

PROYECTO FINAL DE EXPORTACIÓN DE BEBIDAS ENERGIZANTES
ELABORADAS CON PRODUCTOS NATURALES

COLOMBIA- LEIWEN, ALEMANIA

ANDRES CAMILO MEJIA

INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO “SIMÓN RODRIGUEZ”
INTENALCO EDUCACIÓN SUPERIOR
TÉCNICO PROFESIONAL EN OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR
SANTIAGO DE CALI

2024

PROYECTO FINAL DE EXPORTACIÓN DE BEBIDAS ENERGIZANTES
ELABORADAS CON PRODUCTOS NATURALES

COLOMBIA- LEIWEN, ALEMANIA

TABLA DE CONTENIDO

0. INTRODUCCIÓN	4
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	5
2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
3. JUSTIFICACIÓN METODOLÒGICA	7
3.1. METODOLOGÍA:	8
3.1.1. TIPO DE ESTUDIO:	8
3.2. FUENTES DE INFORMACIÓN:	9
4. OBJETIVOS	11
4.1. OBJETIVO GENERAL:	11
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	11
5. PRODUCTO	12
5.1. DEFINICIÓN:	12
5.1.1. ¿Indicar que es y para qué sirve el producto a exportar?	12
5.1.2. ANTECEDENTES:	14
5.2. FICHA TÉCNICA:	16
5.3. POSICIÓN ARANCELARIA:	18
6. ESTUDIO DE MERCADO	19
6.1. PAÍS IMPORTADOR:	20
6.1.1. INDUSTRIA DEL PRODUCTO O SERVICIO A EXPORTAR:	23
6.1.2. ENTORNO GEOGRÁFICO:	24
6.1.3. ENTORNO POLÍTICO:	29
6.1.4. COMERCIO EXTERIOR EN ALEMANIA.	30
6.1.5. DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL:	37
7. PROCESO DE EXPORTACIÓN.	41
7.1. NORMATIVIDAD LEGAL:	42
7.1.1. PAÍS DE ORIGEN: (Colombia)	43
7.1.2. PAÍS DESTINO: (Alemania)	44
7.2. TERMINO DE NEGOCIACION INTERNACIONAL:	44
7.3. ENVASE Y EMPAQUE DEL PRODUCTO:	45
7.4. EMBALAJE:	45
7.5. DOCUMENTACIÓN	46
8. CONCLUSIONES:	46
Bibliografía	48

0. INTRODUCCIÓN

El comercio internacional ha evolucionado significativamente en los últimos años, abriendo oportunidades para que productos innovadores y de alta calidad accedan a mercados globales cada vez más exigentes. En este contexto, las bebidas energizantes han surgido como un segmento de rápido crecimiento, especialmente en países como Alemania, donde los consumidores valoran la funcionalidad, la sostenibilidad y el uso de ingredientes naturales. Este mercado presenta una oportunidad interesante para los productores colombianos, quienes cuentan con una biodiversidad excepcional y experiencia en el desarrollo de productos innovadores y sostenibles.

A pesar de este panorama favorable, la exportación de bebidas energizantes desde Colombia hacia Alemania enfrenta múltiples desafíos. Las estrictas regulaciones sanitarias y de calidad de la Unión Europea, junto con la alta competitividad del mercado alemán, plantean barreras significativas para los productores colombianos. Adicionalmente, las preferencias específicas de los consumidores alemanes, orientadas hacia productos naturales y sostenibles, exigen estrategias innovadoras para cumplir con sus expectativas y destacar frente a marcas consolidadas.

En este trabajo se aborda la problemática desde una perspectiva integral, buscando responder a la pregunta: ¿Qué estrategias deben adoptar los productores colombianos de bebidas energéticas para superar las barreras regulatorias, logísticas y competitivas, y posicionarse con éxito en el mercado de Leimen, Alemania, aprovechando la demanda por productos naturales y funcionales? Para ello, se evaluarán las oportunidades derivadas de la biodiversidad y sostenibilidad de los ingredientes colombianos, así como las exigencias y características del mercado alemán.

A través de un enfoque metodológico mixto, se analizarán las tendencias de consumo, las regulaciones vigentes y las fortalezas competitivas de los exportadores colombianos. Este estudio busca no solo determinar la viabilidad de la exportación de bebidas energéticas colombianas, sino también proponer estrategias concretas para posicionarlas en el mercado alemán, aprovechando el creciente interés por productos innovadores, funcionales y sostenibles. A través de un enfoque metodológico mixto, que incluirá el análisis de tendencias de consumo, las regulaciones vigentes, casos de éxito y las fortalezas competitivas de los exportadores colombianos, este estudio busca no solo determinar la viabilidad de la exportación de bebidas energéticas colombianas, sino también proponer estrategias concretas para posicionarlas de manera efectiva en el mercado alemán. De esta forma, se pretende contribuir al fortalecimiento del comercio exterior colombiano y al desarrollo de productos con identidad, valor agregado e impacto positivo en el mercado internacional.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué estrategias deben adoptar los productores colombianos de bebidas energéticas para superar las barreras regulatorias, logísticas y competitivas, y posicionarse con éxito en el mercado de la ciudad de Leiwén, Alemania aprovechando la demanda por productos naturales y funcionales?

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

El mercado global de bebidas energéticas ha experimentado un crecimiento sostenido, impulsado por una creciente demanda de productos que promuevan la energía y el bienestar en el estilo de vida de los consumidores. Este fenómeno es particularmente relevante en Alemania, donde la población joven y activa, junto con una industria laboral exigente, ha favorecido el alto consumo de bebidas energéticas. Además, existe una fuerte disposición en el mercado alemán hacia productos funcionales y naturales, lo que representa una oportunidad significativa para los productores colombianos, quienes están desarrollando bebidas energéticas innovadoras basadas en ingredientes naturales y de valor agregado.

Sin embargo, la exportación de bebidas energéticas desde Colombia hacia Alemania enfrenta una serie de desafíos, entre los que se incluyen barreras comerciales, regulaciones sanitarias y estándares de calidad establecidos por la Unión Europea, así como la alta competitividad del mercado alemán. Estos obstáculos dificultan el acceso de los productos colombianos a este mercado, especialmente en un entorno en el que los consumidores tienen preferencias muy específicas por ingredientes naturales y sostenibles.

La falta de estudios previos sobre la viabilidad de la exportación de bebidas energéticas colombianas hacia mercados europeos, como el alemán, y la ausencia de metodologías claras para abordar los desafíos regulatorios y logísticos, pone a los productores colombianos en una posición incierta. Es necesario investigar y definir las estrategias adecuadas para posicionar las bebidas energéticas colombianas en el mercado alemán, aprovechando la tendencia hacia productos naturales y sostenibles, y garantizar el cumplimiento de los requisitos legales y de calidad exigidos.

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La exportación de bebidas energizantes de origen colombiano hacia Alemania enfrenta el reto de determinar si las características naturales, sostenibles e innovadoras de los productos colombianos pueden cumplir con las exigentes regulaciones y expectativas del mercado alemán. Este mercado, altamente competitivo, valora productos con ingredientes naturales, sostenibles y funcionales, por lo que se requiere evaluar en qué medida las fortalezas de los exportadores colombianos —como la biodiversidad única de ingredientes, la experiencia en producción sostenible y la capacidad de innovación en el desarrollo de bebidas funcionales— pueden representar una ventaja diferenciadora en relación con las marcas locales e internacionales consolidadas.

¿Es factible la exportación de bebidas energizantes desde Cali, Colombia, hacia Leiwén, Alemania, considerando las oportunidades derivadas de la biodiversidad y sostenibilidad de los ingredientes colombianos, así como los desafíos regulatorios, de calidad y competitivos del mercado alemán?

3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Para evaluar la viabilidad de la exportación de bebidas energéticas colombianas elaboradas con productos 100% naturales al mercado alemán, se utilizará un enfoque metodológico mixto que combina análisis cualitativos y cuantitativos. Esta combinación permitirá obtener una visión integral de las oportunidades y desafíos en el mercado alemán, teniendo en cuenta tanto los factores internos de los exportadores colombianos como las exigencias y preferencias del mercado de destino.

La metodología cualitativa se centrará en la revisión de literatura y análisis de documentos, regulaciones y estudios de mercado alemanes relacionados con el consumo de productos naturales y bebidas energéticas. Además, se realizarán entrevistas a expertos en comercio internacional, regulaciones europeas y desarrollo de productos naturales. Esto permitirá identificar los requisitos legales, las expectativas de los consumidores alemanes y las tendencias de sostenibilidad que podrían afectar la aceptación de las bebidas colombianas en Alemania.

Por otro lado, la metodología cuantitativa se utilizará para analizar datos de mercado sobre consumo de bebidas energéticas en Alemania, importaciones, precios y participación de productos naturales. Se realizará un análisis estadístico para evaluar la demanda potencial y la competitividad de las bebidas energéticas colombianas en este mercado. Esta parte cuantitativa incluirá la identificación de indicadores clave como el crecimiento proyectado del mercado, las tasas de importación y la segmentación del consumidor alemán.

La combinación de estos métodos permitirá generar un análisis detallado sobre la viabilidad de la exportación, proporcionando información valiosa sobre las fortalezas competitivas de los exportadores colombianos, tales como la biodiversidad de ingredientes naturales y la capacidad de innovación en formulaciones energizantes sostenibles.

3.1. METODOLOGÍA:

La metodología a utilizar en el presente proyecto será la metodología mixta.

La investigación con métodos mixtos es un paradigma de investigación que implica la recopilación de datos cualitativos y cuantitativos sobre el mismo objeto de investigación. Los investigadores que emplean métodos mixtos sintetizan los resultados cualitativos con los cuantitativos para lograr una mejor comprensión.

La investigación con métodos mixtos obedece a la necesidad de comprender conceptos o fenómenos a un nivel profundo. Un estudio cuantitativo o cualitativo aislado puede aportar grandes conocimientos. Aun así, un solo método puede no ser capaz de captar todos los conocimientos necesarios para comprender plenamente un tema o cuestión.

Quienes llevan a cabo investigaciones con métodos mixtos reconocen la importancia de realizar investigaciones cualitativas y cuantitativas para obtener resultados más completos. Sin embargo, no se trata simplemente de recopilar más datos porque sí. El diseño de métodos mixtos tiene el propósito de elaborar cuidadosamente las preguntas de investigación y emplear los métodos de investigación adecuados para rellenar las lagunas de conocimiento que rodean a una investigación concreta.

Para determinar qué métodos y datos pueden abordar necesidades de investigación concretas, veamos las capacidades y diferencias entre la recopilación de datos cualitativos y cuantitativos.

La investigación cualitativa y la cuantitativa son paradigmas de investigación establecidos precisamente porque ofrecen perspectivas relevantes con el diseño de investigación, la recogida de datos y el análisis adecuado.

Uno de los principales objetivos de la investigación cualitativa es generar una descripción de un fenómeno social. Cuando algo es difícil de cuantificar, es necesario descomponerlo en elementos más constitutivos que sean, por sí mismos, más fáciles de percibir.

La metodología de investigación cuantitativa toma las teorías generadas a partir de los resultados cualitativos para recopilar datos cuantitativos que puedan utilizarse para medir un concepto o fenómeno a escala. (Montgomery, n.d.)

3.1.1. TIPO DE ESTUDIO:

El enfoque descriptivo en la investigación tiene como objetivo detallar y caracterizar fenómeno, situación o grupo en su contexto y entorno, sin intervenir ni manipular variables. A diferencia del enfoque exploratorio, que se centra más en la obtención de información preliminar o la identificación de patrones, el enfoque descriptivo se centra en documentar las características, comportamientos o condiciones de un fenómeno tal como se presenta en la realidad. Características de la investigación descriptiva: Objetivo principal: Su principal propósito es describir de manera detallada y precisa las características de una población, fenómeno o problema de investigación. Se busca responder preguntas del tipo: ¿Qué es? ¿Cómo es? ¿Cuáles son sus características?

Este tipo de método de investigación, como su propio nombre indica, busca describir el estado y comportamiento de las variables que tiene como objeto de estudio.

Características del método descriptivo

- Método cuantitativo y concluyente.
- Análisis estadístico
- Identifica tendencias entre la población.
- Método preliminar que precede a otro tipo de investigaciones más profundas.

Usos del método descriptivo

- Define características de la muestra, por ejemplo, es muy útil para que las empresas puedan descubrir hasta qué punto están satisfechos sus clientes con un producto; eso sí, siempre a partir de valores numéricos.
- Observar tendencias en los datos, ver cómo estos evolucionan a lo largo del tiempo.
- Comparar los datos obtenidos por diferentes grupos de participantes, por ejemplo ver cómo funciona x producto entre dos grupos pertenecientes a dos generaciones distintas o entre dos grupos de diferente sexo. (Aspasia, 2024)

3.2. FUENTES DE INFORMACIÓN:

La información será tomada de los *síttios web*, ya que estos nos permitirán tener una contextualización global de nuestra investigación, adicional a esto, es un sistema que cuenta con actualizaciones constantes, nos permite un acceso inmediato y amplio y adicional a ello podemos identificar diversas fuentes o puntos de vista que hacen que nuestro conocimiento se expanda más.

Por sus múltiples fuentes de acceso, podemos recolectar videos, fotos, estadísticas, informes textos alusivos a nuestra investigación y un sin fin de herramientas que nos permiten ir más a fondo.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL:

- Evaluar la viabilidad de la exportación de bebidas energéticas colombianas elaboradas con productos 100% naturales al mercado alemán, específicamente a la ciudad de Leimen - Alemania, identificando oportunidades y desafíos, así como las estrategias adecuadas para su posicionamiento.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Analizar las preferencias y tendencias de consumo de los consumidores alemanes en relación con las bebidas energéticas naturales y sostenibles.
- Identificar y evaluar las regulaciones y estándares de calidad que las bebidas energéticas colombianas deben cumplir para acceder al mercado alemán.
- Examinar las fortalezas competitivas de los exportadores colombianos en el contexto de la producción de bebidas energéticas, enfocándose en la biodiversidad de ingredientes y la capacidad de innovación.
- Proponer estrategias de marketing y distribución que permitan a los productores colombianos posicionar sus bebidas energéticas de manera efectiva en el mercado alemán.
- Realizar un análisis comparativo de casos exitosos de exportación de bebidas energéticas en mercados similares para extraer lecciones aplicables a la situación de Colombia.

5. PRODUCTO

5.1. DEFINICIÓN:

Power & Life, es una bebida energizante natural diseñada específicamente para deportistas que buscan un impulso de energía seguro, efectivo y sostenible. Su combinación de ginseng, creatina y otros ingredientes naturales ofrece una mejora en el rendimiento físico y la resistencia sin causar efectos secundarios a largo plazo. Gracias a su fórmula adaptada a las necesidades del cuerpo durante el ejercicio, se convierte en una opción ideal para quienes desean optimizar su rendimiento y recuperación de manera saludable.

Esta bebida energizante está diseñada para aquellos deportistas que buscan mejorar su rendimiento físico y mental de manera segura, con ingredientes naturales que no solo proporcionan un impulso energético inmediato, sino que también ayudan en la recuperación y optimización de los resultados a largo plazo sin efectos adversos.

Power & Life con su combinación de creatina y ginseng permite mejorar el rendimiento en entrenamientos de resistencia y fuerza. La creatina apoya la regeneración rápida de energía, lo que permite a los deportistas sacar su máximo rendimiento durante entrenamientos intensos. El ginseng, por su parte, incrementa la resistencia, reduciendo la fatiga y ayudando al deportista a mantener un alto rendimiento durante períodos prolongados.

5.1.1. ¿Indicar que es y para qué sirve el producto a exportar?

Al momento de realizar alguna actividad física, hay pocos productos los cuales son viables a la hora de consumir y en algunos casos pueden resultar bastantes costosos, a continuación haremos presentación de nuestra idea de negocio, nace como una necesidad de brindar al deportista una ayuda suplementaria al momento de estar entrenando, brindando beneficios energizantes sin salirse del esquema natural que no afecten a nuestro cuerpo en un tiempo a corto y largo plazo, buscamos una solución para aliviar la fatiga muscular y el cansancio en el momento de entrenar y post entreno.

Además de los beneficios funcionales que ofrece, esta bebida proporciona un perfil sensorial agradable gracias a su sabor dulce y refrescante. Este equilibrio de propiedades organolépticas no solo facilita la adherencia al consumo regular, sino que también optimiza la experiencia sensorial, convirtiéndola en una opción

placentera y atractiva. Ingredientes naturales como frutas, edulcorantes como la miel o la stevia, y hierbas frescas, no solo contribuyen al sabor, sino que también potencian las propiedades nutricionales y bioactivas de la bebida. De este modo, el consumo se convierte en una experiencia integral que apoya el bienestar físico y satisface los sentidos.

Power & Life nace con el propósito de proporcionar energía a la comunidad, sin distinción de edad, teniendo en cuenta la salud y el bienestar de cada individuo. Esta bebida está formulada a base de ginseng, un ingrediente reconocido por sus propiedades beneficiosas para la salud del consumidor.

Para comprender los efectos de esta bebida, es necesario considerar el impacto de los estimulantes en el organismo. Estos compuestos activan el sistema nervioso simpático, el cual juega un papel fundamental en la regulación de los estados de alerta y la preparación para enfrentar situaciones que requieren atención y acción rápida.

Al activarse el sistema simpático, se produce una serie de respuestas fisiológicas, tales como el aumento de la presión sanguínea, la frecuencia cardíaca, el flujo sanguíneo hacia el cerebro y los músculos, la dilatación de las pupilas y el incremento del apetito. Estos efectos contribuyen a que la persona se sienta más alerta y lista para la acción.

Entre los estimulantes más comunes se encuentra la cafeína, presente en productos como el café, el té y la cola. Aunque no suele causar efectos adversos si se consume con moderación, la cafeína puede generar cierta dependencia en caso de abuso.

5.1.2. ANTECEDENTES:

“ELABORACIÓN Y EXPORTACIÓN DE BEBIDA ENERGIZANTE CON BASE DE MACA Y AGUAYMANTO A LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, ESTADO DE NEW JERSEY”

Actualmente el consumo de bebidas energizantes en el mundo ha aumentado, dependiendo de factores como estilo de vida, moda, sabores, entre otros. Generalmente los energizantes que vemos en el mercado, contienen taurina y cafeína, que de ser consumido en exceso puede causar complicaciones en la salud. Es así como surge este plan de negocios para el lanzamiento de un energizante libre de estos ingredientes. NATURAL ENERGY S.A.C. es una empresa peruana, que se dedica a la producción y comercialización de bebidas energizantes con base de frutos peruanos como la maca y el aguaymanto. Nuestra misión está enfocada en brindar un producto que cumpla los estándares de calidad, alto valor nutricional, energía, buen sabor. El principal objetivo es atender los requerimientos del target al que nos enfocamos, a través de un bróker en el estado de New Jersey en Estados Unidos, logrando identificar y diseñar estrategias óptimas para lograr penetrar al mercado objetivo. El producto a exportar es una bebida energizante que llevará el nombre de “BURST”, preparada con base de maca y aguaymanto en presentación de envase de aluminio de 250 ml, con destino a los Estados Unidos de América, New Jersey, condado de Parsippany. Se ha seleccionado este mercado como una oportunidad de negocio, ya que actualmente se sigue un estilo de vida activo y acelerado, y el consumo de bebidas energizantes cada vez aumenta más. El estudio de mercado realizado a través de fuentes primarias y secundarias, ha determinado que el consumidor objetivo de la empresa está conformado por el segmento de hombres y mujeres de 16 años a 35 años, que forman parte de familias Latinas ubicados en el estado de New Jersey en Estados Unidos de América estarían interesados en probar bebidas energizantes a base de productos naturales. La estrategia genérica de la empresa tendrá como objetivo promover las bebidas elaboradas con frutos de nuestro país, haciendo notar sus beneficios y distinguidos sabores y a la vez diferenciarlo con las bebidas ya existentes posicionadas en el mercado, ya que esta bebida está libre de taurina y cafeína. El consumo mensual estimado para el primer año será de 18,776 latas de 250 ml. Para iniciar sus operaciones NATURAL ENERGY S.A.C. Requerirá una inversión inicial de S/. 217,492 de los cuáles el 34.5 % serán aportados por los accionistas de la empresa y el 65.5% restante será financiado. Según las proyecciones financieras; se espera que al finalizar el quinto año de operación, las utilidades después de impuestos ascienden a S/. 569,540.78 contándose con una TIR de 108.96 % y un VAN de S/.494, 584; se espera recuperar la inversión inicial en el primer año del proyecto. Finalmente, el presente plan de negocios demuestra que es factible aprovechar las

oportunidades del entorno y las ventajas comparativas de los productos elaborados con ingredientes altamente nutritivos, para tener un modelo de negocio sostenible orientado a satisfacer la demanda del consumidor que tiene preferencia por el consumo de energizantes y que está cambiando sus hábitos de vida prefiriendo productos saludables. (Smith et al., 2016).

“EXPORTACIÓN DE BEBIDA ENERGIZANTE NATURAL A BASE DE HUANARPO MACHO A LA CIUDAD DE SAN JOSÉ, COSTA RICA”

El presente proyecto de negocio muestra de manera cualitativa y cuantitativa el proceso de obtención de materia prima la producción (tercerizada), y la compraventa internacional de nuestro final “Bebida energizante natural a base de Huanarpo Macho” que lleva el nombre de ENCIÉNDETE energy drink. En la primera parte del trabajo se realizará el análisis cualitativo de nuestro plan de negocios iniciando con las características del mercado al que nos dirigimos, y el porqué de la elección de este destino. Además, ahondaremos sobre los principales competidores para nuestro producto y aquellos productos que podrían presentarse como productos sustitutos, esto analizando la oferta internacional en destino como a nivel mundial. También realizaremos una descripción ampliada de nuestra materia prima el Huanarpo que forma parte de nuestro producto final “Bebida energizante natural a base de Huanarpo Macho” y que posee enormes beneficios, los cuales queremos explotar para venta a nivel internacional y su posterior comercialización a nivel mundial. En la segunda parte del plan de negocios ingresamos al plan de marketing de nuestro proyecto que emplearemos para que nuestro producto sea conocido, reconocido y consumido en el país de destino, del mismo modo presentaremos las estrategias de venta y determinación del precio de venta en el mercado internacional así mismo el envío de muestras representativas a los proveedores en destino, así como al encargado de realizar el focus group en la ciudad de San José de Costa Rica. En la tercera parte hablamos de la constitución de la empresa de quienes la componen y de cómo esta empresa se organizó de tal manera que puso en marcha este plan de negocios, también mencionamos los activos adquiridos, los gastos de ventas y administrativos que se realizaron antes de que la empresa pueda realizar sus operaciones, del viaje que se realizó para la obtención de la materia prima a las ciudades de Huánuco y Tingo María. En el cuarto capítulo de nuestro plan de negocios desarrollaremos el plan logístico es decir la distribución física internacional (DFI), cabe recalcar que el core business del negocio es la exportación de bebida energizante natural a base de Huanarpo macho con destino a San José de Costa Rica. En el quinto capítulo realizaremos la comprobación de manera cuantitativa de la viabilidad del negocio para eso analizaremos económica y financieramente el proyecto iniciando con los presupuestos proyectados a 5 años, analizaremos las tasas de expectativa como son el WACC y el COK, veremos los estados financieros de nuestro plan de negocios, y sus flujos de caja, analizaremos el VANE, VANf, el

TIRe, el TIRf, el periodo de retorno del capital (Payback) y sus implicancias en nuestro negocio. Y por último daremos a conocer nuestras conclusiones y recomendaciones acerca de la investigación realizada, su viabilidad y rentabilidad. (Rodriguez & Prada, 2017)

5.2. FICHA TÉCNICA:

POWER & LIFE S.A. S NIT: 1115358111											
FICHA TECNICA											
	CODIGO ARANCELARIO: 2202.10.00.00										
	DESCRIPCION ARANCELARIA: BEBIDAS NO ALCOHOLICAS QUE CONTIENEN LOS INGREDIENTES (FRUTAS, GINSENG, CREATINA)										
	ORIGEN: CALI, COLOMBIA										
	DESCRIPCION BEBIDA ENERGIZANTE NATURAL, FORMULADA CON EXTRACTOS DE GINSENG Y GUARANÁ PARA MEJORAR LA CONCENTRACIÓN Y REDUCIR LA FATIGA. APORTA NUTRIENTES Y UN SABOR REFRESCANTE GRACIAS A FRUTAS, OFRECIENDO UN IMPULSO DE ENERGÍA SALUDABLE SIN QUÍMICOS NI EFECTOS SECUNDARIOS ARTIFICIALES. IDEAL PARA QUIENES BUSCAN UNA OPCIÓN NATURAL Y SOSTENIBLE.										
Datos Nutricionales Cantidad de porción por botella Calorias 0% Grasa Total 0 g Grasas saturadas 0 g Grasas trans 0 g Colectores 0 mg Cálcio 40 mg Total Carbohidratos 0 mg Fibra dietética 0 g Total de azúcar 0 g Bebido de sodio 0.25 g Creatina 10 g <table style="width: 100%; font-size: x-small;"> <tr> <td>Vitamina D 2%</td> <td>Celulo 5mg 0%</td> </tr> <tr> <td>Hierro 0%</td> <td>Proteína 10mg 2%</td> </tr> <tr> <td>Vitamina C 25g 30%</td> <td>Lactosa 5mg 30%</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B6 0.5g 30%</td> <td>Vitamina B12 0%</td> </tr> <tr> <td>Magnesio 0g 1%</td> <td></td> </tr> </table>	Vitamina D 2%	Celulo 5mg 0%	Hierro 0%	Proteína 10mg 2%	Vitamina C 25g 30%	Lactosa 5mg 30%	Vitamina B6 0.5g 30%	Vitamina B12 0%	Magnesio 0g 1%		UNIDAD DE PESO: LITROS
	Vitamina D 2%	Celulo 5mg 0%									
Hierro 0%	Proteína 10mg 2%										
Vitamina C 25g 30%	Lactosa 5mg 30%										
Vitamina B6 0.5g 30%	Vitamina B12 0%										
Magnesio 0g 1%											
	INGREDIENTES PRINCIPALES: GINSENG, GUARANA, CREATINA, OTROS ELEMENTOS NATURALES										
	11/24/2024										

POWER & LIFE S.A. S
NIT: 1115358111

TECHNISCHES BLATT



TARIFACODE: 2202.10.00.00

TARIFBESCHREIBUNG: ALKOHOLFREIE
GETRÄNKE MIT ZUTATEN (FRÜCHTE, GINSENG,
KREATIN)

HERKUNFT: CALI, COLOMBIA

BESCHREIBUNG
NATÜRLICHES ENERGIEGETRÄNK, FORMULIERT
MIT GINSENG- UND GUARANÁ-EXTRAKTEN, UM
DIE KONZENTRATION ZU VERBESSERN UND
MÜDIGKEIT ZU REDUZIEREN. Bietet Nährstoffe
und einen erfrischenden Geschmack dank
Früchten und liefert einen gesunden
Energieschub ohne Chemikalien oder künstliche
Nebenwirkungen. IDEAL FÜR ALLE, DIE EINE
NATÜRLICHE UND NACHHALTIGE OPTION
SUCHEN.

GEWICHTSEINHEIT: LITER

HAUPTZUTATEN: GINSENG, GUARANA,
KREATIN, ANDERE NATÜRLICHE ELEMENTE

11/24/2024

Datos Nutricionales

Tamaño de porción por botella

Calorías 0%

Grasa Total 0 g

Grasa saturada 0 g

Grasa trans 0 g

Coolesterol 0 mg

Glucosa 40 mg

Total Carbohidratos 0 mg

Fibra dietética 0 g

Total de azúcar 0 g

Benzoceno de sodio 0.25 g

Creatina 10 g

Vitamina D 0%

Calcio 0mg 0%

Hierro 0%

Potasio 10mg 2%

Vitamina C 25g 30%

La creatina 2mg 30%

Vitamina B6 0.5g 30%

Vitamina B12 80%

Magnésio 5g 3%

5.3. POSICIÓN ARANCELARIA:

Actualmente el proceso de exportación se realiza con la siguiente partida arancelaria:

Partida Arancelaria: 2202.10.00.00

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	2202.10.00.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas, excepto los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la partida 20.09. - Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada			01-ene-2007	...	
Unidad física	l - Litro			01-ene-2007	...	

6. ESTUDIO DE MERCADO

Análisis del Mercado Objetivo (Alemania)

Tamaño y Crecimiento del Mercado: Según un informe de Mordor Intelligence, el mercado de bebidas energéticas en Alemania se estimó en aproximadamente 1.73 mil millones de euros en 2021 y se espera que crezca a una tasa compuesta anual (CAGR) del 6.9% hasta 2026



Tendencias de Consumo: Se ha observado un aumento en la demanda de productos saludables y naturales, lo que representa una oportunidad para las bebidas energéticas que utilizan

ingredientes 100% naturales

Análisis de Competencia

Principales Competidores: Identificar y analizar las marcas más relevantes en el mercado alemán, como Red Bull, Monster, y marcas locales que se centran en productos naturales. Evaluar su posicionamiento, marketing y segmentos de mercado.



Diferenciación: Evaluar cómo los productos colombianos pueden diferenciarse en el mercado, enfatizando su autenticidad, sostenibilidad y el uso de ingredientes naturales.

Regulaciones y Normativas

Requisitos de Importación: Investigar las regulaciones de importación de alimentos y bebidas en Alemania. Las bebidas energéticas deben cumplir con las normas de seguridad alimentaria de la UE, así como las regulaciones específicas sobre etiquetado y composición.

Etiquetado y Marketing: Asegurarse de que el etiquetado de los productos cumpla con las normativas de la UE, que pueden incluir requisitos sobre información nutricional y alegaciones de salud.

Análisis del Consumidor

Perfil del Consumidor: Definir el perfil del consumidor alemán de bebidas energéticas, incluyendo edad, estilo de vida y preferencias de compra. Los jóvenes adultos y profesionales son un grupo demográfico clave en este mercado.

Encuestas y Grupos Focales: Considerar realizar encuestas y grupos focales para obtener información directa sobre las preferencias de los consumidores y su disposición a probar nuevas marcas, especialmente aquellas con ingredientes naturales.

Estrategias de Marketing y Distribución

Canales de Distribución: Identificar los canales de distribución más efectivos en Alemania, como supermercados, tiendas de conveniencia y plataformas de comercio electrónico.

Estrategia de Marketing: Desarrollar una estrategia de marketing que comunique efectivamente los beneficios de las bebidas energéticas colombianas, utilizando plataformas digitales y estrategias de publicidad que resalten su naturaleza sostenible y saludable.

6.1. PAÍS IMPORTADOR:

Al realizar una investigación sobre el consumo de las bebidas energizantes a nivel global, escogimos a Alemania como país importador ya que este cuenta con una economía robusta y diversificada, lo que garantiza una demanda constante y un entorno favorable para el comercio. Su estabilidad económica es atractiva para cualquier país o empresa que desee exportar productos o servicios.

El nivel de ingresos de la población alemana es elevado, lo que significa que los consumidores y empresas están dispuestos a invertir en productos de calidad, tanto nacionales como importados.



Alemania es uno de los mayores centros de comercio en Europa, con infraestructuras avanzadas (puertos, aeropuertos, redes ferroviarias) que facilitan la importación y distribución de bienes a nivel continental.

Alemania importa una amplia gama de productos, desde tecnología y materias primas hasta alimentos y bienes de consumo, lo cual ofrece

oportunidades a distintos sectores industriales y exportadores.

Al comerciar con Alemania, también se facilita el acceso al mercado de la Unión Europea, ya que el país es una puerta de entrada estratégica para distribuir productos en otros países del continente.

Leiwen es un pequeño municipio ubicado en la región de Renania-Palatinado, al oeste de Alemania, específicamente en el distrito de Trier-Saarburg. A continuación, te proporciono una descripción completa de este lugar en diferentes aspectos:

Leiwen está situado en una zona pintoresca en las colinas del Valle del Mosela, un área famosa por sus viñedos. El río Mosela pasa cerca de este pueblo, lo que le otorga un paisaje natural muy atractivo. La localidad se encuentra a unos 10 kilómetros al este de la ciudad de Trier, una de las ciudades más antiguas de Alemania, y a unos 50 kilómetros al sur de la ciudad de Luxemburgo.



Leiwien tiene una rica historia que se remonta a tiempos antiguos. Durante siglos, la región ha estado habitada por diferentes civilizaciones, incluidos los romanos, quienes dejaron huellas notables en la zona, como ruinas y caminos. A lo largo de los años, Leiwien fue testigo de diversos cambios políticos y sociales, pasando por diferentes fases bajo el control de distintos principados y países.

En tiempos medievales, Leiwien era parte del principado arzobispal de Trier. Con la expansión del viñedo en la región, el pueblo prosperó, y la viticultura sigue siendo una de las principales actividades económicas.

Leiwien es un municipio pequeño con una población que ronda los 2,000 habitantes. La mayoría de sus residentes son alemanes, y la lengua principal es el alemán. Como muchas otras pequeñas localidades rurales de Alemania, la población es relativamente estable, aunque algunos jóvenes se mudan a las ciudades cercanas en busca de oportunidades laborales.

La economía de Leiwien está basada principalmente en la agricultura, especialmente la viticultura. La región del Mosela es famosa por su producción de vino, y muchos de los viñedos de la zona producen vinos de alta calidad, particularmente Riesling, que es un vino blanco famoso en la región. Además de la viticultura, la agricultura en general y la producción local de alimentos son importantes para la economía.

El turismo también juega un papel creciente en la economía de Leiwien, ya que muchos visitantes se sienten atraídos por la belleza natural, los viñedos y el acceso cercano a la ciudad histórica de Trier.

Leiwien, como muchas localidades en Renania-Palatinado, tiene una fuerte tradición cultural ligada a la viticultura.

Existen varios festivales locales dedicados al vino, donde los habitantes celebran la cosecha y la producción de vino con música, danzas y degustaciones. La "Weinfest" (fiesta del vino) es uno de los eventos más importantes del año.

El patrimonio arquitectónico de Leiwien es también interesante, con algunas edificaciones tradicionales, como la iglesia local y casas de entramado de madera que reflejan la arquitectura típica de la región.

Leiwien es un municipio pequeño, por lo que sus instalaciones educativas son limitadas, con una escuela primaria local. Para educación secundaria y universitaria, los residentes generalmente se trasladan a Trier, que tiene más opciones educativas.



Los servicios básicos, como tiendas de comestibles, centros médicos y otras instalaciones de apoyo, están disponibles dentro del pueblo, aunque para servicios más especializados, los habitantes suelen viajar a ciudades cercanas.

Leiwen está bien conectado a través de carreteras locales y está cerca de la autopista A1, lo que facilita el acceso a otras partes de Alemania y Europa. El transporte público es limitado, por lo que muchos residentes dependen de los coches para moverse.

La estación de tren más cercana está en la ciudad de Trier, a la que se puede acceder fácilmente por carretera. Además, el área es conocida por sus rutas de senderismo y ciclismo, lo que la convierte en un destino popular para los amantes de la naturaleza.

El entorno natural de Leiwen es una de sus principales atracciones. El paisaje de colinas cubiertas de viñedos y el río Mosela proporcionan vistas impresionantes y oportunidades para actividades al aire libre como el senderismo y el ciclismo. La región es conocida por su biodiversidad y es un lugar excelente para disfrutar de la tranquilidad y la belleza natural.

El clima en Leiwen es templado, con inviernos fríos y veranos suaves. La región de Renania-Palatinado, debido a su ubicación a lo largo del Mosela, disfruta de un microclima que favorece la producción de vino, con temperaturas moderadas y una cantidad razonable de precipitaciones durante todo el año. (*Leiwen*, 2022).

El comportamiento del mercado alemán en los últimos años

En los últimos años, Alemania ha mostrado una combinación de desafíos económicos y resiliencia financiera. A pesar de la contracción del PIB en 2023, con una caída estimada del 0,5% tras haber crecido un 1,8% en 2022, el mercado bursátil ha tenido un desempeño destacado. El índice DAX 40, que agrupa a las principales empresas que cotizan en la Bolsa de Frankfurt, ha registrado varios máximos históricos y ha crecido cerca de un 14% en lo que va del año, superando incluso a otros mercados europeos y al estadounidense.

Uno de los factores que ha afectado la economía alemana ha sido la desaceleración de su producción industrial, un sector clave en su modelo económico. Sin embargo, el PIB per cápita alcanzó los 50.820 euros en 2024, reflejando un incremento de 1.300 euros en comparación con el año anterior, lo que indica una recuperación progresiva en ciertos indicadores.

Para contrarrestar los efectos de la desaceleración económica, el gobierno alemán ha optado por abandonar su tradicional política de austeridad fiscal y ha anunciado un ambicioso plan de inversiones en defensa, infraestructuras y medio ambiente. Estas medidas buscan fortalecer la economía, fomentar el crecimiento y garantizar la competitividad del país en el escenario internacional.

En conclusión, aunque Alemania ha enfrentado obstáculos en su crecimiento económico, el comportamiento positivo de su mercado bursátil y las nuevas estrategias de inversión gubernamental pueden impulsar una recuperación sostenible en los próximos años.

6.1.1. INDUSTRIA DEL PRODUCTO O SERVICIO A EXPORTAR:

La industria de las bebidas energizantes en Alemania ha mostrado un crecimiento dinámico y sigue siendo una de las categorías de bebidas no alcohólicas más activas. En 2023, la categoría se enfrentó a varios desafíos, incluidos el aumento de precios debido a la inflación y la creciente competencia de alternativas más saludables, lo que llevó a los consumidores a considerar opciones como café o bebidas energéticas de menor contenido de azúcar.

El mercado se caracteriza por una preferencia notable entre los consumidores jóvenes, quienes son los principales compradores de estas bebidas. A pesar de la creciente preocupación por la salud y la regulación de productos, como el posible establecimiento de impuestos sobre el azúcar, la demanda de bebidas energizantes sigue siendo fuerte, aunque está comenzando a enfrentar una mayor competencia por parte de marcas de distribución privada que ofrecen opciones a precios más bajos.

Las principales marcas, como Red Bull, todavía dominan el mercado, pero la atención a la sostenibilidad y los ingredientes más naturales está impulsando la innovación dentro de la categoría. La tendencia hacia productos que no solo ofrecen energía, sino que también se alinean con preocupaciones de salud, sugiere un cambio hacia formulaciones más saludables.

6.1.2. ENTORNO GEOGRÁFICO:

Alemania, situada en Europa occidental, tiene una superficie de 357.590 Km². Alemania, con una población de 83.445.000 personas, es un país muy poblado y tiene una densidad de población de 233 habitantes por Km².

Es la tercera economía del mundo por volumen de PIB. Su deuda pública en 2023 fue de 2.631.777 millones de euros, con una deuda del 62,9% del PIB. Su deuda per cápita es de 31.539 € euros por habitante. La última tasa de variación anual del IPC publicada en Alemania es de octubre de 2024 y fue del 2%. El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de Alemania, en 2023, fue de 49.520 € euros, por lo que se encuentra en una buena posición, ya que ocupa el puesto 19 del ranking, lo que supone que su población tiene un buen nivel de vida en relación a los 196 países del ranking de PIB per cápita.

Alemania

País	Subcontinente	Continente	Mundo
			

- Capital: Berlín
- Población: 83.445.000
- Superficie: 357.590 km²
- Moneda: Euros
- Religión: Mayoritariamente Cristianismo
- Pertenece a: CoE, Zona Euro, EEE, G20, G7, G8, FMI, OTAN, OCDE, ONU, OSCE, UE

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva nos muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los alemanes se encuentran entre los que mejor calidad de vida tienen.

Alemania se encuentra en el 22º puesto de los 190 que conforman el ranking Doing Business, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.

En cuanto al Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en Alemania ha sido de 79 puntos, así pues, se encuentra entre los países con menos corrupción del mundo, al menos así lo creen los alemanes.

A continuación, se relaciona información con respecto a los comportamientos de la economía Alemana.

Cuentas Nacionales - Gobierno		
<u>PIB Trim Per Capita</u> [+]	II Trim 2024	12.927 k
<u>PIB anual</u> [+]	2023	4.185.550 M€
<u>PIB Per Capita</u> [+]	2023	49.520 €
<u>PIB Trimestral</u> [+]	III Trim 2024	1.079.077 M€
<u>Deuda total (M.€)</u> [+]	2023	2.631.777
<u>Deuda (%PIB)</u> [+]	2023	62,90%
<u>Deuda Per Cápit</u> a [+]	2023	31.539 €
<u>Déficit (M.€)</u> [+]	2023	-107.522
<u>Déficit (%PIB)</u> [+]	2023	-2,60%
<u>G. Público (M.€)</u> [+]	2023	2.024.970,00
<u>Gasto Educación (M.€)</u> [+]	2022	179.658,60
<u>Gasto Educación (%Gto Pub)</u> [+]	2022	9,19%
<u>Gasto Salud (M.€)</u> [+]	2023	417.845.000.000,00
<u>G. Salud (%G. Público Total)</u> [+]	2021	19,95%
<u>Gasto Defensa (M.€)</u> [+]	2022	54.960,70
<u>Gasto Defensa (%Gto Pub)</u> [+]	2022	2,75%
<u>Gasto público (%PIB)</u> [+]	2023	48,40%
<u>Gasto público Per Capita</u> [+]	2023	24.267 €
<u>Gasto Educación Per Capita</u> [+]	2022	2.144 €
<u>G. Público Salud Per Capita</u> [+]	2023	4.953 €
<u>Gasto Defensa Per Capita</u> [+]	2022	656 €
<u>Rating Moody's</u> [+]	10/2/2023	Aaa
<u>Rating S&P</u> [+]	17/8/1983	AAA

<u>Rating Fitch</u> [+]	17/1/2020	AAA
<u>Índice de Corrupción</u> [+]	2022	79
<u>Ranking de Competitividad</u> [+]	2019	7º
<u>Índice de Fragilidad</u> [+]	2018	25,8
<u>Ranking de Trans.</u> [+]	2022	126º
<u>Ranking de la Innovación</u> [+]	2018	9º
Mercado Laboral		
<u>Tasa de desempleo</u> [+]	sept-24	3,50%
<u>Tasa de desempleo</u> [+]	II Trim 2024	3,40%
<u>Parados</u> [+]	II Trim 2024	1.494 k
<u>SMI</u> [+]	2024	2.054,0 €
<u>Salario Medio</u> [+]	2023	60.867 €
<u>Ranking de Capital Humano</u> [+]	2017	6º
Mercados - Cotizaciones		
<u>Tipo de cambio del dólar</u> [+]	14/11/2024	0,9494
<u>Bono 10 años</u> [+]	14/11/2024	2,35%
<u>Bolsa (Var. este Año %)</u> [+]	14/11/2024	14,87%
Precios		
<u>IPC General</u> [+]	oct-24	2,00%
<u>IPCA</u> [+]	oct-24	2,40%
<u>IPRI Interanual</u> [+]	may-24	-2,30%
Mercado de dinero		
<u>Tipos de interés</u> [+]	23/10/2024	3,40%
Negocios		

<u>Doing Business</u> [+]	2020	22º
<u>IPI Interanual</u> [+]	abr-24	-3,70%
<u>Vehículos pasajeros Año</u> [+]	dic-22	2.651.357
<u>Vehículos Año/1000 hab.</u> [+]	dic-22	35,13
<u>Producción anual de vehículos</u> [+]	2022	3.677.820
<u>Vehículos / 1000 habitantes</u> [+]	2021	633,46
Impuestos		
<u>Presión fiscal (%PIB)</u> [+]	2023	40,10%
<u>IVA General</u> [+]	1/1/2007	19,00%
<u>Tipo máximo</u> [+]	2022	47,50%
Comercio		
<u>Llegadas anuales</u> [+]	2019	39.563.217
<u>Exportaciones</u> [+]	2023	1.589.311,1 M€
<u>Exportaciones %PIB</u> [+]	2023	37,97%
<u>Importaciones</u> [+]	2023	1.365.718,9 M€
<u>Importaciones % PIB</u> [+]	2023	32,63%
<u>Balanza comercial</u> [+]	2023	223.592,2 M€
<u>Balanza comercial % PIB</u> [+]	2023	5,34%
<u>Comercio Minorista Interanual</u> [+]	dic-23	-6,50%
Socio-Demografía		
<u>Ranking global de envejecimiento</u> [+]	2015	4º
<u>Densidad</u> [+]	2023	233
<u>Ranking Paz Global</u> [+]	2023	15º
<u>Tasa bruta de divorcios</u> [+]	2021	1,70‰

<u>Remesas recibidas (M.\$) [+]</u>	2017	16.833,30
<u>% Inmigrantes [+]</u>	2020	18,96%
<u>% Emigrantes [+]</u>	2020	4,64%
<u>Tasa Natalidad [+]</u>	2023	8,30‰
<u>Remesas enviadas (M.\$) [+]</u>	2017	24.670,90
<u>Tasa mortalidad [+]</u>	2023	12,30‰
<u>Índice de Fecund. [+]</u>	2022	1,46
<u>Tasa bruta de nupcialidad [+]</u>	2022	4,70‰
<u>% Riesgo Pobreza [+]</u>	2023	14,40%
<u>Población [+]</u>	2023	83.445.000
<u>Inmigrantes [+]</u>	2020	15.762.457
<u>Emigrantes [+]</u>	2020	3.855.268
<u>IDH [+]</u>	2021	0,942
<u>Ranking de la Brecha de Género [+]</u>	2023	6º
<u>Esperanza de vida [+]</u>	2023	81,2
<u>Suicidios [+]</u>	2021	9.290
<u>Suicidios por 100.000 [+]</u>	2021	11,15
<u>Número de Homicidios [+]</u>	2022	686
<u>Homicidios por 100.000 [+]</u>	2022	0,82
Energía y Medio Ambiente		
<u>CO2 t per capita [+]</u>	2022	8,16
<u>Producción anual de petróleo [+]</u>	2023	32
<u>Reservas de Petróleo [+]</u>	2021	115,2
<u>Consumo GWh [+]</u>	2022	507.248

Generación GWh [+]	2022	560.759
Otros		
COVID-19 - Muertos [+]	4/8/2024	174.979
COVID-19 - Confirmados [+]	4/8/2024	38.437.756
Completamente vacunadas [+]	7/4/2023	63.563.414
COVID-19 - Muertos por millón habitantes [+]	4/8/2024	2.096,94
Dosis administradas [+]	7/4/2023	192.221.468

(Alemania: Economía Y Demografía 2024, 2024)

6.1.3. **ENTORNO POLÍTICO:**

La República Federal de Alemania es un Estado federal y está organizado como una democracia parlamentaria. La Ley Fundamental establece que el poder del Estado surge del pueblo. El pueblo transfiere ese poder al Parlamento (el Bundestag y los Parlamentos de cada estado federado) por el tiempo que dura un periodo electoral.

El poder del Estado se divide entre el poder legislativo, el poder ejecutivo y el poder judicial, que se encarga de administrar la justicia. La división de poderes es un componente fundamental de la democracia y, en Alemania, está consolidada en la Ley Fundamental, la Constitución. El poder legislativo está compuesto por los parlamentos; el poder ejecutivo, por los gobiernos. El poder judicial desempeña un papel central, ya que los jueces y las juezas de los tribunales federales y de los estados son independientes y toman sus decisiones con base en las leyes. El tribunal más alto de Alemania es la Corte Constitucional Federal, que vela por el cumplimiento de la Ley Fundamental. Todos los demás órganos del Estado están sujetos a la jurisprudencia de los 16 jueces y juezas constitucionales.

El presidente o la presidenta federal es el/la representante protocolar de mayor rango en Alemania. En segundo lugar, del rango protocolar se ubica el presidente o la presidenta del Bundestag. El presidente o la presidenta federal es representado o representada por el presidente o la presidenta del Bundesrat, un cargo que ocupa anualmente un ministro-presidente o presidenta de alguno de los 16 estados federados. El cargo con mayor capacidad de acción política es el del o la canciller federal, que también determina las políticas de gobierno. El presidente o la presidenta de la Corte Constitucional Federal, el tribunal más alto de Alemania, es

también uno de los representantes más importantes. (*Sistema Político | La Actualidad De Alemania*, 2023)

6.1.4. COMERCIO EXTERIOR EN ALEMANIA.

El comercio exterior de Alemania es un componente crucial de su economía, ya que el país es una de las principales potencias exportadoras del mundo.

Alemania es uno de los países más orientados hacia el comercio exterior a nivel mundial, y se encuentra entre los mayores exportadores globales. En términos absolutos, es uno de los principales exportadores de bienes y servicios, solo detrás de China y Estados Unidos.

Principales Sectores de Exportación

Los sectores más relevantes en el comercio exterior alemán incluyen:

- **Automóviles y Componentes:** Alemania es famosa por su industria automotriz, con marcas de renombre mundial como Volkswagen, BMW, Mercedes-Benz y Audi. Este sector es el principal motor de las exportaciones alemanas, representando una gran parte de sus ingresos por exportación.
- **Maquinaria y Equipos Industriales:** Alemania es líder mundial en la exportación de maquinaria de alta tecnología, que se utiliza en sectores como la construcción, la ingeniería y la manufactura. Empresas como Siemens y Bosch son figuras clave en este sector.
- **Productos Químicos y Farmacéuticos:** Las grandes empresas alemanas como BASF y Bayer son actores globales en la industria química y farmacéutica, produciendo desde productos químicos básicos hasta medicamentos innovadores.
- **Electrónica y Tecnología:** Alemania también es un importante exportador de equipos electrónicos, tecnología informática, y equipos de telecomunicaciones.
- **Vinos y Productos Agroalimentarios:** Aunque en menor medida que otros sectores, Alemania también exporta productos como vino (especialmente

Riesling) y otros productos agrícolas, particularmente de las regiones vitivinícolas como el Valle del Mosela.

Principales Socios Comerciales

Alemania tiene una red extensa de socios comerciales, tanto dentro de la Unión Europea (UE) como fuera de ella. Los principales destinos de exportación y fuentes de importación incluyen:

- **Unión Europea (UE):** Los países de la UE son sus socios comerciales más importantes. Dentro de la UE, países como Francia, Países Bajos, Reino Unido, Italia y Polonia son destinos clave para las exportaciones alemanas. La proximidad geográfica, las políticas comerciales comunes y la eliminación de barreras arancelarias dentro del mercado único europeo facilitan estos intercambios.
- **Estados Unidos:** Alemania también mantiene una relación comercial fuerte con Estados Unidos, siendo uno de sus principales socios comerciales fuera de la UE. Las exportaciones alemanas a EE. UU. incluyen automóviles, maquinaria y productos químicos.
- **China:** China es otro socio comercial fundamental, tanto como mercado de exportación como fuente de importación. Alemania exporta maquinaria, vehículos y productos químicos, mientras que importa productos electrónicos, textiles y otros bienes manufacturados de China.
- **Países de Europa Central y del Este:** Alemania mantiene vínculos comerciales fuertes con países como República Checa, Hungría, Rumanía y Polonia, especialmente en áreas como maquinaria, tecnología y productos industriales.

Infraestructura Logística

Alemania cuenta con una infraestructura de transporte y logística de primer nivel, lo que facilita enormemente el comercio exterior. Lo anterior incluye:

- **Puertos:** puertos claves como Hamburgo (el segundo puerto más grande de Europa) y Bremen, que manejan una parte significativa del comercio de mercancías de Alemania.
- **Red de Ferrocarril:** Una red ferroviaria densa que conecta Alemania con el resto de Europa, permitiendo el transporte eficiente de bienes.
- **Carreteras y Autopistas:** Alemania tiene una de las mejores redes de autopistas (Autobahn) de Europa, facilitando el transporte terrestre tanto a nivel nacional como internacional.



Políticas Comerciales y Acuerdos Internacionales

Como miembro de la Unión Europea, Alemania participa en acuerdos comerciales que afectan a todo el bloque, lo que le otorga ventajas comerciales con muchos países. La UE tiene acuerdos de libre comercio con países como Canadá, Japón, Corea del Sur y varios países de América Latina, África y Asia.

- **La Política Comercial Común de la UE:** Alemania forma parte de la política comercial común de la UE, que establece acuerdos y normas comerciales con terceros países. Estos acuerdos eliminan barreras arancelarias y fomentan el comercio libre y justo.
- **Relaciones con la OMC (Organización Mundial del Comercio):** Alemania, como parte de la UE, es miembro activo de la OMC y sigue sus normas comerciales internacionales.

Desafíos y Tendencias Actuales

Aunque Alemania sigue siendo un gigante en comercio exterior, enfrenta algunos desafíos:

- **Brexit:** El Reino Unido ya no es parte del mercado único europeo, lo que ha creado nuevas barreras comerciales que afectan las exportaciones alemanas.
- **Cambio Climático y Sostenibilidad:** La creciente demanda de productos sostenibles y el cumplimiento de las regulaciones ambientales son desafíos para las industrias exportadoras.
- **Globalización y Deslocalización:** Aunque Alemania sigue siendo competitiva, enfrenta competencia creciente de mercados emergentes y de países con menores costos laborales.

El comercio exterior en Alemania es fundamental para su economía, y el país sigue siendo un actor clave en el mercado global. A través de sus sectores avanzados como la automoción, maquinaria y productos químicos, así como su infraestructura de transporte eficiente, Alemania mantiene una posición competitiva tanto dentro de la UE como en los mercados globales.

Exportaciones de Alemania

Alemania es un país altamente orientado a la exportación, y sus principales destinos de exportación son:

- **Países Bajos:** Como el primer socio comercial de Alemania, los Países Bajos son tanto un punto de transbordo para otros países como un mercado clave para productos alemanes, especialmente maquinaria, productos químicos y vehículos.
- **Francia:** Francia es un destino importante, especialmente para productos de maquinaria, vehículos, productos químicos y tecnología.

- **Estados Unidos:** Alemania exporta principalmente automóviles, maquinaria, productos químicos y tecnología avanzada a EE. UU. La relación comercial entre ambos países es sólida y sigue creciendo.
- **Reino Unido:** A pesar del Brexit, el Reino Unido sigue siendo un importante destino para las exportaciones alemanas, especialmente en automóviles, maquinaria y productos farmacéuticos.
- **China:** China es un destino crucial para las exportaciones alemanas, especialmente en maquinaria, vehículos y productos químicos.
- **Italia:** Alemania también tiene fuertes vínculos comerciales con Italia, especialmente en productos de maquinaria, automóviles y productos electrónicos.

Importaciones de Alemania

Alemania es un gran importador debido a la gran variedad de bienes que necesita para su industria avanzada. Los principales países de donde Alemania importa son los siguientes:

- **Países Bajos:** Un gran centro de distribución en Europa, los Países Bajos son un importante proveedor de bienes para Alemania, incluidos productos agrícolas, productos químicos y maquinaria.
- **China:** Importa principalmente productos electrónicos, textiles, maquinaria y productos manufacturados a bajo costo desde China.
- **Francia:** Alemania importa productos químicos, alimentos, productos agrícolas y maquinaria de Francia.

- **Estados Unidos:** Alemania importa productos como maquinaria de alta tecnología, productos químicos y petróleo de Estados Unidos.
- **Italia:** Italia es otro socio importante en términos de importaciones, especialmente productos alimenticios, maquinaria y productos textiles.
- **Polonia:** Alemania también importa grandes cantidades de productos industriales, maquinaria y alimentos de Polonia, uno de sus socios comerciales más cercanos en Europa Central.



Alemania se encuentra en el centro de Europa, lo que le da una ventaja estratégica como un hub comercial y logístico entre el este y el oeste de Europa. Limita con nueve países: Dinamarca, Polonia, República Checa, Austria, Suiza, Francia, Bélgica, Países Bajos, y Luxemburgo. Esta ubicación facilita el acceso tanto a mercados dentro de la Unión Europea como a mercados más lejanos mediante puertos y redes de transporte eficientes.

La proximidad a otros países de la UE, que es un mercado único sin barreras arancelarias internas, es un factor clave para su éxito comercial. Las fronteras abiertas dentro de la UE permiten que las mercancías se muevan libremente, lo que aumenta la competitividad de Alemania en el comercio exterior.

La moneda oficial de Alemania es el euro (€). Alemania es miembro de la zona euro, por lo que utiliza la moneda común de 19 de los 27 países de la Unión Europea.

El valor del euro frente al dólar estadounidense fluctúa debido a una variedad de factores, como políticas monetarias, tasas de interés, crecimiento económico y expectativas de inflación. En los últimos años, el euro ha experimentado movimientos de apreciación y depreciación frente al dólar, con un valor aproximado entre 1 EUR = 1.05 USD a 1.15 USD en la mayoría de los casos.

La política del Banco Central Europeo (BCE), las tasas de interés y las decisiones fiscales en la Eurozona juegan un papel clave en las fluctuaciones del tipo de cambio. Por ejemplo, si el BCE decide mantener tasas de interés bajas o implementar medidas de estímulo económico, esto podría afectar la fortaleza del euro frente al dólar.

Inflación en Alemania

La tasa de inflación en Alemania ha sido volátil en los últimos años, especialmente debido a la pandemia de COVID-19 y la guerra en Ucrania, que han aumentado los costos de la energía y las materias primas. En 2023, la tasa de inflación en Alemania fue del 6.4%, un nivel elevado debido a los altos precios de la energía, alimentos y otros bienes básicos.

La inflación ha tenido un impacto en el poder adquisitivo de los consumidores y ha generado presión sobre los costos de producción para las empresas. Sin embargo, Alemania sigue siendo una economía robusta, lo que le ha permitido resistir los efectos de la inflación en gran medida. Las empresas y consumidores están ajustándose, pero la inflación continúa podría limitar el crecimiento económico.

Se espera que la inflación en Alemania se modere en los próximos años, especialmente si los precios de la energía se estabilizan. El Banco Central Europeo ha adoptado políticas para frenar la inflación, como el aumento de las tasas de interés, lo que debería contribuir a un enfriamiento gradual de la inflación.

Comportamiento de los consumidores alemanes frente a los productos importados

Los consumidores alemanes son exigentes y priorizan la calidad, sostenibilidad y autenticidad en sus compras. Aunque prefieren productos locales, están dispuestos

a adquirir productos importados que cumplan con altos estándares y prácticas responsables.

El origen del producto influye en sus decisiones, ya que asocian lo local con frescura y calidad. Sin embargo, productos extranjeros bien posicionados, como el aceite de oliva español, han logrado captar su interés.

Para tener éxito en el mercado alemán, las empresas deben enfocarse en ofrecer productos de alta calidad y resaltar su compromiso con la sostenibilidad.

Inteligencia de Mercado: Bebidas Energéticas Naturales en Alemania

Alemania representa una oportunidad atractiva para la exportación de bebidas energéticas naturales desde Colombia. A continuación, se presenta un análisis basado en datos recientes del mercado, el entorno competitivo y las tendencias de consumo.

1. Panorama Económico y Comercial de Alemania

- En enero de 2024, la **balanza comercial alemana alcanzó un récord de 24,2 mil millones de euros**, lo que refleja su fortaleza exportadora.
- La tasa de crecimiento anual del PIB entre 1971 y 2024 ha sido del **1,82%**, mostrando estabilidad económica.
- Alemania es el **mayor exportador de servicios en la UE** (2022), lo que evidencia su alto nivel de competitividad en comercio exterior.

2. Mercado de Bebidas Energéticas en Alemania

Alemania es el **mayor productor de bebidas energéticas en Europa**, con un mercado en crecimiento impulsado por tendencias como:

- **Preferencia por productos más saludables y naturales.**
- **Aumento en el lanzamiento de nuevos productos e innovación.**
- **Tendencia de snacks para llevar**, que favorece el consumo de bebidas listas para beber.
- **Alta competencia**, con la presencia de actores globales y regionales.

Competencia en el Mercado

Las marcas líderes en el segmento de bebidas energéticas son:

Red Bull (marca más popular, con un 47% de preferencia entre consumidores).

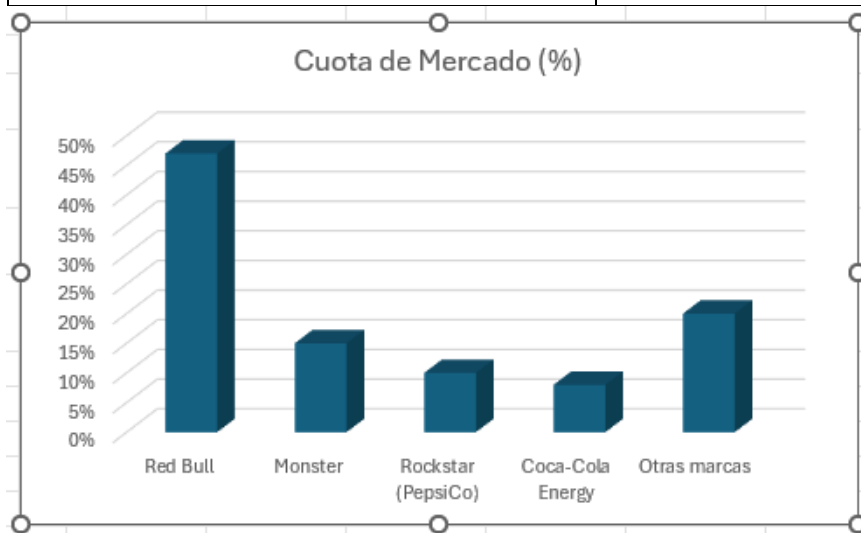
PepsiCo, Inc.

Monster Beverage Corporation

The Coca-Cola Company

Suntory Beverage & Food Limited

Marca	Cuota de Mercado (%)
Red Bull	47%
Monster	15%
Rockstar (PepsiCo)	10%
Coca-Cola Energy	8%
Otras marcas	20%



Oportunidades para Bebidas Energéticas Naturales

- **Tendencia de salud y bienestar:** Aumento en la demanda de bebidas sin aditivos artificiales, con ingredientes naturales y beneficios funcionales.
- **Crecimiento de productos sin azúcar y orgánicos.**
- **Interés por productos innovadores con ingredientes exóticos,** lo que favorece bebidas a base de açaí y otros superfoods.
- **Posible diferenciación a través de certificaciones (orgánica, vegana, Fair Trade).**

4. Consumo de Bebidas Alcohólicas: Un Factor Clave

- En 2021, el **consumo per cápita de bebidas alcohólicas fue de 5,2 litros**.
- Se observa una **migración hacia bebidas con menor graduación alcohólica o sin alcohol**, lo que podría abrir oportunidades para bebidas energéticas naturales con propiedades revitalizantes.
- Crece el consumo de **destilados regionales y aromatizados**, lo que indica un interés por productos con identidad y diferenciación.

5. Estrategia de Entrada para Bebidas Energéticas Naturales en Alemania

- **Posicionamiento:** Comercializar como una alternativa saludable a las bebidas energéticas tradicionales.
- **Canales de distribución:** Supermercados, tiendas ecológicas, e-commerce, gimnasios y tiendas especializadas en productos naturales.
- **Marketing:** Destacar los beneficios naturales, funcionales y diferenciales del producto (açai, antioxidantes, energía sostenible).
- **Posible colaboración con distribuidores locales** para ganar presencia en el mercado

Proyección de Crecimiento del Mercado de Bebidas Energéticas en Alemania:

Año	Tamaño del Mercado (millones €)
2023	3.200
2024	3.450
2025	3.720
2026	4.000



i. DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL:

La logística en Alemania es un componente fundamental de su economía, con una infraestructura altamente desarrollada que abarca puertos marítimos, aeropuertos internacionales, una extensa red ferroviaria y carretera, así como sistemas fluviales eficientes. La integración de estos sistemas permite a Alemania desempeñar un papel clave en el comercio global y el transporte de mercancías dentro de Europa.

Puertos Marítimos

Alemania tiene varios puertos importantes que actúan como nodos clave para el comercio internacional y el transporte de carga. Los más relevantes son:

Puerto de Hamburgo (Hamburg Hafen): Es el puerto más grande de Alemania y el tercero más grande de Europa, sólo detrás de Róterdam y Amberes. Se especializa en carga general, contenedores, productos químicos, automóviles y carga a granel. Está bien conectado con el sistema ferroviario y las autopistas, lo que facilita el transporte de mercancías dentro de Europa. Importante punto de transbordo para el comercio con Asia y América del Norte.

Puerto de Bremerhaven: Es el principal puerto de automóviles de Alemania y uno de los más grandes de Europa en términos de volumen de automóviles y carga general. También maneja contenedores y carga a granel. Se encuentra en el Mar del Norte, lo que lo hace muy accesible para el comercio global.

Puerto de Wilhelmshaven: Un puerto en aguas profundas que permite la recepción de grandes buques portacontenedores de última generación. Es el único puerto de Alemania con capacidad para recibir barcos de 14.000 TEU (contenedores estándar de 20 pies).

Puerto de Dortmund (Puerto de Dortmund en el Canal de Dortmund-Ems): Este puerto interior es uno de los más importantes de Alemania para el transporte de mercancías a través del sistema fluvial.

Aeropuertos Internacionales

Alemania es también un importante centro de transporte aéreo, con varios aeropuertos clave para el transporte de carga:

Aeropuerto de Frankfurt (FRA): Es el aeropuerto más grande de Alemania en términos de carga aérea y uno de los principales centros de transporte de carga en Europa. Maneja una enorme cantidad de carga internacional, incluidas mercancías de alto valor como productos electrónicos y medicamentos. Ofrece conexiones con más de 300 destinos en todo el mundo.

Aeropuerto de Múnich (MUC): Es otro aeropuerto de gran volumen, tanto de pasajeros como de carga. La infraestructura para carga es moderna y eficiente, y tiene una fuerte conexión con Europa Central y el resto del mundo.

Aeropuerto de Leipzig/Halle (LEJ): Es uno de los aeropuertos más grandes para carga en Alemania y ha ganado relevancia en los últimos años, especialmente con el crecimiento del comercio electrónico. Sirve como un hub importante para compañías como DHL.

Aeropuerto de Düsseldorf (DUS): También maneja un volumen significativo de carga y tiene una excelente conectividad con otros puntos de Europa y el mundo.

Red de Transporte Terrestre

Alemania tiene una de las redes de transporte más eficientes del mundo. Esto incluye carreteras, ferrocarriles y sistemas fluviales para el transporte de carga:

Red de Autopistas: Alemania tiene una red de autopistas de más de 13,000 km (la más extensa de Europa). Las "Autobahnen" (autopistas) son conocidas por su alta calidad y eficiencia, sin límites de velocidad en muchas secciones.

Transporte por Camión: El transporte por carretera es uno de los métodos más comunes para el transporte de carga dentro de Alemania y Europa. Es clave para la distribución de mercancías entre puertos, aeropuertos y centros logísticos.

Ferrocarriles

Deutsche Bahn es el operador ferroviario nacional y uno de los mayores proveedores de servicios de transporte ferroviario de carga en Europa. La red

ferroviaria de Alemania cubre más de 30,000 km, lo que facilita el transporte de grandes volúmenes de mercancías de forma eficiente. El sistema ferroviario está bien integrado con los puertos y aeropuertos, permitiendo el traslado rápido de carga a través del país y hacia destinos internacionales.

Ríos y Canales

Transporte Fluvial: Alemania tiene una extensa red de ríos y canales navegables, que se utilizan para el transporte de mercancías de gran volumen, como carbón, productos químicos y materias primas.

Río Rin: Es uno de los ríos más importantes para el transporte fluvial de carga en Europa. El puerto de Duisburgo, ubicado en el río Rin, es uno de los puertos interiores más grandes del mundo.

Canal de Kiel: Conecta el Mar del Norte con el Mar Báltico, facilitando el tránsito de mercancías a través de la región del norte de Europa.

Centros Logísticos

Alemania es conocida por sus centros logísticos altamente desarrollados, que incluyen grandes zonas de almacenamiento y distribución.

Logística en la Región del Ruhr: La región del Ruhr es un importante centro industrial y logístico, con múltiples conexiones ferroviarias y por carretera, así como puertos interiores como el de Duisburgo.

Logística en Múnich y Frankfurt: Ambas ciudades son centros logísticos clave en el sur y centro de Alemania, respectivamente, con acceso rápido a mercados internacionales.

1. ACCESO MARÍTIMO:

ACCESO MARÍTIMO



2. ACCESO AÉREO:



(Procolombia, 2013)

2. PROCESO DE EXPORTACIÓN.

a. NORMATIVIDAD LEGAL:

La normatividad legal para exportar en Colombia está regulada por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y otras entidades, asegurando que los exportadores cumplan con las leyes nacionales e internacionales. A continuación, se resumen los requisitos clave:

Registro como Exportador

- Inscribirse en el Registro Único Tributario (RUT) y habilitar la actividad de exportación.
- Si la empresa supera ciertos volúmenes, debe registrarse como Usuario Aduanero en la DIAN.

Clasificación del Producto

- Identificar el producto mediante el Código Arancelario del Sistema Armonizado (SA), usado para determinar impuestos y restricciones.

Certificados y Autorizaciones

- Certificado de Origen: Obligatorio para países con acuerdos comerciales o tratados de libre comercio (TLC).
- Permisos sanitarios y fitosanitarios: Emitidos por el INVIMA (productos alimenticios, farmacéuticos) o el ICA (productos agrícolas y animales).
- Otros permisos especiales según el producto (minería, químicos, textiles, etc.).

Documentación Necesaria

- Factura Comercial: Debe incluir precio, descripción, términos de venta (Incoterms).
- Lista de Empaque: Detalla cantidad, peso y características del envío.
- Declaración de Exportación (DEX): Trámite obligatorio presentado a través del sistema electrónico de la DIAN (MUISCA).
- Documento de Transporte: Incluye conocimiento de embarque (BL), guía aérea o carta de porte.

Procesos Aduaneros

- Presentar la mercancía para inspección si es requerida.

- Gestionar el embarque y salida del país a través de los puertos o aeropuertos autorizados.

Beneficios Tributarios

- Las exportaciones están exentas de IVA y pueden acceder a incentivos como devoluciones de impuestos o exoneraciones.

Normas Internacionales y Logística

- Cumplir con regulaciones del país de destino, como etiquetado, certificaciones de calidad y embalaje.
- Aplicar los términos comerciales internacionales (Incoterms) en los contratos.

Entidades Claves:

- DIAN: Supervisión aduanera y tributaria.
- ProColombia: Promoción y asesoramiento a exportadores.
- ICA e INVIMA: Gestión de certificaciones sanitarias.

i. PAÍS DE ORIGEN: (COLOMBIA)

Colombia es una economía emergente con gran potencial exportador gracias a su riqueza en recursos naturales, diversidad geográfica y acuerdos comerciales. Sus principales productos de exportación incluyen petróleo, carbón, café, flores, banano y manufacturas como textiles y alimentos procesados. Estados Unidos, la Unión Europea y China son algunos de sus principales socios comerciales, impulsados por Tratados de Libre Comercio que facilitan el acceso a mercados internacionales.

Sin embargo, enfrenta retos como la alta dependencia de recursos primarios, costos logísticos elevados y una diversificación limitada de su oferta exportadora. A pesar de esto, sectores como la agroindustria, las tecnologías digitales y las energías renovables presentan oportunidades de crecimiento significativas. En conclusión, Colombia tiene el potencial para consolidarse como un actor clave en el comercio internacional. Para lograrlo, debe diversificar su economía, modernizar su infraestructura y promover productos con mayor valor agregado. Esto le permitirá competir mejor en los mercados globales y aprovechar al máximo sus ventajas estratégicas.

ii. PAÍS DESTINO: (ALEMANIA)

Alemania es la cuarta economía más grande del mundo y un líder global en exportaciones gracias a su avanzada industria, innovación tecnológica y fuerte enfoque en la calidad. Su economía está impulsada principalmente por la exportación de bienes manufacturados, como maquinaria, vehículos, productos químicos, electrónicos y equipos médicos. Estos productos representan una gran parte de sus ingresos, consolidando su posición como uno de los mayores exportadores a nivel mundial. Los principales destinos de exportación de Alemania incluyen la Unión Europea, Estados Unidos y China. Como miembro de la UE, se beneficia de un mercado único y acuerdos comerciales internacionales que facilitan el acceso a mercados clave. Además, su red de infraestructura avanzada y logística eficiente hace que el transporte y comercio sean altamente competitivos.

Aunque Alemania es un modelo de éxito exportador, enfrenta desafíos como la competencia global, la transición hacia energías renovables y la dependencia de mercados clave como China. Sin embargo, se está adaptando mediante la innovación en sectores como la inteligencia artificial, la digitalización y las energías limpias.

En conclusión, Alemania es una potencia exportadora que combina tecnología, calidad e infraestructura para dominar los mercados globales. Su enfoque en la innovación y sostenibilidad le permitirá seguir siendo un líder económico en el futuro.

b. TERMINO DE NEGOCIACION INTERNACIONAL:

Esta negociación se va a manejar con el término CIP. El término CIP (Carriage and Insurance Paid To) es uno de los Incoterms establecidos por la Cámara de Comercio Internacional (CCI) para regular las responsabilidades entre comprador y vendedor en transacciones internacionales. Bajo CIP, el vendedor se encarga de:

1. Transporte: Contratar y pagar el transporte principal hasta el destino acordado.
2. Seguro: Proveer un seguro mínimo (normalmente el 110% del valor de la mercancía) para proteger la carga durante el transporte.
3. Despacho de Exportación: Gestionar y pagar los trámites aduaneros en el país de origen.

El comprador asume los costos y riesgos una vez que la mercancía llega al lugar designado, generalmente en el destino final, pero no incluye el despacho de importación o gastos aduaneros en el país de destino.

c. **ENVASE Y EMPAQUE DEL PRODUCTO:**

El empaque de Power & Life, es un portador de cartón para botellas de vidrio, generalmente utilizado para transportar bebidas como cervezas o refrescos.



Material: Cartón rígido o corrugado, este material es ligero pero resistente, ideal para soportar el peso de varias botellas de vidrio. Puede estar laminado para mayor durabilidad y resistencia a la humedad, especialmente si se transporta en ambientes húmedos o refrigerados.

Funciones: Protección de las botellas, el diseño incluye divisores que evitan que las botellas choquen entre sí, reduciendo el riesgo de rotura. Protege las botellas contra impactos externos durante el transporte.

Facilidad de transporte: El asa integrada permite que el consumidor pueda llevar varias botellas de manera cómoda y segura con una sola mano.

Presentación: Funciona como un empaque atractivo en el punto de venta, a menudo con espacio para branding, logotipos o información promocional.

Por estar hecho de cartón, es reciclable y biodegradable, lo que lo hace una opción ecológica. Este diseño en particular puede adaptarse a distintas cantidades de botellas (6-pack, 4-pack, etc.) dependiendo de las necesidades del fabricante o del cliente.

d. **EMBALAJE:**

El embalaje de este producto es una caja de cartón con divisores internos, diseñada principalmente para el transporte seguro de botellas u otros productos frágiles.

Material: Cartón corrugado, es un material ligero, económico y resistente, ideal para soportar el peso de productos como botellas de vidrio. Su estructura de múltiples capas proporciona amortiguación y resistencia al impacto.

Divisores internos: Hechos del mismo material (cartón) o de otro tipo de papel rígido. Dividen la caja en compartimentos individuales para cada botella, evitando que estas entren en contacto directo.

Funciones principales:

Protección del contenido: Los divisores minimizan el movimiento de las botellas durante el transporte, reduciendo el riesgo de choques y roturas.

La caja protege contra impactos externos y apilamiento en almacenamiento o envío.

Facilidad de manipulación: El diseño es práctico para almacenar y transportar múltiples unidades a la vez, optimizando espacio y logística.

Apilabilidad: Estas cajas están diseñadas para soportar peso adicional cuando se apilan, lo que es ideal para almacenamiento en almacenes y transporte en camiones.

Ecológico y reciclable: Al estar hecho de cartón, es biodegradable y reciclable, cumpliendo con estándares de sostenibilidad.

Versatilidad: Se puede personalizar en tamaño y diseño para adaptarse a diferentes tipos y cantidades de productos (botellas de cerveza, vino, refrescos, etc.).

Presentación y Branding: Las superficies externas pueden imprimirse con logotipos, información de la marca o detalles del producto, ayudando en el marketing y la identificación del contenido.



e. DOCUMENTACIÓN

FACTURA

Factura n°: F001-2009
Fecha: 11/11/2009



POWER & LIFE S.A.S
 (+57) 312 2041616
 CAROLINA 240 x 40-2

DESCRIPCION	Cantidad	Precio	Total
SERIE EMERGENTE	576	1	\$ 1.726.00

VALOR POR	\$ 1.726.00
PLATA	\$ 1.878.78
SEGURO	\$ 30.00
Total USD:	\$ 3.776.78

CONDICIONES 2010 (CZF)

Forma de pago: DIRECTO
 Tasa: 0.25%

Contacto:
 (+57) 301 4443021
 Andres Mejia
 CAROLINA 240 x 40-2
 848 870000 / 477000@gmail.com

[illegible]

Lista de empaque



CANTIDAD	DESCRIPCION	PESO NETO
576	BEBIDA ENERGIZANTE	253 KG

Santiago de Cali, noviembre 12 de 2024

Señores

Direcciones de Gestión, Direcciones Regionales de Aduanas con Operación Aduanera,
Direcciones Regionales, ~~Delegados~~ y demás dependencias de la
Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Autoridades en General
Sociedades Portuarias Regionales, Puertos, Zonas Francas, Depósitos Habilitados, ~~CDUs~~, ~~CDUs~~.

Ref.: Mandato aduanero

	Identificación del Mandante	Identificación del Mandatario (Agencia de Aduanas)
Razón Social:	POWER & LIFE	AGENCIA DE ADUANAS SIACO S.A.S. NIVEL 1
NIT:	111.5556.111	800.261.867-1
Domicilio principal:	Carrera 24ª #48 - 2	AK 97 # 24 C 80 Bogotá

Respetados señores:

Las partes arriba identificadas en cumplimiento de lo establecido en el Decreto 1185 de 2019 y su Resolución Reglamentaria 46 de 2019, con sus modificaciones y adiciones, hemos celebrado un **CONTRATO DE MANDATO**, en virtud del cual **EL MANDANTE** confiere mandato aduanero a la **AGENCIA DE ADUANAS** en adelante **MANDATARIO**, para que en su nombre y representación y por cuenta y riesgo del **MANDANTE**, lleve a cabo las formalidades y/o trámites aduaneros necesarios para el cumplimiento del régimen aduanero en la modalidad que corresponda, según las instrucciones del **MANDANTE**, y las actividades inherentes o conexas con los mismos, respecto de las operaciones con documentación asignada y entregada al **MANDATARIO**.

EL MANDANTE concede al **MANDATARIO** las siguientes facultades:

1. Presentar en nombre y representación y por cuenta y riesgo del **MANDANTE** declaraciones aduaneras de Importación, de Exportación y/o de Tránsito Aduanero, en todas sus modalidades o regímenes, y todos los trámites aduaneros inherentes y conexos que se adelanten ante la DIAN, previa entrega de la correspondiente documentación e información.
2. Elaborar, suscribir y presentar la Declaración Andina del Valor con base en la información y documentación aportada por **EL MANDANTE** a través del responsable del suministro de la información soporte y documentos justificativos para la Declaración Andina del Valor. El **Responsable del suministro de la información soporte y documentos justificativos de la Declaración Andina del Valor** para los efectos de este contrato, es la persona designada por **EL MANDANTE** con el conocimiento suficiente sobre las particularidades de la negociación de las mercancías que da origen a la importación, y que en consecuencia está en condiciones de entregar toda la información y documentación justificativa fidedigna sobre **los elementos de hecho y las circunstancias comerciales de la negociación**, necesaria para la correcta

3. CONCLUSIONES:

Aprovechando la creciente tendencia por productos energizantes naturales y sostenibles en Alemania, los productores colombianos tienen una oportunidad real de ingresar al mercado de Leiwén con *Power & Life*. La combinación de una sólida estrategia comercial, la innovación basada en ingredientes naturales y el cumplimiento normativo permitirá a la bebida energizante colombiana destacarse y posicionarse exitosamente en un mercado altamente competitivo.

1. Oportunidad en el mercado alemán

El mercado de bebidas energizantes en Alemania presenta un alto potencial debido al creciente interés por productos naturales, funcionales y sostenibles. Esto ofrece una oportunidad estratégica para que productos como *Power & Life* se posicionen como alternativas innovadoras y saludables, destacándose frente a competidores tradicionales.

2. Ventajas competitivas de los productores colombianos

Colombia, gracias a su biodiversidad única, ofrece ingredientes de alto valor agregado que permiten la creación de bebidas energizantes diferenciadas. El uso de componentes como el ginseng y la miel, combinados con prácticas sostenibles e innovación en las formulaciones, posiciona a los productores colombianos como competidores con una propuesta de valor única en el mercado alemán.

3. Desafíos regulatorios y logísticos

El cumplimiento de las estrictas normativas de calidad, etiquetado y seguridad alimentaria de la Unión Europea es uno de los principales retos para la exportación de bebidas energizantes colombianas a Alemania. Además, la logística de transporte internacional y los costos asociados representan barreras que requieren una planificación detallada para garantizar la eficiencia en el proceso de exportación.

4. Relevancia de la investigación de mercado

Entender a fondo las preferencias y comportamientos de los consumidores alemanes es crucial para garantizar la aceptación del producto. La demanda por bebidas energizantes naturales y funcionales, junto con un perfil sensorial atractivo, refuerza la importancia de diseñar estrategias de marketing que destaquen los beneficios funcionales y la sostenibilidad de *Power & Life*.

5. Alianzas estratégicas como clave del éxito

Establecer asociaciones con distribuidores, importadores y minoristas locales en Alemania facilitará no solo el acceso al mercado, sino también la adaptación del producto a las exigencias regulatorias y a las preferencias de los consumidores. Estas alianzas también pueden potenciar la visibilidad de la marca y su posicionamiento competitivo.

6. Viabilidad y recomendaciones estratégicas

La exportación de *Power & Life* al mercado de Leiwen, Alemania, es viable siempre que se implementen estrategias integrales que respondan a los desafíos regulatorios, logísticos y competitivos. Estas estrategias deben incluir:

- Certificaciones adecuadas y pleno cumplimiento de las normativas europeas.
- Una estrategia de marketing que comunique de manera efectiva los beneficios funcionales y naturales del producto.
- Un modelo logístico sostenible y eficiente para optimizar los costos de exportación.
- La valorización de la biodiversidad colombiana como pilar central de la propuesta de valor.

BIBLIOGRAFÍA

Alemania: Economía y demografía 2024. (2024). Datosmacro.com. Retrieved November 14, 2024, from <https://datosmacro.expansion.com/paises/alemania>

Aspasia. (2024). *Glosario de la formación: Método (de investigación) descriptivo* - grupoaspasia.com. Grupo Aspasia. Retrieved November 13, 2024, from <https://grupoaspasia.com/es/glosario/metodo-de-investigacion-descriptivo/>

Leiwen. (2022). Retrieved 2024, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Leiwen>

Montgomery, C. (n.d.). *¿Qué es la investigación con métodos mixtos?* ATLAS.ti. Retrieved November 13, 2024, from <https://atlasti.com/es/guias/guia-investigacion-cualitativa-parte-1/investigacion-con-metodos-mixtos>

Procolombia. (2013). Retrieved 2024, from <https://es.slideshare.net/slideshow/perfil-logstico-de-exportacin-a-alemania/17016862>

Rodriguez, R., & Prada, F. (2017). Retrieved 11 13, 2024, from <https://hdl.handle.net/20.500.12867/1721>

Sistema político | La actualidad de Alemania. (2023). Tatsachen über Deutschland. Retrieved November 14, 2024, from <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/es/politica-alemania/sistema-politico>

Smith, B., Aguirre, K., & Olenka, P. (2016). <https://hdl.handle.net/20.500.12867/992>

