empresa distribuidora de Vinos Jorge, con base en los datos recolectados, se analizará el cliente más factible para la incursión de la organización en los mercados internacionales.

Figura 24. Participación de las empresas importadoras de vino USA 2021.



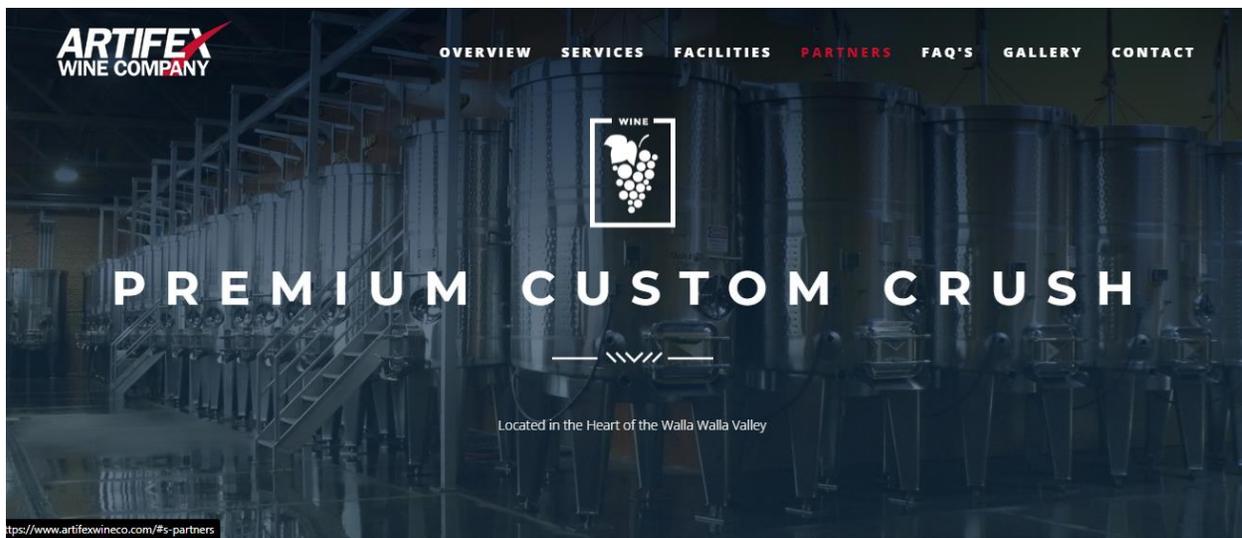
Fuente: Elaboración propia

### **Participación de las empresas compradoras de vino en Estados Unidos**

Con base en los datos obtenidos se selecciona, AFITEX WINE CO como cliente potencial, de la empresa distribuidora Vinos Jorge; por su participación en el mercado de los vinos, mostos de uva, agraz y sus demás categorías o arándanos, tomando factores adicionales como: su estructura, innovación, capacidad de pago, desarrollo de nuevos productos innovadores y exóticos como lo es el vino de agraz.

## Página oficial de la empresa.

Figura 25. Imagen página oficial ARFITEX WINE COMPANY Estados Unidos 2021.

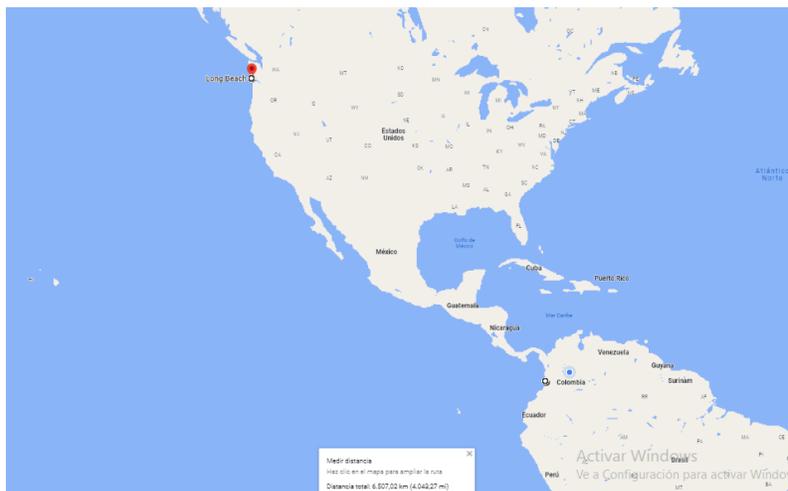


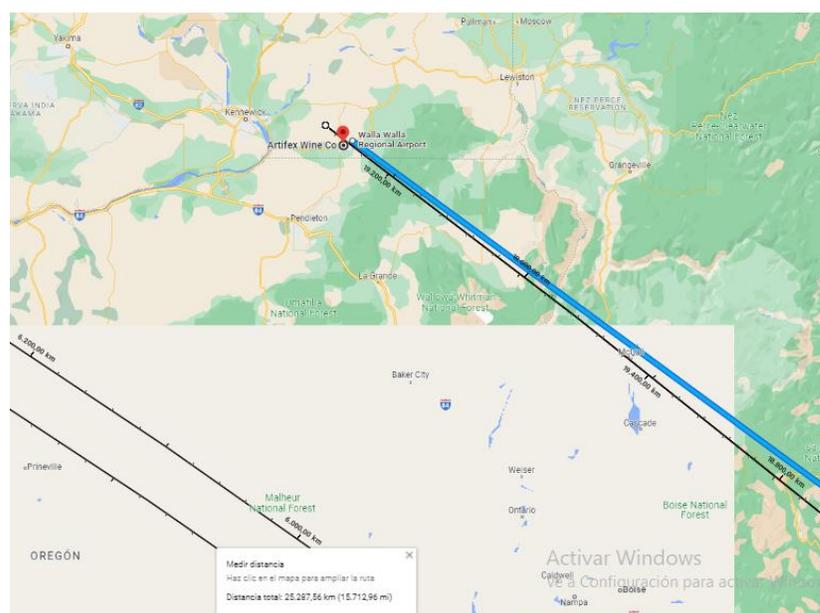
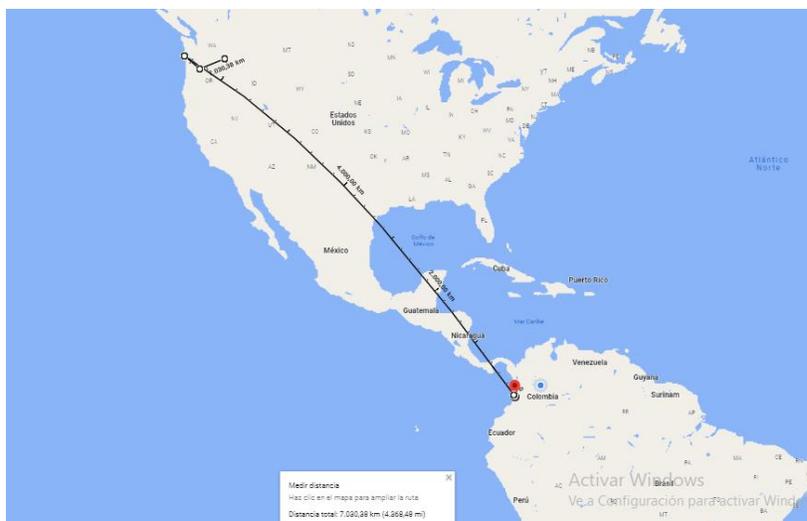
Fuente: Página oficial de la empresa

Cuenta con una página robusta con su catálogo de productos lo cual hace bastante confiable a la empresa.

## Ubicación de la empresa Estado Unidense

Figura 26. Mapa Ubicación de la empresa. AFITEX WINE CO Googlemaps





Fuente: (upcexportacionvinos.blogspot.com) (*Jerusalem Samanamud, 2014*)

El puerto más asequible para la exportación del producto es Long Beach debido a la facilidad que se tiene para distribuir desde el puerto de Buenaventura Valle del Cauca a la empresa importadora Afitec Wine Co.

Es importante conocer su ubicación ya que es se identifica inicialmente una ruta logística.

### **Análisis del consumidor final Norte Americano.**

Según una encuesta realizada en 2019 el consumo de vino en el estado de Oregón supera la oferta disponible según el consumo de vino precipita fue de 2,65 galones que equivale a 26,5 de producción total de la nación según el estudio realizado encontramos que en el estado de Oregón entre el 0,54 y 0,64% consumo hogareño , consumo entre jóvenes se encuentra en un estimado de un 0,07% y un 0,15% en el consumo de bares por copa encontramos un estimado de 0,19 y 0,25% finalizando encontramos el consumo por botella que es de 0,09 y el 0,07 % .  
(miami, 2013)

### **Procedimiento de exportación a Estados Unidos**

#### **Para exportar a Estados Unidos (exportador colombiano)**

- Factura comercial original
- Registro único tributario (RUT)
- Lista de empaque Certificado de origen
- Orden de compra
- Certificado fitosanitario emitido por el ICA
- Vuce
- Conocimiento de embarque o guía aérea Declaración Única de Aduanas
- Invima
- Declaración de exportación

### **Requisitos fitosanitarios.**

El Certificado Fitosanitario es un requisito para exportar mercancías de origen vegetal que se expide ante el Instituto Colombiano Agro- pecuario ICA del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Las empresas que pretendan exportar plantas, productos vegetales, artículos reglamentados y sus productos ante el ICA, se debe solicitar certificado fitosanitario de exportación. Si estos están reglamentados y deben cumplir los requisitos fitosanitarios de importación de los países importadores.

Los certificados fitosanitarios se expiden para avaluar que las plantas, los productos vegetales u otros artículos reglamentados cumplen los requisitos fitosanitarios de importación de los países importadores y están conforme con la declaración de certificación.

Los predios de producción de productos de origen vegetal deben estar registrados ante el ICA y la empresa o persona natural que realizará la exportación también debe estar registrada (ICA, ICA, 2002)

### **Norma de etiquetado del embotellamiento del vino**

Se Debe llevar a cabo los siguientes datos en el embotellamiento: Nombre o denominación genérica del producto. Símbolos de manipulación y pictogramas cantidad en litros. Nombre, denominación o razón social del exportador y dirección, se debe incluir el código postal, los grados de alcohol del producto, contenido neto, ciudad o estado del exportador o responsable de la fabricación para productos nacionales o bien del importador.

Para el caso de productos agropecuarios importados en este caso el cacao, la información que debe contener los sacos puede hacerse a la mercancía en territorio nacional, o en origen, después del despacho aduanero y antes de la comercialización del producto. La leyenda que identifique al país de origen del producto, por ejemplo “Producto de...”, “Hecho en...”, “Manufactura en...”, “Producido en...”, u otros análogos. Indicar la fecha de caducidad o de consumo preferente, cuando corresponda. Las informaciones en las etiquetas deben estar en idioma español. Presentar etiqueta fija de manera tal que dure disponible hasta el momento de su venta o adquisición en circunstancias normales, la cual debe emplearse en cada unidad.

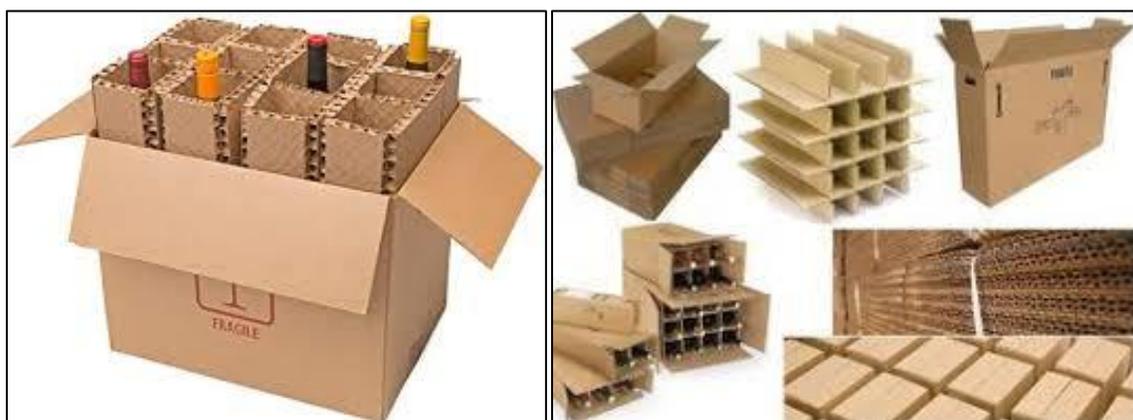
#### **Empaque normativo para los productos envasados en vidrio**

- Protección tubular de cartón: en este caso es perfecta para proteger botellas de vino. Muy adaptable a la forma de la botella.
- Bolsas kraft: para botellas con asas y ventana, ideales para la presentación de botellas visibles y bien presentadas. Aptas para botellas de vino, cerveza, licores, cavas y aceites.
- Estuche de cartón: apta para gran variedad de botellas. El cartón es rígido de fácil manejo y puede contener hasta 3 unidades para su presentación.
- Cajas para envíos (hasta 6 unidades): para el envío de botellas de vino, cerveza y licores. Se puede transportar desde 1 hasta 6 unidades. Las cajas contienen celdas de microcanal que protegen las botellas por separado. Ofrecen máxima seguridad sea cual sea su medio de transporte.
- Cajas para envíos (hasta 12 unidades): a diferencia de las anteriores, estas cajas son para envíos de hasta 12 unidades con celdas reforzadas y fondo de 4 espesores de cartón por cada botella.

- Cajas para expedición: ideales para almacenar, proteger y enviar las botellas. (Figura 27)

El embalaje en USA está reglamentado por el instituto nacional Estado Unidense de estándares, el NIST para la radicación de entrada en ley a la nacionalización e internacionalización organización internacional para la estandarización ISO, la comisión electrónica (IEC), Foro internacional de acreditación (IAF) se requiere el formulario 7525-V de LA DECLARACION DE EXPORTACION del remitente (shippers export declaration) (SED) adicional mente se requiere para exportaciones provenientes de Estados Unidos.

*Figura 27. Embalaje de botellas de vino imágenes.*

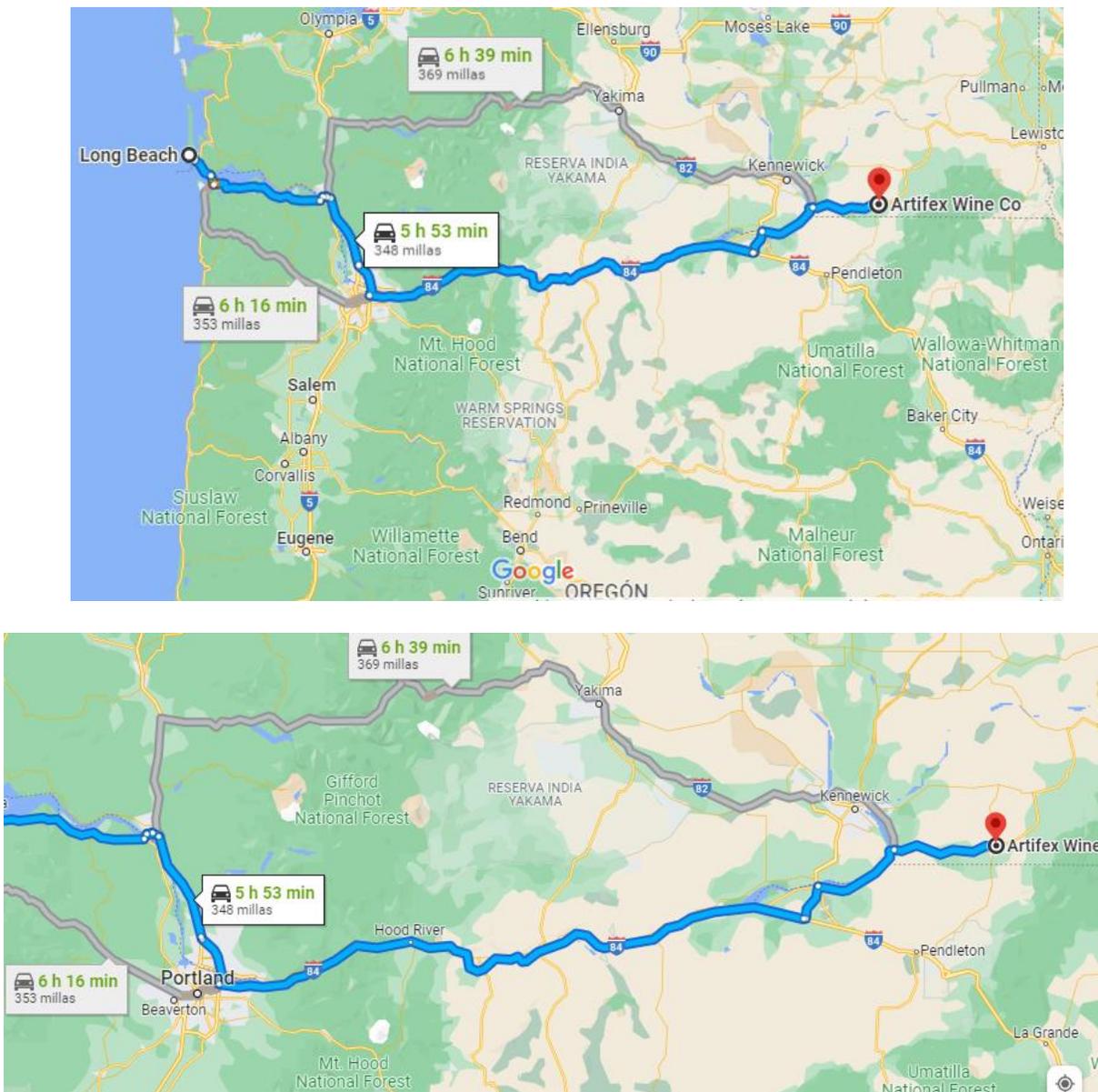


Fuente: (upcexportacionvinos.blogspot.com) (Jerusalem Samanamud, 2014)

## Capítulo IV. Perfil Logístico Colombia Estados Unidos

El puerto marítimo de Long Beach es el más cercano a la organización Artifex Wine co, lo que simplifica al importador en términos logísticos y de tiempos en transportes internos y el puerto de Long Beach. (Figura 28)

Figura 28. Puerto de destino Ruta trazada a la empresa Artifex Wine Co.



Fuente: Artifex Wine co, Googlemaps

### Puerto de entrada autorizado para Vino de Colombia

**LONG BEACH**, PORT.; MSC LINE , Puerto Balboa, PA, Manzanillo, Col , mex .;

(LEGIS EDITORES S.A., 2019)

### Frecuencia para puerto de desembarque para Estados Unidos

Tabla 11.Frecuencia Colombia puerto de Long Beach Oregón USA

Puerto de desembarque	Naviera	Conexiones	Tiempo de transito aprox (días)		Frecuencia aproximada
Long Beach	Hapag-Lloyd	Manzanillo, COL (MX)	15		Semanal
Long Beach	MSC Line	Puerto Balboa, PA	17		Semanal

Puerto de embarque	Puerto de desembarque	Conexiones	Puesto de tránsito en días
Buenaventura	Los Ángeles	Puerto Balboa, PA	15
Buena aventura Valle del cauca	Long Beach	Mancilló col (MX)	17 DIAS
		Puerto Balboa	
	SEATTLE	Tacoma Walla Walla Manzillo col (MX)	33 SEMANAL

Fuente: LegisComex - Elaboración propia

Como se observa en la tabla anterior se selecciona la opción de realizar el proceso logístico interno inicial al puerto de Cartagena por distancias Buenaventura – Walla Walla, Oregón coincide como mejor opción por las conexiones que tiene con el puerto de desembarque

Altamira (México) y su tiempo en tránsito en menor. Ya que este tipo de mercancías no puede estar tanto tiempo sometida al calor dentro del contenedor.

### Líneas navieras y consolidadores con oferta de servicios a Estados Unidos

Figura 29. Principales navieras / consolidadores de mercancía Colombia – Estados Unidos 2020.



Fuente: Procolombia

### Indicadores de comercio transfronterizo de Colombia con Estados Unidos

Los costos y procedimientos relacionados con la exportación estándar de mercancías se detallan en la siguiente tabla.

#### Exportación

Tabla 12. Indicadores proceso exportador a USA

Indicadores	Estados Unidos
Tiempo para exportar: Cumplimiento fronterizo (horas)	2
Costo para exportar: Cumplimiento fronterizo (USD)	175
Tiempo para exportar: Cumplimiento documental (horas)	2
Costo para exportar: Cumplimiento documental (USD)	60

Fuente: procolombia - Elaboración propia

## Matriz de costos de exportación.

### Dimensiones de la caja de vino según su cantidad

Caja de cartón con separadores 12 botellas de vino 75cl., 31,5 x 24 x 33 cm.

Caja con separadores para 6 botellas de vino 75cl., 24 x 16,5 x 34 cm

Figura 30. Detalles técnicos de botella de vino para la exportación



Fuente: tomado de Cata vino

### **Dimensiones correctas de la estiba.**

Figura 31. *Dimensiones correctas de la estiba. Imagen sacada UPC*



Fuente: (upcexportacionvinos.blogspot.com) (*Jerusalem Samanamud, 2014*)

Altura: 145mm

Peso bruto de la paleta: 18 kg

Las dimensiones para la estiba de la mercancía corresponden las siguientes medidas: 120 CM por 100 para la unitarización de las cajas vino.

### **Forma correcta del embalaje del vino de agraz (unitarización).**

Figura 32. *Unitarización el vino de agraz comunidad de comercio exterior*



Fuente: (upcexportacionvinos.blogspot.com) (*Jerusalem Samanamud, 2014*).

La altura de acopiado de las cajas que se transportaran en el contenedor no debe superar la medida de dos (2,38) metros incluyendo las medidas del pallet.

### **Dimensiones del contenedor para la exportación de vino de agraz**

El contenedor a utilizar es el denominado Dry ,a continuación en la tabla se muestran las especificaciones.

Cantidad: 1	Peso máximo: 22 TON
Largo: 5.90 m	Capacidad de carga: 33 M3
Ancho: 2.33 m	
Alto: 2.38 m=2380 mm	

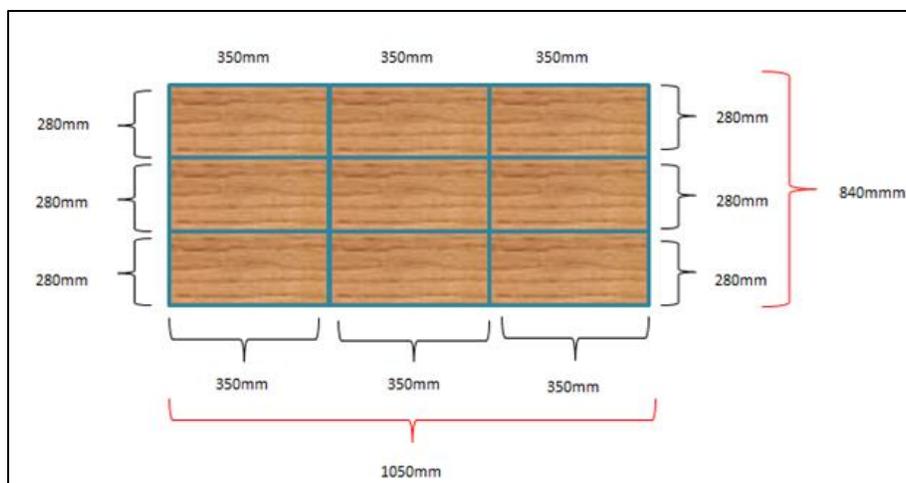
Figura 33. Mediadas Contenedor 20 pies. Agencia de aduanas KN Colombia SAS Nivel 2



Fuente: (upcexportacionvinos.blogspot.com) (Jerusalem Samanamud, 2014).

### Ubicación correcta dentro del medio de transporte (contenedor).

Figura 34. Ubicación correcta del vino dentro del medio de transporte (Jerusalem Samanamud, 2014)



Fuente: (upcexportacionvinos.blogspot.com) (Jerusalem Samanamud, 2014).

### Información del producto a exportar.

Tabla 13. Información general del producto

INFORMACION GENERAL DEL PRODUCTO	
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Los demás vinos mostos de uva en el que va la fermentación se ha impedido añadiendo alcohol (agraz)
<b>POSICION ARANCELARIA PAIS EXPORTADOR</b>	2204.30
<b>POSICION ARANCELARIA PAIS IMPORTADOR</b>	2204
<b>UNIDAD COMERCIAL DE VENTA</b>	Caja de 6 botellas con capacidad para 18kg por caja
<b>PRECIO EXW POR BOTELLA</b>	20,000
<b>OFERTA EXPORABLE EN CAJA</b>	120,000
<b>VALOR EXW TOTAL DE LA MERCANCIA</b>	443,520,000
<b>MONEDA</b>	USD DOLLAR
<b>VALOR EXW TOTAL DE LA MERCANCIA EN USD</b>	110,968,57

Fuente: empresa distribuidora Vinos Jorge S.A.S Ráquira Boyacá – Elaboración propia

### Información básica del embarque.

Tabla 14. Información básica del embarque.

INFORMACION BASICA DE EMBARQUE	
ORIGEN	
País	Colombia
Ciudad de origen	Ráquira Boyacá
Lugar de embarque	Buena aventura
DESTINO	
País	Estados Unidos
Ciudad destino	Walla Walla
Lugar desembarque	Puerto de Long Beach
EMBARQUE	
NO. Unidades comerciales venta por embarque	22176 cajas de 18kg
Precio EXW para embarque	443,520,000
EMPAQUE, EMBALAJE, UNIDAD DE CARGA	
Tipo de embarque/embalaje	Cajas de cartón con capacidad de 18kg
TIPO De unidad de carga	Contenedor dry 20 PIES

Fuente: empresa distribuidora Vinos Jorge S.A.S Ráquira Boyacá – Elaboración propia

### Precio documentos proceso exportado.

Tabla 15. Precio documentación proceso exportador

DETALLE	COP	USD
Registro productos nacionales (firma electrónica)	\$ 399,560	\$ 100
Apertura DEX	\$ 155,558	\$ 39
Gastos operativos (Aduanas)	\$ 139,846	\$ 35
Elaboración DEX +hoja anexa	\$ 23,000	\$ 6
<b>TOTAL</b> <b>DOCUMENTACION</b>	<b>\$ 434,980</b>	<b>\$ 108</b>

Fuente: Empresa distribuidora Vinos Jorge S.A.S Ráquira Boyacá – Elaboración propia

### Reconocimiento de la mercancía.

Tabla 16. Reconocimiento de la mercancía

DETALLE	COP	USD
Reconocimiento de la mercancía	\$185,2,69	\$48
Inspección de la mercancía	\$148,596	\$38
Pre- inspección	\$158,963	\$41
Vaciado y llenado	\$201,587	\$52
Cargue y descargue	\$220,147	\$57
Total, de reconocimiento	914,562	\$235

Fuente: empresa distribuidora Vinos Jorge S.A.S Ráquira Boyacá – Elaboración propia

### Transporte terrestre.

Tabla 17. Transporte terrestre interno

DETALLE	PRECIO	TOTAL kg x caja
Tarifa de transporte precio x caja	120,000	18kg
DETALLE	PRECIO	
Precio de transporte total de la mercancía	2,160,000	
Póliza de seguro 0,79% sobre precio EXW	1,721,693	
Total, transporte terrestre	3866,400	

Fuente: Empresa distribuidora Vinos Jorge S.A.S Ráquira Boyacá – Elaboración propia

### Transporte marítimo.

Tabla 18. Transporte Internacional (marítimo)

DETALLE	COP	USD
Emisión BL	\$86,258	\$22
Haiding	\$106,987	\$27
Doc. Free (+IVA BL	\$106,325	\$27
<b>TOTAL</b>	<b>\$299,570</b>	<b>\$77</b>

Fuente: empresa distribuidora Vinos Jorge S.A.S Ráquira Boyacá – Elaboración propia

### Costo precio CIF de la mercancía.

Tabla 19. Cálculos costos distribución física internacional

DETALLE	COP	USD
<b>Precio de la mercancía EXW</b>	\$ 443.520.000	<b>110,968,57</b>
<b>Empaque</b>		
Embalaje	\$ 289,632	\$ 71
Unitarización	\$ 289.679	\$ 706
Manipuleo total exportador	335,897	\$ 82
Documentos país de origen	\$ 690,169	\$ 168
Transporte terrestre	\$ 1.539.275	\$ 375
Seguro interno (0,79% )	\$ 1.721.693	\$ 420
Reconocimiento de la mercancía	\$ 185,269	\$ 45
Inspección de la mercancía	\$ 148,596	\$ 36
Preinscripción	\$ 158,963	\$ 39
Vaciado y llenado	\$ 201,587	\$ 49
Cargue y descargue	\$ 220,147	\$ 54
Costo uso de almacenamiento intermedio	\$ 189,547	\$ 46
Transporte punto de embarque	\$ 256,982	\$ 63
Preembarque	\$ 102,543	\$ 25
Embarque	\$ 114,714	\$ 28
Costos estimados	\$ 369,254	\$ 90
Costos bancarios 3% sobre EXW	\$ 2.224.800	\$ 55
Comisión agente de aduanas 0,09% sobre EXW	\$ 194,400	\$ 47
<b>Valor FOB</b>	\$ 449.861.995	<b>\$ 109.628</b>
Transporte internacional	\$ 1.589.632	\$ 387
Seguro internacional 0,4% sobre el valor FOB	\$ 399,961	\$ 97
<b>Valor CIF</b>	<b>\$ 451.851.588</b>	<b>\$ 110.113</b>

Fuente: empresa distribuidora Vinos Jorge S.A.S Ráquira Boyacá – Elaboración propia

## **Capítulo V. Estrategias**

En este capítulo se desarrollan las estrategias de la identificación del canal de comercialización - distribución para llevar a cabo el plan de factibilidad del proceso exportador hacia USA; debido a la naturaleza del producto a exportar en este caso el vino, y sus diferentes derivados en grosellas, frutos del bosque y agraz, se desarrollará una estrategia para incursionar en el mercado internacional enfatizando los planes a la empresa Arfitex wine co. Para tal fin se han planteado las siguientes estrategias.

### **Demanda potencial y perspectivas de crecimiento.**

Como se puede analizar en las figuras y análisis anteriores, Estados Unidos es el principal cliente de vino con una participación del 29%. posee una demanda interna que no puede ser saciada con la producción nacional, en su población el consumo de vino ha sido importante en los hogares norte americanos y en su cultura en general a nivel de festividades como por ejemplo (Día de acción de gracias), el cliente en este caso la empresa Afitex wine co situada en el estado de Oregón USA, esta organización cuenta con una amplia gama de marcas y gran variedad de productos, servicios para llevar a cabo una buena implementación del producto vino de agraz. Según su información la empresa, cuenta con planes de crecimiento constante en su producción lo que demandaría mucha más materia prima, es por esto que se identifica la oportunidad de mercado.

### **Distribución.**

Dentro de la distribución, Vinos Jorge no contempla realiza una distribución interna en Estados Unidos, por ser la primera incursión de la organización en el mercado norte americano debido al desconocimiento de la población se planteó, un modelo de negociación de

exportación directa a la empresa Artifex Wine Co Oregon, lo cual simplifica el proceso distributivo y logístico.

### **Canal especializado.**

La empresa Artifex wine co, se seleccionó gracias la matriz de preselección de mercado analizando ítems como su trayectoria en el mercado, el desarrollo de estrategias, estudios de mercado. los cuales permiten identificar quienes son sus clientes, edades, que consumen, facilitando el canal de distribución especializados e interesados externos , generando confianza y garantías en base a la distribución del producto vino de agraz en los Estados Unidos específicamente el estado de Oregón. En base a la especialización de los canales de distribución dados por la empresas Artifex wine co

### **Estrategia de negociación de la empresa productora Vino Jorge S.AS. Ráquira Boyacá**

1. Realizar contacto con la empresa Artifex Wine Co, lo cual se hizo y su respuesta fue un formato para hacer una revisión inicial de contacto, y posterior evaluación de los datos lo cual se puede apreciar en la siguiente imagen.(Figura 35)

Figura 35. Formato proveedor Artifex Wine Co. Estados Unidos

**ARTIFEX WINE COMPANY**

1102 Deß Avenue  
Walla Walla, WA 99362

Telefono: 509-525-2489  
Fax: 509-525-1305

info@artifexwineco.com

L.V. 8am - 4:30pm

© 2021 Artifex Wine Company

**NOMBRE DE LA EMPRESA**

EMPRESA DISTRIBUIDORA VINOS JORGE S.A.S BAUIRA BOYACA

**CONTACTO**

315824684

**E-MAIL**

VINOSJORGE@GMAIL.COM

**DIRECCIÓN**

CRA 117196

**TELÉFONO**

57-7404394

**PAIS** Colombia

**ESTADO** Boyaca

**MUNICIPIO** Raquira

THE DISTRIBUTION COMPANY VINOS JORGE SAS, ESTABLISHED IN 2017 CURRENTLY HAS 7 INTERNAL EMPLOYEES AND EXTERNAL INTERESTED WORKERS, (ASSOCIATES) WINERIES. WITH THIS WE PROVIDE A DIFFERENT INNOVATIVE WINE MADE BASED ON MORTIÑO OR AGRAZ, WE WOULD BE INTERESTED IN THE DEVELOPMENT OF A MEETING IN ORDER TO BE ABLE TO MAKE AN APPROACH WITH THE ORGANIZATION THANK YOU, WE LOOK FORWARD TO YOUR RESPONSE.

Fuente: Invención propia

2. Realizar el contacto con la empresa, llevar una negociación, que permita analizar de la viabilidad de exportar el producto.

3. Analizar la factibilidad de enviar una muestra sin valor comercial a la empresa con los requerimientos necesarios del producto y su respectivo visto bueno.
4. Envío de proyección y planes, análisis de viabilidad de la empresa, junto con el precio de venta CIF (cotización) vino de agraz.
5. El planteamiento de planes estratégicos conjuntos a largo plazo con lo cual se pueda obtener una certificación internacional como lo es Fair Trade que permita llevar vino agraz a estados de Estados Unidos de América.

## Conclusiones

El desarrollo del plan de factibilidad para la exportación de vino agraz a los Estados Unidos de la empresa distribuidora Vinos Jorge del municipio de Ráquira Boyacá, denota viabilidad para su incorporación en el mercado internacional ya que el producto a exportar (vino de agraz) posee características innovadoras, poco exploradas en el territorio Estado Unidense dando un aire de misticismo e interés por el sector y organización a la que se busca incursionar, mostrando así la calidad del producto nacional colombiano; crecimiento al interior de la empresa, el conocimiento adquirido para futuras incursiones en mercados internacionales y la obtención de tecnología para ser más competitivos. También, la experiencia ganada en el proceso favorece la calidad de vida de los empleados de la organización.

La exportación de vino de agraz por la empresa distribuidora vinos Jorge Boyacá arroja una utilidad del 2,2%, resultado aceptable para la región boyacense, ya que no se ha visto incursionar a este territorio en el mercado vinícola, los ingresos tienden a incrementar, de acuerdo al análisis horizontal y vertical de la situación de la empresa, se proyecta un buen horizonte financiero.

El proceso exportador realizado en este proyecto logró un impacto social, en la medida que la organización Vinos Jorge, enfoque su gestión en elevar el nivel de vida de la población, con el fin de generar la reactivación económica, que favorezca a los habitantes del municipio que se vieron afectados a nivel socio económico por la pandemia (Covid19), con el fin de generar empleo y un ingreso para los trabajadores y familias de Ráquira municipio de Boyacá.

## **Recomendaciones**

A la empresa distribuidora vino de agraz Ráquira, Boyacá, se propone concordar un análisis de oportunidades incluida la gestión de calidad, lo que posibilite llevar los procesos de una manera más estructurada que permita la toma de decisiones para una eficaz gestión y exploración de mercados nacionales e internacionales.

Es fundamental hacer reformas a partir de la perspectiva de la imagen, enfocadas hacia sus productos, de igual manera refleje la calidad en la imagen.

Empezar un proceso que acredite a la empresa distribuidora vinos Jorge con regla de procedencia, lo que facilitaría los procesos de negociación y después los de exportación.

Buscar certificados que le faciliten o disminuyan los inconvenientes en el desarrollo de los trámites internacionales (Certificación Fer trade).

Se propone comenzar contactos con PROCOLOMOBIA con el fin que posibilite detectar sus debilidades a mejorar y una vez que estas se encuentren superadas, cuente con la facilidad de participar en las diversas ruedas de comercio y ferias mundiales.

Se recomienda a la empresa distribuidora vinos Jorge, la incursión en otros productos derivados del agraz como: salsas, mermeladas, cervezas ente otros productos.

Con base al estudio realizado sería una gran oportunidad de negocio debido a que el agraz o mortiño es recibido de forma efectiva en los mercados nacionales e internacionales por sus beneficios al organismo humano y por las vitaminas que contiene.

## Bibliografía

Alan, R. (23 de 09 de 1997). *amazonaws*.

Obtenido de <https://s3.amazonaws.com/>

[academia.edu/documents/32831959/NegoInternacionales-](https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/32831959/NegoInternacionales-1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWY)

[1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWY](https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/32831959/NegoInternacionales-1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWY)

[YGZ2Y53UL3A&Expires=1537721398&Signature=X5TD%2F5rV5kdJbWrgtRpe%2B](https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/32831959/NegoInternacionales-1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWY)

[%2F9vIp4%3D &response-content-](https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/32831959/NegoInternacionales-1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWY)

[disposition=inline%3B%20filename%3DUNIVERSIDAD\\_JOS](https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/32831959/NegoInternacionales-1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWY)

Alan, R. (03 de 09 de 1997). *amazonaws*. Obtenido de amazonaws: <https://s3.amazonaws.com/>

[academia.edu/documents/32831959/NegoInternacionales-](https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/32831959/NegoInternacionales-1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWY)

[1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWY](https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/32831959/NegoInternacionales-1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWY)

[YGZ2Y53UL3A&Expires=1537721398&Signature=X5TD%2F5rV5kdJbWrgtRpe%2B](https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/32831959/NegoInternacionales-1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWY)

[%2F9vIp4%3D &response-content-](https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/32831959/NegoInternacionales-1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWY)

[disposition=inline%3B%20filename%3DUNIVERSIDAD\\_JOS](https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/32831959/NegoInternacionales-1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWY)

aldana, M. (12 de 10 de 2016). *Revista chilena de economia y sociedad*. Obtenido de :

[http://ez.uamerica.edu.co/login?url=http://ezproxy.uamerica.edu.co:2055/login.aspx?dire](http://ez.uamerica.edu.co/login?url=http://ezproxy.uamerica.edu.co:2055/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=120988611&lang=es&site=eds-live&scope=site)

[ct=true&db=fua&AN=120988611&lang=es&site=eds-live&scope=site.](http://ez.uamerica.edu.co/login?url=http://ezproxy.uamerica.edu.co:2055/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=120988611&lang=es&site=eds-live&scope=site)

Alfonso, K. (2017). *AGRAZ, EL FRUTO SILVESTRE QUE TOMA FUERZA*.

*AGRONEGOCIOS*. Obtenido de [https://www.agronegocios.co/agricultura/agraz-el-fruto-](https://www.agronegocios.co/agricultura/agraz-el-fruto-silvestre-que-toma-fuerza-2622762)

[silvestre-que-toma-fuerza-2622762](https://www.agronegocios.co/agricultura/agraz-el-fruto-silvestre-que-toma-fuerza-2622762)

Artesanías de Colombia S.A. (15 de 9 de 2015). *Artesanías de Colombia* . Obtenido de

Artesanías de Colombia :

[https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/colombia-artesanal-raquira-manos-que-le-dan-vida-al-barro\\_6133](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/colombia-artesanal-raquira-manos-que-le-dan-vida-al-barro_6133)

Asociación de Productores de la Vereda Torres del Municipio de Ráquira Boyacá. (11 de 05 de

2018). *Asociacion de Productores de la Vereda Torres del Municipio de Ráquira Boyacá*.

Obtenido de Asociacion de Productores de la Vereda Torres del Municipio de Ráquira

Boyacá:

<https://sites.google.com/site/asotorresraquira/home#:~:text=La%20Vereda%20Torres%20se%20ubica,%2C%20las%20habas%2C%20entre%20otros.>

Boyaca, A. d. (14 de 03 de 2010). *Alcaldia de Coper Boyaca*. Obtenido de [http://www.coper-](http://www.coper-boyaca.gov.co/)

[boyaca.gov.co/](http://www.coper-boyaca.gov.co/)

Castañeda Torres, K. D. (s.f.). *Repositorio Institucional RI-UTS*. Obtenido de Repositorio

Institucional RI-UTS: <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/5790>

Comercio, S. d. (16 de 08 de 2012). *Superintendencia de Industria y Comercio*. Obtenido de

<https://www.sic.gov.co/>

DANE. (6 de abril de 2020). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística* . Obtenido

de Departamento Administrativo Nacional de Estadística :

<https://www.dane.gov.co/index.php/component/search/proxy.php>

DIAN. (27 de 12 de 2006). *DIAN*. Obtenido de [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co)

Diana, O. (08 de 12 de 2013). *Revista Universidad Santo Tomas Bucaramanga*. Obtenido de

<http://revistas.ustabuca.edu.co/index.php/LEBRET/article/view/832>

eduardo, V. (08 de 09 de 2007). *Revista virtual pro*. Obtenido de :

<http://www.revistavirtualpro.com/biblioteca/el-cacao-en-norte-desantander-oportunidades-y-retos>

Gamboa. (08 de 09 de 2007). *Repositor y fedesarrollo*. Obtenido de Repositor y fedesarrollo:

<https://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/1040>

GOBERNACION DE BOYACA . (25 de 08 de 2020). *Agraz, el fruto silvestre que aprovecha*

*Boyacá*. Obtenido de Gobernación de Boyacá: <https://www.boyaca.gov.co/agraz-el-fruto-silvestre-que-aprovecha-boyaca/>

ICA. (5 de 04 de 2000). *Instituto Colombiano Agropecuario*. Obtenido de Instituto Colombiano

Agropecuario: <https://www.ica.gov.co/>

ICA. (12 de 05 de 2002). *ICA*. Obtenido de [www.ica.gov.co](http://www.ica.gov.co)

Icontec. (8 de 06 de 2010). *Icontec*. Obtenido de Icontec: <https://www.icontec.org/>

ICONTEC. (01 de 09 de 2010). *ICONTEC*. Obtenido de <https://www.icontec.org/>

*Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima*. (7 de 09 de 2012).

Obtenido de Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima:

<https://invima.gov.co/tramites-y-servicios-de-alimentos-y-bebidas-de-cara-a-la-reactivacion-economica-del-pais>

J. R. (2014). Monitoreo de la Fermentación de Agraz (*Vaccinium meridionale*). *Effect of*

*Temperature and Pressure Over Viability of Microencapsulated*, 3.

Jerusalem Samanamud, C. W. (01 de 06 de 2014). *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas*

(UPC) . Obtenido de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) :

<http://upcexportacionvinos.blogspot.com/p/presentacion-del-grupo.html>

John, I. (05 de 04 de 2009). *Revista academica biblioteca mexicana*. Obtenido de Revista

academica biblioteca mexicana: [https://biblat.unam.mx/es/revista/academia-revista-](https://biblat.unam.mx/es/revista/academia-revista-latinoamericana-de-administracion/articulo/laagroindustria-campo-fertil-para-los-negocios-inclusivos)

[latinoamericana-de-administracion/articulo/laagroindustria-campo-fertil-para-los-](https://biblat.unam.mx/es/revista/academia-revista-latinoamericana-de-administracion/articulo/laagroindustria-campo-fertil-para-los-negocios-inclusivos)

[negocios-inclusivos](https://biblat.unam.mx/es/revista/academia-revista-latinoamericana-de-administracion/articulo/laagroindustria-campo-fertil-para-los-negocios-inclusivos)

LEGIS EDITORES S.A. (2 de 05 de 2019). *LEGISCOMEX* . Obtenido de LEGISCOMEX :

<https://www.legiscomex.com/documentos/rutas-eeuu-colombia-buenaventura>

Leguizamon, I. (12 de 04 de 2008). *Revista corporativa*. Obtenido de

[https://biblat.unam.mx/es/revista/academia-revista-latinoamericana-de-](https://biblat.unam.mx/es/revista/academia-revista-latinoamericana-de-administracion/articulo/laagroindustria-campo-fertil-para-los-negocios-inclusivos)

[administracion/articulo/laagroindustria-campo-fertil-para-los-negocios-inclusivos](https://biblat.unam.mx/es/revista/academia-revista-latinoamericana-de-administracion/articulo/laagroindustria-campo-fertil-para-los-negocios-inclusivos)

macro, Datos. (09 de 04 de 2021). *Datos macro*. Obtenido de [https://datosmacro.expansion.com/](https://datosmacro.expansion.com/miami)

miami, o. c. (2013). *INFORME DEL SECTOR DEL VINO EN EE.UU.* Obtenido de INFORME

DEL SECTOR DEL VINO EN EE.UU:

<https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/81153956rad18D08.pdf>

Moreno, L. (29 de septiembre de 2019). *CARACOL RADIO*. Obtenido de CARACOL RADIO:

[https://caracol.com.co/programa/2019/09/29/al\\_campo/1569759675\\_608662.html](https://caracol.com.co/programa/2019/09/29/al_campo/1569759675_608662.html)

Nacionales, D. d. (13 de marzo de 1999). *DIAN: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales*.

Obtenido de DIAN: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales:

<https://www.dian.gov.co/normatividad/Paginas/normas.aspx>

- Oliveros, D. (09 de 09 de 2013). *Resvista Ustabuca*. Obtenido de Resvista Ustabuca:  
<http://revistas.ustabuca.edu.co/index.php/LEBRET/article/view/832>
- online, F. e. (15 de 08 de 2015). *Febbomexico estudios de mercado online* . Obtenido de  
[blog.febbomexico.com](http://blog.febbomexico.com)
- Procolombia. (22 de 08 de 2010). *Procolombia*. Obtenido de <https://procolombia.co/>
- Procolombia. (05 de 08 de 2012). *Procolombia*. Obtenido de Procolombia:  
<https://procolombia.co/>
- raquira, A. m. (22 de 09 de 2007). *Alcaldia municipio Raquira*. Obtenido de Alcaldia municipio  
Raquira: <http://www.Raquira-boyaca.gov.co/>
- República, B. d. (12 de 09 de 2008). *Banco de la República*. Obtenido de  
<https://www.banrep.gov.co/>
- rural, M. d. (03 de 08 de 2011). *Ministerio de agricultura y desarrollo rural*. Obtenido de  
<https://www.minagricultura.gov.co/paginas/default.aspx>
- S.A, A. d. (15 de 9 de 2015). *Artesanías de Colombia* . Obtenido de Artesanías de Colombia :  
[https://artesaniadescolombia.com.co/PortalAC/Noticia/colombia-artesanal-raquira-manos-que-le-dan-vida-al-barro\\_6133](https://artesaniadescolombia.com.co/PortalAC/Noticia/colombia-artesanal-raquira-manos-que-le-dan-vida-al-barro_6133)
- suluaga, G. y. (08 de 09 de 2007). *Fedesarrollo*. Obtenido de  
<https://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/1040>
- TRADE MAP. (04 de 02 de 2020). *Estadísticas comerciales para el desarrollo empresarial internacional*. Obtenido de TRADE MAP:

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=1%7c170%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c4%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c170%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c4%7c1%7c1)

turismo, M. d. (2003). Estatuto tributario decreto 2908 de 2003. En M. d. turismo, *Ministerio de Comercio industria y turismo* (pág. 154). Bogota.

Vasquez, E. (08 de 09 de 2015). *Revista virtual pro*. Obtenido de Revista virtual pro:  
[www.revistavirtual.com/biblioteca](http://www.revistavirtual.com/biblioteca)

vinetur. (01 de 04 de 2015). *Vinetur*. Obtenido de Vine tur revista digital de vino:  
<https://www.vinetur.com/2015040118819/siete-aspectos-fundamentales-para-poder-exportar-vino-a-estados-unidos-con-exito.html>

Zuluaga, G. y. (10 de 06 de 2008). *Universidad el Externado*. Obtenido de  
<https://www.uexternado.edu.co/>.