



Proyecto de exportación de sabajón desde Paipa – Boyacá hacia Madrid - España

Presentado Por:

Emmanuel Orlando Rojas Cely

Universidad Antonio Nariño

**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Comercio Internacional**

Tunja, Colombia

2023

Proyecto de exportación de sabajón desde Paipa – Boyacá hacia Madrid - España

Presentado Por:

Emmanuel Orlando Rojas Cely

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Comercio Internacional

Director: Ricardo Augusto Carreño

Universidad Antonio Nariño

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Comercio Internacional

Tunja

2023

NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado

_____.

Cumple con los requisitos para optar

Al título de _____.

Firma del Tutor

Firma Jurado

Firma Jurado

Ciudad, Día Mes Año.

1. ESTUDIOS PRELIMINARES.....	15
1.1 Planteamiento del Problema.....	15
1.2 Formulación del problema	16
1.3 Objetivos del Proyecto	16
1.3.1 Objetivo General.....	16
1.3.2 Objetivos Específicos.....	16
1.4 Alcance.....	17
1.5 Justificación.....	17
1.6 Estado del Arte.....	18
1.7 Marco Teórico.....	21
1.7.1 Teoría de la ventaja comparativa.....	21
1.7.2 Teoría de las ventajas competitivas	22
1.8 Marco Conceptual	22
2. METODOLOGÍA.....	23
2.1 Fuentes de información primaria.....	23
2.2 Técnicas e instrumentos para recolectar la información	25
2.3 Técnicas e instrumentos para analizar la información.	25
2.4 Fuentes de información secundarias	26
2.5 Definición y justificación del tipo de estudio.....	27
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	28
3.1 Análisis de los antecedentes	28
3.1.1 Producto	28
3.1.2 Análisis de la demanda.....	35
3.1.3 Análisis de la oferta	38
3.1.4 Preselección de mercados.....	41
3.1.5 Análisis de precios	45
3.1.6 Sistemas de comercialización.....	49
3.2 Proyecciones de mercado	50
3.2.1 Proyección de la demanda	50
3.2.2 Proyección de la oferta	51
3.2.3 Proyección de la oferta del producto	51
3.2.4 Proyección de precios	53
3.2.5 Sistemas de comercialización a utilizar	54
4. ESTUDIO TECNICO.....	55
4.1 Mercado.....	55
4.2 Localización	56

4.2.1	Macro localización en origen	56
4.2.2	Micro localización en origen	58
4.2.3	Macro localización en destino.....	59
4.2.4	Micro localización en destino.....	60
4.3	Ingeniería del proyecto.....	61
4.3.1	Procesos de exportación	61
4.4	Logística internacional	62
4.4.1	Envase, empaque y embalaje del producto	62
4.4.2	Proceso de comercialización	67
5.	ESTUDIOS ADMINISTRATIVOS	68
5.1	Impacto empresarial generado	68
5.2	Estructura organizacional	69
5.2.1	Análisis dofa de Sabajon Cipres.....	69
5.2.2	Estructura organizacional de Sabajon Cipres	71
5.2.3	Mision	71
5.2.4	Vision	72
6.	ESTUDIO LEGAL	73
6.1	Tipo de empresa a reestructurar	73
6.2	Requisitos legales de constitución o reestructuración	73
6.3	Normatividad aplicable para el producto tanto en país de origen como en el de destino (legal, tributaria, aduanera, sanitaria y técnica)	74
6.3.1	Requisitos en país de origen.....	74
6.3.2	Requisitos en país de destino	75
7.	ESTUDIO FINANCIERO	77
7.1	Inversión.....	77
7.2	Presupuesto de ingresos, costos y gastos	78
7.3	Costos de comercio internacional	81
7.4	Estado de resultados	82
7.5	Flujo de caja	83
7.6	Flujo de con inversión	84
7.7	Análisis del punto de equilibrio	85
8.	EVALUACION FINANCIERA	87
8.1	Valor presente neto – VPN.....	87
8.2	Tasa interna de retorno – TIR	88
8.3	Razón ingreso a la inversión	89
8.4	Relación costo - beneficio	91
8.5	Análisis de sensibilidad.....	92
9.	IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL	94

CONCLUSIONES.....	95
RECOMENDACIONES.....	96
BIBLIOGRAFIA.....	97
Bibliografía	97

Tabla 2 Lista de países importadores de licor en 2022.....	36
Tabla 3 Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2022 Producto: 220870 Licores	37
Tabla 4 Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2022	38
Tabla 5 Presentación de la Matriz de preselección de mercados	41
Tabla 6 Presentación de precios nacionales	45
Tabla 7 Presentación precios internacionales	47
Tabla 8 Promedio de precios nacionales.....	48
Tabla 9 Promedio de precios internacionales	48
Tabla 10 Proyección de la demanda	50
Tabla 11 Proyección de la oferta	51
Tabla 12 Proyección de la oferta del producto por Sabajon Cipres.....	52
Tabla 13 Lista de las principales empresas importadoras de Licores en España.....	60
Tabla 14 Procesos de exportación.....	61
Tabla 15 Presupuesto de las inversiones y fuentes de financiamiento	77
Tabla 16 Presupuesto de gastos operaciones de administración.....	78
Tabla 17 Presupuesto sueldos y personal administrativo	78
Tabla 18 Presupuesto de gastos operacionales de ventas	79
Tabla 19 Presupuesto mensual de gastos de ventas	80
Tabla 20 Presupuesto De Costos De Ventas.....	81
Tabla 21 Estado de pérdidas y ganancias	82
Tabla 22 Flujo de fondos del proyecto	83
Tabla 23 Flujo de fondos con financiamiento.....	84
Tabla 24 Análisis del punto de equilibrio	85
Tabla 25 Análisis del punto de equilibrio	85
Tabla 26 VPN con financiamiento.....	87
Tabla 27 VPN sin financiamiento.....	88
Tabla 28 TIR con financiamiento	88
Tabla 29 TIR sin financiamiento	89
Tabla 30 Razón de ingreso a la inversión con financiamiento	89
Tabla 31 Razón de ingreso a la inversión sin financiamiento	90
Tabla 32 Relación costo - beneficio sin financiamiento.....	91
Tabla 33 Relación costo - beneficio con financiamiento.....	91
Tabla 34 Análisis de sensibilidad por escenarios	92
Tabla 35 Información por escenarios para análisis de riesgo	93

Ilustración 1 Ficha técnica del sabajón tradicional	29
Ilustración 2 Ficha técnica del sabajón brandy	30
Ilustración 3 Ficha técnica del sabajón whisky	31
Ilustración 4 Flujo grama de proceso de fabricación	32
Ilustración 5 Sabajón Tradicional	33
Ilustración 6 sabajón de brandy	33
Ilustración 7 sabajón de whisky	34
Ilustración 8 Partida arancelaria DIAN.....	35
Ilustración 9 Lista de los países exportadores de licor en 2022.....	38
Ilustración 10 Principales departamentos de Colombia exportadores del producto CREMAS	39
Ilustración 11 Principales empresas exportadoras en Colombia del producto CREMAS ..	40
Ilustración 12 Canal directo	49
Ilustración 13 Canal indirecto	49
Ilustración 14 Población de Madrid por edades.....	55
Ilustración 15 MACRO LOCALIZACION EN ORIGEN BOYACA.....	57
Ilustración 16 MICRO LOCALIZACION PAIPA.....	58
Ilustración 17 Envase primario	63
Ilustración 18 Empaque	64
Ilustración 19 Embalaje	65
Ilustración 20 Medidas y presentación del embalaje	66
Ilustración 21 Proceso de comercialización.....	67
Ilustración 22 Análisis dofa Sabajon Cipres	69
Ilustración 23 Organigrama Sabajon Cipres	71
Ilustración 24 Punto de equilibrio.....	86

(Dedicatoria)

Este trabajo de grado está dedicado a:

A mis queridos padres, Orlado Rojas Betancourt y Gloria Cely, les debo mi más profundo agradecimiento. Mi padre, con su esfuerzo incansable y sacrificio, encontró la manera de sacarme adelante, incluso durmiendo dentro de un carro. Mi madre, dedicada a realizar labores de limpieza en hogares, sentó las bases de mi conocimiento y mi formación como persona. A ambos les debo todo lo que soy.

Asimismo, agradezco de corazón a mi abuela Rosana Fuentes, cuya sabiduría y amor eterno me enseñaron el significado del amor incondicional. Un reconocimiento especial a Yaneth Cely, quien ha sido mi apoyo incondicional desde mi infancia, acompañándome en momentos cruciales de mi formación académica y personal. A Deisy Cely, mi agradecimiento más profundo por sus consejos, su amor inquebrantable y su constante aliento y apoyo.

A Karen Rodríguez Orduz, mi fuente de inspiración y motivación, agradezco su aliento incondicional en cada etapa del camino. A mis entrañables amigos, Leonardo García y Julián Muñoz, les agradezco su compañía y aliento, convirtiendo esta travesía en una experiencia inolvidable.

A todos ustedes, mi eterno agradecimiento por ser mi motor de inspiración y superación. Han sido mi soporte y motivación en este viaje. Este logro también les

pertenece, pues sin sus consejos, regaños, motivación y apoyo incondicional, esto no habría sido posible. Agradezco especialmente a mis padres, quienes, a pesar de las dificultades, me brindaron más de lo que podían. Este proyecto está dedicado a ustedes.

Gracias por forjar la persona que soy hoy en día.

Agradecimientos

Expreso mi más sincero agradecimiento con Gina Paola Vásquez Rodríguez por su gran colaboración y apoyo fundamental durante el desarrollo de mi trabajo de grado, también por su confianza y generosidad al permitirme acceder a los datos e información vital de su empresa, los cuales fueron elementos esenciales para enriquecer mi investigación. Gracias por la confianza que me dio para demostrar mis capacidades y mi trabajo, su disposición fue fundamental para el desarrollo y enriquecimiento de este proyecto académico.

También doy mis agradecimientos a mi director de trabajo de grado Ricardo Augusto Carreño Estupiñán, por su comprensión, esfuerzo, paciencia y dedicación constante, para llevar a cabo con éxito este proyecto, también agradecerle no solo por lo académico, sino también por sus consejos que ayudaron a ser una mejor versión como persona junto con el profesor Diego Andrés Flórez Blanco, pues ustedes dos a pesar de ser profesores se convirtieron en amigos que sembraron su semilla para mi formación personal.

Agradecimientos especiales también a todos los profesores los cuales hicieron parte del proceso académico para el crecimiento profesional y personal, especialmente a la profesora Omaira quien con su forma como persona dio la confianza para escoger la empresa y poder realizar el proyecto, a ella y a todas las personas de que alguna manera contribuyeron en la elaboración de este proyecto quiero agradecerles por su apoyo y ánimos y consejos que contribuyeron a la finalización e inicio de una nueva etapa.

Resumen

El estudio actual se enfoca en el análisis del sector de licores colombianos con la finalidad de su incursión en el mercado internacional. Este interés surge a raíz del crecimiento significativo que ha experimentado en varios mercados extranjeros, impulsado por la creciente demanda de estos licores en diversas ferias internacionales. Los licores colombianos han destacado en estos eventos, logrando una sólida aceptación por parte de consumidores internacionales.

Como referencia para este proyecto, se analizaron las diversas exportaciones de licores hacia España. Este enfoque permitió obtener una visión más amplia de las importaciones llevadas a cabo desde España hacia Colombia. Este análisis se realizó con el propósito de evaluar las relaciones comerciales existentes y determinar la viabilidad para implementar y desarrollar un plan exportador en esta área.

También se llevó a cabo un exhaustivo estudio de mercado que abordó el consumo per cápita, la competencia, la logística, los costos de inversión, la documentación necesaria y demás aspectos regulatorios esenciales para penetrar en el mercado. Este enfoque permitió establecer la viabilidad financiera del proyecto.

Abstract

The current study focuses on the analysis of the Colombian liquor industry to venture into the international market. This interest arises from the significant growth experienced in various foreign markets, driven by the increasing demand for these liquors at various international fairs. Colombian liquors have stood out at these events, gaining solid acceptance among international consumers.

As a reference for this project, various liquor exports to Spain were analyzed. This approach provided a broader perspective of the imports carried out from Spain to Colombia. The analysis aimed to evaluate the existing commercial relationships and determine the feasibility of implementing and developing an export plan in this field.

Additionally, an exhaustive market study was conducted, covering per capita consumption, competition, logistics, investment costs, necessary documentation, and other essential regulatory aspects to penetrate the market. This approach facilitated the determination of the project's financial viability.

Introducción

Colombia es un país caracterizado por su amplia diversidad cultural y culinaria así como también de poseer una amplia diversidad de fauna y flora, gracias a sus climas y su biodiversidad que es catalogada como una de las más relevantes del mundo, a raíz de ello Colombia se ha logrado posicionar en el mapa de turistas, los cuales han dado a conocer las diferentes tradiciones culinarias las cuales hoy en día han cobrado bastante relevancia incluso en el mercado internacional.

Es por ello que el presente proyecto el cual buscara realizar un estudio y análisis a profundidad sobre la exportación de sabajon desde Paipa – Boyacá hacia Madrid – España surge a raíz de explotar estas nuevas oportunidades que está ofreciendo el mercado internacional para los productos emblemáticos de la región colombiana.

Sabajon Cipres es una empresa comprometida con la producción de sabajon de alta calidad y autenticidad, su lema es “Boyacense hasta la última gota” y en su afán de internacionalización de sus productos se embarca en este proyecto de exportación con el fin de lograr con éxito introducir sus productos al mercado madrileño el cual es bastante reconocido por su aprecio por los productos gourmet.

En este proyecto se buscará comprender los diferentes factores en los que puede incurrir el proceso de exportación del producto, explorando aspectos culturales, económicos, logísticos y comerciales, además de esto se analizaran y realizaran estudios los cuales ayudaran a determinar las oportunidades y factibilidad que presenta Madrid para la introducción y comercialización del sabajon.

CAPITULO I

1. ESTUDIOS PRELIMINARES

1.1 Planteamiento del Problema

El zabaione, conocido como "sabajón" en Colombia, es un postre de origen italiano que consiste en una crema elaborada con yemas de huevo, azúcar y vino. Sin embargo, en Colombia, el sabajón se ha adaptado como una bebida similar al rompopo mexicano, al advocaat de los Países Bajos o al ponche de crema venezolano.

La empresa Sabajón Ciprés, ubicada en el municipio de Paipa, en Boyacá, ha desarrollado diferentes variedades de esta bebida de licor, incorporando ingredientes propios de la cultura colombiana, pero manteniendo ciertos elementos tradicionales. Sus productos, catalogados como “bebidas de tipo exportación” (Silvera, 2021) , han experimentado un notable crecimiento y aceptación en el mercado nacional. Como resultado, Sabajón Ciprés tiene como objetivo expandirse y exportar sus productos a nivel internacional.

Sin embargo, la empresa se enfrenta a desafíos que obstaculizan su proceso de internacionalización. Uno de los principales desafíos es el desconocimiento de los procesos, regulaciones y requisitos necesarios para la exportación del sabajón desde el municipio de Paipa, Boyacá, hacia los mercados internacionales.

1.2 Formulación del problema

Ante el desconocimiento de los procesos, requisitos y regulaciones necesarias para la internacionalización del sabajon y los cambios que se han presentado en el escenario de la comercialización de licores, se hace necesario la búsqueda de nuevas alternativas para lograr que la empresa Sabajon Ciprés logre ingresar con éxito a los mercados internacionales. A partir de ello se formula la siguiente pregunta:

¿Cuáles son los procesos, requisitos y regulaciones necesarios para llevar a cabo la exportación del sabajón desde el municipio de Paipa, Boyacá, hacia los mercados internacionales?

1.3 Objetivos del Proyecto

1.3.1 *Objetivo General*

Evaluar la viabilidad del desarrollo de un plan exportador desde el departamento de Boyacá para la empresa Sabajón Ciprés, con el fin de expandir su conocimiento sobre el mercado internacional.

1.3.2 *Objetivos Específicos*

- Realizar un estudio de mercado para evaluar la exportación de sabajon desde el municipio de Paipa
- Establecer un estudio técnico que ayude a determinar la viabilidad del proyecto
- Realizar estudios administrativos necesarios para el plan exportador
- Identificar el marco legal y requerimientos necesarios para llevar a cabo el proyecto

- Realizar un estudio económico y financiero para analizar la viabilidad de la exportación
- Impacto social y ambiental

1.4 Alcance

El propósito de este proyecto es evaluar el potencial de exportación del sabajón en su presentación de 750cc, realizando un análisis exhaustivo del mercado de licores y la identificación de los países con una demanda destacada y oportunidades comerciales para el sabajón.

La investigación se enfoca en identificar el país que presenta las mejores oportunidades para la expansión internacional del producto. Se considerarán diversos aspectos, que abarcan aspectos legales, financieros, logísticos y otros factores económicos y sociales asociados con el impacto derivado de la exportación del sabajón.

1.5 Justificación

Los licores originarios de Colombia han gozado de una excelente recepción en el mercado global gracias a su destacada participación en certámenes y ferias internacionales. Esto ha permitido que diversas marcas de empresas del sector privado logren consolidarse en el ámbito internacional. Asimismo, los licores colombianos han adquirido una gran relevancia en diferentes países debido a su alta calidad y enfoque innovador.

La empresa Ciprés, productora de Sabajón, cuenta con tres variantes de productos para ofrecer en el mercado internacional: Sabajón tradicional (elaborado con aguardiente), Sabajón con base de brandy y Sabajón con base de whisky. Estos productos se destacan de

otros sabajones producidos a nivel nacional debido a su base alcohólica, lo cual los hace únicos y atractivos para los consumidores. Además, su contenido de alcohol de 14 grados se adapta a las preferencias de los consumidores en distintos países, ya que pueden ser disfrutados en ocasiones especiales gracias a su textura cremosa y suavidad.

Por tanto, la exportación del Sabajón producido por Ciprés brindará diversos beneficios a la industria y comercialización de este licor, aprovechando el creciente aumento en la demanda internacional de licores colombianos. “Es una realidad que el mundo quiere tomar más licores colombianos, ya que se están haciendo a una reputación de alta calidad. Solo en el primer semestre del 2022, el país exportó 34% más licor local a mercados como Estados Unidos, España, Panamá y Perú.” (Durán, 2022) Por consiguiente, sería posible internacionalizar el producto y posicionarlo en el mercado global.

1.6 Estado del Arte

1. “Plan de exportación del ron del valle premium con destino a Chile” por estudiante de la Universidad Autónoma De Occidente Viviana Andrea Bermúdez Marín (2006) Este proyecto se enfocó en una expansión internacional. Ofreciendo una amplia gama de productos, desde aguardiente blanco hasta ron premium y aperitivos. Con certificación ISO 9002 y acceso a materias primas, buscan ingresar a mercados como Perú, Bolivia, Chile, Costa Rica y el Reino Unido, especialmente atraídos por la creciente demanda de rones internacionales en Chile. Su plan se centra en introducir el Ron del Valle Premium en Chile, respaldado por incentivos para los distribuidores, con el éxito medido no solo en términos de ingresos, sino también en el desarrollo económico regional y la optimización de recursos locales. La expansión

internacional representa una oportunidad para crecer y destacarse en el mercado global de licores.

2. “Oportunidades de negocios para la exportación de licor de café” por estudiantes de la Universidad Cooperativa de Colombia Martin De Jesus Páez Escorcía, Bercy Biliána Polo Yuseff y Jessica Paola Vidal Barrera (2022) Es un informe que se centra en analizar las oportunidades de negocio en la exportación de licor de café desde una perspectiva de gerencia estratégica en negocios internacionales. Se sustenta en la teoría de varios autores y comienza con un análisis estratégico del sector cafetero para identificar oportunidades en la exportación de licor de café. Luego se enfoca en un análisis de mercado para seleccionar el mercado objetivo. Después, se abordan los procesos de logística internacional necesarios para la exportación de licor de café. Finalmente, se proponen estrategias adecuadas para la gestión de negocios internacionales en el contexto de la exportación de licor de café.
3. “Estudio de viabilidad para exportar aguardiente amarillo de manzanas a Estados Unidos” Por estudiantes de la Universidad Santo Tomás Lizzeth Geraldine Beltrán Vargas y Tania Valentina Suarez Rojas (agosto, 2022). Este proyecto se enfocó en llevar a cabo una exhaustiva investigación con el propósito de evaluar la factibilidad de exportar el aguardiente Amarillo de Manzanas a Estados Unidos. Para ello, se realizaron un análisis diagnóstico y se desarrollaron estrategias de marketing específicas para el mercado seleccionado. Además, se llevaron a cabo investigaciones sobre la documentación requerida en cumplimiento con la legislación aduanera para la exportación de aguardiente hacia los Estados Unidos.

4. “Viabilidad comercial de la exportación de aguardiente líder a Perú” Por estudiante Universidad Santo Tomás Paula Andrea Velasco Molano (2021). En este resumen ejecutivo hablaremos de Boyer que es una empresa licorera que busca exportar aguardiente de Boyacá a Perú, con un enfoque en responsabilidad social y ambiental. En base a una investigación, el mercado peruano ofrece una oportunidad significativa, con alrededor de 3.5 millones de consumidores de alcohol. La empresa se destaca por la calidad de sus productos, como el aguardiente "líder," y su propuesta de valor se centra en el desarrollo local. Para esta se requiere una inversión inicial de \$61.252.333, con proyecciones financieras positivas y una viabilidad respaldada por indicadores financieros sólidos como lo son Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Presente Neto (VPN) y el Costo Anual Uniforme Equivalente (CAUE), lo que hace que el proyecto sea económicamente rentable y de bajo riesgo.
5. “Identificación de mercados potenciales para la exportación de la cerveza artesanal” Por estudiante de la Universidad Antonio Nariño, Yimmy Alejandro Barrera León (abril, 2021). Este trabajo tiene como objetivo principal identificar un mercado internacional propicio para la exportación de la cerveza artesanal colombiana ya que la industria de la cerveza artesanal en Colombia ha experimentado un crecimiento del 30% anual y busca expandirse a nivel internacional para promover sus marcas y aumentar la producción. Este se centra en realizar un estudio de mercado para destacar la calidad y variedad de sabores y aromas que representan a las diferentes regiones productoras de cerveza artesanal en Colombia que busca diseñar una presentación atractiva para promover la aceptación de la cerveza en el mercado

internacional y contribuir al crecimiento de la industria cervecera, fomentando la economía regional y el comercio electrónico.

Los estudios realizados indican un sólido potencial para la exportación de aperitivos de licor (sabajón) desde Colombia, abarcando tanto el mercado nacional como el internacional. Para alcanzar el éxito en este proceso, es esencial considerar aspectos técnicos como el uso de productos agrícolas de calidad, la obtención de certificaciones internacionales para garantizar una mayor aceptación en los mercados globales, y establecer un valor diferencial. Además, aspectos comerciales, como el análisis de mercado y la evaluación de la viabilidad de la exportación, son cruciales. La información recopilada en estos estudios será de gran utilidad para desarrollar un proyecto de exportación de aperitivos de licores (sabajón) más completo y detallado.

1.7 Marco Teórico

Las teorías y conceptos son fundamentales para la investigación, a continuación, se detallan dos importantes en el contexto internacional.

1.7.1 Teoría de la ventaja comparativa

Cuando se utiliza para describir el comercio internacional, la ventaja comparativa según David Ricardo se refiere a los productos que un país puede producir más barato o fácilmente que otros países. Establece que las naciones se benefician al especializarse en la producción y exportación de bienes para los cuales tienen un menor costo de oportunidad, es decir, la eficacia relativa de su producción en comparación con otras naciones. (Universidad Piloto de Colombia, 2023)

1.7.2 Teoría de las ventajas competitivas

La teoría de las ventajas competitivas es un concepto establecido en 1980 por Michael Porter. Se refiere a una característica única y sostenible en el transcurso del tiempo que no posea cualquier otra empresa que compita en el mismo mercado. Esta ventaja al ser única le brinda un posicionamiento favorable. (ROCKCONTENT, 2019)

1.8 Marco Conceptual

Exportación: Es la salida de mercancías del territorio aduanero colombiano con destino a otro país, a una zona franca o a un depósito franco con el cumplimiento de los requisitos previstos en la norma. (DIAN, 2023)
Sabajón: El nombre y el concepto de este coctel son italianos. Sin embargo, en las tierras mediterráneas es un postre, mientras que en Colombia se desarrolló como una bebida alcohólica a base de aguardiente, huevos y leche. (Revista Semana, 2012)

Sabajón: El nombre y el concepto de este coctel son italianos. Sin embargo, en las tierras mediterráneas es un postre, mientras que en Colombia se desarrolló como una bebida alcohólica a base de aguardiente, huevos y leche. (Revista Semana, 2012)

Comercio internacional: implica la compra, venta o intercambio de bienes y servicios en diferentes divisas y formas de pago. Estos intercambios entre distintos países o distintas zonas geográficas han ido en aumento gracias a la liberalización comercial y a la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias. (López, 2018)

Acuerdos comerciales: es un convenio entre dos o más partes de cara al desarrollo de una actividad económica común entre ellas. Este tipo de estrategia puede ser emprendida por empresas, organizaciones privadas o incluso naciones. (Galán, 2020)

Barreras comerciales: es una medida o restricción que impone el Gobierno de un país. Esto, para reducir o eliminar el intercambio de bienes y/o servicios con otra(s) nación(es). (Westreicher, 2020)

Estrategias de penetración de mercado: es una de las estrategias de negocio más importantes. Apunta a incrementar las ventas dentro de una base en la que la empresa ya opera. Su objetivo es llegar a más consumidores dentro de esa audiencia e impulsar la competitividad en la búsqueda de nuevos clientes. (Zendesk, 2022)

1.9 Fuentes de información primaria

Como fuentes de información primaria se remite a la empresa sabajón Ciprés la cual proporcionara los datos, documentos, registros financieros y demás que ayudaran a que la investigación logre ser clara y entendible para realizar su estudio técnico y respectivo análisis.

CAPITULO II

2. METODOLOGÍA

La presente investigación se desarrolla a partir de la búsqueda y análisis de información comprendida en un estudio de mercados, estudio técnico, estudio administrativo, legal y económico financiero, que permitirá determinar la viabilidad del proyecto.

Para la presente investigación se tendrán fuentes de información primarias como la empresa de sabajón Ciprés, así como a fuentes secundarias de tipo documental de la universidad Antonio Nariño como de otras universidades tanto nacionales como a nivel internacional, de igual manera se utilizan softwares y plataformas de apoyo al comercio internacional tales como la DIAN, TradeMap, Santander Trade y finalmente artículos

académicos que permitan tener un panorama claro de la situación de la industria de las fajas en la actualidad.

2.1 Técnicas e instrumentos para recolectar la información

“Las técnicas de recolección de datos son un conjunto de diferentes herramientas que permiten recopilar información de forma hábil y eficaz con fines de investigación y análisis” (Narvaez, 2023).

Para la recolección de información se hizo una selección cuidadosa de las técnicas e instrumentos que permitieron que se obtuvieran datos precisos y representativos que serán fundamentales para el proceso de análisis y comprensión del pasado proyecto. Las técnicas la cuales se usaron son: análisis de documentos y estadísticas de comercio y registro de información.

Análisis de documentos: “Es una técnica de recopilación de información destinadas a obtener información mediante el estudio de documentos” (Ecured.cu., 2023).

Análisis de estadísticas de comercio: “El análisis de las estadísticas de importación y exportación constituye una herramienta fundamental para poder tomar las correctas decisiones y seleccionar potenciales mercados internacionales con las máximas garantías” (Camara Navarra, 2020).

2.2 Técnicas e instrumentos para analizar la información.

Las técnicas e instrumentos son opciones útiles para analizar la información cuando tratamos el tema de la exportación de uchuva deshidratada. La selección de las técnicas e

instrumentos dependerá de los objetivos de la investigación y de la naturaleza de los datos a analizar. (CEDEÑO, 2004)

El análisis riguroso de los datos es esencial para extraer conclusiones significativas y respaldar los objetivos de la investigación. Las técnicas para usar serán: análisis de contenido.

Análisis de contenido: “El análisis de contenidos es una herramienta de gran utilidad basada en el análisis y la interpretación de fuentes” (Oliver, 2008).

2.3 Fuentes de información secundarias

Se utilizaron softwares y plataformas de apoyo al comercio internacional tales como:

- DIAN
- TradeMap
- Santander Trade
- Legiscomex
- Artículos académicos
- Banco mundial
- Procolombia
- Colombia TRADE

Y demás instrumentos que permitan tener un panorama claro de la situación de la industria de los licores en la actualidad.

2.4 Definición y justificación del tipo de estudio.

Este trabajo es una investigación profunda y rigurosa que se planteó con base en una hipótesis o planteamiento del problema específico. Se caracteriza por su carácter argumentativo, ya que se sustenta en la recopilación y análisis crítico de la información de diversos autores y fuentes relacionadas con la temática abordada. A través de una revisión exhaustiva de la literatura existente, se busca no solo respaldar la hipótesis o afirmación central, sino también establecer conexiones, contrastes y relaciones entre las ideas y teorías previas en el campo de estudio, contribuyendo de esta manera al conocimiento académico.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Análisis de los antecedentes

3.1.1 *Producto*

El sabajón o sabajón Ciprés es una especie de aperitivo que tiene cierto parecido a lo que se le conoce como crema de whisky, solo que este está realizado con 3 ingredientes que son huevo, leche y alcohol. Esta es una bebida que se puede consumir en todos los ámbitos ya que su nivel de alcohol no es muy alto, sin embargo, este se suele ingerir generalmente en épocas navideñas.

- Tipos de sabajon PRODUCIDOS POR LA EMPRESA CIPRES

Actualmente en muchos departamentos de Colombia se produce gran variedad de sabajon, estos pueden variar en su sabor dependiendo de la región donde se produzca, algunos de estos son: café, chamba, feijoa, guanábana, limón, melocotón, mora y vainilla.

En Ciprés actualmente se cuenta con sabores que los diferencian de los sabajones con sabor a frutas ya que trabajan con sabores a base de diferentes licores como el aguardiente el cual es el tradicional, brandy y whisky, lo cual se diferencia de sus competidores.

Ficha técnica de los diferentes tipos de sabajón:

Ilustración 1 Ficha técnica del sabajón tradicional.


	SABAJON CIPRES SAS.		ADMINISTRACION	
			FORMATO DE REGISTRO	
	SISTEMA GESTION DE CALIDAD		FSC – 05	PAG: 1 DE 1
			VERSION: 01	FEBREO 4 DE 2016
FICHA TECNICA DEL SABAJON TRADICIONAL				
Descripción Física	Bebida cremosa hecha a base de yemas de huevo, azúcar, leche, alcohol, saborizantes.			
Empaque y Presentación	<p>Envase: Producto envasado en frascos de vidrio, sin presencia de agua. Etiqueta: contiene el nombre del producto, ingredientes, lote de producción, fecha de vencimiento, cantidad del contenido, código de barras. Debe cumplir con los requisitos técnicos legales establecidos en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artículo 16 de la ley 30 de 1986: En todo recipiente de bebida alcohólica nacional o extranjera deberá imprimirse, en el extremo inferior de la etiqueta y ocupando al menos una décima parte de ella, la leyenda: <i>"El exceso de alcohol es perjudicial para la salud"</i>. • Ley 124 de 1994: <i>"por la cual se prohíbe el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad"</i> <p>Tapa: En aluminio dorado número 28. Capucha: plástica calibre 16. Cajas: de capacidad de 12 botellas y 24 botellas en color blanco con el logo de la empresa en el centro. Presentación: botella 750 cc y botella media 375 cc.</p>			
Características organolépticas	Olor agradable, dulce, amarillo claro, textura cremosa, se percibe el sabor a alcohol, azúcar grado alcoholímetro 14°.			
Composición microbiológica.	Arerobios mesofilos max 1000UFC/mL Coliformes Fecales <3NMP/mL Coliformes Totales <3NMP/mL Levaduras max 10 UFC/mL Mohos max 10 UFC/mL <i>Salmonella sp (A- P/25mL)</i> <i>Staphylococcus aureus coagulasa positiva</i> UFC/mL			
Formas de Consumo	Aperitivo, para tomar en pequeñas cantidades, acompañante de pasabocas			
Consumidores potenciales	Jóvenes mayores de edad y adultos en general			
Condiciones de almacenamiento y conservación	Mantener en un lugar fresco, almacenamiento a T° Ambiente, después de abierto mantener refrigerado.			
Vida útil	24 meses Tapado.			
Grado alcohólico	14°AG			
Tiempo de elaboración:	8 horas.			
ELABORO:		APROBO:		
DIANA LUCIA VASQUEZ RODRIGUEZ		GINA PAOLA VASQUEZ RODRIGUEZ		

Ilustración 2 Ficha técnica del sabajón brandy.

	SABAJON CIPRES SAS.		ADMINISTRACION		
			FORMATO DE REGISTRO		
	SISTEMA GESTION DE CALIDAD		FSC – 06	PAG: 1 DE 1	
			VERSION: 01	FEBREO 4 DE 2016	
FICHA TECNICA DEL SABAJON BRANDY					
Descripción Física	Bebida cremosa hecha a base de yemas de huevo, azúcar, leche, brandy, esencias.				
Empaque y Presentación	<p>Envase: Producto envasado en frascos de vidrio, sin presencia de agua. Etiqueta: contiene el nombre del producto, ingredientes, lote de producción, fecha de vencimiento, cantidad del contenido, código de barras. Debe cumplir con los requisitos técnicos legales establecidos en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artículo 16 de la ley 30 de 1986: En todo recipiente de bebida alcohólica nacional o extranjera deberá imprimirse, en el extremo inferior de la etiqueta y ocupando al menos una décima parte de ella, la leyenda: "<i>El exceso de alcohol es perjudicial para la salud</i>". • Ley 124 de 1994: "<i>por la cual se prohíbe el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad</i>" <p>Tapa: Corcho número 28. Capucha: plástica calibre 16. Cajas: de capacidad de 12 botellas y 24 botellas en color blanco con el logo de la empresa en el centro. Presentación: botella 750 cc y botella media 375 cc.</p>				
Características organolépticas	Olor agradable, dulce, amarillo claro, textura cremosa, se percibe el sabor a alcohol, azúcar grado alcoholímetro 14°.				
Composición microbiológica.	<p>Aerobios mesofilos max 1000UFC/mL Coliformes Fecales <3NMP/mL Coliformes Totales <3NMP/mL Levaduras max 10 UFC/mL Mohos max 10 UFC/mL <i>Salmonella sp</i> (A- P/25mL) <i>Staphylococcus aureus coagulasa positiva</i> UFC/mL</p>				
Formas de Consumo	Aperitivo, para tomar en pequeñas cantidades, acompañante de pasabocas				
Consumidores potenciales	Jóvenes mayores de edad y adultos en general				
Condiciones de almacenamiento y conservación	Mantener en un lugar fresco, Refrigeración a T° Ambiente, después de abierto mantener refrigerado.				
Vida útil	16 meses Tapado.				
Tiempo de elaboración:	8 horas.				
ELABORO:		APROBO:			
DIANA LUCIA VASQUEZ RODRIGUEZ		GINA PAOLA VASQUEZ RODRIGUEZ			

Ilustración 3 Ficha técnica del sabajón whisky


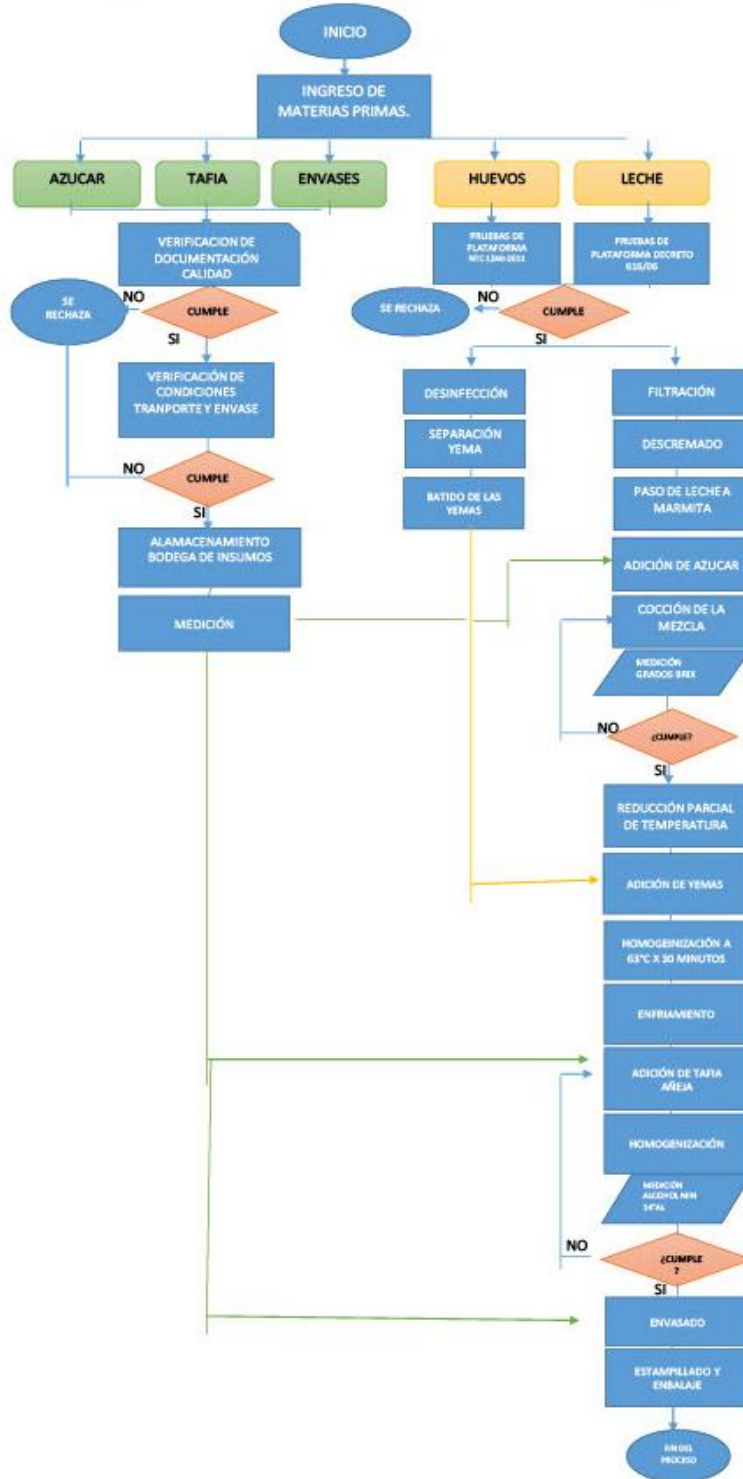
	SABAJON CIPRES SAS.	ADMINISTRACION	
		FORMATO DE REGISTRO	
	SISTEMA GESTION DE CALIDAD	FSC – 02	PAG: 1 DE 1
		VERSION: 01	FEBREO 4 DE 2016
FICHA TECNICA DEL SABAJON WHISKY			
Descripción Física	Bebida cremosa hecha a base de yemas de huevo, endulzantes bajos en azúcar, leche descremada y pasteurizada, alcohol, saborizantes.		
Empaque y Presentación	<p>Envase: Producto envasado en frascos de vidrio, sin presencia de agua. Etiqueta: contiene el nombre del producto, ingredientes, lote de producción, fecha de vencimiento, cantidad del contenido, código de barras. Debe cumplir con los requisitos técnicos legales establecidos en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artículo 16 de la ley 30 de 1986: En todo recipiente de bebida alcohólica nacional o extranjera deberá imprimirse, en el extremo inferior de la etiqueta y ocupando al menos una décima parte de ella, la leyenda: "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud". • Ley 124 de 1994: "por la cual se prohíbe el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad" <p>Tapa: Corcho número 28. Capucha: plástica calibre 16.. Cajas: Cajas: de capacidad de 12 botellas y 24 botellas en color blanco con el logo de la empresa en el centro. Presentación: botella 750 cc y botella media 375 cc.</p>		
Características organolépticas	Olor agradable, dulce, amarillo claro, textura cremosa, se percibe el sabor a alcohol, azúcar grado alcoholímetro 14°.		
Composición microbiológica.	Aerobios mesofilos max 1000UFC/mL Coliformes Fecales <3NMP/mL Coliformes Totales <3NMP/mL Levaduras max 10 UFC/mL Mohos max 10 UFC/mL <i>Salmonella sp</i> (A- P/25mL) <i>Staphylococcus aureus coagulasa positiva</i> UFC/mL		
Formas de Consumo	Aperitivo, para tomar en pequeñas cantidades, acompañante de pasabocas		
Consumidores potenciales	Jóvenes mayores de edad y adultos en general		
Condiciones de almacenamiento y conservación	Mantener en un lugar fresco, Refrigeración a T° Ambiente, después de abierto mantener refrigerado.		
Vida útil	16 meses Tapado.		
Tiempo de elaboración:	8 horas.		
ELABORO: DIANA LUCIA VASQUEZ RODRIGUEZ		APROBO: GINA PAOLA VASQUEZ RODRIGUEZ	

Ilustración 4 Flujo grama de proceso de fabricación.

	SABAJON CIPRES SAS.	ADMINISTRACIÓN	
	SISTEMA GESTION DE CALIDAD	DIAGRAMA DE PROCESO ELABORACIÓN SABAJON RON BOYACA	
		COD: FSC-30	Página 1 de 1
		VERSION: 01	sep-22



Elaboró: Consuelo Ortega Reyes PQA.379 Director Técnico	Aprobó : Gina Paola Vásquez Gerente General
---	---

Presentación de los productos:

Ilustración 5 Sabajón Tradicional

SABOR TRADICIONAL

EL SABOR NATURAL

Licor tipo crema, con sabor a aguardiente. 14°
alcohólicos. Ingredientes principales son; leche,
azúcar, huevos y alcohol. Su sabor es dulce y
cremoso. Es elaborado a base de la receta
familiar siendo nuestro producto principal.

PRESENTACIÓN:

Botella 750cc	Caja 12 unidades
Media 375cc	Caja 24 unidades



(CIPRES, 2023)

Ilustración 6 sabajón de brandy

SABOR BRANDY

Una gran experiencia

Licor tipo crema, con sabor a whisky. 14°
alcohólicos. Ingredientes principales son;
leche, azúcar, huevos y alcohol. Su sabor
dulce y cremoso hacen de este aperitivo
agradable al paladar apto para cualquier
ocasión.

PRESENTACIÓN:

Botella 750cc	Caja 12 unidades
Media 375cc	Caja 24 unidades



(CIPRES, 2023)

Ilustración 7 sabajón de whisky





(CIPRES, 2023)

Presentación de la partida arancelaria:

El producto sabajón se puede catalogar como un licor ya que posee cierto volumen de este, sin embargo, haría parte de la subpartida cremas de la siguiente manera: Partida 2208 Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior al 80% vol.; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas. Subpartida 2208.70.20 Licores-cremas.

Los licores llamados cremas, denominados así a causa de su consistencia o de su color, en general con poco alcohol y muy azucarados (crema de cacao, banana, vainilla, café, grosella, etc.), así como los licores llamados emulsiones, principalmente los licores de huevo o nata (crema) fresca.

Ilustración 8 Partida arancelaria DIAN

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	2208.70.20.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior al 80 % vol.; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas. - Licores: - - Cremas			01-ene-2007	...	
Unidad física	I - Litro			01-ene-2007	...	

(DIAN, 2023)

3.1.2 Análisis de la demanda

El análisis de la demanda es el proceso que permite entender el nivel de interés que tienen los consumidores potenciales en el producto. Este análisis servirá para conocer que tanto nivel de aceptación tendrá el producto en los consumidores.

Teniendo claro esto, se procede a realizar un análisis con base a las siguientes imágenes y tablas:

Tabla 1 Lista de países importadores de licor en 2022

Importadores	Seleccione sus indicadores						
	Valor importado en 2022 (miles de USD)	Saldo comercial 2022 (miles de USD)	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2021-2022 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)	Concentración de los países proveedores
Mundo	4043814	-10468	No medida		8	100	0,09
Estados Unidos de América	1160418	-976670	No medida		18	28,7	0,17
Reino Unido	276747	-69051	Toneladas	6038	-1	6,8	0,11
Alemania	262531	387378	Toneladas	4015	-11	6,5	0,18
Canadá	154263	22229	Metros cúbicos	33455	-3	3,8	0,17
Países Bajos	126954	131101	Toneladas	4086	7	3,1	0,18
España	117418	119842	Toneladas	4258	20	2,9	0,17
Francia	114703	326118	Toneladas	3752	-2	2,8	0,15
Australia	111080	-90399	Metros cúbicos	24132	1	2,7	0,13
Chile	86307	-85357	1000 metros	5928	45	2,1	0,2
Italia	84764	473106	Toneladas	5107	4	2,1	0,13
Japón	81628	22617	Metros cúbicos	4559	0	2	0,15
China	81192	-76203	Toneladas	2842	-44	2	0,17

(TRADE MAP, 2023)

Tal como se aprecia en la tabla anterior, Estados Unidos ocupa el primer lugar en el ranking mundial de importaciones de bebidas alcohólicas. Durante el período 2021-2022, experimentó un aumento en su valor del 18%. Sin embargo, es interesante destacar que países como España lograron un crecimiento aún más significativo, alcanzando un impresionante 20% en el mismo período. Aunque Estados Unidos lidera con una amplia ventaja en términos de valor, este notable crecimiento en el mercado español podría sugerir oportunidades interesantes para explorar.

Tabla 2 Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2022 Producto: 220870 Licores

Importadores	Seleccione sus indicadores								
	Valor exportado en 2022 (miles de USD)	Saldo comercial en 2022 (miles de USD)	Participación de las exportaciones para Colombia (%)	Cantidad exportada en 2022	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2018-2022 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2018-2022 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2021-2022 (% p.a.)
Mundo	13.690	-672	100	5.154	Toneladas	2.656	20	17	64
España	3.809	3.574	27,8	1.419	Toneladas	2.684	25	22	76
Estados Unidos de América	3.264	67	23,8	1.304	Toneladas	2.503	-1	-3	88
Ecuador	2.969	2.969	21,7	1.128	Toneladas	2.632		46	50
Panamá	1.854	1.854	13,5	708	Toneladas	2.619	34	31	45
Chile	560	560	4,1	223	Toneladas	2.511	-1	-1	-31
Perú	469	467	3,4	187	Toneladas	2.508	22	20	252
Colombia	290	290	2,1	43	Toneladas	6.744	96	80	79

(TRADE MAP, 2023)

Al analizar la tabla anterior, se evidencia que España es el país que más importa licores de Colombia, destacando también la presencia de Estados Unidos, Ecuador, Panamá y otros países. A partir de esta información, se puede concluir que el sabajón tiene el potencial de ingresar a mercados internacionales, donde se vislumbra una oportunidad de negociación. En este contexto, se considera a España como la primera opción para iniciar negociaciones. Sin embargo, en la tabla N°3-4 de la matriz, se identificará el mercado objetivo.

3.1.3 Análisis de la oferta

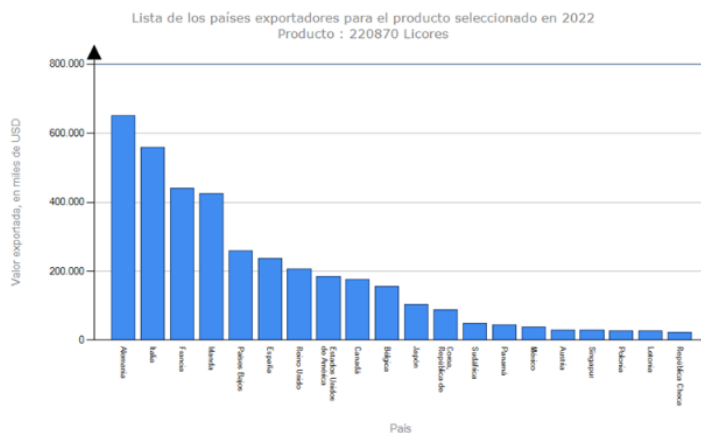
Tabla 3 Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2022

Exportadores	Seleccione sus indicadores								
	Valor exportado en 2022 (miles de USD)	Saldo comercial 2022 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2022	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2021-2022 (%)	Participación en las exportaciones mundiales (%)	Distancia media de los países importadores (km)	Concentración de los países importadores
Mundo	4033346	-10468	0	No medida		2	100	4155	0,08
Alemania	649909	387378	100719	Toneladas	6453	8	16,1	3633	0,05
Italia	557870	473106	108416	Toneladas	5146	5	13,8	3971	0,11
Francia	440821	326118	57389	Toneladas	7681	0	10,9	5846	0,29
Irlanda	426117	394133	69266	Toneladas	6152	-8	10,6	5126	0,19
Países Bajos	258055	131101	44684	Toneladas	5775	25	6,4	3758	0,06
España	237260	119842	52212	Toneladas	4544	1	5,9	3833	0,07
Reino Unido	207696	-69051	43815	Toneladas	4740	-7	5,1	4331	0,11
Estados Unidos de América	183748	-976670	0	No medida		35	4,6	6817	0,08
Canadá	176492	22229	36801	Metros cúbicos	4796	-11	4,4	1592	0,89

(TRADE MAP, 2023)

La tabla previa muestra claramente los países predominantes en la exportación de licores a nivel mundial. Alemania, Italia y Francia destacan como los líderes principales en la exportación de estos productos, posicionándolos como los principales proveedores de este tipo de mercancía.

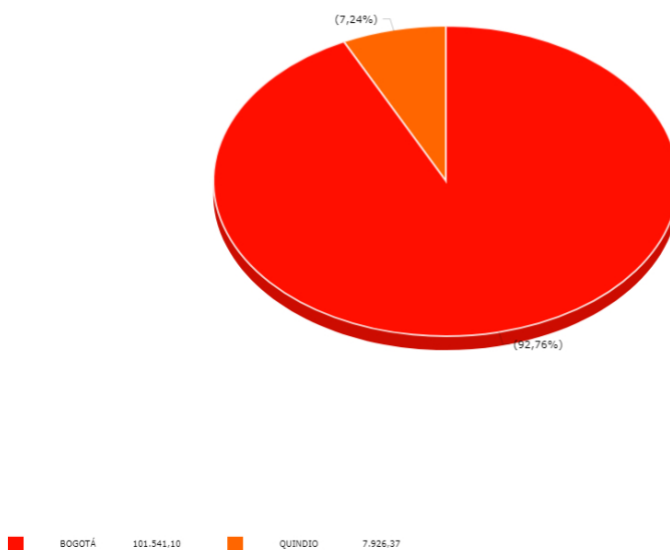
Ilustración 9 Lista de los países exportadores de licor en 2022



(TRADE MAP, 2023)

En el presente gráfico, podemos identificar a las naciones que lideran en la exportación de licores. Entre ellas destacan países como Alemania, Italia, Francia, Irlanda, los Países Bajos y España. Estas son las naciones que ostentan un dominio destacado en las exportaciones a nivel mundial en la industria de bebidas alcohólicas.

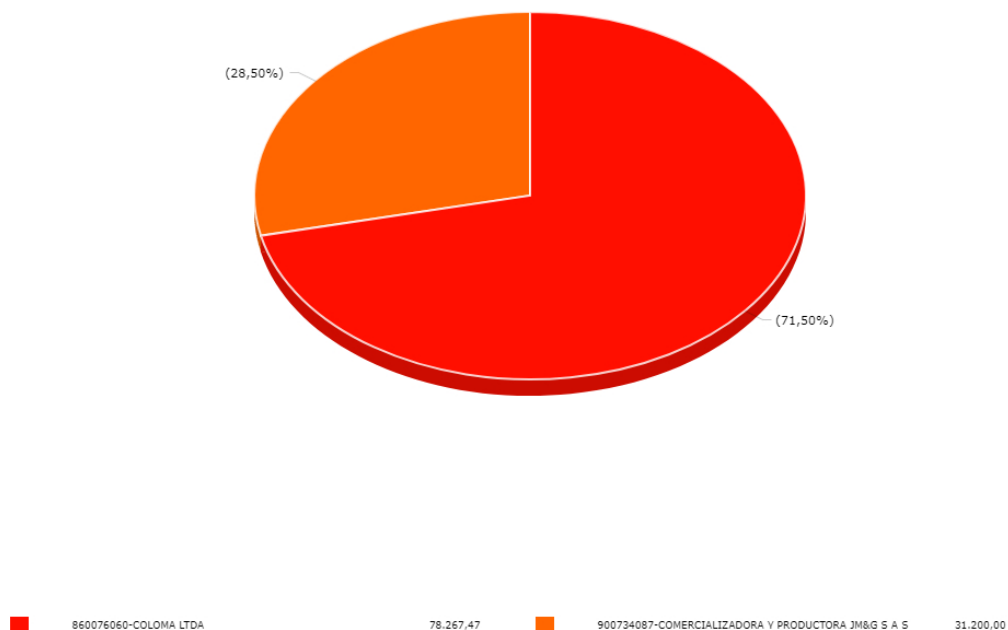
Ilustración 10 Principales departamentos de Colombia exportadores del producto CREMAS



(Legiscomex, 2023)

En la ilustración anteriormente compartida, se destacan los departamentos de Colombia que encabezan las exportaciones del producto identificado con la partida arancelaria 2208702000 (Cremas). Esta lista muestra únicamente la presencia de dos departamentos, siendo Bogotá el principal, representando el 92.76% del total de las exportaciones del producto. En segundo lugar, se encuentra Quindío, aportando el 7.24% restante de estas exportaciones.

Ilustración 11 Principales empresas exportadoras en Colombia del producto CREMAS



(Legiscomex, 2023)

En este gráfico se identifican las empresas líderes en Colombia en la exportación del producto con la partida arancelaria 2208702000 (Cremas). Destacando que únicamente dos empresas sobresalen en la comercialización internacional de este producto. JM&G S.A.S ocupa el primer lugar con una participación del 71.50% en las exportaciones, seguida por Coloma LTDA, que representa el 28.50% restante de las exportaciones de cremas.

3.1.4 Preselección de mercados

3.1.4.1 Matriz de preselección de mercados

Tabla 4 Presentación de la Matriz de preselección de mercados

VARIABLE PAIS	P	ESTADOS UNIDOS		
		DATOS	C	R
VARIABLES MACROECONOMICAS				
PIB 2022 MILES DE MILLONES DE DOLARES	10%	25464,48 MIL MILLONES DE DOLARES	5	0,5
PIB PER CAPITA 2022	5%	76348,49 USD	5	0,25
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	ESTADOS UNIDOS OCUPO EL PUESTO #9 EN EL RANKING MUNDIAL DEL DOING BUSSINES 2019	5	0,25
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	BUENAVENTURA Y CARTAGENA HACIA ESTADOS UNIDOS, PUERTOS: HOUSTON; LOS ANGELES/LONG BEACH; NUEVA ORLEANS; NUEVA YORK; MIAMI/PORT EVERGLADES	4	0,28
POBLACION 2022	5%	333.036.755	5	0,25
IDIOMA	9%	INGLES	4	0,36
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	12.878.979	5	0,25
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2018-2021	10%	-1%	0	0
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2018-2022	10%	-3%	0	0
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2022	10%	3.264	4	0,4

		MEXICO FRANCIA REINO UNIDO CANADA IRLANDA		
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%		3	0,12
ARANCEL GENERAL	7%	0,00%	5	0,35
ARANCEL PREFERENCIAL	13%	0%	5	0,65
TOTAL	100%			3,66

VARIABLE PAIS	P	ECUADOR		
		DATOS	C	R
VARIABLES MACROECONOMICAS				
PIB 2022 MILES DE MILLONES DE DOLARES	10%	115,05 MILES DE MILLONES DE DOLARES	2	0,2
PIB PER CAPITA 2022	5%	6391,3 USD	2	0,1
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	ECUADOR OCUPA EL PUESTO #129 EN EL RANKING MINDUAL DEL DOING BUSSINES 2020	3	0,15
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	BUENAVENTURA Y CARTAGENA HACIA ECUADOR VIA MARITIMA: GUAYAQUIL; ESMERALDAS. BUENVENTURA ECUADOR DIRECTO VIA TERRESTRE	5	0,35
POBLACION 2022	5%	18.001.000	3	0,15
IDIOMA	9%	ESPAÑOL	5	0,45
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	48.230	2	0,1
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2018-2021	10%	N/A	0	0
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2018-2022	10%	46%	5	0,5
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2022	10%	2.969	2	0,2
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	REINO UNIDO MEXICO COLOMBIA ITALIA FRANCIA	5	0,2

ARANCEL GENERAL	7%	0,88% + 0,22 USD/G. ALC. X LITRO	3	0,21
ARANCEL PREFERENCIAL	13%	0,88% + 0,22 USD/G. ALC. X LITRO	3	0,39
TOTAL	100%			3

VARIABLE PAIS	P	ESPAÑA		
		DATOS	C	R
VARIABLES MACROECONOMICAS				
PIB 2022 MILES DE MILLONES DE DOLARES	10%	1400,52 MIL MILLONES DE DOLARES	3	0,3
PIB PER CAPITA 2022	5%	45825,2 USD	4	0,2
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	ESPAÑA OCUPA EL PUESTO # 31 EN EL RANKING MUNDIAL DEL DOING BUSSINES 2020	4	0,2
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	BUENAVENTURA Y CARTAGENA HACIA ESPAÑA PUERTOS: ALGECIRAS; BARCELONA; VALENCIA; BILBAO. CARTAGENA CON SALIDAS DIRECTAS A CIERTOS PUERTOS	5	0,35
POBLACION 2022	5%	46.722.980,00	4	0,2
IDIOMA	9%	ESPAÑOL	5	0,45
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	1.069.526	4	0,2
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2018-2021	10%	25%	5	0,5
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2018-2022	10%	22%	3	0,3
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2022	10%	3.809	5	0,5
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	REINO UNIDO ESTADOS UNIDOS PAISES BAJOS FRANCIA MEXICO	3	0,12
ARANCEL GENERAL	7%	0,0%	5	0,35
ARANCEL PREFERENCIAL	13%	0	5	0,65
TOTAL	100%			4,32

VARIABLE PAIS	P	FRANCIA		
		DATOS	C	R
VARIABLES MACROECONOMICAS				
PIB 2022 MILES DE MILLONES DE DOLARES	10%	2784,02 MIL MILLONES DE DOLARES	4	0,4
PIB PER CAPITA 2022	5%	43.658,98 USD	4	0,2
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	FRANCIA OCUPA EL PUESTO #33 EN EL RANKING MUNDIAL DEL DOING BUSINESS 2020	4	0,2
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	BUENAVENTURA Y CARTAGENA HACIA ESPAÑA PUERTOS: ALGECIRAS; BARCELONA; VALENCIA; BILBAO. CARTAGENA CON SALIDAS DIRECTAS A CIERTOS PUERTOS	5	0
POBLACION 2022	5%	66.992.699	4	0,2
IDIOMA	9%	FRANCES	3	0,27
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	1.545.631	1	0,05
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2018-2021	10%	N/A	0	0
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2018-2022	10%	N/A	0	0
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2022	10%	97	1	0,1
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	REINO UNIDO ESTADOS UNIDOS POLONIA IRLANDA	3	0,12
ARANCEL GENERAL	7%	0,00%	5	0,35
ARANCEL PREFERENCIAL	13%	0	5	0,65
TOTAL	100%			2,54

Fuente: (Elaboración propia)

Según la matriz anterior, España se destaca como el país con la mayor viabilidad para la exportación de sabajón. Esta destacada posición se debe a una cuidadosa evaluación de todas las características presentadas en la matriz, las cuales han contribuido a otorgarle la mejor

puntuación entre todas las opciones consideradas. En consecuencia, resulta esencial profundizar en un análisis más detenido tanto del país en sí como del mercado que ofrece para este producto. España, con sus atributos favorables y las oportunidades que presenta, se erige como un destino prometedor para la exportación de sabajón. A continuación, se llevará a cabo un análisis exhaustivo de estos aspectos para comprender mejor su potencial como mercado objetivo y sus implicaciones en el proceso de exportación del sabajón.

3.1.4.2 Presentación del país objetivo

- País: España
- Capital: Madrid
- Idioma: español
- Forma de gobierno: Monarquía Parlamentaria
- Población: 46.722.980
- Moneda: euro

3.1.5 Análisis de precios

Para llevar a cabo el análisis de precios, es esencial comprender el valor del producto a nivel nacional y estar al tanto de las tendencias de precios en los mercados internacionales. Esto nos proporcionará una visión más precisa de la competitividad de los precios de este licor colombiano en el mercado español. Los precios que vamos a considerar estarán basados en una tasa de cambio de 3,981.00 COP, que es el valor actual del dólar al momento de realizar el análisis. Una vez claro esto procedemos a ver una comparativa de precios de productos relacionados con las cremas de licor:

3.1.5.1 Precios nacionales

Tabla 5 Presentación de precios nacionales

PROVEEDOR	PRODUCTO	PRECIO COP	PRECIO USD
CIPRES	SABAJON CIPRES DE WHISKY 0.75L 	\$29.000	7,28 USD
LICORES CASA MORENO	CREMA DE WHISKY COLOMA 0.7L 	\$40.370	10,13 USD
DON JOAQUIN	SABAJON DON JOAQUIN TRADICIONAL 0.75L 	\$35.000	8,78 USD

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla presentada anteriormente sabajón Ciprés maneja precios bastante competitivos a nivel nacional, pues de los tres productos presentados Ciprés tiene el precio más bajo ante sus competidores, lo que lo posiciona como una opción más atractiva y económica para los consumidores.

3.1.5.2 Precios internacionales

Tabla 6 Presentación precios internacionales

PROVEEDOR	PRODUCTO	PRECIO COP	PRECIO USD
AMAZON ESPAÑA	CREMA DE MANGO 0.7L 	\$67278.90	16.90 USD
AMAZON ESPAÑA	RAUVIEJA CREMA DE ORUJO 1L 	\$52.947.30	13.30 USD
AMAZON ESPAÑA	CREMA BAILEY'S DE WHISKY 0,7L	\$63.974.67	16.07 USD



Fuente: Elaboración propia

Tabla 7 Promedio de precios nacionales

PROMEDIO DE PRECIOS NACIONALES		
CIPRES	COLOMA	DON JOAQUIN
\$7,28	\$10,13	\$8,78
PROMEDIO:		\$8,73

Fuente: elaboración propia

Tabla 8 Promedio de precios internacionales

PROMEDIO DE PRECIOS INTERNACIONALES		
KICK THE RULES	RAUVIEJA	BAILEYS
\$16,90	\$13,30	\$16,07
PROMEDIO:		\$15,42

Fuente: elaboración propia

Basándonos en los datos proporcionados por las tablas anteriores, se puede concluir que los precios del producto a exportar son competitivos en el mercado internacional. Además de la competitividad en términos de precios, el producto también puede competir exitosamente en cuanto a su calidad.

3.1.6 Sistemas de comercialización

“El concepto de canal de distribución hace referencia al medio por el cual un producto o servicio llega al cliente. Su objetivo es asegurar el desplazamiento eficiente de mercancías desde su punto de origen hasta su punto de destino, ya sea a intermediarios, clientes o centros de almacenamiento” (Zendesk, 2023)

3.1.6.1 Tipos de canales de distribución

- **Canal directo:** La empresa es completamente responsable de hacer que el producto llegue hasta su consumidor final, es decir que no existen intermediarios en su proceso.

Ilustración 12 Canal directo



Fuente: elaboración propia

- **Canal indirecto:** A diferencia del canal directo, en este si se presentan intermediarios los cuales se encargan de hacer la entrega del producto, en este caso, aunque el fabricante no tiene un gran control sobre la distribución, es posible alcanzar un número más grande de clientes.

Ilustración 13 Canal indirecto



Fuente: elaboración propia

El sistema de comercialización para la exportación de sabajón dependerá de varios factores como:

En primer lugar, el puerto de salida desde Colombia será el puerto de Cartagena, desde donde se embarcarán los contenedores para su lugar de destino.

En segundo lugar, el puerto de destino seleccionado en España será Valencia. Esta elección se fundamenta en su excelente conectividad con el destino final, que será la ciudad de Madrid.

Una vez se haya seleccionado los puertos de origen y destino, se optará por realizar la distribución a través de los canales de distribución establecidos, estos pueden incluir intermediarios que a su vez venden el producto a supermercados, o por medio de la venta directa a supermercados y a su vez creando alianzas estratégicas que ayuden a posicionar a sabajón Ciprés en el mercado español.

3.2 Proyecciones de mercado

3.2.1 Proyección de la demanda

Tabla 9 Proyección de la demanda

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN	DEMANDA POTENCIAL
	1,02%	3,6
2022	5.478.388	69.576
2023	5.534.268	70.285
2024	5.590.717	71.002
2025	5.647.742	71.726
2026	5.705.349	72.458
2027	5.763.544	73.197

Fuente: elaboración propia

Para proyectar la demanda, se llevó a cabo un estudio poblacional que reveló una tasa de crecimiento poblacional del 1.02% proyectada a lo largo de 6 años. Para estimar la demanda potencial, se utilizó la proyección de la población y se multiplicó por el consumo per cápita de alcohol en toneladas, fijado en 0.0127. Este producto se multiplicó por la población proyectada para determinar la demanda potencial.

3.2.2 Proyección de la oferta

Tabla 10 Proyección de la oferta

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN	OFERTA
	1,02%	2%
2022	5.478.388	27.578
2023	5.534.268	28.130
2024	5.590.717	28.692
2025	5.647.742	29.266
2026	5.705.349	29.851
2027	5.763.544	30.448

Fuente: elaboración propia

Para determinar la oferta, se consideró la cantidad importada en toneladas para el año 2022 y la tasa de crecimiento de estas importaciones durante el periodo de 2018 a 2022, que se calculó en un 2%. Con estos datos, se llevó a cabo una proyección estimada de la oferta con el fin de calcular la demanda insatisfecha.

3.2.3 Proyección de la oferta del producto

Tabla 11 Proyección de la oferta del producto por Sabajon Cipres

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN	DEMANDA INSATISFECHA	% DEMANDA DIRIGIDA	PROYECCIÓN DE VENTAS ANUAL DE SABAJON - TONELADAS	TOTAL KG X AÑO	CAJAS X AÑO A EXPORTAR c/u 17KG
	1,02%	3,58				
2022	5.478.388	41.998	0,05%	21	20999	1235
2023	5.534.268	42.156	0,06%	25	25293	1488
2024	5.590.717	42.310	0,07%	30	30463	1792
2025	5.647.742	42.460	0,09%	37	36686	2158
2026	5.705.349	42.607	0,10%	44	44175	2599
2027	5.763.544	42.749	0,12%	53	53186	3129

Fuente: elaboración propia

Al determinar tanto la demanda potencial como la oferta, la diferencia entre ambas revela la demanda insatisfecha, la cual se emplea para estimar la demanda dirigida, junto con la proyección de ventas anuales en toneladas y cajas:

Proyección anual de ventas de sabajón en toneladas: Inicia en 30 toneladas al inicio del proyecto y se incrementa a lo largo de los años.

Proyección de ventas anuales en cajas: Se estima vender alrededor de 1488 cajas al comienzo del proyecto en 2024, y se proyecta un aumento en las ventas a lo largo del tiempo.

3.2.4 Proyección de precios

PROYECCION DE PRECIOS NACIONALES E INTERNACIONALES				
AÑO	FACTOR AJUSTE POR INFLACION	PRECIO AJUSTADO COP	TRM	PRECIO AJUSTADO ESPAÑA
2023	1,0000	\$647.533	\$3.981	162,66
2024	1,0550	\$683.147	\$3.969	172,10
2025	1,1130	\$760.360	\$3.958	192,11
2026	1,1742	\$892.846	\$3.947	226,24
2027	1,2388	\$1.106.080	\$3.935	281,08
2028	1,3070	\$1.445.602	\$3.924	368,43

Fuente: elaboración propia

Para la proyección de precios se tomó la TRM de \$3.981, además de la inflación acumulada suministrada por el banco mundial, del año 2021 la cual fue proyectada a 6 años, por lo cual el valor de la unidad de venta de una caja x 12 unidades es de \$647.533 usd \$162.66 en el año 2023.

En la proyección de precios, es crucial considerar que estos valores pueden ser influenciados por una amplia gama de factores económicos, sociales y la dinámica de la demanda del producto, entre otros elementos. A pesar de esta variabilidad potencial, es importante destacar que, en los últimos años, se ha observado cierta estabilidad en los precios de los licores en general. Esta estabilidad se atribuye a una combinación de factores, incluyendo políticas de mercado, tendencias de consumo y regulaciones que han contribuido a mantener una relativa consistencia en los precios de estos productos.

3.2.5 *Sistemas de comercialización a utilizar*

El canal de comercialización depende de varios factores como recursos, conocimiento del mercado, y los costos y beneficios que están asociados a cada opción.

Dado el limitado conocimiento en la exportación de sabajón, la estrategia más recomendable sería optar por la venta indirecta. A través de intermediarios especializados, se podrían identificar posibles compradores y distribuidores en el mercado objetivo. Esta vía ofrece la ventaja de optimizar recursos, reducir el tiempo de penetración en el mercado y mejorar las posibilidades de lograr un ingreso exitoso en dicho mercado.

“Entre las ventajas de utilizar intermediarios en la comercialización de productos o servicios, se encuentran:

- Mayor alcance: los intermediarios pueden llegar a un mayor número de consumidores que el productor por sí solo.
- Menor costo: el uso de intermediarios puede reducir los costos de promoción y venta, ya que el productor no tiene que invertir en su propia estructura de distribución.
- Mayor eficiencia: los intermediarios pueden proporcionar servicios especializados, como el almacenamiento, transporte y financiamiento, lo que permite al productor enfocarse en la producción.”

Fuente: Información extraída del documento sobre la exportación de uchuva deshidratada por Katerin Castro, 2023.

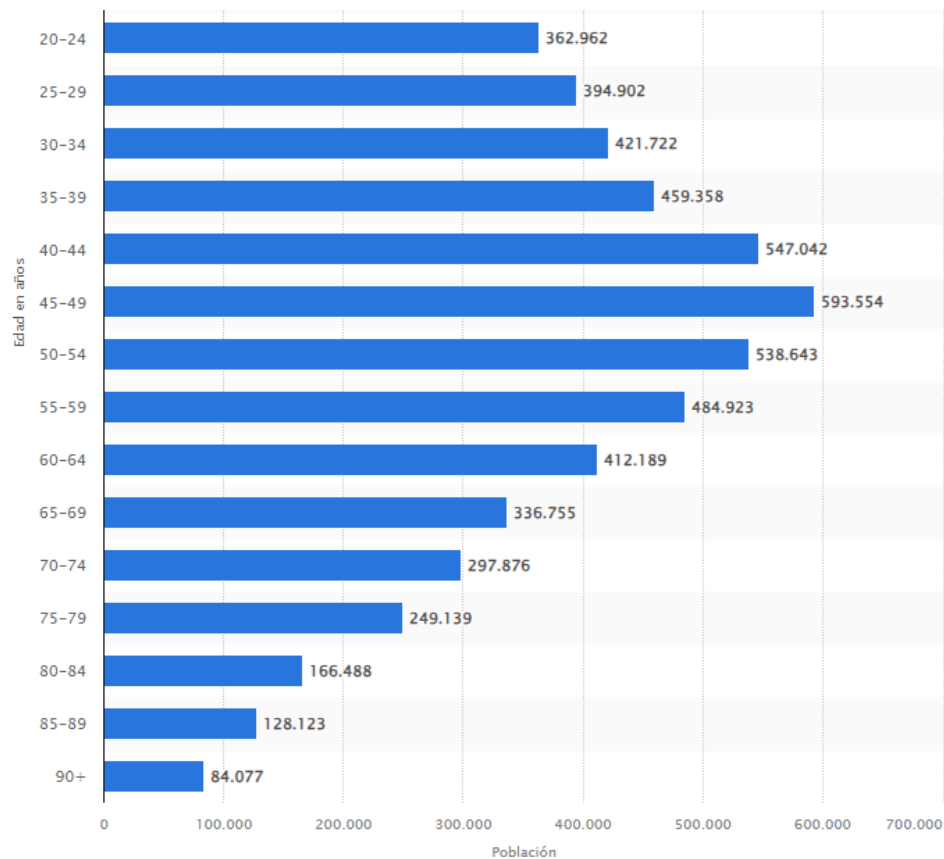
CAPITULO IV

4. ESTUDIO TECNICO

4.1 Mercado

La capacidad del producto estará dirigida a la ciudad de Madrid – España, el cual cuenta con una población de “6.921.267 habitantes” (DatosMacro, 2023). Pero esta población es general por lo cual se realizó un análisis estadístico donde se extrajo a la población mayor de 19 años a la cual estaría dirigido el producto debido a las restricciones de edad por ser una bebida alcohólica.

Ilustración 14 Población de Madrid por edades



(Statista, 2022)

Como se puede observar en la ilustración presentada anterior mente la población objetivo será de 5.477.753 habitantes los cuales estarían habilitados legalmente para el consumo de este producto. Gracias a dicho análisis podríamos estipular que para el año 2024 se realice una venta aproximada de 30 toneladas del producto.

4.2 Localización

4.2.1 *Macro localización en origen*

Considerando la ubicación geográfica tanto del mercado como de la empresa, se llevará a cabo un análisis de macro localización en el departamento de Boyacá. Este departamento abarca una extensión de 23,189 kilómetros cuadrados, lo que representa aproximadamente el 2.03% del territorio total de Colombia. Boyacá se caracteriza por su variada geografía, lo que le permite contar con todos los pisos térmicos en su territorio. La ciudad de Tunja es la capital de este departamento, que se encuentra dividido política y administrativamente en 123 municipios. (TODACOLOMBIA, 2019)

- Población

Boyacá cuenta con una población de “1.285.035 de habitantes, de los cuales las mujeres representan un (50.7%) y los hombres un (49.3%). Los habitantes de Boyacá representan el 2.5% de la población total de Colombia en 2023” (DANE P. D., 2018). Esto es según las proyecciones realizadas por el DANE para el año 2018.

- Economía

La economía de Boyacá se basa principalmente en la producción agrícola y ganadera, la explotación de minerales, la industria siderúrgica, el comercio y el turismo. El PIB para el año 2013 representa el 2,75% del total nacional (TODACOLOMBIA, 2019). Además de esto, Boyacá tuvo una participación en el PIB nacional del 2,66 % (DANE, 2023).

Ilustración 15 MACRO LOCALIZACION EN ORIGEN BOYACA



(GOBERNACION DE BOYACA, 2023)

4.2.2 Micro localización en origen

La micro localización se realizará en el municipio donde se ubica la empresa, esta se encuentra en el municipio de Paipa. “En este municipio, fundado el 19 de febrero de 1602, se aprecia una parte importante de la historia de Colombia: aquí, el 25 de julio de 1819, tuvo lugar la Batalla del Pantano de Vargas, que fue fundamental para obtener la Independencia (COLOMBIATRAVEL, 2023)”. Además de esto es considerado como la capital turística de Boyacá.

Ilustración 16 MICRO LOCALIZACION PAIPA



(GOBERNACION DE BOYACA, 2023)

4.2.3 *Macro localización en destino*

“España o es un país situado en el sur de Europa occidental, el cual está compuesto por comunidades autónomas y es miembro de la Unión Europea. La capital de España es la ciudad de Madrid y es un país gobernado por una monarquía parlamentaria bajo una forma de gobierno democrática. Sus costumbres, historia y geografía convierten a España en uno de los países más visitados del mundo y una de las principales economías mundiales”. (Equipo editoria, Etecè De: Argentina, 2023)

España tiene una extensión territorial de 505.370 km² y es el 4º país más extenso del continente europeo.

- Población: España cuenta con una población de 48.345.223 personas, España es el cuarto país más poblado de la Unión Europea y el 30º del mundo.
- Economía: La estructura de la economía española es la de un país desarrollado, siendo el sector servicios, seguido por la industria, el que más contribuye al Producto Interior Bruto. Estos dos sectores representan, en 2022, más de un 92% del PIB. La contribución de la agricultura cayó sensiblemente como resultado del crecimiento económico y actualmente representa un 2,65% del total del PIB (Guía de negocios en españa, 2023)

4.2.4 Micro localización en destino

Tabla 12 Lista de las principales empresas importadoras de Licores en España

op	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	Volumen de negocios (USD)	País	Ciudad	Sitio web
Metro Cash And Carry	31	5	2082384	España	Agüimes	http://www.cashbroker.net
Alimentación Varma	40	35	15335868	España	Alcobendas	http://www.varma.com
Destilerías Manuel Acha Fabrica De Licores	4	15	2000000	España	Amurrio	http://www.destileriasacha.com
Destil Leries Del Maresme	4	35	6777983	España	Arenys de Munt	http://www.sorel.es
Destilerías Arehucas	2	75	19223365	España	Arucas	http://www.arehucas.com
Rio Marketing	12	15	16000000	España	Badalona	http://www.rio-marketing.com
Bodegas Garcés	6	5	622142	España	Balaguer	http://www.bodegasgarces.com
Refrescantes Del Norte	10	5	18000000	España	Corrales de Buelna, Los	http://www.fuencaldas.com
Sibbaris Privee	7	5	430591	España	Espinardo	http://www.sibbaris.es
Caro Import	5	35	6623944	España	Garriga, La	http://www.caroimport.com
Distribuidora De Primeras Marcas	16	35	15143711	España	Igualada	http://www.diprimsa.es
Beam Suntory Spain	10	375	205338000	España	Jerez de la Frontera	http://www.beamsuntory.com
Benetti & Pecoraro	7	15	2600000	España	Leganés	http://www.benettipecoraro.com
Unikas Selecciones	502			España	Lorca	http://www.unikas.com
Casa Tequilera Azteca	4	5	235203	España	Madrid	http://www.casazteca.com
Diageo España	7	375	221926000	España	Madrid	http://www.diageo.com
Drinksell	62	5	534468	España	Madrid	http://www.drinksell.com/
La Bodega Del alcalde	11	5		España	Madrid	http://www.labodegadelalcalde.com
Licoret World	14			España	MADRID	http://www.bellapilar.es
Muizemberg	33			España	Madrid	
Pernod Ricard España	7	375	346121858	España	Madrid	http://www.pernod-ricard-espana.com
Games Alimentación	17	5	1764062	España	Molina de Segura	http://www.gamesalimentacion.com
La Llar del Vi	12	5		España	Mollet del Vallès	http://www.lallardelvi.com
Central Hisumer	8	15	5275730	España	Orihuela	http://www.hisumer.com
Establecimientos Industriales Ahemon	6	175	24310507	España	Palmas De Gran Canaria (las)	http://www.ahemon.com
Licores Baines	3	15	3260697	España	Pamplona/Iruña	http://www.pacharan.com
Osborne Y Cia	3	15	8845000	España	Puerto de Santa María, El	http://www.osborne.es
Legendario	6	35	21594200	España	Quart de Poblet	http://www.legendario.com
Beveland	11	75	14695854	España	Sant Joan les Fonts	http://www.beveland.com

Thriver Import Export	79			España	Torre Pacheco	
Juan Ramón Lozano	3	75	45054248	España	Villarrobledo	http://www.bodegas-lozano.com
Goya Vinos Y Viñedos	9	5	2070646	España	Zaragoza	http://www.goyavinos.com

(TRADE MAP, 2023)

Para encontrar la micro localización en destino se realizó un análisis de la tabla N°4-1 de las principales empresas importadoras de licores y su ubicación, de esta forma se encontró en este que en gran parte las importaciones de licores en España tienen como destino la ciudad y capital Madrid. Por consiguiente, la ciudad destino a seleccionar para la exportación de sabajón será Madrid España.

La capital de España, Madrid cuenta con una superficie de 8.028 Km², es una comunidad autónoma de tamaño mediano la cual tiene una población de 6.921.267 habitantes.

4.3 Ingeniería del proyecto

4.3.1 Procesos de exportación

Tabla 13 Procesos de exportación

PROCESO GENERAL PARA UNA EXPORTACION
1. Estudio de mercado y localización de la demanda
2. Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT)
3. Registro ante la Cámara de Comercio y obtención del NIT
4. Costeo
5. Solicitud de la cotización internacional
6. Aceptación de la cotización y establecimiento del medio de pago
7. Preparación del producto a exportar
8. Remisión de la factura y confirmación de la carta de crédito si es el caso
9. Contratación del transporte y seguro
10. Solicitud de permisos de exportación o vistos buenos
11. Trámites Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

12. Diligenciamiento por parte del declarante autorizado de la Solicitud de Autorización de Embarque, documento del que se desprende la Declaración de Exportación, DEX, (Sin detalles)
12.1. Funciones del declarante autorizado
13. Autorización y despacho de la mercancía
13.1. Documentos de embarque
13.2. Obligaciones y sanciones de los transportadores
13.3 Obligaciones y sanciones de los agentes de carga internacional
14. Diligenciamiento de la declaración de cambio y venta de divisas al intermediario cambiario (reintegro de divisas)
15. Solicitud de devolución de IVA en algunos casos

Fuente: Elaboración propia con información extraída de Legiscomex.com Proceso general para una exportación en Colombia.

4.4 Logística internacional

La logística a nivel internacional comprende un conjunto de actividades orientadas al intercambio de materias primas o productos terminados desde un país de procedencia a un país de destino, donde se aprovecharán los recursos recibidos tanto para la manufactura de productos como para su venta directa. Además, abarca aspectos cruciales para optimizar al máximo la distribución física, tales como el empaquetado y rotulación, el transporte a larga distancia, el almacenamiento y los procesos aduaneros.

4.4.1 Envase, empaque y embalaje del producto

- **Envase:** El envase es el recipiente que contiene o guarda un producto líquido, sólido, granulado, cremoso, este también es conocido como envase primario, que además de contenerlo está en contacto directo con el producto, su función es proteger, almacenar y conservar el producto, y también facilita el transporte, comercialización y distinción del producto y la marca para su venta, “coloquialmente también se le

conoce como traje de gala y el vendedor silencioso del producto. Debe proteger de la humedad, el sol, el calor, de golpes, de los manoseos y de los insectos o bacterias de acuerdo con el producto” (Diario Del Exportador, 2023).

Teniendo claro lo anterior del envase primario, para la exportación de sabajon el envase será una botella de vidrio con capacidad de 750ml en donde se almacenará el licor y este lo protegerá.

Ilustración 17 Envase primario



Fuente: Instagram de sabajón Ciprés.

- **Empaque:** El empaque o embalaje secundario, o también conocido como envase secundario, cumple un papel fundamental al contener y proteger el envase principal, adicionalmente tiene fines de marketing, puesto que ayuda a la función de la venta,

puesto que puede convertirse en promotor del artículo dentro del canal de distribución.

En el caso de Sabajon Ciprés, este producto se caracteriza por no disponer de un embalaje secundario destinado a realzar su presentación. En lugar de ello, Ciprés ha optado por utilizar un enfoque que incorpora un embalaje principal con ranuras diseñadas específicamente para la disposición y resguardo de cada envase individual.

Ilustración 18 Empaque



Fuente: Imágenes obtenidas de las instalaciones de sabajón Ciprés

- Embalaje: “El embalaje o también llamado embalaje de transporte, es el que permite preparar la carga adecuadamente para la manipulación, almacenamiento, conservación y transporte de las mercancías para enviarlas entre el productor y el

consumidor que puedan estar distanciados geográficamente” (Diario Del Exportador, 2023)

En este contexto, se refiere a la caja externa que alberga la unidad de venta, que en el caso de la presentación de 750 ml consta de 12 unidades. Su finalidad principal reside en garantizar la integridad y la eficiencia logística al manejar productos en lotes de gran volumen.

Ilustración 19 Embalaje



Fuente: Imágenes obtenidas de las instalaciones de jabón Ciprés

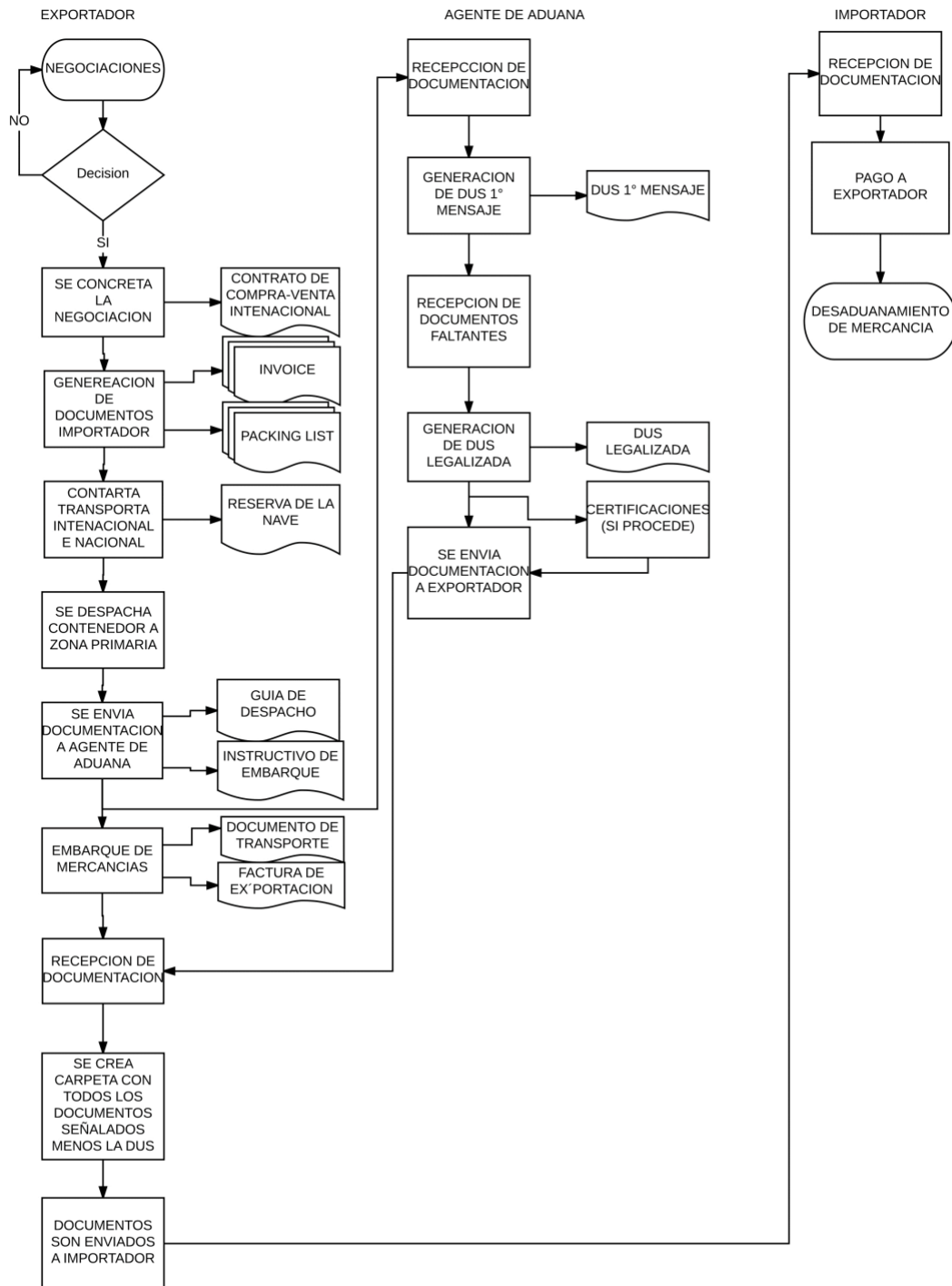
Ilustración 20 Medidas y presentación del embalaje



Fuente: Ilustración suministrada por sabajón Ciprés

4.4.2 Proceso de comercialización

Ilustración 21 Proceso de comercialización



Fuente: Documento tomado de SCRIBD cargado por Alison Leiva

CAPITULO V

5. ESTUDIOS ADMINISTRATIVOS

5.1 Impacto empresarial generado

Para la ejecución del presente proyecto de expandir la presencia en el mercado y capitalización de la exportación del exitoso sabajón de la empresa Ciprés se planeó una reestructuración de la empresa, la cual tiene como objetivo permitir que Ciprés entre con éxito en el mercado internacional y amplíe su alcance para satisfacer la demanda que tendrá de sus productos, estos serán los pasos clave a seguir:

- Adaptación del producto: Ciprés tendrá que asegurarse de cumplir con todos los estándares y preferencia del mercado español al cual se quiere llegar.
- Certificaciones y regulaciones: Se tendrá que cumplir con las certificaciones y regulaciones para exportar licores, lo cual incluye los estándares de seguridad y calidad exigidos en país de origen (Colombia) y país destino (España).
- Cadena de suministro y logística: Ciprés tendrá que adaptar la cadena de suministro para garantizar la disponibilidad constante del producto, para ello tendrá una gestión eficiente de materias primas, producción, almacenamiento y distribución.
- Exploración de sociedades comerciales: Ciprés tendrá que explorar las posibilidades de establecer alianzas estratégicas con distribuidores o socios comerciales locales para agilizar una entrada exitosa del producto
- Capacitación: Promocionar la capacitación a empleados sobre las practicas aduaneras y regulaciones que requiere el mercado español para la exportación del producto.

- Documentación: Para lograr la exportación se obtendrán toda la documentación exigida por el país de origen y el país destino. Esta incluye documentación legal, aduanera, arancelaria, facturación y documentos de exportación, certificados de origen y calidad, registro de exportador, y demás documentos para una exitosa entrada del producto.

5.2 Estructura organizacional

5.2.1 Análisis DOFA de Sabajon Cipres

Ilustración 22 Análisis DOFA Sabajon Cipres

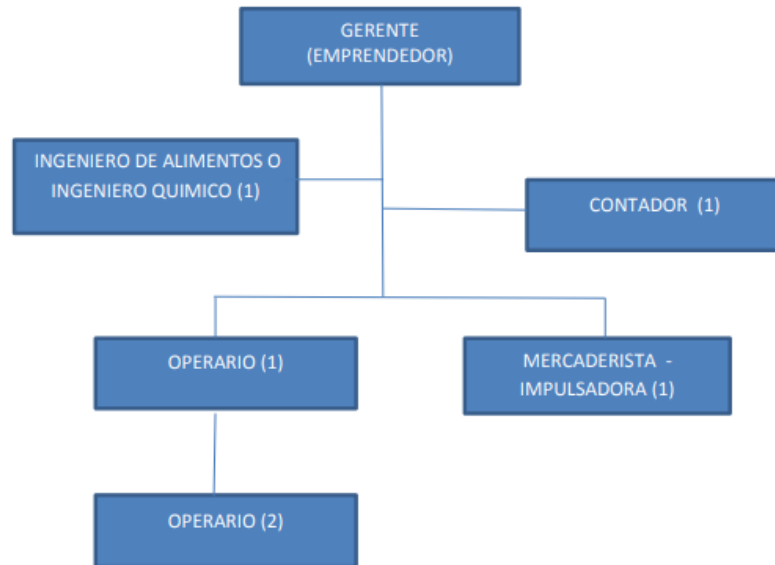
FORTALEZAS	IMPACTO	ESTRATEGIAS
Lanzar al mercado un producto innovador cumpliendo con nuevas tendencias de consumo, y estilos de vida.	Aumentar la capacidad competitiva de la empresa Sabajón Ciprés frente a la competencia, brindando productos de calidad y buen gusto para el paladar del consumidor, diferenciándonos en nuestra imagen innovadora y actual.	Realizar un coctel de lanzamiento, reuniendo a distribuidores, propietarios de supermercados, loncherías y minimarket, gerentes de hoteles y empresarios del departamento, para dar a conocer la nueva imagen del sabajón y lanzar al mercado nuestro producto innovador resaltando sus características. Implementar una amplia gama de medios publicitarios resaltando la nueva imagen del producto.
Posición geográfica de las instalaciones, fácil acceso vehicular, facilidad de transporte público.		Adquisición de la materia prima solamente en el municipio de Paipa para minimizar costos y ayudar al progreso socioeconómico de la región.
Instalaciones adecuadas para la fabricación del producto		Las instalaciones de la empresa estarán ubicadas en la vereda toibita municipio de Paipa, zona rural para facilitar el transporte y adquisición de la materia prima principal como la leche y los huevos; se cuenta con un amplio espacio para su elaboración y bodegaje y la tranquilidad necesaria para un buen ambiente laboral, sin la contaminación y ruido de la ciudad.
Competir con calidad sin sacrificar el precio.		Mi producto no se basa en la competencia de precio, se basa en la calidad e imagen impactante e innovadora del mismo, haciendo de el un producto llamativo para el consumidor.
Mi producto tiene reconocimiento en el sector por su tradición		Mostrar al consumidor una imagen fresca, innovadora que refleje las nuevas tendencias del mercado.
Ampio conocimiento por parte del emprendedor en la creación de empresas, trabajando en equipo con personal capacitado para la		Acompañamiento constante en cada una de las tareas del equipo de trabajo, tanto operarios como mercaderistas.

elaboración del producto.		Mantener un programa riguroso de capacitación de los operarios en cuanto a manipulación de alimentos y buenas prácticas de manufactura. Seguimiento constante en el trabajo realizado por mercaderistas, ofreciendo amabilidad y calidades en el contacto tanto con distribuidores como con los clientes.
DEBILIDAD	IMPACTO	ESTRATEGIAS
La reducida capacidad de inversión para la elaboración del producto, lo cual limita las adecuaciones en instalaciones y adquisición de maquinaria.	Incertidumbre en la respuesta del consumidor frente a los diferentes productos ofrecidos (sabajón natural, sabajón de brandy y sabajón light); afectando nuestras metas de ventas y costos.	Acudir a capital semilla del fondo emprendedor para realizar las adecuaciones locativas y comprar la maquinaria, dotando a "SABAJON CIPRES SAS" de los medios necesarios para su elaboración, empaque y distribución.
A pesar de la amplia experiencia en la creación de empresa del emprendedor, "SABAJON CIPRES SAS" es una empresa nueva que requiere posicionamiento y diferenciación de marca, en el amplio segmento de aperitivos del departamento.		Implementación de muy buenas estrategias de mercado en donde trabajemos con la revitalización de la marca, aprovechando el recuerdo vago que existe de mi producto en la población.
Falta de capacidad de negociación, para la compra de materias primas e insumos lo cual eleva los costos de fabricación.		Realizar un estudio profundo de nuestros posibles proveedores con el fin de elegir al mejor en cuanto a calidad, precios y formas de pago.
OPORTUNIDADES	IMPACTO	ESTRATEGIAS
Lanzar al mercado departamental un aperitivo paipano, que años anteriores conto con buena acogida entre boyacenses y turistas; sin alterar su fórmula tradicional pero si teniendo una revitalización de su imagen.	Ofrecer al mercado un producto típico paipano que cumple con la calidad, suavidad y cremosidad exigida por el consumidor.	Implementar una campaña publicitaria en el departamento de Boyacá, realizar un lanzamiento del producto con su nueva imagen invitando proveedores, clientes y empresarios.
Ser la primera empresa boyacense en elaborar un aperitivo como el sabajón light.	Cumplir con las nuevas exigencias y gustos del consumidor, ampliando nuestro mercado objetivo.	Satisfacer plenamente los gustos y deseos de nuestros consumidores, garantizando calidad en nuestro producto
AMENAZAS	IMPACTO	ESTRATEGIAS
Numerosas empresas boyacenses, situadas principalmente en el Municipio de Tibasosa, dedicadas a la elaboración y comercialización de sabajón, ofreciendo variedad de productos como postres y dulces, que descuidan su imagen en la presentación del aperitivo lo que nos lleva a encarecer nuestro producto	Aumento en el costo de venta basado en su presentación individual, Sabajón Ciprés SAS , es una empresa nueva que basa su competencia en la calidad y presentación del producto no en el precio,	Resaltar la importancia que tiene la imagen en el momento de compra para el consumidor, pues todo entra por los ojos; mi preocupación principal es ofrecer un producto de calidad acompañado por su presentación impactante y elegante, cumpliendo con las expectativas del mercado.

Fuente: Sabajon Cipres

5.2.2 Estructura organizacional de Sabajon Cipres

Ilustración 23 Organigrama Sabajon Cipres



Fuente: Sabajon Cipres

5.2.3 Mision

En Sabajón Ciprés, nuestra misión es fusionar la tradición artesanal con la innovación, produciendo el más exquisito sabajón de calidad premium. Nos comprometemos a cautivar los paladares con una experiencia única, reflejando la autenticidad y el sabor de la región de Boyacá, Colombia.

Sabajón Ciprés se compromete a ser líder en la producción de sabajón, manteniendo la autenticidad, la calidad y la innovación, mientras impactamos positivamente en el mercado nacional e internacional, llevando la esencia única de Boyacá a cada rincón del mundo.

5.2.4 Vision

Sabajón Ciprés S.A.S en el año 2022 estará posicionada dentro del mercado nacional como una empresa sólida y reconocida; capaz de competir en el mercado con calidad, eficacia y eficiencia, a través de su producto bandera: el sabajón.

Nuestro producto, en sus diversas manifestaciones, será catalogado como el mejor dentro del sector, pues brindaremos a nuestros clientes y al consumidor nacional una amplia variedad de sabores y aperitivos que satisfaran el gusto más exigente.

CAPITULO VI

6. ESTUDIO LEGAL

6.1 Tipo de empresa a reestructurar

El tipo de empresa a reestructurar es una “sociedad por acciones simplificadas” llamada “sabajón Ciprés” con domicilio en Paipa-Boyacá, esta es una sociedad de capitales de naturaleza comercial, y constituida bajo documento privado número 1 del 06 de julio de 2023, en la cual su actividad principal se basa en la fabricación de bebidas fermentadas no destiladas, como actividad secundaria al comercio al por mayor de bebidas y tabaco y otras actividades como destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas.

6.2 Requisitos legales de constitución o reestructuración

Sabajón Ciprés al ser una empresa legalmente constituida y autorizada para la producción, elaboración, mezcla y comercio al por mayor de bebidas alcohólicas, no necesitaría una reestructuración legal grande, ya que cuenta con todos los registros y normativas comerciales. Las únicas modificaciones necesarias serían:

- Registro como exportador: Sabajon Ciprés deberá solicitar su registro como exportador ante el Registro Único Tributario para poder llevar a cabo la actividad comercial de transporte internacional de mercancías
- Etiquetado y empaque: La empresa deberá cumplir con todos los requisitos legales y regulaciones del país destino (España), estos pueden incluir: información del producto, advertencias, y más.

- Documentación aduanera: Sabajon Ciprés tendrá que preparar y presentar toda la documentación aduanera requerida para exportar como: Facturas comerciales, declaración aduanera, certificado de origen y demás.

6.3 Normatividad aplicable para el producto tanto en país de origen como en el de destino (legal, tributaria, aduanera, sanitaria y técnica)

6.3.1 Requisitos en país de origen

“Para adelantar actividades de exportación, se debe tramitar el registro del RUT ante la DIAN o en su caso la actualización del RUT, especificando dicha actividad comercial. Esto se desarrolla de la siguiente manera:

Casilla 55 Forma de exportación (se debe escoger entre 1. Directo, 2. Indirecto, 3. Directo e Indirecto.); Casilla 56 Tipo de exportación (se debe escoger entre 2. Servicios, 3. Bienes y servicios.); Casilla 57 Modo (se debe escoger el modo de servicio a exportar.); Casilla 58 CPC (se debe incluir el código CPC del servicio correspondiente.)” Fuente: DIAN.

Requisitos:

- Normas ISO: 3394-dimensión de los empaques 780-símbolos gráficos 7000 - especificaciones del producto.
- Ley 9 de 1991: Régimen cambiario.
- Ley 7 de 1991: Normas generales de comercio exterior.
- Certificado Fito o zoosanitario de exportación y/o certificado de inspección sanitaria, CIS

- Presentación y actualización de empresas exportadoras ante la Policía Antinarcóticos a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior, VUCE
- Requisito sanitario para la exportación de bebidas alcohólicas
- Sistema Integrado de Apoyo al Control de Impuestos al Consumo (Sianco)

Fuente: (Legis, 2023)

Estos requisitos son esenciales para los estándares de exportación de licores en Colombia, así como para asegurar la seguridad, calidad y legalidad del producto, cabe resaltar que este es un resumen de requisitos no abarca todos los aspectos normativos y puede llegar a ser necesario consultar con entes pertinentes para obtener información precisa y actualizada.

6.3.2 *Requisitos en país de destino*

Los requisitos y normatividad para exportar a España son:

- Certificado de origen: El certificado de origen es un documento mediante el cual se acredita o se prueba que los productos cumplen con la norma o criterio de origen de cierto tratado. Este documento se obtiene con el fin de acogerse a las preferencias arancelarias establecidas en los diferentes acuerdos comerciales suscritos por Colombia. Si un acuerdo comercial requiere el certificado de origen esto es para que el importador pague menos arancele sobre el producto.

Teniendo claro lo anterior el acuerdo comercial entre Colombia y Perú, por una parte y la unión europea y sus estados miembros, por otra sería la que

regiría el certificado de origen para este caso, la modalidad de prueba de origen sería: “certificado de circulación EUR 1” (DIAN, 2023).

- Factura comercial: “Es el documento que contiene los datos de la compra y los detalles de esta, expedida por la empresa distribuidora. Existen más tipos de facturas en una importación, pero ésta es la más relevante y común” (Partida Logistics, 2023)
- Packing List: “Este debe contener detalles de los bultos, kg netos, kg brutos, fecha de carga, y, todos los datos del expedidor y del receptor” (Partida Logistics, 2023).
- Bill of Lading: es un documento de comercio internacional propio del transporte marítimo que se utiliza en el marco de un contrato de transporte de las mercancías en un buque de línea regular. (Partida Logistics, 2023)
- Número EORI: número identificativo necesario para importar desde cualquier país de fuera de la UE.

Estos requisitos y regulaciones mencionados anteriormente son un resumen de lo que se exige por parte de la Unión Europea.

CAPITULO VII

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1 Inversión

Tabla 14 Presupuesto de las inversiones y fuentes de financiamiento

PRESUPUESTO DE LAS INVERSIONES Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO					
CUENTA	%	VALOR	VALOR	%	DEPRECIACIÓN MENSUAL
CAPITAL DE TRABAJO DISPONIBLE EN CAJA Y BANCOS	47%	\$ 118.927.757			
ACTIVOS FIJOS	51%	\$ 127.561.932			\$ 1.063.016
DIFERIDOS	2%	\$ 5.000.000			\$ 83.333
CAPITAL			\$ 165.793.231	66%	
FINANCIAMIENTO			\$ 85.696.458	34%	
TOTAL	100%	\$ 251.489.689	\$ 251.489.689	100%	

Fuente: Elaboración Propia

La empresa Sabajón Ciprés dispondrá de un capital de \$165.793.231, lo que representa el 66% de la inversión total. El resto, equivalente a un financiamiento de \$85.696.458, será obtenido a través de un préstamo bancario, abarcando el 34% restante de la inversión.

7.2 Presupuesto de ingresos, costos y gastos

Tabla 15 Presupuesto de gastos operaciones de administración

PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN			
CONSOLIDADO ANUAL GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN			
CUENTA	%	MENSUAL	ANUAL
GASTOS DE PERSONAL	63%	3.522.966	42.275.597
HONORARIOS	0%	0	0
ARRENDAMIENTOS	0%	0	0
SEGUROS	2%	100.000	1.200.000
SERVICIOS	7%	400.000	4.800.000
GASTOS LEGALES	2%	100.000	1.200.000
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	2%	85.000	1.020.000
ADECUACIONES E INSTALACIONES	2%	100.000	1.200.000
DEPRECIACIONES	19%	1.063.016	12.756.193
AMORTIZACIONES	2%	83.333	1.000.000
DIVERSOS (Papelería oficina)	2%	100.000	1.200.000
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	100%	5.554.316	66.651.790
FUENTE: ELABORACION DEL AUTOR			

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16 Presupuesto sueldos y personal administrativo

PRESUPUESTO MENSUAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS			
SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO			
CONCEPTO		PARCIAL	TOTAL
SALARIO			1.160.000
Sueldo Básico		1.160.000	
Subsidio Transporte		0	
APORTES PARAFISCALES			348.255
SENA	2,0%	23.200	
C.C.F	4,0%	46.400	
I.C.B.F	3,0%	34.800	
EPS	8,5%	98.600	
AFP	12,0%	139.200	
ARP	0,522%	6.055	
PRESTACIONES SOCIALES			253.228
Cesantías	8,330%	96.628	

Vacaciones	4,170%	48.372	
Prima Legal	8,330%	96.628	
Intereses Sobre Cesantías	1,000%	11.600	
TOTAL MENSUAL			1.761.483
Gerente	1,00	SML	1.761.483
Contador	1	SML	1.761.483
Tramitador	0	SML	0
Operador control de calidad	0	SML	0
TOTAL GASTOS DE PERSONAL			3.522.966
FUENTE: ELABORACION DEL AUTOR			

Fuente: Elaboración propia

El presupuesto de gastos administrativos comprende todos los gastos en los que la empresa incurre para la operación de sus actividades, dichos gastos operacionales representan un valor mensual de \$5.554.316 que anualmente se traduce a \$66.651.790. En donde los gastos de personal incurren en un 63% del total de los gastos de administración.

Tabla 17 Presupuesto de gastos operacionales de ventas

PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS			
CONSOLIDADO ANUAL GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS			
CUENTA	%	MENSUAL	ANUAL
GASTOS DE PERSONAL	95%	3.922.952	47.075.424
HONORARIOS	0%	0	0
ARRENDAMIENTOS	0%	0	0
SEGUROS	0%	0	0
SERVICIOS	0%	0	0
GASTOS LEGALES	0%	0	0
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	0%	0	0
ADECUACIONES E INSTALACIONES	0%	0	0
DIVERSOS	5%	200.000	2.400.000
PROVISIONES	0%	0	0
TOTAL, GASTOS DE VENTAS	100%	4.122.952	49.475.424
FUENTE: Elaboración autor			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 18 Presupuesto mensual de gastos de ventas

PRESUPUESTO MENSUAL DE GASTOS DE VENTAS				
SUELDOS PERSONAL DE VENTAS				
CONCEPTO	COMISIÓN		VENTAS	TOTAL
SALARIO				1.300.000
Sueldo Básico			1.160.000	
Subsidio Transporte			140.000	
APORTES PARAFISCALES				377.686
SENA	2,000%		23.200	
C.C.F	4,000%		46.400	
I.C.B.F	3,000%		34.800	
EPS	8,500%		110.500	
AFP	12,000%		156.000	
ARP	0,522%		6.786	
PRESTACIONES SOCIALES				283.790
Cesantías	8,330%		108.290	
Vacaciones	4,170%		54.210	
Prima Legal	8,330%		108.290	
Intereses Sobre Cesantías	1,000%		13.000	
TOTAL MENSUAL POR VENDEDOR				1.961.476
Profesional Comercio exterior - Vendedor	2		SML	3.922.952
TOTAL GASTOS DE PERSONAL				3.922.952
FUENTE: Elaboración Autor.				

Fuente: Elaboración propia

Los gastos de ventas incluyen los costos en los que la empresa incurre en su área comercial. Estos gastos mensuales alcanzan los \$4.122.952, lo que anualmente suma un total de \$49.475.424. Dentro de estos gastos, el más significativo es el relacionado al personal, que representa el 95% del total de estos costos.

7.3 Costos de comercio internacional

Tabla 19 Presupuesto De Costos De Ventas

PRESUPUESTO DE COSTOS DE VENTAS			
ESTRUCTURA DE COSTOS, GASTOS Y PRECIO		TC	\$3.981
CONCEPTO	US\$	COP (PESOS COLOMBIANOS)	ESTRUCTURA
EXW	87,42	\$348.000	67%
TRANSPORTE NACIONAL	7,68	\$30.560	6%
VALOR FOB	95,09	\$378.560	73%
FLETE INTERNACIONAL	1,26	\$5.002	1%
BL OF LANDING(B/L)	0,39	\$1.546	0%
RECARGOS EN ORIGEN	2,39	\$9.495	2%
SEGURO	4,75	\$18.928	4%
VALOR DE VENTA ANTES DE CIF	103,88	\$413.531	80%
GASTOS ADMINISTRATIVOS POR UNIDAD	13,55	\$53.959	10%
GASTOS DE VENTAS POR UNIDAD	10,06	\$40.054	8%
GASTOS FINANCIEROS POR UNIDAD	2,63	\$10.482	2%
COSTO DE VENTA TOTAL POR UNIDAD	130,12	\$518.026	100%
MARGEN COMERCIAL	32,53	\$129.507	25%
VALOR VENTA CIF	162,66	\$647.533	125%
IVA	26,02	\$103.605	16%
PRECIO VENTA AL PUBLICO	188,68	\$751.138	145%

Fuente: Elaboración propia

El termino de negociación será CIF (Costo, seguro y flete). “Bajo el incoterm CIF, el vendedor es responsable del coste y contratación del transporte marítimo hasta el puerto de destino especificado por el comprador. La transferencia del riesgo en condiciones CIF tiene lugar cuando la mercancía es cargada a bordo del buque” (icontainers, 2023)

En este caso, la responsabilidad se transferirá en el puerto de Valencia. Según lo mencionado previamente, el costo total por caja de 12 unidades de sabajón de 750cc se detalla de la siguiente manera: El costo EXW representa una caja con 12 unidades en presentación de 750cc puesta en fábrica. Luego, el producto transitará nacionalmente hasta

el puerto de embarque (Cartagena), donde se sumará el costo FOB. A esto se le añadirá el costo del flete internacional, recargos en origen, documentos y seguro, conformando el costo de venta antes de CIF.

A partir de este punto, se sumarán los gastos administrativos, gastos de ventas y gastos financieros para obtener el costo de venta total. Además, se agregará un margen comercial del 25% para finalmente calcular el valor CIF. Es relevante subrayar que todos los cálculos realizados corresponden a una sola unidad de venta, es decir, una caja con 12 unidades en presentación de 750cc. Al finalizar el cálculo de los gastos incurridos, el valor total de la venta CIF será de \$647.533.

7.4 Estado de resultados

Tabla 20 Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS AL 31 DICIEMBRE 2024		
CUENTAS	TOTAL	%
INGRESOS		
VENTAS	799.846.764	100,0%
EGRESOS		
COSTOS DE VENTAS	-639.877.411	80,0%
UTILIDAD BRUTA	159.969.353	20,0%
GASTOS ADMINSTRATIVOS	-66.651.790	8,3%
GASTOS DE VENTAS	-49.475.424	6,2%
GASTOS OPERACIONALES	-116.127.214	14,5%
UTILIDAD OPERACIONAL	43.842.139	5,5%
GASTOS FINANCIEROS	-20.212.629	2,5%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	23.629.510	3,0%
IMPUESTO A LA RENTA	-5.907.377	0,7%
RESULTADO DEL EJERCICIO	17.722.132	2,2%

Fuente: Elaboración Propia

Con base en la Tabla N° 7-7 del estado de resultados para el año 2024, se aprecia que se podrían generar ingresos por un total de \$799.846.764. De este monto, el 80% correspondería a los costos de ventas, mientras que el 8.3% estaría destinado a los gastos administrativos. Deduciendo progresivamente todos los gastos incurridos en el proceso, incluidos los impuestos, se llegaría a un resultado del ejercicio de \$17.722.132.

7.5 Flujo de caja

Tabla 21 Flujo de fondos del proyecto

FLUJO DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO O FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO							
AÑOS	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027	2.028	
CUENTAS	0	1	2	3	4	5	VR
INVERSION							
CAPITAL DE TRABAJO	-118.927.757						118.927.757
ACTIVOS FIJOS	-127.561.932						63.780.966
CARGAS DIFERIDOS	-5.000.000						
INGRESOS OPERACIONALES - VENTAS		799.846.764	960.038.729	1.152.313.646	1.383.097.027	1.660.101.267	
COSTOS DE PRODUCCION O COSTO DE VENTAS		-639.877.411	-768.030.983	-921.850.917	-1.106.477.621	-1.328.081.014	
UTILIDAD BRUTA		159.969.353	192.007.746	230.462.729	276.619.405	332.020.253	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-66.651.790	-66.651.790	-66.651.790	-66.651.790	-66.651.790	
GASTOS DE VENTAS		-49.475.424	-49.475.424	-49.475.424	-49.475.424	-49.475.424	
RESULTADO OPERACIONAL O ANTES DE IMPUESTO		43.842.139	75.880.532	114.335.515	160.492.191	215.893.039	
IMPUESTO A LA RENTA		-10.960.535	-18.970.133	-28.583.879	-40.123.048	-53.973.260	
RESULTADO NETO		32.881.604	56.910.399	85.751.636	120.369.144	161.919.780	
DEPRECIACION MAQUINARIA, MOBILIARIO Y EQUIPO		12.756.193	12.756.193	12.756.193	12.756.193	12.756.193	
AMORTIZACION DEL DIFERIDO		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	
FLUJO DE FONDOS NETO DEL PROYECTO	-251.489.689	46.637.797	70.666.592	99.507.830	134.125.337	175.675.973	
TOTAL COSTOS Y GASTOS		766.965.160	903.128.330	1.066.562.010	1.262.727.883	1.498.181.488	

Fuente: Elaboración propia

A partir de la Tabla N° 7-8 presentada anteriormente, se destaca que el flujo de fondos sin financiamiento tiende a ser positivo desde el primer año. De acuerdo con las proyecciones, se anticipa que los años siguientes también mostrarán un flujo de fondos positivo. Estas expectativas se basan en los precios y costos establecidos en el año base.

7.6 Flujo de con inversión

Tabla 22 Flujo de fondos con financiamiento

FLUJO DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO O FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA

CUENTAS	AÑOS	2023	2024	2025	2026	2027	2028	VR
		0	1	2	3	4	5	
INVERSION								
CAPITAL DE TRABAJO		-118.927.757						118.927.757
ACTIVOS FIJOS		-127.561.932						63.780.966
CARGAS DIFERIDOS		5.000.000						
FINANCIAMIENTO		85.696.458						
INGRESOS OPERACIONALES – VENTAS		0	799.846.764	960.038.729	1.152.313.646	1.383.097.027	1.660.101.267	
COSTOS DE PRODUCCION O COSTO DE VENTAS			-639.877.411	-768.030.983	-921.850.917	-1.106.477.621	-1.328.081.014	
UTILIDAD BRUTA			159.969.353	192.007.746	230.462.729	276.619.405	332.020.253	
GASTOS ADMINISTRATIVOS			-66.651.790	-66.651.790	-66.651.790	-66.651.790	-66.651.790	
GASTOS DE VENTAS			-49.475.424	-49.475.424	-49.475.424	-49.475.424	-49.475.424	
RESULTADO OPERACIONAL			43.842.139	75.880.532	114.335.515	160.492.191	215.893.039	
GASTOS NO OPERACIONALES Y FINANCIEROS			-20.212.629	-17.460.314	-13.940.858	-9.440.439	-3.685.639	
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS		0	23.629.510	58.420.218	100.394.657	151.051.752	212.207.401	
IMPUESTO A LA RENTA			-5.907.377	-14.605.054	-25.098.664	-37.762.938	-53.051.850	
RESULTADO NETO		0	17.722.132	43.815.163	75.295.993	113.288.814	159.155.550	
DEPRECIACION MAQUINARIA, MOBILIARIO Y EQUIPO			12.756.193	12.756.193	12.756.193	12.756.193	12.756.193	
AMORTIZACION DEL DIFERIDO			1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	
AMORTIZACION DE LA DEUDA			-9.874.639	-12.626.954	-16.146.409	-20.646.828	-26.401.629	
FLUJO DE FONDOS NETO DEL PROYECTO		-155.793.231	21.603.687	44.944.403	72.905.777	106.398.179	146.510.115	
TOTAL COSTOS Y GASTOS		-155.793.231	782.124.631	916.223.565	1.077.017.653	1.269.808.213	1.500.945.717	

Fuente: Elaboración propia

El flujo de fondos con inversión exhibe una tendencia positiva desde el primer año, tal como se evidencia en la Tabla N° 7-9. A pesar de haber obtenido financiamiento previo y estar incurriendo en gastos considerables, las proyecciones indican que en los próximos años el flujo de fondos también mantendrá una trayectoria positiva.

7.7 Análisis del punto de equilibrio

Tabla 23 Análisis del punto de equilibrio

ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	
INFORMACION PARA EL ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	
COSTOS FIJOS	IMPORTE (UNIDADES)
GASTOS ADMINISTRATIVOS	5.554.316
GASTOS DE VENTAS	4.122.952
GASTOS FINANCIEROS	1.078.998
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUAL	10.756.266
COSTOS VARIABLE UNITARIO	518.026
PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA	647.533

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24 Análisis del punto de equilibrio

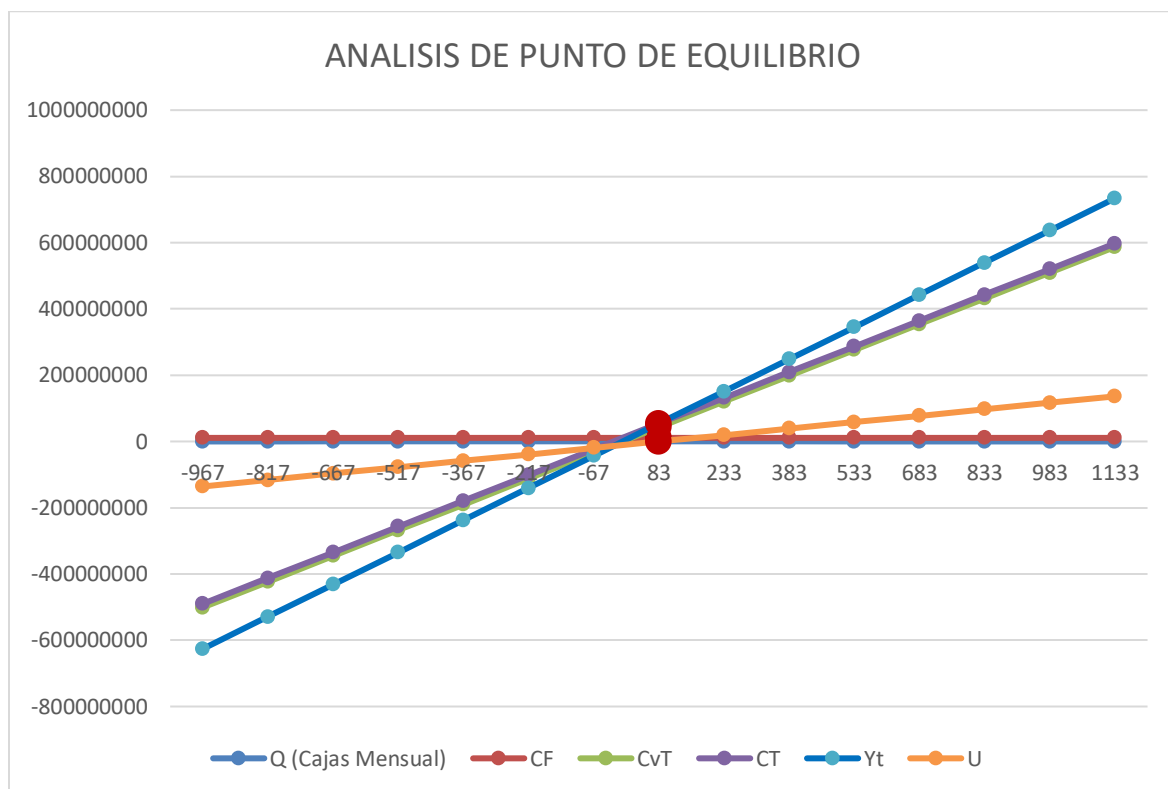
ANALISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO					
Q (Cajas Mensual)	CF	CvT	CT	Yt	U
-967	10.756.266	(500.902.755)	(490.146.489)	(626.128.444)	-135.981.955
-817	10.756.266	(423.198.781)	(412.442.515)	(528.998.476)	-116.555.961
-667	10.756.266	(345.494.807)	(334.738.541)	(431.868.509)	-97.129.968
-517	10.756.266	(267.790.833)	(257.034.567)	(334.738.541)	-77.703.974
-367	10.756.266	(190.086.859)	(179.330.593)	(237.608.574)	-58.277.981
-217	10.756.266	(112.382.885)	(101.626.619)	(140.478.606)	-38.851.987
-67	10.756.266	(34.678.911)	(23.922.645)	(43.348.639)	-19.425.994
83	10.756.266	43.025.063	53.781.329	53.781.329	0
233	10.756.266	120.729.037	131.485.303	150.911.297	19.425.994
383	10.756.266	198.433.011	209.189.277	248.041.264	38.851.987
533	10.756.266	276.136.985	286.893.251	345.171.232	58.277.981
683	10.756.266	353.840.960	364.597.225	442.301.199	77.703.974
833	10.756.266	431.544.934	442.301.199	539.431.167	97.129.968
983	10.756.266	509.248.908	520.005.174	636.561.135	116.555.961
1133	10.756.266	586.952.882	597.709.148	733.691.102	135.981.955
FUENTE: ELABORACION DEL AUTOR					

Fuente: Elaboración propia

Las tablas presentadas anteriormente sugieren el punto en el que se alcanza el equilibrio entre pérdidas y ganancias. Estos datos indican que, para lograr este punto de equilibrio, se deberá vender un mínimo de 83 cajas. A partir de esa cifra, un aumento en las ventas generaría ganancias para la operación.

A continuación, se presentará un gráfico que representa lo mencionado anteriormente.

Ilustración 24 Punto de equilibrio



CAPITULO VIII

8. EVALUACION FINANCIERA

8.1 Valor presente neto – VPN

“El valor presente es la cantidad que vale el día de hoy la suma de tu dinero en un momento específico en el futuro. Se conoce también como valor descontado e indica el rendimiento que pueden traer las inversiones

Para calcular el valor presente Neto es necesario tener en cuenta lo siguiente:

- Definir el periodo.
- Analizar los flujos de efectivo.
- Establecer la tasa de descuento.
- Aplicar la fórmula y evaluar la rentabilidad

Este es el método más conocido al momento de evaluar proyectos de inversión a plazo largo gracia a esto se podrá saber si una inversión cumple con el objetivo financiero principal que es maximizar la inversión” (Gasbarrino, 2023).

Tabla 25 VPN con financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS CON FINANCIAMIENTO- CALCULO VPN		
2023	0	-155.793.231
2024	1	21.603.687
2025	2	44.944.403
2026	3	72.905.777
2027	4	106.398.179
2028	5	146.510.115
VPN		\$1.358.371

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26 VPN sin financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS SIN FINANCIAMIENTO- CALCULO VPN		
2023	0	-251.489.689
2024	1	46.637.797
2025	2	70.666.592
2026	3	99.507.830
2027	4	134.125.337
2028	5	175.675.973
VPN		-28.905.523

Fuente: Elaboración propia

8.2 Tasa interna de retorno – TIR

“La TIR es un indicador de rentabilidades de proyectos o inversiones, de manera que cuanto mayor sea la TIR mayor será la rentabilidad. Realizando el cálculo de la tasa interna de rentabilidad de diferentes proyectos se facilita la toma de decisiones sobre la inversión a realizar” (Cigoña, 2023)

Tabla 27 TIR con financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS CON FINANCIAMIENTO- CALCULO TIR		
2023	0	-155.793.231
2024	1	21.603.687
2025	2	44.944.403
2026	3	72.905.777
2027	4	106.398.179
2028	5	146.510.115
TIR		29,33%

Fuente: Elaboración propia

Considerando el flujo de fondos con financiamiento, se ha calculado una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 29,33%. Esta cifra refleja la proyección de un retorno anual del 29,33%

sobre la inversión inicial del proyecto. Por consiguiente, se sugiere que el proyecto posee viabilidad financiera.

Tabla 28 TIR sin financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS SIN FINANCIAMIENTO- CALCULO TIR		
2023	0	-251.489.689
2024	1	46.637.797
2025	2	70.666.592
2026	3	99.507.830
2027	4	134.125.337
2028	5	175.675.973
TIR		24%

Fuente: Elaboración propia

La tasa interna de retorno (TIR) sin considerar financiamiento arroja un rendimiento anual proyectado del 24%. Esto implica que el proyecto, incluso sin considerar financiamiento externo, podría ser viable, dado el estimado retorno anual del 24% sobre la inversión inicial.

8.3 Razón ingreso a la inversión

Tabla 29 Razón de ingreso a la inversión con financiamiento

RAZON DE INGRESO A INVERSION PROYECTO CON FINANCIAMIENTO			
Año		Flujo de Fondos netos del proyecto	Razón ingreso inversión
2024	1	21.603.687	0,1
2025	2	44.944.403	0,3
2026	3	72.905.777	0,5
2027	4	106.398.179	0,7
2028	5	146.510.115	0,9
INVERSION			155.793.231

Fuente: Elaboración propia

La razón de ingresos de la inversión revela un incremento a lo largo de los años. Al iniciar en 2024 con una proporción de 0.1 y llegar a 0.9 para el año 2027, demuestra un aumento progresivo en los ingresos generados por cada peso invertido. Estos datos sugieren que, desde la perspectiva de la relación ingresos-inversión, el proyecto es viable.

Tabla 30 Razón de ingreso a la inversión sin financiamiento

RAZON DE INGRESO A INVERSION PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO			
Año		Flujo de Fondos netos del proyecto	Razón ingreso inversión
2024	1	46.637.797	0,2
2025	2	70.666.592	0,3
2026	3	99.507.830	0,4
2027	4	134.125.337	0,5
2028	5	175.675.973	0,7
INVERSION			251.489.689

Fuente: Elaboración propia

La comparativa entre la razón de ingresos de la inversión con y sin financiamiento sugiere que, sin financiamiento, se proyecta una razón de ingreso mayor. En el año 2024, se estima una razón de ingreso de 0.2 pesos, mientras que para el año 2028, las proyecciones indican un aumento a 0.7 pesos por cada peso invertido.

8.4 Relación costo - beneficio

Tabla 31 Relación costo - beneficio sin financiamiento

RAZON BENEFICIO COSTO PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO		
Año	Flujo de Fondos netos del proyecto	Flujo de costos del proyecto
2024	46.637.797	766.965.160
2025	70.666.592	903.128.330
2026	99.507.830	1.066.562.010
2027	134.125.337	1.262.727.883
2028	175.675.973	1.498.181.488
Razón Beneficio costo.		0,089

Fuente: Elaboración propia

La relación beneficio-costo del proyecto se estima en 0.089, lo que significa un beneficio de 8.9 pesos por cada peso invertido. Esta proporción del 8.9% señala que los beneficios superarán los costos, lo cual indica la viabilidad del proyecto.

Tabla 32 Relación costo - beneficio con financiamiento

RAZON BENEFICIO COSTO PROYECTO CON FINANCIAMIENTO		
Año	Flujo de Fondos netos del proyecto	Flujo de costos del proyecto
2023	21.603.687	782.124.631
2024	44.944.403	916.223.565
2025	72.905.777	1.077.017.653
2026	106.398.179	1.269.808.213
2027	146.510.115	1.500.945.717
Razon Beneficio costo.		0,062

Fuente: Elaboración propia

Se observa que, con financiamiento, la relación costo-beneficio del proyecto es menor, estableciéndose en una proporción del 6.2%, lo que significa un beneficio proyectado de 0.062 pesos por cada peso de costo. A pesar de esta reducción en la relación, el indicador del 6.2% aún señala la viabilidad del proyecto incluso con financiamiento.

8.5 Análisis de sensibilidad

Tabla 33 Análisis de sensibilidad por escenarios

ANALISIS DE SENSIBILIDAD POR ESCENARIOS					
VARIABLES CRITICAS	ESCENARIOS				
	Pesimista		Conservador	Optimista	
	Variación %	Parametro	Parametro	Variación	Parametro
Rentabilidad esperada anual del capital propio	-50%	15%	30%	33%	40%
Costo anual del capital financiado	75%	35%	20%	-10%	18%
% Capital propio	-38%	50%	80%	25%	100%
% Capital financiado	-38%	25%	40%	25%	50%
Tasa de descuento del proyecto	38%	40,0%	29,0%	-31%	20,0%
Funcion de Demanda Dirigida % De Demanda Potencial	-17%	0,250	0,30	17%	0,35
Margen de Contribución o margen comercial	-33%	0,20	0,30	33%	0,40
% Inflación anualizada	6%	3,693	3,5	4,0%	3,640
% variación promedio anual del tipo de cambio (apreciación / depreciación)	-6%	2900	3100	6%	3300
Factor ajuste del flujo de fondos		0,55	1,00		1,72
VARIABLES DE EVALUACION DEL PROYECTO		INDICADORES	INDICADORES		INDICADORES
VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO	-1550%	-19.697.288	1.358.371	5707%	78.878.034
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO	-69%	9%	29%	81%	53%
RELACION BENEFICIO COSTO	-45%	0,05	0,09	72%	0,15
FLUJO UNIFORME ANUAL EQUIVALENTE	-1869%	-9.678.477	547.069	4721%	26.375.214
PERIO DE PAGO	#¡NUM!	#¡NUM!	#¡NUM!	#¡NUM!	5,2
PUNTO DE EQUILIBRIO	82%	151	83	-42%	48

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34 Información por escenarios para análisis de riesgo

Información por escenarios para el análisis de riesgo						
Escenario	Probabilidad	VPN	Factor	Desviación	Desviación ²	Producto
	P		F=P*VPN	Ds=VPN-S	Ds ²	Pd=P*D ²
Pesimista	30%	-19.697.288	- 5.909.186,27	- 34.186.795	1.168.736.966.233.800	350.621.089.870.139
Conservador	50%	1.358.371	679.185,32	- 13.131.137	172.426.758.819.824	86.213.379.409.912
Optimista	25%	78.878.034	19.719.508,59	64.388.527	4.145.882.371.499.130	1.036.470.592.874.780
		S =	14.489.508	17.070.595	5.487.046.096.552.750	1.473.305.062.154.830

Fuente: Elaboración propia

Capítulo IX

9. IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL

La exportación del sabajón desde el municipio de Paipa, en Boyacá, hacia Madrid, España, tendría efectos significativos y positivos en la economía local. Desde una perspectiva económica, la cadena de suministro resultante de la demanda de materias primas para la producción del sabajón podría beneficiar a los productores locales, ya que se crearía una demanda constante de los insumos esenciales para su elaboración.

En cuanto al impacto ambiental, el embalaje de los productos podría generar residuos. Para contrarrestar este impacto, la empresa debería considerar opciones más sostenibles en el embalaje para reducir su huella ambiental. Además, el transporte internacional conlleva emisiones de carbono. Es crucial explorar prácticas más sostenibles, como el uso de transporte marítimo, que genera menos emisiones de gases en comparación con el transporte aéreo.

10. CONCLUSIONES

Mediante el análisis financiero, se ha logrado determinar la viabilidad económica del proyecto de exportación de sabajón desde Paipa, Boyacá, hacia Madrid, España. Este hallazgo ofrece a la empresa Sabajón Ciprés la oportunidad de aprovechar el potencial de expansión e internacionalización de sus productos, brindando una base sólida para su incursión en nuevos mercados.

Gracias al estudio y análisis del mercado también se pudo determinar que España ha tenido una creciente demanda de los licores exportados por Colombia puesto que en el periodo de 2018 a 2022 la tasa de crecimiento de las cantidades exportadas a España ha crecido un 17% lo que nos indica que hay una demanda que Sabajon Cipres podría aprovechar

El análisis financiero reveló datos clave: el Valor Presente Neto (VPN) resultó ser superior a cero. Además, proporcionó la Tasa Interna de Retorno (TIR), la cual alcanzó el 29,33% con financiamiento y el 24% sin financiamiento. Estos resultados indican la viabilidad del proyecto, ya sea con o sin financiamiento, mostrando su factibilidad en ambas circunstancias.

Este Proyecto sería beneficioso para la empresa y para el departamento gracias que al realizar la exportación se aumentaría el portafolio de productos a exportar de este mismo, y si mismo poner en el mapa las distintas tradiciones culinarias producidas por la región y lograr darle una mayor visibilidad a la empresa internacionalmente.

RECOMENDACIONES

Sabajon Cipres se verá en la necesidad de iniciar un programa de capacitación para sus empleados, con el objetivo de asegurar una producción, procesamiento y embalaje óptimos de sus productos. Esto se hace indispensable para cumplir con las exigencias y regulaciones del país de destino, garantizando así el cumplimiento de los estándares necesarios para este tipo de productos.

Se sugiere así mismo empezar a implementar las normas de etiquetado y embalaje para cumplir con las normativas exigidas para la exportación de los productos.

De realizarse el proyecto se deben agilizar los procesos de registro como exportador para estar autorizado a realizar dichas actividades.

BIBLIOGRAFÍA

- Camara Navarra*. (18 de Marzo de 2020). Obtenido de <https://camaranavarra.com/2020/03/18/la-importancia-del-analisis-de-las-estadisticas-de-importacion-y-exportacion/>
- CEDEÑO, M. (2004). Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7097/tesis135.pdf?sequence=1>
- CEPAL. (2019). Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44918/7/S1900748_es.pdf
- Cigoña, J. R. (25 de Agosto de 2023). *Sage*. Obtenido de <https://www.sage.com/es-es/blog/tasa-interna-de-retorno-tir-que-es-y-como-se-calcula/>
- COLOMBIATRAVEL. (2023). Obtenido de <https://colombia.travel/es/paipa>
- CORTAZO, P. (2017). Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/49017/Documento_completo.pdf?sequence=1
- DANE. (2023). *Perfiles Económicos Departamentales departamento de boyaca*.
- DANE, P. D. (2018). *TELENCUESTAS*. Obtenido de <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2023/boyaca>
- DatosMacro. (1 de Enero de 2023). *DATOSMACRO*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/ccaa/madrid>
- DELGADO, M. (2014). Obtenido de [file:///C:/Users/mi%20pc/Downloads/Para%20guiarnos%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/mi%20pc/Downloads/Para%20guiarnos%20(1).pdf)
- DIAN. (1 de Enero de 2023). *DIAN*. Obtenido de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces>
- DIAN. (2023). *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales*. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.dian.gov.co/aduanas/Regimen-de-Aduanas/Documents/ABC-Aspectos-basicos-Exportacion.pdf>
- Diario Del Exportador*. (20 de Octubre de 2023). Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2021/08/que-es-un-envase-un-empaque-y-un.html>

- Durán, C. B. (13 de Octubre de 2022). *COLOMBIA FORBES*. Obtenido de <https://forbes.co/2022/10/13/forbes-life/lujo-y-colombia-la-formula-del-exito-de-las-exportaciones-de-licor>
- Ecured.cu*. (31 de Octubre de 2023). Obtenido de https://www.ecured.cu/An%C3%A1lisis_de_documentos
- Equipo editoria, Etecè De: Argentina. (2023 de Octubre de 2023). *Enciclopedia humanidades*. Obtenido de <https://humanidades.com/espana/>.
- FUNDACION GESTION Y PARTICIPACION SOCIAL. (s.f.). Obtenido de http://www.asociaciones.org/index.php?option=com_content&view=article&id=622&Itemid=41
- Galán, J. S. (01 de marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/acuerdo-comercial.html>
- GARCIA, O. (2006). Obtenido de https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/5218/1/TP_NunezMeraWendyJohanna_2017.pdf
- Gasbarrino, S. (20 de Enero de 2023). *hubspot*. Obtenido de [https://blog.hubspot.es/sales/que-es-valor-presente-neto#:~:text=F%C3%B3rmula%20de%20valor%20presente%20neto&text=De%20esta%20forma%2C%20cada%20entrada,descuento\)%20%5E%20n%C3%BAmero%20de%20periodos](https://blog.hubspot.es/sales/que-es-valor-presente-neto#:~:text=F%C3%B3rmula%20de%20valor%20presente%20neto&text=De%20esta%20forma%2C%20cada%20entrada,descuento)%20%5E%20n%C3%BAmero%20de%20periodos).
- GOBERNACION DE BOYACA*. (01 de 01 de 2023). Obtenido de <https://www.boyaca.gov.co/localizacion/>
- HINCAPIÉ, M. (2018). Obtenido de scielo.cl/pdf/infotec/v30n2/0718-0764-infotec-30-02-00115.pdf
- icontainers*. (2023). Obtenido de <https://www.icontainers.com/es/ayuda/incoterms/cif/>
- JENNIFER CASTAÑO. (s.f.). *Sistema Nacional de Bibliotecas SISNAB*. Obtenido de <https://alejandria.poligran.edu.co/handle/10823/1793>
- Legis, A. (31 de 10 de 2023). *Legis Arancel Electronico*. Obtenido de <https://arancel-legis-com-co.ezproxy.uan.edu.co/Subpartidas/ResultadoBusqueda?id=1205#>
- LEGISCOMEX*. (2023). Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

- Legiscomex. (31 de 10 de 2023). *LEGISCOMEX*. Obtenido de <https://www-legiscomex-com.ezproxy.uan.edu.co/ReporteDetallado/IndexEstadisticas/?guid=1c0d430d-cec1-40ee-a2cf-37f60249ae00>
- LOAIZ, M. V. (2013). Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/198274919.pdf>
- López, J. F. (01 de Diciembre de 2018). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/comercio-internacional.html>
- Marin, V. A. (2006). *Repositorios*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/7440/T05443.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Narvaez, M. (31 de Octubre de 2023). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/author/marytere/page/2/>
- OCATI. (2023). Obtenido de <https://ocati.com/es/colombia/>
- OEC. (2023). Obtenido de <https://oec.world/es/profile/country/deu>
- Oliver, G. (2008). *Elsevier*. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-calidad-asistencial-256-articulo-el-analisis-contenidos-que-nos-S1134282X08704640>
- Partida Logistics*. (2023). Obtenido de <https://partidalogistics.com/requisitos-para-importar-espana/>
- PEDROSA, S. J. (1 de JULIO de 2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-la-ventaja-comparativa.html>
- PROCOLOMBIA. (2022). Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/oportunidades-de-exportacion-de-uchuva-colombiana>
- Revista Semana. (2 de Abril de 2012). *Semana*. Obtenido de Semana: <https://www.semana.com/sabajon/25447/>
- ROCKCONTENT. (04 de octubre de 2019). Obtenido de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/ventaja-competitiva/#:~:text=La%20ventaja%20competitiva%20es%20un,le%20brinda%20un%20posicionamiento%20favorable.>
- Salesforce. (31 de Octubre de 2023). *Salesforce*. Obtenido de <https://www.salesforce.com/es/learning-centre/sales/distribution-channels/>

- SIERRA, P. (2022). Obtenido de
<file:///C:/Users/mi%20pc/Downloads/Paula%20Alejandra%20Sierra%20Grijalba.pdf>
- Silvera, J. (9 de Junio de 2021). *956fm.boyaca.gov*. Obtenido de
<https://956fm.boyaca.gov.co/el-famoso-sabajon-cipres-un-producto-boyacense-tipo-exportacion/>
- Statista. (Julio de 2022). *statista*. Obtenido de
<https://es.statista.com/estadisticas/474155/poblacion-de-c-de-madrid-por-grupo-de-edad/>
- STEFANO GASBARRINO. (2022). *HUBSPOT*. Obtenido de
<https://blog.hubspot.es/sales/que-es-valor-presente-neto>
- SUAREZ, M. (2015). Obtenido de
<https://es.scribd.com/document/332224688/EXPORTACION-FRUTA-DESHIDRATADA-EE-UU#>
- TODACOLOMBIA. (21 de 02 de 2019). Obtenido de
<https://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/boyaca/index.html>
- TODACOLOMBIA. (21 de FEBRERO de 2019). Obtenido de
<https://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/boyaca/economia.html>
- TRADE MAP. (2023). Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Universidad Piloto de Colombia. (9 de enero de 2023). *Universidad Piloto de Colombia*. Obtenido de <https://estudiarvirtual.unipiloto.edu.co/blog/ventaja-comparativa-que-es/>
- Villamizar, R. (2011). Obtenido de <file:///C:/Users/mi%20pc/Downloads/Dialnet-EvaluacionDeLasTecnicasDeSecadoDeUchuvaPhysalisPer-3944086.pdf>
- Westreicher, G. (1 de abril de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/barrera-comercial.html>
- Zendesk. (13 de Diciembre de 2022). *Zendesk*. Obtenido de
<https://www.zendesk.com.mx/blog/penetracion-de-mercado-estrategias/#:~:text=La%20penetraci%C3%B3n%20de%20mercado%20es,la%20b%C3%BAsqueda%20de%20nuevos%20clientes.>

Zendesk. (13 de Septiembre de 2023). *Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategias-de-canales-de-distribucion-cuales-son-y-como-elegir/>

Anexos

REPUBLICA DE COLOMBIA DIAN Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales		Declaración de Exportación				MUNISCA Modelo Único de Ingresos, Servicio y Control Automatizado		600		
Espacio reservado para la DIAN					1. Año <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>					
					4. Número de formulario					
Exportador	5. Número de Identificación Tributaria (NIT)		6. DV		11. Apellidos y nombres o razón social					
	13. Dirección				15. Teléfono			12. Cód. Admón.	16. Cód. Dpto.	17. Cód. Ciudad/ Municipio
Declarantes	24. Número de identificación tributaria (NIT)		25. DV		26. Apellidos y nombres o razón social del declarante autorizado			27. Tipo de usuario		
	29. Número documento de identificación				30. Apellidos y nombres de quien suscribe el documento			28. Código usuario		
31. Clase de exportador	32. Nombre o razón social importador o consignatario									
33. Dirección país de destino			34. Cód. País destino	35. Ciudad del país de destino		36. Autorización de embarque		37. Año Mes Día		
38. Tipo declaración	39. Cód.		40. Cód. lugar de salida	41. Cód. dpto. procedencia	42. Declaración exportación anterior		43. Año Mes Día			
44. Adhesivo declaración de importación anterior	45. Año Mes Día		46. Cód. Modalidad	47. Cód. Ofic. Regional Mincomercio Industria y Turismo		48. Código moneda de negociación	49. Valor total en moneda de negociación	50. Código modo de transporte		
51. Código bandera	52. Peso bruto kgs		53. Código modalidad	54. Código forma de pago	55. Cantidad de pagos anticipados	56. Fecha primer pago anticipado		57. Código embarque	58. Consolidación	
Embalajes:	62. Cantidad.		63. Marcas y números							
61. Código:										
64. Certificado de origen			66. Sistemas especiales		Nos. Programas:		67		68	
65. Cuál?	70	71	72	73	Reposición					
74. Visto bueno entidad		75. No.		77. Visto bueno entidad		78. No.		80. Cód. Exportación en tránsito	81. Cód. Admón. de embarque	82. Cód. Localización mercancía
Item No.	83. Subpartida arancelaria	84. Cód. Dpto. de origen	85. No. Factura	86. Cód. Unidad Cial. Medida	87. Cantidad	88. Peso neto kgs.	89. Valor FOB USD	90. Valor agregado Nal. USD	91. C.I.P.	92. Aplicación casilla 66
93. Descripción de las mercancías (NO inicie la descripción de las mercancías a exportar con lo señalado en el arancel de aduanas en la subpartida arancelaria - Incluya marcas, seriales y otros). Si el campo es insuficiente, utilice hojas anexas a la declaración de exportación.										
Totales o pasaje	94. Cantidad de subpartidas declaradas		95. Hojas anexas números			96. Total peso neto kgs.	97. Total valor FOB USD	98. Total valor agregado Nal. USD	99. Cantidad hojas anexas	
100. Valor fletes USD		101. Valor seguros USD		102. Valor otros gastos USD		103. Valor total de la exportación USD		104. Valor a reintegrar USD		
105. Procede el embarque?	106. Año Mes Día		Certificación de embarque				117. Declaración de exportación definitiva		118. Fecha	
107. Auto y acta No.			110. No. Manifiesto de carga		111. Año Mes Día		No.		AAAA MM DD	
Firma y sello del inspector	112. Cód. Admón.	113. No. Bultos	114. Peso (kgs.)		Firma					
108. Nombre	109. C.C.	115. Identificación del medio de transporte	116. Observaciones	119. Nombre						
Firma declarante autorizado	120. C.C.									

Original: Dirección Seccional UAE - DIAN

2006410

	ASEGURAMIENTO SANITARIO	REGISTROS SANITARIOS Y TRAMITES ASOCIADOS
	FORMATO ÚNICO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	
	Código: ASS-RSA-FM008	Versión: 00




FORMATO ÚNICO PARA PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES ANTE LA DIRECCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS - GRUPO DE REGISTROS PARA BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Para la radicación de cualquier solicitud de un trámite que se enmarque dentro de lo dispuesto en el numeral 1.3 del presente formato, deberá

1. INFORMACION GENERAL (Debe ser diligenciada en su totalidad y como sea soportado en el certificado de existencia y representación legal o

1.1 DATOS GENERALES DEL TITULAR			
Nombre o Razón Social	_____		
Dirección:	_____	Domicilio:	_____ País: _____
Representante Legal	_____ Apoderado	Nombre:	_____
C.C. No. / C.E. No.:	_____	T.P. No.:	_____
Dirección de Notificación:	_____	Domicilio:	_____
e-mail (CLARO Y LEGIBLE)	_____	Teléfono:	_____

1.2 DATOS DEL RESPONSABLE DE LA TRANSACCION BANCARIA (No aplica para desgloses ni cancelaciones)			
Nombre:	_____	NIT:	_____
Dirección:	_____	Teléfono:	_____
Ciudad:	_____	No. consignación (referencia):	_____
Código de la tasa:	_____	Valor:	_____
En caso de existir cesión por los derechos de uso de una tasa que no figure a nombre del titular declarado, deberá adjuntar el documento soporte que lo sustente:			
FOLIO			
AUTORIZACION DE USO DE LA TASA DE UN TERCERO AL TITU		SI _____	NO _____

1.3 TIPO DE TRAMITE QUE DESEA REALIZAR (Seleccione la casilla de color para ser direccionado al formato del trámite a solicitar. Al			
	EXPEDICIÓN DE REGISTRO SANITARIO O RENOVACIÓN	<input type="checkbox"/>	
	MODIFICACIÓN	<input type="checkbox"/>	
	CERTIFICACIÓN CON O SIN REGISTRO SANITARIO	<input type="checkbox"/>	
	AUTORIZACIÓN CON O SIN REGISTRO SANITARIO	<input type="checkbox"/>	
	DESGLOSE	<input type="checkbox"/>	
	CANCELACIÓN (PÉRDIDA DE FUERZA EJECUTORIA)	<input type="checkbox"/>	

Señor(a) Usuario(a):

TENGA EN CUENTA QUE....

Al seleccionar el tipo de trámite, usted será direccionado al formato que debe diligenciar para ese tipo de trámite.


Todos los formatos deben ser diligenciados con letra clara y legible a tinta de color negro o en máquina de escribir o a computador. No se

Toda solicitud presentada en este formato deberá ser firmada por el representante legal o el apoderado que sea declarado en el subnumeral 1.1

Todos los formatos anexos (dependiendo del tipo de trámite seleccionado) presentarán un listado adjunto de documentación, que debe ser



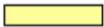
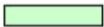
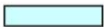





Toda documentación a radicar debe estar foliada (numerado).

Al suscribir el presente formato se declara que la información presentada en ésta solicitud es veraz y comprobable en cualquier

	ASEGURAMIENTO SANITARIO	REGISTROS SANITARIOS Y TRAMITES ASOCIADOS
	FORMATO ÚNICO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	
	Código: ASS-RSA-FM008	Versión: 00

**FORMATO ÚNICO PARA PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES DE MODIFICACIÓN DE REGISTRO SANITARIO
PARA BEBIDAS ALCOHÓLICAS**

2. DATOS DEL REGISTRO SANITARIO		
EXPEDIENTE _____	NÚMERO DE REGISTRO SANITARIO _____	VIGENCIA _____

3. TIPO DE MODIFICACIÓN <i>(Seleccione la casilla de color para ser direccionado al formato del trámite a solicitar. Si son dos o más tipos de cambios, deberá diligenciar en forma individual cada uno de ellos. Al imprimirlo, marque con una X en la(s) celda(s) correspondiente.</i>		
Las presentes modificaciones están contempladas en el Decreto 3192 de 1983		
	1. CAMBIO DE NOMBRE O MARCA DEL PRODUCTO	<input type="checkbox"/>
	2. ADICIÓN O CAMBIO DE IMPORTADOR	<input type="checkbox"/>
	3. ADICIÓN O CAMBIO DE TITULAR	<input type="checkbox"/>
	4. CAMBIO DE RAZÓN SOCIAL O DOMICILIO DE TITULAR, FABRICANTE O IMPORTADOR	<input type="checkbox"/>
	5. ADICIÓN O CAMBIO DE FABRICANTE	<input type="checkbox"/>
	6. ADICIÓN O CAMBIO DE HIDRATADOR	<input type="checkbox"/>
	7. ADICIÓN O CAMBIO DE ENVASADOR	<input type="checkbox"/>
	8. ADICIÓN O CAMBIO DE EXPORTADOR (Solo para modalidad ELABORAR Y EXPORTAR)	<input type="checkbox"/>
	9. ACTUALIZACIÓN DE GRADO ALCOHÓLICO	<input type="checkbox"/>
	10. ADICIÓN O EXCLUSIÓN DE VARIEDADES (Únicamente en Vinos o Whiskies)	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	OTRO. (ESPECÍFIQUE SU PETICIÓN EN UN DOCUMENTO ANEXO) *	<input type="checkbox"/>

Señor(a) Usuario(a):

TENGA EN CUENTA QUE ...

Al seleccionar el tipo de trámite, usted será direccionado al formato que debe diligenciar para presentar su modificación al registro sanitario.

* *Solamente en el caso de ser OTRO tipo de modificación diferente a las allí referenciada, se hará la verificación según sea el caso.*




El Numeral 1 (DATOS DEL REGISTRO SANITARIO) debe ser diligenciado con obligatoriedad por cuanto en el mismo se relacionan los datos de ubicación del producto con el número de registro sanitario al cual va a modificarle algún ítem.

El presente formato se convierte en la segunda página a presentar. La primera página es el formato de información general.

En cada tipo de modificación encontrará discriminada la documentación soporte de acuerdo a la procedencia del producto, si es nacional o importado. (Independiente del tipo de modalidad, se considera productos nacionales los elaborados, hidratados o envasados en Colombia)

La firma del peticionario se hará en la última hoja diligenciada.

1. Exportador (nombre, apellidos, dirección completa y país)	EUR. 1 No A	
3. Destinatario (nombre, apellidos, dirección completa y país)(opcional)	Véanse las notas del reverso antes de llenar el impreso.	
	1. Solicitud de certificado que debe utilizarse en los intercambios preferenciales entrey (indíquense los países, grupos de países o territorios a que se refiera)	
6. Información relativa al transporte (opcional)	4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos	5. País, grupo de países o territorio de destino
8. Número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los bultos ¹ ; designación de las mercancías	7. Observaciones	
	9. Masa bruta (kg) u otra medida(litros, m ³ , etc.)	10. Factura (opcional)

		Formulario del Registro Único Tributario		001	
2. Concepto <input type="text" value="02"/> Actualización		4. Número de formulario 14860703831			
		 (415)7707212489984(8020) 000001486070383 1			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 9 0 0 9 8 7 9 1 1 5		6. DV 5		12. Dirección seccional Impuestos y Aduanas de Segamosc	
				15. Buzón electrónico 2 6	
IDENTIFICACIÓN					
24. Tipo de contribuyente Persona jurídica		25. Tipo de documento 1		26. Número de identificación	
27. Fecha expedición		28. País		29. Departamento	
30. Ciudad/Municipio		31. Primer apellido		32. Segundo apellido	
33. Primer nombre		34. Otros nombres		35. Razón social SABAJON CIPRES SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	
36. Nombre comercial		37. Sigla SABAJON CIPRES S.A.S			
UBICACIÓN					
38. País COLOMBIA		39. Departamento Boyacá		40. Ciudad/Municipio Paipa	
41. Dirección principal CR 19 19 07 11		42. Correo electrónico facturacioncipres@yahoo.com		43. Código postal	
44. Teléfono 1 3 1 3 3 8 6 7 7 3 6		45. Teléfono 2			
CLASIFICACIÓN					
Actividad económica			Ocupación		
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades	
46. Código	47. Fecha inicio actividad	48. Código	49. Fecha inicio actividad	50. Código	52. Número establecimientos
1 1 0 2	2 0 1 6 0 7 0 7	4 6 3 2	2 0 1 6 0 7 0 7	1	
Responsabilidades, Calidades y Atributos					
53. Código 5 7 1 4 4 2 4 8 5 2					
05- Impto. renta y compl. régimen ordinario					
07- Retención en la fuente a título de renta					
14- Informante de exogena					
42- Obligado a llevar contabilidad					
48 - Impuesto sobre las ventas - IVA					
52 - Facturador electrónico					
Obligados aduaneros			Exportadores		
54. Código			55. Forma		
56. Tipo			Servicio		
57. Modo			1 2 3		
58. CPC					
IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación					
Para uso exclusivo de la DIAN					
59. Anexos <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO		60. No. de Folios: 0		61. Fecha 2022 - 09 - 06 / 23 : 06: 04	
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso.			Sin perjuicio de las verificaciones que a DIAN realice.		
Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1625 de 2016			Firma autorizada:		
Firma del solicitante.			984. Nombre VASQUEZ RODRIGUEZ GINA PAOLA		
			985. Cargo Representante legal Certificado		

