

**Proyecto De Grado Crema De Whisky De Chocolate**

Karen M. Cadena Romero

Laura V. Medina Sanabria

Leidy V. Yusunguaira Ramírez

Kharen Ximena De Dios

Paula C. Sánchez Fontecha

Colegio Técnico Distrital Paulo Freire

Especialidad Ciencias Empresariales

CURSO: 1101 JM

Marisol Tapias Sandoval

Agosto 19, 2021

## Índice

Proyecto De Grado Crema De Whisky De Chocolate .....	1
Índice .....	2
Introducción .....	6
Introduction .....	7
Capítulo 1: Planteamiento del problema .....	8
1.1 Planteamiento del problema: .....	8
1.2 Formulación del problema: .....	9
1.3. Objetivos .....	10
1.3.1Objetivo General: .....	10
1.3.2Objetivos específicos: .....	11
1.4. Justificación: .....	11
Capítulo 2: Diseño Metodológico .....	13
Diseño metodológico: .....	13
Enfoque de investigación: .....	13
Tipo de investigación .....	14
Exploratorio.....	15
Documental .....	15

	3
Población y muestra .....	16
Población:.....	16
Muestra:.....	16
Técnicas De Investigación: .....	17
Instrumento De Recolección De Datos: .....	17
Capítulo 3: Desarrollo del tema .....	18
3.1 Presentación y análisis de la encuesta .....	18
Definición del proyecto.....	28
3.2 Marco legal.....	28
3.3 Evaluación del mercado.....	30
Información General .....	30
Entorno del mercado (nichos, competencias, mercados, carencias, oportunidades).....	30
Segmentación del mercado objetivo: .....	30
Geográfica: .....	30
Demográfica: .....	30
Psicográfica: .....	30
Conductual: .....	30
Análisis de competencia.....	31
COMPETIDOR DIRECTO .....	31
COMPETIDORES INDIRECTOS .....	31

Matriz FODA .....	32
DEBILIDADES .....	32
AMENAZAS.....	32
FORTALEZAS .....	32
OPORTUNIDADES .....	32
Capitulo 4: Conclusiones y recomendaciones.....	34
Capítulo 5: Bibliografía y anexos .....	35
5.1: Bibliografía .....	35
5.2 Anexos.....	35
Encuesta: .....	35

## **Resumen**

### **Palabras clave**

- Crema de whisky
- Licores
- Producto
- Exhaustividad
- Proporción
- Mercado
- Investigación

## Abstract

### Keywords

- whiskey cream
- Liqueurs
- Product
- Completeness
- Proportion
- Market
- Research

## Introducción

El uso del alcohol viene de tiempo antiguos con hierbas y plantas para uso medicinal, pociones amorosas y cura para los dolores físicos y sentimentales, tiempo después fueron conocidos como aceites, bálsamos, hasta que llegó el nombre de licores.

Los licores se elaboraron en la edad media, especialmente la crema de whisky es un producto de origen irlandés y fue adoptado por los escoceses. Su intención se basa en mezclar el whisky con crema de leche y una proporción adecuada de otros ingredientes como el café, surge un nuevo producto para el mercado de cream the whisky The Coffee irlandés.

Para concluir el mercado de los licores especialmente el de la crema de whisky sabor a chocolate, un nuevo sabor para degustar con el dulzor especial, suave y delicado, lo clasificaremos entre los licores mixtos, por su variedad de ingredientes y componentes. La crema de whisky sabor a chocolate se debe elaborar con exhaustiva selección del mejor cacao Nacional, para un resultado de alta intensidad del sabor.

Finalmente se busca obtener un licor de crema de chocolate, caramelo y arequipe de la mejor calidad. En esta investigación se trabaja a partir de estudios de mercados, análisis, para realizar la idea planteada y observar su evolución en el mercado.

## Introduction

The use of alcohol comes from ancient times with herbs and plants for medicinal use, love potions and cures for physical and emotional pain, later they were known as oils, balms, until the name of liqueurs came.

Liqueurs were made in the Middle Ages, especially whiskey cream is a product of Irish origin and was adopted by the Scots. His intention is based on mixing the whiskey with milk cream and a suitable proportion of other ingredients such as coffee, a new product emerges for the Irish cream the whiskey market The Coffee.

To conclude the liquor market, especially that of chocolate-flavored whiskey cream, a new flavor to be tasted with a special, smooth and delicate sweetness, we will classify it among mixed liquors, due to its variety of ingredients and components. The chocolate flavored whiskey cream must be made with an exhaustive selection of the best National cocoa, for a result of high flavor intensity.

## **Capítulo 1: Planteamiento del problema**

### **Descripción del problema**

En la industria se encuentran cremas de whisky en variedad donde aquellas son de elevado precio. Existen en el mercado de todo tipo de licores importados y una mínima cantidad Nacional. El comercio está distribuyendo productos de otros países porque las empresas no se encuentran en el marco de actualización del mercado para competir con un producto de buena calidad, los impuestos colombianos se llevan un porcentaje elevado del licor.

La crema de whisky sabor chocolate presenta múltiples retos a la hora de su elaboración por su composición. Las empresas que han intentado lanzar la crema han fracasado en medio de su proceso.

### **1.1 Planteamiento del problema:**

La problemática a solucionar, en el mercado de cremas de whisky son sus altos precios, esto debido a que cada una de ellas tienen una serie de impuestos por los grados de alcohol y su importación, la mayoría de los productos de cremas importadas al mercado no son Nacionales. Las comercializadoras distribuyen cremas de whisky o licores a nivel internacional, por consiguiente, las personas gastan más de lo que deberían gastar en el



producto adquirido. Las cremas de whisky no tienen una extensión o variedad de sabores lo que hace que el mercado sea muy específico y cerrado, un mercado poco conocido y expandido. Por otra parte, estamos en crisis por los tiempos difíciles de pandemia y las restricciones, esto conlleva a una comercialización baja de las cremas de whisky y entre otros tipos de licores por sus respectivos precios.

### **1.2 Formulación del problema:**

Aquí se fomenta una solución para los altos precios y las extensión o variedad de sabores, y como se debe ejecutar para hacer competencia en el mercado, por ello, la crema de whisky de chocolate, es Nacional, es totalmente colombiana, se realizó un estudio de mercado para establecer el precio adecuado y accesible a las personas. El sabor hace competencia directa ya que la mayoría de cremas son de whisky o de café; aumentando así el consumo de la crema de whisky de chocolate.

### **1.3. Objetivos**

#### ***1.3.1 Objetivo General:***

Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de la crema de whisky de chocolate en la ciudad de Bogotá

### ***1.3.2Objetivos específicos:***

1. Medir la aceptación de la crema de whisky a través de la implementación de una encuesta local. El resultado se tendrá en cuenta para cambios, mejoras o aceptación de la crema.
2. Investigar la parte legal en Colombia para la creación y comercialización de la crema de whisky de chocolate.
3. Realizar un estudio de mercado para medir la factibilidad de la crema de whisky.
4. Diseñar la presentación de la Crema de Whisky.

### **1.4. Justificación:**

Se halla una necesidad en el mercado colombiano de innovar en con un producto nacional el cual denominamos Crema de Whisky con sabor a chocolate, ya que este producto solo se encuentra en el mercado internacional y a precios exorbitantes para el consumidor. Cabe resaltar que principalmente beneficia a los colombianos mayores de edad, incluso a organizaciones de eventos.

### 3.3. Matriz de operacionalización de variables

#### 3.3.1. Variables Independientes.

Estas son aquellas de las variables más importantes del producto ya que sin ellas existe una alteración en su preparación.

- Cacao.
- Lácteo (leche).
- Porcentaje de Saborizante de whisky.
- Químico.

#### 3.3.2. Variables Dependientes.

Características de la crema de whisky que se afectan por las variables independientes, es decir, los cambios o las alteraciones que se dan en el proceso anterior, son el resultado:

- Sabor.
- Color.
- Proceso de presión con la leche.
- Envase oscuro.

## **Capítulo 2: Diseño Metodológico**

### **Diseño metodológico:**

Esta metodología del proyecto de la crema de whisky consiste en una investigación con encuestas online, contienen preguntas y respuestas abiertas y cerradas para saber la opinión del consumidor frente al producto de lanzamiento.

Por otro lado, se investiga en fuentes primarias y secundarias con el fin de mejorar el proyecto y descubrir nuevos conceptos y ser complemento.

### **Enfoque de investigación:**

Es una investigación mixta, es decir, cualitativo y cuantitativo, puesto que se desarrolla una encuesta local y el análisis de datos para medir la aceptación de la crema de whisky de chocolate.

Con respecto a la encuesta se observa los resultados estadísticos de los consumidores y obtener las conclusiones para la comercialización de la crema de whisky.

Se obtiene información de manera escrita y digital, que nos brinden información concreta y completa. Se realizará una encuesta online para hacer partícipe la opinión del consumidor, que tan interesados están en adquirir este tipo de producto.

## Tipo de investigación

Tabla 2 tipo de investigación:

ALCANCE	PROPOSITO DE LA INVESTIGACION	VALOR
Exploratorio	Se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.	Ayuda a familiarizarse con fenómenos desconocidos, obtener información para realizar una investigación más completa de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados.
Documental	Serie de métodos y técnicas de búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información contenida en los documentos, en primera instancia, y la presentación sistemática, coherente y suficientemente argumentada de nueva información en un documento científico, en segunda instancia. De este	La investigación documental busca estudiar un fenómeno a través del análisis, la crítica y la comparación de diversas fuentes de información

	modo, no debe entenderse ni agotarse la investigación documental como la simple búsqueda de documentos relativos a un tema.	
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

### ***Exploratorio***

La crema de whisky de chocolate tiene un enfoque de investigación exploratoria ya que busca estudiar por qué el cacao interviene en la consistencia y la preparación adecuada de la crema.

Esta investigación es fundamental para el desarrollo de un estudio más profundo que permita tener un conocimiento general del tema que queremos tratar para los cambios específicos a futuro. Analizar la competencia que ofrecen productos directos o indirectos, y aprovechar cada una de las oportunidades que ofrece el mercado de las cremas de whisky.

### ***Documental***

Es una investigación documental debido a que el estudio de los datos recolectados se ha tomado de fuentes como libros, sitios web, artículos, y accesorias de la Empresa Drumonti, aquella información nos proporciona facilidad para el estudio de mercado y progreso en el producto para su comercialización.

**Población y muestra**

La población y muestra serán las personas que estén interesadas en adquirir la crema de whisky en una anqueta de regalo, en las licoreras, etc.

Los consumidores que deseen de gustar una crema sabor a chocolate en ocasiones familiares o especiales, tienen la disponibilidad de adquirir nuestro producto en el mercado.

***Población:***

Las personas mayores de 18 años que consumen bebidas alcohólicas son los principales consumidores de la ciudad de Bogotá.

Un estudio muestra que las localidades donde mas consumo de alcohol hay son Usme, Antonio Nariño, Ciudad Bolívar, San Cristóbal y Rafael Uribe.

<https://www.rcnradio.com/bogota/>

***Muestra:***

La muestra según las estadísticas el principal consumidor son las mujeres, se consideran mas interesadas en el producto por su delicadeza en los grados de alcohol y su sabor.

Con respecto a las personas que están interesadas en la crema de whisky se encuentran en la localidad de Usme.



## **Instrumento de recolección de datos**

### ***Técnicas De Investigación:***

La estrategia o técnica de investigación que se utilizará para la crema de whisky son las encuestas online, es decir, por internet y las redes sociales, así se obtendrá los datos necesarios para la factibilidad de la crema. Por otro lado, las empresas Drumonti y Bodegas nacionales nos asesoraron con el proceso y desarrollo del producto.

Estos datos cualitativos y cuantitativos es un apoyo y base para la comercialización de la crema de whisky de chocolate y su aceptación en el mercado.

### ***Instrumento De Recolección De Datos:***

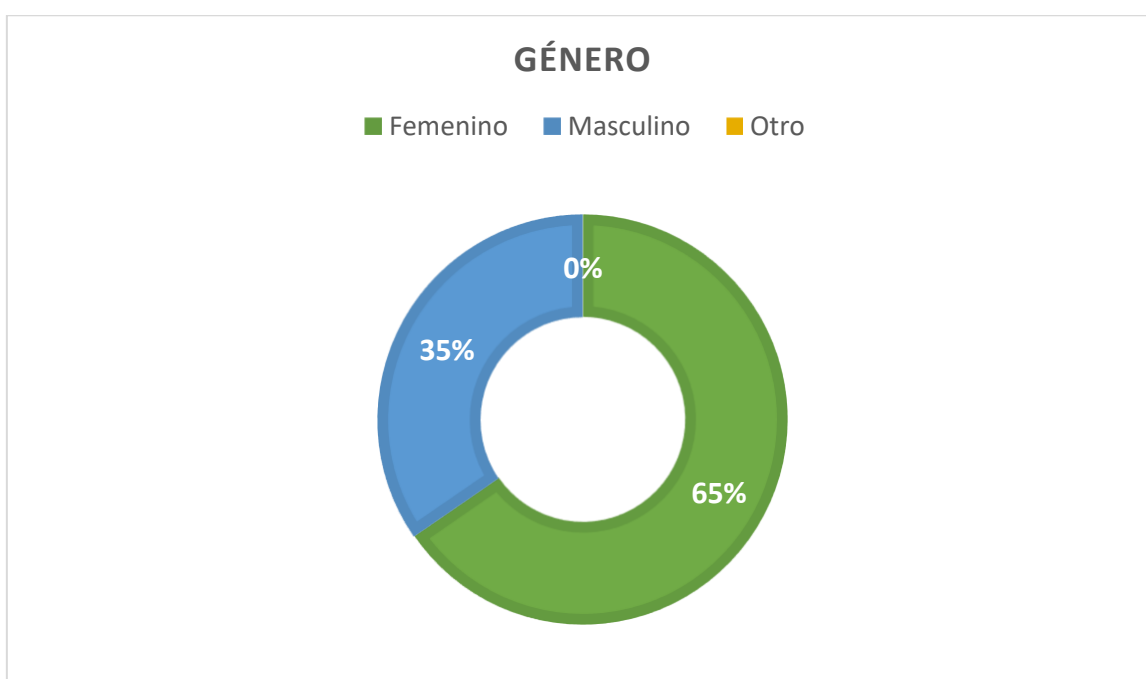
Los instrumentos que utilizamos en la recolección de datos son documentos en línea, pdf con evidencias estadísticas, sitios web seguros, asesorías con personas especializadas en el tema de las bebidas alcohólicas, la encuesta, etc. La información obtenida es fundamental para acatar cambios a futuro sobre la estructura del planteamiento del problema o necesidad.

Con respecto a los datos y la información recolectada, tendremos perspectivas de las investigaciones e ideas para complementar el producto.

## Capítulo 3: Desarrollo del tema

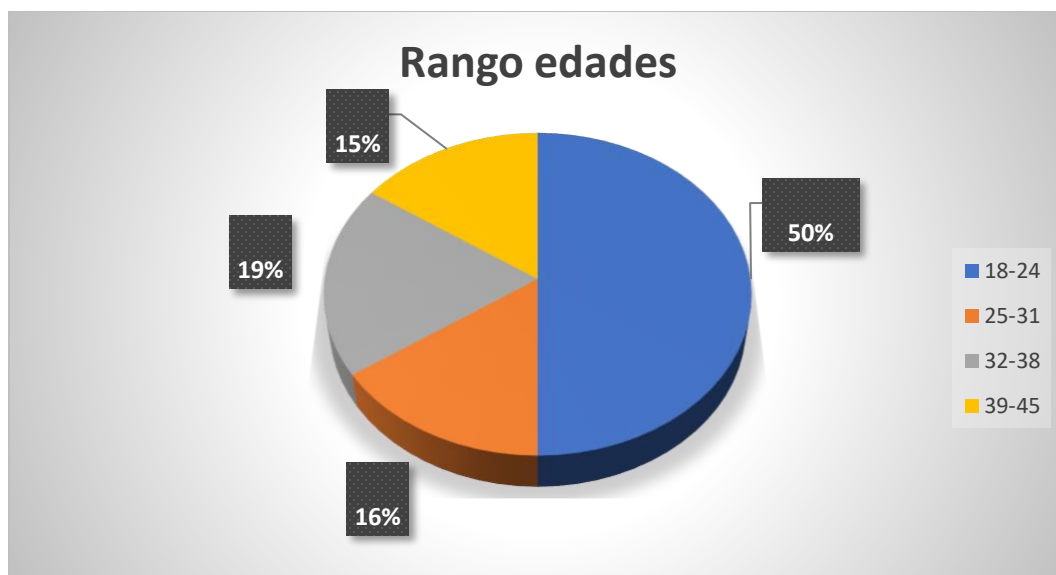
### 3.1 Presentación y análisis de la encuesta

Se decide realizar una encuesta a 26 personas por medio de una encuesta online, tanto en mujeres, como en hombres con rango de edad entre los 18 - 50 años y los datos arrojados por la encuesta son los siguientes:



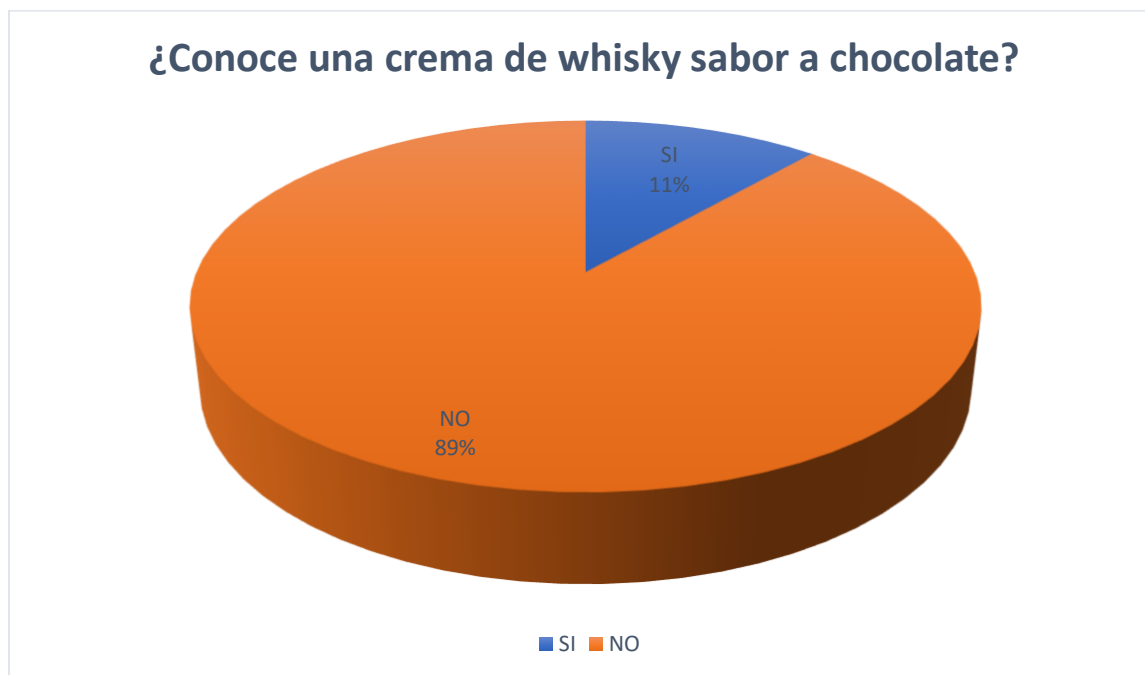
*Ilustración #. genero*

El resultado arrojado por la gráfica nos muestra que el 65% de las personas encuestadas son mujeres y el 35% son hombres, por lo tanto, vemos que hay más demanda en el genero femenino.



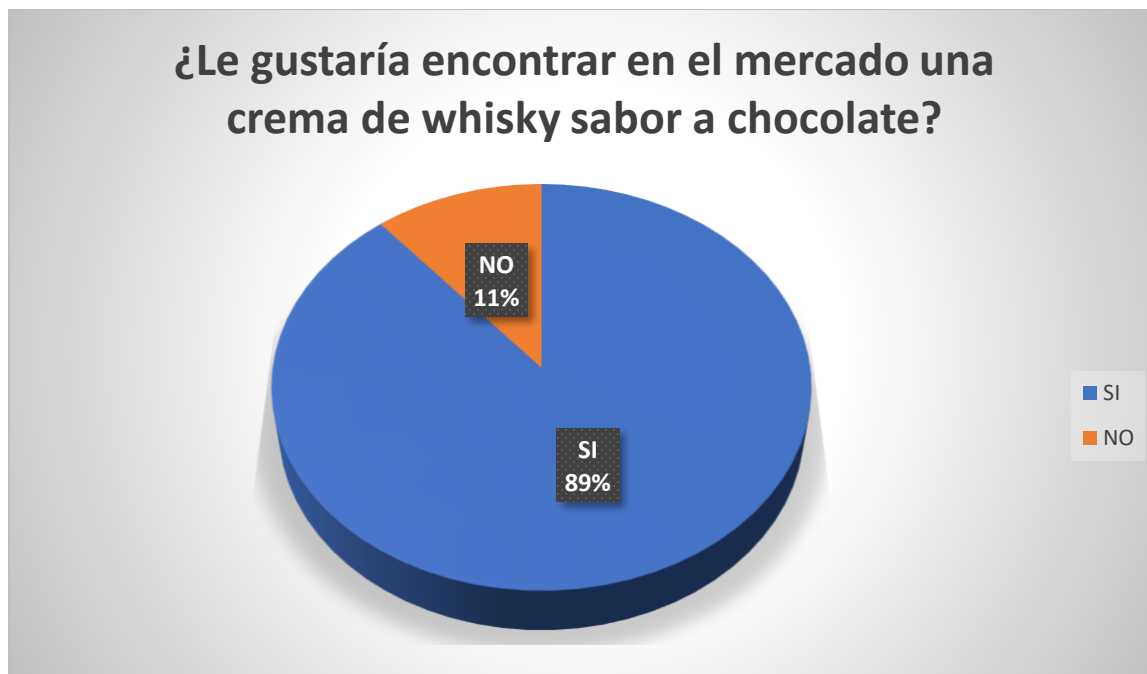
*Ilustración #. edades*

Según la gráfica, nos muestra que el rango de edad que mas tienen nuestro encuestados es de 18-24 años con un 50%.



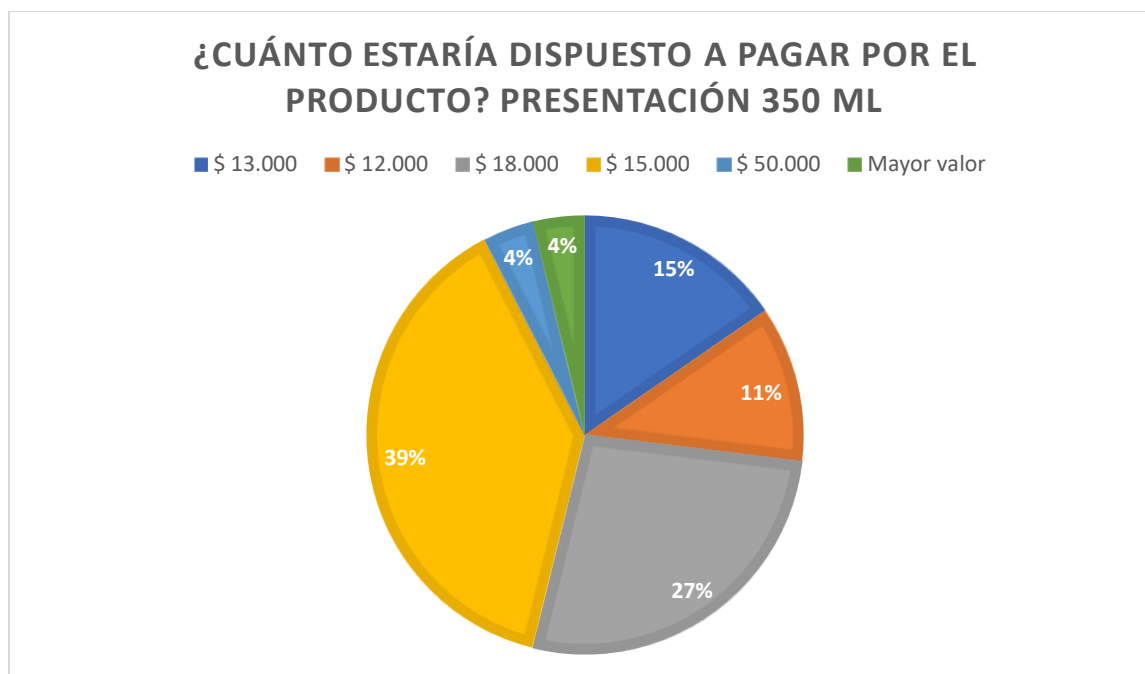
*Ilustración #. ¿conoce alguna crema de whisky sabor a chocolate?*

En la grafica se evidencia que el 89% de las personas encuestadas no conocen una bebida alcohólica como la crema de whisky sabor a chocolate. El 11% de personas encuestadas si conocen este producto. por lo tanto, al obtener este resultado de porcentaje se nos hace útil para hacer conocer nuestro producto de bebida (crema de whisky sabor a chocolate) y en el momento de inauguración será llamativo para adquirirlo.



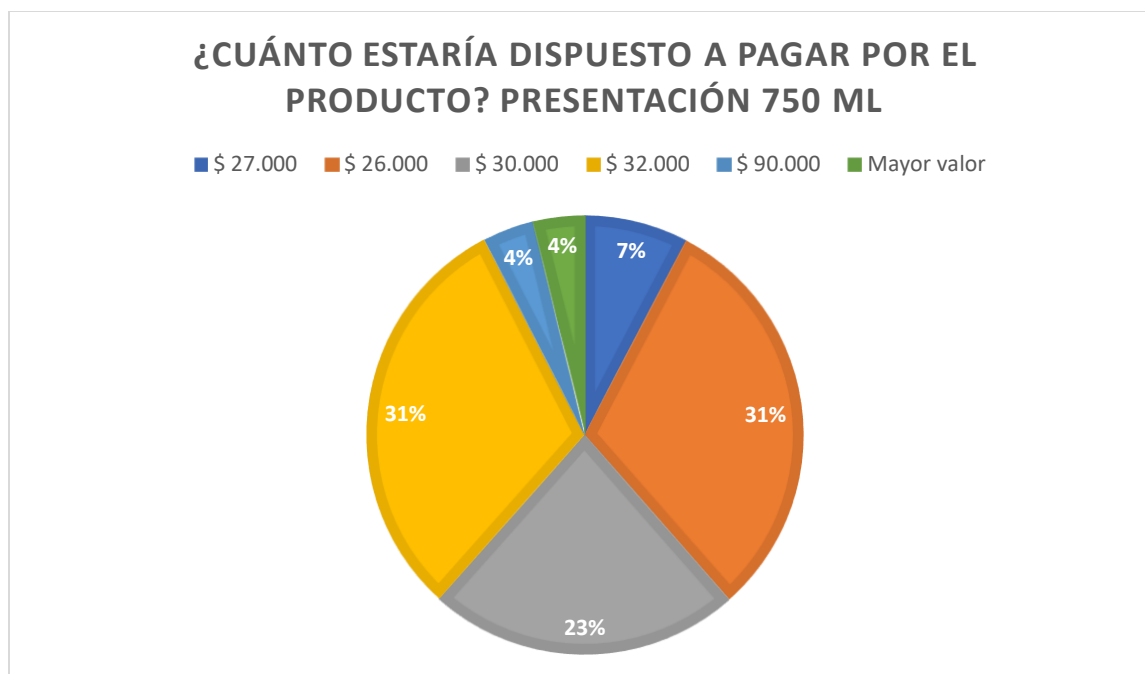
*Ilustración #. Disposición del producto en el mercado*

Podemos observar en la gráfica que el 89% de los encuestados les gustaría obtener nuestro producto en un mercado y el 11% no está dispuesto a encontrar nuestro producto en un mercado.



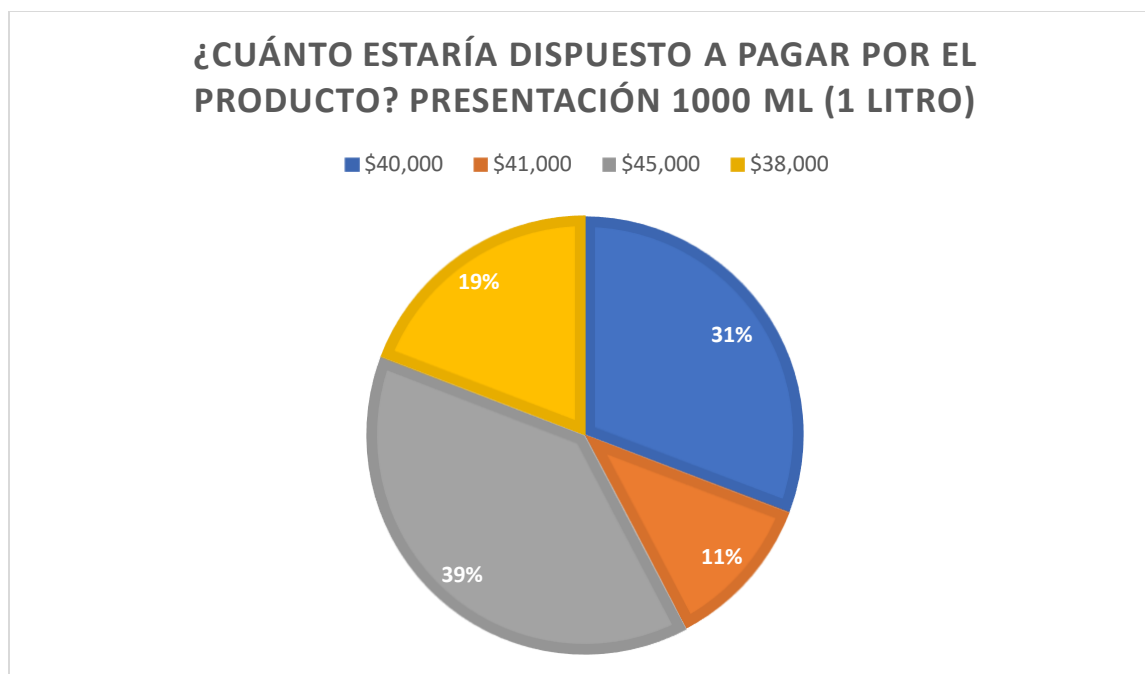
*Ilustración #. rango de compras*

En la gráfica se evidencia que el 15% de encuestados está dispuesto a pagar \$13.000 (trece mil) por nuestro producto, el 11% está dispuesto a pagar \$12.000 (doce mil), el 27% está dispuesto a pagar \$18.000 (dieci ochomil), el 39% \$15.000 (quince mil), el 4% \$50.000 (cincuenta mil) y el otro 4% de personas encuestadas está dispuesta a pagar por un valor mayor de una presentación de 350ml.



*Ilustración #. rango de compras*

En la gráfica se evidencia que el 7% de encuestados está dispuesto a pagar \$27.000 (veintisiete mil) por nuestro producto, el 31% está dispuesto a pagar \$26.000 (veintiséis mil), el 23% está dispuesto a pagar \$30.000 (treinta mil), el 31% \$32.000 (treinta dos mil), el 4% \$90.000 (noventa mil) y el otro 4% de personas encuestadas está dispuesta a pagar por un valor mayor de una presentación de 750ml.



*Ilustración #. rango de compras*

En la gráfica se evidencia que el 31% de encuestados está dispuesto a pagar \$40.000 (cuarenta mil) por nuestro producto, el 11% está dispuesto a pagar \$41.000 (cuarenta y un mil), el 39% está dispuesto a pagar \$45.000 (cuarenta y cinco mil), el 19% de personas encuestadas están dispuestas a pagar \$38.000 (treinta y ocho mil) de una presentación de 1000ml (1 litro).



Que sea rico su sabor

Es una innovación a la crema de whisky sin duda llama mucha la expectativa para probarla

Sabor y textura suave

La verdad me gustan mucho

Que debe saber a chocolate y no tanto a licor

Debe ser dulce

Que sepa más rico que la crema de whisky original

Buena. Me parece algo innovador y llamativo.

Puede ser buena para fiestas y eventos

¿Qué expectativas tiene de este producto?

23 respuestas

Nuevos sabores

Que el sabor de chocolate sea concentrado pero no muy fuerte para que no sea ostigante

Que sea delicioso

Es un producto novedoso y creativo , combinar chocolate con la cremosidad del whisky sería algo genial.

Que prevalezca los tonos de chocolate por encima del sabor de la crema.

Cómo es el sabor

Rico sabroso delicioso

ninguna

Sabor y calidad

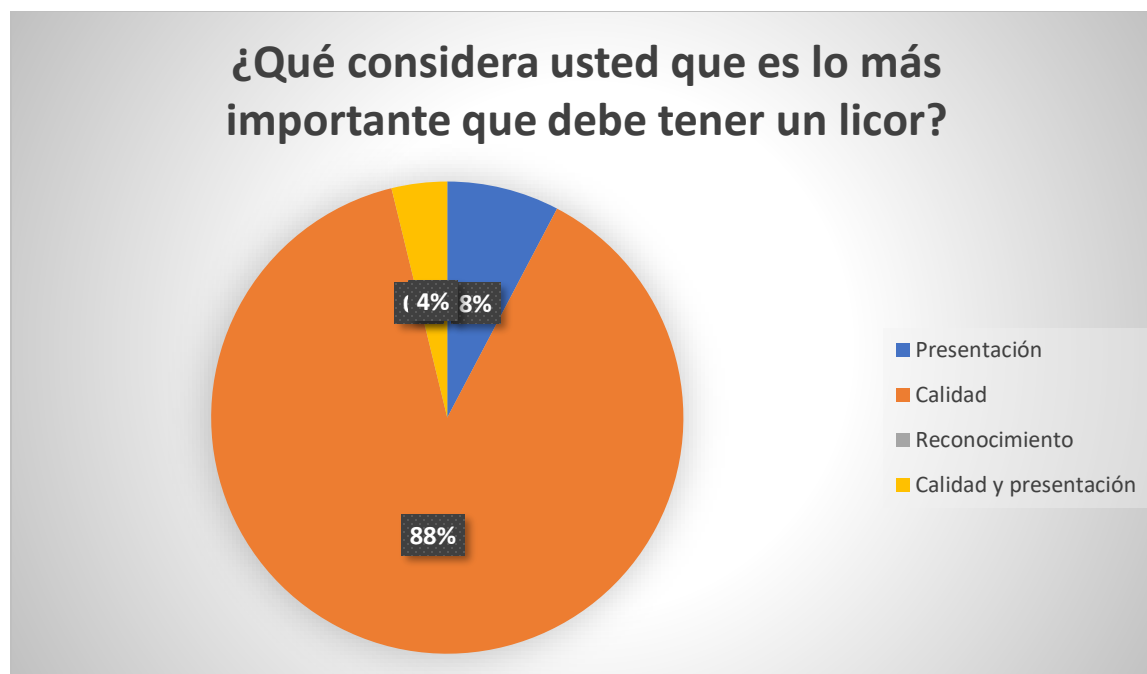
Puede ser buena para fiestas y eventos

Me parece un buen producto por su nuevo sabor

Muy dulce

Altas ya que el un proyecto diferente a los usual

*Ilustración #. peticiones acerca del producto*



*Ilustración #. opinión de importancia respecto al licor*

En la gráfica se puede observar que el 88% de las personas encuestadas opinan que la calidad es lo más importante que debe tener el licor, el 8% opina que la presentación es importante y el 4% de personas encuestadas eligen que las dos opciones son importantes. Por lo tanto, para el producto es más interesante la calidad.

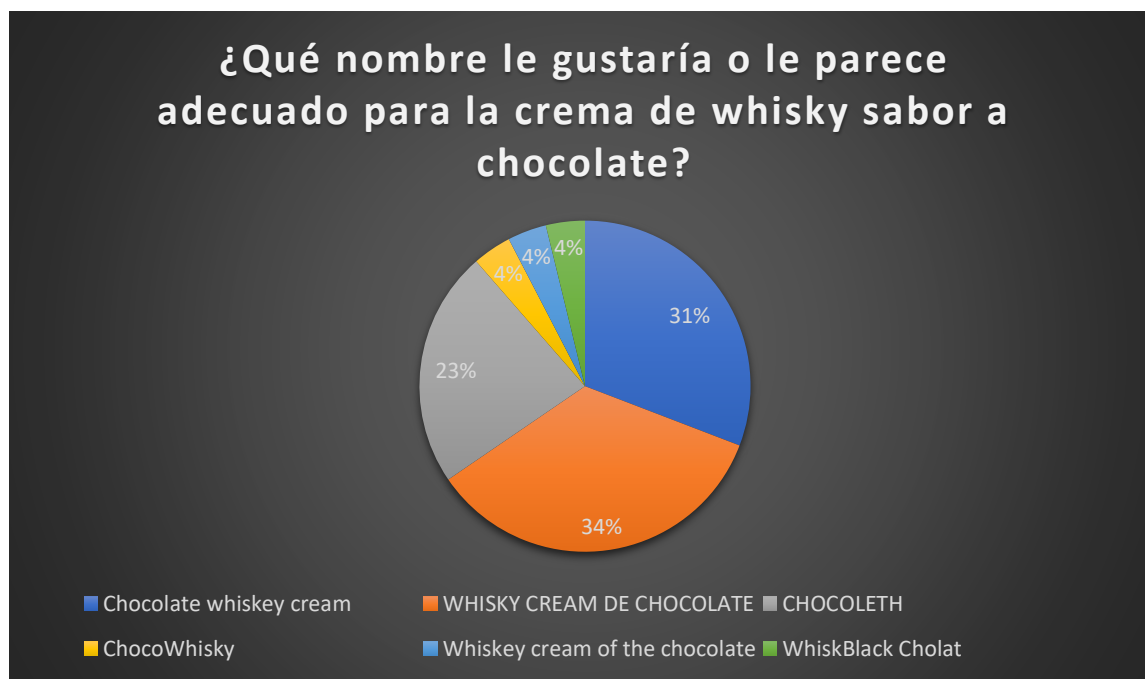


Ilustración #. nombre del producto

En la encuesta se pusieron una variedad de nombres para nuestro producto y se puede observar en la gráfica que el 34% de personas encuestadas eligieron Whisky Cream Chocolat, el 23% eligió Chocolet, el 31% de personas opto Chocolate Whiskey cream, el 4% ChocoWhisky, el 4% Whiskey Cream Of The chocolate y el otro 4% eligió Whisky Black Cholat. Por lo tanto, el nombre con mayor porcentaje de votación es el más adecuado para nuestro producto.

## **Definición del proyecto**

Este proyecto consiste en plantear un producto nuevo al mercado de origen colombiano, una crema de licor a base de chocolate que presente las características específicas para una calidad exitosa, por ello se enfoca en la investigación del mercado para analizar si es aceptado por el consumidor.

### **3.2 Marco legal**

**Artículo 6to.** Del Decreto 365 de 1994: Para efectos legales, en Colombia las bebidas alcohólicas se dividen a grandes rasgos en los siguientes grupos: cervezas, licores y otras bebidas alcohólicas.

Se nombra como bebidas alcohólicas los aperitivos y los vinos, y licores a las bebidas que tengan mayor de 20° de alcohol, la crema de whisky sabor a chocolate se debe denominar como aperitivo del respectivo destilado" cuyo contenido de congéneres debe ser como mínimo el 75% en volumen del valor del destilado utilizado.

**Resolución 2652 De agosto 28 De 2004:** (Ministerio de protección social 2004) requisitos de etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano. Se debe cumplir con los requisitos de la resolución de las etiquetas de los envases de alimentos para el consumo de las personas para mayor seguridad y brindar calidad de información.

Etiqueta debe ir de forma que no se desprenda fácilmente del producto que permita estar adherido al mismo durante el término razonable de vida útil establecido por el fabricante, comercializador o importador, o por lo menos, hasta el momento de su comercialización o uso hacia consumidor.

**Decreto 4444 de 2005:** (Ministerio de protección social 2005) Las disposiciones del presente decreto tienen por objeto reglamentar la expedición del permiso sanitario, régimen de vigilancia sanitaria y control de calidad de los alimentos fabricados y comercializados por microempresarios, en el territorio nacional.

En el marco legal de la Norma Técnica Colombiana NTC 1035 ya que es la única reglamentación vigente que existe para los licores tipo crema.

❖ INVIMA, REGISTRO SANITARIO. Art. 62 del Decreto 1686 de 2012

❖ Impuesto **Valorem**

### **INVIMA**

La crema de whisky a la hora de la inspección va a tener en cuenta la siguiente información:

- a) Cuando el producto es envasado en botella y protegido con un empaque secundario (estuche, caja de cartón).
- b) Los rótulos o etiquetas que se adhieran a los envases de las bebidas alcohólicas no se podrán remover o separar fácilmente de éste.
- c) Nombre y marca del producto.
- d) Número del registro sanitario.
- e) Fecha de vencimiento del producto.
- f) Declarar la leyenda obligatoria para la bebida alcohólica nacional: “Industria Colombiana”, “Hecho en Colombia” ó “Elaborado en Colombia”

### 3.3 Evaluación del mercado

#### Información General

#### Entorno del mercado (nichos, competencias, mercados, carencias, oportunidades)

El desarrollo de este producto se llevó a cabo en la Empresa o Planta Bodegas Nacionales Drumonti. Se realiza un estudio de mercado para el lanzamiento de la crema de whisky Sabor a Chocolate utilizando conceptos como análisis de segmentación de mercado, estrategias, Marketing, encuestas y análisis financiero (contabilización) y distribución del producto por medio de las redes sociales, por ello, en las encuestas realizadas se concluye que nuestro cliente objetivo es especialmente mujer entre la edad de 22 a 50 años de edad, por el grado de alcohol que contiene el producto de lanzamiento.

Complementando el análisis de los encuestados reflejo el momento adecuado para compartir la crema, la mayor cantidad optaron por ocasiones familiares, asimismo, definimos el mercado de las licoreras y más específico el de las anquetas.

#### Segmentación del mercado objetivo:

**Geográfica:** El producto va dirigido a Colombia, en el departamento de Bogotá.



**Demográfica:** Va dirigido a hombres y mujeres, entre las edades de 22 a 50 años.

**Psicográfica:** Personas que hacen alusión a la modernidad, vida social, elegancia.

**Conductual:** Personas interesadas en consumir productos novedosos y de alta calidad con gustos dulces.

## Análisis de competencia

A continuación, haremos una breve descripción de los competidores directos e indirectos de este mercado de las cremas de whisky:

<b>COMPETIDOR DIRECTO</b>	
	<p><b>Marca:</b> Baileys- The original irish cream</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Crema láctea irlandesa a base de WHISKY</li> <li>❖ Presenta cuerpo balanceado, color a caramelo y sabor a chocolate</li> <li>❖ Bebida presentada en una botella de vidrio de 750 ml con tapa rosca.</li> <li>❖ Grado alcohólico 17° GL</li> </ul>
<b>COMPETIDORES INDIRECTOS</b>	
	<p><b>Marca:</b> La Navarra, Bailys, Monzart, Villa Blanca, entre otras marcas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Todas aquellas cremas de whisky son a base de ingredientes lácteos, estos son sabores a chocolate, café, tres leches, etc.</li> <li>❖ Los chocolates a base de crema de whisky y las bebidas a base de crema de whisky y café.</li> <li>❖ 750ml</li> </ul>

**Matriz FODA**

<b><i>DEBILIDADES</i></b>	<b><i>AMENAZAS</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- El proceso de ebullición y presión de la leche para eliminar los microbios y que quede en su punto es un gran riesgo, ya que, se podría dañar la producción de la crema.</li> <li>- El mercado es específico y cerrado, por lo tanto, nuestro producto no será de interés para todas las personas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En nuestro país desafortunadamente nos encontramos con unos impuestos demasiados altos y esto nos puede afectar la economía.</li> <li>- No tenemos reconocimiento en el mercado.</li> <li>- La competencia por parte de los importadores, con un mayor reconocimiento.</li> </ul>
<b><i>FORTALEZAS</i></b>	<b><i>OPORTUNIDADES</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto nuevo en el mercado, con la capacidad de innovar a los ofertantes.</li> <li>- Origen colombiano, donde demostrara la capacidad que tiene nuestro país con variedades de riquezas y sabores.</li> <li>- En los datos arrojados por las encuestas nos hemos dado cuenta del interés sobre este producto.</li> <li>- En un aperitivo perfecto para reuniones familiares y eventos especiales, así</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuestra crema de whisky, puede tener un mercado más amplio que se puede utilizar para hacer postres o chocolates y así tener un reconocimiento mayor sobre nuestra marca y sabor a la hora de ser probado por nuestros clientes.</li> <li>- La crema va a reflejar eficacia en el proceso de la distribución y al darla a conocer, ya que, es un producto nacional.</li> </ul>



lograremos que muchas personas socialicen y compartan un momento agradable.	
--------------------------------------------------------------------------------	--

#### **Capítulo 4: Conclusiones y recomendaciones**

En síntesis, podemos argumentar la gran aprobación del producto, observando un alto porcentaje de interés en adquirir el producto por parte del género femenino, cabe resaltar que los encuestados están dispuestos a pagar aproximadamente un 10-20% más de lo que teníamos presupuestado.

Como recomendación plantearíamos una estrategia para llegar a generar más interés en adquirir el producto por parte del género masculino.

## Capítulo 5: Bibliografía y anexos

### 5.1: Bibliografía

- [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9505/1/2019\\_Rivas-Carmen.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9505/1/2019_Rivas-Carmen.pdf)
- <https://ciencia.lasalle.edu.co/>
- [https://xperta.legis.co/visor/regaduanera/regaduanera\\_9de57f6fedf9431fa5a14d2494d13828/regulacion-aduanera-colombiana/impuesto-al-consumo-de-licores%2c-vinos%2c-aperitivos-y-similares](https://xperta.legis.co/visor/regaduanera/regaduanera_9de57f6fedf9431fa5a14d2494d13828/regulacion-aduanera-colombiana/impuesto-al-consumo-de-licores%2c-vinos%2c-aperitivos-y-similares)

### 5.2 Anexos

#### Encuesta:

- <https://docs.google.com/forms/d/1m2fJYeo3QNMuXh1pNcUZDrX0T8BL6smeOvIMHsjr9-E/prefill>