

1-1-2006

Combagom Ltda. una experiencia de importación de vinos en Colombia

Ludy Marisol Avendaño García
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica

Citación recomendada

Avendaño García, L. M. (2006). Combagom Ltda. una experiencia de importación de vinos en Colombia. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica/114

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Contaduría Pública by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

**“COMBAGOM LTDA” UNA EXPERIENCIA DE IMPORTACIÓN DE VINOS EN
COLOMBIA**

LUDY MARISOL AVENDAÑO GARCIA

**UNIVESIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE CONTADURIA PÚBLICA
TESIS DE GRADO
2006**

**“COMBAGOM LTDA” UNA EXPERIENCIA DE IMPORTACIÓN DE VINOS EN
COLOMBIA**

LUDY MARISOL AVENDAÑO GARCIA

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de
CONTADORA PÚBLICA**

**Asesor Técnico
JOSE ANGEL CASTELLANOS**

**Asesor Metodológico
ALEJANDRA MONTES**

**UNIVESIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE CONTADURIA PÚBLICA
TESIS DE GRADO
2006**

NOTA DE ACEPTACION

FIRMA DEL PRESIDENTE DE JURADO

FIRMA DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

Bogotá D.C., 26 de Noviembre de 2006

DEDICATORIA

En primer lugar le doy gracias a Dios por darme conocimiento, sabiduría, pero sobre todo paciencia para llevar a un feliz término este trabajo. A María madre de Dios pues ella sabe que la quiero mucho y que siempre esta en mi corazón.

A una extraordinaria mujer que ha iluminado mi vida, mi madre Olga Garcia por ser la fuente de inspiración para lograr con éxito este sueño tan anhelado.

A todos y cada uno de mis familiares en especial a mis tíos Alma, Jaime y Cesar Garcia, por su entrega conmigo y la gran colaboración que me brindaron de todo corazón GRACIAS.

LUDY MARISOL AVENDAÑO GARCIA

AGRADECIMIENTOS

La autora expresa sus agradecimientos así:

Al doctor José Ángel Castellanos – Asesor Técnico – por su entusiasmo, paciencia, tiempo y una colaboración desinteresada para la realización de este trabajo.

A la doctora Alejandra Montes – Asesor metodológico – por su espíritu colaborador, dedicación y la enseñanza que me transmitió día a día hasta lograr la terminación de este trabajo.

Al señor Manuel Báez Gómez, a su secretaria general y a todos los colaboradores de la empresa COMBAGOM LTDA, gracias por brindarme la asesoría y ayuda para la realización de este trabajo de grado.

A la Universidad de la Salle en especial a la facultad de Contaduría Pública, cuerpo de docentes y personal administrativo por brindarme la herramientas necesarias para culminar con éxito este trabajo.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	8
1. CAPITULO I	
1.1 Análisis del Efecto Tributario para la Importación de Vinos	9
1.2 COMBAGOM LTDA y su investigación empresarial	10
1.3 Nombre de la empresa	11
1.4 Objeto social	11
1.5 Sucursales	11
1.6 Reseña Histórica	12
1.7 Organigrama año 2000	15
1.8 Descripción de los impuestos	15
1.9 Duración de la empresa	16
1.10 Importaciones	16
1.10.1 Problemas al momento de importar vinos	16
1.10.2 Los mayores desafíos a nivel legal	17
1.10.3 Relación de documentos exigidos por el INVIMA	18
1.11 Clases de vinos que se importan	19
1.12 Riesgo	20
1.13 Vigilancia	20
1.14 Régimen	21
1.14.1 ¿Quiénes pertenecen al régimen común de ventas?	21
1.14.2 Obligaciones de los responsables del régimen común	21
1.15 Principales clientes	23
2. CAPITULO II	24

2.1 Las licoreras y el TLC	24
2.1.2 No al monopolio	25
2.1.3 Liberar la comercialización	28
2.1.4 Análisis de los efectos comerciales del TLC	29
2.2 Impuestos que se pagan en Colombia	30
2.2.1 Impuestos internos (impuestos al consumo)	30
2.3 Por que se importa de España y no de otro país	36
2.4 Leyendas y realidades del rioja	38
2.5 Problemas de orden tributario	39
2.5.1 Tarifas al impuesto de licores	40
2.5.2 Solución al problema	40
2.6 Ventajas para la empresa	40
2.6.1 Desventajas	41
3. CAPITULO III	42
3.1 Combagom Ltda y la viabilidad de importación de vinos	
3.1.2 Análisis financiero de la importación	43
3.2 Relación de leyes aplicadas en la importación	
4. Pasos para la realización de una importación	45
5. Matriz DOFA	46
5.1 Plan de Estratégico	46
6. CONCLUSIONES	47
7. BIBLIOGRAFIA	66
8. GLOSARIO	67

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1 Estado de Resultados Combagom Ltda	49
Anexo 2 Balance General Combagom Ltda	50
Anexo 3 Estampillas Casa Antonete # 1	52
Anexo 4 Estampillas Casa Antonete # 2	53
Anexo 5 Estampillas Casa Antonete # 3	54
Anexo 6 Estampillas Casa Antonete # 4	55
Anexo 7 estampillas casa antonete # 5	56
Anexo 8 Formulario Impoconsumo Departamentalización	57
Anexo 9 Formulario Impoconsumo	58
Anexo 10 Registro Sanitario Vino Casa Antonete	59
Anexo 11 Capitulo V Ley 788 de 2002	60

INTRODUCCIÓN

Las empresas Colombianas han entrado en una fuerte competitividad en el mercado, con el interés de crecer y aumentar sus niveles de productividad, ofreciendo nuevos productos, con las mejores características, mejores precios, y mayor calidad. Con el fin de brindar una excelente oferta y variedad en los productos, de acuerdo a las demandas de los consumidores.

En un mundo globalizado, las costumbres y necesidades de los consumidores de otros países se van expandiendo a través de las fronteras. En consecuencia de ello se internacionaliza el consumo de los productos como el vino. Colombia no es ajena a este fenómeno, se empieza a sentir un cierto boom en la cultura del vino, que ha ido de la mano con el explosivo desarrollo gastronómico que se experimenta en el país de unos años para acá.

El consumo de vino en Colombia, aumento desde el año 2002 gracias a la rebaja en la tarifa de los impuestos para las importaciones de licores, lo anterior dio los resultados esperados, creció el consumo de los productos legales, bajó el contrabando y se elevó el recaudo de toda clase de impuestos.

Este ha sido el punto de partida para **COMBAGOM LTDA** en la importación de vinos, pues ya que gracias a esta, sus finanzas mejoraron de manera gradual impulsando su crecimiento como empresa y el reconocimiento frente a la competencia. Al posicionarse Combagom Ltda, en el mercado Colombiano en el sector de los vinos, logra tener mayor reconocimiento en el sector comercial a nivel nacional. Es de vital importancia adquirir una información de calidad para lograr obtener buenos resultados y menos riesgos, al momento de realizar negocios rentables.

1. CAPITULO I

1.1 ANÁLISIS DEL EFECTO TRIBUTARIO PARA LA IMPORTACIÓN DE VINOS

El análisis implica una relación de las leyes vigentes al tema, así como su relación con la entrada al país de mercancía (vinos) provenientes del extranjero, en situaciones que afectan tanto la viabilidad como el desarrollo contable y financiero para las empresas dedicadas a este tipo de negocio, El artículo 336 de la Constitución Política establece el monopolio fiscal de licores y destina las rentas obtenidas en su ejercicio preferentemente a los servicios de salud y educación.

La Ley 223 de 1995 y la 788 de 2.002 modificó el Código de Régimen Departamental en materia del impuesto al consumo. El hecho generador de este gravamen es el consumo de licores, vinos, aperitivos y similares, en la jurisdicción de los departamentos. El sujeto activo es el respectivo departamento donde se realice el consumo. Son sujetos pasivos o responsables del impuesto los productores, los importadores y solidariamente con ellos, los distribuidores. Además, son responsables directos los transportadores y expendedores al detal, cuando no puedan justificar debidamente la procedencia de los productos que transportan o venden.

De conformidad con el artículo 49 de la Ley 788 de 2002 referente al impuesto de consumo de licores, vinos, aperitivos y similares, la base gravable está constituida por el número de grados alcoholimétricos que contenga el producto.

Esta base gravable aplicará igualmente para la liquidación de la participación, respecto de los productos sobre los cuales los departamentos estén ejerciendo el monopolio rentístico de licores destilados.

1.2 COMBAGOM LTDA Y SU INVESTIGACION EMPRESARIAL

En la investigación realizada COMBAGOM LTDA, resultó de gran importancia como comercializadora y distribuidora de licores para sus empleados y obviamente para sus propietarios de acuerdo con su actividad comercial, se encarga de brindar beneficios tanto particulares como colectivos, para buscar de esta forma el mejoramiento de las actividades por parte de los empleados y lograr el cumplimiento de las metas y objetivos propuestos.

A partir de ese momento, se realizó un análisis de competitividad y viabilidad en cuanto a la importación se refiere, creando ideas innovadoras por parte de sus propietarios sabiendo de antemano que podrán ser de gran ayuda para la toma de decisiones por parte de los directivos de la empresa adecuadas en el futuro.

Mantenemos procesos administrativos y productivos eficientes y eficaces procurando alta rentabilidad y competitividad, evaluados mediante índices de gestión para el logro de las metas y con la adopción de estrategias y tecnologías que aumenten nuestra comercialización.

En el momento de la investigación se realizó un análisis completo de las ventajas que se tiene para la importación directa de vinos y así poder estudiar cuales de

estos productos son viables para lograr ser competitivos en el mercado, fomentar y asegurar el incremento en las ventas y su distribución en el país.

1.3 NOMBRE DE LA EMPRESA

COMERCIALIZADORA BAEZ GOMEZ LTDA, COMBAGOM LTDA NIT 830036233 – 6

1.4 OBJETO SOCIAL

Tendrá por objeto social la fabricación, importación, exportación, compra, venta y distribución al por mayor y al detal, de contado y a crédito de toda clase de licores, bebidas con o sin alcohol, dulcería, galletería, delikatessen y demás productos comestibles, alimenticios, perecederos e imperecederos, cigarrillos, bienes terminados, materias primas, mercancías en general y materiales promocionales y publicitarios, venta de servicios telefónicos e internet y otros productos de telecomunicaciones y tecnología. La sociedad podrá contratar para proveer o comprar bienes y servicios con casa matrices y empresas, nacionales y extranjeras, de carácter público estatal y particular, así como ejercer la representación de estas, también podrá celebrar contratos civiles o comerciales con personas naturales y jurídicas sean estas derecho privado o jurídico o derecho publico convenientes para el desarrollo de los fines sociales.

1.5 SUCURSALES

COMBAGOM LTDA se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá, en la CARRERA 52ª No 184ª-73 BARRIO GUICANI, al norte de la ciudad. No cuenta con sucursales ni sedes en otros lugares del país.

1.6 RESEÑA HISTÓRICA

COMBAGOM LTDA, fue constituida el 29 de Agosto de 1997, e inscrita el 10 de Septiembre de 1997, en la Notaria 60 de Bogotá desarrollando una de actividad de compra, venta y distribución de licores. Esta compañía se inicio con el Sr. Manuel Báez Gómez.

COMBAGOM LTDA es una empresa privada con Personería Jurídica, con autonomía administrativa y con patrimonio familiar. El representante legal es el Sr. Manuel Alfonso Báez Gómez.

Al principio el señor Báez se desempeñaba como representante de ventas de licores y productos afines a estos, tenia como objetivo principal la comercialización de vinos y licores así como la importación de insumos en general.

Gracias a este negocio viajo a diferentes ciudades del país y en una de ellas conoció al señor LUIS ALBERTO TORRES socio y representante legal de la empresa DISLICORES DEL SINÚ LTDA, empresa ubicada en montería, allí surgen lazos de amistad muy fuertes y con ello la necesidad de hacerse socios para negocios futuros. Estudiaron la viabilidad para solicitar la concesión para llegar a convertirse en los distribuidores legales de Ron Viejo de Caldas y Aguardiente Cristal en el departamento de Boyacá, dicha concesión fue otorgada quedando como titular Dislicores del Sinú Ltda y Combagom Ltda pasó a ser socia comercial obteniendo utilidades.

Después de analizar y observar el buen resultado obtenido en este departamento decidieron ampliar su comercio al departamento del Magdalena donde se convirtió en distribuidor oficial de licores Tres Esquinas, en esta ocasión Combagom Ltda queda como titular del convenio.

Ya con una alta experiencia en el mercado de los licores decide asociarse a la Cámara de Comercio Hispano Colombiana, donde asiste a diferentes conferencias, seminarios etc. Dando pie a que el señor Manuel Báez empezara a tener más inclinación por el mercado de los vinos puesto que era un tema muy atractivo para él ya que es un buen consumidor y conocedor de vinos, es así como conoce a la señora Ana Postigo quien es representante de ventas de vinos CASA ANTONETE Cooperativa Campo la Unión AB ubicada en Tarazona de la Mancha (Albacete), la cual tiene la representación de la Casa Antonete.

Se inician conversaciones y negociaciones, es así como COMBAGOM LTDA, decide que su representante legal viaje a España, y conozca el producto y confiando en su buen criterio tome la decisión de si es viable realizar la importación del producto, ya que tratar de introducir nuevos productos al mercado colombiano no es nada fácil teniendo en cuenta que los Colombianos somos muy regionalistas y consumidores natos de cerveza.

Finalmente COMBAGOM LTDA toma la decisión de importar los productos (vinos) y logra obtener la exclusividad de la marca para distribuirla en el territorio Colombiano. En la actualidad la empresa ha logrado ampliar su portafolio de productos con diferentes marca españolas.¹

¹ COMBAGOM LTDA. Archivos

MISION DE LA EMPRESA

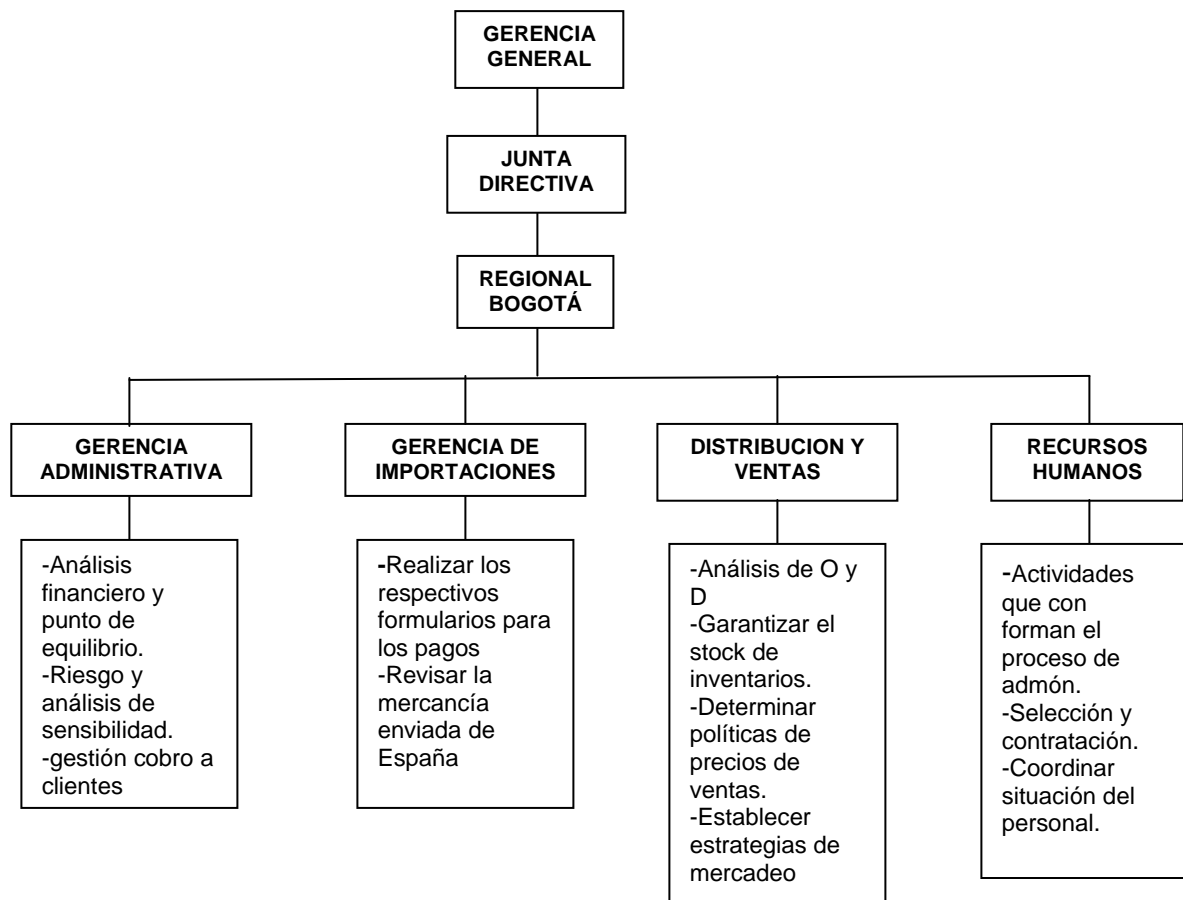
Ser una empresa líder, de mayor relevancia y reconocimiento en el país en la importación y distribución de vinos; contando con la exclusiva variedad licores importados de la más alta calidad y con grupo humano altamente profesional y conocedor de sus funciones, garantizando plena satisfacción a nuestros clientes además de los mejores resultados financieros para los socios de COMBAGOM LTDA.

VISION DE LA EMPRESA

La COMERCIALIZADORA BAEZ GOMEZ LTDA, tendrá una imagen consolidada de empresa seria, eficiente, innovadora y competitiva con los mejores vinos importados de excelente calidad, reconocidos por su certificación internacional.

Como organización nos orientamos a consolidarnos como líderes en el sector de los vinos importados comprometiéndonos con nuestros clientes con lealtad y ética profesional para así lograr una estabilidad, presencia y permanencia en el mercado colombiano, contando con un grupo de trabajo de excelentes capacidades que viven en constante compromiso con la empresa y su sistema de calidad para satisfacer los requerimientos de nuestros clientes y de la organización.

1.7 ORGANIGRAMA AÑO 2004



Organigrama empresa COMBAGOM LTDA²

1.8 DESCRIPCIÓN DE LOS IMPUESTOS

COMBAGOM LTDA es una empresa de Régimen Común, y por su actividad económica es responsable de los siguientes impuestos :

² COMBAGOM LTDA. Archivo.

- ✓ IMPOCONSUMO
- ✓ IVA
- ✓ ICA
- ✓ RETENCION EN LA FUENTE
- ✓ IMPUESTO DE RENTA

1.9 DURACIÓN DE LA EMPRESA

COMBAGON LTDA, es una empresa que está destinada a durar, según registro en la Cámara de Comercio hasta el 29 de Agosto del 2017. Haciendo la respectiva renovación de ésta anualmente.

1.10 IMPORTACIONES

COMBAGOM LTDA, importa directamente desde Tarazona de la Mancha (Albacete) España, ya que esta considerado como uno de los principales productores de uva del mundo. La mayor parte de las vides se cultivan en el oeste del sur de España, los productos importados son utilizados para el desarrollo de su actividad económica.

1.10.1 PROBLEMAS AL MOMENTO DE IMPORTAR VINOS

Existieron algunos inconvenientes al momento de la importación, ya que las etiquetas del producto deben cumplir con unas formas y normas específicas, existieron inconvenientes para unificar ideas con la Empresa fabricante puesto que las políticas de las entidades a cargo de la emisión de las normas son totalmente diferentes de un país a otro, finalmente se logro consolidar ideas y conceptos con la empresa para la elaboración de las etiquetas ya que estas deben cumplir unas formas legales exigidas por el INVIMA (Instituto Nacional para la Vigilancia y Control de Medicamentos y Alimentos) tales como:

- El exceso de alcohol es perjudicial para la salud el tamaño de este titulo debe ser de 10mm o el 10% total de la etiqueta.
- Número de lote especificado
- Mapa de ubicación de la región donde se elaboro el vino
- Pie de importación (datos de la empresa importadora) ejemplo; razón social de la empresa, dirección, teléfono, y ciudad.
- Registro sanitario INVIMA
- Grados de alcohol
- Contenido de la botella

El **INVIMA** es un establecimiento público del orden nacional, de carácter científico y tecnológico que controla, vigila la calidad y seguridad de los medicamentos farmacéuticos naturales y homeopáticos en su producción, importación, comercialización y consumo.

1.10.2 LOS MAYORES DESAFIOS A NIVEL LEGAL

El mayor desafío por el que pasó la Comercializadora Báez Gómez fue, lograr obtener la autorización de rentas del Departamento de Cundinamarca para la aprobación de las bodegas de almacenamiento y por consiguiente la inscripción en la maestra de los productos importados por la Comercializadora.

Se dio cumplimiento con los requisitos y normas establecidas por las entidades a cargo, en este caso rentas departamentales tiene unas exigencias como son las instalaciones con ambiente adecuado para el almacenamiento de los vinos y son: que la bodega se encuentre en óptimas condiciones, que tenga una excelente ventilación, que se encuentre con buena decoración como luz, pintura, altura, ancho y extintores adecuados para un mínimo de riesgo de accidentalidad. La bodega debe estar totalmente vacía para la autorización.

Respecto a la inscripción de los productos en la maestra de Rentas el inconveniente que se presentó fue, que no se anexaron los documentos exigidos por Rentas del Departamento.

- Cámara de Comercio actualizada
 - Rut de la empresa
 - Fotocopia de la cédula de ciudadanía del Representante Legal
 - Fotocopia del Registro de autorización de etiquetas expedido por el INVIMA
 - Etiquetas originales autorizadas con sello seco del INVIMA o visto bueno
 - Carta solicitando la inclusión en la maestra de Rentas de los productos importados
 - Copia de la resolución de la autorización de bodega de rentas
- Todo totalmente legajado y foliado.

1.10.3 RELACIÓN DE DOCUMENTOS EXIGIDOS POR EL INVIMA

Los documentos que exige el INVIMA al importador para la Expedición del Registro Sanitario son los siguientes:

- ❖ Certificado de existencia y representación legal COMBAGOM LTDA
- ❖ Fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- ❖ Certificado expedido por la autoridad sanitaria del país exportador (España)
- ❖ Certificado en que consta que el producto proviene del fabricante
- ❖ Certificado de análisis del producto terminado
- ❖ Certificado de existencia y representación legal del fabricante y/o exportador
- ❖ Etiquetas por triplicado
- ❖ Autorización del fabricante para que el importador pueda distribuir y comercializar en Colombia.

1.11 CLASES DE VINOS QUE SE IMPORTAN

(CASA ANTONETE)

- **Tinto Reserva:** Este vino procede de una larga maceración en fermentadores rotativo, donde conseguimos una mejor extracción de las sustancias que contiene la uva como: color, aromas taninos, dándoles estructura y complejidad para su crianza posterior de 16 meses en barricas nuevas, después descanso embotellado en la tranquilidad de nuestras cavas.
- **Tinto Crianza:** Este vino procede de una larga maceración -homogenización en fermentadoras horizontales rotativas donde conseguimos una mejor extracción de las sustancias que contiene la uva como: color, aromas taninos, dándoles estructura y complejidad para su posterior crianza. Después de su estancia en barricas de roble americano descanso largo tiempo en botellas madurando en nuestras cavas.
- **Tinto:** Es un vino tinto procedente de uvas seleccionadas de la variedad CENCIBEL (tempranillo), elaborado con una amplia maceración homogenización de las uvas como solo se puede conseguir en los maceradores horizontales rotativas, dando como resultado este magnifico vino de color rojo rubí intenso con tonos azulados, de aromas que recuerdan a la fresa, frambuesa, ciruelas, moras, bien estructurado y amplio en la boca.
- **Rosado Joven:** Es un vino rosado que procede de uvas de la variedad Cencibel (tempranillo) macerado en frío y decubado por gravedad obteniendo un mosto limpio para fermentarlo en depósitos de acero inoxidable con un control muy estricto de la temperatura y una total higiene.
- **Blanco joven:** Procedente de selección de uvas recogidas en su mejor estado de maduración y transportadas con mucho cuidado, tras una leve maceración en frío obtenemos el mosto flor por gravedad para fermentar en

depósitos de acero inoxidable bajo un control muy estricto de la temperatura.

- Vino Tradicional: Vino de elaboración tradicional, de las mejores uvas de la tierra de castilla, macerados con sus hollejos a temperatura moderada, donde se aprecia el sabor de los vinos de la tierra.



1.12 RIESGO

Los riesgos en los que puede incurrir Combagom Ltda, básicamente sería que los productos no tengan buena aceptación en el mercado y se vean obligados a reducir precios ocasionando pérdida en la utilidad esperada.

1.13 VIGILANCIA

Combagom Ltda no está vigilada por ninguna entidad del estado, ya que los activos de ésta no son muy representativos.

1.14 RÉGIMEN

El régimen al cual pertenece Combagom Ltda es el común.

1.14.1 ¿Quiénes Pertenecen al Régimen Común de Ventas?

- Las personas jurídicas y sociedades de hecho.
- Las personas naturales comerciantes y los artesanos que realicen operaciones gravadas y los prestadores de servicios gravados que hayan obtenido en el año inmediatamente anterior un ingreso bruto total proveniente de la actividad igual o superior a sesenta y tres millones seiscientos sesenta mil pesos (\$63.660.000.00), o un patrimonio bruto igual o superior a ochenta y cuatro millones ochocientos ochenta mil pesos (\$84.880.000.00).
- Los agricultores y ganaderos que realicen actividades gravadas, que hayan obtenido en el año inmediatamente anterior un ingreso bruto total proveniente de la actividad igual o superior a sesenta y tres millones seiscientos sesenta mil pesos (\$63.660.000.00) o un patrimonio bruto superior a ciento seis millones cien mil pesos (\$106.100.000.00).
- Igual pertenecen al régimen común los responsables que no reúnan cualquiera de los requisitos para pertenecer al régimen simplificado.

1.14.2 OBLIGACIONES DE LOS RESPONSABLES DEL RÉGIMEN COMÚN

- Inscribirse como responsable del régimen común en el registro único tributario.
- Expedir factura o documento equivalente, con todos los requisitos de ley.
- Expedir a su proveedor de bienes y servicios, cuando se trate de personas naturales no comerciantes o inscritas en el régimen simplificado, el documento equivalente.
- Solicitar autorización de la numeración de facturación en la administración correspondiente.

- Presentar la declaración bimestral del impuesto sobre las ventas, aun cuando no hubiere percibido ingresos gravados en el periodo y mientras no informe el cese de actividades, con el lleno de los requisitos previstos en el artículo 602 del Estatuto Tributario que son: El formulario que para el efecto señale la DIAN, debidamente diligenciado, la información necesaria para la identificación y ubicación del responsable, la discriminación de los factores necesarios para determinar las bases gravables del impuesto sobre las ventas, la liquidación privada del impuesto sobre las ventas, incluidas las sanciones cuando fuere el caso, la firma del revisor fiscal cuando se trate de responsables obligados a llevar libros de contabilidad y que de conformidad con el código de comercio y demás normas vigentes sobre la materia, estén obligados a tener revisor fiscal.
- Presentar la declaración de renta y complementarios con el lleno de los requisitos previstos en el artículo 599 del Estatuto Tributario que son: El formulario que al efecto señale la DIAN debidamente diligenciado, la información necesaria para la identificación y ubicación de la entidad no contribuyente, la discriminación de los factores necesarios para determinar el valor de los activos; pasivos; patrimonio; ingresos; costos y gastos. La liquidación de las sanciones cuando fuere el caso, la firma de quien cumpla el deber formal de declarar, la firma del revisor fiscal, cuando se trate de entidades obligadas a llevar libros de contabilidad y que de conformidad con el código de comercio y demás normas vigentes sobre la materia estén obligadas a tener revisor fiscal.
- Asumir la retención del IVA cuando adquiera bienes o servicios gravados a responsables del régimen simplificado.
- Informar del cese de actividades
- Los comerciantes y demás obligados deben llevar libros de contabilidad registrados ante la cámara de comercio del domicilio principal o ante la administración de impuestos.

- Los ingenieros y arquitectos deben llevar libros de contabilidad registrados en la administración correspondiente.
- Llevar un registro auxiliar de ventas y compras y una cuenta mayor y de balance.

1.15 PRINCIPALES CLIENTES

La empresa Combagom Ltda, ha realizado estudios de factibilidad para la comercialización de nuestros productos, en la actualidad su cliente principal se encuentra en el Centro Comercial de la Sabana y éste, a su vez es un cliente mayorista y fuera de la ciudad en el sector de restaurantes como por ejemplo yerbabuena. Otra de las estrategias que tiene la Comercializadora para lograr codificar sus productos son los almacenes de cadena, en la actualidad ya tiene la aceptación y aprobación de los almacenes Olímpica, y está en negociaciones con Carrefour, Éxito entre otras.

2. CAPITULO II

2.1 LAS LICORERAS Y EL TLC

Es de considerar que así como el Tratado de Libre Comercio (TLC) permite acceder a un nuevo mercado de exportación para las licoreras departamentales que solo lo ha logrado en USA la licorera de Caldas, sin aumento alguno en sus ventas anuales de aguardiente Cristal; también es de tener en cuenta que el TLC exigirá un libre comercio absoluto de doble vía.

Eso lógicamente acabaría de plano con el monopolio de comercialización que por tantos años han ejercido las licoreras departamentales, con derecho a crear sus propios impuestos y trabas, según lo dispone el artículo 51 de la Ley 788/2002, pero en ningún caso menores que los fijados por el Congreso, impuestos diferentes de los que la ley establece disfrazados como hasta ahora de convenios de participación porcentual, lo cual va en vía contraria de lo que se busca en un TLC, o tratado de libre comercio.

Si en defensa del monopolio de producción y comercialización, que hasta ahora han ejercido las licoreras del estado, se exceptuarán en el TLC los licores, el primer perjudicado sería el futuro de la exportación que en virtud de ese tratado de libre comercio tendrían las licoreras departamentales, ya agonizantes.

La otra perjudicada sería la Industria Licorera de Caldas, única que ha logrado penetrar en el mercado de los Estados Unidos, la cual, al no garantizar a Colombia, sin trabas a nivel nacional, ni impuestos departamentales y no nacionales, decretados por sus propias Asambleas, sería la primera en pagar las

consecuencias de reciprocidad que exige todo tratado internacional de libre comercio, por encima de cualquier norma nacional.³

2.1.2 NO AL MONOPOLIO

El único camino para no entorpecer más el desarrollo que la industria estatal de licores podría tener en el TLC, sería, como muy acertadamente lo que está buscando el gobernador del Valle del Cauca, abolir el monopolio de comercialización, únicamente, más no, el de producción, para que las industrias licoreras que aun subsisten, y los licores importados del TLC, puedan vender libremente, como es lógico, sus productos, en todo el territorio nacional.

La apertura a la importación de licores extranjeros, y la libre producción nacional de los aperitivos, están matando lentamente las industrias licoreras estatales que aún y no se sabe por cuanto tiempo más, y con un gran esfuerzo, quedaran activas, por las siguientes razones más que obvias:

1. Por sus volúmenes de venta del aguardiente anisado que descienden rápidamente, sustituidas cada día más por el whisky, los vinos y otras bebidas importadas que con más distinción que un aguardiente anisado se ponen en la mesa del consumidor.
2. Por sus altos costos de producción, gastos de administración en una burocracia que no guarda relación con las ventas del aguardiente anisado, y por los enormes costos de lanzamiento de nuevos productos que para subsistir lanzan, y que generalmente no tienen éxito.

³ www.larepublica.com, La República, Informe Licoreras de Colombia. Bogotá, 2006

3. Por la indiferencia de sus propios dueños, de sostenerlas ya que de una u otra forma están recibiendo ahora, y recibirán cada día mas impuestos por ventanilla, de los licores importados, y los aperitivos, que los que le aportaba antes al debe, su propia industria licorera.

4. Por la proliferación de pequeñas industrias de aperitivos, de muy difícil control si cuentan con el alcohol, como materia prima, con menos control que el del aguardiente anisado, razón por la cual no se debe abandonar el monopolio de producción en cada departamento, ya que con el TLC podrían reactivarse.

5. Por muchas otras consideraciones de orden comercial y fiscal, que de no ampliar sus mercados, y/o crecer sus ventas, a través de los diversos TLC que está firmando Colombia, las llevarán, como ya se fueron a la ruina total, las cuatro quintas partes de las licoreras que había en cada departamento de Colombia, ejemplo: Atlántico, Bolívar, Magdalena, Meta, Caquetá, Tolima, Santanderes y Boyacá, para no mencionar otras, y no presentar un futuro más deprimente.

La Asociación Colombiana de Industrias Licoreras (ACIL) solicitó al gobierno nacional, la desgravación inmediata para los licores producidos en Colombia y que tengan como destino el mercado de los Estados Unidos, una vez se firme el Tratado de Libre Comercio (TLC). El gremio a la vez considera que los productos provenientes de EE.UU. que ingresen al territorio nacional sean ubicados en canasta B y C, es decir, con eliminación de aranceles entre 5 y 10 años, respectivamente.

La propuesta de las industrias licoreras del país, agremiadas en Acil, tiene como objetivo proteger el monopolio rentístico de los departamentos cuyos recursos van a parar a la salud y la educación. También con la iniciativa se busca salvaguardar las licoreras nacionales.

Sin embargo, una propuesta presentada por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo en materia de licores en el proceso de negociaciones indica todo lo contrario, lo que puso en alerta a las industrias licoreras del país. Según se pudo establecer la propuesta colombiana plantea ubicar los licores, entre ellos rones y aguardientes, en canasta A, es decir, con desgravación inmediata, lo que permitiría el ingreso de esos productos estadounidenses al mercado colombiano con cero arancel una vez se dé vía libre al tratado comercial.

Aunque el gobierno nacional ha dicho en varias ocasiones que el segmento de aguardiente y ron que en síntesis son los productos fuertes de las fábricas de licores del país no corren riesgos debido a que Estados Unidos no los elabora, Acil puso sobre la mesa que el peligro proviene por el lado de Puerto Rico (Estado asociado a EE.UU.) que sí es fuerte en la producción de ron. De hecho, aseguró que son los puertorriqueños los que más están presionando dentro de las negociaciones para que los licores nacionales, que ingresen al mercado americano no queden con cero aranceles desde el principio.

Y es que lo que buscan las licoreras nacionales es proteger uno de los segmentos del mercado que en materia de licores está creciendo en el país. De acuerdo con datos de ACIL, el crecimiento de las ventas de rones de las licoreras nacionales entre enero y agosto de este año respecto al mismo período de 2003, fue de 35 por ciento, al pasar de 14,8 millones de botellas (750ml) a 20.1 millones de botellas.

La cifra de ventas de rones puede incrementar ampliamente para éste segundo semestre si se tiene en cuenta que las licoreras registran las mayores colocaciones en los segundos períodos de cada año. La reactivación de este mercado tiene que ver directamente con que la tendencia de consumo se inclina hacia los denominados tragos largos.

ACIL, echa mano de otro argumento que indica que las industrias licoreras del país están en verdadera desventaja en las negociaciones del TLC frente a otros licores.

La agremiación se refiere específicamente a que para la cerveza, que hoy ingresa a los Estados Unidos sin arancel, se está planteando en el tratado en canasta A para entrar a ese mercado y C para el producto de ese país que llegue a Colombia.⁴

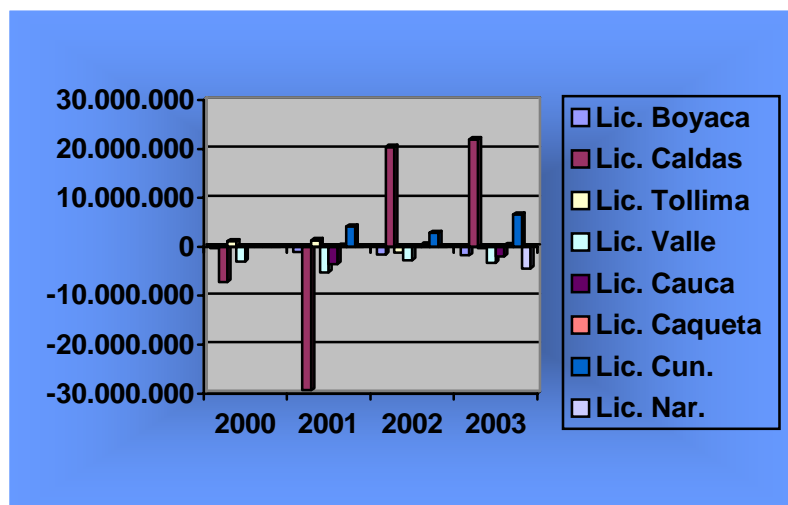
2.1.3 LIBERAR LA COMERCIALIZACIÓN

El gerente de la Industria Licorera de Caldas (ILC), Manuel Alberto Soto Salazar, dijo que si bien el monopolio rentístico debe protegerse en las negociaciones comerciales que se adelantan con Estados Unidos, reiteró que el monopolio de la comercialización de licores que hoy rige a Colombia debe desaparecer.

No es lógico que con unas fronteras totalmente abiertas nosotros aquí tengamos que pedir permiso en cada departamento para ingresar con nuestros productos, señaló.

La ILC exporta hacia Estados Unidos cerca de 1.3 millones de botellas entre ron y aguardiente y la meta es incrementar esa cifra en 30 por ciento en un año. Ha sido la única licorera que ha defendido a capa y espada la liberación de fronteras internas y cree que sólo así las fábricas de licores nacionales podrán enfrentar más fortalecidos los tratados comerciales.

⁴ www.dian.gov.co, Desaparecer el Monopolio en las Licoreras. Bogotá, 2006



Grafica: Resultado Financiero de las Licoreras Colombianas⁵

2.1.4 ACUERDO COMERCIAL CON CHILE Y EL COMERCIO ESPAÑOL

Recientemente, se ha venido prestando una especial atención a los efectos comerciales del proceso de ampliación hacia el Este de Europa. Las repercusiones para la economía española de dicho proceso han sido ya analizadas. Sin embargo, la política comercial comunitaria no se ha paralizado, firmándose en los últimos años diversos acuerdos con terceros países, algunos de los cuales pueden suponer grandes avances para nuestra economía, al tratarse de países con los que existe una tradición histórica de comercio y ante los que presentamos claras ventajas comparativas. Conforme a éste entorno económico podemos centrarnos exclusivamente en los acuerdos comerciales que tienen incidencia para, con las importaciones del comercio Español dentro del mercado de vinos; para posteriormente analizar particularmente países con un alto nivel de producción como Chile.

⁵ Ludy Marisol Avendaño García. Investigadora.

Por otra parte se debe incluir el estudio de las ventajas/desventajas comparativas y el comercio intraindustrial entre ambos países, para poder de esta forma hacer una pequeña inferencia de los posibles beneficios (costos).

En el dado caso de existir nuevos acuerdos de Libre Comercio con países como Estados Unidos ó Chile, el impacto que tendrá el acuerdo en los dos países firmantes será muy amplio excediendo el ámbito comercial y de inversión, especialmente teniendo en cuenta que se trata de economías complementarias y que una zona de libre comercio entre ambas generaría importantes ventajas recíprocas de mayor ventaja para las grandes producciones; dentro de éste margen sí se podría hablar de un efecto económico negativo para medianas Empresas como COMBAGOM LTDA, aunque no se tenga en cuenta el estado de Librecomercio a Ultranza, por parte de los países firmantes debido a que las ventajas y desventajas producidas por los acuerdos comerciales deben ser definidas luego de un estudio económico que muestre de forma clara la situación real de producción de cada país.

2.2 IMPUESTOS QUE SE PAGAN EN COLOMBIA

Comprende los impuestos que se deben cancelar en nuestro país, con todo lo relacionado en el tema de las importaciones se deben tener en cuenta los siguientes impuestos IVA e IMPOCONSUMO y se determinan así:

2.2.1 IMPUESTOS INTERNOS (Impuestos al consumo)

La base imponible para la aplicación de los impuestos al consumo a los productos extranjeros será el valor en aduana de las mercancías, incluyendo los derechos arancelarios, adicionado con un margen de comercialización equivalente al treinta por ciento (30%).

Las tasas de este impuesto de acuerdo a los productos son las siguientes:

- Cervezas y sifones (48% dentro de esta tarifa están comprendidos 8 puntos porcentuales que corresponden al Impuesto sobre las Ventas);
- Mezclas y refajos (20%);
- Vinos y licores con grado alcohólico entre 2.5 hasta 15 grados (20%);
- Vinos y licores con grado alcohólico de más de 15 hasta 20 grados (25%);
- Vinos y licores con grado alcohólico de más de 20 hasta 35 grados (35%);
- Vinos y licores con grado alcohólico de más de 35% grados (40%);
- Tabaco elaborado y cigarrillos (55%).

Los impuestos al consumo no forman parte de la base gravable para liquidar el Impuesto a las Ventas.

La Dirección General de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda y crédito público, mediante certificación 002 del 16 de Diciembre de 2005, fijó las tarifas del impuesto al consumo de licores, vinos y similares aplicables a partir del 1° de Enero de 2006 a los productos nacionales y extranjeros, incrementadas en la meta de inflación esperada y ajustada al peso más cercano, por unidad de 750 centímetros cúbicos así:

- Para vinos entre 2,5° y hasta 10° grados de contenido alcoholimétrico, setenta y dos pesos (\$72.00) por cada grado alcoholimétrico.
- Para productos entre 2,5° y hasta 15° grados de contenido alcoholimétrico, ciento treinta y cuatro pesos (\$134.00) por cada grado alcoholimétrico.

- Para productos de más de 15° y hasta 35° grados de contenido alcoholimétrico, doscientos diez y nueve pesos (\$219.00) por cada grado alcoholimétrico.
- Para productos de más de 35° grados de contenido alcoholimétrico, trescientos treinta pesos (\$330.00) por cada grado alcoholimétrico.

Conforme a lo establecido en la ordenanza 21 de 2003, las tarifas de participación en ejercicio en monopolio de los licores destilados de producción nacional, se incrementan a partir del 1° de Enero de cada año en la meta de la inflación esperada, aproximando los resultados al peso más cercano.⁶

Artículo 1. IMPUESTO AL CONSUMO E IVA

El IVA que grava los licores, vinos, aperitivos, y similares, nacionales y extranjeros, de que trata el Capítulo V de la Ley 788 de 2002, se declara y paga por una sola vez incorporado dentro de la tarifa del impuesto al consumo o en la tarifa de la participación, según el caso, y por lo tanto, no se debe cobrar ni discriminar en la factura.

Artículo 2. REENVÍOS

Los reenvíos de productos gravados con el impuesto al consumo, o sujetos a la participación, nacionales y extranjeros, se declararán; al departamento de destino, con la base gravable y tarifa vigente al momento de causación del impuesto o la participación.

⁶ Registro Oficina Departamento de Rentas de Cundinamarca. Bogotá, 2006

Artículo 3. FORMULARIOS DE DECLARACIÓN

Los formularios para la declaración del impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares, y/o de la participación, según el caso, serán prescritos por la Federación Nacional de Departamentos y deberán contener, además de los requisitos que la Federación establezca, la discriminación del valor del componente del IVA incorporado en el impuesto al consumo, así. a) el cien por ciento (100%) del IVA correspondiente a los productos objeto de monopolio de licores y b) el IVA correspondiente a los productos extranjeros y a los productos nacionales no sujetos al monopolio de licores, distribuido: setenta por ciento (70%) para salud y treinta por ciento (30%) para financiar el deporte.

Artículo 4. DISTRIBUCIÓN DE RECURSOS

Los recursos destinados a salud, deberán girarse de acuerdo con las normas vigentes, a los fondos de salud Departamentales y del Distrito Capital. Los recursos destinados a financiar el deporte, se girarán a la respectiva entidad territorial.

Los declarantes de productos nacionales, previo a la presentación de la declaración ante el departamento, consignarán directamente a los Fondos de Salud Departamentales y del Distrito Capital, los recursos destinados a Salud y anexarán copia de los recibos a la declaración.

En Igual forma procederán los declarantes de productos extranjeros, previo a la presentación de la declaración ante los departamentos, en relación con los mayores valores que resulten, y que correspondan al IVA para la salud.

El Fondo Cuenta de Impuestos al Consumo de Productos Extranjeros, con base en las relaciones de declaraciones que le remiten mensualmente los funcionarios departamentales, dentro de los términos previstos en la Ley 223 de 1995 y sus decretos reglamentarios, girará directamente a los Fondos de Salud Departamentales y del Distrito Capital, los recursos destinados a la salud, y con base en las mismas relaciones citadas, girará directamente al Distrito Capital, el valor que le corresponda del componente del IVA destinado al Deporte.

El Fondo Cuenta de impuestos al Consumo de Productos Extranjeros, remitirá a los departamentos, dentro del mismo término que tiene para efectuar el giro de los recursos, un reporte consolidado del total que le correspondió, discriminando el valor consignado a los Fondos Departamentales de Salud, indicando el número de recibo y fecha de consignación; para el caso del Departamento de Cundinamarca, informará además, los valores consignados a favor del Distrito Capital, con indicación del número y fecha de los recibos de consignación.

Cuando se trate de productos extranjeros, el valor pagado al Fondo Cuenta de Impuestos al Consumo de Productos Extranjeros, se descontará del impuesto al consumo y/o de la participación que se liquide a favor del respectivo departamento. Los mayores valores que resulten en la declaración, se pagarán directamente al departamento.

PARÁGRAFO. Los recursos destinados a salud previstos en el presente Decreto, deberán aplicarse a la financiación del programa de organización y modernización de redes de prestación de servicios de salud. Terminados los procesos de reestructuración deberán aplicarse a la prestación de servicios de salud a la población pobre y vulnerable no cubierta con subsidios a la demanda.

DECRETO NÚMERO 4341 DEL 22 DE DICIEMBRE DE 2004

Por el cual se establece el Arancel de Aduanas y se adoptan otras disposiciones.⁷

CONSIDERANDO

Que la Ley 6ª de 1971 establece las normas generales a que debe someterse el Gobierno Nacional al modificar el Arancel de Aduanas cuando se trate, entre otros aspectos, de la actualización de la nomenclatura, sus reglas generales para la interpretación y notas legales, así como de la reestructuración de los desdoblamientos; Que el Congreso de la República, mediante la Ley 8ª de 1973, aprobó el Acuerdo de Cartagena; Que la Nandina incorpora la modificación del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías aprobado por la Organización Mundial de Aduanas y la Versión Única en español del Sistema Armonizado.

- Según lo anteriormente expuesto en el decreto 4341 de 2004 de forma concisa; la nomenclatura es determinada de acuerdo al tipo de mercancía introducida al territorio nacional provenientes de otros países. En nuestro caso haciendo referencia a las subpartidas 22.04 y 22.05 que especifican la importación de vinos respectivamente:

22.04 Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 20.09.

10.00.00 - Vino espumoso 20 L

Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol:

21.00.00 - En recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l 20 L

29 - Los demás

⁷ www.dian.gov.co, Arancel de Aduanas, diario oficial 45772. Bogotá, 2006

10.00 - Mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado
añadiendo alcohol (mosto apagado) 15 L

90.00 - Los demás 20 L

30.00.00 - Los demás mostos de uva 15 L

22.05 Vermut y demás vinos de uvas frescas preparados con plantas o sustancias aromáticas.

10.00.00 - En recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l 20 L

90.00.00 - Los demás 20 L

Los gravámenes del presente Arancel comprenden derechos de valor, cuyo pago debe hacerse en moneda legal del país y dentro de los cuales cabe aclarar que la exportación de mercancías estará libre de gravámenes; teniendo en cuenta que el IVA es un gravamen de etapas múltiples, es decir que el impuesto afecta cada una de las fases sucesivas de los ciclos de producción y distribución, siendo la importación y la venta dos hechos jurídicos sustancialmente diferentes, cada uno se constituye en un hecho generador del impuesto.

2.3 POR QUE SE IMPORTA DE ESPAÑA Y NO DE OTRO PAÍS

La Empresa COMERCIALIZADORA BAEZ GOMEZ ha seleccionado los vinos españoles, por su gran calidad y la variedad de su producción, hoy los vinos han logrado destacar y encontrar el modo de resaltar sus peculiaridades y atractivos, generando una variedad única en el mundo, pocos países de la extensión geográfica de España presentan variedad de climas y tierras, lo que lo hacen un país con excelentes cualidades para el cultivo, cosecha y crianza de vino.

Los expertos de publicaciones especializadas en gastronomía, hace tan solo un par de años se referían a los vinos españoles con adjetivos como "rústicos" o "difíciles de asimilar" ahora se muestran fascinados por la actual explosión de grandes vinos españoles a todos los niveles de precios, a un nivel accesible para el consumidor final.

Los vinos españoles han demostrado una enorme facilidad para introducirlos en el mercado de licores en la ciudad de Bogotá, no solo por la excelencia del producto, sino por el precio y por su origen, el consumidor nacional es muy receptivo cuando de marcas extranjeras se trata, en especial de la Madre Patria, hemos realizado estudios entre posibles compradores y los hemos interrogado acerca de vinos de origen europeo frente a sus pares Argentinos o chilenos, y casi la totalidad respondió que prefiere los vinos Europeos.

El proceso de Importación y Comercialización de los Vinos, se facilita por aspectos Tales como Idioma, Excelente manejo de Relaciones con nuestros Proveedores Europeos, garantizando no solo la calidad del Producto, sino el Respaldo y la Solidez de las Empresas Vinícolas Españolas, a tal punto que con cada Llegada de un contenedor es revisado minuciosamente a fin de comprobar que hasta la ultima botella adquirida se encuentre en perfecto estado de conservación y coloración.

El servicio que nos prestan a nivel de Preventa y Postventa, son de gran apoyo a la hora de introducir y posicionar el producto en cadenas de supermercados y locales comerciales en toda la ciudad.

La decisión de optar por vinos españoles, se origina en el análisis minucioso de encuestas realizadas a Consumidores Potenciales y habituales de vinos extranjeros, obteniendo conclusiones que sorprendieron al grupo encargado conformado por los socios de la Comercializadora Báez Gómez, especialmente en

cuanto al origen del mismo y al hecho de ser español, el solo nombre cambio de forma radical la aceptación del producto, y si a eso se le suma un precio accesible y una calidad inmejorable, además de facilidades en la adquisición e importación de los mismos, pues era el momento oportuno para implementar la decisión de comercializar y distribuir nuestros vinos exclusivos.

El origen ha fascinado a los críticos ha sido la explosión de grandes vinos a todos los niveles de precios. A los deliciosos riojas que pueden ser encontrados a precios tales como: Marques des Cáceres (\$12), Cune (\$12), El Coto (\$11), Murrieta (\$14), Lorinon (\$15) y Sierra Cantabria (\$18). Se afirma que "incluso los grandes, costosos y exclusivos como los Allende, Artadi, Contino, Muga y Roda tienen versiones más baratas que pueden superar las versiones corrientes de los California Cabernets.⁸

Toda esta difusión y buena imagen de los vinos españoles se está traduciendo en un crecimiento de las ventas que, según algunas fuentes están ganando cuotas de mercado en Norteamérica a pasos agigantados. Son buenas noticias para la industria española. En España se recuerda, se hace 10 veces más vino que en Australia, la mayoría más barato y delicioso. Algunos consultores pronostican que España puede llegar a ser el jugador europeo principal en el mercado de los Estados Unidos.

2.4 LEYENDAS Y REALIDADES DEL RIOJA

Cuando uno piensa en la España vitivinícola, lo primero que llega a la mente es un vino de la Rioja, región localizada en el noreste de la península ibérica, no muy lejos de la frontera con Francia.

⁸ Registro Oficina Departamento de Rentas de Cundinamarca. Bogotá, 2006

Sus vinos tienen características especiales de colores, aromas y sabores, producto de un largo envejecimiento en roble.

Se han tejido varias historias y leyendas a lo largo de los siglos, pero ninguna de las cuales es contundente. El nombre Rioja existe desde el siglo XI, quizás como tributo al Río Oja, uno de los siete afluentes del histórico Ebro, vía acuática que atraviesa gran parte de la región vitivinícola.

Otra posible explicación gira en torno a los Ruccones, integrantes de una tribu prerrománica que habitó en el lugar. También se ha hecho alusión a la coloración roja del suelo, típica de esta parte de la geografía española. Los vascos, sin embargo, prefieren la teoría de la voz *ería ogia*, que significa tierra del pan, quizás como tributo al tradicional cultivo de cereales.

2.5 PROBLEMAS DE ORDEN TRIBUTARIO

La empresa incurrió en una sanción en el momento de liquidar el Fondo Cuenta o Impuesto al Consumo ya que se utilizó la tarifa correspondiente al año anterior a la fecha de importación esto debido a que el personal del área contable no manejaba muy bien el tema, por supuesto que se hizo la corrección de inmediato, ya que para las importaciones es indispensable que este impuesto este totalmente al día, para así lograr continuar los trámites de importación de los productos y además es prerequisite para la departamentalización del producto importado. Se tienen en cuenta los siguientes datos; grados de alcohol del producto multiplicándolo por la tarifa correspondiente al año en que se realiza la importación.

2.5.1 Tarifas al Impuesto de Licores⁹

PRODUCTO	2003	2004	2005	2006
Vinos de 2.5° a 10° grados	63	66	69	72
Vinos de 2.5° y hasta 15°	116	122	128	134
Productos de + 15° a 35°	190	200	210	219
Productos de +35°	285	301	316	330

2.5.2 SOLUCIÓN AL PROBLEMA

La Compañía una vez enterado del inconveniente procedió a comunicarse con Combagom Ltda, quienes contaron con la ayuda de la Oficina de Rentas Departamentales de Cundinamarca y la Secretaría de Hacienda quienes les colaboraron facilitándole copia de la resolución con las tarifas actualizadas para el tipo del producto que se procedería a importar y además la explicación de cómo diligenciar el formulario en referencia.

2.6 VENTAJAS PARA LA EMPRESA

Combagom Ltda es una empresa que desde su constitución ha realizado importaciones en el área de materia prima e insumos, luego de empezar en el campo de importación de vinos estos han beneficiado un mayor reconocimiento en el sector comercial.

⁹ Registro Oficina del Departamento de Rentas de Cundinamarca. Bogotá, 2006

- ✚ Actualmente Combagom Ltda está tramitando la aceptación para obtener la autorización de los vinos para la comercialización y distribución de los productos en los departamentos de Magdalena, Boyacá y Cundinamarca.
- ✚ Se han aumentado los ingresos y se ha incrementado la planta física y su nómina ha mejorado.
- ✚ Con respecto al sector financiero se han desarrollado buenos contactos pero sobre todo un mayor respaldo por parte de los mismos.

2.6.1 DESVENTAJAS

- ✚ Colombia es un país donde sus consumidores tiene más preferencia por la bebida tradicional como la cerveza, aguardiente, ron, etc., y es allí donde la Comercializadora Báez Gómez, pretende llegar a todos y cada uno de los consumidores de licor para que puedan apreciar y degustar un excelente producto.
- ✚ La rotación del producto se ha visto afectada por el monopolio, ya que para poder distribuir en otros departamentos es complejo por los trámites que exigen ya que cada departamento tienen diferentes políticas para la aceptación de la distribución y comercialización del producto en cada uno de los departamentos.

3. CAPITULO III

3.1 COMBAGOM LTDA Y LA VIABILIDAD DE IMPORTACIÓN DE VINOS

En la actualidad los vinos ocupan un buen lugar en el mercado Colombiano, por lo tanto para Combagom Ltda como para otras empresas han logrado que el producto tenga mayor reconocimiento en el país, se puede decir que en estos momentos es viable importar vinos tanto para el desarrollo económico propio de la empresa como para el país puesto que gracias a las importaciones el gobierno recibe mayores ingresos provenientes de los impuestos.

Existe mayor desarrollo comercial se incrementa la oferta y la demanda en todos los aspectos, el contrabando disminuyó notablemente gracias a la reducción en las tarifas de Impuestos a cargo, hoy en día es menos complicado realizar una importación puesto que el gobierno ha diseñado formas más accesibles para que las empresas dedicadas a la importación puedan cumplir a cabalidad con sus obligaciones tributarias y les han dado a entender la importancia de comercializar legalmente los productos.

Gracias a la importación de vinos Combagom Ltda logra tener mayor reconocimiento en el sector comercial tanto en el nivel nacional como internacional, ya que con la investigación de mercados, se toma como referencia la calidad y profundidad de la información sobre el mercado, que es capaz de alcanzar, procesar y manipular a la hora de proyectar y ejecutar estrategias comerciales que resulten efectivas para el buen desarrollo económico de la empresa, logrando posicionar en un buen status, con la finalidad de que el consumidor lo adquiera para su aprovechamiento y satisfacción.

Para lograr el éxito al realizar una importación de cualquier producto es de vital importancia adquirir una información de calidad, para obtener menos riesgos y mayores oportunidades al momento de realizar negocios rentables, cuanto más completa y profunda sea la información que se obtenga esta permitirá definir con más objetividad los espacios futuros para alcanzar mejores resultados al momento de cubrir las necesidades del consumidor final y diseñar estrategias para competencias futuras.

3.1.2 ANÁLISIS FINANCIERO DE LA IMPORTACIÓN

La distribución de los productos importados por Combagom Ltda está enfocada a clientes mayoristas, con lo cual, la empresa busca obtener mayor rotación del producto llegando directamente a los grandes distribuidores (vinos) y así lograr posicionarse como mayorista en el mercado Colombiano de los vinos.

La empresa se ha concentrado en diseñar estrategias para codificar sus productos en los grandes almacenes de cadena, clubes y la introducción en otros departamentos, estableciendo precios atractivos y competitivos para el mercado, formando la combinación perfecta como es la garantía del producto y el precio.

3.2 RELACIÓN DE LEYES APLICADAS EN LA IMPORTACIÓN

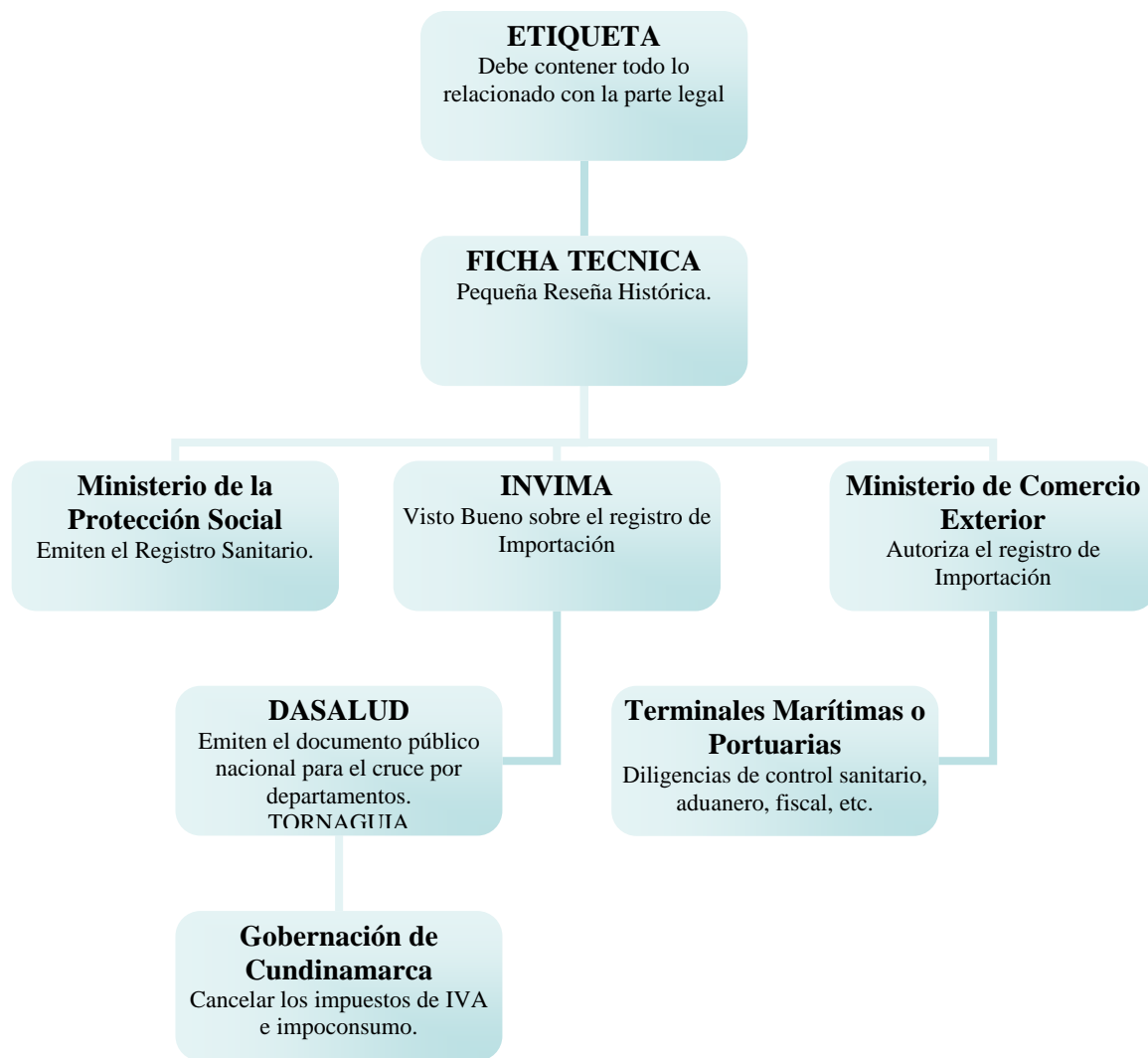
A partir de la entrada en vigencia de la ley 788 de 2002 las normas reglamentarias y bases gravables para los licores en general cambiaron notablemente para determinar los impuestos territoriales que deben cancelar los importadores para este tipo de producto.

Para COMBAGOM LTDA, el hecho de modificar las bases gravables significó el desarrollo de nuevos métodos de planificación en costos y ventas del producto,

elementos esenciales para garantizar un adecuado manejo de la información contable, tributaria y estadística en la Empresa.

La necesidad de establecer nuevos métodos o mejorar los existentes en cuanto al efecto que tienen las decisiones tomadas por organismos de estado mediante la emisión de normas jurídicas (leyes, decretos y acuerdos) que regulen contribuciones fiscales en las que la base sea el resultado de hechos ocurridos durante un período determinado. Ha hecho que las empresas importadoras de vinos en Colombia y en especial COMBAGOM LTDA, estén en la obligación de implementar nuevos métodos que garanticen la eficacia en los procesos de comercialización y venta de los vinos importados, este proceso requiere no solo la actualización y cambio en Aspectos Teóricos relacionados con manejo de información sino además el de garantizar que en la Práctica, la empresa no se sienta relegada frente a la competencia nacional.

4. PASOS PARA LA REALIZACIÓN DE UNA IMPORTACIÓN



5. MATRIZ DOFA

5.1 PLAN DE ESTRATEGICO DE COMBAGOM LTDA¹⁰

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Falta de inspección y ensayo en la recepción de insumos para producción. ❖ Mal manejo y organización del archivo general de la empresa. ❖ Inadecuado almacenamiento del embase. ❖ Falta de compromiso del personal administrativo para asistencia a las capacidades. ❖ Falta de equipos de computo y de herramientas de trabajo. ❖ Presentación de fallas en la base de datos. ❖ Existe un único distribuidor para el producto principal y objeto de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ampliar el mercado de nuestros productos a nivel nacional. ❖ Mayor reconocimiento del objeto social de la empresa ❖ Diversificar nuestra producción. ❖ Ampliación de la planta física de la empresa ❖ Oportunidad de ampliar la venta de exportación a mercados extranjeros (TLC)
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Implementación del sistema gestión de calidad, con el fin concebir la certificación y comprometidos con el mejoramiento continuo. ❖ Buena imagen de nuestros productos. ❖ Personal idóneo y comprometido la empresa. ❖ Capacitaciones periódicas del personal de la empresa. ❖ Instalaciones adecuadas para el almacenamiento de los productos 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aumento de la venta de licor adulterado en el departamento. ❖ La variedad de productos sustitutos en el mercado, pro ejemplo el ron, cerveza entre otros. ❖ Pérdida del mercado en el departamento, por el ingreso de nuevos productos. (TLC) ❖ El orden publico, impide el normal desplazamiento de nuestros productos

¹⁰ COMBAGOM LTDA. Archivos

6. CONCLUSIONES

En el mundo actual las fronteras se han ido disipando gracias al esfuerzo conjunto de todos los países que han visto como ayudados por los avances tecnológicos, que cada día hacen que estemos más cerca de cualquier lugar y el fenómeno de la globalización permite la diversificación de mercados y la introducción de nuevos productos al mercado nacional.

El proceso de importación asociado al rápido crecimiento del comercio mundial a la entrada de capital de inversión extranjera y las nuevas necesidades del mercado, lo convierten en un atractivo modelo de negocio que hasta hace unos años era muy poco atractivo para los empresarios nacionales.

El fenómeno de liberalización económica que recorre todo el mundo, la reducción de las barreras arancelarias como no arancelarias al comercio internacional, el cambio en la base gravable, que ahora se mide por el número de grados alcoholimétricos que contenga el producto, demuestra las bondades de las políticas tributarias tendientes a la reducción de impuestos a los licores ayudando a formalizar el mercado y reduciendo en gran medida el contrabando, y a su vez aumenta el número de contribuyentes que declaran beneficiando así tanto a comerciantes como al estado. Así mismo gracias a las soluciones que la DIAN ha propuesto para el pago de los impuestos ha facilitado la importación de bienes y servicios que cada día están adquiriendo mayor importancia para el consumidor final.

Gracias a un balance realizado por el director de la DIAN el señor Oscar Franco Charry, aseguró que mientras en enero y abril de 2002 se recaudaban 3.900 millones de pesos por impuestos al consumo de licores importados, en el mismo periodo del 2003 el recaudo se elevó a 7.127 millones de pesos mostrando un

crecimiento del 82 por ciento. Y entre enero y abril de 2003 y el mismo lapso de 2004 los recaudos subieron 21.135 millones de pesos, representando un incremento del 126 por ciento.

La corriente de liberalización económica sobre lo que asienta esta globalización de la economía refleja un cambio radical de las actitudes respecto de la política económica. Los comerciantes y distribuidores de vinos han rechazado el monopolio ya que con esto afecta la comercialización y distribución a nivel nacional, y esto les da prioridad solamente a las Licoreras Departamentales.

Con la vigencia de la ley 788 de 2002 y sus normas reglamentarias cambiaron los impuestos territoriales que deben cancelar los importadores por los bienes y servicios. COMBAGOM LTDA ve la necesidad de proponer y desarrollar políticas y estrategias de mercado que fomenten y aseguren el incremento progresivo de las ventas, la búsqueda de necesidades o nichos de mercado las formas de comunicación y elementos publicitarios y la acción de promoción.

Se pudo concluir la viabilidad y comercialización de vinos en Colombia en razón a los márgenes de utilidad que se obtendrían en el momento de realizar en forma efectiva la importación, proyectando unos resultados ventajosos y beneficiosos tanto para COMBAGOM LTDA., empleados y el sector a la economía a la cual pertenecen, dando así un cumplimiento a la normatividad legal vigente exigida durante el desarrollo del objeto social de la empresa.

Y por ultimo los beneficios se obtendrán de la aplicación de agresivas estrategias de mercadeo encaminadas a la expansión en el mercado interno compitiendo con precios accesibles y altos niveles de calidad en busca de satisfacer las necesidades del consumidor final.

ANEXO 1

COMERCIALIZADORA BAEZ GOMEZ LTDA

NIT. 830.036.233 - 6

ESTADO DE RESULTADOS DE 1 ENERO DE 2006 A JUNIO 30 DE 2006

<u>INGRESOS OPERACIONALES</u>		284.000.000	
INGRESOS POR OPERACIONES DE IMPORTACIÓN DE VINOS			284.000.000
<u>MENOS COSTO DE VENTAS</u>			121.870.000
VENTAS BRUTAS		121.870.000	
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL			162.130.000
<u>MENOS GASTOS GENERALES</u>			118.975.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS		48.294.000	
SUELDOS Y SALARIOS	21.000.000		
ADMINISTRATIVOS	27.294.000		
GASTOS OPERACIONALES VENTAS		70.681.000	
OPERACIONALES	50.017.000		
IMPUESTO AL CONSUMO	20.664.000		
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO			43.155.000
IMPUESTO DE RENTA		15.104.250	
RESERVAS		4.315.500	
UTILIDAD DEL EJERCICIO			23.735.250

ANEXO 2

COMERCIALIZADORA BAEZ GOMEZ LTDA.

NIT. 830.036.233 - 6

BALANCE GENERAL A DICIEMBRE 31 DE 2004

ACTIVO

DISPONIBLE

13.817.000

DEUDORES

8.500.000

INVENTARIOS

16.500.000

ANTICIPOS IMPUEST/CONTRIBUC.

2.865.000

TOTAL ACTIVO CORRIENTE

41.682.000

Activos Fijos

49.529.000

TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE

49.529.000

TOTAL ACTIVOS

91.211.000

PASIVO

PROVEEDORES NACIONALES

15.000.000

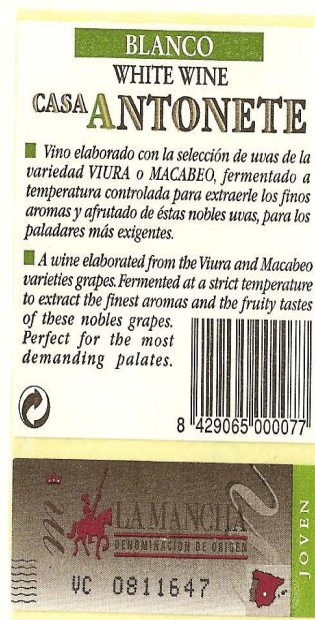
COSTOS Y GASTOS POR PAGAR

-

TOTAL PASIVO CORRIENTE	15.000.000	
IMPUESTO POR PAGAR	-	
TOTAL OTROS PASIVOS	-	
TOTAL PASIVOS		15.000.000
PATRIMONIO		
CUOTAS O PARTES DE INTERES SOCIAL	76.211.000	
REVALORIZACION DEL PATRIMONIO	-	
UTILIDAD ACUMULADA	-	
RESULTADOS DEL EJERCICIO	-	
TOTAL PATRIMONIO		76.211.000
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		91.211.000

ANEXO 3

ESTAMPILLAS VINOS CASA ANTONETE # 1



ANEXO 4

ESTAMPILLAS CASA ANTONETE # 2



ANEXO 5

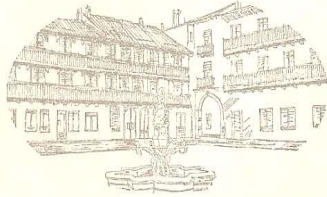
ESTAMPILLA CASA ANTONETE # 3



ANEXO 6

ESTAMPILLA CASA ANTONETE # 4

750 ml. e 12,5 % Vol.



CASA ANTONETE

ROSADO

Elaborado y Embotellado por:
(Produced and Bottled by)
COOP. DEL CAMPO "LA UNION AB"
TARAZONA DE LA MANCHA (02100)
R.E. CLM-424/AB

LA MANCHA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN
PRODUCT OF SPAIN

IMPORTADOR: COMERCIALIZADORA BAEZ GOMEZ LTDA. COMBAGOM
CRA. 52ª No. 183-172, PISO 2 y 3, SANTA FE DE BOGOTÁ - DC.
TLF.: 678 08 14 - INVIMA 2005L-0001993 /

**EL EXCESO DE ALCOHOL ES
PERJUDICIAL PARA LA SALUD**

"Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad"

ROSADO
ROSÉ WINE
CASA ANTONETE

Este vino ha sido elaborado con la selección de uvas de variedad Cencibel, criadas en una de las zonas privilegiadas de la localidad. De exquisito paladar digno de las mesas más exigentes.

This wine has been elaborated using the finest Cencibel variety grapes. Cultivated in one of the privileged zone of the locality. With an exquisite taste worthy of the most demanding tables.

8 429065 000084

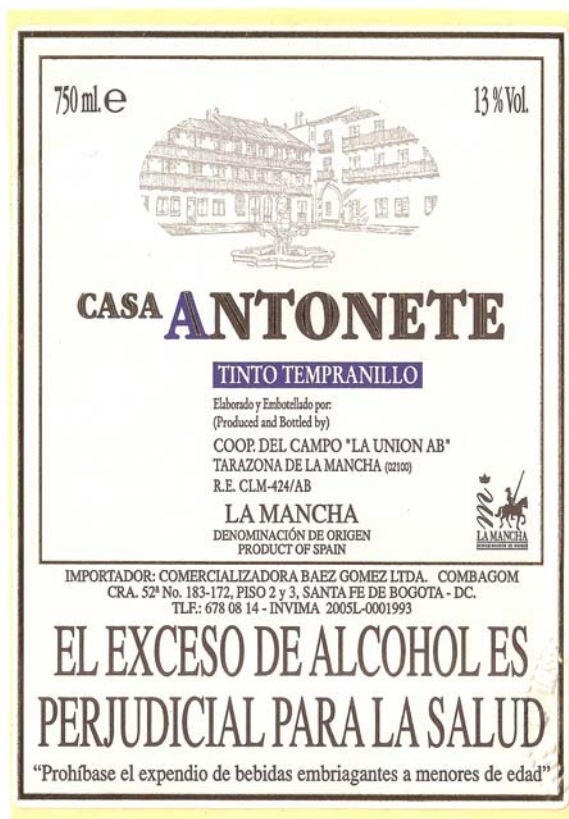
LA MANCHA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN

VB 0963836

JOVEN

ANEXO 7

ESTAMPILLA CASA ANTONETE # 5



ANEXO 9

FORMULARIO IMPOCONSUMO (Pago en Bancos)

DESPRENDA EL BORRADOR EN LA ULTIMA PARTE

ANTES DE DILIGENCIAR ESTE FORMULARIO, LEA CUIDADOSAMENTE LAS INSTRUCCIONES.
PARA EVITAR SANCIONES, DILIGENCIE CORRECTAMENTE EL FORMULARIO.

DECLARACION DEL IMPUESTO AL CONSUMO DE LICORES, VINOS, APERITIVOS Y SIMILARES DE ORIGEN EXTRANJERO FONDO CUENTA REF: FND. (F.C) I		REF. No. 1044865 SNR Banco de Bogotá - Cta. Cta. 000-587796 Banco BBVA - Cta. Cta. 493-00470-9 Banco Agrario - Cta. Cta. 3-0070-0-00100-5	PARA USO OFICIAL DE LA DIAN MODIFICACION O BORRADOR
--	--	---	--

SECCION A. TIPO DE DECLARACION

A.1. INICIAL <input type="checkbox"/>	A.2. CORRECCION <input checked="" type="checkbox"/>	FECHA
No. 1035618	2005 06 05	

SECCION B. ORIGEN DE LOS PRODUCTOS
B.1. INGRESO DE LOS PRODUCTOS AL PAIS

Declaración de Importación No. 07500270089101

FECHA 2005 06 05

SECCION C. INFORMACION GENERAL

C.1. Apellidos y Nombres o Razón Social Completa del Declarante
COMERCIALIZADORA BAEZ GOMEZ LTDA COMBAEOM LTDA

C.2. No. de Identificación
Nit. ☒ C.C. ☐ No. 830036283-6

C.3. Dirección
CALLEDA 52A N° 18AA-73 Pz y Pz

Municipio BOGOTÁ Departamento CUNDINAMARCA Teléfono 6780814

SECCION D. LIQUIDACION

D1. R	D2. MARCA	D3. UNIDAD DE MEDIDA	D4. BASE GRAVABLE (No. Grado Alcoh)	D5. TARIFA	D6. CANTIDAD	D7. VALOR DEL IMPUESTO
1	VINO TINTO CASA ANTONETE 2004	B	13	128	5064	8.426.496
2	VINO BLANCO CASA ANTONETE 2004	B	13	128	1908	3.174.912
3	VINO ROSADO CASA ANTONETE 2004	B	13	128	144	239.616
4	VINO CRANZA CASA ANTONETE 2002	B	13	128	4212	2.016.768
5	VINO RESERVA CASA ANTONETE 2001	B	13	128	318	529.152
6	VINO TINTO CASA ANTONETE 2003	B	13	128	3600	5.990.400
7						
8						
9						
10						

SECCION E. VALORES TOTALES

51. VALOR IMPUESTO AL CONSUMO	20.377.000
52. VALOR SANCIONES	287.000
53. TOTAL A CARGO POR IMPUESTOS Y SANCIONES	20.664.000

SECCION F. FIRMAS

F.1. DECLARANTE
Declaro que la información aquí consignada es correcta y ajustada a las disposiciones legales

FIRMA

NOMBRE MANUEL ALFONSO BAEZ GOMEZ

C.C. 79.276.124

F.2. REVISOR FISCAL ☐ **F.3. CONTADOR PUBLICO** ☐

FIRMA
NOMBRE
C.C. TARJETA PROFESIONAL No.

SECCION G. PAGOS

54. VALOR IMPUESTO AL CONSUMO	2.865.000
55. VALOR SANCIONES	287.000
56. VALOR INTERESES DE MORA	0
57. VALOR TOTAL	3.152.000

SECCION H. DISTRIBUCION DEL RECAUDO
Cuando en las declaraciones de impuestos al consumo haya lugar a liquidar sanciones y/o intereses moratorios, los mismos aplicarán proporcionalmente al componente del IVA.

58. COMPONENTE IVA 35% 7.132.400

Antes de pasar a la sección FORMA DE PAGO, no olvide diligenciar el renglón 58 - COMPONENTE IVA 35% de la SECCION H.

EFFECTIVO \$ 3.152.000

CHEQUE DE GERENCIA No.

CODIGO DEL BANCO

Para el Registro de la Operación por el Banco

REGISTRARÍA NACIONAL DE SUJETOS TRIBUTARIOS

Formulario de Distribución Gratuita

- ORIGINAL: Banco (con destino al Fondo - Cuenta) con fotocopia de Declaración de Importación adjunta -

ANEXO 10

REGISTRO SANITARIO VINO CASA ANTONETE



Libertad y Orden

República de Colombia
Ministerio de la Protección Social
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA

RESOLUCIÓN No. 2005000872 DE 19/01/2005
Por la cual se concede un Registro Sanitario

EL SUBDIRECTOR DE REGISTROS SANITARIOS DEL INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS - INVIMA en ejercicio de las facultades legales, Decreto 1290 de 1994, Decreto Reglamentario 3192 de 1983, la Resolución 251280 de 2000.

CONSIDERANDO

Que ante este Instituto se ha solicitado la Concesión de un Registro Sanitario con base en la documentación allegada, previo estudio técnico y legal de la Subdirección de Registros Sanitarios, se emitió concepto favorable para la autorización de este Registro Sanitario.

En consecuencia, este Instituto,

RESUELVE

ARTICULO PRIMERO.- Conceder REGISTRO SANITARIO por el término de DIEZ (10) años al
PRODUCTO: VINO TINTO CASA ANTONETE, VINO TINTO CRIANZA CASA ANTONETE, VINO TINTO RESERVA CASA ANTONETE, VINO ROSADO CASA ANTONETE Y VINO BLANCO CASA ANTONETE
REGISTRO SANITARIO No.: INVIMA 2005L-0001993 VIGENTE HASTA: 15 FEB 2015
TIPO DE REGISTRO: IMPORTAR Y VENDER
TITULAR(ES): COOPERATIVA DEL CAMPO LA UNION, con domicilio en ESPAÑA
FABRICANTE(S): COOPERATIVA DEL CAMPO LA UNION, con domicilio en ESPAÑA
IMPORTADOR(ES): COMERCIALIZADORA BAEZ GOMEZ LTDA. - COMBAGOM LTDA. con domicilio en BOGOTÁ - D.C.
GRADO AL COHOLICO: 13 % Vol.
CLASIFICACION: VINO
EXPEDIENTE No.: 19951143
RADICACIÓN No.: 2004079664

ARTICULO SEGUNDO: Para poder comercializar el producto, éste y sus etiquetas, deben cumplir en todo momento con los requisitos técnico - legales, establecidos en el artículo 16 de la ley 30 de 1986, ley 124 de 1994, decretos reglamentarios 3192 de 1983, 365 de 1994, 2311 de 1996 (en el caso de importados), y circular 014516 del 15 de Octubre de 1998, el Titular(es), Fabricante(es), Importador(es) serán responsables por lo aquí dispuesto y en caso de incumplimiento, se cancelará el registro sanitario conforme a lo establecido en el literal i) del artículo 145 del decreto 3192 de 1983.

ARTICULO TERCERO.- De acuerdo con lo establecido en el parágrafo único del artículo primero de la resolución No. 243710 del 30 de Septiembre de 1999, el interesado debe enviar dentro de los 30 días calendarios siguientes a la notificación de la presente resolución la etiqueta, empaque o rótulo final del producto que cumplan con la legislación nacional vigente.

ARTICULO CUARTO.- Contra la presente resolución procede únicamente el Recurso de Reposición ante el SUBDIRECTOR(A) DE REGISTROS SANITARIOS DEL INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS INVIMA, que podrá hacerse uso dentro de los CINCO (5) días siguientes a su notificación, en los términos señalados en el código Contencioso Administrativo.

ARTICULO QUINTO.- La presente resolución rige a partir de la fecha de su ejecutoria.

COMUNIQUESE, NOTIFIQUESE Y CUMPLASE

Dada en Bogotá D.C. a los 19 de Enero de 2005

GINA PATRICIA BUENDÍA GARCÍA
SUBDIRECTOR(A) DE REGISTROS SANITARIOS



ANEXO 11

CAPITULO V DE LA LEY 788 DE 2002

Impuestos territoriales

IMPUESTO AL CONSUMO DE LICORES, VINOS, APERITIVOS, Y SIMILARES

Artículo 49. Base gravable. La base gravable esta constituida por el número de grados alcoholimétricos que contenga el producto.

Esta base gravable aplicará igualmente para la liquidación de la participación, respecto de los productos sobre los cuales los departamentos estén ejerciendo el monopolio rentístico de licores destilados.

Parágrafo. El grado de contenido alcoholimétrico deberá expresarse en el envase y estará sujeto a verificación técnica por parte de los departamentos, quienes podrán realizar la verificación directamente, o a través de empresas o entidades especializadas. En caso de discrepancia respecto al dictamen proferido, la segunda y definitiva instancia corresponderá al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima.

Artículo 50. Tarifas. Las tarifas del impuesto al consumo, por cada unidad de 750 centímetros cúbicos o su equivalente, serán las siguientes:

1. Para productos entre 2.5° y hasta 15° grados de contenido alcoholimétrico, ciento treinta y cuatro pesos (\$ 134.00) por cada grado alcoholimétrico.

2. Para productos de más de 20° y hasta 35° grados de contenido alcoholimétrico, doscientos diez y nueve pesos (\$219.00) por cada grado alcoholimétrico.

3. Para productos de más de 35° grados de contenido alcoholimétrico, trescientos treinta pesos (\$ 330.00) por cada grado alcoholimétrico.

4. Para vinos entre 2,5° y hasta 10° grados de contenido alcoholimétrico, setenta y dos pesos (\$72.00) por cada grado alcoholimétrico.

Parágrafo 1°. Los vinos de hasta 10 grados de contenido alcoholimétrico, estarán sometidos, por cada unidad de 750 centímetros cúbicos o su equivalente, a la tarifa de sesenta pesos (\$60.00) por cada grado alcoholimétrico.

Parágrafo 2°. Dentro de las anteriores tarifas se encuentra incorporado el IVA cedido, el cual corresponde al treinta y cinco por ciento (35%) del valor liquidado por concepto de impuesto al consumo.

Parágrafo 3° Tarifas en el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. El impuesto al consumo de que trata la presente ley no aplica a los productos extranjeros que se importen al territorio del departamento archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, salvo que estos sean posteriormente introducidos al resto del territorio Nacional, evento en el cual se causará el impuesto en ese momento, por lo cual, el responsable previo a su envío, deberá presentar la declaración y pagar el impuesto ante el Fondo Cuenta de Impuestos al Consumo de Productos Extranjeros, aplicando la tarifa y base general señalada para el resto del país.

Para los productos nacionales de más de 2.5 grados de contenido alcoholimétrico, que ingresen para consumo al Departamento Archipiélago de San Andrés,

Providencia y Santa Catalina, por cada unidad de 750 centímetros cúbicos o su equivalente, la tarifa será de quince pesos (\$15.00) por cada grado alcoholimétrico.

Parágrafo 4°. Los productos que se despachen al Departamento deberán llevar grabado en un lugar visible del envase y la etiqueta y en caracteres legibles e indelebles, la siguiente leyenda: "Para consumo exclusivo en el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina", y no podrán ser objeto de reenvío al resto del país.

Los productores nacionales y los distribuidores seguirán respondiendo ante el departamento de origen por los productos que envíen al Archipiélago, hasta tanto se demuestre con la tornaguía respectiva, guía aérea o documento de embarque, que el producto ingresó al mismo.

Parágrafo 5°. Todos los licores, vinos, aperitivos y similares, que se despachen en los IN-BOND, y los destinados a la exportación y zonas libres y especiales deberán llevar grabado en un lugar visible del envase y la etiqueta y en caracteres legibles e indelebles, la siguiente leyenda: "Para exportación".

Parágrafo 6°. Cuando los productos objeto de impuesto al consumo tengan volúmenes distintos, se hará la conversión de la tarifa en proporción al contenido, aproximándola al peso más cercano.

El impuesto que resulte de la aplicación de la tarifa al número de grados alcoholimétricos, se aproximará al peso más cercano.

Parágrafo 7°. Las tarifas aquí señaladas se incrementarán a partir del primero (1°) de enero de cada año en la meta de inflación esperada y el resultado se

aproximará al peso más cercano. La Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda y Crédito Público certificará y publicará antes del 1° de enero de cada año, las tarifas así indexadas".

Artículo 51. Participación. Los departamentos podrán, dentro del ejercicio del monopolio de licores destilados, en lugar del Impuesto al Consumo, aplicar a los licores una participación. Esta participación se establecerá por grado alcoholimétrico y en ningún caso tendrá una tarifa inferior al impuesto.

La tarifa de la participación será fijada por la Asamblea Departamental, será única para todos los de productos, y aplicará en su jurisdicción tanto a los productos nacionales como extranjeros, incluidos los que produzca la entidad territorial.

Dentro de la tarifa de la participación se deberá incorporar el IVA cedido, discriminando su valor.

Artículo 52. Liquidación y recaudo por parte de los productores. Para efectos de liquidación y recaudo, los productores facturarán, liquidarán y recaudarán al momento de la entrega en fábrica de los productos despachados para otros departamentos el valor del impuesto al consumo o la participación, según el caso.

Los productores declararán y pagarán el impuesto o la participación, en los períodos y dentro de los plazos establecidos en la ley o en las ordenanzas, según el caso.

Artículo 53. Formularios de declaración. La Federación Nacional de Departamentos diseñará y prescribirá los formularios de declaración de Impuestos al Consumo. La distribución de los mismos corresponde a los departamentos.

Parágrafo. Las declaraciones de impuestos al consumo, que no contengan la constancia de pago de la totalidad del impuesto se tendrán por no presentadas.

Artículo 54. Cesión del IVA. Mantiénese la cesión del IVA de licores a cargo de las licoreras departamentales de que tratan los artículos 133 y 134 del Decreto Extraordinario 1222 de 1986.

A partir del 1° de enero de 2003, cédese a los Departamentos y al Distrito Capital, en proporción al consumo en cada entidad territorial, el Impuesto al Valor Agregado IVA sobre los licores, vinos, aperitivos, y similares, nacionales y extranjeros, que actualmente no se encontraba cedido.

En todos los casos, el IVA cedido a las entidades territoriales, quedará incorporado dentro de la tarifa del impuesto al consumo, o dentro de la tarifa de la participación, según el caso, y se liquidará como un único impuesto o participación, sobre la base gravable definida en el artículo anterior.

El impuesto liquidado en ningún caso podrá ser afectado con impuestos descontables, salvo el correspondiente a los productores oficiales, que podrán descontar del componente del IVA de este impuesto, el IVA pagado en la producción de los bienes gravados.

Del total correspondiente al nuevo IVA cedido, el setenta por ciento (70%) se destinará a salud y el treinta por ciento (30%) restante a financiar el deporte, en la respectiva entidad territorial.

Las exenciones del IVA establecidas o que se establezcan no aplicarán en ningún caso, respecto del IVA de cervezas y licores cedido a las entidades territoriales.

Parágrafo 1°. Para efectos de lo dispuesto en el presente artículo, en los formularios de declaración se discriminará el total del impuesto antiguo y nuevo cedido, que corresponda a los productos vendidos en el Distrito Capital.

Parágrafo 2°. Para los efectos en lo establecido en este artículo el Distrito Capital participará en el nuevo impuesto cedido en la misma proporción en que lo viene haciendo en relación con el IVA a cargo de las licoreras departamentales.

Artículo 61. Aprehensiones y decomisos. Los productos gravados con impuestos al consumo, o que son objeto de participación por ejercicio del monopolio de licores, que sean aprehendidos y decomisados o declarados en situación de abandono, serán destruidos por las autoridades competentes nacionales o territoriales, en un término de diez (10) días hábiles, contados a partir de la fecha de ejecutoria del acto administrativo que declara el decomiso o el abandono

Artículo 62. Control del impuesto al consumo de cervezas. Corresponde a la autoridad tributaria de los departamentos y el Distrito Capital la fiscalización, liquidación oficial y discusión del impuesto al consumo de cervezas, sifones, refajos y mezclas de producción nacional y extranjera de que trata el capítulo VII de la Ley 223 de 1995.

7. BIBLIOGRAFIA

LEGISLACION ADUANERA Y SU REGLAMENTACIÓN. Decreto 2685 de 1999. Editorial Unión Ltda de 2004. 652 p.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Normas Colombianas para la presentación de trabajos de investigación. Quinta actualización. Bogotá D.C.: INCONTEC, 2005-2006. 114p. NTC 1486.

NUEVO PAQUETE TRIBUTARIO. Presentaciones y Distribuciones. El Trébol Ltda de 2005. 142 p.

CARRASQUILLA BARRERA, Alberto, Economía Colombiana y Coyuntura, Contraloría General de la República.

SECRETARIA DE HACIENDA, Departamento de Cundinamarca. Se establecen valores de participación para el año 2006. D.R., Julio Cesar Bernal Cristancho.

WWW.LAREPÚBLICA.COM, Las Licoreras y el TLC

WWW.DIAN.GOV.CO, Capitulo V de la Ley 788 de 2002

8. GLOSARIO

ABANDONO LEGAL

Situación en que se encuentra una mercancía cuando vencido el término de permanencia en depósito no ha obtenido su levante o no se ha reembarcado.

ABANDONO VOLUNTARIO

Es el acto mediante el cual quien tiene derecho a disponer de la mercancía comunica por escrito a la autoridad aduanera que la deja a favor de la nación en forma total o parcial, siempre y cuando el abandono sea aceptado por la autoridad aduanera. En este evento el oferente deberá sufragar los gastos que el abandono ocasione.

ADUANA DE PARTIDA

Es aquella donde se inicia legalmente un tránsito aduanero.

ADUANA DE PASO

Es cualquier aduana por donde circulan mercancías en tránsito sin que haya finalizado la modalidad.

ADUANA DE DESTINO

Es aquella donde finaliza la modalidad de tránsito aduanero.

AGENTE DE CARGA INTERNACIONAL

Persona jurídica inscrita ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, para actuar exclusivamente en el modo de transporte marítimo y cuyo objeto social incluye, entre otras, las siguientes actividades: coordinar y organizar embarques,

consolidar carga de exportación o desconsolidar carga de importación y emitir o recibir del exterior los documentos de transporte propios de su actividad.

ALMACENAMIENTO

Es el depósito de mercancías bajo el control de autoridad aduanera en recintos habilitados por la aduana.

APREHENSION

Es una medida cautelar consistente en la retención de mercancías respecto de las cuales se configure alguno de los eventos previstos en el artículo 502 del presente decreto.

AUTORIDAD ADUANERA

Es el funcionario público o dependencia oficial que en virtud de la ley y en ejercicio de sus funciones, tiene la facultad para exigir o controlar el cumplimiento de las normas aduaneras.

ARANCELES

El método más común para frenar las importaciones consiste en establecer aranceles, impuestos que gravan los bienes importados. El arancel, pagado por el comprador del bien, eleva el precio de ese producto en el país importador. Este aumento desincentiva la demanda de consumo de bienes importados, por lo que consigue reducir de modo eficiente el volumen de importaciones. Los impuestos percibidos aumentan los ingresos del Estado. Además, los aranceles constituyen un subsidio encubierto para las industrias competidoras de productos importados; cuanto mayor sea el precio resultante de la aplicación del arancel, mayor será el beneficio de los productores nacionales al poder vender a un precio superior del

que podrían establecer en caso de competencia internacional. Ello puede incentivarles para aumentar su propia producción.¹¹

CARTA DE PORTE

Documento de transporte por vía férrea o por vía terrestre que expide el transportador y que tiene los mismos efectos del conocimiento de embarque.

CARGA A GRANEL

Es toda carga sólida, líquida o gaseosa, transportada en forma masiva, homogénea, sin empaque, cuya manipulación usual no deba realizarse por unidades.

CONOCIMIENTO DE EMBARQUE

Es el documento que el transportador marítimo expide como certificación de que ha tomado a su cargo la mercancía para entregarla, contra la presentación del mismo en el punto de destino, a quien figure como consignatario de ésta o a quien la haya adquirido por endoso total o parcial, como constancia del flete convenido y como representativo del contrato de fletamento en ciertos casos. Los conocimientos de embarque de la carga consolidada los expide el agente de carga internacional.

CONSIGNATARIO

Es la persona natural o jurídica a quien el remitente o embarcador en el exterior envía una mercancía, o a quien se le haya endosado el documento de transporte.

¹¹ "Comercio Internacional". Enciclopedia, Microsoft Encarta 2005. 1993-2004. Reservados todos los derechos

CONTENEDOR

Es un recipiente consistente en una gran caja con puertas o paneles laterales desmontables, normalmente provistos de dispositivos (ganchos, anillos, soportes, ruedas) para facilitar la manipulación y estiba a bordo de un medio de transporte, utilizado para el transporte de mercancías sin cambio de embalaje desde el punto de partida hasta el punto de llegada, cuya capacidad no sea inferior a un metro cúbico.

CONTROL ADUANERO

Es el conjunto de medidas tomadas por la autoridad aduanera con el objeto de asegurar la observancia de las disposiciones aduaneras.

DECLARANTE

Es la persona que suscribe y presenta una declaración de mercancías a nombre propio o por encargo de terceros. El declarante debe realizar los trámites inherentes a su despacho.

DECLARACIÓN DE MERCANCÍAS

Es el acto efectuado en la forma prevista por la legislación aduanera, mediante el cual el declarante indica el régimen aduanero que ha de aplicarse a las mercancías consigna los elementos e informaciones exigidos por las normas pertinentes.

DECOMISO

Es el acto en virtud del cual pasan a poder de la Nación las mercancías, respecto de las cuales no se acredite el cumplimiento de los trámites previstos para su presentación y/o declaración ante las autoridades aduaneras, por presentarse alguna de las causales previstas en el artículo 502 de este decreto.

DEPÓSITO

Es el recinto público o privado habilitado por la autoridad aduanera para el almacenamiento de mercancías bajo control aduanero. Para todos los efectos se considera como Zona Primaria Aduanera.

DERECHOS DE ADUANA

Son todos los derechos, impuestos, contribuciones, tasas y gravámenes de cualquier clase, los derechos antidumping o compensatorios y todo pago que se fije o se exija, directa o indirectamente por la importación de mercancías al territorio aduanero nacional o en relación con dicha importación, lo mismo que toda clase de derechos de timbre o gravámenes que se exijan o se tasen respecto a los documentos requeridos para la importación o, que en cualquier otra forma, tuvieren relación con la misma. No se consideran Derechos de Aduana, el impuesto sobre las ventas, ni los impuestos al consumo causados con la importación, las sanciones, las multas y los recargos al precio de los servicios prestados.

DESCARGUE

Es la operación por la cual la mercancía que ingresa al territorio aduanero nacional es retirada del medio de transporte en el que ha sido movilizada.

DESPACHO

Es el cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias para destinar las mercancías a un régimen aduanero.

IMPORTACIÓN

Es la introducción de mercancías de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional. También se considera importación la introducción de mercancías

procedentes de Zona Franca Industrial de Bienes y Servicio, al resto del territorio aduanero nacional en los términos previstos en este decreto.

IMPORTACIÓN ORDINARIA

Es la introducción de mercancía procedente del extranjero o de zona franca colombiana, al territorio nacional para permanecer en él indefinidamente y en libre disposición, cancelando previamente los tributos aduaneros del caso, y cumpliendo con el procedimiento legal previsto para el efecto.

IMPORTACION CON FRANQUICIA

Es aquella importación que, en virtud de tratado, convenio o ley, goza de exención total o parcial de tributos aduaneros y con base en la cual la disposición de la mercancía estará restringida, salvo lo dispuesto en la norma que consagra el beneficio.

IMPORTACIÓN EN CUMPLIMIENTO DE GARANTIA

Es la importación sin el pago de los tributos aduaneros de la mercancía que en cumplimiento de una garantía del fabricante o proveedor, se haya reparado en el exterior o reemplace otra que haya resultado averiada, defectuosa o impropia para el fin que fue importada. La mercancía así importada quedará en libre disposición.

LEVANTE

Es el acto por el cual la autoridad aduanera permite a los interesados la disposición de la mercancía, previo el cumplimiento de los requisitos legales o el otorgamiento de garantía, cuando a ello haya lugar.

ZONA PRIMARIA ADUANERA

Es aquel lugar del territorio aduanero nacional habilitado por la aduana para la realización de las operaciones materiales de recepción, almacenamiento y movilización de mercancías que entran o salen del país, donde la autoridad aduanera ejerce sin restricciones su potestad de control y vigilancia.

ZONA SECUNDARIA ADUANERA

Es la parte del territorio aduanero nacional que no constituye Zona Primaria Aduanera.