

**RUTA EXPORTADORA DE CREMA DE LICOR DE COCO AL MERCADO DE  
ESPAÑA**

**CARLOS EDUARDO BARRAZA MARIN  
OSCAR CAMILO GUTIERREZ RESTREPO**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARTAGENA DE INDIAS D.T.C  
2007**

**RUTA EXPORTADORA DE CREMA DE LICOR DE COCO AL MERCADO DE  
ESPAÑA**

**CARLOS EDUARDO BARRAZA MARIN  
OSCAR CAMILO GUTIERREZ RESTREPO**

**Monografía para optar por el título de Administrador de Empresas**

**ASESOR  
WILLIAM ARELLANO CARTAGENA  
Economista**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
MINOR EN NEGOCIOS INTERNACIONALES  
CARTAGENA DE INDIAS D.T.C  
2007**

Octubre de 2007

Señores:  
Dirección De Investigaciones  
Facultad De Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa De Administración De Empresas  
Universidad Tecnológica De Bolívar  
Cartagena

Distinguidos señores:

De la manera más atenta nos dirigimos a ustedes, con el propósito de solicitar la revisión y evaluación del trabajo de grado que entrego anexo a la presente y que lleva el siguiente título **“RUTA EXPORTADORA DE CREMA DE LICOR DE COCO AL MERCADO DE ESPAÑA”**, como requisito para obtener el título de profesional en Administración de Empresas.

En espera que esta cumpla con las normas pertinentes establecidas por la Universidad.

Cordialmente,

**Carlos E. Barraza M.**  
**Cod. 02-11-901**

**Oscar Gutiérrez R.**  
**Cod. 02-11-006**

Octubre de 2007

Señores:  
Dirección De Investigaciones  
Facultad De Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa De Administración De Empresas  
Universidad Tecnológica De Bolívar  
Cartagena

Distinguidos señores:

Por medio de la presente me permito informarles que he aceptado ser el director de proyecto de monografía titulada "**RUTA EXPORTADORA DE CREMA DE LICOR DE COCO AL MERCADO DE ESPAÑA**", que será presentado por los estudiantes, Carlos E. Barraza Marín y Oscar Gutiérrez Restrepo.

Al respecto me permito comunicar que asesore el desarrollo del citado proyecto el cual considero de gran importancia y utilidad.

Atentamente,

**WILLIAM ARELLANO CARTAGENA**  
Docente De Tiempo Completo  
Facultad De Ciencias Económicas y Administrativas  
Universidad Tecnológica De Bolívar

## **AUTORIZACION**

**Cartagena de Indias, D.T. y C.**

**Yo, OSCAR CAMILO GUTIERREZ RESTREPO identificado con cedula de ciudadanía numero 73.207.523 de Cartagena, autorizo a la Universidad Tecnológica de Bolívar para hacer uso de mi trabajo de grado y publicarlo en el catalogo online de la Biblioteca.**

**OSCAR CAMILO GUTIERREZ RESTREPO**

## **AUTORIZACION**

**Cartagena de Indias, D.T. y C.**

**Yo, CARLOS EDUARDO BARRAZA MARIN identificado con cedula de ciudadanía numero 73.184.088 de Cartagena, autorizo a la Universidad Tecnológica de Bolívar para hacer uso de mi trabajo de grado y publicarlo en el catalogo online de la Biblioteca.**

**CARLOS EDUARDO BARRAZA MARIN**

## CONTENIDO

|   |   |
|---|---|
| 0. RESUMEN DE LA PROPUESTA  |   |
| 0.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA  |   |
| 0.2 OBJETIVOS   |   |
| 0.2.1 Objetivo General  |   |
| 0.2.2 Objetivos Específicos   |   |
| 0.3 JUSTIFICACIÓN   |   |
| 0.4 METODOLOGIA DEL TRABAJO   |   |
| 0.5 LOGROS ESPERADOS  |   |
| INTRODUCCION.   | 1 |
| <br>  |   |
| 1. DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION DE LA CREMA<br>LICOR DE COCO | 2 |
| <br>  |   |
| 1.1 DESCRIPCIÓN DE LA FRUTA (COCO)                                    | 2 |
| <br>  |   |
| 1.2 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LA CREMA DE LICOR DE COCO.            | 3 |
| 1.2.1 Materia Prima   | 3 |
| 1.2.2 Proceso de Producción del Alcohol.                              | 4 |
| 1.2.3 Proceso de Producción de la leche de coco.                      | 4 |
| 1.2.4 Proceso de producción de la crema de licor de coco.             |   |
| 1.2.5 Diagrama de flujo del proceso productivo                        | 6 |
| 1.3 INFORMACIÓN REQUERIDA PARA LA EXPORTACIÓN DE LA CREMA             | 7 |
| 1.3.1 Breve descripción.  | 7 |
| 1.3.2 Descripción detallada de la Subpartida.                         | 7 |
| 1.3.3 Documentos aduaneros requeridos para la exportación .           | 7 |

|   |    |
|---|----|
| 2. EXPORTACIONES TOTALES DEL PRODUCTO                               |    |
| 2.1 Descripción del producto a exportar.                            | 9  |
| 2.2 Destino de las exportaciones.                                   |    |
| 2.3 Concentración regional de las exportaciones                     | 13 |
| 3. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DE ESPAÑA                                | 15 |
| 3.1 POBLACIÓN Y GEOGRAFÍA   | 15 |
| 3.2 ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA   | 15 |
| 3.3 SITUACIÓN ECONÓMICA DE LA EURO ZONA.                            | 17 |
| 3.4 ANÁLISIS DEL ENTORNO POLÍTICO                                   | 20 |
| 3.5 COMERCIO EXTERIOR   | 21 |
| 3.5.1 Importaciones.  | 23 |
| 3.5.2 Exportaciones.  | 23 |
| 3.5.3 Análisis del intercambio bilateral con Colombia.              | 24 |
| 3.5.4 Exportaciones Colombianas hacia España.                       | 26 |
| 3.5.5 Productos de exportación.                                     | 28 |
| 3.5.6 Importaciones Colombianas procedentes de España.              | 28 |
| 3.5.7 Acuerdos comerciales entre Colombia y España (Unión Europea). | 29 |
| 3.5.8 Regulaciones, restricciones y requerimientos especiales       | 33 |
| A. Regulaciones.  | 33 |
| B. Normas Técnicas.   | 34 |
| a. Estándares de calidad Europeos.                                  | 34 |
| b. Productos manufacturados.  | 34 |
| c. Productos alimenticios.  | 34 |
| d. Medio Ambiente.  | 35 |
| e. Responsabilidad social.  | 35 |
| C. Tarifas.   | 35 |
| D. Empaque y etiquetado.  | 36 |
| E. Prohibiciones.   | 37 |
| 4. DEMANDA Y OFERTA DE LA CREMA DE LICOR DE COCO AL MERCADO ESPAÑOL | 39 |



|   |    |
|---|----|
| 4.1 DETERMINACION DEL MERCADO OBJETIVO.   | 39 |
| 4.1.1 Madrid.   | 39 |
| 4.1.2 Barcelona.  | 39 |
| 4.1.3 Valencia.   | 39 |
| 4.2 DEMANDA DEL PRODUCTO.   | 42 |
| 4.3 OFERTA DEL PRODUCTO.  | 43 |
| 5. REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR EL EXPORTADOR  | 44 |
| 5.1 PASOS PREVIOS PARA LA CREACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA   | 44 |
| 5.2 CREACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA   | 45 |
| 5.2.1 Proceso para la creación y constitución de la empresa.  | 45 |
| 5.2.2 Requisitos para solicitar la inscripción de una empresa en el registro como sociedad de Comercialización Internacional (C.I) y acceder al régimen de C.I. | 46 |
| 5.2.3 Procedimiento para la inscripción en el Registro Nacional de Exportadores.  | 47 |
| 5.2.4 Terminación de la negociación.  | 48 |
| 5.2.5 Escoger la Sociedad de Intermediación Aduanera (SIA).   | 48 |
| 5.2.6 Realizar la Factura Comercial.  | 49 |
| 6. GESTIÓN LOGÍSTICA PARA PENETRAR AL MERCADO OBJETIVO (ESPAÑA)   | 50 |
| 6.1 TARIFAS   | 50 |
| 6.2 DOCUMENTACIÓN REQUERIDA Y RECLAMACIONES DEL SEGURO  | 51 |
| 6.2.1 Declaración de Exportación- DEX.  | 51 |
| 6.2.2 Declaración Simplificada de Exportación.  | 52 |
| 6.2.3 Factura Comercial.  | 53 |
| 6.2.4 Documento de embarque.  | 54 |
| 6.2.5 Certificado de origen.  | 54 |
| 6.2.6 Lista de empaque.   | 55 |
| 6.2.7 Solicitud de autorización de embarque.  | 55 |
| 6.2.8 Certificación del transportador.  | 55 |

|  |    |
|--|----|
| 6.2.9 Seguro.  | 56 |
| 7. SISTEMA LOGISTICO DE EXPORTACION  | 57 |
| 7.1 EMPAQUE Y EMBALAJE   | 57 |
| 7.1.1 Consideraciones Básicas.   | 57 |
| 7.1.2 Unitarizacion De La Carga.   | 57 |
| 7.2 RUTA DE ACCESO AL MERCADO DE ESPAÑA  | 58 |
| 7.2.1 Acceso Aéreo.  | 59 |
| 7.2.2 Acceso Marítimo.   | 59 |
| 7.2.3 Servicios y tarifas.   | 59 |
| 7.2.4 Ruta de exportación de la crema de licor de coco desde<br>Colombia a España. | 60 |
| 7.3 PASOS POSTERIORES A LA EXPORTACIÓN   | 61 |
| 7.3.1 Cobranzas con el banco intermediario.  | 61 |
| 7.3.2 Declaración de cambio.   | 61 |
| 7.3.3 Reintegro de divisas.  | 61 |
| CONCLUSIONES   | 62 |
| BIBLIOGRAFIA   | 64 |

## INDICE DE TABLAS

|   | <b>PAG.</b> |
|---|-------------|
| Tabla 1. Exportaciones Totales del Producto                         | 9           |
| Tabla 2. Destino de las exportaciones                               | 11          |
| Tabla 3. Concentración regional de las exportaciones                | 13          |
| Tabla 4. Indicadores macroeconómicos de España                      | 16          |
| Tabla 5. Balanza comercial de España                                | 21          |
| Tabla 6. Balanza bilateral Colombo Española                         | 25          |
| Tabla 7. Principales productos no tradicionales exportados a España | 27          |
| Tabla 8. Tasa del IVA en los países de la Unión Europea             | 36          |
| Tabla 9. Indicadores macroeconómicos ciudades                       | 40          |
| Tabla 10. Tarifas Portuarias  | 50          |
| Tabla 11. Ofertas de servicio de transporte marítimo                | 60          |

## INDICE DE GRAFICAS

|  | <b>PAG.</b> |
|--|-------------|
| Grafico 1. Exportaciones totales del producto – Año 2005   | 10          |
| Grafico 2. Destino de las exportaciones del producto       | 12          |
| Grafico 3. Concentración regional de las exportaciones     | 14          |
| Grafico 4. Balanza comercial de España                     | 22          |
| Grafico 5. Importaciones Españolas                         | 23          |
| Grafico 6. Exportaciones Españolas                         | 24          |
| Grafico 7. Balanza comercial Colombo Española              | 25          |
| Grafico 8. Exportaciones colombianas hacia España          | 26          |
| Grafico 9. Importaciones Colombianas procedentes de España | 29          |

## **0. RESUMEN DE LA PROPUESTA**

### **0.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA**

La necesidad de buscar nuevas oportunidades de negocios y la permanente globalización de los mercados han generado el deseo de incursionar en otras fronteras en la búsqueda de internacionalizar productos altamente innovadores para poder conquistar nuevos mercados.

Por lo anterior la creación de una comercializadora internacional que exporte crema de licor de coco a España, se constituye en una interesante opción de negocio, la cual generaría nuevos empleos e ingresos a sus inversionistas.

Actualmente en España existe una gran demanda de licores ya que según los datos recientes de consumo de alcohol de los españoles indican que: el alcohol es la sustancia toxica mas consumida, además el 13% de la población consume alcohol todos los días y se está produciendo un cambio en los patrones de consumo, con un aumento de las personas que exclusivamente beben los fines de semana. Se estima según datos publicados en la pagina Web de saludalia que el consumo de fin de semana alcanza el 43% entre los jóvenes entre 19 y 28 años y un 31% entre los de 15 a 18 años. El consumo de alcohol es mayor entre los hombres (70.8%) que entre las mujeres (36.7%) y en edades comprendidas entre 36-45 años (80.1%). Así mismo, son la cerveza y los combinados las bebidas preferidas por los jóvenes.

De acuerdo a recientes investigaciones, el coco es una fruta muy atractiva para los consumidores españoles debido a su escasez, de allí nace nuestro interés de exportar nuestro producto, crema de licor a base de coco ya que es un producto altamente innovador y creemos que tendrá una gran aceptación dentro de este mercado.

El acuerdo o tratado comercial que existe actualmente entre Colombia y España es el Sistema Generalizado de Preferencias de la Unión Europea

(SGP Plus) que como beneficio para Colombia este régimen de preferencias arancelarias incluye 6.600 productos diferentes, 4.037 sensibles y 2.563 no sensibles, si son de origen colombiano, todos con arancel cero, excepto camarón que estará gravado con un arancel preferencial de 3,6%, el cual es menor que el arancel general que llega hasta el 12%.

## **0.2 OBJETIVOS**

### **0.2.1 Objetivo General**

Describir el proceso de producción y exportación de crema de licor de coco desde Colombia hacia España.

### **0.2.2 Objetivos Específicos**

- Explicar el proceso de producción de crema de licor de coco.
- Analizar la demanda y oferta de crema de licor de Coco en el Mercado Español.
- Analizar la información legal asociada con tratados comerciales firmados entre Colombia y la Comunidad Europea, para determinar el marco institucional que hace posible la exportación.
- Describir la ruta de exportación de la crema de licor de coco desde Colombia al mercado de España.

## **0.3 Justificación**

Los altos índices de desempleo debido a las escasas oportunidades de trabajo que se presentan actualmente en nuestro país han llevado a nuestro gobierno a fomentar la creación de empresas con fines de exportación para combatir el nivel de desempleo y disminuirlo.

El desarrollo de productos altamente innovadores que generen el deseo de compra y sean capaces de responder a una necesidad y satisfacer la demanda del mercado, debe constituirse en el principal objetivo de todos y

cada uno de los proyectos productivos que se generen en el país, por consiguiente, la comercialización de crema de licor de coco es una respuesta a la demanda del mercado Español, ya que es uno de los países con mayor consumo de licor.

Además el proyecto es una oportunidad tanto rentable como viable considerando que el producto es innovador porque en el mercado no existe ningún producto de este tipo debido a que su principal ingrediente es el coco, y en la isla hay carencia de este fruto.

De igual manera desde el punto de vista teórico y metodológico el desarrollo de este proyecto se constituye en la mejor manera de poner en práctica todos los conocimientos adquiridos, y se convierte en un incentivo para la investigación en cuanto a normatividad y reglamentación en materia de exportación desde Colombia a España.

#### **0.4 METODOLOGIA DEL TRABAJO**

La investigación es de tipo descriptiva ya que consiste en identificar cuales son las características y requisitos para ingresar a el mercado de España. La investigación constara con las siguientes fases:

1. Recolección de la información: Se recopilara información a través de fuentes secundarias, principalmente información de las principales páginas Web sobre licores y sobre el país al cual se desea exportar, en este caso, España.
2. Análisis y clasificación de la información: Se selecciona toda la información que tenga relación estrecha con la exportación de nuestro producto, crema de licor de coco.
3. Desarrollo de los objetivos propuestos: Se desarrollan los temas propuestos en la investigación de acuerdo con los objetivos planteados después de procesar y analizar la información.

4. Conclusiones de la investigación: Se darán conclusiones acerca de lo analizado durante la investigación, determinando la viabilidad del proceso de exportación de la crema de licor de coco desde Colombia hacia España.

## **0.5 LOGROS ESPERADOS**

1. Elaborar un documento que sirva de guía a aquellas personas que estén interesados en exportar licores o derivados a España.
2. Fomentar la creación de nuevas ideas de negocio con un enfoque de internacionalización para generar más oportunidades de empleos.
3. Fomentar la idea de llevar productos Colombianos a mercados internacionales.



## INTRODUCCION

Gracias a la globalización de los mercados y a la eliminación de barreras al comercio debido a la creciente búsqueda de acuerdos comerciales entre los países, la competencia cada vez es mayor. Hoy en día pensar en satisfacer únicamente la demanda local no es suficiente, por ende para poder ser competitivos es necesario aventurarse a explorar nuevos mercados.

Por todo lo anterior, una ruta exportadora de crema de licor de coco al mercado Español, se constituye en una buena opción de negocio.

La presente monografía describe los pasos necesarios para realizar una efectiva exportación de crema de licor de coco al mercado Español. En el primer capítulo se hace una descripción técnica del producto, la crema de licor de coco, en donde se describe el proceso de producción, características técnicas, entre otros. En el segundo capítulo se analiza toda la información referente a las exportaciones totales del producto a dicho mercado. En el tercer capítulo se describe y se analiza el mercado objetivo, España, como por ejemplo su economía, situación política, balanza comercial, indicadores demográficos, entre otros, para identificar las oportunidades de dicho mercado. En el cuarto capítulo se analiza la demanda y la oferta del producto en dicho mercado. En el quinto capítulo se describen todos los requisitos que debe cumplir el exportador para poder llevar a cabo la exportación al mercado objetivo. En el sexto y séptimo capítulo se describe y se analiza la gestión y el sistema logístico de exportación de dicho producto.

## **1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA CREMA DE LICOR DE COCO**

El producto a exportar tiene como principal ingrediente el coco y es este componente el que lo hace más llamativo, se comenzará haciendo una descripción del producto a exportar haciendo una breve explicación del coco, haciendo referencia a su origen, usos, aplicaciones, entre otros.

### **1.1. DESCRIPCIÓN DE LA FRUTA (COCO)**

El coco es el fruto que brota de las palmeras, las palmeras pertenecen a la familia de las Palmáceas, las palmeras son de clima tropical y son la base de sustento para muchos debido a que son multipropósito ya que todas sus partes son aprovechadas, por ejemplo, el fruto (coco) sirve de alimento, la corteza del coco sirve para hacer artesanías, las hojas de la palmera son utilizadas como refugio para hacer techos, como decoración, entre otras.

El tallo de la planta es usualmente utilizado para la construcción, por su potencial acción antiséptica y diurética, en muchos países tropicales se emplea como remedio popular contra el asma, la bronquitis, contusiones, quemaduras, estreñimiento, disentería, tos, fiebre, gripe, etc. Por esta y muchas más razones la palmera es uno de los recursos naturales más importantes y más cultivados a nivel mundial. Una de las grandes ventajas que tiene esta fruta es que se puede disponer de ella todo el año.

En la industria culinaria, el coco es uno de los frutos más utilizados debido a su gran funcionalidad y su sabor tan intenso y tan delicioso, además cuenta con una gran riqueza a nivel nutricional, como se puede observar en la siguiente ficha nutricional:

## FICHA NUTRICIONAL

| <b>Cada 100g de Coco contiene (%)</b> |      |
|---------------------------------------|------|
| Calorías                              | 355  |
| Grasa(g)                              | 36   |
| Hidratos de carbono (g)               | 3,7  |
| Fibra (g)                             | 10,5 |
| Potasio (mg)                          | 405  |
| Magnesio (mg)                         | 52   |
| Vitamina E (mg)                       | 0,7  |
| Vitamina C (mg)                       | 2    |
| Ácido fólico (mcg)                    | 26   |

FUENTE: <http://es.wikipedia.org/wiki/Coco>

## 1.2. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LA CREMA DE LICOR DE COCO

### 1.2.1. Materia Prima

- Alcohol extra puro
- Leche de coco
- Crema de leche de vaca
- Azúcar
- Esencia de vainilla
- Emulsionante a base de aceite vegetal

Todos los ingredientes necesarios para la producción de la crema de licor de coco son de fácil acceso.

A continuación se explicara brevemente los procesos de producción del alcohol extra puro y de la leche de coco, a manera de información general, pero por razones de

costos y de practicidad, todos los ingredientes necesarios para la elaboración de la crema de licor de coco pueden ser comprados como en este caso.

**1.2.2. Proceso de Producción del Alcohol<sup>1</sup>.** El proceso de producción de alcohol se inicia con la adecuada preparación de mostos (melaza y/o miel virgen, levadura y nutrientes), el mosto se ajusta a una concentración de aproximadamente 12 % Beaume porque a mas altas concentraciones la actividad de la levadura se disminuiría considerablemente. El proceso de la fermentación del alcohol dura aproximadamente 2 o 3 días. Una vez fermentados por la acción de la levadura, produce etanol y gas carbónico. Luego se somete al proceso de destilación y se obtiene con esto un alcohol entre los 95.5% y los 96%. Los tipos de alcoholes que se producen son: alcohol extra puro, alcohol industrial, alcohol para rones (tafias) y alcoholes superiores (aceite de fúsel). A partir del alcohol extra puro y mezclándolo con distintos componentes, se elabora la crema de licor de coco.

**1.2.3. Proceso de Producción de la leche de coco.** El coco es triturado o rayado y se le agrega agua hirviendo. Se debe remover la mezcla y se deja enfriar. Luego se cuela el compuesto por un lienzo de algodón limpio, Para aprovechar mejor la pulpa de coco, es recomendable agregar un poco de agua hirviendo y repetir la operación. Se puede utilizar leche en lugar de agua.

**1.2.4. Proceso de producción de la crema de licor de coco<sup>2</sup>.** El primer paso para la producción de la crema de licor de coco es mezclar en un tanque la crema de leche de vaca y la leche de coco hasta que quede una mezcla homogénea, todos los ingredientes deben estar a temperatura ambiente y se debe mezclar constantemente, la temperatura de la mezcla nunca debe superar los 25 grados Celsius o 77 grados Fahrenheit para evitar que esta se corte. Teniendo la primera mezcla lista,

---

<sup>1</sup> Información suministrada por Yidios Sedan Ex Gerente Licorera de Bolívar

<sup>2</sup> Información suministrada por Yidios Sedan Ex Gerente Licorera de Bolívar

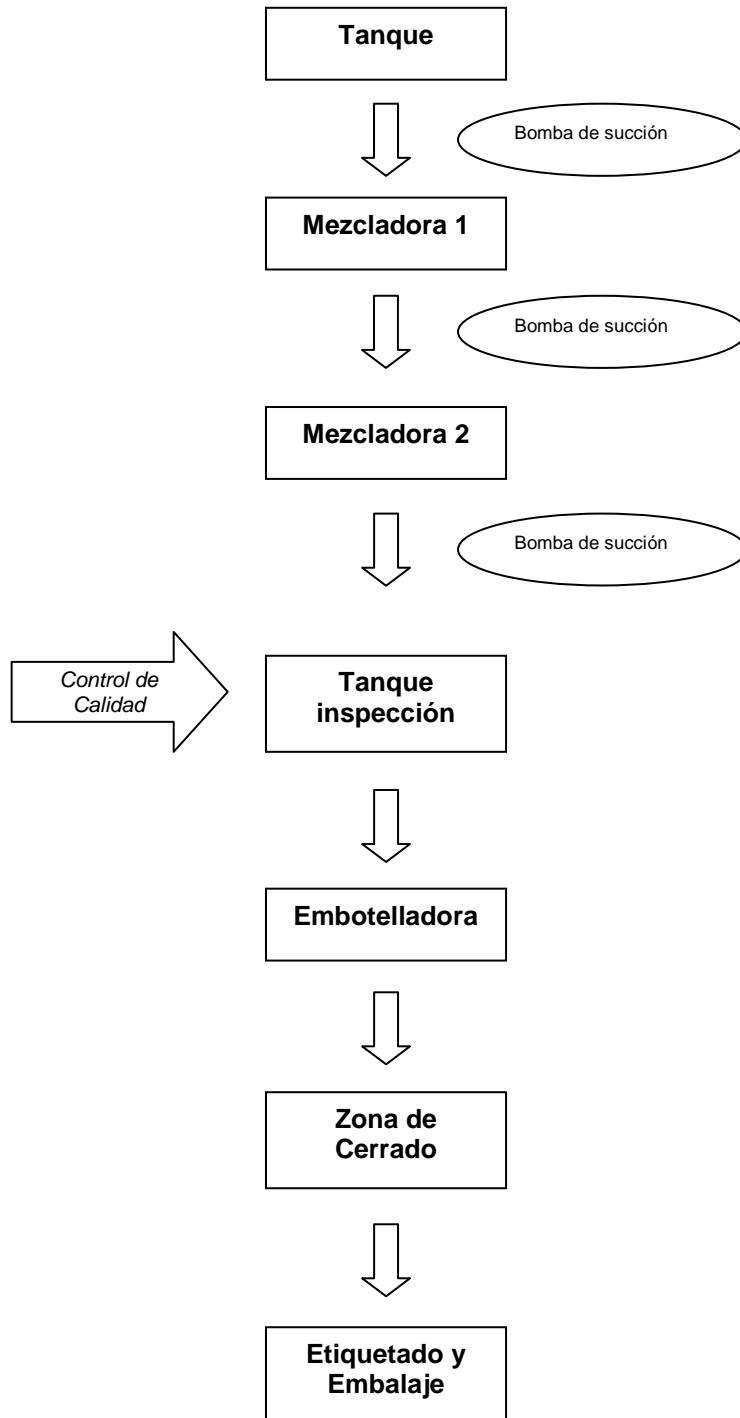
esta es llevada a una mezcladora (1) con la ayuda de una bomba de succión en donde se le agrega el alcohol extra puro y el emulsionante a base de aceite vegetal. El alcohol extra puro debe tener una concentración de 17% ya que esta es la concentración estándar para las cremas de licor. El emulsionante facilita la homogeneización de la mezcla obteniendo una emulsión y previene que el alcohol y la crema se separen durante su almacenaje. Esta emulsión luego pasa a otra mezcladora (2) con la ayuda de una bomba de succión en donde se adicionan los demás ingredientes, azúcar y esencia de vainilla.

La mezcla obtenida deberá ser enviada a un tanque de inspección por sistema de bombeo a través de una bomba de succión, para una inspección de calidad. Aprobada la prueba, la mezcla debe ser enviada de nuevo a través del sistema de bombeo a la zona de envase en donde por intermedio de una llenadora, se envasa la crema en las botellas. Continuando con el proceso, las botellas son enviadas a la zona de cerrado (tapas) y posteriormente se etiquetado. Con el producto listo se procederá al embalaje de las botellas en sus respectivas cajas individuales y luego a cajas para su distribución (12 botellas por caja).

No es necesaria la utilización de preservativos debido a que el alcohol actúa como tal, pero cabe mencionar que a diferencia de los demás licores, las cremas de licor cuentan con una vida limitada, aproximadamente 24 meses después de su elaboración y deben ser conservadas a una temperatura entre 0 y 25 grados Celsius o entre 32 y 77 grados Fahrenheit.

El proceso de producción de la crema de licor de coco se ilustrará con la ayuda de un diagrama de flujo.

### 1.2.5. Diagrama de flujo del proceso productivo



Fuente: Información suministrada por Yidios Sedan Ex Gerente Licorera de Bolívar

### 1.3. INFORMACIÓN REQUERIDA PARA LA EXPORTACIÓN DE LA CREMA

**1.3.1. Breve descripción.** Para cremas de Licor la subpartida Arancelaria es la 2208.70.20.00, el gravamen con el que se debe liquidar es del 20%. Este producto paga un IVA del 35% por ser una bebida alcohólica. Unidad comercial de 1 litro<sup>3</sup>.

**1.3.2. Descripción detallada de la Subpartida.** Alcohol Etilico sin desnaturalizar, con grado alcohólico volumétrico inferior al 80% Vol., aguardientes, licores y demás.<sup>4</sup>

#### 1.3.3. Documentos aduaneros requeridos para la exportación

- Dex: Documento de Exportación o AE: Autorización de Embarque.
- Factura comercial.
- Lista de empaque si se requiere.
- Registro Sanitarios o vistos buenos.
- Otros documentos exigidos para el producto a exportar.<sup>5</sup>

Hay que tener en cuenta la importancia de las Sociedades de Intermediación Aduanera (SIA). Puesto que son quienes finalmente tienen la responsabilidad de que la salida de la mercancía se lleve a cabo exitosamente, para concluir satisfactoriamente con el proceso de exportación.

La Exportación genera la obligación de reintegrar las divisas percibidas, es porque los exportadores de acuerdo con lo establecido en el régimen cambiario deberán efectuar la venta de las divisas a través de los intermediarios financieros autorizados por el Banco de la República, a saber: Bancos comerciales y entidades financieras, para ello el exportador deberá previamente diligenciar la declaración de cambio correspondiente y realizar la venta de las divisas a su intermediario cambiario.

---

<sup>3</sup> Datos suministrados por la SIA Aduanas Hubemar.

<sup>4</sup> Texto tomado del Arancel de Aduanas.

<sup>5</sup> Datos suministrados por Liliana Sierra Analista Líder Operaciones Aduaneras, Sociedad Portuaria Regional de Cartagena

Aunque el exportador tiene plena libertad para otorgar los plazos al comprador en el exterior, si el plazo supera los 12 meses contados a partir de la fecha de la declaración de exportación, deberá en este mismo periodo, informar al banco de la republica, sin embargo se exceptúan aquellas exportaciones cuyo valor sea inferior a US\$10.000.



## 2. EXPORTACIONES TOTALES DEL PRODUCTO

En esta sección se describe el comportamiento de las exportaciones de productos relacionados con bebidas alcohólicas y no alcohólicas en estudio durante los últimos tres años, además, se explican aspectos relacionados con el destino de las exportaciones colombianas a nivel mundial y la concentración regional de las exportaciones. Si bien entre los años 2003 y 2006 se mostro una tendencia decreciente en el ritmo de las exportaciones colombianas al mercado de España, dicha tendencia cambio a finales de 2006, en la cual registro un aumento del 5,1%.

Toda esta información es útil en la descripción de la demanda actual y potencial del producto bajo estudio.

### 2.1. Descripción del producto a exportar:

- **Sector:** Agroindustrial
- **Subsector:** Bebidas Alcohólicas y No Alcohólicas
- **Posición arancelaria:** 2208702000

**Tabla 1. Exportaciones Totales del Producto**

| EXPORTACIONES TOTALES DEL PRODUCTO |               |                      |             |                      |             |                               |             |
|------------------------------------|---------------|----------------------|-------------|----------------------|-------------|-------------------------------|-------------|
| 2003                               |               | 2004                 |             | 2005                 |             | 2006<br>Enero -<br>Septiembre |             |
| PESO<br>NETO<br>(Kg)               | FOB<br>(US\$) | PESO<br>NETO<br>(Kg) | FOB<br>US\$ | PESO<br>NETO<br>(Kg) | FOB<br>US\$ | PESO<br>NETO<br>(Kg)          | FOB<br>US\$ |
| 123,941                            | 220,864       | 110,172              | 188,792     | 78,531               | 142,431     | 5,929                         | 12,623      |

Fuente: Proexport Colombia

La Tabla 1 se muestra que en el año 2003 el país exporto cerca de US \$ 220.864, aunque para el 2004 la cifra de exportación descreció siendo de US\$ 188.792 FOB, con una tasa de decrecimiento de 14.5%. Para el 2005

continuó el ritmo decreciente de las exportaciones del producto, siendo la disminución de 24.5%.

Durante el periodo de enero a septiembre del año 2006 se han realizado exportaciones por US\$ 12.623 FOB. Lo que podemos identificar con estas cifras es que durante el transcurso de los años las exportaciones del producto a España. La explicación asociada a la disminución de las exportaciones del producto al mercado español se asocia al crecimiento de la competencia tanto de bebidas alcohólicas y no alcohólicas a nivel mundial.

**Grafico 1. Exportaciones Totales del producto – PERIODO 2003-2006**



Fuente: Proexport Colombia

El grafico 1 muestra el decrecimiento de las exportaciones del producto durante los últimos tres años, pero datos recientes indican que las exportaciones del producto a finales del año 2006 llegaron a USD \$150.057 FOB<sup>6</sup>, lo que genero un aumento del 5.1% con respecto al año 2005 que fue de USD\$ 142.431. Es decir, que las exportaciones del producto vuelven a tener un crecimiento interesante, lo que da como resultado una aceptación del mercado objetivo.

<sup>6</sup> Datos Suministrados por [www.proexport.gov.co](http://www.proexport.gov.co)

## 2.2. Destino de las exportaciones

Tabla 2. Destino de las exportaciones

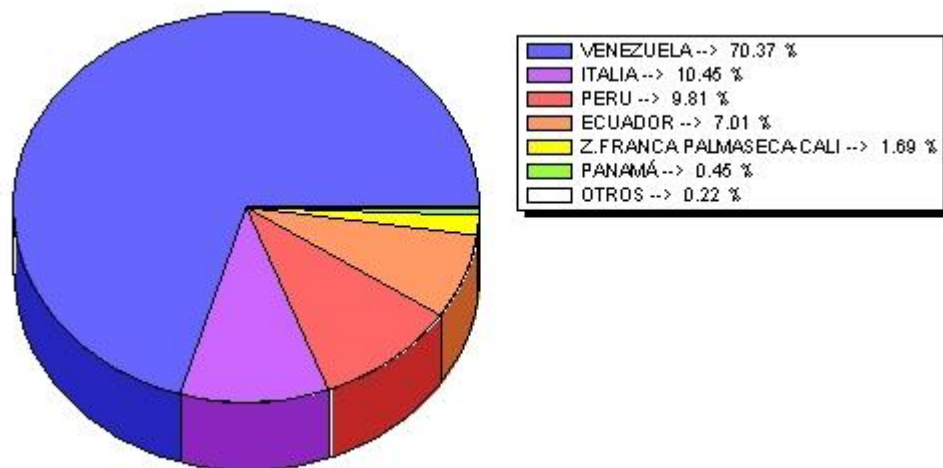
| DESTINO DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS |                      |               |                      |               |                      |               |                  |                               |               |
|--|----------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|------------------|-------------------------------|---------------|
| PAÍS                                     | 2003                 |               | 2004                 |               | 2005                 |               |                  | 2006<br>Enero -<br>Septiembre |               |
|  | PESO<br>NETO<br>(Kg) | FOB<br>(US\$) | PESO<br>NETO<br>(Kg) | FOB<br>(US\$) | PESO<br>NETO<br>(Kg) | FOB<br>(US\$) | Particip.<br>(%) | PESO<br>NETO<br>(Kg)          | FOB<br>(US\$) |
| VENEZUELA                                | 95,960               | 127,872       | 95,960               | 148,919       | 59,975               | 100,224       | 70.37            | 10                            | 32            |
| ITALIA                                   | 0                    | 0             | 0                    | 0             | 5,385                | 14,891        | 10.45            | 0                             | 0             |
| PERU                                     | 5,992                | 9,827         | 6,754                | 13,326        | 7,072                | 13,971        | 9.81             | 5,517                         | 11,820        |
| ECUADOR                                  | 0                    | 0             | 0                    | 0             | 5,228                | 9,982         | 7.01             | 0                             | 0             |
| Z.FRANCA<br>PALMASECA-<br>CALI           | 0                    | 0             | 194                  | 913           | 495                  | 2,400         | 1.69             | 0                             | 0             |
| PANAMÁ                                   | 1,530                | 4,226         | 0                    | 0             | 344                  | 645           | 0.45             | 102                           | 105           |
| Z. FRANCA<br>PACIFICO                    | 0                    | 0             | 0                    | 0             | 18                   | 212           | 0.15             | 0                             | 0             |
| SUIZA                                    | 0                    | 0             | 0                    | 0             | 16                   | 106           | 0.07             | 0                             | 0             |
| REINO<br>UNIDO                           | 59                   | 584           | 0                    | 0             | 0                    | 0             | 0.00             | 0                             | 0             |
| RUSIA                                    | 0                    | 0             | 0                    | 0             | 0                    | 0             | 0.00             | 2                             | 6             |
| ESPAÑA                                   | 5,298                | 30,006        | 7,256                | 25,500        | 0                    | 0             | 0.00             | 0                             | 0             |
| FRANCIA                                  | 0                    | 0             | 1                    | 22            | 0                    | 0             | 0.00             | 0                             | 0             |
| ARGENTINA                                | 0                    | 0             | 5                    | 51            | 0                    | 0             | 0.00             | 0                             | 0             |
| AUSTRALIA                                | 0                    | 0             | 3                    | 60            | 0                    | 0             | 0.00             | 0                             | 0             |
| BOLIVIA                                  | 0                    | 0             | 0                    | 0             | 0                    | 0             | 0.00             | 298                           | 660           |
| CHILE                                    | 15,082               | 48,334        | 0                    | 0             | 0                    | 0             | 0.00             | 0                             | 0             |
| COSTA RICA                               | 20                   | 15            | 0                    | 0             | 0                    | 0             | 0.00             | 0                             | 0             |
| TOTAL                                    | 123,941              | 220,864       | 110,172              | 188,792       | 78,531               | 142,431       | 100.00           | 5,929                         | 12,623        |
|  |                      |               |                      |               |                      |               |                  |                               |               |

Fuente: Proexport Colombia

La tabla 2 se muestra los destinos más importantes de las exportaciones de Colombia de bebidas alcohólicas no alcohólicas. Venezuela es el país en donde que tiene la mayor participación de las exportaciones con un 70.37%, durante el periodo 2003 al 2005, lo sigue Italia con 10.45%, luego Perú con 9.81% durante el mismo periodo, otros países que reciben son España, Ecuador, Chile, Panamá y la Zona Franca Palma Seca-Cali

España entre los años 2003 y 2004 tuvo una buena participación, ubicándose en el 2004 como el segundo mayor importador de los productos Colombiano, con un valor de USD\$ 25.500 lo que significa alta demanda del producto.

**Grafico 2. Destino de las exportaciones del producto**



**2005**

Fuente: Proexport Colombia

Se puede observar de manera muy clara en el grafico anterior que Venezuela es el país en donde se perciben el mayor porcentaje de las exportaciones del país, durante el año 2005 España no tuvo gran participación de las exportaciones del producto, pero durante el periodo 2003 y 2004 si lo tuvo, estando como segundo país en requerirlo debido a la gran calidad y sabor de los productos de bebidas alcohólicas.

## 2.3. Concentración regional de las exportaciones

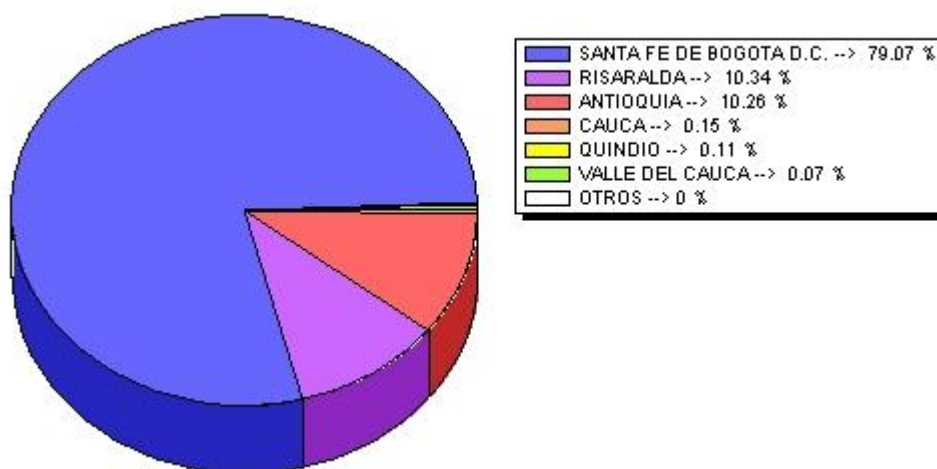
Tabla 3. Concentración regional de las exportaciones

| CONCENTRACIÓN REGIONAL EXPORTACIONES - 2005 |                  |                 |               |
|---|------------------|-----------------|---------------|
| DEPARTAMENTO                                | VALOR FOB (US\$) | NUMERO EMPRESAS | PARTICIP. (%) |
| SANTA FE DE BOGOTA D.C.                     | 112,606          | 3               | 79.06         |
| RISARALDA                                   | 14,729           | 1               | 10.34         |
| ANTIOQUIA                                   | 14,616           | 1               | 10.26         |
| CAUCA                                       | 212              | 1               | 0.15          |
| QUINDIO                                     | 162              | 1               | 0.11          |
| VALLE DEL CAUCA                             | 106              | 1               | 0.07          |
| TOTAL                                       | 142,431          | 7               | 100.00        |

Fuente: Proexport Colombia

La tabla 3 muestra como es la concentración regional de las exportaciones en Colombia, Santafé de Bogotá muestra la mayor participación con 79.06% debido a que es la ciudad donde hay más empresas, cuenta con 3 y su valor en US\$ durante el 2005 fue 112.606, lo sigue Risaralda con una participación del 10.34% y su valor en US\$ 14.729; Antioquia sigue con una participación del 10.26% y valor en US\$ 14.616.

**Grafico 3. Concentración regional de las exportaciones 2005**



Fuente: Proexport Colombia

El gráfico 3 muestra como ha sido la concentración regional de las exportaciones en Colombia, existe un crecimiento de las exportaciones realizadas en Antioquia debido que actualmente existen 1107 empresas exportadoras, las cuales exportaron US\$ 1.781 millones en 2005, de estas empresas 136, contribuyen con un 95% del total exportado por empresas de Medellín<sup>7</sup>

Uno de los factores por la cual Bogotá es la ciudad donde se concentran más las exportaciones, es debido que posee la principal terminal aérea del país y uno de los más importantes en América Latina, El aeropuerto el Dorado, el 56% de las exportaciones de Bogotá se realizan vía aérea y el 44% restante por vía terrestre.

<sup>7</sup> [www.intellexport.com](http://www.intellexport.com)

### **3. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DE ESPAÑA**

En esta sección se analizó el mercado español, identificándose todas las variables que tienen incidencia en el proyecto, tales como: población, comportamiento de la economía, políticas y acuerdos comerciales, balanza comercial, entre otras. A continuación se detallan las variables citadas.

#### **3.1. POBLACIÓN Y GEOGRAFÍA**

España es el quinto país más grande de Europa y el octavo a nivel mundial, con una superficie aproximada de más de 500,000 Kilómetros cuadrados. En el 2005 su población total fue de aproximadamente unos 44,1 millones de habitantes. Lo cual arroja que el país tuvo un crecimiento del 8% con respecto al 2004. Las ciudades de España con el número de población más alto son, su capital Madrid, seguida de Barcelona, Valencia, Sevilla, entre otras.

España es un país que cuenta con una gran variedad tanto geográfica como cultural, debido a esto cuenta con diferentes tipos de clima según la zona y diferentes costumbres, creencias, lenguajes, entre otros. Pero en general se podría decir que España es un país montañoso.

#### **3.2. ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA**

Durante los últimos trece años la economía española ha tenido un crecimiento económico favorable, en lo que va corrido de este año se prevé que la economía tendrá un crecimiento aproximado del PIB del 3,8% y que para el 2008 disminuirá un poco pero igual será positivo con un crecimiento del PIB del 3,3%. Todo esto se debe al dinamismo mostrado por la economía española desde principios del 2006 y al fortalecimiento de la economía de la Unión Europea, posicionamiento de la moneda Euro como la de mayor fortaleza, poder y valor en el mundo. Por ende en los próximos años se

espera un ajuste gradual en el consumo privado y en la industria de la construcción, mientras que la inversión en bienes mantiene su fortaleza.

Además, en 2007 se consolidan dos grandes rasgos que ratifican la transición hacia un nuevo modelo de crecimiento: compuesto por una distribución más equilibrada del PIB, con una demanda nacional más moderada y una disminución en la contribución negativa del sector exterior. Por último se prevé un repunte de la productividad.

**Tabla 4. Indicadores Macroeconómicos de España**

| <b>Indicadores</b>   | <b>2005</b> | <b>2006</b> |
|--|-------------|-------------|
| Población (Millones)   | 44,1        | 44,7        |
| Producto Interno Bruto a precios constantes (cambio % anual) | 3,4         | 3,2         |
| PIB nominal per. Capita (US\$)                               | 25,483      | 27.767      |
| IPC (%)  | 3,7         | 2,7         |
| Inflación (%)  | 3,7         | 3,5         |
| Desempleo (%)  | 9,2         | 8,6         |
| Tasa de cambio (Euro/US\$)                                   | 0,8         | 1,3         |

Fuente: Banco de España, Instituto Nacional de Estadísticas de España.

La tabla 4 muestra los indicadores macroeconómicos de España, se observa que hubo un crecimiento en la población de aproximadamente un 1,36% entre el año 2005 y el 2006, en lo que va corrido del año se cree que la población supera los 45 millones de habitantes. El PIB muestra que el porcentaje de crecimiento anual aun es positivo pero con una leve disminución, se prevé que para el presente año será de 3%, sin embargo esta por encima de la media Europea que se encuentra alrededor del 2%. El PIB nominal per. Capita tuvo un crecimiento del 9% entre el año 2005 y el 2006 y se estima que para este año el PIB nominal per. Capita será de 30,289 lo que traduce en un crecimiento del 9,2% con respecto al 2006.



En cuanto al índice de precios al consumidor se observa que hubo una disminución lo cual es muy favorable, las proyecciones indican que este detrimento se mantendrá y que el porcentaje será de aproximadamente un 2,4%. Hubo una disminución en la inflación entre el 2005 y el 2006 como reacción a la disminución del IPC, por lo que se estima que para este año la inflación baje hasta un 2% aproximadamente. Gracias al buen momento que atraviesa España a nivel económico, se disminuyó el desempleo y se prevé que este año será de aproximadamente 8,2%. La tasa de cambio nos muestra el afianzamiento que ha tenido su moneda (Euro) frente al Dólar (EE.UU).

### **3.3. SITUACIÓN ECONÓMICA DE LA EURO ZONA**

En el año 2005, se vio a esta divisa (EURO) con bastantes altibajos, debido a que todo lo que se refiere al movimiento de desarrollo económico de esta moneda, no estuvo en las mejores condiciones en comparación con años anteriores, 2004 por ejemplo; donde ya estaba superando la crisis por sectores. Estos cambios que se generaron dependieron relativamente de aspectos tales como el aumento de precio de petróleo, minimización en la demanda y la falta de familiaridad por parte de los consumidores.

Pero no todo lo sucedido en el año 2005 fue defectuoso, pues por otro parte en el ambiente político se creó una nueva reforma como la del Pacto de Estabilidad y Crecimiento con el objetivo de aumentar los incentivos para lograr un comportamiento más disciplinado en la fase alta del ciclo e introducir una mayor flexibilidad en las etapas de desaceleración. Todas las decisiones tomadas son para que la economía siga sosteniéndose y prosperando con la ayuda del gobierno, porque de este depende en gran medida de que todas las soluciones se lleven a cabo, y ponerlas en práctica es quizá la tarea más difícil que tienen que ejecutar, pues no es lo mismo decir, hacer o pensar, son 3 tareas que van de la mano, pero que al instante de profundizarlas, cada una toma su mayor grado de tendencia y es donde surge el conflicto.

Luego de que a la economía la afectan elementos cruciales, el PIB también se ve perturbado de una u otra forma como consecuencia de la disminución

en los saldos, reflujo en la tasa de ahorro. Parte de la inversión se ve acelerada en cuanto a la compra de materia prima y la restante si queda en desacelere. Todo esto genero grandes préstamos empresariales, pues las personas se dedicaron a solicitar crédito en los bancos y entidades financieras, ellos aprovecharon las bajas tasas de interés de colocación, y se dio gran pie a la financiación. Entre otras cosas las importaciones superaron a las exportaciones, no había un equilibrio en la balanza de bienes y servicios, y esto causó un deterioro en ella.

Lo más notorio fue el hecho de que el PIB arrojara un resultado negativo aproximadamente de un -0.4%, generando gran diferencia entre la evolución de un país y otro, es ejemplo, Irlanda, Grecia, España, Alemania, Holanda etc.

Entre otro de los sectores analizados no se podía dejar a un lado al mercado laboral, la incentivación del empleo se comporto débil, registrando solo 3 décimas de disminución y esto conlleva a que la tasa de paro bajara.

La productividad se empeoro y con ello el funcionamiento de los mercados, sobretodo en el sector agrícola, sin embargo el sector de la construcción si logro expandirse un poco. La inflación se estabilizo un poco, debido al subsidio de medidas fiscales, acentuación de gravámenes, y el efecto globalización, que incrementa la competitividad entre empresas para llegar a ser las mejores y obtengan gran posicionamiento en el mercado, cumpliendo con la misión del marketing que es la satisfacción de los consumidores.

Al generarse estos distintos cambios, cada uno en su respectivo sector, lo que sucede es que los países, intensifican procedimientos que ayuden a optimizar los saldos de sus cuentas públicas, lo que transcurre es que la mejora no es continua y sufren fluctuaciones que hace que no haya una economía estable y logre tocar fondos oscuros. Es por esto que la Comisión Europea, aprobó pactos de estabilidad y crecimiento, incrementando disciplina en las reglas y reformas, con la elaboración de un nuevo código de conducta por la cual se tendrán que regir ahora. Para justificar estas decisiones, el Consejo consideró

que concurrían circunstancias especiales, como la debilidad de la actividad y la elevada magnitud del esfuerzo de ajuste necesario.

Como conclusión se puede plantear que el esfuerzo por los países de estar en mejores condiciones, mejorando la calidad de vida de sus habitantes, buscando no solo el crecimiento sino consigo un desarrollo económico, ha sido bastante grande, es por esto que se han presentado algunos progresos en el campo de las finanzas públicas, aunque continúan en algunos sectores un poco desacelerados, y existen aun algunos desequilibrios fiscales.

La meta es ofrecer algunas oportunidades que muestren o aseguren el acatamiento de las obligaciones, por el déficit de aquellos países que son contagiados por este problema. No es fácil manejar estos aspectos, pero no hay que dejarse llevar por el pesimismo en que no se puede llegar a lograr una economía estable, en donde por lo menos exista un despeje económico, se logre acumular riquezas crecientes, volúmenes de capital que le den valor al logro de los objetivos.

Desde el punto de vista del proyecto la economía de España arroja muchas oportunidades para el producto de exportación, entre los aspectos más importantes muestra que la población durante el último año creció, el PIB per cápita tuvo un crecimiento durante el último periodo lo que da entender que hay mayor capacidad de consumo entre los habitantes del país objetivo. Todo gracias al dinamismo de la economía española además del fortalecimiento de la economía de la Unión Europea, y el posicionamiento de la moneda Euro a nivel mundial.

Otro aspecto que se destaca en la economía y a favor del proyecto es que el índice de precios al consumidor tuvo una disminución durante el último año y se espera que durante el transcurso del 2007 siga en esa tendencia, lo que se espera que la inflación en este país también disminuya.

### **3.4. ANÁLISIS DEL ENTORNO POLÍTICO**

España es una monarquía constitucional, en donde existe un monarca hereditario, es decir, el poder siempre estará en la familia real. El Rey es el jefe de estado y su principal función es supervisar y auditar a las diferentes instituciones para que estas funcionen correctamente. El poder esta dividido en tres grandes ramas, *el poder ejecutivo*, que lo conforman un consejo de ministros presididos por el Presidente del gobierno que ejerce como jefe de gobierno, El Rey es quien elige al presidente del gobierno. *El poder legislativo*, se establece en las Cortes generales que son la máximo representación del pueblo, este a su vez se subdivide en el Congreso de diputados y en el Senado. Por ultimo, *el poder Judicial* esta conformado por un conjunto de Juzgados y tribunales (Jueces y Magistrados) que son los que imparten justicia en nombre del Rey.

En el aspecto político se puede destacar como oportunidad para el producto de exportación, los tratados internacionales que existe entre Colombia y España, tal como es el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP-Plus), lo que ayuda que los productos de origen Colombiano penetren a muchos países de la Unión Europea, entre ellos España (Mercado Objetivo), con un arancel del 0%, además de implementar tarifas muy reducidas a los países que se encuentran dentro de este acuerdo.

### **3.5. COMERCIO EXTERIOR**

La Tabla 5 muestra como ha sido el comportamiento de la balanza comercial durante los últimos 3 años, se puede observa que ha existido un déficit cada vez mayor debido a que las importaciones superan ampliamente a las exportaciones, en el año 2003 las exportaciones fueron de US\$ 155.611 y las importaciones de US\$ 207.866 lo que da un déficit de US\$ 52.255, en el año 2004 el déficit fue de US\$ 75.618 y en el 2005 de US\$ 97.303

**Tabla 5. Balanza comercial de España**

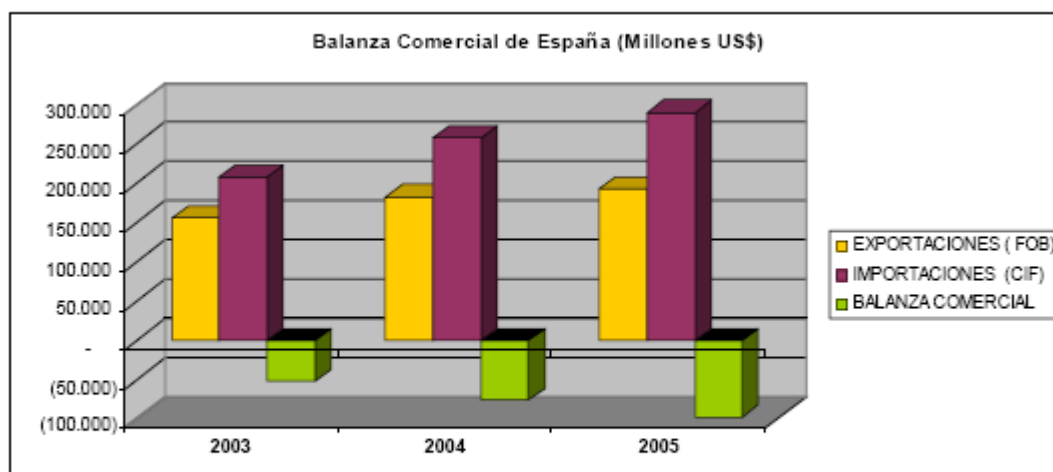
| COMERCIO EXTERIOR    | US\$ Millones<br>2003 | US\$ Millones<br>2004 | US\$ Millones<br>2005 |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| EXPORTACIONES ( FOB) | 155.611               | 182.357               | 192.498               |
| IMPORTACIONES (CIF)  | 207.866               | 257.975               | 289.801               |
| BALANZA COMERCIAL    | (52.255)              | (75.618)              | (97.303)              |

Fuente: Base de Datos Estacom del Instituto de Comercio Exterior de España - ICEX. Tomado el 27/05/06.

En la gráfica 4 se observa que en los últimos tres años la balanza comercial de España mantuvo déficit creciente al pasar de US\$ 52.255 millones en 2003 a US\$ 97.303 millones en 2005 lo que equivale a un promedio anual del 35,23%. Esta situación estuvo originada en el mayor crecimiento de las importaciones frente a las exportaciones.

Para el año 2005, el déficit se incremento en un 28.68%, motivado por un aumento de las importaciones, en el cual no alcanzo a ser compensado por el aumento de las exportaciones.

#### Grafico 4. Balanza comercial de España



Fuente: Base Base de Datos Estacom del Instituto de Comercio Exterior de España - ICEX. Tomado el 27/05/08.

El déficit que se muestra en la tabla 5 de la balanza comercial de España, para el proyecto es algo muy positivo debido que España es un país que durante los tres últimos años, está necesitando de productos del exterior para satisfacer necesidades de los consumidores locales.

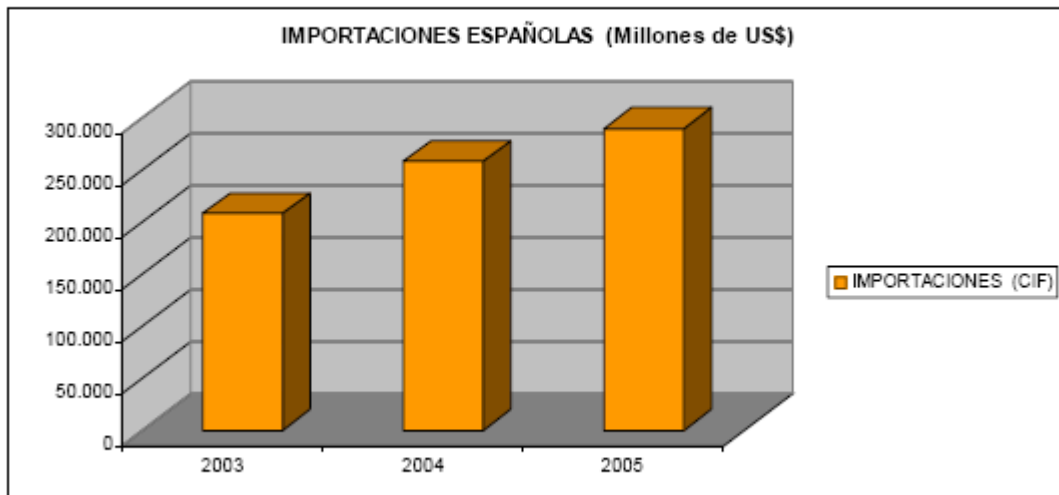
**3.5.1. Importaciones.** En general las importaciones han presentado una tendencia creciente como se puede observa en el grafico 5, durante los tres últimos años, al pasar de US\$ 207.866 millones en 2003 a US\$ 289.801 millones en el último año, registrando un crecimiento promedio anual de 17,59%. En 2005, las importaciones tuvieron un incremento de 12,34%.

El crecimiento de los importaciones durante los últimos tres años, refleja el alto volumen de productos procedentes del exterior hacia España , este crecimiento en las importaciones se ve reflejada por el alto consumo en bienes tales como automóviles, confección y otras manufacturas<sup>8</sup>, desde el punto de vista del proyecto es muy bueno debido que se ve que la economía española está creciendo y los resultados en las importaciones crecen por año,

<sup>8</sup> [www.consumer.es](http://www.consumer.es)

lo que evidencia que España necesita de productos del extranjero para suplir necesidades.

### Grafico 5. Importaciones Españolas



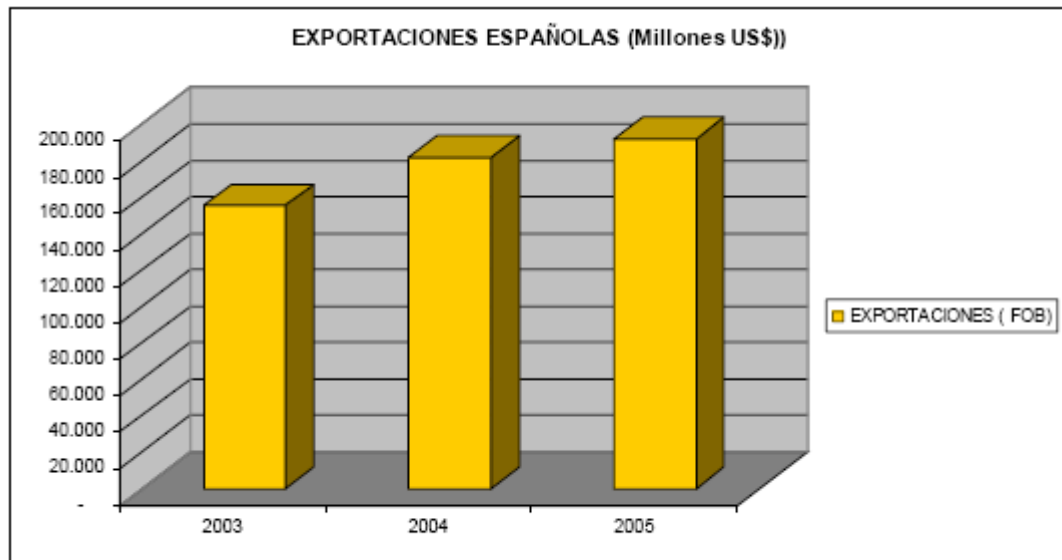
Fuente: Base de Datos Estacom del Instituto de Comercio Exterior de España - ICEX.

**3.5.2. Exportaciones.** Las exportaciones españolas han tenido una tendencia creciente durante los últimos tres años, en la grafica 6 podemos observar que al pasar de US\$ 156.611 millones en el año 2003 a US\$ 192.498 millones en 2005, para una variación promedio anual de 10,91%. Para el año 2005 las exportaciones registraron un incremento de 5,66% con respecto al año anterior.

### 3.5.3. Análisis del intercambio bilateral con Colombia

El intercambio bilateral entre Colombia y España ha tenido un déficit durante el año 2003 de US\$ 58.4 millones, debido que el total de las exportaciones fue de US\$ 197.1 millones y las importaciones en valor CIF fueron de US\$ 255.5 millones, pero en el año 2005 hubo un superávit de US\$ 15.3 millones debido que las exportaciones superaron las importaciones, durante ese año las exportaciones fueron de US\$ 348.6 millones y las importaciones de US\$ 333.3 millones.

**Grafica 6. Exportaciones Españolas**



Fuente: Base de Datos Estacom del Instituto de Comercio Exterior de España - ICEX.

**Tabla 6. Balanza Bilateral Colombo Española**

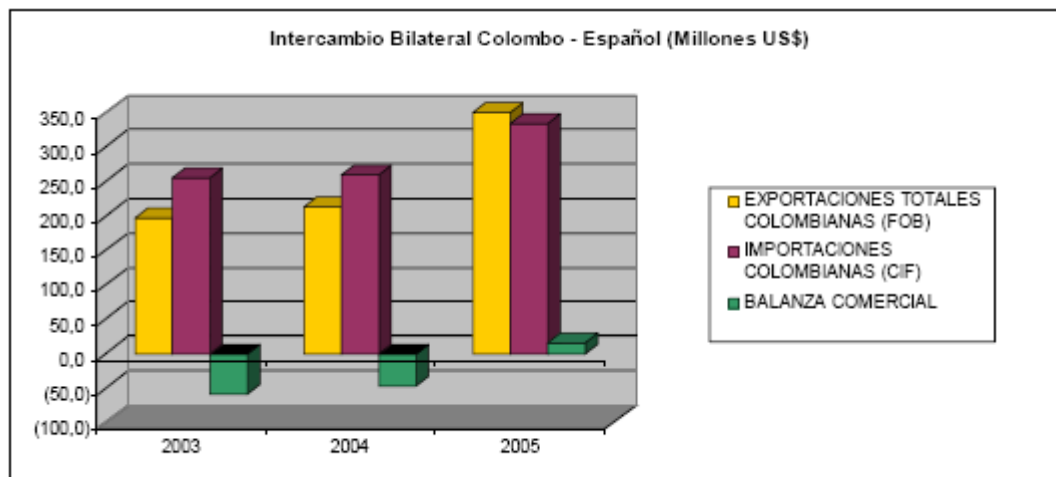
|  | US\$ Millones<br>2003 | US\$ Millones<br>2004 | US\$ Millones<br>2005 |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>EXPORTACIONES TOTALES COLOMBIANAS (FOB)</b> |                       |                       |                       |
| 1. Exportaciones Tradicionales (FOB)           | 197,1                 | 211,9                 | 348,6                 |
| 2. Exportaciones No Tradicionales (FOB)        | 113,4                 | 109,6                 | 215,0                 |
| 3. Exportaciones No Tradicionales (FOB)        | 83,7                  | 102,3                 | 133,6                 |
| <b>IMPORTACIONES COLOMBIANAS (CIF)</b>         |                       |                       |                       |
|  | 255,5                 | 258,8                 | 333,3                 |
| <b>BALANZA COMERCIAL</b>                       |                       |                       |                       |
|  | (58,4)                | (46,9)                | 15,3                  |

Fuente: DANE.

Como se explico anteriormente en la tabla 6, para el año 2005 se presento superávit respecto al año anterior motivado por un incremento en las exportaciones de 64,5%, mientras que, las importaciones crecieron un 28,77%.



**Grafica 7. Balanza Comercial Colombo Española**



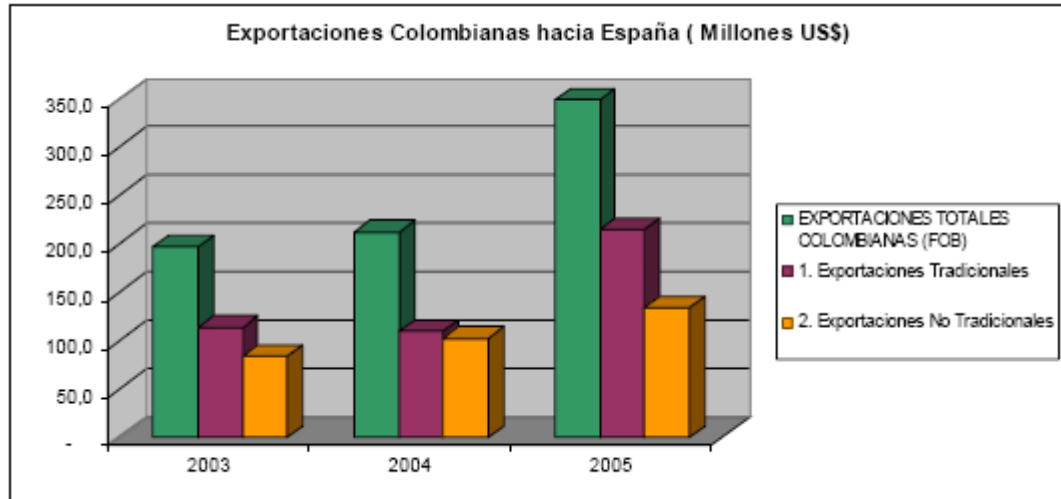
Fuente: DANE.

**3.5.4. Exportaciones Colombianas hacia España.** Las exportaciones colombianas totales hacia España han tenido un crecimiento durante los tres últimos años, su crecimiento anual fue 37,05%, en el año 2003 las exportaciones fueron de US\$ 197,1 millones, y en el año 2005 US\$ 348,6 millones. En el año 2005 las ventas de productos colombianos a España, fueron de gran importancia ya que hubo un crecimiento del 64,5% frente al año anterior.

Como se puede observar en la grafica 8, las exportaciones tradicionales presentaron en los últimos años un comportamiento favorable ya que el crecimiento promedio anual fue de 45.56%, que paso de US\$ 113.3 millones en el año 2003 a US\$ 215 millones en el año 2005. Estas exportaciones concentran el 61,67% de las exportaciones totales a España

Las exportaciones no tradicionales también han presentado un crecimiento en los últimos años, ya que en el año 2003 paso de US\$83.6 millones a US\$ 133.6 millones en 2005, estas exportaciones representan el 38,33% del total de exportado a España.

**Grafica 8. Exportaciones Colombianas Hacia España**



Fuente: DANE

**Tabla 7. Principales Productos No Tradicionales Exportados a España**

| Posición   | Producto   | US\$ FOB 2004 | US\$ FOB 2005 | Part % 2005 |
|------------|--|---------------|---------------|-------------|
| 0308139010 | CAMARONES DE CULTIVO CONGELADOS  | 18.865.468    | 24.008.114    | 17,97       |
| 1511100000 | ACEITE DE PALMA, EN BRUTO  | 5.282.103     | 18.068.538    | 13,52       |
| 0803101900 | LOS DEMAS CLAVELES FRESCOS, CORATOS PARA RAMOS O ADORNOS.  | -             | 8.542.774     | 6,39        |
| 0308139020 | CAMARONES DE PESCA CONGELADOS  | 4.198.440     | 7.022.499     | 5,28        |
| 1513211000 | ACEITE DE ALMENDRA DE PALMA Y SUS FRACCIONES, EN BRUTO   | 2.988.484     | 6.540.415     | 4,90        |
| 7204210000 | DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE ACERO INOXIDABLE   | 3.650.286     | 5.342.790     | 4,00        |
| 6408100000 | PARTES SUPERIORES DE CALZADO Y SUS PARTES, EXCEPTO LOS CONTRAFUERTE Y PUNTERAS DURAS               | 1.225.395     | 3.805.843     | 2,85        |
| 0803104000 | ROSAS FRESCAS  | 2.998.899     | 3.775.738     | 2,83        |
| 3920200090 | LAS DEMAS PLACAS, LAMINAS, HOJAS Y TIRAS, DE POLIMEROS DE PROPILENO                                | 1.618.710     | 3.811.417     | 2,70        |
| 3904102000 | POLICLORURO DE VINILO, SIN MEZCLAR CON OTRAS SUSTANCIAS, OBTENIDO POR POLIMERIZACION EN SUSPENSION | 7.740.435     | 3.493.681     | 2,61        |
|            | SUBTOTAL   | 48.344.219    | 84.211.805    | 63,03       |
|            | OTROS PRODUCTOS  | 55.972.385    | 49.398.908    | 38,97       |
|            | PRODUCTOS NO TRADICIONALES   | 102.318.604   | 133.610.711   | 100,00      |
|            | TOTAL EXPORTACIONES  | 211.923.080   | 348.620.143   |             |

Fuente: DANE.

La tabla 7 nos muestra los principales productos no tradicionales exportados a España durante los años 2004 y 2005, encabeza la lista de productos los camarones de cultivo congelados con US\$ 24.008.114 millones en el 2005, y con una participación del 17.97%, lo sigue el aceite de palma en bruto con US\$18.068.536 millones durante el año 2005 y con una participación del 13.52%. El total de productos no tradicionales durante el 2004 fue US\$ 211.923.080 y durante el 2005 de US\$ 348.620.143 con un incremento anual de 1.64%.

**3.5.5. Productos de exportación.** En 2005 los principales productos exportados por Colombia a España fueron: camarones de cultivo congelados con una participación frente al total exportado de 17,97%; aceite de palma en bruto con 13,52%; los demás claveles frescos con 6,39%; camarones de pesca congelados con 5.26%; Aceite de Almendra de palma y sus fracciones con 4,90; desperdicios y desechos de acero inoxidable con 4%, entre otros. Los diez principales productos concentran el 63,03% del total de exportaciones no tradicionales hacia España.

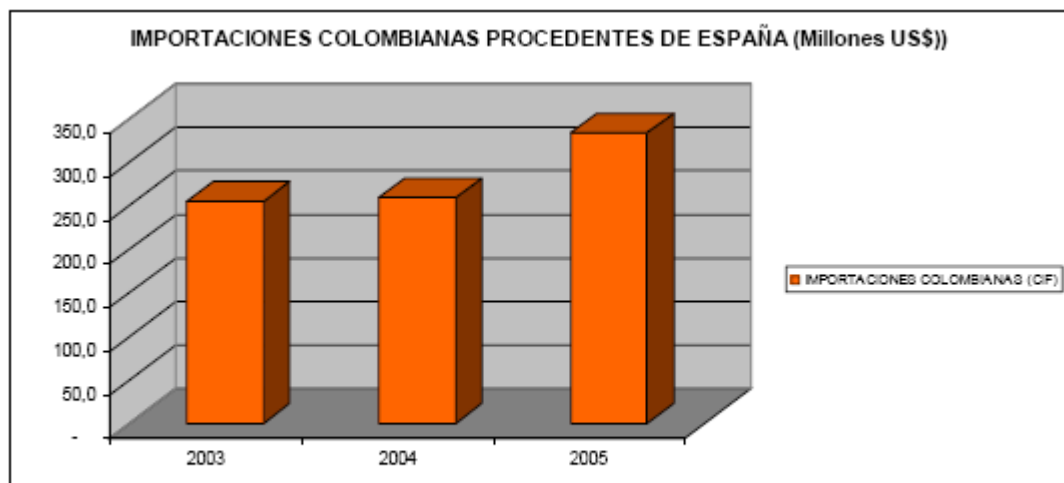
La crema de licor de coco es un producto que dentro del mercado Español es nuevo, se deduce que exportarlo es factible debido a que actualmente en ese país la demanda de licores es alta, es la sustancia toxica más consumida, además que el 13% de la población consume alcohol diariamente y los patrones de consumo están cambiado, ya que las personas preferiblemente consumen todos los fines de semana.

Además se observa que durante los últimos años las exportaciones colombianas hacia España han crecido un 37.05% lo que indica que Colombia es un país muy apetecido por España por la calidad de sus productos, otro factor importante y que demuestra que exporta este producto es factible, es que el consumo en España de alcohol los fines de semana alcanza el 43% entre los jóvenes entre 19 y 28 años y un 31% entre los 15 a 18 años. El

consumo de alcohol es mayor entre los hombres (70.8%) que entre las mujeres (36.7%) y en edades comprendidas entre 36-45 años (80.1%).<sup>9</sup>

**3.5.6. Importaciones Colombianas procedentes de España.** En la grafica 9 se ve como Colombia ha crecido durante los últimos tres años en lo que se refiere al tema de importación, durante el año 2003 las importaciones fueron de US\$ 255.4 millones, en el año 2004 de US\$ 256.7 millones y en el año 2005 de US\$ 333.3 millones, lo que se puede observar un incremento anual alrededor del 16%, y en 2005 se dio un crecimiento de 29% con respecto al año anterior.

**Grafica 9. Importaciones Colombianas Procedentes de España**



Fuente : DANE.

**3.5.7. Acuerdos comerciales entre Colombia y España (Unión Europea).**

El actual acuerdo comercial que existe entre Colombia y España es el Sistema General de Preferencias (SGP Plus), a continuación se dará una explicación detallada de su origen, función, aplicabilidad, participantes, beneficios para nuestro país, entre otros. Para ello, citamos el siguiente documento, por su excelente contenido y por que consideramos que es

<sup>9</sup> Datos suministrados por [www.saludalia.com](http://www.saludalia.com)

una información general la cual debemos manejar y entender para poder sacarle el mayor beneficio posible.

El SGP europeo concede desde 1971, preferencias comerciales a los países en desarrollo dentro de su sistema de preferencias arancelarias generalizadas.

La política comercial de la Comunidad ha de ser acorde a los objetivos de la política de desarrollo y potenciar dichos objetivos, en particular la erradicación de la pobreza y el fomento del desarrollo sostenible y la gobernanza en los países en desarrollo. Debe ajustarse además a los requisitos de la OMC y en particular, a la cláusula de habilitación del GATT de 1979 (trato diferenciado y más favorable, reciprocidad y mayor participación de los países en desarrollo).

El sistema de preferencias generalizadas consiste en un régimen general para todos los países y territorios beneficiarios y dos regímenes especiales que tengan en cuenta las necesidades concretas de los países en desarrollo cuya situación sea similar.

El régimen general aplica a todos los países beneficiarios, siempre y cuando el Banco Mundial no los considere países con ingresos elevados y sus exportaciones no sean suficientemente diversificadas.

El régimen especial de estímulo (SGP PLUS) del desarrollo sostenible y la gobernanza se aplica a países en desarrollo que son vulnerables por su falta de diversificación y su insuficiente integración en el comercio mundial, al mismo tiempo asumen la responsabilidad de ratificar y aplicar los convenios internacionales sobre derechos humanos y laborales, protección del medio ambiente y gobernanza, por lo cual tendrán preferencias adicionales, destinadas a fomentar el crecimiento económico y de éste modo responder positivamente a la necesidad de desarrollo sostenible, por tanto se suspenden

los derechos advalorem y los derechos específicos (excepto los combinados con un derecho advalorem) para los países beneficiarios.

El régimen especial de estímulo del desarrollo y la gobernanza debe aplicarse a la entrada en vigor del Reglamento (CE) No.980 de 2005 en su totalidad para ajustarse a la normativa de la OIT relativa al régimen especial de apoyo a la lucha contra la producción y el tráfico de drogas. Se mantiene la suspensión de los derechos arancelarios para los productos no sensibles y se aplica una reducción de los mismos para los productos sensibles. Se mantiene igualmente el mecanismo de graduación, así como, la retirada temporal de las preferencias.

Las normas de origen, relacionadas con la definición del concepto de producto originario establecidos en el Reglamento (CEE) No. 2454/93, deben aplicarse a las preferencias establecidas en el Reglamento (CE) No.980/2005, para garantizar que el régimen beneficie sólo a quienes está destinado.

El régimen especial de estímulo deroga desde su entrada en vigor, el régimen especial de apoyo a la lucha contra la producción y el tráfico de droga establecido mediante Reglamento (CE) No.2501/2001. El Sistema de Preferencias Arancelarias Generalizadas se aplicará en el período 2006 – 2015. El Reglamento (CE) No.980/2005 de 27 de junio de 2005, establece su aplicación hasta el 31 de diciembre de 2008.

Según el Diario Oficial de la Unión Europea L 337/50 del 22/12/2005, se publica la Decisión de la Comisión relativa a la lista de los países beneficiarios acogidos al régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza establecido en el artículo 26, letra e, del Reglamento (CE) No. 980/2005 del Consejo, relativo a la aplicación de un sistema de preferencias arancelarias generalizadas (2005/924/CE), del 1 de enero de 2006 al 31 de diciembre de 2008:

- Bolivia
- **Colombia**
- Costa Rica
- Ecuador
- Georgia
- Guatemala
- Honduras
- Sri Lanka
- Republica De Moldova
- Mongolia
- Nicaragua
- Panamá
- Perú
- El Salvador
- Venezuela

El nuevo régimen de preferencias arancelarias (SGP+) incluye 6.600 productos diferentes, 4.037 sensibles y 2.563 no sensibles, si son de origen colombiano, todos con arancel cero, excepto camarón que estará gravado con un arancel preferencial de 3,6%, el cual es menor que el arancel general que llega hasta el 12%.

En 1992, el SGP Droga beneficiaba 56% de nuestras exportaciones a Europa, para algunos productos con arancel cero y otros con rebajas arancelarias parciales. En este mismo año estaban como consecuencia de un arancel general de cero, el 31% de nuestras ventas a ese mercado, lo que significaba una liberación total de 87% exportado por Colombia. Los beneficios eran supremamente altos para nuestros productos al ingresar libres de arancel mientras que otros proveedores lo hacían con gravamen arancelario, el café

verde en esa entonces llegaba a un arancel de 9%, el café liofilizado tenía un gravamen general del 21%, las flores tenían gravámenes que llegaba a 15% y 18%. En esa época también se beneficiaban todos nuestros productos industriales, con grandes beneficios especialmente para textiles y confecciones.

Actualmente las cosas han cambiado, pero nuestra liberación comercial en la UE ha permanecido. En efecto el 84% de nuestras exportaciones entran desgravadas y continuarán haciéndolo. Únicamente el banano se verá afectado por un arancel, los demás productos ingresarán sin gravámenes arancelarios, pero por efectos diferentes como consecuencia de cambios significativos en la política comercial europea, por ejemplo, el café se desgravó para todos los orígenes y también lo hicieron algunas frutas tropicales, ciertos productos industriales y minerales. En este último año el “SGP PLUS”, como beneficio de privilegio para unos pocos países, cobijó el 19,4% de nuestras exportaciones a Europa y el 63,69% están totalmente liberadas sin tener en cuenta su origen.

El nuevo “SGP PLUS” beneficiará para los próximos 10 años a cerca del 20% de nuestras exportaciones, principalmente atún, camarón, plátano hortaliza, café liofilizado, aceites vegetales, cacao y sus productos, algunas frutas tropicales, textiles, confecciones, artículos plásticos, cerámicos de cuero, artículos de cuero, calzado, y un gran número de productos industriales.

Las exportaciones de Colombia no serán graduadas, es decir, no les podrá ser retirado el beneficio arancelario del “SGP PLUS”, en los próximos 10 años por volumen de exportaciones, ya que la nueva fórmula que se aplicará para excluir de las preferencias a países altamente competitivos, señala una participación del 15% en las importaciones totales de la UE incluidas en el SGP por secciones del Sistema Armonizado. Este porcentaje sólo lo cumplen países con muy altas exportaciones como China, India y Tailandia, entre otros.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Fuente: [www.embcolfrancia.com/2spanish/3embajada/4comercial/SGP%20PLUS](http://www.embcolfrancia.com/2spanish/3embajada/4comercial/SGP%20PLUS)



### 3.5.8. Regulaciones, restricciones y requerimientos especiales

A. **Regulaciones.** Actualmente la Unión Europea tiene un mercado abierto para los productos no agrícolas, excluyendo al petróleo. Mientras que para los productos sensibles tales como los textiles, las prendas de vestir, entre otros, se ha tomado la medida de aplicarle un arancel más alto y otro tipo de barreras no arancelarias. Gracias a la integración económica que existe en Europa se ha logrado facilitar el comercio con el resto del mundo debido a la uniformidad en los procedimientos aduaneros, aranceles y demás. Otra de las principales ventajas es la facilidad de transporte existente, lo cual hace mucho más atractivo al mercado Europeo.

B. **Normas Técnicas.** Pese a los esfuerzos para liberar el comercio en todo el mundo con la liberación arancelaria de los productos, se han creado otro tipo de controles, que son las llamadas barreras no arancelarias. En Europa se aplican muchas de ellas, tales como: Inspección Fitosanitaria, Inspección sanitaria, Control de calidad, Inspección veterinaria, regulaciones al comercio de Fauna y Flora en vías de extinción, entre otros. Este tipo de barreras son quizás peores que las arancelarias, ya que en las arancelarias simplemente se les otorga un precio, y el que quiera entrar el producto simplemente paga lo que le corresponde, mientras que para las barreras no arancelarias la situación es mas complicada ya que las trabas son de carácter objetivo y algunas veces acarrean mas gastos que las arancelarias.

a) **Estándares de Calidad Europeos.** En cuanto a los estándares de calidad en Europa se esta utilizando cada vez mas las normas ISO con el objetivo de garantizar el bienestar de los consumidores. Otro requerimiento de la UE, es la "Good Manufacturer Process"o GMP, la

cual certifica que en el proceso administrativo de la organización, y en sus sistemas de control, se desarrollan y usan "checklists" que garantizan el correcto funcionamiento de estas áreas, y el TQM que es un sistema integrado de calidad, para todas las funciones y actividades dentro de la organización.

- b) **Productos Manufacturados.** La UE ha creado la marca CE, que significa Conformidad Europea, con la que se busca garantizarles a los consumidores que los productos que lleven esta marca cumplen con todas las normas de calidad.
- c) **Productos Alimenticios.** Todas las compañías de alimentos deben cumplir con una serie de normas de higiene para el manejo de los mismos en cuanto al proceso de producción, empackado, distribución y comercialización. Dichas normas son establecidas por la UE y vienen siendo aplicadas desde el 1º de Enero de 1996.
- d) **Medio Ambiente.** Debido al deterioro del planeta ha surgido la necesidad de tomar ciertas medidas o controles para garantizar el bienestar del mismo evitando la contaminación de los recursos naturales, La UE cuenta con los siguientes controles:
  - Control de residuos de envases y embalajes: En donde se estipula los niveles máximos de concentración de los mismos.
  - Estándares para la gerencia medioambiental: El estándar más reconocido es la norma ISO 14000, en donde se demuestra que el producto se hizo con consciencia medioambiental.
  - Etiqueta ecológica: Creada para productos orgánicos cuya producción no tiene ningún impacto al medio ambiente.
- e) **Responsabilidad Social.** Un tema de gran importancia en la actualidad ya que las cuestiones de carácter social han ido adquiriendo cada vez mayor importancia, tanto para los consumidores como para

los países en las rondas de negociaciones. Las principales normas establecidas en la UE son:

- Códigos de conducta: Que garantizan la responsabilidad Social, ética e integral.
- SA 8000 (Social Accountability): Norma internacional de responsabilidad social.
- Etiqueta de comercio justo: Garantiza que el producto se hizo cumpliendo con los estándares mínimos de condiciones de trabajo y de remuneración.

C. **Tarifas.** La tabla 8 muestra los diferentes impuestos al valor agregado de los países europeos, entre los que mas se destacan por su alto valor son Dinamarca y Suecia con 25 %, lo sigue Polonia y Finlandia con 22%, luego Bélgica con 21%, después Austria, España mantiene un IVA de 16% para los productos de importación y que sean producidos en el mismo país.

D. **Empaque y Etiquetado.** En la Unión Europea la regulación en cuanto al empaque y el etiquetado se basa en la norma EU directiva 94/62/EC, donde están establecidas las normas para los diferentes productos. Es importante resaltar que para cada tipo de transporte existente una normatividad diferente, en nuestro caso que utilizaremos el transporte marítimo, en los contenedores deben venir las cajas en pallets de 80\*120/100\*120 euro pallet o 110\*100 drum pallet.

**Tabla 8. Tasa del IVA en los países de la Unión Europea**

| countries       | name of VAT          | Low | Medium | Standard |
|-----------------|----------------------|-----|--------|----------|
| Austria         | <i>MwSt</i>          | 10  | 12     | 20       |
| Belgium         | <i>BTW/TVA</i>       | 6   | 12     | 21       |
| Czech Republic  | <i>DPH</i>           | 5   |        | 19       |
| Cyprus          | <i>VAT</i>           | 5   | .      | 15       |
| Denmark         | <i>MOMS</i>          | .   | .      | 25       |
| Estonia         | <i>Käibemaks</i>     | 5   | .      | 18       |
| Finland         | <i>ALV</i>           | 8   | 17     | 22       |
| France          | <i>TVA</i>           | 2,1 | 5,5    | 19,6     |
| Germany         | <i>MwSt</i>          |     | 7      | 16       |
| Greece          | <i>FPA</i>           | 4   | 8      | 18       |
| Hungary         | <i>AFA/Adokulcs</i>  | 15  |        | 25       |
| Ireland         | <i>VAT</i>           | 4,8 | 13,5   | 21       |
| Italy           | <i>IVA</i>           | 4   | 10     | 20       |
| Latvia          | <i>PVN</i>           | 9   |        | 18       |
| Lithuania       | <i>PVM</i>           | 5,9 |        | 18       |
| Luxemburg       | <i>TVA/MwSt</i>      | 3   | 6      | 15       |
| Malta           | <i>VAT</i>           | 5   |        | 18       |
| Monaco          | <i>TVA</i>           | 2,1 | 5,5    | 19,6     |
| Netherlands     | <i>BTW</i>           |     | 6      | 19       |
| Poland          | <i>VAT</i>           | 3   | 7      | 22       |
| Portugal        | <i>IVA</i>           | 5   | 12     | 19       |
| Slovak Republic | <i>DPH</i>           |     |        | 19       |
| Slovenia        | <i>DDV</i>           | 8,5 | .      | 20       |
| Spain           | <i>IVA</i>           | 4   | 7      | 16       |
| Sweden          | <i>Mervärdeskatt</i> | 6   | 12     | 25       |
| United Kingdom  | <i>VAT</i>           |     | 5      | 17,5     |

Fuente: European Vat Refund Office - 2005

**E. Prohibiciones.** Existen algunos productos que son de prohibida importación o a los que para su ingreso se exige una licencia previa y se les exigen ciertas condiciones. Dichos productos son los denominados

peligrosos, como por ejemplo, armas, químicos, animales y plantas exóticas en peligro de extinción, entre otros.

Debido a que el país elegido para realizar la exportación se encuentra en la comunidad europea, existen ciertas ventajas a la hora de exportar como el caso del sistema generalizado de preferencias de la unión europea para los países andinos, en el cual Colombia se encuentra cobijado y que posteriormente fue prorrogado y elaborado el SGP-Plus. Dentro de los productos que poseen beneficios y ventajas para la exportación se encuentran bebidas alcohólicas y por ende el producto a exportar encaja en esta clasificación arrojando una reducción en los costos de exportación y mayor competitividad en el mercado.

De acuerdo al reglamento (CE) N°980/2005 del consejo de 27 de Junio de 2005 relativo a la aplicación de un sistema de preferencias arancelarias generalizadas, estipulan en el capítulo II sección 1, que los derechos ad valoren del arancel aduanero común sobre los productos clasificados en el anexo II como productos sensibles se reducirán 3,5 puntos porcentuales.

Las bebidas alcohólicas se encuentran cobijados dentro del anexo II del reglamento y pueden tener esta preferencia debido que son productos sensibles, además los derechos específicos del arancel aduanero común distintos de los derechos mínimos y máximos sobre los productos clasificados en el anexo II del reglamento como productos sensibles se reducirán un 30%. El producto de crema de licor de coco estaría incluido dentro de este sistema de preferencias arancelarias debido que se encuentra dentro del sector de bebidas alcohólicas.

## 4. DEMANDA Y OFERTA DE LA CREMA DE LICOR DE COCO AL MERCADO ESPAÑOL

En esta sección se preseleccionaron 3 ciudades teniendo en cuenta diferentes indicadores macroeconómicos, se hizo una comparación para determinar cuál sería el mercado objetivo para la exportación de la crema de licor de coco. Las ciudades de España preseleccionadas fueron Madrid, Barcelona y Valencia. Además se determinara la demanda y la oferta del producto en el mercado español.

### 4.1. DETERMINACIÓN MERCADO OBJETIVO

**4.1.1. Madrid.** Felipe II la convirtió en la capital de España en 1562. En la actualidad es una de las capitales más finas de Europa. Está ubicada justo en el centro de España, es el primer centro geográfico de la Península Ibérica. Debido a su ubicación central y altitud, el clima de Madrid es característico por sus cálidos veranos y fríos inviernos. Es una de las de mayor población, además Madrid no es sólo un destino cultural. Es también una metrópoli vibrante y joven llena de barras, restaurantes, bares, cafés, cines, parques, discos y clubes nocturnos. Nunca para. La mayoría de las barras y los clubes se quedan abiertos hasta muy tarde por la noche. Muchas personas consideran que Madrid es la "Capital de la vida nocturna de Europa".

**4.1.2. Barcelona.** Considerada como "La joya del mediterráneo" y una de las ciudades más hermosas de Europa, Es también la ciudad más moderna, individualista y cosmopolita de España. Está ubicada en el noreste del país, sobre la costa del Mediterráneo, cerca de la frontera francesa. Las dos lenguas oficiales son el catalán y el castellano. Es la segunda en nivel de importancia.

4.1.3. **Valencia.** Ubicada en el sector oriental de España sobre la orilla del mar Mediterráneo. Está cerca de la boca del río Turia. No sólo es una ciudad dinámica sino que también es un centro turístico de primera clase. Tiene algunas playas asombrosas, pegado a la misma ciudad, y al norte y sur de la capital. Durante el verano, la ciudad y las playas se ponen atestadas de turistas. Después de que cae el sol, la verdadera diversión empieza. Valencia tiene una vida nocturna excitante. Literalmente hay cientos de barras, bares y clubes nocturnos para elegir.

**TABLA 9. INDICADORES MACROECONOMICOS CIUDADES**

| <b>INDICADORES</b>                    | <b>MADRID</b> | <b>BARCELONA</b> | <b>VALENCIA</b> |
|---------------------------------------|---------------|------------------|-----------------|
| Población<br>(Millones de habitantes) | 3,13          | 1,60             | 0,80            |
| PIB (Millones de Euros corrientes)    | 172,608       | 46,935           | 29,876          |
| Crecimiento anual PIB (%)             | 4             | 3,3              | 4,2             |
| PIB per cápita (Euros)                | 28,850        | 28,346           | 20,239          |
| IPC Índice general (%)                | 104,6         | 121,1            | 116,3           |
| Inflación anual IPC (%)               | 3,7           | 2,8              | 3,3             |
| Tasa de Desempleo (%)                 | 5,8           | 6,8              | 8,33            |

**Fuente: Banco de España**

Según la información obtenida luego de analizar los indicadores económicos de las 3 ciudades preseleccionadas, Madrid, Barcelona y Valencia; Se observa que Madrid es la ciudad más atractiva para establecer nuestro mercado objetivo, ya que es la que cuenta con una mayor población, aproximadamente 3,13 millones de habitantes, lo

que generaría mayores oportunidades de consumo, su población dobla en tamaño a la población de Barcelona y triplica a la de Valencia. También ocurre lo mismo con el producto interno bruto, ya que el de Madrid es de aproximadamente 172,608 millones de Euros corrientes, cifra que triplica la de Barcelona.

Valencia es la que cuenta con un mayor crecimiento anual del PIB con un 4,2% mientras que Madrid cuenta con un 4% y Barcelona un 3,3%. Pese a esto Madrid sigue siendo la ciudad más atractiva ya que es la que cuenta con una mayor favorabilidad en los indicadores económicos.

En cuanto al PIB per cápita Madrid supera a Barcelona por 504 Euros, ya que Madrid cuenta con un PIB per cápita de 28,850 Euros mientras que en Barcelona es de 28,346 Euros, la cifra de Valencia es mucho menor, con 20,239 Euros. Este indicador también favorece a Madrid, ya que se puede deducir que en Madrid la población tiene un mayor poder adquisitivo.

Por su parte, el índice de precio al consumidor IPC es menor en Madrid que en las otras ciudades, lo que se puede tomar como positivo debido que el costo de vida en Madrid es menor y sus habitantes podrían destinar una mayor parte de sus ingresos a actividades de recreación, como el consumo de bebidas alcohólicas y rumbas. Por otra parte el porcentaje de inflación anual del IPC no favorece a Madrid ya que es la que tiene un mayor porcentaje con un 3,7%.

Por último, la tasa de desempleo en Madrid es la más baja, con un porcentaje de aproximadamente 5,8%, lo que traduce que gran parte de su población cuenta con un empleo y por ende un mayor número de habitantes cuenta con poder adquisitivo.

En conclusión, Madrid es la mejor opción para establecer nuestro mercado objetivo porque es la ciudad con los indicadores económicos más atractivos y favorables. Además es un gran atractivo turístico y cuenta con una vida nocturna activa lo que favorece al producto, la crema de licor de coco, por su naturaleza misma de bebida alcohólica.



## 4.2. DEMANDA DEL PRODUCTO

Uno de los factores del alto consumo de alcohol en España es que se han aumentado los estímulos para su consumo y también su disponibilidad, un 93,8% de las personas entre los 14-60 años manifiesta que les resulta fácil o muy fácil conseguir bebidas alcohólicas. Además, ha variado no sólo la cantidad sino, también, el tipo de bebidas. En la actualidad, las bebidas de mayor consumo durante los fines de semana son, con mucha diferencia, los combinados (incluyendo vino con refresco de cola): el 58,4% los había consumido algún fin de semana en el mes previo. En segundo lugar, se sitúa la cerveza (34,1%) y, a continuación, con frecuencias de entre el 26 y el 28%, los licores de fruta.<sup>11</sup>

Se puede observar que los licores de fruta tienen una gran aceptación en el mercado español, actualmente España es el séptimo país del mundo en cuanto a consumo del alcohol per cápita, con 10,5 litros<sup>12</sup>, siendo destacable el amplio arraigo social que este hábito tiene en los españoles.

Como se dijo anteriormente, Madrid será nuestro mercado objetivo, con una población de 3.130.000 habitantes aproximadamente. Basándonos en los datos del Ministerio de Sanidad y Consumo de España, que el consumo de alcohol per cápita es 10,5 litros, se deduce que en Madrid aproximadamente se consume 32.865.000 Litros del alcohol anualmente. Y desde el punto de vista de nuestro producto la crema de licor de coco, siendo que en España se consume entre el 26 y el 28% de este tipo de licor, se puede deducir que se consumen 9.202.200 litros anuales.

Ya establecida esta relación se puede decir que el consumo mensual de licores de fruta sería de 766.850 litros, Y podríamos concluir que esta posiblemente sería la demanda de nuestro producto en Madrid.

---

<sup>11</sup> [www.msc.es](http://www.msc.es)

<sup>12</sup> [www.msc.es](http://www.msc.es)

### **4.3. OFERTA DEL PRODUCTO**

Ya conociendo la cultura del mercado objetivo, España es un país donde el consumo de alcohol es muy alto y ha incrementando año tras año. La edad promedio de iniciación de consumo de alcohol esta alrededor de los 14 años. España es un país donde el control para el consumo de alcohol es poco, es por eso que el consumo de este se da desde muy tempranas edades.

Madrid es una ciudad donde el PIB per cápita es de 28.850, el cual se refleja en alto poder adquisitivo, con este dato esperamos que al momento que nuestro producto ingrese al mercado de España este tenga una buena aceptación que permita ir incrementando la oferta exportable a medida que se vaya ganando terreno en el mercado objetivo.

Conociendo la demanda aproximada del producto que se estima será de 766,850 litros mensuales podemos determinar que nuestra oferta exportable será del 5% del total de la demanda, es decir, aproximadamente 38342 litros que abarca, 3195 cajas que contienen 12 botellas de 1 litro.

Se estima este porcentaje en la oferta del producto debido que el producto es nuevo en el mercado objetivo, y la penetración del producto requiere de tiempo para darse a conocer y que obtenga buena demanda.

## **5. REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR EL EXPORTADOR**

Es de vital importancia al momento de realizar una idea de negocio, sobre todo si es de exportar algún producto o servicio, es necesario que se cumplan una serie de requisitos tales como la creación y constitución de una empresa, además de inscribir a la organización en una Sociedad de Comercialización Internacional (C.I) ya que son un instrumento de promoción y apoyo a las comercializaciones, a través del cual las empresas que tengan por objeto principal efectuar operaciones de comercio exterior y, particularmente, orientar sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos colombianos en los mercados externos, recibiendo además algunos beneficios tributarios.

### **5.1. PASOS PREVIOS PARA LA CREACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

Haber verificado que no exista otra empresa con la misma denominación o razón social con el mismo nombre. Esta consulta se puede hacer mediante notarias, en la pagina Web de el CAE.

- Haber verificado que no exista una marca igual para el producto que se encuentren registrados ante la Superintendencia de Industria y Comercio. (Pagina Web CAE)
- Haber realizado la consulta de uso del suelo conforme al Plan de Ordenamiento Territorial (POT) de la ciudad. Esta consulta se puede hacer ante los asesores de la Secretaria de Planeación Distrital.
- Haber realizado las consultas correspondientes a la normatividad exigida para: Seguridad Industrial, Política Ambiental, Normas de Urbanismo y sanidad. (Pagina Web CAE)
- Haber tramitado ante la notaria la minuta de constitución de la empresa para obtener la escritura publica que debe presentar al momento de acercarse a los CAE´s de la Cámara de Comercio de Cartagena, para el

caso de personas jurídicas, excepto para las unipersonales, las cuales se pueden constituir de a través de un documento privado.

## **5.2. CREACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

Los productores que deseen realizar una exportación deben crear y constituir una empresa. Este proceso lo pueden realizar en el Centro de Atención Empresarial (CAE), el cual cuenta con un sistema simplificado de tramites.

**5.2.1. Proceso para la creación y constitución de la empresa.** Con el nuevo proceso de simplificación de tramites, la única gestión que debe realizar el productor es diligenciar en cualquiera de los puntos de atención CAE de las sedes de la Cámara de Comercio de Cartagena, es la CARATULA UNICA EMPRESARIAL. Este documento se compone de un formulario básico y sus anexos. Con este solo documento y en un paso el productor obtiene:

- Registrar el establecimiento de comercia.
- Obtiene la matricula mercantil.
- Obtiene el certificado de existencia, representación legal o certificado de matricula mercantil.
- Radica la solicitud de los libros exigidos por la ley y paga los derechos correspondientes ante la Cámara de Comercio.
- Se registra ante la DIAN obteniendo su NIT (Numero de identificación tributario) y su RUT (Registro único tributario).
- Se registra ante la Secretaria de Hacienda Distrital obteniendo el registro tributario.
- Una vez creada y constituida la empresa, desde el CAE´s se realiza la Notificación de Apertura de Establecimiento de Comercio a: Bomberos, DADIS (Departamento Administrativo Distrital de Salud) y EPA (Establecimiento Publico Ambiental).

**5.2.2. Requisitos para solicitar la inscripción de una empresa en el registro como sociedad de Comercialización Internacional (C.I) y acceder al régimen de C.I.** Los siguientes requisitos los deben realizar aquellas personas que adquieren el producto en el mercado nacional para su exportación.

- Original del certificado de existencia y representación legal vigente.
- Copia del registro Nacional de Exportadores actualizados.
- Estudio de mercado.
- Original de formulario de inscripción como sociedad de Comercialización Internacional.
- Certificación del Representante legal y de la persona jurídica en el sentido que ni de ella ni su representante ha sido sancionado por infracciones tributarias, aduaneras, cambiarias y de comercio exterior durante los 5 años anteriores a la presentación de la solicitud.

La constitución como Sociedad de Comercialización Internacional deberá hacerse teniendo en cuenta los siguientes requisitos:

- Razón Social: Las sociedades de comercialización internacional C.I inscrita ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo tendrá la obligación de utilizar la expresión “SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL” o la sigla “C.I”.
- Objeto social principal: Deberá comenzar con el siguiente texto “QUE TENGA COMO OBJETO PRINCIPAL LA COMERCIALIZACION Y VENTA DE LOS PRODUCTOS COLOMBIANOS EN EL EXTERIOR, ADQUIRIDOS EN EL MERCADO INTERNO O FABRICADOS POR LOS PRODUCTORES SOCIOS DE LAS MISMAS” el resto de el objeto social lo redacta la empresa de acuerdo con sus intereses particulares.
- Registrar la sociedad ante la Cámara de Comercio de manera que en el certificado de existencia y representación legal aparezca la razón social y objeto social principal.

- Obtener ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el registro nacional de exportadores de manera que los textos de la razón social y el objeto social coincida con los escritos en el certificado de existencia y de representación legal.
- Diligenciar completamente el formulario de solicitud e inscripción como una Sociedad de Comercialización Internacional.
- Elaborar el documento de estudio de mercado.

### **5.2.3. Procedimiento para la inscripción en el Registro Nacional de**

**Exportadores.** Después de haber realizado la constitución de la empresa, ya sea como persona natural, como persona jurídica o como Comercializadora Internacional, el procedimiento a seguir para la inscripción en el Registro Nacional de Exportadores de bienes y servicios es el siguiente: El usuario debe entrar a la pagina Web del Ministerio de Comercio, Industria y turismo, portal de la pagina [www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co) , luego debe acceder al enlace de nombre “Registro nacional de exportadores”, luego debe generar su contraseña digitando el numero del NIT y el numero de la cedula del representante legal, sin espacios ni puntos únicamente los números.

El sistema automáticamente generara una contraseña la cual permitirá el acceso a Registro Nacional de Exportadores en Línea, para hacer su trámite de inscripción, renovación o modificación. La contraseña deberá tener 8 dígitos. La forma 001 dispuesta para el trámite de Registro Nacional de Exportadores en Línea, no exige el diligenciamiento de los bienes, es decir, el exportador no tendrá que relacionar los productos que fabrica, si es productor o que exporta si es comercializador. Debe marcar en la casilla “Tipo de registro” si radica bienes, servicios o bienes y servicios.

En caso que la radicación sea “servicios” o “bienes y servicios”, luego de guardar la primera parte de la información en su solicitud, el sistema le pedirá diligenciar la información correspondiente a “servicios”, ingresando los datos

requeridos. Por ultimo, el grupo operativo en Bogota y las direcciones territoriales y puntos de atención en otras ciudades, evaluarán las solicitudes y las aprobarán o rechazarán, de acuerdo con el cumplimiento del decreto 2681 de 1999 y de los requisitos establecidos para este trámite. El sistema presentará las siguientes opciones: Radicación, Consulta trámite, Consulta número de radicación, Consulta Registro Nacional de Exportadores y Consulta tablas generales.

**5.2.4. Terminación de la negociación.** El exportador contacta al cliente o importador y se fijan las condiciones en las que este desea el producto (en el caso de la crema de licor de coco, se fijan las cantidades y la fecha de entrega del producto), mientras que el exportador determina la forma de pago. Es recomendable como forma de pago la carta de crédito irrevocable y confirmado, la cual debe ser tramitada por el cliente en el exterior e informada al exportador a través de su banco comercial.

**5.2.5. Escoger la Sociedad de Intermediación Aduanera (SIA).** Si el valor de la mercancía es menor a US\$ 1,000.00 el exportador no tiene la obligación de contratar una Sociedad de Intermediación Aduanera para realizar los trámites de exportación, pero si el exportador decide contratar los servicios de la SIA, es el quien escoge a la que mejor satisface sus necesidades.

**5.2.6. Realizar la Factura Comercial.** Es una cuenta por los productos que se envían al comprador al extranjero y frecuentemente es utilizada por las autoridades aduaneras del país importador como el documento básico para determinar el valor de las mercancías sobre las cuales se aplican los derechos de importación. Los requisitos que debe cumplir una factura comercial son:

- Denominación “Factura de venta”

- Apellidos y Nombre o Razón Social y NIT.
- Apellidos y Nombre o Razón Social del adquiriente.
- Numeración consecutiva.
- Descripción específica o genérica de los bienes o servicios vendidos.
- Valor total de la operación.
- Identificación impresor.



## **6. GESTIÓN LOGÍSTICA PARA PENETRAR AL MERCADO OBJETIVO (ESPAÑA)**

En esta sección se describe el proceso logístico de transporte para la introducción del producto al mercado español. Se hace una descripción del proceso de exportación, tarifas portuarias, documentación requerida, entre otros. Estos procesos garantizaran la llegada oportuna del producto a su destino.

### **6.1. TARIFAS**

**Tabla 10. Tarifas Portuarias**

|   |            |
|---|------------|
| <b>Transporte vacío y lleno del contenedor de 20'</b> | US\$ 75.00 |
| <b>Gastos portuarios</b>                              |            |
| <b>Uso de instalaciones portuarias</b>                | US\$ 75.00 |
| <b>Descargue de contenedor</b>                        | US\$ 25.00 |
| <b>Movilización de contenedor para inspección</b>     | US\$ 65.00 |
| <b>Apertura y cierre de contenedores</b>              | US\$ 8.00  |
| <b>Armado y desarmado de pallets</b>                  | US\$ 26.00 |
| <b>Montacargas para vaciado y llenado: 2 horas</b>    | US\$ 27.00 |
| <b>Sello de seguridad</b>                             | US\$ 7.00  |
| <b>Seguro: 5% del valor de la mercancía</b>           |            |

FUENTE: CENTRO DE SERVICIO AL CLIENTE – SOCIEDAD PORTUARIA REGIONAL DE CARTAGENA

## 6.2. DOCUMENTACIÓN REQUERIDA Y RECLAMACIONES DEL SEGURO

**6.2.1. Declaración de Exportación- DEX.** El documento de exportación o Declaración de Exportación, DEX, lo expende la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales –DIAN- en sus oficinas de las distintas ciudades; en algunas ciudades también son vendidos los formularios en los almacenes de cadena.

El DEX consta de un original y cinco (5) copias y la DIAN ofrece la posibilidad de que el Documento de Exportación –DEX- sea utilizado de dos (2) formas, como Autorización de Embarque y como Declaración Definitiva.

Cuando el exportador desee realizar un embarque, deberá dentro de los tres (3) meses siguientes a la aceptación de la Autorización de Embarque, proceder al diligenciamiento y presentación de la declaración definitiva.

El exportador debe presentar el DEX ante la DIAN, para tramitar el embarque al exterior, ya sea por puerto marítimo, aéreo o terrestre.

- EL DEX es diligenciado directamente por el exportador, en el caso en que el valor de la mercancía no supere los \$1.000 dólares.
- Si la mercancía supera el valor de US\$1.000, los trámites aduaneros los debe realizar la Sociedad de Intermediación Aduanera, SIA, la que debe estar debidamente autorizada por la DIAN para realizar este proceso.

El DEX debe presentarse junto con los siguientes documentos:

- Documento de Identidad del exportador o documento que acredite su autorización a la Sociedad de Intermediación Aduanera.
- Documento de transporte (guía aérea, conocimiento de embarque o carta de porte).
- Factura Comercial en original y en español.
- Lista de empaque.

- Registros sanitarios, autorizaciones expresas y demás requisitos exigidos para la exportación del producto.

**6.2.2. Declaración Simplificada de Exportación.** Es la Declaración de Exportación para muestras sin valor comercial. Para efectos del régimen de exportación se consideran muestras sin valor comercial aquéllas mercancías que sean declaradas como tales y cuyo valor FOB no sobrepase los límites establecidos por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales mediante resolución. Este valor cambia con frecuencia, por lo que debe consultarlo antes de comprometerse al envío de la muestra. Las muestras enviadas por Proexport o por la Federación Nacional de Cafeteros, no están sujetas a límites de valor.

El café; las esmeraldas; los artículos manufacturados de metales preciosos; el oro y sus aleaciones; el platino y los metales del grupo platino; las cenizas de orfebrería, residuos o desperdicios de oro; los productos minerales con concentrados auríferos, plata y platino; y el plasma humano, órganos humanos; estupefacientes; y productos cuya exportación está prohibida, tales como los bienes que forman parte del patrimonio artístico, histórico y arqueológico de la Nación y las especies en vías de extinción, no pueden exportarse como muestras sin valor comercial.

Las exportaciones de muestras de café realizadas por la Federación Nacional de Cafeteros o las que se realicen en el marco de programas de exportación autorizados por la Federación, no están comprendidas en la anterior prohibición.

Las exportaciones de muestras sin valor comercial de productos sujetos a vistos buenos deberán cumplir con este requisito al momento de presentar la Declaración Simplificada de Exportación.

**6.2.3. Factura Comercial.** Es una cuenta por los productos que se envían al comprador en el extranjero y frecuentemente es utilizada por las autoridades aduaneras del país de destino como el documento básico para determinar el valor en aduana de las mercancías, para aplicar los derechos, gravámenes y aranceles de importación. A falta de un contrato de compraventa, la factura, aunque no constituye por sí misma un contrato, es el documento que recoge las condiciones pactadas entre las partes. La Factura Comercial es un documento fundamental e imprescindible en cualquier transacción comercial.

La factura comercial debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Debe tener impresa la denominación "Factura de venta"
- Nombre o razón social, NIT, dirección, teléfono, ciudad y país del exportador.
- Numeración consecutiva autorizada por la DIAN y fecha de elaboración.
- Nombre o razón social del comprador en el país de destino, dirección, teléfono, ciudad y país.
- Número de Identificación Tributaria –NIT- o el número que le permita identificar alguna referencia fiscal u otro tipo de información al comprador.
- Fecha de expedición
- Descripción clara y completa del producto, indicando características tales como: tipo de empaque, presentación etc.
- Valor unitario por ítem y moneda de negociación.
- Valor total por ítem y moneda de negociación .
- Valor de los fletes internos o internacionales, seguros y otros gastos (según tipo de negociación –INCOTERM acordado).
- Valor total de la exportación
- Condiciones de negociación (forma y plazo de pago)
- Firma y sello del vendedor o representante legal

**6.2.4. Documento de embarque.** Una vez entregada la mercancía, la compañía transportadora emite un documento, llamado “Documento de

Embarque”, en el que la compañía se compromete a transportar la mercancía desde un puerto o aeropuerto de origen a otro de destino. Este servicio es pagado según los términos de negociación o INCOTERM. Aplica para CFR, CIF, CPT, CIP, DAF (se paga por partes iguales entre el comprador y el vendedor), DES, DEQ, DDU, DDP. El documento de embarque dependerá del modo de transporte a utilizar: Bill of Lading (B/L) para transporte marítimo; guía aérea o Air Waybill (AWB) para transporte aéreo o Carta de Porte terrestre. En el caso de transporte multimodal, el operador OTM emitirá un DTM, o Documento de transporte multimodal; para contratos charter o de fletamento aéreo o marítimo, el documento a expedir se denomina póliza de fletamento.

**6.2.5. Certificado de origen.** Es el documento que permite que nuestro cliente se beneficie de las preferencias arancelarias que determinados países otorgan a los productos colombianos. Para que un producto pueda acogerse a las ventajas de un determinado esquema o acuerdo comercial, deberá estar acompañado, en el momento de la importación, de un Certificado de Origen emitido en Colombia, donde se indiquen las normas o criterios de origen, debidamente firmado y sellado por el funcionario habilitado por el Ministerio de Comercio Exterior en Colombia para el efecto.

Existen varios tipos de Certificados de Origen, dependiendo del Acuerdo Comercial o de los Esquemas de Preferencias con el país al cual se va a exportar.

**6.2.6. Lista de empaque.** Es preparada por el exportador y proporciona información sobre el embalaje, cantidades de bultos o cajas, su contenido, su peso y volumen así como las condiciones de manejo y transporte de las mismas, Registros sanitarios, autorizaciones expresas y demás requisitos exigidos para la exportación del producto.

La DIAN envía una copia del DEX al Mincomex con el objeto de registrar de manera definitiva la exportación.

**6.2.7. Solicitud de autorización de embarque.** La solicitud de autorización de embarque deberá presentarse ante la Administración de Aduana con jurisdicción en el lugar donde se encuentra la mercancía a través del sistema informático aduanero junto con los documentos soporte de la exportación.

Autorización de embarque e ingreso de la mercancía a zona primaria:

Una vez aceptada la solicitud de autorización de embarque, la mercancía debe ingresar a la zona primaria para inspección, en los casos que sea requerida.

Se entiende que la autorización de embarque ha sido aceptada cuando la Aduana, a través del sistema informático, asigne el número y fecha correspondiente y autorice al declarante la impresión (el declarante podrá ser el exportador o la Sociedad de Intermediación Aduanera por él contratada). En caso contrario, la autoridad aduanera, por el mismo medio, comunicará inmediatamente al declarante las causales para la no aceptación. La autorización de embarque tiene un mes de vigencia.

**6.2.8. Certificación del transportador.** El transportador elabora el documento de embarque y debe transmitir electrónicamente la

información del Manifiesto de Carga dentro de las veinticuatro horas siguientes al embarque. El sistema informático aduanero le asignará número consecutivo y fecha.

**6.2.9. Seguro.** La póliza de seguro será convenida con DeLlma Marsh que es la aseguradora líder en el servicio de carretaje de seguros y administración de riesgos. En el contrato de seguro se especificará detalladamente la cobertura del mismo.

## 7. SISTEMA LOGISTICO DE EXPORTACION

En esta sección se diseña un sistema logístico de exportación eficiente y se explican todos los procesos, consideraciones, modalidades de transporte y rutas para poder garantizar la entrega oportuna del producto al cliente en su destino final.

### 7.1. EMPAQUE Y EMBALAJE

**7.1.1. Consideraciones Básicas.** Debido a que la crema de licor de Coco esta envasada en botellas de vidrio de 1 litro, y el envase tiene un costo alto por que se manda a hacer específicamente para el producto, este es muy delicado y su manipuleo tiende a ser un poco engorroso porque es un poco pesado, por estas y por razones de seguridad es necesario que el producto sea empacado y embalado correctamente.

Las botellas deben llevar cajas individuales y posteriormente ser agrupadas en cajas más grandes de doce unidades cada una. Todo esto se debe hacer con el fin de minimizar costos o pérdidas adicionales ocasionadas por daños durante el transporte, almacenamiento y distribución del producto, a fin de que lleguen en óptimas condiciones a su lugar de destino.

**7.1.2. Unitarizacion De La Carga.** Unitarizacion significa agrupar el producto en sus respectivos sistemas de empaque y/o embalaje, sobre un pallet (estiba) debidamente asegurado con esquineros, zunchos (flejes), grapas, mallas o películas envolventes de tal manera que se puedan manipular, almacenar y transportar como una sola "unidad de carga", de forma segura.

Los principales elementos empleados para la unitarización son: pallet o estiba (esquineros, grapas, mallas o películas, rótulos), contenedores, "Big Bag", remolques y semirremolques. Estos varían según el tipo de carga.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Fuente: [www.proexport.com](http://www.proexport.com)



Para la crema del licor de coco, se utilizara como elemento de unitarizacion, pallets o estibas. Cada estiba tendrá 20 cajas, en total serán 15 estibas que posteriormente serán cargadas en un contenedor de 20 pies para su envío al país destino.

## **7.2. RUTA DE ACCESO AL MERCADO DE ESPAÑA**

Existen varias posibilidades para el acceso de los productos Colombianos al mercado español, entre las cuales se encuentran las rutas tanto aéreas como marítimas, que pueden ser de manera directa o con trasbordos hacia los principales puertos, aeropuertos, dicho costo varía según el tipo de transporte escogido, si es de manera directa el costo va a ser más elevado a diferencia que se realizara por medio de trasbordos lo cual disminuiría su costo. Existe la posibilidad de pactar un servicio de transporte multimodal lo cual vincularía dos o mas medios de transporte, como por ejemplo, marítimo y terrestre.

Gran parte de los puertos y aeropuertos de España cuentan con una excelente infraestructura de plataformas logísticas, dentro de estos se desarrollan diferentes actividades, tales como, las de operadores logísticos, de transporte y de distribución de mercancías.

**7.2.1. Acceso Aéreo.** España cuenta con una amplia red de aeropuertos que facilitan el comercio internacional, ya que ellos cuentan con servicios aduaneros, facilidades de almacenamiento y para el manejo de carga. Existen 26 aeropuertos distribuidos en las principales ciudades del país, según información suministrada por el Registro Internacional de Transporte Aéreo (IATA).

**7.2.2. Acceso Marítimo.** España cuenta con una gran infraestructura portuaria, Existen 48 puertos del estado y 204 puertos privados. Los puertos que se destacan por recibir mercancías provenientes de Colombia son: Alicante, Barcelona, Bilbao, Cádiz, Madrid, Valencia, entre otros.

**7.2.3. Servicios y tarifas.** En servicios existen diferentes opciones para los exportadores colombianos a cualquiera de los puertos antes mencionados.

Desde los puertos de la costa Atlántica colombiana, se ofrecen servicios regulares, todos ellos con transbordos en diferentes regiones lo que influye considerablemente en el tiempo de tránsito.

En cuanto a fletes la competencia internacional ha generado una desregulación, es así como hoy en día para un mismo producto y un mismo destino se pueden encontrar niveles muy diferentes.

En la tabla 11 muestra las distintas líneas marítimas que el exportador desee escoger del envío de su mercancía desde el puerto de Cartagena hacia el puerto de Madrid. El exportador considerara la frecuencia, los tipos de carga y los fletes mencionados en la tabla y deberá aplicarlos al tiempo de producción y envío de sus productos hacia al puerto de Cartagena para saber el tiempo exacto de llegada a su destino y así estimar el tiempo de espera que tendrán sus clientes en España.

**Tabla 11. Ofertas de servicio de transporte marítimo**

|                              |                  |
|------------------------------|------------------|
| <b><i>País</i></b>           | <i>España</i>    |
| <b><i>Puerto Destino</i></b> | <i>Madrid</i>    |
| <b><i>Puerto Origen</i></b>  | <i>Cartagena</i> |

| Línea Marítima           | Frecuencia | Tiempo de Transito |            | Tipo de carga |     |     |      |     |       |        |    |     | Flete |    |     |
|--------------------------|------------|--------------------|------------|---------------|-----|-----|------|-----|-------|--------|----|-----|-------|----|-----|
|                          | (días)     | Min (días)         | Max (días) | 20´           | 40´ | 45´ | 20´R | 4´R | 40´HC | 40´HCR | BB | BB1 | PP    | CC | CC1 |
| CIA. TRASATLANTICA       | 15         | 18                 | 20         | SI            | SI  | NO  | NO   | NO  | NO    | NO     | NO | NO  | SI    | NO | SI  |
| MAERSK LINE              | 8          | 24                 | 26         | SI            | SI  | NO  | NO   | NO  | NO    | NO     | NO | NO  | SI    | SI | NO  |
| ITALIA DE NAVIGAZIONE    | 7          | 18                 | 20         | SI            | SI  | NO  | NO   | NO  | SI    | NO     | NO | NO  | SI    | NO | SI  |
| DOLE OCEAN LINER EXPRESS | 7          | 13                 | 15         | SI            | SI  | NO  | NO   | SI  | SI    | NO     | NO | NO  | SI    | NO | SI  |
| N.V.O.C.C. ECULINE       | 15         | 40                 | 41         | NO            | NO  | NO  | NO   | NO  | NO    | NO     | NO | SI  | SI    | NO | SI  |

**Convenciones**

**Tipo de carga:** R = Refrigerado, H = High Cube, HCR = High Cube Refrigerado, BB = Carga Suelta, BB1 = Carga Suelta a consolidación.

**Flete:** PP = Flete prepagado, CC = Flete a cobro, CC1 = Flete a cobro sujeto a confirmación.

**7.2.4. Ruta de exportación de la crema de licor de coco desde Colombia**

**a España.** El tipo de transporte que se utilizara para la exportación, será el transporte marítimo debido principalmente a que tiene un costo bajo y a que goza con una buena frecuencia de salidas. El puerto que se utilizara será el de Madrid por que cuenta con una excelente infraestructura y además es uno de los puertos más importantes en

España, la cual facilita el transporte y disminuye el costo del envío del producto a su destino final.

### **7.3. PASOS POSTERIORES A LA EXPORTACIÓN**

**7.3.1. Cobranzas con el banco intermediario.** El exportador entregara el banco intermediario la documentación completa, es decir, el original de la factura comercial, conocimiento de embarque, lista de embarque, certificado de origen y los vistos buenos respectivos. El banco la enviara a la sucursal para que esta a su vez le entregue al importador con el fin de realizar la nacionalización del producto. Cuando la negociación sea directa, el propio exportador remitirá al importador, por la vía mas rápida la documentación descrita.

**7.3.2. Declaración de cambio.** El exportador diligencia la declararon de cambio y efectúa la venta de las divisas a través de intermediarios en el mercado cambiario, la cuenta corriente en moneda extranjera en el exterior, previamente registrada en el Banco de la República. El exportador puede vender, escoger las divisas al intermediario cambiario o vender los instrumentos de pagos en moneda extranjera, recibidos del comprador en el exterior a entidades financieras en el exterior, en los mercados cambiarios autorizados y compañías de financiamiento comercial.

**7.3.3. Reintegro de divisas.** En este el plazo máximo será equivalente a la fecha de pago acordada con el importador, adicionando seis meses. Si no se indica la fecha determinada, el plazo máximo para el reintegro será de seis meses contados a partir de la declaración definitiva del exportador.

## CONCLUSIONES

España es un gran importador a nivel internacional y durante el transcurso de los años las importaciones procedentes de Colombia han tenido un crecimiento favorable, debido a las distintas preferencias arancelarias establecidas por la Unión Europea, lo que se deduce que las exportaciones de nuestro país tengan un potencial y crecimiento en el mercado Español.

Entre dichas exportaciones, las exportaciones no tradicionales colombianas al mercado español han crecido durante los últimos años, se observa que las bebidas alcohólicas no se encuentran entre las más exportadas, pero es un producto que su consumo durante los últimos años ha ido en crecimiento y la demanda de bebidas alcohólicas es alta, por la simple naturaleza del hombre.

La crema de licor de coco es un producto altamente llamativo para el mercado español, por la naturaleza exótica del producto, además el consumo de crema de licor es muy apetecido y goza de una muy buena demanda. Por ser un producto innovador, es decir, por entra como nuevo producto al mercado, este producirá deseos y curiosidad.

Las características del producto se encuentra claramente establecidas , así como su empaque y rotulado, lo que garantiza excelentes estándares de calidad, que a su vez sea competitivo a nivel mundial y pueda ingresar cumpliendo todas las regulaciones del mercado español y la Unión Europea.

El mercado español es muy favorable para el producto, debido que existen acuerdos entre Colombia y España lo que ayuda a un intercambio de productos con ciertas ventajas con otros países. Otro aspecto importante es que la demanda del producto durante el último año tuvo un crecimiento, lo que indica aceptación del mercado español. También se destaca el alto consumo de bebidas alcohólicas de los consumidores dentro del mercado español, generando puntos favorables al producto.

El transporte y la logística dentro del mercado español son muy favorables para el producto de la crema de licor de coco, ya que hay existencia de rutas aéreas, marítimas, navieras y distribución local, que facilitara el traslado del producto a los consumidores españoles.

Con unas buenas herramientas de internacionalización como la publicidad y los canales de distribución, ayudan que el producto se posicione mejor en el mercado ya que con una buena publicidad se genera un valor agregado y un status al producto, y con un buen canal de distribución se pretende que el producto llegue al consumidor de la manera más fácil, con un bajo costo y de la manera más oportuna.

## BIBLIOGRAFIA

- DELGADO CARMONA Ramiro, Modulo Fundamentos de negocios internacionales. Cartagena, 2005
- Monografía Metodología y guía para la exportación de hamacas colombianas tradicionales hacia el mercado de Barcelona-España.
- Monografía Ruta exportadora de carne de bovina hacia al mercado de la República de Corea
- ROBLEDO FERNANDEZ Juan Carlos, Modulo Marketing Internacional. Cartagena, 2005.
- ROJAS ARMELLA Joaquín. Modulo Costos y logística de distribución internacional. Cartagena, 2005
- RUGMAN, ALAN M, Negocios Internacionales, Editorial McGraw Hill
- RUTA DEL EXPORTADOR. Revista del ministerio de comercio exterior.
- SERJE OSORIO María Helena. Modulo operaciones de exportaciones e importaciones. Cartagena, 2005
- PROEXPORT COLOMBIA. Perfil Comercial de España.

Disponible en Internet:

- [www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Ibiza\\_\(isla\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Ibiza_(isla))
- <http://www.eivissaweb.com/noticias/2006/01/turismo-illes-balears-2005/>

- [http://www.saludalia.com/Saludalia/web\\_saludalia/vivir\\_sano/doc/alcohol\\_y\\_drogas/doc/problemas\\_alcohol.htm](http://www.saludalia.com/Saludalia/web_saludalia/vivir_sano/doc/alcohol_y_drogas/doc/problemas_alcohol.htm)
- [www.consumer.es](http://www.consumer.es)
- [www.proexport.gov.co](http://www.proexport.gov.co)
- [www.intelxport.gov.co](http://www.intelxport.gov.co)
- [www.google.com.co](http://www.google.com.co)
- [www.ine.es](http://www.ine.es)
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com)