

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA INSTALAR NUEVAS FÁBRICAS DE LICOR DESTILADO EN LA JURISDICCIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO

GMA Grupo de Macroeconomía Aplicada
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
Facultad de Ciencias Económicas
GOBIERNO DEL QUINDÍO

AGENDA

1. Palabras del señor Gobernador **Juan Miguel Galvis Bedoya**

2. Palabras del decano de la Facultad de Ciencias Económicas UdeA **Jair Alberto Osorio Agudelo**

3. Presentación del equipo que ejecutará el estudio a cargo del PhD. **Edwin Torres Gómez**
4. Objetivo del estudio
5. Panorama del monopolio de los licores según ley 1816
6. Fases del estudio
7. Comentarios finales.

OBJETIVO DEL ESTUDIO

Determinar el valor mínimo de los derechos de explotación en ejercicio del monopolio como arbitrio rentístico sobre la producción de licores destilados en el Departamento del Quindío.

PANORAMA DEL MONOPOLIO DE LOS LICORES SEGÚN LEY 1816

¿ Qué departamentos han decidido ejercer el monopolio de producción e introducción, y cuáles perciben rentas por impuesto al consumo de licores?

Fuente: FND Federación Nacional de Departamentos, expediente d-15.565 y d-15.586 ac, auto 19 de septiembre de 2024

MONOPOLIO DE INTRODUCCIÓN SOBRE LICORES DESTILADOS (artículos 9 al 12 Ley 1816 de 2016)

Los 24 departamentos que ejercen **MONOPOLIO DE INTRODUCCIÓN** pueden otorgar ***permisos de introducción*** con una vigencia de diez (10) años, prorrogables por un término igual, siempre que se verifique el cumplimiento de todos los requisitos definidos en la ley.



1	Amazonas
2	Antioquia
3	Atlántico
4	Bolívar
5	Boyacá
6	Caldas
7	Caquetá
8	Cauca
9	Cesar
10	Chocó
11	Córdoba
12	Cundinamarca
13	Huila
14	Magdalena
15	Meta
16	Nariño
17	Norte de Santander
18	Putumayo
19	Quindío
20	Risaralda
21	Santander
22	Tolima
23	Valle del Cauca
24	Vaupés

Fuente: FND Federación Nacional de Departamentos, expediente d-15.565 y d-15.586 ac, auto 19 de septiembre de 2024

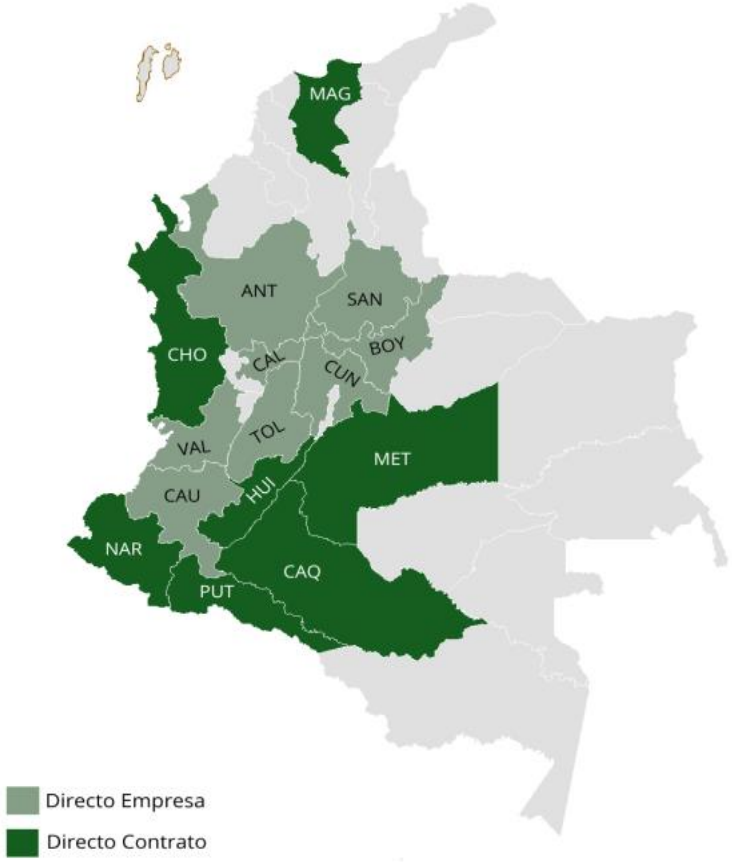
MONOPOLIO DE PRODUCCIÓN SOBRE LICORES DESTILADOS (artículos 7 y 8 Ley 1816 de 2016)

Los 15 departamentos que ejercer el **MONOPOLIO DE PRODUCCIÓN** de licores destilados (ostentan la propiedad industrial del licor).

De esos 15 departamentos:

8 departamentos lo ejercen de manera **DIRECTA** mediante **empresas donde tienen participación.**

7 departamentos lo ejercen de manera **DIRECTA** mediante **contratación con terceros.**



DIRECTO CON EMPRESAS	
1	Antioquia
2	Boyacá
3	Caldas
4	Cauca
5	Cundinamarca
6	Santander
7	Tolima
8	Valle del Cauca

DIRECTO CON CONTRATO TERCERO	
1	Caquetá
2	Chocó
3	Huila
4	Magdalena
5	Meta
6	Nariño
7	Putumayo

Fuente: FND Federación Nacional de Departamentos, expediente d-15.565 y d-15.586 ac, auto 19 de septiembre de 2024

MONOPOLIO DE PRODUCCIÓN DIRECTO LICORES DESTILADOS (mediante Empresas de Nivel Departamental – artículo 7 Ley 1816 de 2016)

8 departamentos ejercen monopolio de producción directo a través de empresas en las que la entidad territorial tiene participación y tienen la propiedad industrial sobre los licores.

1	Antioquia	1. Aguardiente Antioqueño todas sus presentaciones
		2. Ron Medellín Todas sus presentaciones
2	Boyacá	1. Aguardiente Líder
		2. Aguardiente Ónix Sello Negro
		3. Ron Marca Boyacá
3	Caldas	1. Aguardiente Amarillo De Manzanares
		2. Aguardiente Cristal
		3. Gin. Bosque De Indias
		4. L. Molendero De Caña Sin Azúcar
		5. Ron Viejo De Caldas en todas sus presentaciones
		6. Vodka Sabolinaya 40º
4	Cauca	Aguardiente marca Caucano
5	Cundinamarca	1. Aguardiente néctar
		2. Ron Santafe
		3. Aguardiente Néctar Azul
		4. Aguardiente sin azúcar Marca 180 grados
		5. Licor de aguardiente chorrito ardiente
		6. Ron 12 años "Santa fe nido de cóndores"
		7. Licor de ron Timonel
		8. Ron blanco Santafé
		9. Aguardiente Néctar Reposado.
		10. Aguardiente sin azúcar marca Tres Cimas
6	Santander	Empresa Santandereana de Licores creada en el 2024
7	Tolima	1. Aguardiente Tapa Roja en todas sus presentaciones
		2.Aguardlente Rosado
8	Valle del Cauca	1. Aguardiente Blanco del Valle
		2. Ron Marques del Valle

Fuente: FND Federación Nacional de Departamentos, expediente d-15.565 y d-15.586 ac, auto 19 de septiembre de 2024

MONOPOLIO DE PRODUCCIÓN DIRECTO LICORES DESTILADOS (mediante Contratos con terceros – artículo 7 Ley 1816 de 2016)

7 departamentos ejercen el **monopolio de producción mediante la contratación con terceros** (públicos o privados) para la producción y/o comercialización y distribución de los licores, cuya titularidad industrial ostenta el departamento.

No	Departamento	Marcas de Licores que producen (Propiedad industrial del Departamento)	Tipo de contrato
1	Caquetá	Aguardiente Extra del Caquetá	Convenio Interadministrativo con Industria Licorera de Caldas
2	Chocó	Aguardiente Platino en sus diferentes presentaciones.	Contrato Interadministrativo con Industria Licorera de Caldas
3	Huila	Aguardiente Marca Doble Anís	Contrato de Concesión con la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE
4	Magdalena**	Ron Caña	Contrato de Concesión con privado
5	Meta	Aguardiente Llanero en todas sus presentaciones	Contrato Interadministrativo con la Empresa de Licores de Cundinamarca
6	Nariño	1. Aguardiente Nariño en todas sus presentaciones	Contrato de Maquila con la Industria Licorera de Caldas
		2. Aguardiente Galeras.	
7	Putumayo	Aguardiente del Putumayo	Contrato de Concesión con la Industria Licorera de Caldas

** El Contrato de Concesión tuvo vigencia hasta el año 2023.

Fuente: FND Federación Nacional de Departamentos, expediente d-15.565 y d-15.586 ac, auto 19 de septiembre de 2024

FASES DEL PROCESO



Preparación

Corresponde a la planificación del plan de trabajo y el cronograma

Diciembre 23 a Enero 9

Estadístico

Estructuración del componente estadístico

Levantar información a personas, comercializadoras y distribuidores desde distintos instrumentos (encuestas, entrevistas semiestructuradas).

Enero 9 a Febrero 15

Mercado

Permitirá entender el entorno en el que se lanzará un producto para tomar decisiones estratégicas informadas con relación al comportamiento de las bebidas.

A partir del contexto del mercado, el análisis del consumidor y el producto.

Enero 15 a Febrero 28

Financiero

Estudio económico que implica analizar diversos aspectos que afectan a dicho producto desde su fabricación hasta su venta final, y que proporcionen el costo mínimo de producción.

Febrero 1 a Marzo 30

FASES DEL PROCESO

5 6 7 8

Micro y macro localización

Determina las distintas alternativas de ubicación que podrían tener las fábricas productoras de licores destilados en el Departamento del Quindío y la cantidad de cupos que posiblemente podría ofertar el departamento.

Febrero 1 a Marzo 15

Ambiental

Se realiza análisis del impacto ambiental que se podría generar en el Departamento del Quindío, como consecuencia de la fabricación de licores destilados que se lleguen a realizar por las empresas que sean seleccionadas en el proceso licitatorio.

Febrero 1 a Marzo 30

Jurídico

Se realiza el análisis jurídico y se diseña el normograma, basado en la normatividad vigente en materia de Monopolio Rentístico de Licores Destilados, así la regulación y aplicación para el ejercicio de la producción de Licores Destilados en la jurisdicción del Departamento del Quindío.

Enero 15 a Marzo 30

Valor mínimo de explotación

Estudio técnico que deberá presentarse simultáneamente con el Proyecto de Ordenanza para definir el valor mínimo de los derechos de explotación para la producción de licores.

Enero 15 a Agosto 15

FASES DEL PROCESO

9

Socialización

Explicación del estudio técnico consolidado ante la Asamblea Departamental, durante los debates del proyecto de ordenanza de la determinación del valor mínimo de los derechos de explotación.

Agosto 15 a Octubre 15

10

Asesoría en licitación

Estudio técnico que deberá presentarse simultáneamente con el Proyecto de Ordenanza para definir el valor mínimo de los derechos de explotación para la producción de licores.

Octubre 15 a Diciembre 22

2025

COMPONENTE ESTADÍSTICO

FASE 2
GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA INSTALAR NUEVAS FÁBRICAS DE LICOR DESTILADO EN LA JURISDICCIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO | UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Tabla de contenido

1. Introducción 2
2. Población y muestra 2
2.1 Diseño muestral 4
2.2 Tamaño de muestra 5
3. Criterios de inclusión y de exclusión 5
4. Variables a medir 5
5. Delimitación temporal y espacial 6
5.1 Metodología de recolección de datos 7
6. Análisis estadístico 7
6.1 Análisis Descriptivo 7
6.2 Análisis Inferencial 8
7. Interpretación y presentación de resultados 8
7.1 Descripción de la población encuestada 8
7.2 Hábitos de consumo de licor 12
7.3 Factores de decisión de compra 22
7.4 Expectativas 22
8. Consideraciones de confiabilidad y validez 27
9. Limitaciones del estudio 28
10. Conclusiones y recomendaciones 28

COMPONENTE ESTADÍSTICO

1. Introducción

El mercado de licores en el Departamento del Quindío, Colombia, representa un sector clave dentro de la economía local, con un alto potencial de crecimiento y diversificación. Este estudio tiene como objetivo principal analizar los hábitos, preferencias y expectativas de consumo de licor en la población adulta del departamento, mediante una encuesta aplicada a 450 individuos de distintas zonas urbanas. La investigación busca proporcionar información detallada que permita estimar el tamaño del mercado de licores y entender mejor los factores que inciden en las decisiones de compra de los consumidores.

La muestra seleccionada está compuesta por personas mayores de 18 años residentes en los municipios de Armenia, Calarcá, Montenegro, Quimbaya, La Tebaida y Circasia, abarcando una diversidad de perfiles socioeconómicos, educativos y demográficos. A través de este enfoque, se pretende obtener una visión representativa de los consumidores en el Quindío y generar estrategias que puedan ser aplicadas tanto por empresas locales como por nuevos emprendedores en el sector.

Los resultados de este estudio servirán como insumo clave para desarrollar estrategias de marketing, optimizar la distribución de productos, y adaptar las ofertas a los distintos segmentos del mercado, con el fin de aumentar la competitividad del sector licorero en la región.

2. Población y muestra

En estadística, la población se define como el conjunto total de elementos o individuos que comparten una característica en común y sobre los cuales se desea realizar un estudio. Puede ser finita (cuando el número de elementos es limitado y conocido) o infinita (cuando el número de elementos es teóricamente ilimitado). En investigaciones cuantitativas, la población es la base sobre la cual se extrae una muestra representativa para realizar inferencias estadísticas.

Para este estudio, la población de interés está conformada por todos los residentes del Departamento del Quindío que tienen 18 años o más que residen en la zona urbana, dado que el consumo de licores está legalmente restringido a personas mayores de edad.

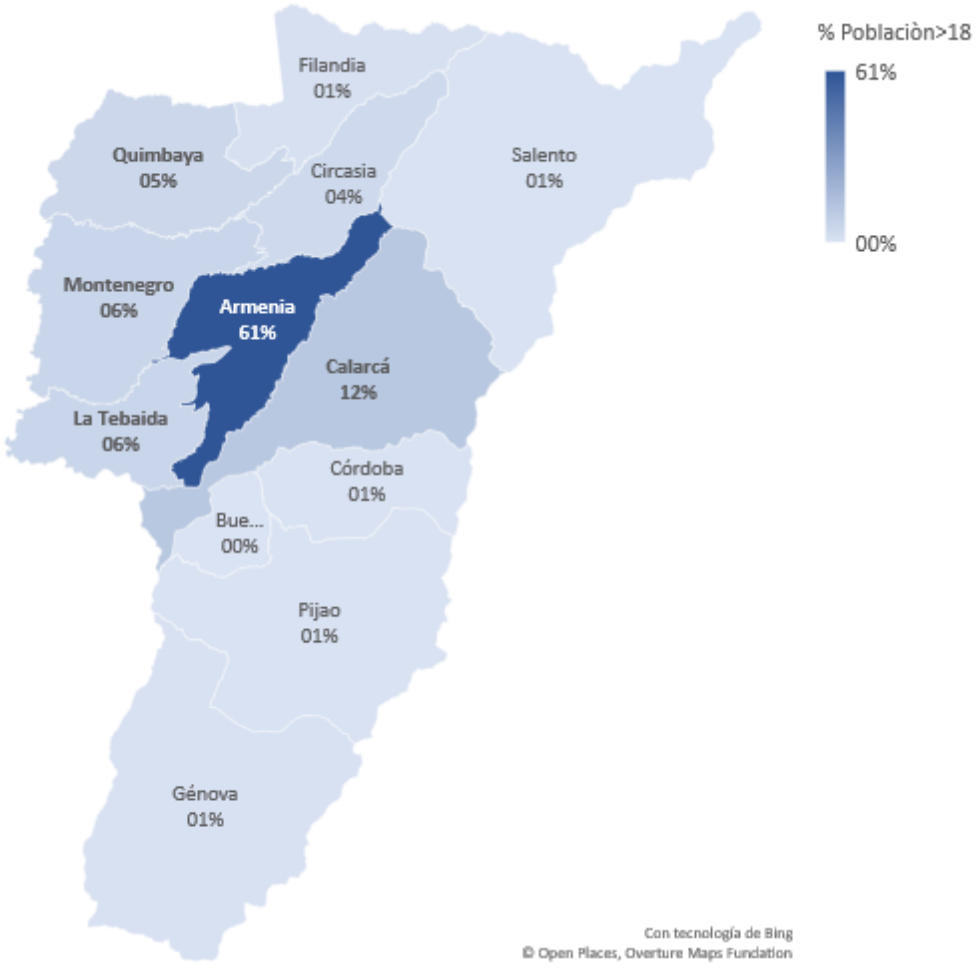
De acuerdo con las proyecciones del Censo Nacional de Población y Vivienda 2018 del DANE, el número total de habitantes del Quindío es aproximadamente 568.560 personas. Esta población incluye residentes de los 12 municipios del departamento, con diferencias en su distribución demográfica según factores como urbanización y densidad de población. De estas, el 87.8% residen en las cabeceras municipales, es decir, 499.565. Sin embargo, al aplicar el criterio de inclusión por edad (mayores de 18 años), la población efectiva para el estudio se reduce. Según los datos de proyección poblacional, aproximadamente el 80% de la población del Quindío es mayor de edad, lo que nos lleva a un estimado de alrededor de 395.237 personas como universo del estudio.

Tabla 1 Distribución poblacional del Universo de estudio 2025

Municipio	Total	Urbana	Población Urbana >18
Armenia	310.817	302.952	241.882
Buenavista	3.257	1.281	1.009
Calarcá	76.735	59.910	47.372
Circasia	29.789	22.496	17.632
Córdoba	5.954	3.599	2.689
Filandia	12.729	7.187	5.736
Génova	7.809	4.495	3.589
La Tebaida	35.343	32.009	24.279
Montenegro	38.619	31.940	24.537
Pijao	5.487	3.168	2.472
Quimbaya	32.175	26.353	20.726
Salento	9.846	4.175	3.314
Total	**568.560**	**499.565**	**395.237**

Fuente: CNPV – DANE (2025)

Mapa 1 Distribución poblacional de población residente mayor de 18 años en cabeceras municipales



Fuente: Elaboración propia con datos de CNPV-DANE (2025)

2.1 Diseño muestral

Una muestra es un subconjunto representativo de la población total que se selecciona para realizar un estudio. Se utiliza cuando analizar toda la población no es viable por razones de costo, tiempo o logística. El propósito de una muestra es obtener información confiable sobre la población con un margen de error aceptable. Para que una muestra sea válida, debe ser representativa y seleccionada de acuerdo con un diseño muestral adecuado.

El siguiente tamaño de muestra se obtiene con representatividad para el Departamento del Quindío para individuos mayores de 18 años. La información es obtenida a partir de los datos que suministra las proyecciones del Censo Nacional de Población y Vivienda del DANE 2025 que da información sobre viviendas-hogares-personas en el territorio nacional.

Para el ámbito territorial objetivo se establecerá el número de encuestas óptimo para una muestra representativa con un intervalo de confianza del 95% y un margen de error de 5%. El cálculo de la muestra representativa seguirá el siguiente procedimiento. Se halla, en primera instancia el tamaño de muestra para la población infinita.

$$n = \frac{Z_\alpha^2 * p * q}{d^2}$$

Y se sustituye en la siguiente fórmula para población infinita población finita:

$$n' = \frac{n}{1 + \frac{Z_\alpha^2 * p * q}{d^2 * N}}$$

Donde N es el universo, Z_α^2 es el valor crítico de una distribución normal de probabilidades (1.96 equivalente al 95% de confianza estadística), p es la proporción de individuos que cumplen una característica (para el caso, dado que se desconoce el valor de p para las variables en estudio, se tomó el valor de 0.5 que asegura una máxima varianza), q es (1-p) y d es el error absoluto que se acepta cometer en el muestreo, de 5%, con el fin de aumentar la precisión de la estimación.

El muestreo es probabilístico, estratificado y en dos etapas. El Muestreo Aleatorio Simple indica el número de individuos a encuestar estratificados por ubicación geográfica. La segunda etapa, la selección de municipios se realizará bajo inclusión forzosa de la capital y selección de municipios por un diseño proporcional al tamaño (PiPt).

De manera que el estudio tendrá un sesgo intencional hacia individuos ubicados en zonas urbanas con alta concurrencia y especial consumo de licores, por ello la estratificación por ubicación geográfica permite capturar con mayor precisión la población objetivo.

Este diseño muestral garantiza que la muestra esté compuesta mayoritariamente por consumidores reales de licores. Se obtiene información más relevante para el mercado objetivo (no se incluyen personas que no consumen licores). Se optimiza la eficiencia del estudio al aplicar encuestas en los lugares donde se concentra el público de interés. Adicionalmente, mejora la representatividad y permite generalizar resultados, así mismo la selección de municipios asegura que la distribución territorial de la muestra refleje la realidad poblacional y de mercado, evitando que municipios más pequeños distorsionen los datos.

2.2 Tamaño de muestra

Aplicando el procedimiento descrito se obtiene un **tamaño de muestra de 384** individuos mayores de 18 residentes en zona urbana del departamento del Quindío. La distribución del tamaño de muestra se hace proporcional al número de habitantes de los municipios de mayor tamaño como sigue.

Tabla 2 Distribución municipal del tamaño de muestra

Municipio	Población Urbana >18	Peso	Tamaño de muestra
Armenia	241882	64%	247
Calarcá	47372	13%	48
Circasia	17632	5%	18
La Tebaida	24279	6%	25
Montenegro	24537	7%	25
Quimbaya	20726	6%	21
Total	**376428**	**100%**	**384**

Fuente: cálculos propios

3. Criterios de inclusión y de exclusión

Criterios de inclusión

- (Residencia) Individuos residentes en el Departamento del Quindío
- (Ubicación) Individuos residentes en cabecera municipal
- (Edad) Individuos mayores de 18 años
- (Disposición a participar) Personas que voluntariamente acepten responder la encuesta

Criterios de exclusión

- (Edad) Menores de edad
- (Ubicación) Residentes en zonas rurales o zonas de baja concurrencia
- (Residencia) Turistas o visitantes temporales, residentes de municipios de menor tamaño poblacional
- (Duplicidad) Personas que ya hayan respondido la encuesta

Estos criterios permiten priorizar el público objetivo, evita sesgos de por respuestas irrelevantes.

4. Variables a medir

Las variables seleccionadas permitirán obtener información clave sobre el perfil del consumidor, sus hábitos, preferencias y factores que influyen en la compra de licores en el Quindío. Este enfoque garantizará que los datos obtenidos sean accionables para diseñar estrategias comerciales, ajustar la oferta de productos y fortalecer la activación del mercado del licor en el Departamento.

Tabla 3 Variables de estudio

Tema	Variable
Perfil del consumidor	Edad
	Sexo
	Ciudad
	Nivel educativo
	Personas en el hogar
	Estrato socioeconómico
	Ciudad de nacimiento
	Tiempo de residencia en Quindío
	Ocupación
	Actividad económica
	Ingresos
Hábitos de consumo de licores	Frecuencia
	Contextos
	Horarios
	Lugares de compra
	Presupuesto destinado a licores
Preferencias de producto	Tipos de licores
	Sabores
	Presentaciones
	Marcas
	Tamaño
	Precios
Factores de decisión de compra	Precios, calidad, marca, origen
	Publicidad, promociones, descuento, degustaciones
	Ecológicos, Sostenibilidad, medio ambiente, gourmet, orgánico
	Identidad regional
Percepción de productos locales	Reconocimiento de productos
	Consumo de licor local
	Reconocimiento de licor local
	Percepción sobre licores locales
	Interés en productos autóctonos o de identidad cultural
Innovación y expectativas	Aceptación de nuevos sabores
	Interés en formatos y presentaciones nuevas

Fuente: elaboración propia

5. Delimitación temporal y espacial

El estudio se llevará a cabo en un período estimado de **8 semanas** (2 semanas de planeación, 3 semanas de recolección y 2 semanas para análisis de datos). La recolección de encuestas se realizará especialmente en fines de semana y horarios de alta concurrencia (tardes y noches), ya que en estos momentos es más probable encontrar a los consumidores objetivo en los puntos estratégicos de muestreo.

Las encuestas se aplicarán en el Departamento del Quindío en los municipios de Armenia, Calarcá, Montenegro, Quimbaya, La Tebaida y Circasia a 384 individuos mayores de 18 años seleccionados aleatoriamente según los estratos de ubicación por zonas de concurrencia.

5.1 Metodología de recolección de datos

El estudio se llevará a cabo mediante encuestas presenciales, aplicadas por un equipo de encuestadores en zonas urbanas de alta concurrencia y consumo de licores en el Departamento del Quindío. La metodología busca garantizar representatividad, calidad en las respuestas y eficiencia en la recolección de datos.

Las encuestas serán realizadas cara a cara, con un cuestionario estructurado aplicado en formato digital mediante tabletas o dispositivos móviles, según disponibilidad. Se estima que la duración de cada encuesta será de 10 a 15 minutos, con el fin de mantener la fluidez en la recolección de datos y la disposición de los participantes.

Las encuestas se aplicarán en los municipios priorizados en puntos estratégicos donde se concentran consumidores activos de licores. Se incluyen:

- Bares y restaurantes
- Centros comerciales y plazas públicas
- Ferias y eventos locales
- Supermercados y licorerías especializadas

Se contará con un equipo de 3 a 5 encuestadores, capacitados en técnicas de abordaje, correcta aplicación del cuestionario, manejo de objeciones y registro preciso de datos. Se establecerán franjas horarias estratégicas, asegurando una distribución homogénea de las encuestas y garantizando cobertura en diferentes momentos del día.

La aplicación presencial permite obtener respuestas más precisas, evitando sesgos derivados de la falta de comprensión de las preguntas. Además, se logra una mayor tasa de respuesta en comparación con encuestas virtuales, asegurando datos representativos de los consumidores de licores en el Quindío.

6. Análisis estadístico

Una vez finalizada la recolección de datos, se procederá a su procesamiento y análisis mediante técnicas estadísticas que permitirán extraer conclusiones relevantes sobre los hábitos, preferencias y expectativas de los consumidores de licores en el Departamento de Quindío. Este análisis se desarrollará en dos niveles principales: análisis descriptivo y análisis inferencial.

6.1 Análisis Descriptivo

El primer nivel de análisis estará enfocado en la caracterización de la muestra y la exploración de tendencias generales dentro de los datos. Para ello, se aplicarán técnicas como:

Medidas de tendencia central: Cálculo de la media, mediana y moda para identificar valores representativos en variables clave como frecuencia de consumo, preferencias de sabor o factores de decisión de compra, entre otras. Así mismo, estas medidas podrán ayudar a perfilar las características socioeconómicas y demográficas de los entrevistados.

Medidas de dispersión: Uso de desviación estándar, varianza y rango intercuartílico para evaluar la variabilidad de los datos y detectar patrones de comportamiento heterogéneos.

Tablas de frecuencia y gráficos: Representación visual de los datos mediante histogramas, diagramas de barras y gráficos de torta para ilustrar la distribución de respuestas en diferentes categorías de análisis.

6.2 Análisis Inferencial

Para profundizar en las relaciones entre variables y validar hipótesis sobre los patrones de consumo de licores en la región, se emplearán técnicas inferenciales.

7. Interpretación y presentación de resultados

7.1 Descripción de la población encuestada

La encuesta se distribuyó entre diversos puntos de contacto dentro del departamento del Quindío, con un énfasis notable en lugares públicos y comerciales informales. El 24.67% de los encuestados provino de plazas públicas, un espacio con alta afluencia de personas. A continuación, las licorerías o estanquillos fueron el segundo lugar con más representación (20.22%), lo que muestra que los consumidores se acercan a puntos de venta accesibles.

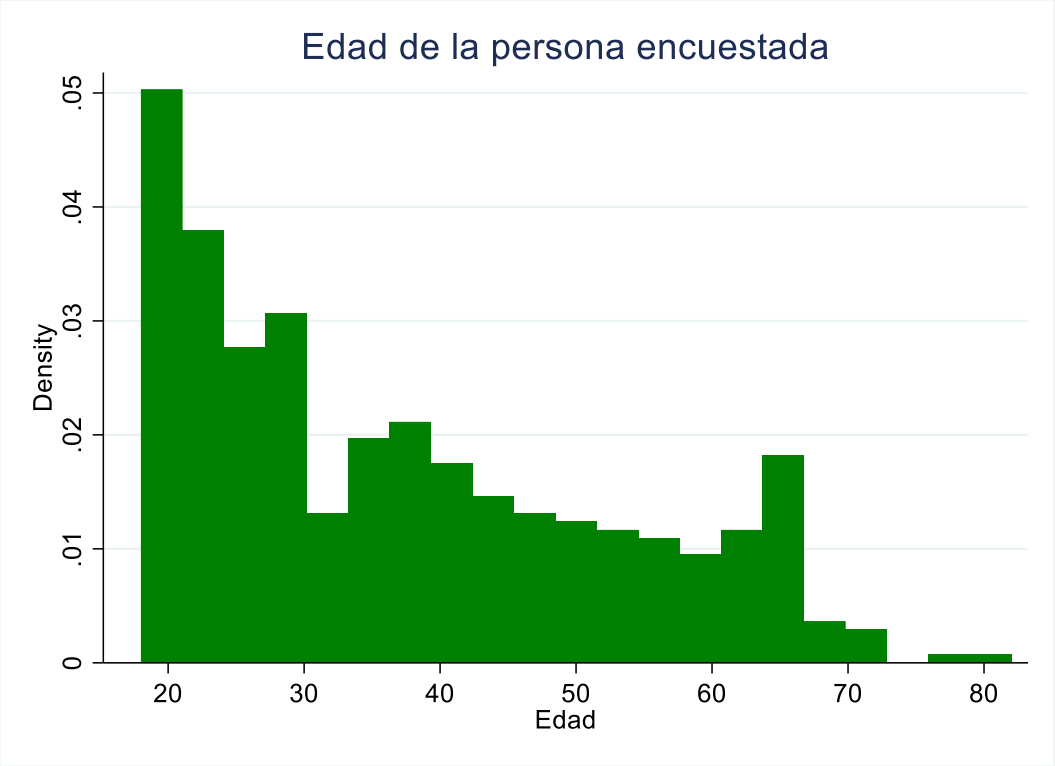
Adicionalmente, una parte importante de la muestra se recolecta en sitios diversos para asegurar representatividad y público diverso como los de universidades, centros comerciales, establecimientos industriales y comerciales, entre otros.

Lugar en que se realiza la encuesta	Cantidad	Porcentaje
Centro comercial	20	4.44%
Establecimiento industrial o comercial	40	8.89%
Licorera - Estanquillo	91	20.22%
Plaza Pública	111	24.67%
Restaurantes y Bares	55	12.22%
Supermercado, minimercado o tienda	60	13.33%
Otros: universidades, terminales y vivienda	73	16.22%
Total	**450**	**100.00%**

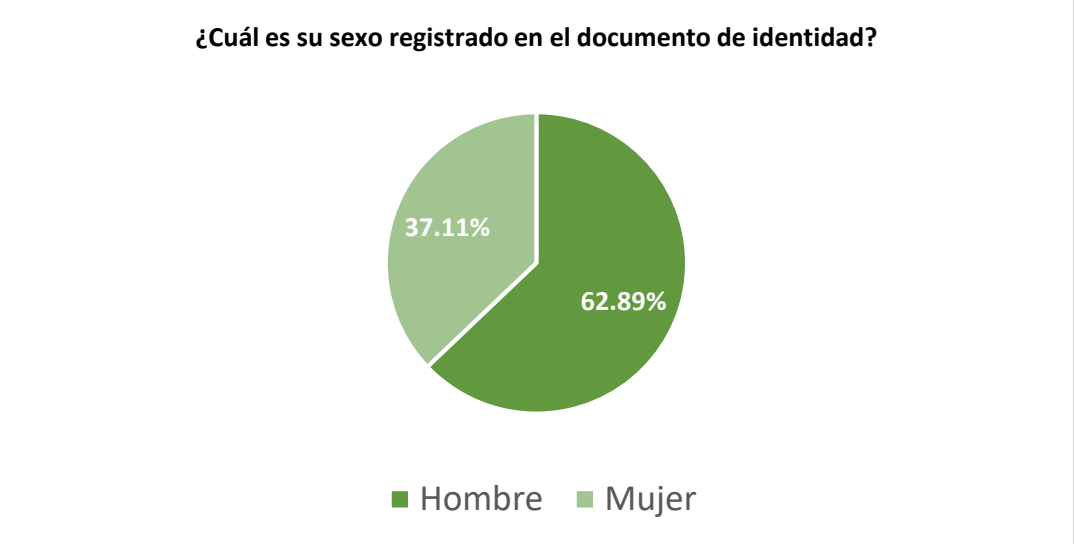
El promedio de edad de los encuestados es de 37.25 años, con una desviación estándar de 15.15, lo que implica una muestra con un rango de edades bastante amplio, desde los 18 hasta los 82 años. Este rango es significativo para entender el perfil diverso de consumidores en el mercado de licores. El dato refleja que el mercado de licores incluye tanto a jóvenes adultos como a personas de mayor edad.

Variable	Observaciones	Promedio	Std. Dev.	Min	Max
Edad	450	37.25	15.15	18	82

A continuación, se muestra también la distribución por edades de la población encuestada considerando que hay una parte importante de estos entre los 18 y los 40 años, logrando obtener información relevante que no solo da luces sobre la demanda presente por licores, sino también sobre el futuro cercano del mercado.



Adicionalmente, la mayoría de la población encuestada corresponde a hombres con un 62.89%, y un 37.11% de encuestados del género femenino.



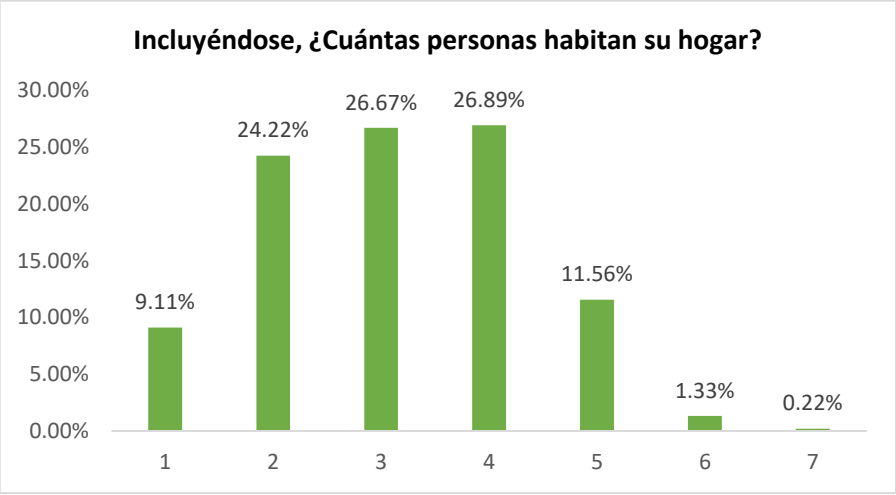
En cuanto a la cantidad de encuestas por municipios la siguiente tabla permite observar que se cumple con la muestra propuesta en este documento y se realizan algunas encuestas adicionales en la mayoría de los municipios para asegurar mayor representatividad en los datos recolectados a nivel municipal.

Municipio	Cantidad	Porcentaje
Armenia	278	61.8%
Calarcá	65	14.4%
Circasia	18	4.0%
La Tebaida	29	6.4%
Montenegro	28	6.2%
Quimbaya	32	7.1%
Total	**450**	**100.0%**

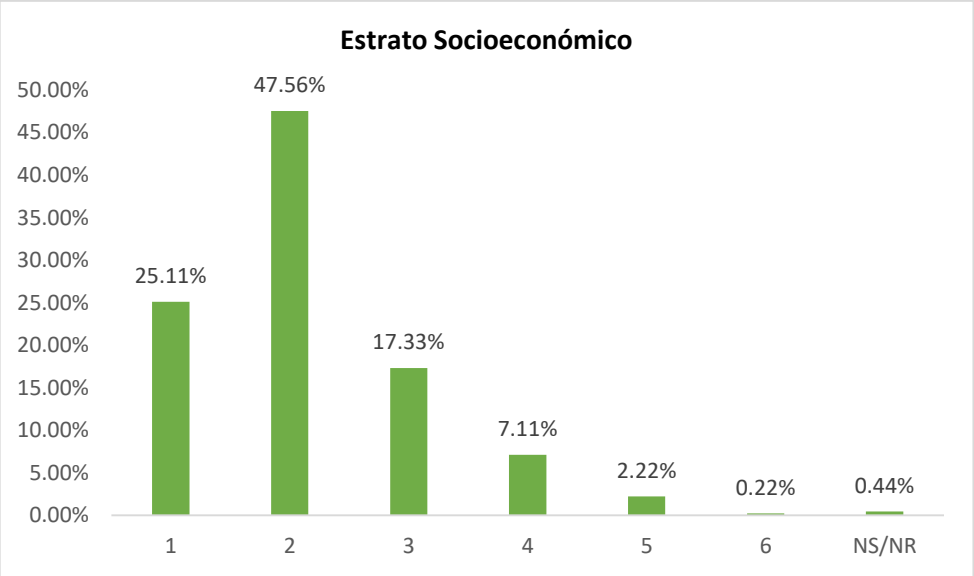
Además de lo anterior, es importante mencionar también que en la muestra recolectada se incluyen personas con niveles educativos diversos que van desde no tener ningún nivel educativo aprobado hasta tener posgrados como se muestra en la siguiente tabla.

¿Cuál es su nivel educativo más alto alcanzado?	Cantidad	Porcentaje
Ninguno	15	3.3%
Primaria	30	6.7%
Secundaria (9)	25	5.6%
Bachiller (11)	195	43.3%
Técnico	89	19.8%
Tecnólogo	33	7.3%
Universitario	57	12.7%
Posgrado	6	1.3%
Total	**450**	**100.0%**

En términos de las composiciones del hogar de la persona encuestada la siguiente tabla presenta los resultados para esta pregunta indicando que se tratan de hogares predominantemente entre 2 y 4 personas. Sin embargo, también se tiene un porcentaje relevante de personas con hogares unipersonales y con 5 o más miembros permitiendo recoger también información de hogares heterogéneos.



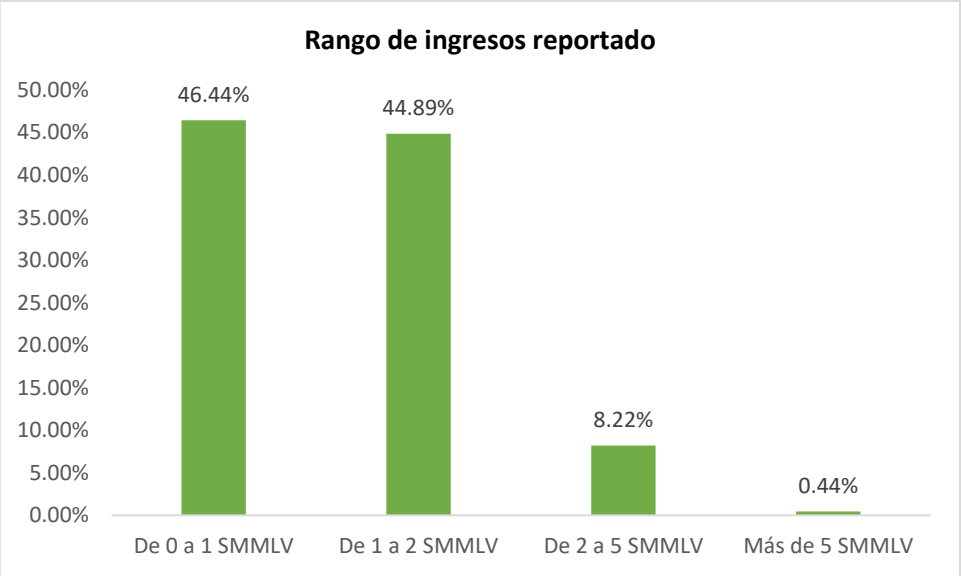
De igual modo, la información recolectada refleja relativamente bien la composición de los hogares del departamento del Quindío por estratos socioeconómicos como se muestra a continuación.



En lo relativo a la ocupación principal se encuentra que la mayor parte de la población encuestada se encuentra realizando algún tipo de actividad económica como lo son los empleados de gobierno, empleados particulares, amo (a) de casa o trabajadores por cuenta propia, pero también se recolecta información de personas por fuera de la fuerza laboral como los pensionados y los estudiantes que permita reflejar además las distintas categorías de ocupación medidas por el DANE.

¿Cuál es su ocupación principal?	Cantidad	Porcentaje
Amo (a) de casa	21	4.67%
Desempleado	16	3.56%
Empleado de Gobierno	15	3.33%
Empleado de una empresa privada	156	34.67%
Estudiante	66	14.67%
Pensionado	41	9.11%
Trabajador por cuenta propia	135	30.00%
Total	**450**	**100.00%**

Finalmente, en pro de entender también la capacidad de gasto de las personas encuestadas se indaga sobre el rango de ingresos reportados por ellos mismos. La mayoría reporta ingresos de hasta 1 SMMLV (46.44%), seguido por ingresos entre 2 y 4 SMMLV (44.89%) y menos de un 9% reporta ingresos superiores a 2 SMMLV.



7.2 Hábitos de consumo de licor

En términos de los hábitos de consumo uno de los primeros aspectos a analizar corresponde a la frecuencia con la que se consume licor en el departamento del Quindío.

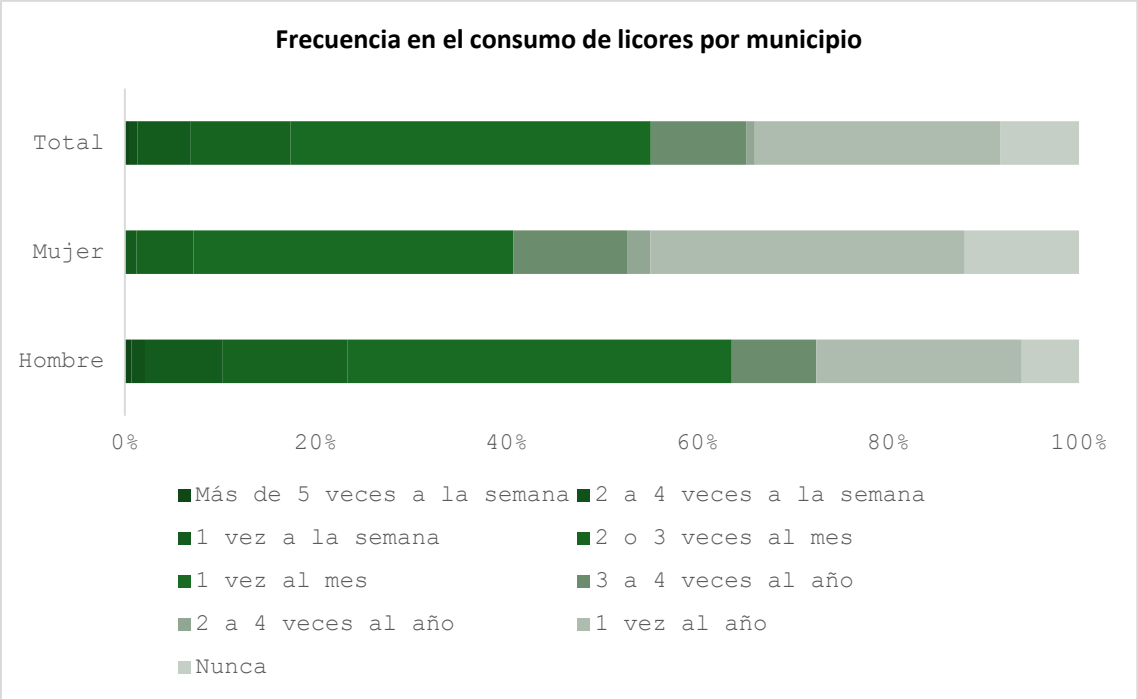
Al observar los resultados consolidados se puede indicar que la mayoría de los encuestados parece consumir licor de 1 a 3 veces al mes (42.2%), un 10.9% consume al menos dos veces en el año, y un 25.8% consume tan solo una vez al año. Adicionalmente, un 8.2% reporta que nunca consumen licor.

Además de lo anterior, es importante mencionar que se observan diferencias estadísticamente significativas en las frecuencias de consumo para hombres y mujeres, indicando que los hombres suelen consumir con mayor frecuencia licor que las mujeres del departamento.

Frecuencia de consumo de licores	Hombre	Mujer	Total
Más de 5 veces a la semana	0.7%	0.0%	0.4%
2 a 4 veces a la semana	1.4%	0.0%	0.9%
1 vez a la semana	8.1%	1.2%	5.6%
2 o 3 veces al mes	13.1%	6.0%	10.4%
1 vez al mes	40.3%	33.5%	37.8%
3 a 4 veces al año	8.8%	12.0%	10.0%
2 a 4 veces al año	0.0%	2.4%	0.9%
1 vez al año	21.6%	32.9%	25.8%
Nunca	6.0%	12.0%	8.2%
Total	**100.0%**	**100.0%**	**100.0%**

Pearson chi2(8) = 36.5763 Pr = 0.000

El siguiente gráfico complementa y ayuda a entender el comportamiento del consumo de licores por frecuencias, indicando que los verdes más oscuros representan una mayor frecuencia de consumo, mientras que los verdes más claros indican menor frecuencia de consumo o consumo nulo. De modo que se puede observar de manera clara un mayor consumo por parte de los hombres en el departamento.

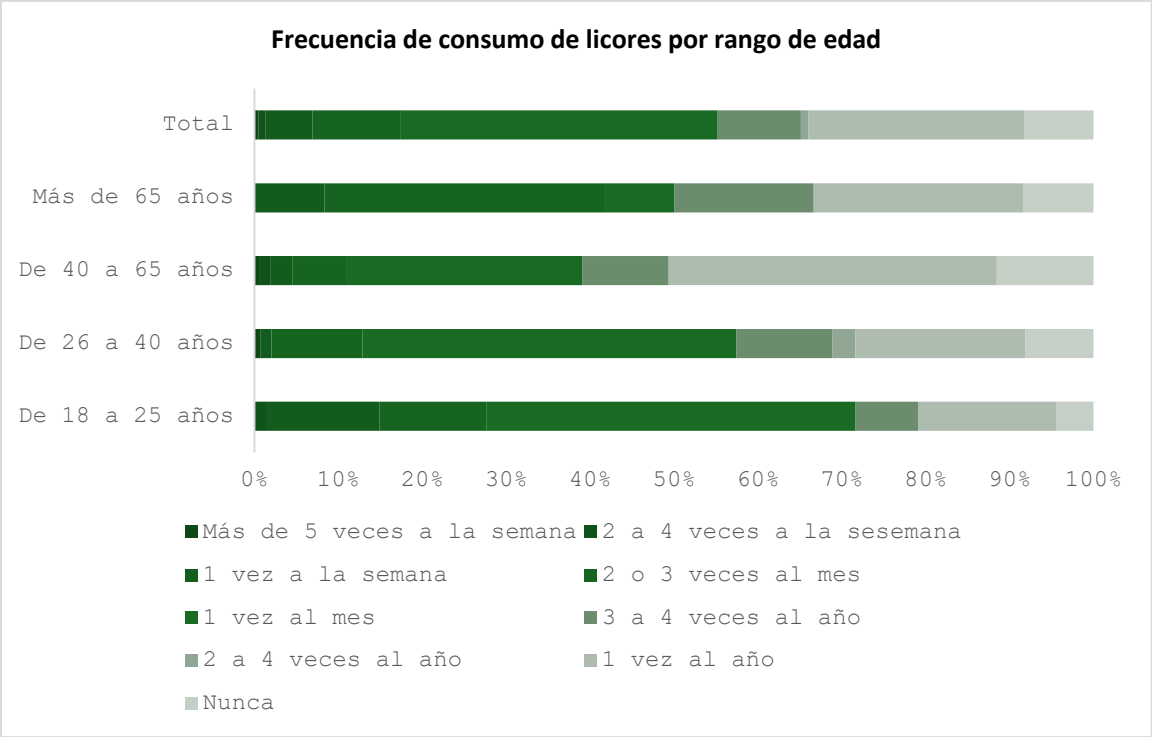


De manera similar, se observan diferencias estadísticamente significativas en cuanto a frecuencias de consumo por rangos etarios, donde el grupo de mayor consumo se concentra en los jóvenes entre 18 y 25 años.

Frecuencia de consumo de licores	De 18 a 25 años	De 26 a 40 años	De 40 a 65 años	Más de 65 años	Total
Más de 5 veces a la semana	0.0%	0.7%	0.6%	0.0%	0.4%
2 a 4 veces a la semana	1.5%	0.0%	1.3%	0.0%	0.9%
1 vez a la semana	13.4%	1.4%	2.6%	8.3%	5.6%
2 o 3 veces al mes	12.7%	10.8%	6.4%	33.3%	10.4%
1 vez al mes	44.0%	44.6%	28.2%	8.3%	37.8%
3 a 4 veces al año	7.5%	11.5%	10.3%	16.7%	10.0%
2 a 4 veces al año	0.0%	2.7%	0.0%	0.0%	0.9%
1 vez al año	16.4%	20.3%	39.1%	25.0%	25.8%
Nunca	4.5%	8.1%	11.5%	8.3%	8.2%

Pearson chi2(24) = 75.7324 Pr = 0.000

El siguiente gráfico complemente adicionalmente la tabla anterior y se puede observar que las personas que consumen licor con mayor frecuencia son los jóvenes entre 18 y 25 años, seguidos por la población mayor de 65 años que tiene un comportamiento muy similar al del promedio departamental y a partir de los 25 años la frecuencia de consumo de licor disminuye hasta los 65 años.

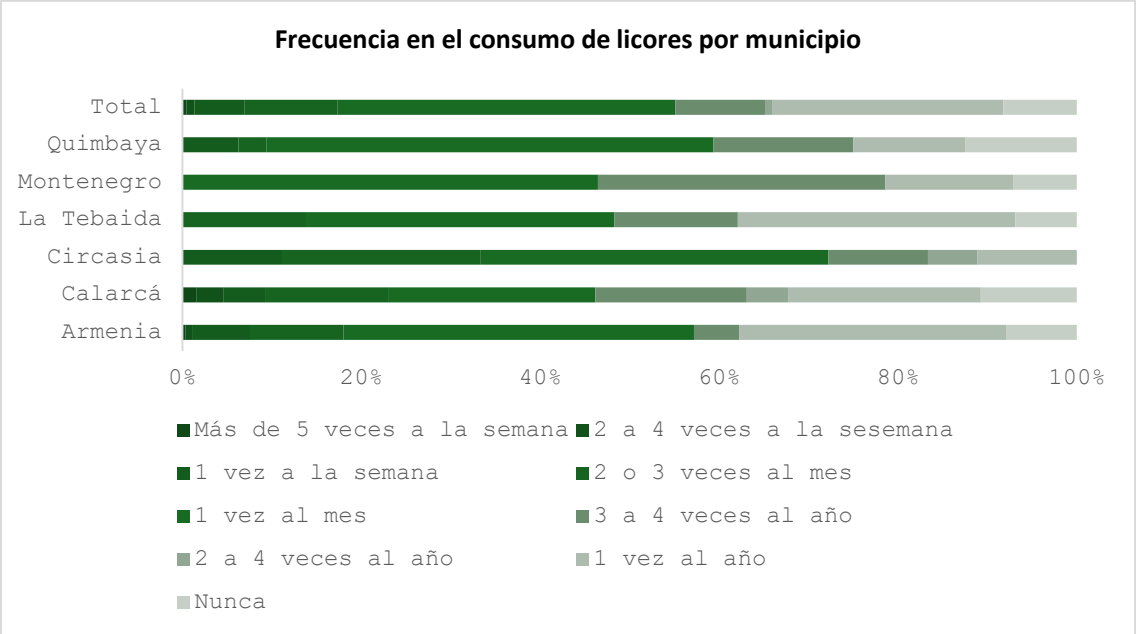


A nivel de los municipios tenidos en cuenta en la muestra también se puede observar que el comportamiento de esta variable de frecuencias de consumo es heterogéneo y se presentan diferencias estadísticamente significativas entre ellos.

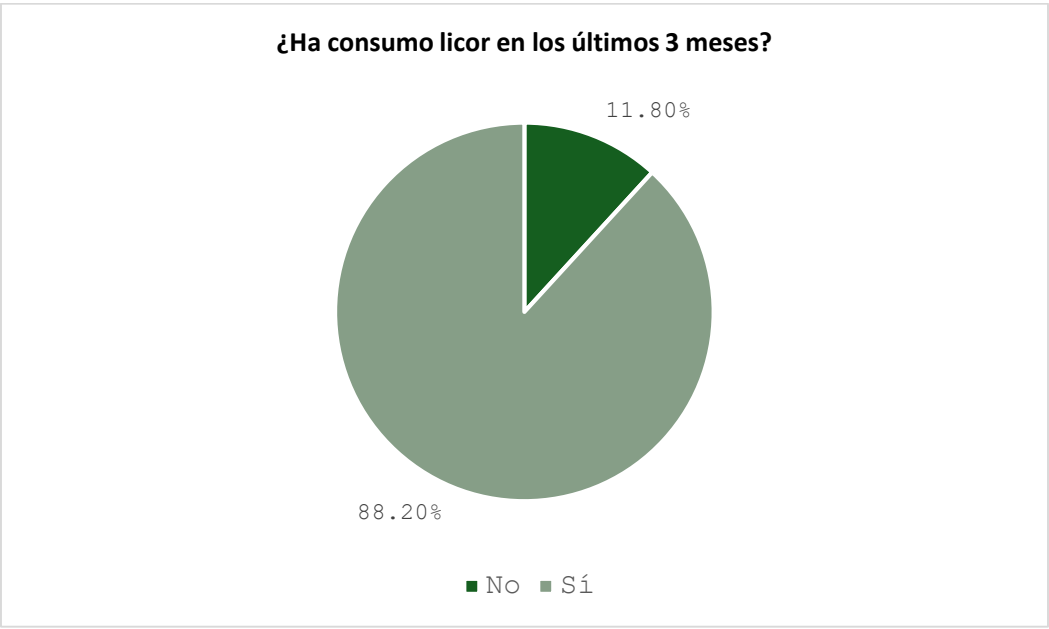
Frecuencia de consumo de licores	Armenia	Calarcá	Circasia	La Tebaida	Montenegro	Quimbaya	Total
Más de 5 veces a la semana	0.36%	1.54%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.44%
2 a 4 veces a la semana	0.72%	3.08%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.89%
1 vez a la semana	6.47%	4.62%	11.11%	0.00%	0.00%	6.25%	5.56%
2 o 3 veces al mes	10.43%	13.85%	22.22%	13.79%	0.00%	3.13%	10.44%
1 vez al mes	39.21%	23.08%	38.89%	34.48%	46.43%	50.00%	37.78%
3 a 4 veces al año	5.04%	16.92%	11.11%	13.79%	32.14%	15.63%	10.00%
2 a 4 veces al año	0.00%	4.62%	5.56%	0.00%	0.00%	0.00%	0.89%
1 vez al año	29.86%	21.54%	11.11%	31.03%	14.29%	12.50%	25.78%
Nunca	7.91%	10.77%	0.00%	6.90%	7.14%	12.50%	8.22%
Total	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Pearson chi2(40) = 78.7948 Pr = 0.000

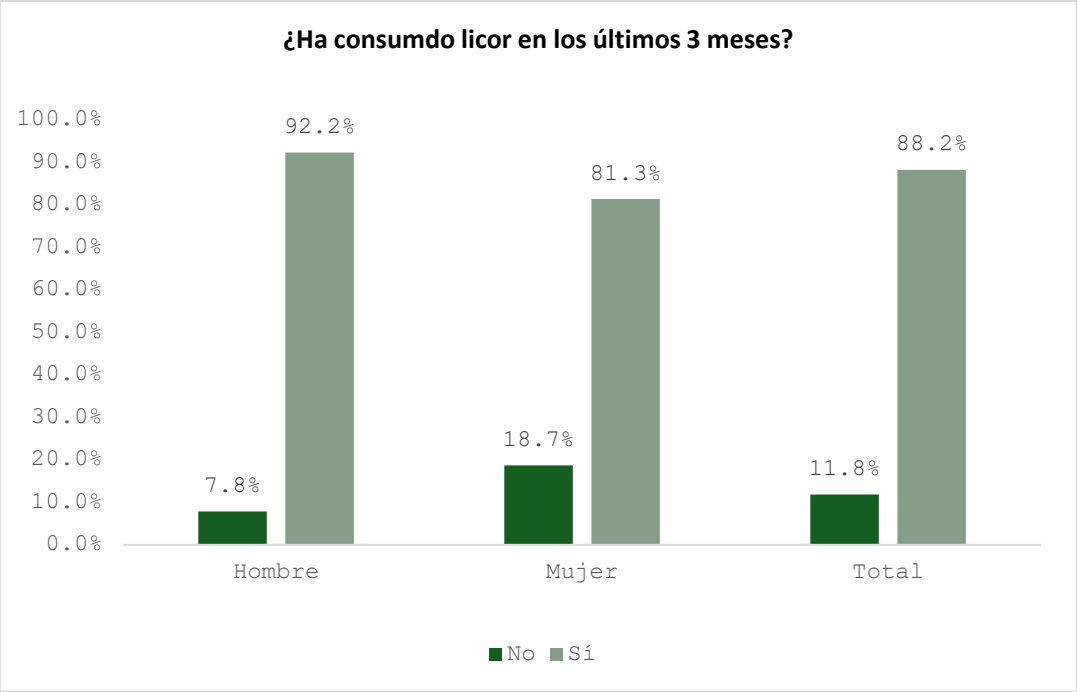
De una manera más didáctica la siguiente gráfica permite observar que los municipios en los que se consumen licores con mayores frecuencias son Circasia, Montenegro y Quimbaya, mientras que la población de La Tebaida es la que presenta menores frecuencias de consumo de licores. No obstante, de manera paradójica, en Quimbaya también se presenta el mayor porcentaje de personas que nunca consumen licor.



Las estadísticas anteriores alrededor de frecuencias de consumo se complementan con el hecho de haber consumido o no licor al menos una vez en los últimos 3 meses. De acuerdo con las respuestas de la población encuestada un 88.2% manifestó haber consumido en este periodo de tiempo algún licor, mientras que un 11.8% indica no haberlo hecho. Esto sin duda presenta datos interesantes alrededor del potencial tamaño del mercado en el departamento.

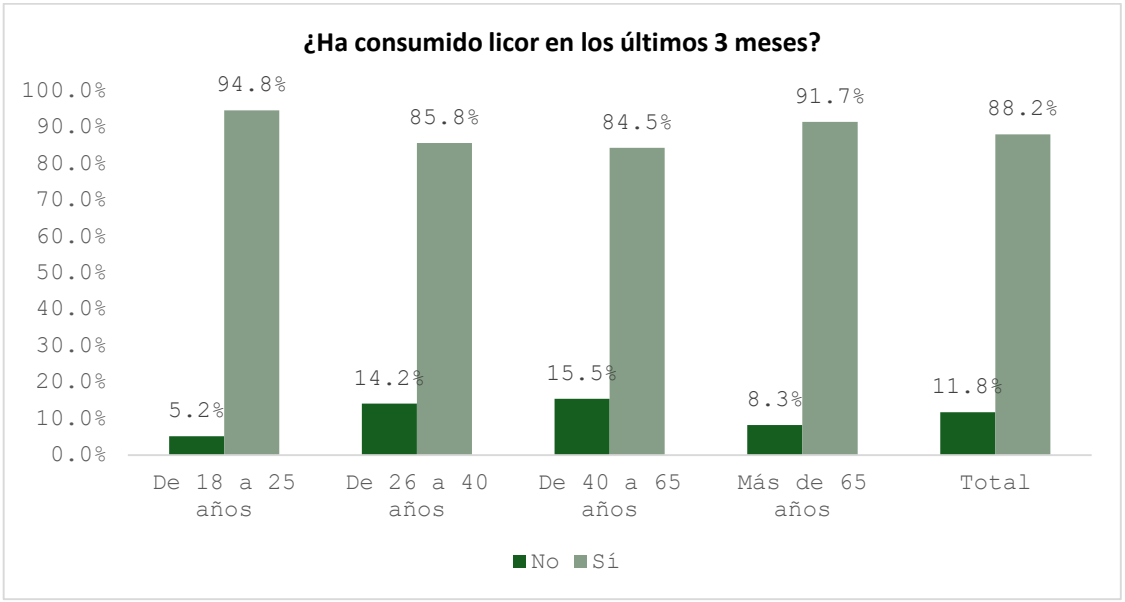


Al analizar el comportamiento de esta variable diferenciando entre hombres y mujeres de nuevo se observa una mayor propensión al consumo en los hombres con un 92.2% en comparación con el grupo de las mujeres que manifestaron que el 81.3% consumieron licor en los últimos 3 meses. Esta diferencia es estadísticamente significativa de acuerdo con la prueba de Pearson Chi2.



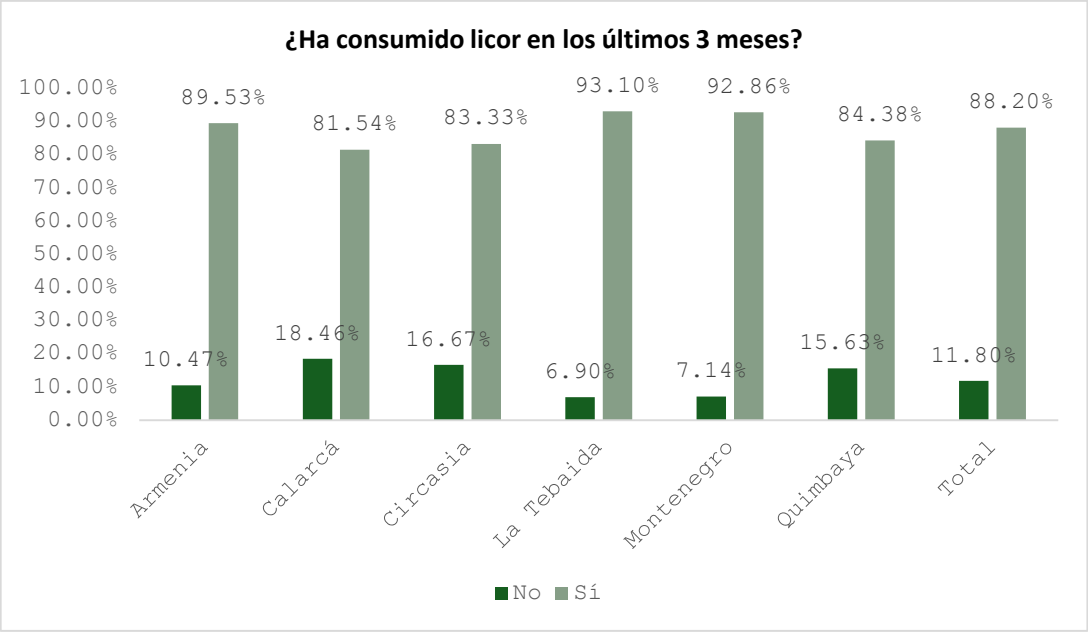
Pearson chi2(1) = 11.9424 Pr = 0.001

De manera similar al patrón de comportamiento de la variable frecuencias, también se observa que los jóvenes entre 18 y 25 años son los que manifestaron mayor propensión a consumir en los últimos 3 meses, al igual que los mayores de 65 años. De nuevo, estas diferencias son estadísticamente significativas.



Pearson chi2(3) = 8.5368 Pr = 0.036

En términos del municipio en el que se levantó la información no parece haber grandes diferencias en términos del porcentaje de personas que consumieron al menos una vez licor en los últimos 3 meses. Sin embargo, los porcentajes más altos se reportan en Montenegro (92.86%) y La Tebaida (93.1%)



Pearson chi2(5) = 5.3541 Pr = 0.374

Además de analizar las diferencias entre quienes consumieron o no, también es interesante poner el foco en aquellas personas que indican que nunca consumen licores para entender las razones de no hacerlo como parte integral del análisis de la demanda.

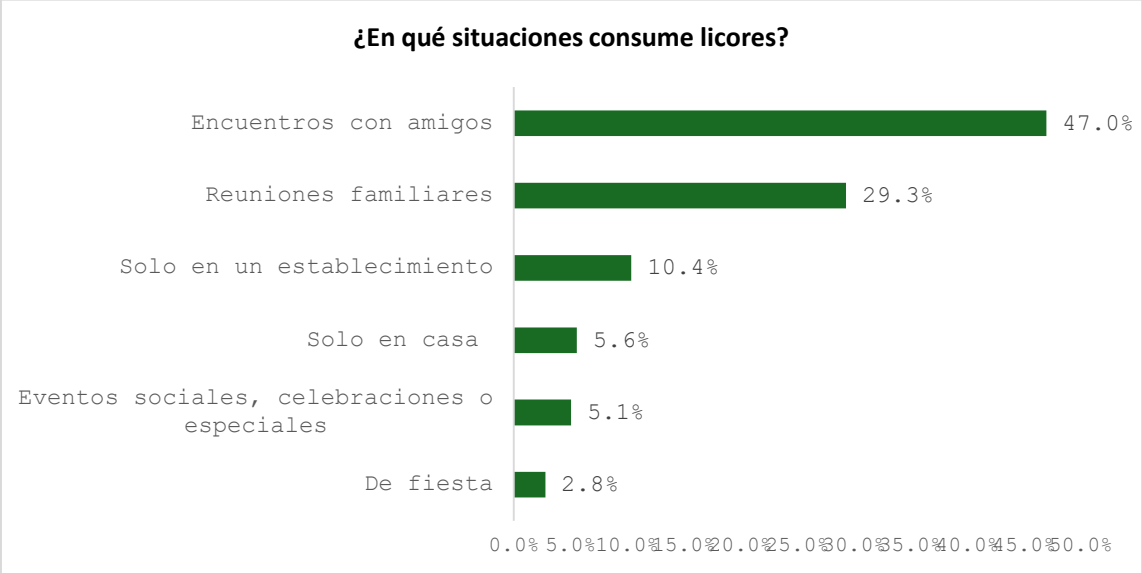
Entre el 8.2% de las personas que indican que no consumen licor la principal razón tiene que ver con preferencias relacionadas con el sabor de los licores (32.08%), mientras un 26.42% indican que no lo hacen por razones de salud y un 24.53% no lo hacen por considerar que se trata de un gasto innecesario.

Principal razón para no consumir licor	Porcentaje
No me gusta el sabor	32.08%
Razones de salud o médicas	26.42%
Considero que es un gasto innecesario	24.53%
No me gusta el efecto que produce el consumo de alcohol	11.32%
Creencias religiosas o personales	5.66%
Total	**100.00%**

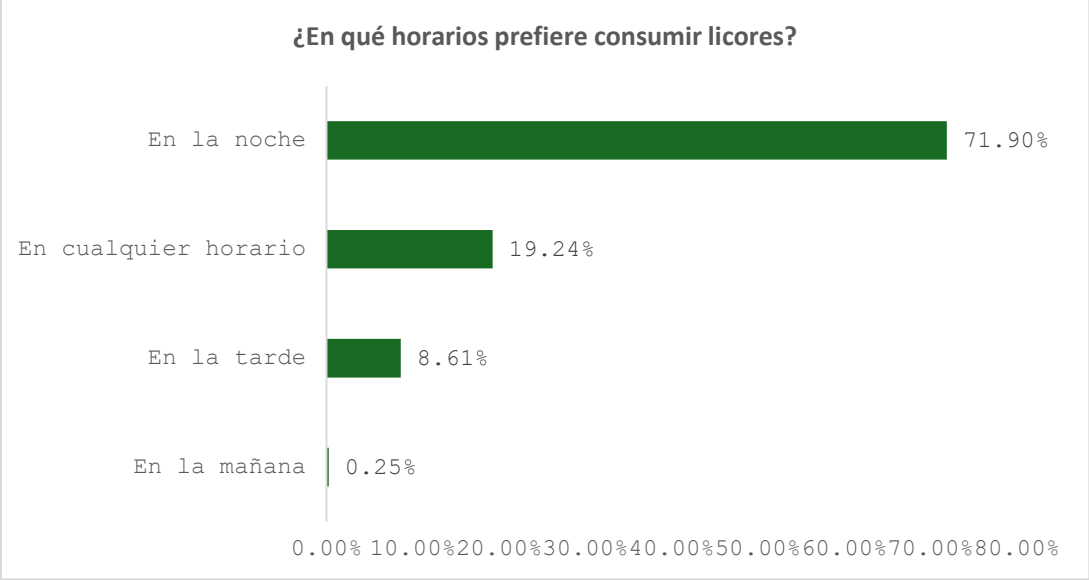
Al preguntar si existe una segunda razón importante para no consumir licor, se mantienen en cierta medida las razones expuestas en la gráfica anterior y se suman aspectos como motivos familiares o culturales.

Segunda razón más importante para no consumir licor	Porcentaje
Considero que es un gasto innecesario	27.27%
No me gusta el efecto que produce el consumo de alcohol	25.00%
No me gusta el sabor	18.18%
Razones de salud o médicas	15.91%
Motivos familiares	11.36%
Motivos culturales	2.27%
Total	**100.00%**

Al indagar con los encuestados sobre aspectos relacionados con las situaciones en las que se consume licor (solo los que reportan consumo), éstos indican que la principal situación de consumo responde a los encuentros con amigos y reuniones familiares, mientras que la tercera situación hace referencia a aspectos más solitarios como consumir solo en establecimientos o consumir solo en la casa.

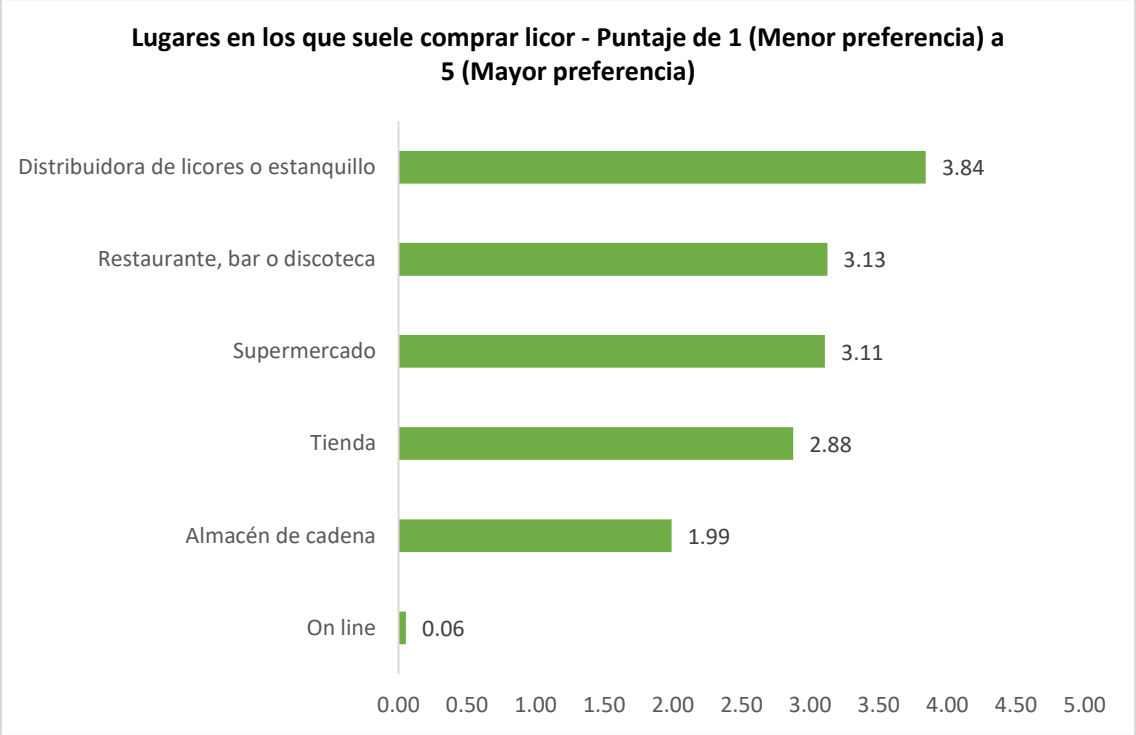


Adicionalmente, los horarios de consumo indican que el horario preferido por los consumidores es la noche (71.9%) a pesar de que casi 1/5 de la población parece indiferente sobre la hora para consumir.



Complementario a lo anterior, en la encuesta se pregunta sobre los lugares en los que las personas suelen comprar licor en un orden de 1 (poco frecuente) a 5 (muy frecuente). Al estandarizar los resultados de esta pregunta en un indicador donde el máximo valor permitido es 5 se encuentra que el mayor puntaje se presenta para las distribuidoras de licores o estanquillos con 3.84 puntos, seguido de restaurantes, bares o discotecas con 3.13 puntos y supermercados con 3.11 puntos. Al respecto dos cosas llaman la atención; la primera tiene que

ver con que no hay un canal de compra que acapare todo el mercado y las segunda que las compras mediante el canal "On line" son las menos frecuentes por los consumidores del departamento.



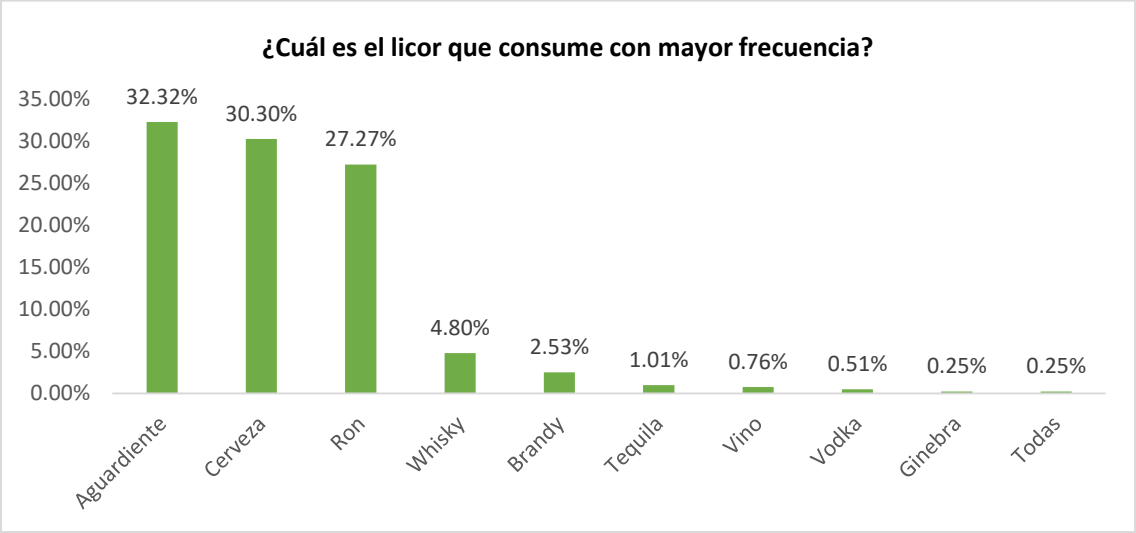
Después de indagar sobre todas las variables anteriores sobre hábitos de consumo y preferencias, se consulta sobre el valor promedio destinado al consumo de licor durante el último mes. La respuesta promedio de los quindianos es que destinan unos 92.942 pesos al mes para este fin, oscilando entre 5.000 y 1.000.000. En este tipo de preguntas es importante mencionar que suelen estar subestimada por sesgos que se pueden generar al reflejar un valor como estos, pero que, a su vez, resultan ser valores razonables si se comparan con los ingresos promedio reportados.

Variable	Promedio	Std. Dev.	Min	Max
Aproximadamente, ¿cuánto gasta cada mes en licor?	91,942	80,855	5,000	1,000,000

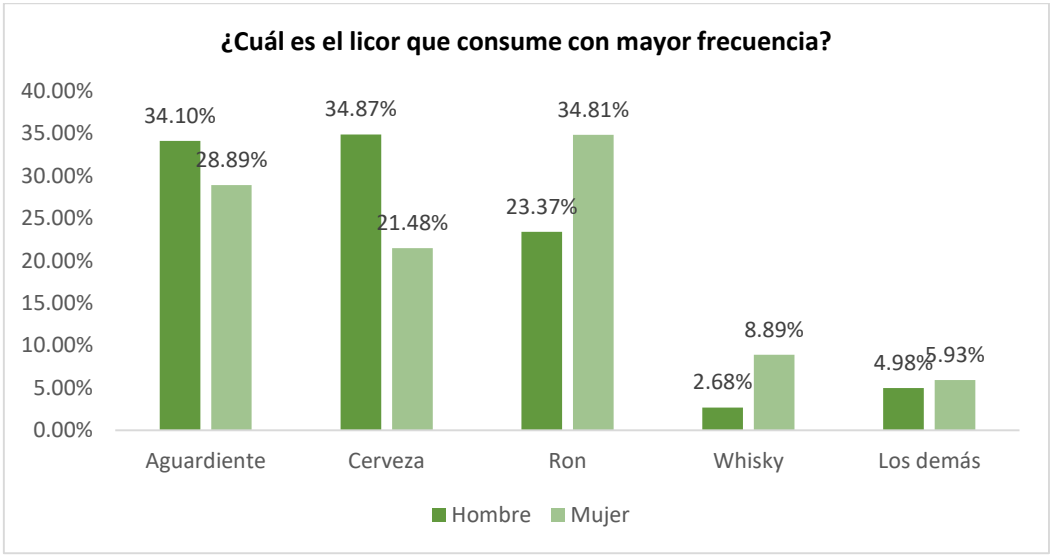
La misma información reportada por rangos de edad y diferenciada para hombres y mujeres indican que los que más destinan dinero al consumo de licor son los hombres entre 40 y 65 años. Esto resulta interesante, pues, a pesar de que este grupo etario es el que consume licor con menos frecuencia, a su vez es el que más gasta el licor, lo que indicaría que suelen consumir licores premium o de mayor valor por litro o botella.

Aproximadamente, ¿cuánto gasta cada mes en licor?	Hombres	Mujeres
De 18 a 25 años	79,519	81,522
De 26 a 40 años	90,477	87,984
De 40 a 65 años	126,568	76,520
Más de 65 años	77,273	-
Total	96,755	82,637

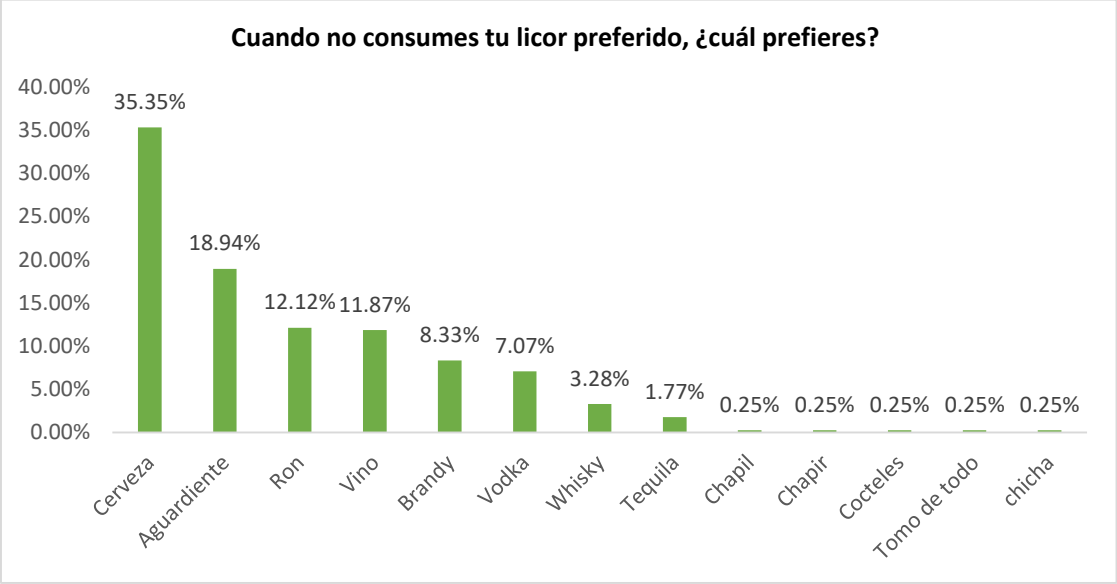
En cuanto a la información obtenida en el departamento alrededor de preferencias sobre algún tipo específico de licor se encuentra que los licores que consumen con mayor frecuencia son en su orden: aguardiente (32.32%), cerveza (30.3$) y ron (27.27%) sumando entre estos tres, alrededor del 90% del consumo.



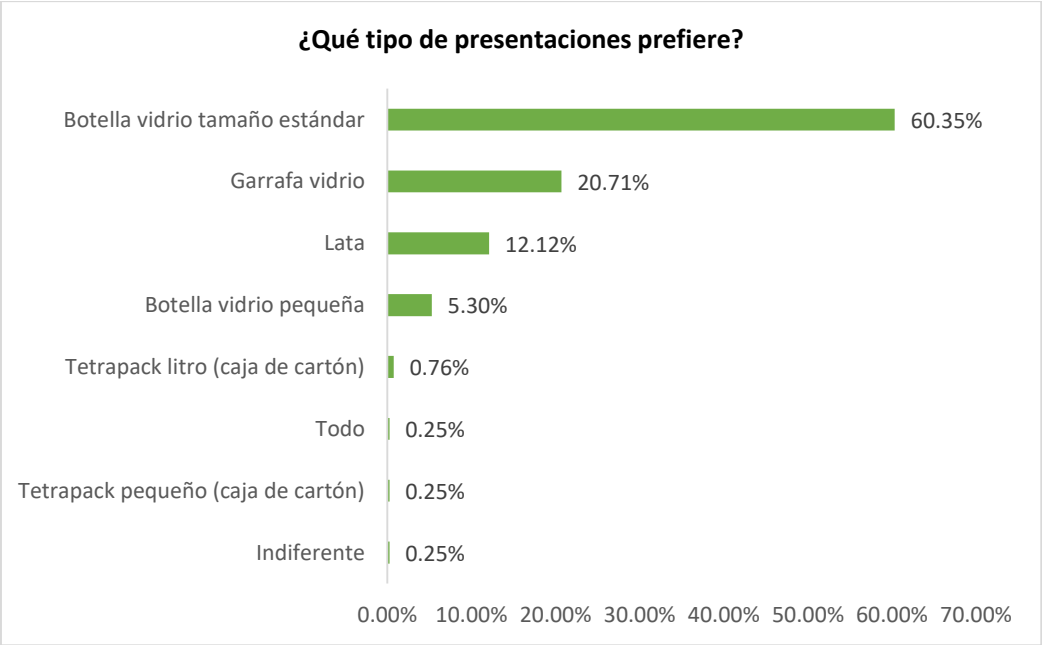
No obstante, se observan diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres, reflejando una mayor preferencia de las mujeres por el ron sobre el aguardiente y la cerveza.



Adicionalmente, como análisis de posibles sustitutos se les pregunta a estas personas qué licor elegirían si su licor favorito no está disponible en el momento de consumo qué producto comprarían y sin duda el sustituto más preferido por los consumidores es la cerveza (35.35%), seguido de nuevo por el aguardiente y el ron, pero aparecen otros competidores en el mercado con los vinos, brandy, vodka, whisky y tequila.



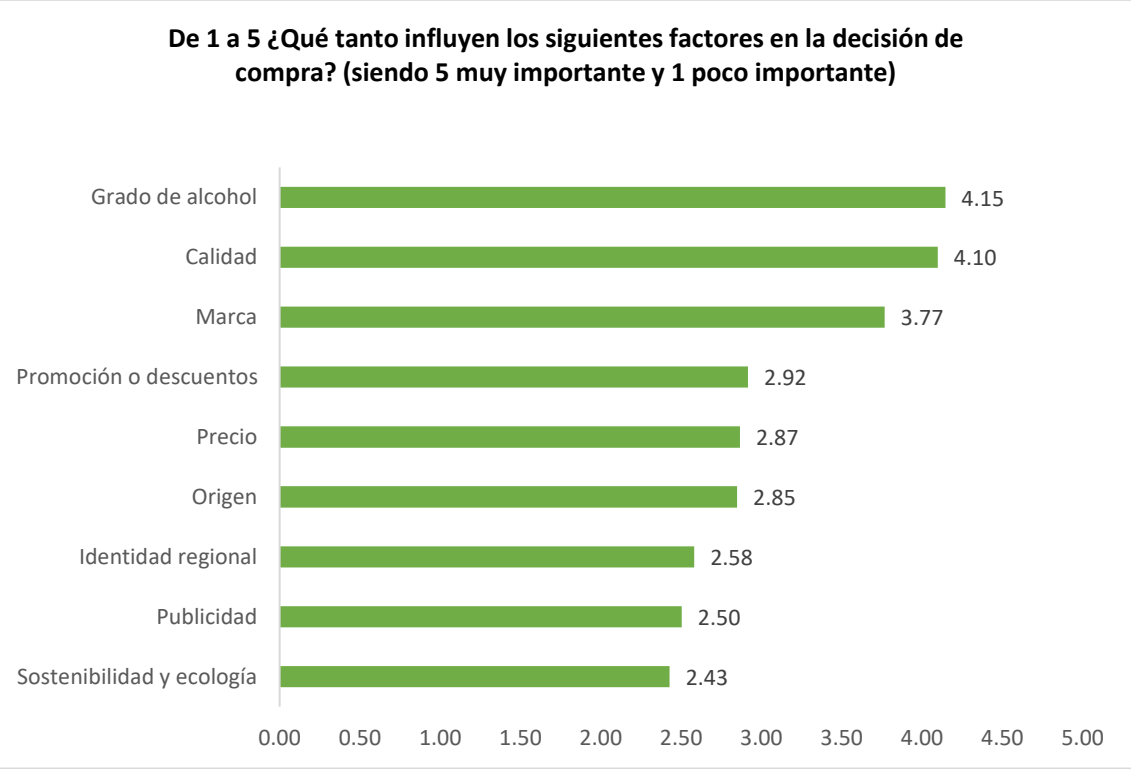
Por último, la preferencia de los consumidores por algún tipo de presentación particular de los licores indica que la presentación favorita de los quindianos es la botella de vidrio tamaño estándar (60.35%), seguida por la garrafa de vidrio (20.71%) y las latas (12.12%).



7.3 Factores de decisión de compra

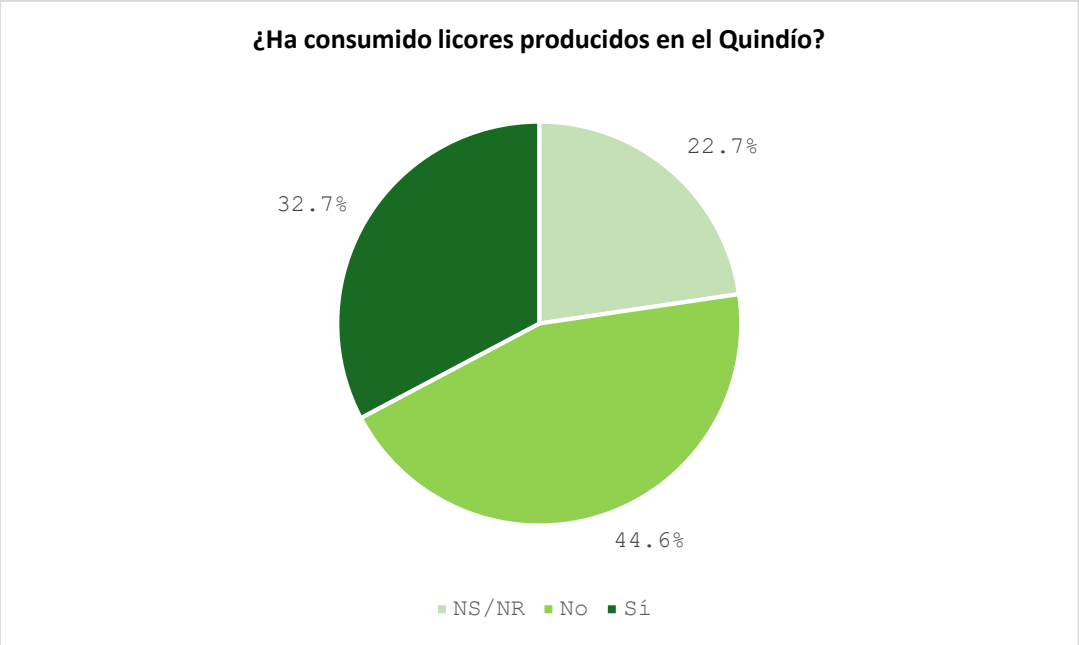
En cuanto a los factores de decisión de compra de cualquier tipo de licor en la encuesta se hace una serie de preguntas para 9 factores distintos que los consumidores analizan del producto que consumen y lo califican entre 1 (muy importante) y 5 (poco importante). Con esta información se construye un indicador que pondera las respuestas y toma un valor máximo de 5. En esta ocasión se encuentra que el factor más determinante de consumo tiene que ver con los grados de alcohol, y específicamente las estadísticas reflejan una migración de consumidores hacia productos con menor graduación alcoholimétrica y este aspecto toma una evaluación de 4.15/5, seguido por aspectos relacionados con calidad y marca. Estos tres aspectos son sin duda los mejores evaluados.

En un segundo grupo se encuentran temas como promociones o descuentos, precio y origen de los productos y por último se ubican temas como la identidad regional, la publicidad y la sostenibilidad o ecología del producto.

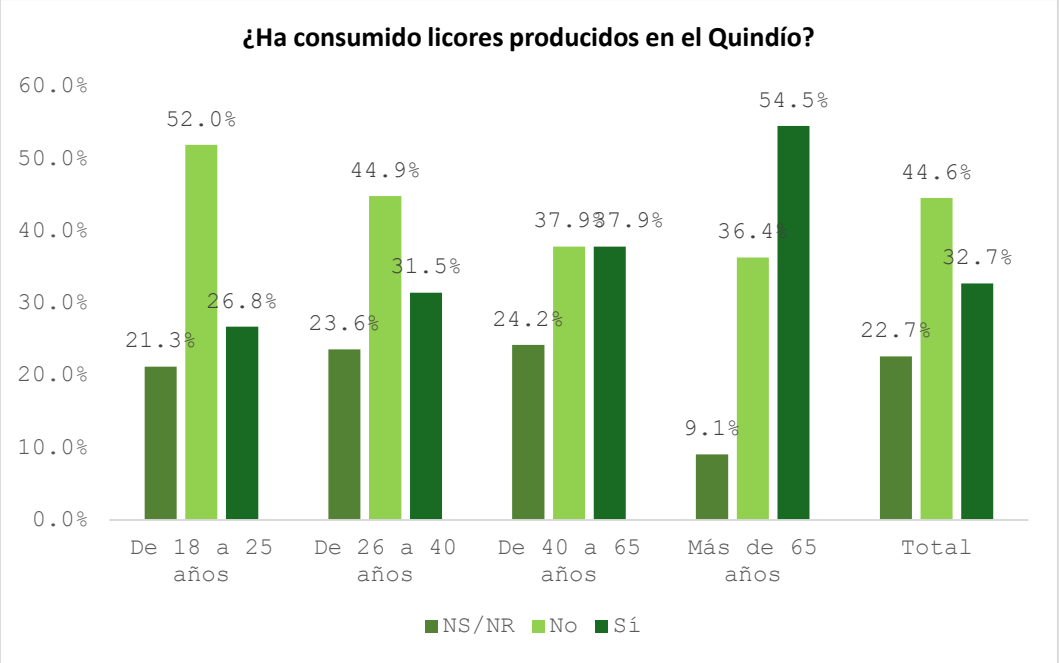


7.4 Expectativas

En general no se observa un consumo generalizado de licores producidos en el departamento y, de hecho, una quinta parte de las respuestas apuntan a no saber si este consumo se ha realizado. Esto señala que para buena parte de la población encuestada no es claro qué productos pueden tener un origen en el departamento del Quindío, y en tal virtud no existe la certeza de estar consumiendo licores con origen local.

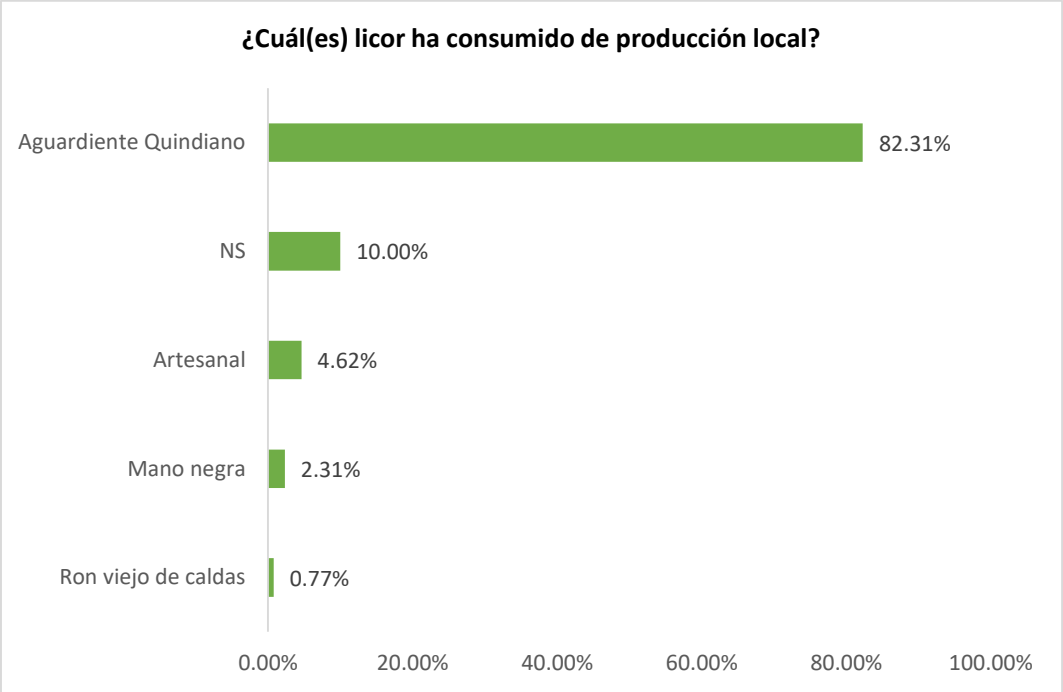


Al discriminar esta respuesta por rango etario se destaca que el mayor porcentaje de respuestas negativas se da entre las personas más jóvenes, aclarando que dentro del grupo de personas con más de 40 años más de un tercio de las respuestas es de negación al consumo de productos locales. Este fenómeno ocurre a pesar de que la fracción de respuestas señalando no saber responder la pregunta no dista mucho entre los grupos etarios definidos (excepto el rango de adultos mayores).

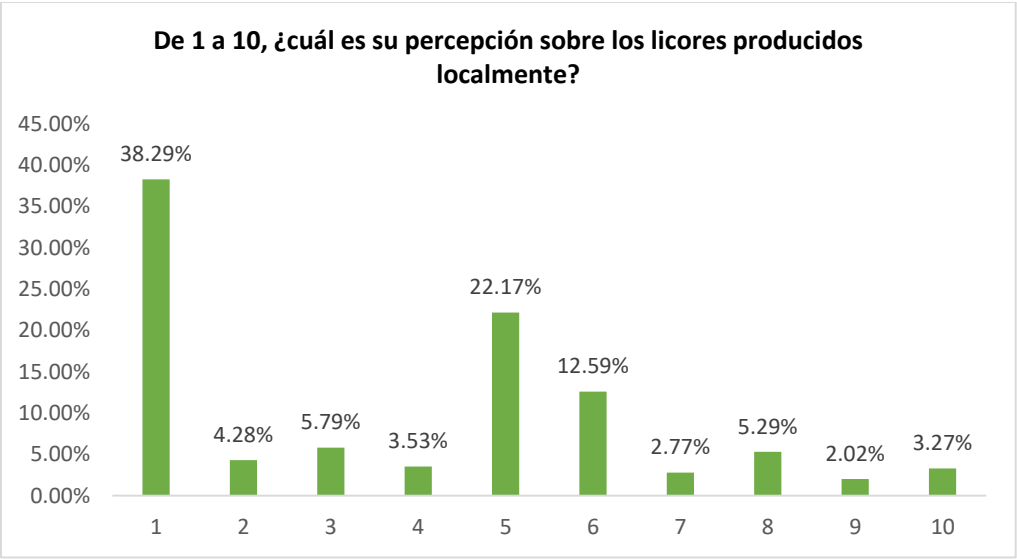


El consumo de licores de producción local se centra esencialmente en el Aguardiente Quindiano, con más del 80% de las respuestas concentradas en este producto. Llama la atención que hay respuestas indicando que el producto que se consume con origen quindiano es el Ron Viejo de Caldas, cuando es sabido que este es un licor con origen en otro departamento, dejando con

esto claro la oportunidad de mejora que puede haber en cuando a identidad de producto de los licores con origen en el Quindío.

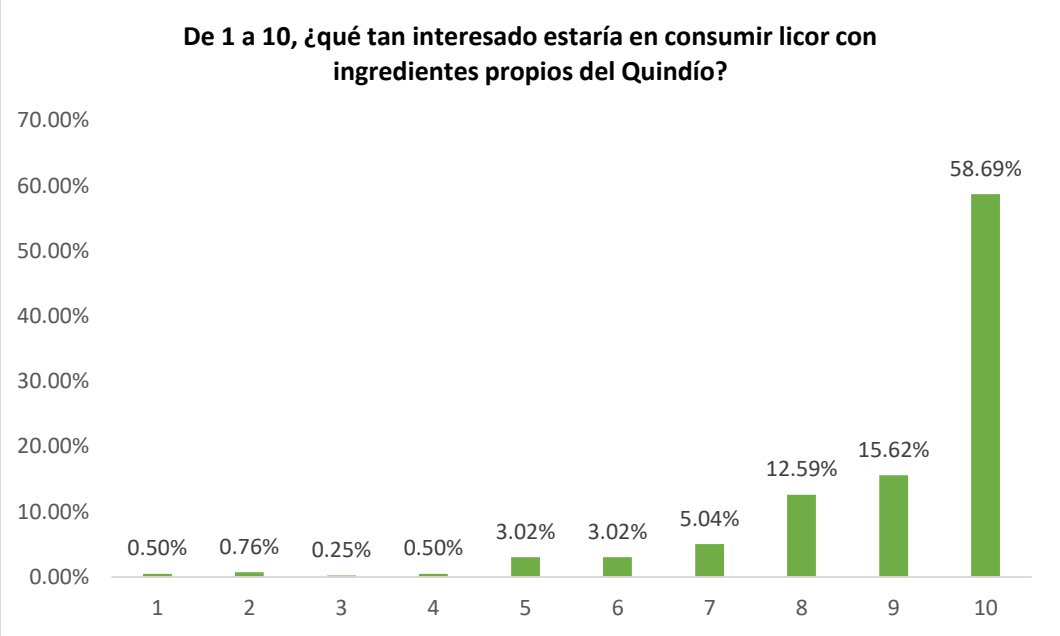


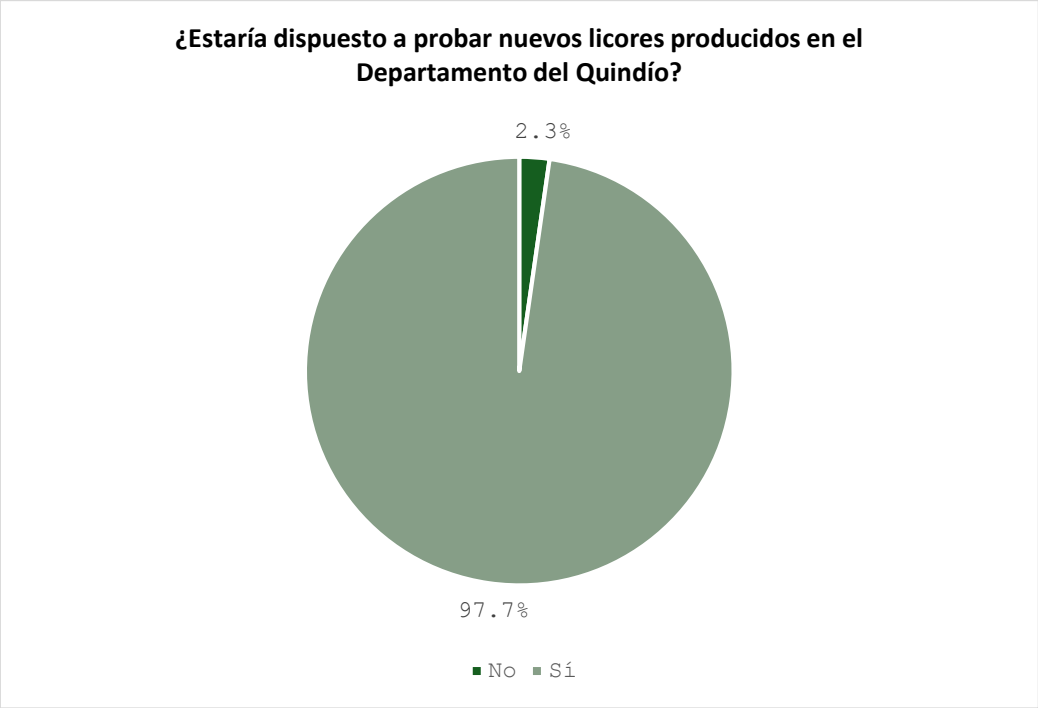
Al indagar sobre la percepción que se tiene en relación con los licores locales, una gran mayoría de las respuestas (casi un 40%) se concentra en que son productos de muy baja calidad. En general, en una escala de 1 a 10, siendo 10 la mejor percepción, el puntaje promedio es de 3.77, lo que indica que la valoración de los licores producidos en el departamento es en general muy pobre. Esto, sumado a la concentración del consumo en un producto (señalado antes) indica un gran margen de maniobra en términos de diversificación productiva y de mejoras en la calidad de los bienes producidos.



Esta baja valoración en cuanto a los productos que actualmente circulan contrasta con la muy buena percepción que tiene la posibilidad de consumir productos de origen local, con ingredientes y sello locales (por ejemplo, vinculados a la tradición cafetera del departamento).

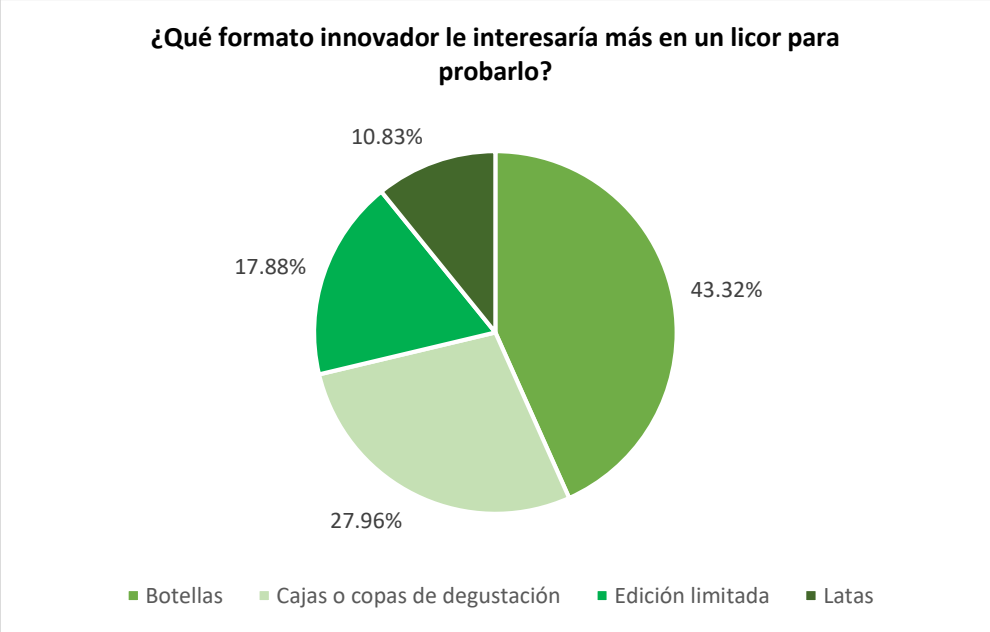
En este caso alrededor de un 60% de las respuestas señalan el interés más alto por consumir productos locales, con un puntaje promedio de 9. Esto significa tener un público expectante por licores que se produzcan en el departamento y que mejoren las alternativas actualmente disponibles en el mercado; proceso que implica altos componentes de investigación, innovación y desarrollo de productos que atiendan a un público deseoso de nuevas experiencias de consumo con toque regional.



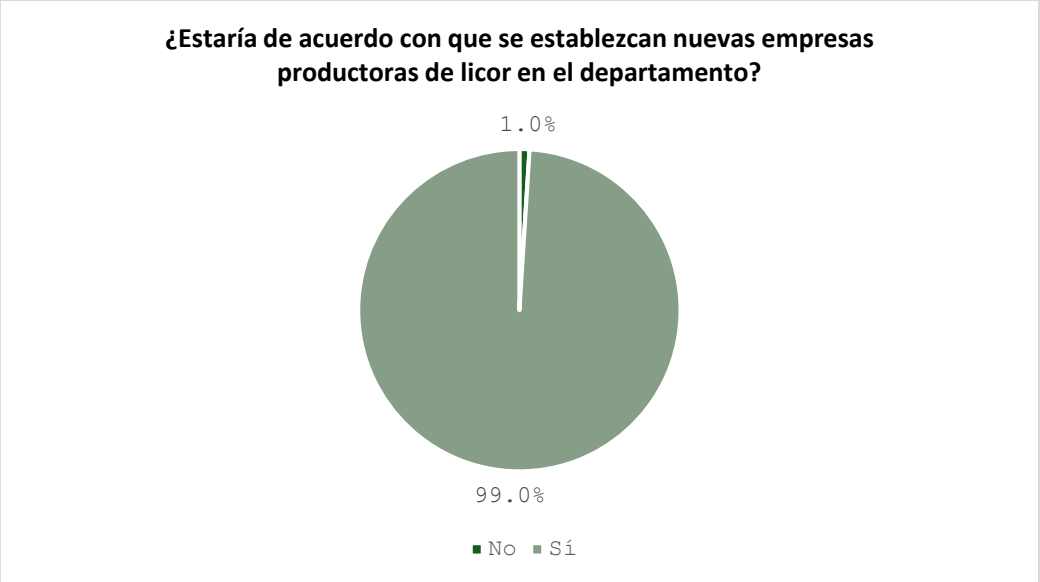


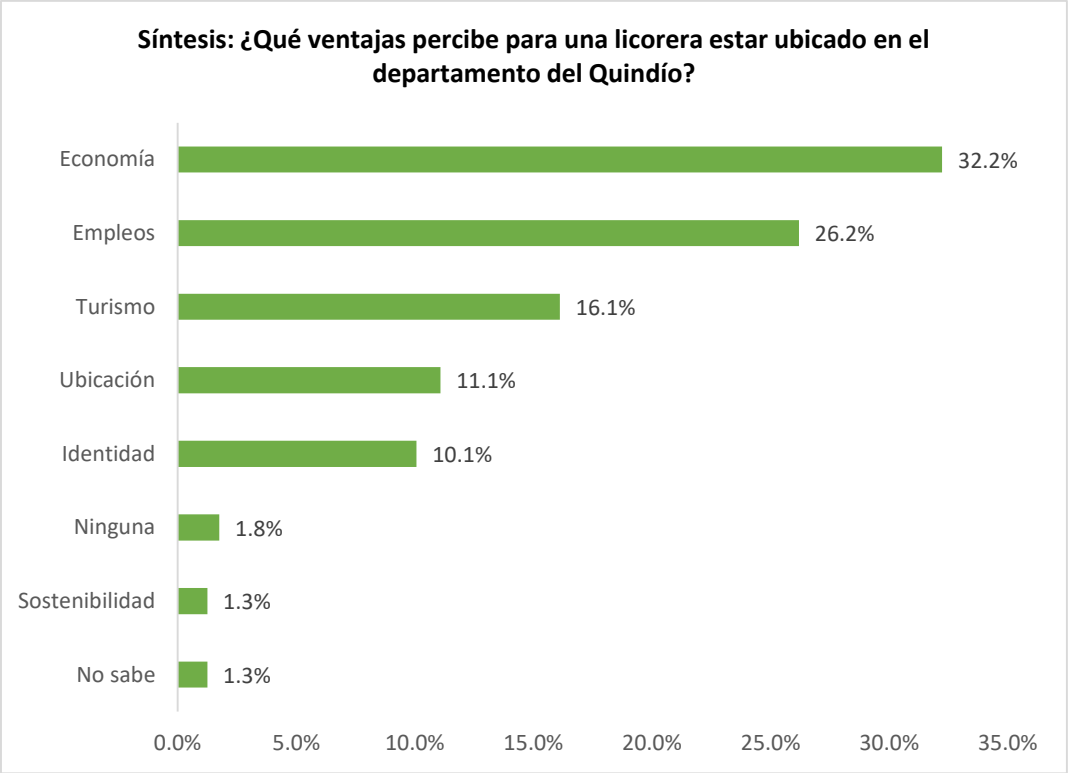
En relación con la presentación que esperan las personas de los nuevos productos, priman las expectativas de innovación en botellas y cajas. Si bien las respuestas asociadas a ediciones

limitadas y latas no son una fracción despreciable en lo absoluto, el balance de respuestas permite priorizar objetivos de innovación en presentaciones específicas de cara al grueso del público.



Virtualmente todas personas encuestadas están de acuerdo con el establecimiento de nuevas empresas productoras de licor en el departamento. Esto puede vincularse a un razonamiento que va más allá de tener una oferta mayor o más diversificada de licor. Es claro que las personas ven económicas y sociales en una apuesta de este tipo: dinamiza el empleo, la actividad económica en general, suma al sector turístico, y fortalece el sentido de pertenencia del ciudadano con su departamento. Esto implica que hay visión para tener un sector productor de licores que apunte no solo a producir bienes, sino también experiencias para el consumidor con talento humano local, y con insumos que provengan del propio territorio. Este es por tanto un proyecto con legitimidad ciudadana.





8. Consideraciones de confiabilidad y validez

Se minimizará los errores no muestrales a través de la estructuración de un cuestionario claro y consistente, una jornada de capacitación a los encuestadores con el fin de estandarizar protocolos, evitar interpretaciones subjetivas de las respuestas, asegurar la homogeneidad en la recolección de la información, revisión aleatoria de diferentes encuestas para identificar errores de registro y depuración de la base de datos. En síntesis, se procederá con:

- Estandarización del instrumento de recolección
- Capacitación del equipo de trabajo en campo
- Verificación y control de los datos
- Análisis de calidad de los datos

La validez asegura que el estudio mide realmente lo que se propone analizar y que los resultados reflejan con precisión el comportamiento del mercado. Para garantizar la validez del estudio, se considerarán los siguientes aspectos:

- Validez del contenido
- Validez del criterio
- Minimización de sesgos de selección

9. Limitaciones del estudio

Si bien este estudio busca proporcionar una visión detallada sobre los hábitos, preferencias y expectativas de los consumidores de licores en el Quindío, es importante reconocer ciertas limitaciones que pueden influir en la interpretación de los resultados.

Alcance geográfico y representatividad:

Aunque la muestra se estratifica para garantizar representación en los municipios más grandes, algunos municipios con menor población pueden estar subrepresentados. Es por ello que se priorizan zonas urbanas con alta concurrencia y consumo de licores para captar la mayor diversidad posible dentro de la población objetivo.

El estudio excluye zonas rurales y se enfoca en consumidores urbanos, lo que limita la generalización de los resultados a toda la población del Quindío. Esto tiene sentido en un Departamento especialmente urbano y en el que el aumento de encuestas en la zona rural no tendrá un efecto significativo sobre los resultados generales.

Disponibilidad y veracidad de los datos:

Se podría incurrir en sesgos de respuesta debido a la influencia del contexto en que se aplican las encuestas (por ejemplo, consumidores encuestados en bares pueden responder de manera diferente que aquellos encuestados en supermercados). Es por ello que se diversifican los puntos de aplicación del cuestionario (bares, supermercados, eventos) para captar una variedad de perfiles de consumidores.

Sesgo de deseabilidad social, donde los encuestados pueden modificar sus respuestas para dar una impresión favorable sobre sus hábitos de consumo. Esto es que se sientan juzgados por su frecuente consumo de licor y subestimen su respuesta. Así que los encuestadores, formularán preguntas de manera neutral y anónima, asegurando que no haya juicios sobre las respuestas. Así mismo, se les explicará que el estudio es netamente confidencial y en ningún momento se comprometerá la anonimidad de la información.

Precisión de las estimaciones:

El tamaño de muestra de 384 encuestas proporciona un margen de error del 5%, lo que significa que hay una pequeña probabilidad de que los resultados no reflejen exactamente el comportamiento real de la población. Sin embargo, este margen de error es aceptable para estudio de este tipo.

Al tratarse de una encuesta transversal, los datos reflejan un único momento en el tiempo, lo que limita la capacidad de analizar cambios en el comportamiento del consumidor a lo largo del tiempo.

10. Conclusiones y recomendaciones

La información recolectada a partir de la encuesta aplicada a las personas mayores de 18 años en el departamento del Quindío permite constatar que el grueso de las tendencias observadas a nivel global y nacional en relación con el consumo de licor se presentan en este territorio. Un consumo concentrado en mayor medida en el segmento más joven de la población con una mayor participación de la población masculina. Además, una mayor preferencia por licores con

baja graduación alcohólica, aunque las preferencias se concentran esencialmente en la ingesta de aguardiente, cerveza y ron; licores de consumo tradicional en el país. Si bien el consumo actual se centra en este tipo de productos, variaciones con sabores más suaves o productos que innoven en alguna medida serían bien recibidos por el consumidor quindiano. Los datos también muestran que el consumidor típico gasta un 10% de lo que representa el ingreso por persona en el departamento, con mayor participación del gasto en estos bienes de la canasta de consumo en los grupos etarios de mayor edad.

Un componente importante de la información que entrega la encuesta se relaciona con las expectativas de las personas del departamento en cuanto al surgimiento de licores propios del del departamento o bebidas que impliquen la utilización de ingredientes propios del territorio. En este sentido, casi la totalidad de personas encuestadas manifiestan estar de acuerdo con la apertura de una empresa productora de licor en el departamento que produzca bebidas de origen local, con identidad quindiana. Es importante destacar que las razones detrás de la favorabilidad de este tipo de proyecto dentro de la ciudadanía se basan en razones de tipo económico y social, evidenciando que las personas conciben este tipo de iniciativas como promotoras del desarrollo, la cohesión y la consolidación de la identidad. En este sentido la información recolectada da legitimidad a la iniciativa planteada.

2025

COMPONENTE DE MERCADO

FASE 3

GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA INSTALAR NUEVAS FÁBRICAS DE LICOR DESTILADO EN LA JURISDICCIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO | UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

GMA Grupo de Macroeconomía Aplicada
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
Facultad de Ciencias Económicas
GOBIERNO DEL QUINDÍO

Tabla de contenido

1. Descripción de cada producto:..... 2
2. Contexto del mercado: 6
a) Demanda y necesidades del mercado:..... 9
b) Análisis de la competencia:..... 12
c) Tendencias del mercado: 13
d) Economía y condiciones macroeconómicas: 14
e) Canal de distribución: 22
f) Aspectos culturales y sociales: 26
g) Regulaciones y normativas:..... 27
h) Tamaño del mercado y tendencias de crecimiento: 28
- ✓ **Tamaño del mercado: 28**
- ✓ **Tendencias de crecimiento:..... 32**
- ✓ **Factores de influencia: 34**
- ✓ **Importancia:..... 40**
- ✓ **Barreras de entrada 41**

3. Análisis del Consumidor: 41
4. Análisis del Producto:..... 45
5. Fijación de precios por producto y comparación de precios de comercialización y producción con la competencia.. 48
6. Conclusiones y Recomendaciones:..... 55

Estudio de mercado, del entorno para el lanzamiento de un producto y toma de decisiones estratégicas con relación al comportamiento de las bebidas alcohólicas con graduación mayor a 15% en Colombia y específicamente en el Departamento del Quindío

1. Descripción de cada producto:

Las bebidas espirituosas o bebidas alcohólicas son aquellas obtenidas mediante la destilación de materias primas fermentadas, como cereales, frutas o caña de azúcar, y que contienen un grado alcohólico superior al de la cerveza o el vino, es decir, que tienen un contenido mínimo de alcohol del 15 % en volumen y pueden estar aromatizadas o envejecidas en barricas.

En Colombia este sector es dinámico y altamente regulado, influenciado por factores económicos, sociales y normativos, con una presencia significativa con un consumo marcado de productos como aguardiente, ron, whisky y tequila según datos de Euromonitor Internacional. El mercado de las bebidas espirituosas en Colombia ha mostrado un crecimiento notable en los últimos años, impulsado por factores como el aumento del ingreso disponible, la urbanización y cambios en los hábitos sociales; según datos de la Asociación Colombiana de Industrias Licoreras (ACIL) en el año 2024 el aguardiente y el ron son los productos con mayor volumen de ventas en el segmento de bebidas espirituosas en Colombia.

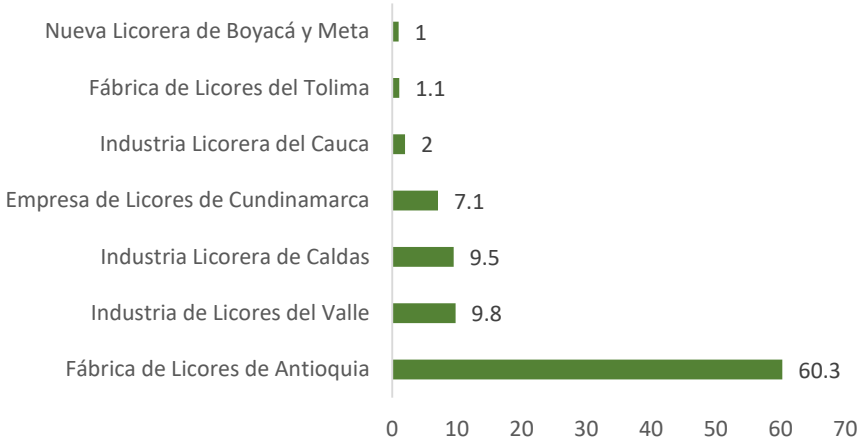
AGUARDIENTE

Es el producto proveniente de la destilación especial de mostos fermentados tales como vinos, sidra o bien de zumos de frutas, jarabes, jugos o caldos de granos o de otros productos vegetales previamente fermentados que se caracteriza por conservar un aroma y un gusto particular inherente a las sustancias sometidas a fermentación y destilación.

En Colombia, es una de las bebidas más representativas, la cual se caracteriza por ser destilada y elaborada a partir de caña de azúcar y aromatizado con anís. Después de la cerveza, es la segunda bebida alcohólica más vendida y la primera en la categoría de las Bebidas Espirituosas (bebidas alcohólicas que se destilan en lugar de fermentarse). Según los datos más recientes de la Asociación Colombiana de Industrias Licoreras (ACIL) para el año 2024, el aguardiente continúa liderando el mercado de bebidas espirituosas en Colombia. En total, se registraron 90.8 millones de unidades vendidas en todo el país, lo que representa la mayor participación dentro del segmento de licores nacionales.

Las principales productoras de aguardiente en Colombia, según volumen de ventas, son:

Gráfico 1 Unidades Vendidas en millones (2024)



Fuente: ACIL, cifras en millones bot 750 ml

Tradicionalmente el consumo de aguardiente ha sido asociado a un público muy adulto, sin embargo, durante los últimos años ha sido el licor de preferencia de un segmento de consumidores mucho más jóvenes dada las variaciones que se dan en su presentación y en su sabor a la vez que se mantiene el producto en el mercado como una de las opciones más accesibles económicamente en cuanto a bebidas alcohólicas con graduación mayor al 15% y bebidas espirituosas incluso por encima del whisky y ron. Con la participación entonces del aguardiente en este nuevo nicho de consumidores se ha identificado la preferencia por bebidas con menor contenido de alcohol y sabores más suaves lo que ha conllevado a el desarrollo de nuevo productos que permiten responder a la demanda de consumo con opciones innovadoras que se dan con graduaciones entre el 24%y el 30% de alcohol, entre ellas versiones sin azúcar.

Además de su reconocimiento cultural en Colombia, la popularidad internacional del aguardiente sigue creciendo, destacándose por su sabor único ya que el aguardiente colombiano posee varias características que lo hacen único en comparación con licores similares de otros países:

- Materia prima: Se elabora principalmente a partir de caña de azúcar, lo que le confiere un perfil de sabor más dulce y suave en comparación con licores anisados europeos, que suelen elaborarse con uvas o cereales
- Sabor distintivo: Presenta un sabor intenso y dulce, con un marcado carácter anisado. En boca, se siente cálido y persistente, dejando una sensación ligeramente picante al final
- Innovación: Algunas marcas, como Mil Demonios, están desarrollando versiones "súper premium" que están ganando reconocimiento internacional, demostrando la capacidad de innovación en la industria. Algunas variedades, como el Aguardiente Antioqueño Real sin azúcar, pueden alcanzar hasta 30% de alcohol, lo que lo distingue en términos de intensidad

Se cuenta con una amplia variedad de aguardientes, cada uno con características y sabores únicos que reflejan la diversidad regional del país. A continuación, se presentan algunas de las variedades más populares:

-Aguardiente Antioqueño (FLA) – El líder en ventas a nivel nacional.
-Aguardiente Cristal (Industria Licorera de Caldas) – Popular en la región cafetera.
-Aguardiente Néctar (Empresa de Licores de Cundinamarca) – De gran aceptación en la región central del país.
-Aguardiente Blanco del Valle (Industria de Licores del Valle) – Reconocido en el suroccidente colombiano.
-Aguardiente Amarillo de Manzanares (Industria Licorera de Caldas) – Con un sabor más fuerte y característico.

El aguardiente mantiene su relevancia como la bebida alcohólica más vendida en Colombia, con una oferta diversificada y marcas consolidadas, el sector enfrenta el reto de innovar y expandirse, y con el fin del monopolio departamental que corresponde la decisión de la corte constitucional en 2025 de permitir la libre comercialización del aguardiente entre regiones, se espera una mayor competencia en el mercado.

RON

Es obtenido por destilación especial de mostos fermentados de zumo de la caña de azúcar, sus derivados o subproductos de forma que al final posea el gusto y el aroma que le son característicos, añejados total o parcialmente.

El ron colombiano, con graduaciones que van desde el 30% hasta el 40%, es famoso por su suavidad y riqueza en sabor. Es la tercera bebida espirituosa más consumida en Colombia después de la cerveza y el aguardiente. Según datos de la Asociación Colombiana de Industrias Licoreras (ACIL), en 2024 se vendieron aproximadamente 18,6 millones de unidades de ron en el país. La Industria Licorera de Caldas lidera este segmento con 12,7 millones de unidades vendidas, seguida por la Fábrica de Licores de Antioquia con 5,5 millones de unidades. Históricamente su consumo se ha enmarcado en la costa atlántica, sin embargo, se ha evidenciado un notorio crecimiento al interior del país que está asociado a factores de consumo como la edad, la economía y las tendencias del mercado.

En Colombia hay una importante inclinación de los consumidores más jóvenes que prefieren bebidas ligeras o rones jóvenes y los más adultos y con poder adquisitivo optan por rones añejos o premium y de mayor perfil alcohólico, no obstante, las tendencias en Colombia también evidencian una gran preferencia por las bebidas listas para tomar provenientes del ron ya que de ahí depende la producción de coctelería como son los mojitos y el cuba libre permitiendo un consumo versátil de esta bebida espirituosa.

Se presentan diferentes tipos de ron:

- Ron blanco: Ron que se caracteriza por tener un ligero tono ámbar, y que es sometido a añejamiento o maduración por un tiempo mínimo de seis (6) meses.
- Ron viejo: Ron que ha sido sometido a un proceso de añejamiento o maduración por un tiempo mínimo de un (1) año.
- Ron añejo: Ron que ha sido sometido a un proceso de añejamiento o maduración por un tiempo mínimo de tres (3) años.

- Ron extraviejo: Ron que ha sido sometido a un proceso de añejamiento o maduración por un tiempo mínimo de cinco (5) años.

A continuación, se da una descripción actualizada de las principales marcas de producción y consumo de ron en el país, clasificadas en rones jóvenes y añejos, teniendo en cuenta que Colombia cuenta con una variedad de marcas de ron que han alcanzado prestigio tanto en el mercado local como en el internacional:

MERCADO DE CONSUMO LOCAL

Ron Viejo de Caldas: Producido por la Industria Licorera de Caldas, es una de las marcas más tradicionales del país. Este ron ha sido reconocido por su calidad y sabor distintivo.

Rones Jóvenes:

- Ron Viejo de Caldas Tradicional: Añejo de 3 años, reconocido por su sabor suave y equilibrado.

Rones Añejo:

- Ron Viejo de Caldas 5 Años: Ofrece notas más complejas y un perfil aromático destacado.
- Ron Viejo de Caldas 8 Años: Conocido por su profundidad de sabor y aroma refinado.
- Ron Viejo de Caldas 15 Años: Considerado un ron premium, presenta matices ricos y sofisticados.

Ron Medellín: Elaborado por la Fábrica de Licores de Antioquia, es conocido por su suavidad y equilibrio, siendo una de las opciones preferidas por los consumidores locales.

Rones Jóvenes:

- Ron Medellín Añejo 3 Años: Perfil ligero, ideal para cócteles y mezclas.

Rones Añejo:

- Ron Medellín Añejo 8 Años: Mayor complejidad y riqueza en sabor, adecuado para degustar solo o en preparaciones sofisticadas.
- Ron Medellín Gran Reserva 12 Años: Ron premium con notas profundas y un acabado suave, resultado de un prolongado proceso de añejamiento.

Bacardí

Como marca internacional, Bacardí mantiene una presencia significativa en el mercado colombiano, especialmente en el segmento de rones blancos.

Rones Jóvenes:

- Bacardí Carta Blanca: Ron blanco ligero y aromático, ampliamente utilizado en coctelería.

Rones Añejo:

- Bacardí Añejo Cuatro: Añejo de 4 años, con notas de vainilla y especias, adecuado para consumir solo o en cócteles más elaborados.
- Bacardí Reserva Ocho: Añejo de 8 años, ofrece una experiencia de degustación rica y compleja, con matices de frutas y roble.

Ron Zacapa Centenario

Producido en Guatemala, Ron Zacapa Centenario es apreciado en el mercado colombiano por su proceso de elaboración y perfil distintivo.

Rones Añejo:

- Zacapa 23: Mezcla de rones añejados entre 6 y 23 años, con notas dulces y afrutadas, resultado del añejamiento en altitudes elevadas.
- Zacapa XO: Incluye rones de hasta 25 años, ofreciendo una experiencia de degustación lujosa con matices de caramelo, vainilla y frutos secos.

MERCADO DE CONSUMO INTERNACIONAL

La Hechicera: Este ron premium ha ganado reconocimiento internacional por su proceso de añejamiento y su perfil de sabor complejo. Ha sido destacado como uno de los mejores rones del mundo.

Dictador: Otra marca premium que ha puesto a Colombia en el mapa de los rones de alta gama. Sus variantes, como el Dictador 20 años, han sido galardonadas en competencias internacionales.

Ron Parce 12: Este ron ha sido reconocido por su calidad y ha obtenido medallas de excelencia en concursos internacionales.

2. Contexto del mercado:

La industria de bebidas alcohólicas en Colombia enfrentó importantes retos en la década que va de 2015 a 2024. Se dieron cambios normativos que introdujeron modificaciones sustanciales en el impuesto al consumo de las bebidas alcohólicas, con la promulgación de la ley 1816 de 2016. Además, en el año 2020 los efectos de la pandemia del COVID-19 llevaron a una caída en el consumo de bebidas alcohólicas.

Entre los años 2015 y 2019 el sector de las bebidas alcohólicas en Colombia, mostró un comportamiento destacado con un crecimiento del 12.1% en litros y un 41.1% en valor. En el año 2015 el mercado de bebidas alcohólicas en Colombia tuvo un valor de $23.4 billones mientras que en el 2019 fue de $33 billones. Según datos de la consultora Euromonitor International en informe de bebidas alcohólicas para el mercado colombiano de mayo de 2021.

Para el año 2020, según datos de Euromonitor International, el mercado de bebidas alcohólicas en Colombia sufrió una fuerte contracción por los efectos de las medidas para combatir la epidemia

del COVID-19. En el año 2020 la venta de bebidas alcohólicas, medida por litros, se redujo en un 7.2% frente a 2019 y un 17.3% en valor, al pasar de $33 billones en 20198 a $27.3 billones en 2020.

Entre los principales factores que afectaron el consumo en el 2020, se identifican los siguientes:

- Restricciones de movilidad y cierre de establecimientos:

  Las medidas implementadas para frenar la propagación del COVID-19 incluyeron toques de queda, restricciones de movilidad y el cierre de bares, discotecas, restaurantes y otros establecimientos. Esto derivó en una disminución drástica en el consumo fuera del hogar, especialmente en categorías como cerveza, licores y RTDs.

- Reducción en el consumo social:

  El consumo de alcohol en Colombia está relacionado con eventos sociales y reuniones, que en 2020 fueron significativamente limitados debido a las medidas de distanciamiento social. Con el cierre de bares y el distanciamiento social, las personas vieron limitadas las reuniones, llevando a una disminución en la demanda, particularmente de bebidas alcohólicas que se consumen en grupos, como la cerveza, el aguardiente y ron.

- Cambios en el comportamiento de compra:

  El comportamiento del consumidor también cambió en 2020, con un aumento de las compras de alcohol para consumo en casa. Sin embargo, a pesar del incremento en el consumo doméstico, el hecho de que las personas no pudieran socializar de manera habitual y la incertidumbre económica redujeron el gasto general en estos productos.

- Disminución de ingresos y aumento del desempleo:

  La crisis económica derivada de la pandemia afectó gravemente a muchos hogares en Colombia, lo que se tradujo reducción del poder adquisitivo. Muchas personas priorizaron hacia gastos esenciales, llevando a una disminución en el consumo de productos no esenciales, como las bebidas alcohólicas.

- Cambios en la oferta y distribución:

  La industria de bebidas alcohólicas también se vio afectada por la interrupción de la cadena de suministro y los cambios en los canales de distribución, las empresas tuvieron que adaptarse a nuevas formas de venta, como el comercio electrónico y la venta a través de tiendas físicas, lo cual no compensó completamente la caída en la demanda de consumo en establecimientos.

En el mercado de las bebidas alcohólicas en Colombia, participan las licoreras oficiales o departamentales, principalmente en el segmento de los espirituosos, con la producción de aguardiente y ron. En el periodo 2015-2020, el volumen de producción de estas licoreras fluctuó de manera considerable, pasando de un máximo de unidades de 116.2 millones de botellas de 750 ml, en 2016 a 54.1 millones de unidades. Esta es una reducción del 53.7%, para el año 2020 la contracción que mostraban estos productores se acentuó por los efectos de las medidas del COVID-19 con los impactos ya conocidos en la industria.

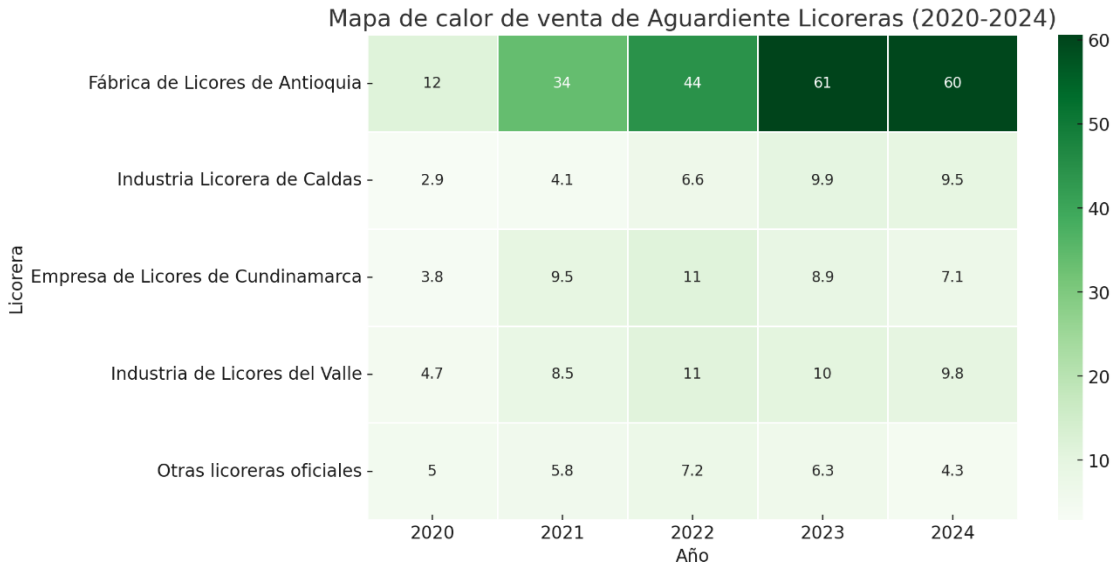
Licorera	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Fábrica de Licores de Antioquia	40,5	57,5	58,7	55,8	37,9	17
Industria Licorera de Caldas	18,1	22,9	23,2	23,7	25,3	22,7
Empresa de Licores de Cundinamarca	19,9	21,6	18	14,9	14,8	4,5
Industria de Licores del Valle	2,9	9,1	4,7	7,8	5,7	4,8
Otras licoreras oficiales	8	5,1	5,7	5,9	5,9	5,1
Total, general	**89,4**	**116,2**	**110,3**	**108,1**	**89,5**	**54,1**
Fuente: ACIL, cifras en millones bot 750 ml						

Los datos reportados por la Asociación Colombiana de Industrias Licoreras, para el periodo 2015-2020, son coherentes con la contracción mostrada por el segmento de espirituosos, en el estudio de la consultora Euromonitor International. La cual proyectaba, una reducción en la participación del ron y el aguardiente en el total del volumen de venta del segmento espirituosos, del 67.8% en 2020 a 55.1% para el 2025.

Sin embargo, el comportamiento del mercado de las bebidas espirituosas en el periodo post COVID-19, se mostró particularmente favorable, para las ventas del ron y el aguardiente.

Licorera	2021	2022	2023	2024*
Fábrica de Licores de Antioquia	43	53,3	67,3	66,9
Industria Licorera de Caldas	33,8	38,3	34,7	37,5
Empresa de Licores de Cundinamarca	10	11,9	9,1	7,4
Industria de Licores del Valle	8,6	11,2	10,5	9,8
Otras licoreras oficiales	5,8	7,2	6,4	4,4
Total general	**101**	**122**	**128**	**126**
Fuente: ACIL, cifras en millones bot 750 ml				
** Notas estados financieros 2024*				

Se puede observar que las licoreras departamentales, a partir del 2021 muestran una recuperación destacada en sus ventas, superando el año 2016 el cual fue el mejor registro para el quinquenio anterior con 116,2 millones de unidades de 750 ml. En el año 2023, las ventas del grupo de licoreras departamentales alcanzaron los 128,1 millones de unidades de 750 ml.



Fuente: elaboración propia, datos ACIL

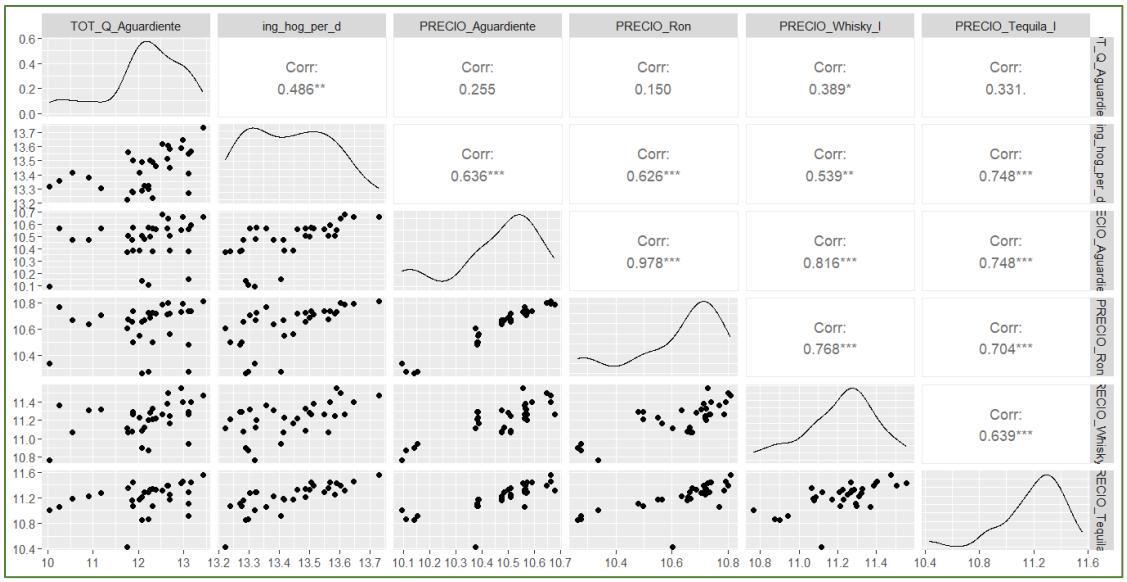
La categoría del aguardiente, impulsado por mayores ventas de la Fábrica de Licores de Antioquia específicamente con el aguardiente Antioqueño 24°, explica en gran medida el crecimiento, ganando una porción importante del mercado frente al whisky y el ron.

a) Demanda y necesidades del mercado:

Al realizar un ejercicio de correlación entre las cantidades demandas, los ingresos per cápita de los hogares del departamento y los precios calculados se observan unos hechos interesantes: i) la demanda de aguardiente nacional está positivamente correlacionada con el ingreso, pero no se encuentra correlación positiva entre esta y los precios propios o de bienes sustitutos, salvo con una correlación significativa con el precio del whisky, que parece ser el sustituto más cercano. ii) en el caso de la demanda de ron no se encuentra correlación significativa ni con el ingreso ni con los precios considerados. iii) las correlaciones simples de la demanda de whisky indican una asociación positiva con el ingreso por persona de los hogares del departamento, así como una correlación positiva con los precios del aguardiente, el ron y el tequila, mostrando algún grado de sustituibilidad en los bienes. iv) En el caso del tequila las correlaciones resultan positivas y significativas con todas las variables antes mencionadas, lo que podría indicar que este es un bien de lujo al tener una demanda que crece a mayores precios. En general los licores demandados en el departamento parecen ser bienes normales, y tener algún grado de sustituibilidad entre ellos.

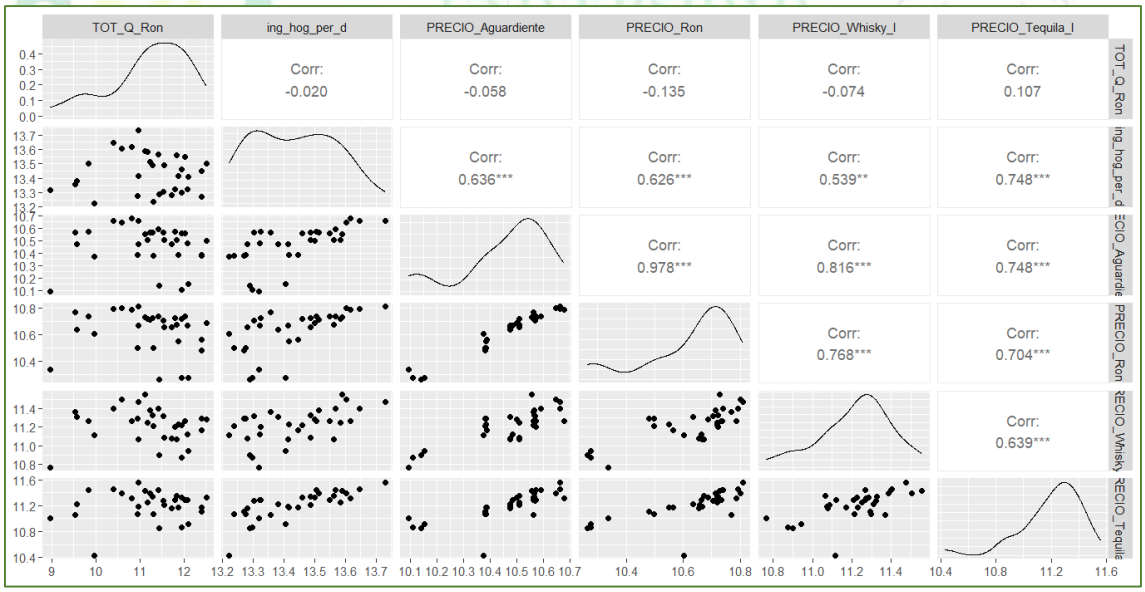
Es importante mencionar que este es un ejercicio exploratorio inicial de correlaciones simples para detectar algunos hechos estilizados relacionados con la demanda de licores en el departamento del Quindío, y un ejercicio posterior de correlaciones parciales o de estimación causal puede ayudar a medir de manera más precisa la elasticidad precio e ingreso del consumo de licores en el departamento.

Gráfico 2. Correlaciones precios cantidades – Aguardiente



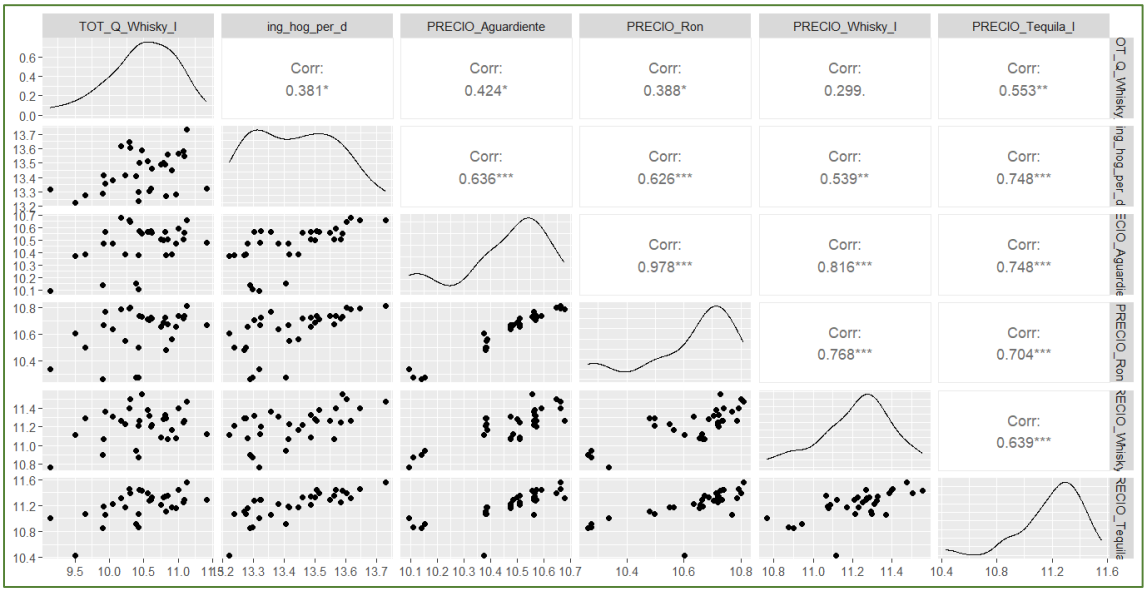
Fuente: elaboración propia con datos de Infoconsumo y de GEIH

Gráfico 3. Correlaciones precios cantidades – Ron



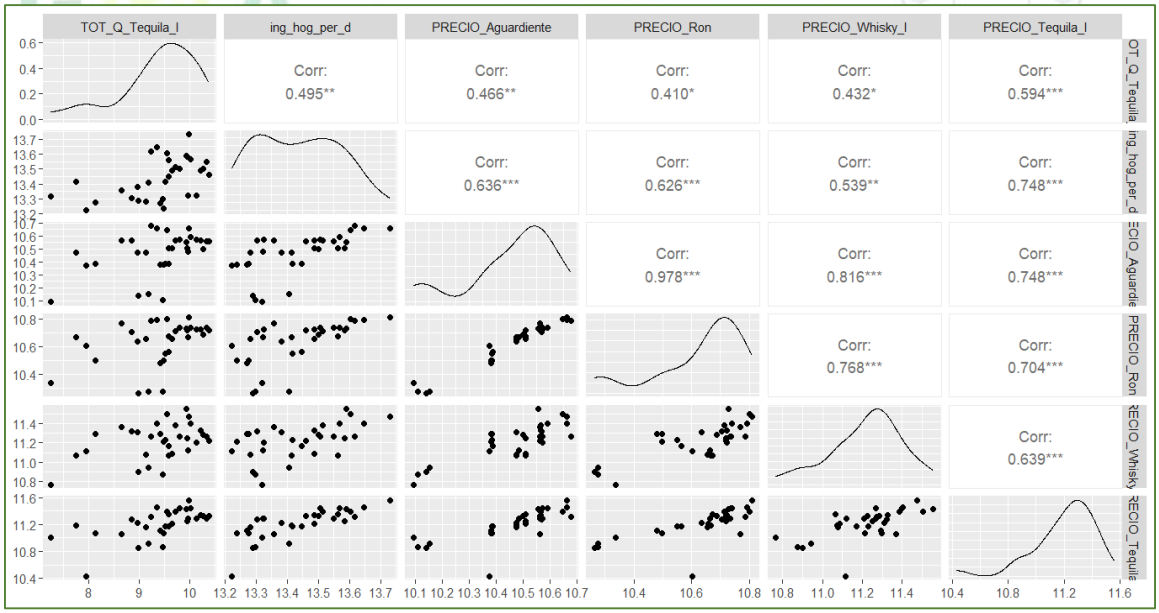
Fuente: elaboración propia con datos de Infoconsumo y de GEIH

Gráfico 4.Correlaciones precios cantidades – Whisky



Fuente: elaboración propia con datos de Infoconsumo y de GEIH

Gráfico 5.Correlaciones precios cantidades – Tequila



Fuente: elaboración propia con datos de Infoconsumo y de GEIH

b) Análisis de la competencia:

El mercado de las bebidas alcohólicas en Colombia tiene un comportamiento similar al de otros mercados en el mundo. Los volúmenes están dominados por la Cerveza con marcas pertenecientes a multinacionales, seguido de las bebidas espirituosas, donde el aguardiente y el ron son protagonistas y donde hay participación de productores locales, principalmente licoreras departamentales.

Categoría (mll de litros)	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Cerveza	2.397,50	2.577,40	2.358,00	2.673,10	2.872,10	2.937,40
Espirituosos	90,3	79,5	57,3	98,2	116,4	118
Vino	34,4	36,8	37,4	37,9	41,2	40,4
RTDs	4,5	4,6	4,7	9,8	14,1	18,6
Sidra	0,01	0,22	0,2	0,26	0,29	0,25
Bebidas Alcohólicas	**2.526,60**	**2,698.3**	**2,457.5**	**2,819.1**	**3,043.8**	**3,114.4**
Fuente: Euromonitor International 2024						

En relación con las bebidas espirituosas, la mayor participación del mercado la ostentan marcas de aguardiente y ron producidas por licoreras departamentales.

Marcas/Compañía	2020	2021	2022	2023
Aguardiente Antioqueño (Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia)	14,4	24,6	29,8	37,4
Ron Viejo de Caldas (Industria Licorera de Caldas)	22	19,1	17,3	13,9
Aguardiente Blanco (Industria de Licores del Valle)	4,9	4,6	6	5,8
Aguardiente Néctar (Empresa de Licores de Cundinamarca SA)	3,9	5,8	5,1	5
Aguardiente Cristal (Industria Licorera de Caldas)	3,2	2,7	3,6	4,9
Ron Medellín (Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia)	6,8	6,6	5	4
Caucano (Industria Licorera del Cauca)	2,1	2,7	2,7	2,8
Doble Anís (Fábrica de Licores del Huila)	1	1,6	1,8	2,1
Domecq (Bodega Las Copas SL - PDC Vinos y Licores Ltda)	3,8	2,2	1,9	1,9
Buchanan's De Luxe (Diageo Colombia SA - Diageo Plc)	2,6	2,3	2,3	1,6
Others	35,1	27,8	24,6	20,6
Total	**100**	**100**	**100**	**100**
Fuente: Euromonitor International 2024				

La marca de mayor participación de mercado en la categoría de espirituosos es aguardiente Antioqueño con 37.4%, las siguientes marcas hasta la posición octava, Doble Anís, son marcas pertenecientes a productoras de licores departamentales. Estas tienen el 75.9% del mercado.

c) Tendencias del mercado:

Las decisiones de consumo en los años post pandemia han estado influenciadas, en Colombia, por las condiciones económicas principalmente de los últimos dos años, donde el crecimiento económico ha sido inferior a las expectativas del mercado. En el año 2023 el PIB fue del 0.7%, mientras que en al año 2024 registró un 1.7%.

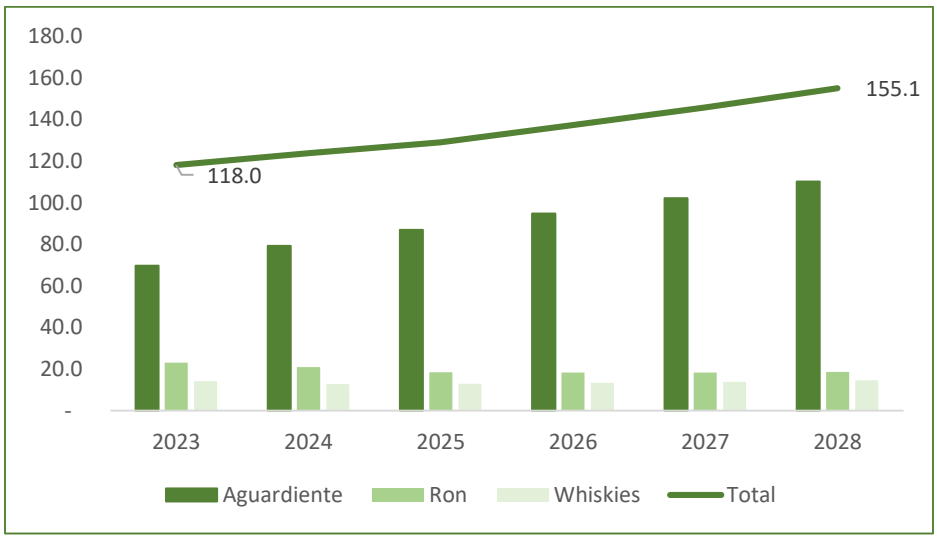
Estas condiciones económicas han generado un deterioro en la renta disponible de los hogares, desacelerando la tendencia de premiumización que se observó en años anteriores, además impactó la demanda de bebidas espirituosas como el ron y el whisky.

El aguardiente está capitalizando este cambio en los hábitos, los adultos jóvenes están eligiendo bebidas más suaves y menor contenido de alcohol. Esto explica el éxito de productos como el Aguardiente Antioqueño 24°, de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia y el Aguardiente Amarillo de Manzanares 24°, de la Industria de Licores de Caldas. Igualmente, otras licoreras como la Industria de Licores de Cundinamarca, la Industria Licorera del Valle y la Fábrica de Licores del Tolima, han lanzado productos en la categoría de aguardiente con sabores suaves, de colores y menor graduación de alcohol.

La tendencia de menores grados de alcohol y productos más atractivos para el consumidor se ha dinamizado con los Ready To Drink -RTD. A este mercado ingresó, en el año 2023, Quala con la marca Like (4% alcohol), ha mostrado un crecimiento acelerado en los RTD, ofreciendo un precio bajo y con una fuerte presencia en el canal moderno.

La consultora Euromonitor International, en su informe de junio del 2024, estima que para el 2028, las ventas en millones de litros en la categoría de los espirituosos, siga liderada por el aguardiente, pasando de una participación del 59% en el 2023 al 71% en el 2028. Ganando participación frente al Ron y el whisky, se estima que estos pierdan 7,6 y 2,6 puntos porcentuales respectivamente (Ver gráfico).

Gráfico 6. Crecimiento estimado de las bebidas espirituosas 2023-2028 en millones de litros



Fuente: Elaboración propia con datos de Euromonitor International 2024

La consultora internacional, International Wine and Spirits Record-IWSR- especializada en el mercado de licores, identifica 5 tendencias para el año 2025 que influenciaran el mercado de licores.

Se identifica una tendencia al consumo moderado, donde se destaca un menor consumo y/o una menor frecuencia. Además, entre la población joven, con edad para consumir bebidas alcohólicas, está ganando la abstinencia por un periodo determinado de tiempo. Este tipo de comportamientos han sido identificados en países como la India, Sudáfrica, México y Brasil, según la encueta Bevtrac Markets de IWSR. También, se ha identificado que los consumidores están optando por limitarse a un solo tipo de bebida durante un evento.

La tendencia de moderación en el consumo gana popularidad, las categorías no alcohólicas o de bajo contenido de alcohol, se están expandiendo rápidamente, reconfigurando los patrones de consumo.

Se espera un cambia en los países que dinamizan el crecimiento, economías en desarrollo está mostrando un crecimiento importante influenciado por la población joven con creciente ingreso disponible y expansión de la clase media. En la India el consumo de bebidas alcohólicas creció un 4%, con una fuerte demanda por productos premium espirituosos, RTD´S y whisky de malta de la india.

En países del sudeste asiático como Vietnam y Filipinas están experimentando crecimiento en el consumo de cervezas premium y en la categoría de espirituosos. En Sudáfrica el mercado de licores en general destacándose la cerveza, las cidras y los RTD´S. Mientras, en Latinoamérica, sus mayores mercados Brasil y México está creciendo la cerveza premium y los RTD´S.

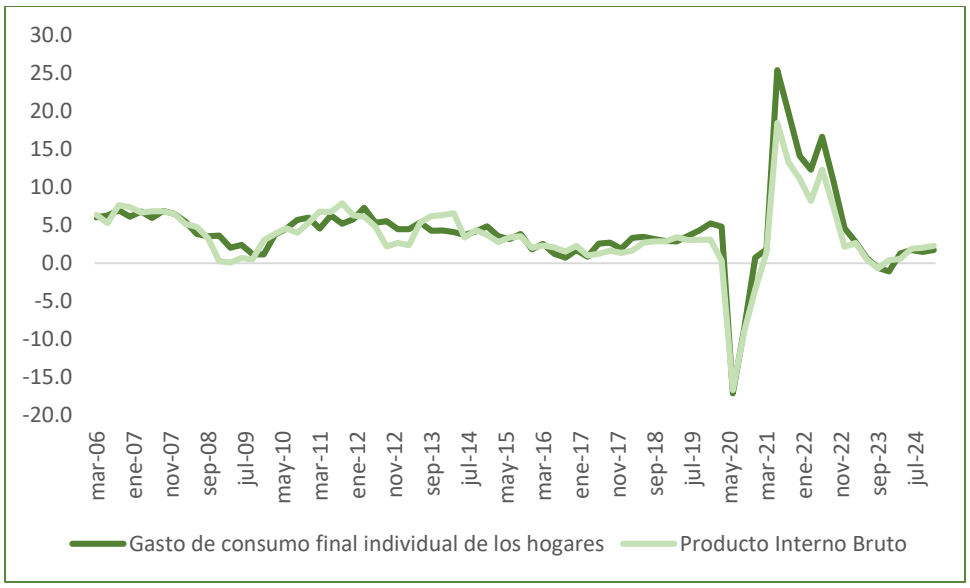
Otra tendencia que se ha identificado es el crecimiento de un consumo casual, especialmente en categorías como el vino rosado, el prosecco, los bitters y los aperitivos espirituosos, según Richard Halstead, director de operaciones de Consumer Insights and Custom Analytics. “Las normas sociales cambiantes, las limitaciones económicas y la preferencia por bebidas relajadas y versátiles están impulsando este cambio”.

d) Economía y condiciones macroeconómicas:

Desde el punto de vista de las variables agregadas de la economía, es importante el análisis del gasto y de las dinámicas de precios, así como el patrón de consumo privado de la economía. Para comenzar, en el gráfico 7 se observa la alta correlación que existe entre el PIB y el consumo de los hogares, mostrando un muy bajo suavizamiento del consumo en la economía colombiana, y en ese sentido una alta volatilidad del consumo privado ante cambios en el ingreso. Las más recientes proyecciones del Banco de la República apuntan a un crecimiento en 2025 y 2026[1] que apenas ronda el 2%, siendo este un dato de crecimiento moderado, que lleva a una perspectiva baja en cuanto a la dinámica del consumo de los hogares.

[1] https://doi.org/n49q

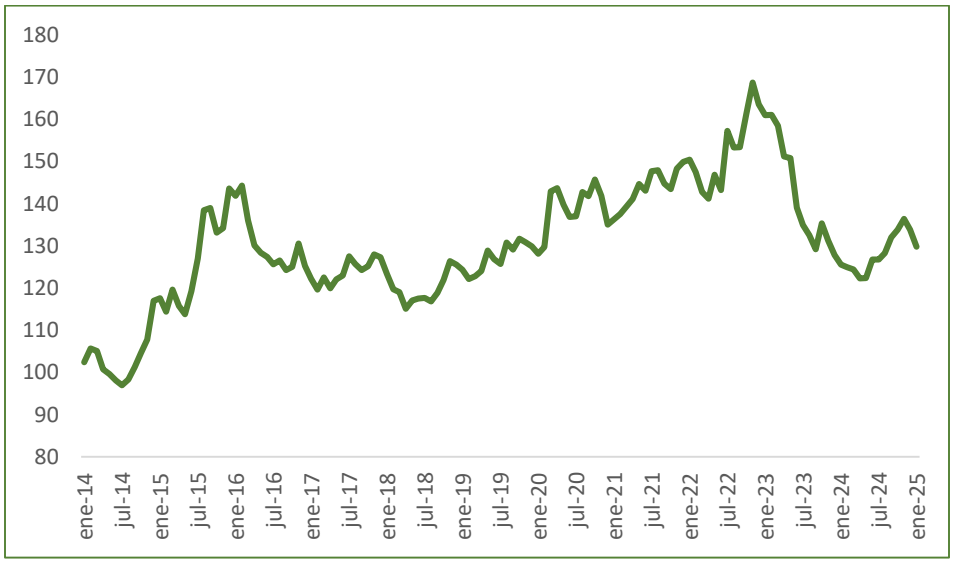
Gráfico 7.Crecimiento del PIB y del consumo de los hogares



Fuente: DANE. Elaboración propia

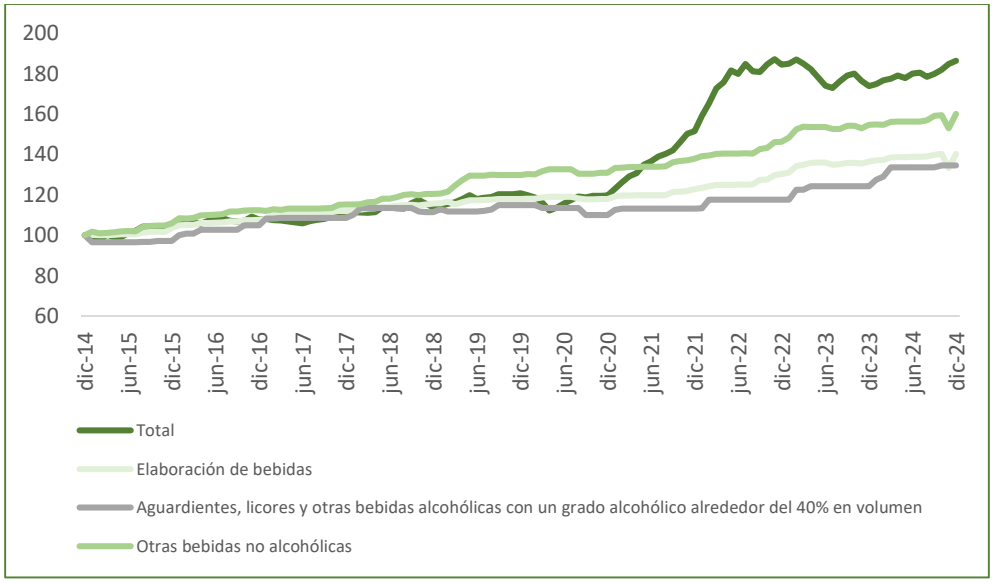
En cuanto a la dinámica de la tasa de cambio real, durante los últimos años puede verse una tendencia a la depreciación de la misma, con una importante reversión desde finales de 2022, que implica una mejora en la competitividad en precios de los productos importados, lo que puede incentivar mayores compras externas. Aunque la dinámica de crecimiento del ingreso del país actúa en sentido opuesto en el actual contexto de bajo crecimiento económico.

Gráfico 8.Índice de la tasa de cambio real



Fuente: Banco de la República. Elaboración propia

Gráfico 9.Índice de Precios del Productor - Producción Nacional (PN)



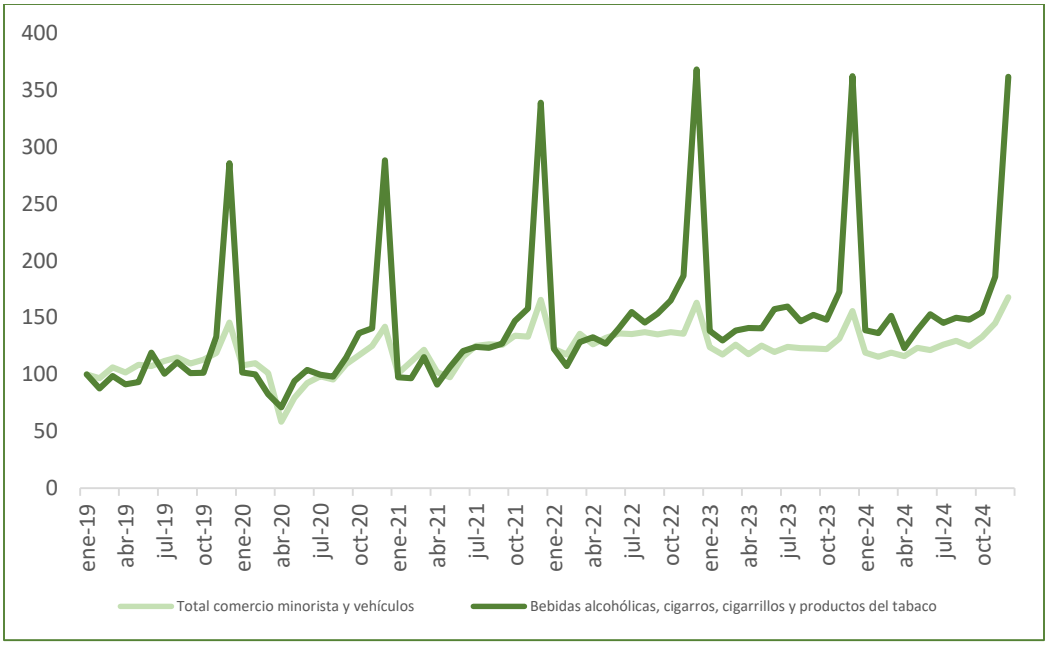
Fuente: DANE. Elaboración propia

EL índice de precios al productor, tomando como referencia la producción nacional, muestra que en el caso de los rubros de bebidas no se da el quiebre en la dinámica de evolución de los precios que se observa en los precios al consumidor. Si bien a partir de la pandemia el IPP total comienda una etapa de incremento pronunciado, para los rubros asociados a bebidas alcohólicas y no alcohólicas, la dinámica de variación de los precios al productor siguió el ritmo prepandemia que se venía observando.

En relación con las ventas (reales) de productos asociados a bebidas alcohólicas, se observa (en el gráfico 10) una dinámica algo superior a las ventas totales del comercio minorista, con una estacionalidad más marcada en el caso de las bebidas alcohólicas que lo que se tiene a nivel agregado. Al comparar las variaciones diciembre a diciembre se observa que los niveles de los últimos dos años tuvieron retrocesos que, aunque leves, muestran cierto estancamiento en las ventas de este sector en el mes de mayor dinamismo.

Es importante resaltar que el comportamiento de las ventas en valores reales de bebidas alcohólicas sigue un patrón cíclico, con una notable concentración en el último trimestre del año. Este incremento está impulsado por festividades tradicionales como Halloween, Navidad, Año Nuevo y las celebraciones de fin de año en empresas y hogares, donde el consumo de estos productos se intensifica. Además, eventos como la Feria de Cali y la Feria de Manizales contribuyen a mantener alta la demanda en diciembre y enero. A esto se suman estrategias comerciales y promocionales que refuerzan el aumento en las ventas durante este periodo.

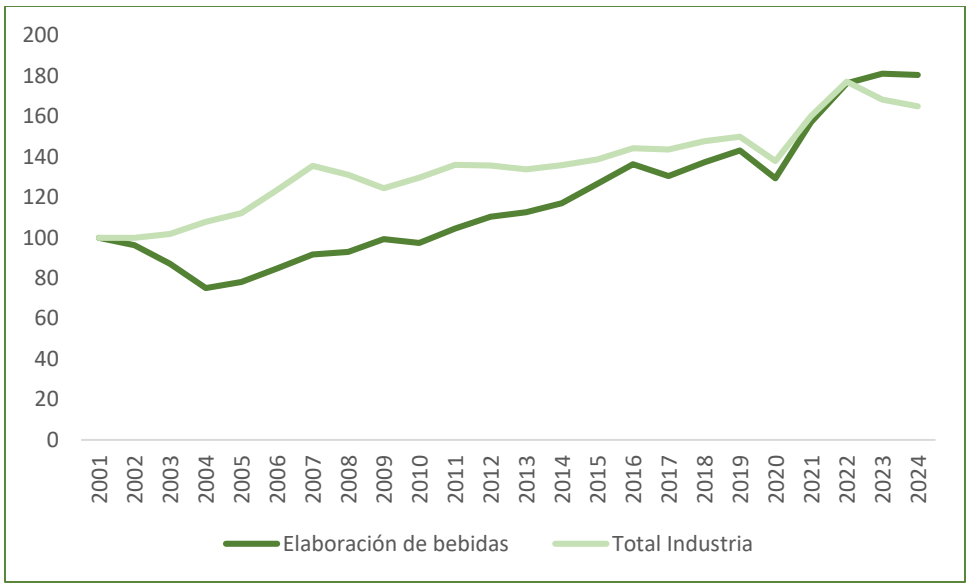
Gráfico 10.Índices de las ventas en valores reales



Fuente: DANE. Elaboración propia

En relación con la producción del segmento de elaboración de bebidas (datos no desagregados por alcohólicas/no alcohólicas) y su dinámica comparativa con el total de la industria, se encuentra que a comienzos de periodo las ventas de bebidas tuvieron una serie de caídas, pero desde 2004 se presentó una evolución más marcada de este renglón productivo relativa a la dinámica general de la industria. Aunque este segmento se vio afectado por la crisis del 2020, luego de este choque se evidencia un crecimiento sólido, y para 2023 y 2024 los niveles de producción real se sostienen aún en un contexto en que la producción general de la industria tuvo una dinámica desfavorable.

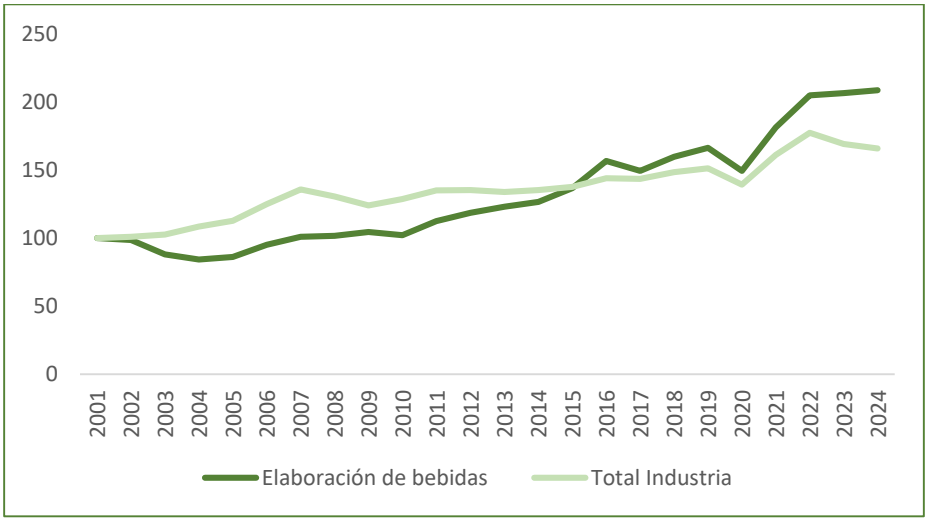
Gráfico 11.Índices enlazados de la producción real según clase industrial



Fuente: DANE. Elaboración propia

Con relación a las ventas reales de la industria, la elaboración de bebidas muestra, en 2024, unos niveles tres veces por encima de los que se tenía en 2001, con un crecimiento que está por encima de lo observado para el total de la industria, y teniendo leves incrementos en los dos últimos años, cuando las ventas del agregado industrial tuvieron retrocesos (gráfica 12).

Gráfico 12.Índices enlazados de las ventas reales según clase industrial

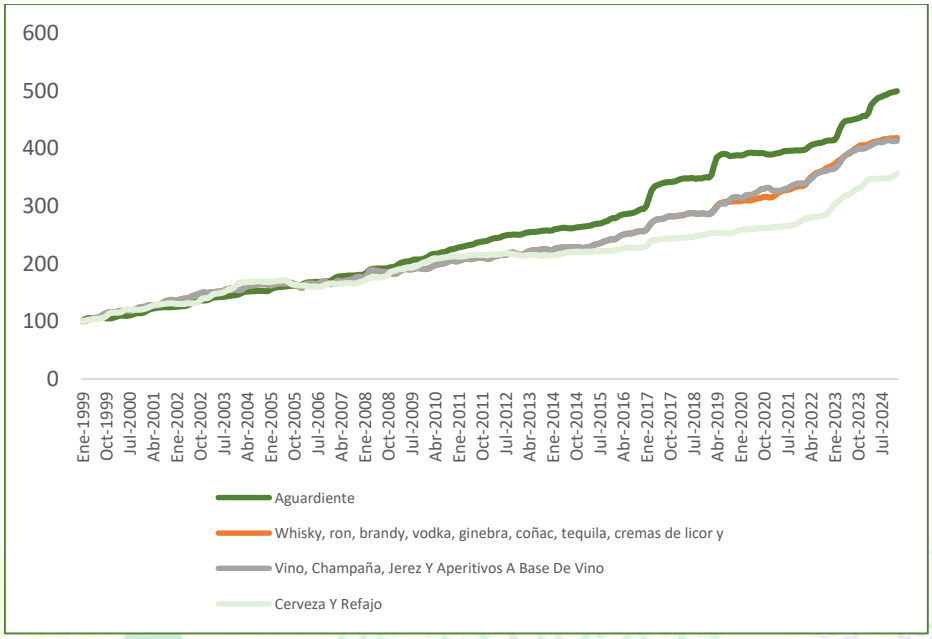


Fuente: DANE. Elaboración propia

Del lado nominal, se presentan las dinámicas de los precios asociados a las bebidas alcohólicas para lo corrido del siglo. La gráfica 13 muestra el crecimiento generalizado de los precios de los licores, con los mayores incrementos dados en el caso del aguardiente, y los menores en cerveza y refajo. Otro tipo de bebidas fermentadas y destiladas muestran crecimientos intermedios. Es importante

resaltar que desde finales de 2022 se da un quiebre en la tendencia de la evolución de los precios de los licores con lo que se acentúan los incrementos con mayor fuerza en aguardiente y cerveza. Esto puede ser resultados de excesos de demanda o incrementos en costos que terminan reflejándose en precios mayores al consumidor.

Gráfico 13.Índice de precios de bebidas alcohólicas

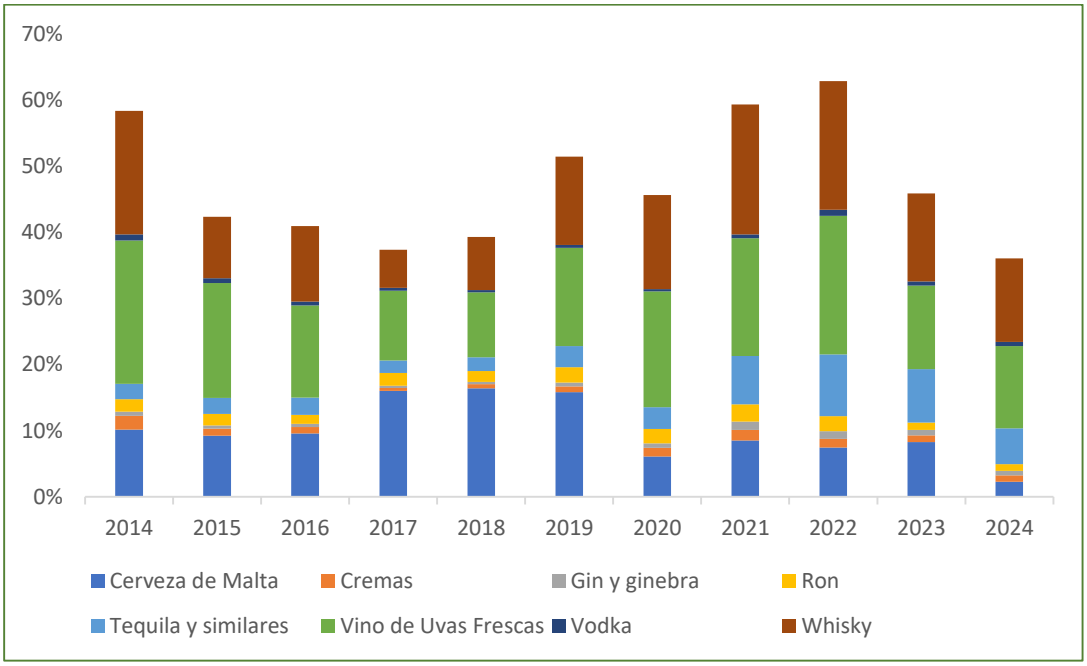


Fuente: DANE. Elaboración propia

Comportamiento de las importaciones

En el análisis es importante considerar la dinámica del sector externo en la medida que al estar inmersos en un mercado global las dinámicas de competencia y consumo van más allá de las fronteras nacionales. En este caso se presentan los datos de importaciones en valores, cantidades y precios implícitos de los rubros más representativos en la sección de bebidas dentro de las compras externas del país. Específicamente, el análisis se centra en el capítulo denominado Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre, del cual presentamos la contribución de las partidas de mayor peso relacionadas con bebidas alcohólicas, y las principales dinámicas asociadas a estas variables.

Gráfico 14.Participación de partidas arancelarias de licores en el capítulo de Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre

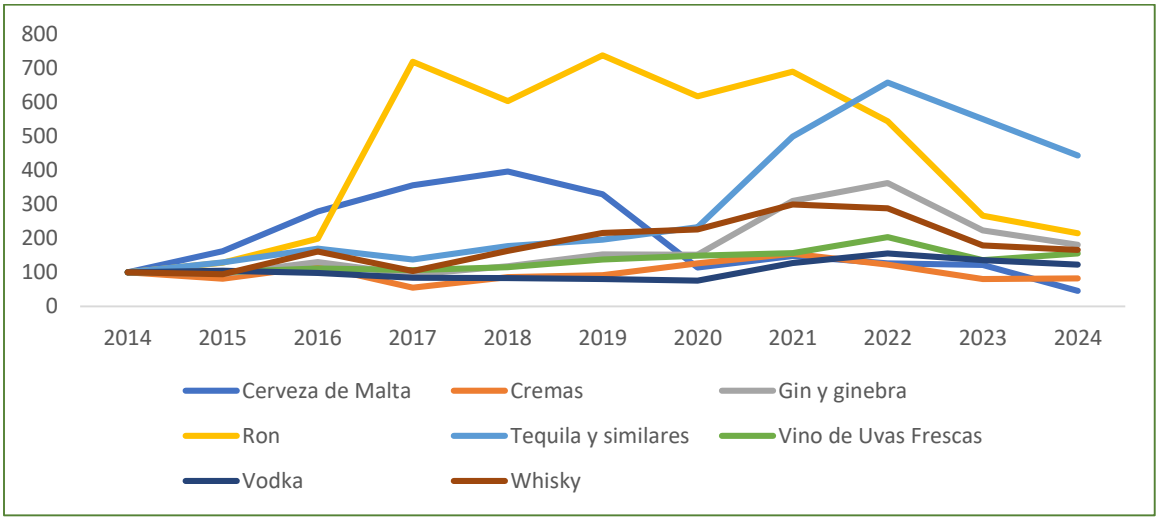


Fuente: DANE. Elaboración propia

La mayor contribución en términos de valor de las importaciones se tiene en el caso del Vino, con una participación que promedia el 15% en el periodo de análisis, y es bastante estable en este período. Llama la atención el aumento en la participación que se da en el caso de la cerveza de malta alrededor del 2019, con una caída de este rubro en años reciente. En el caso del Whisky se observa una participación estable a lo largo del tiempo. En años recientes se hace evidente una participación cada vez mayor del tequila, que para el 2024 alcanzó una participación promedio de 5.1%.

La dinámica de las cantidades importadas en estos rubros muestra que en general se dio un incremento en los niveles de las unidades importadas de cada tipo de bebida hasta 2021, pero después de esto se observa un retroceso en las cantidades importadas, siendo esta dinámica menos marcada en el caso del tequila, y más acentuada en el caso del ron. En general se observan unos niveles de importaciones cercanos a los que se tenían hace 10 años para los rubros presentados.

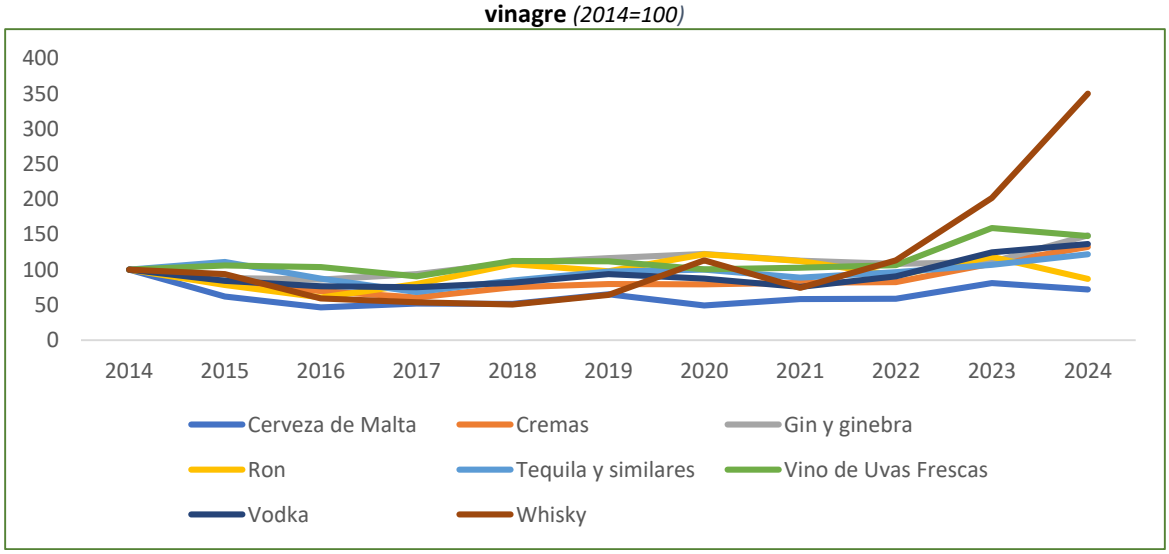
Gráfico 15.Índice de unidades importadas de partidas arancelarias de licores en el capítulo de Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre *(2014=100)*



Fuente: DANE. Elaboración propia

Para el análisis de precios se realiza un cálculo simple de precios implícitos, el cual no es otra cosa que el cociente entre el valor importado y las cantidades reportadas por partida arancelaria. En general se estiman unos precios implícitos en dólares que no han variado mucho respecto al nivel de referencia promedio de 2014, aunque se destaca los marcados incrementos en el precio relacionado con el Whisky, y en menor grado con el vino y la ginebra. Es interesante notar que, si bien el ron y la cerveza de malta tienen asociados unos precios implícitos menores que los de comienzo de periodo, esto no se ha reflejado en incrementos en las cantidades importadas, al contrario de lo que puede estar ocurriendo con el Whisky y las cremas, cuyas cantidades si parecen responder de forma inversa a la dinámica de precios en períodos recientes.

Gráfico 16.Participación de partidas arancelarias de licores en el capítulo de Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre *(2014=100)*



Fuente: DANE. Elaboración propia

e) Canal de distribución:

Canales de distribución en el Quindío:

De acuerdo a la base de datos de contribuyentes del departamento del Quindío, se identificaron 678 registros en siete categorías distintas, lo cual permite establecer una visión general de la capacidad instalada en el departamento en relación con la forma en que los productos llegan al consumidor final. Esto incluye los canales de venta físicos y online, los intermediarios y las estrategias de distribución. A continuación, se presenta un resumen de los hallazgos por categoría y municipio:

- Empresas distribuidoras: Se registraron 218 empresas dedicadas a labores de distribución, principalmente en Armenia (191), Calarcá (15) y Circasia (7). Su presencia en varios municipios indica una red de distribución establecida que abarca todo el departamento
- Empresas distribuidoras e importadoras: 171 contribuyentes combinan actividades de importación y distribución, con mayor presencia en Armenia (145), Calarcá (8) y Circasia (10). Lo que sugiere un canal que incluye tanto productos locales como externos.
- Empresas importadoras y productoras: 45 empresas se dedican a la importación y producción, ubicadas principalmente en Armenia (33), Calarcá (5) y Circasia (2).
- Empresas importadoras: 31 empresas se dedican a labores de importación, la mayoría en Armenia (29) y Circasia (2).
- Empresas productoras, distribuidoras e importadoras: 5 empresas realizan las tres actividades, principalmente en Armenia (4) y Circasia (1).
- Empresas productoras y distribuidoras: 121 empresas combinan producción y distribución, con mayor concentración en Armenia (90), Calarcá (17) y Circasia (3). Lo que indica un canal integrado que controla ambas etapas.
- Empresas productoras: 87 empresas se dedican a actividades de producción, principalmente en Armenia (71), Calarcá (7) y Circasia (4).

Si bien esta caracterización proporciona una visión general valiosa, es importante tener en cuenta que no necesariamente refleja el interés de los contribuyentes, sino más bien la capacidad instalada del departamento para llevar a cabo diversas actividades relacionadas con la producción, distribución e importación de productos.

Municipio	Distribuidores	Importadores	Productores	Importador y Distribuidor	Importador y Productor	Productor y Distribuidor	Productor Distribuidor e Importador	Totales
Armenia	191	29	71	145	33	90	4	**563**
Calarca	15		7	8	5	17		**52**
Circasia	7	2	4	10	2	3	1	**29**
Filandia	1			1	1	5		**8**
La Tebaida	3			7	1	1		**12**
Pijao	1					1		**2**
Montenegro			2		1	1		**4**
Quimbaya			1		2	1		**4**
Salento						2		**2**
Genova			2					**2**
Totales	**218**	**31**	**87**	**171**	**45**	**121**	**5**	**678**

Fuente: Base de datos de contribuyentes – Departamento del Quindío. Elaboración propia

Canales de distribución en Colombia:

La distribución en Colombia de las bebidas alcohólicas, en los últimos años se ha especializado y profesionalizado. A esta industria han llegado las estrategias del consumo masivo y las multinacionales como Diageo, Pernord Ricard, AB InBev ayudaron a dinamizar el mercado en su distribución y forma de llegar al consumidor final. Empresas locales especializadas en el mercado de consumo masivo han incorporado en sus portafolios las bebidas alcohólicas ayudando a su crecimiento en ventas, se destacan empresas como Dislicores, Altipal, Meico entre otras.

Las bebidas alcohólicas en Colombia llegan al consumidor final a través de dos grandes canales, el canal off trade son aquellos establecimientos donde el consumidor adquiere el producto y su consumo se da en un sitio diferente. De este canal hacen parte los supermercados y las tiendas de conveniencia; el canal On trade son aquellos comercios donde el consumo de los productos se da en sitio y agrupa los hoteles, restaurantes y servicio de catering, estos son conocidos como HORECA.

El año 2023 fue un año de retos para la comercialización de bebidas alcohólicas en Colombia, tanto en el canal off-trade como en el on-trade. Después de los registros positivos de los dos primeros años posteriores a la pandemia, las presiones inflacionarias afectaron el presupuesto de los hogares y según la consultora Euromonitor Internacional en su informe de junio de 2024, se presentó una reducción en el comercio de licores en restaurantes y bares. Las ventas en volumen del canal on-trade cayeron en el 2023 y aún no se alcanzan los volúmenes de prepandemia que se dieron en el año 2019.

El incremento en los precios en el año 2023 estuvo influenciado principalmente por mayores costos en la producción y la importación de productos. En Colombia los productores locales tuvieron que gestionar incrementos en sus principales insumos como el alcohol extra neutro, restricción en el suministro de vidrio de la principal productora, al interior del país, esto llevo a que muchos productores importaran vidrio a mayores precios. El choque de oferta en los insumos, que derivó en un incremento de precios, sumado a la reducción de presupuesto de los hogares hizo que las bebidas espirituosas fueran menos asequibles.

Categoría-Volumen	Off-trade (%)	On-trade (%)	Total (%)
Cervezas	80.8	19.2	100
Sidra	100.0	-	100
RTDs	94.7	5.3	100
Espirituosos	70.5	29.5	100
Vino	89.0	11.0	100
Bebidas Alcohólicas	**80.6**	**19.4**	**100**
Fuente: Euromonitor International 2024			

Como se observa en la tabla anexa, el 80.6% de las bebidas alcohólicas en Colombia se venden en el canal off-trade y el 19.4% en el on-trade.

Las principales empresas productoras y/o distribuidoras de licores en Colombia, está liderado por la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia quien para el 2023 tenía el 41.3% del mercado con los productos de su portafolio, seguido por la Industria Licorera de Caldas con 18,8% y Diageo con 9,0%. Se destaca el comportamiento de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia, en la categoría de espirituosos, pasó de una participación del 33.9% en el 2019 al 41.3%. Refleja el cambio de tendencia del mercado hacia el consumo de aguardiente y la reducción del Ron y el whisky, lo que explica la reducción en la participación de mercado por parte de la Industria de Licores de Caldas y Diageo.

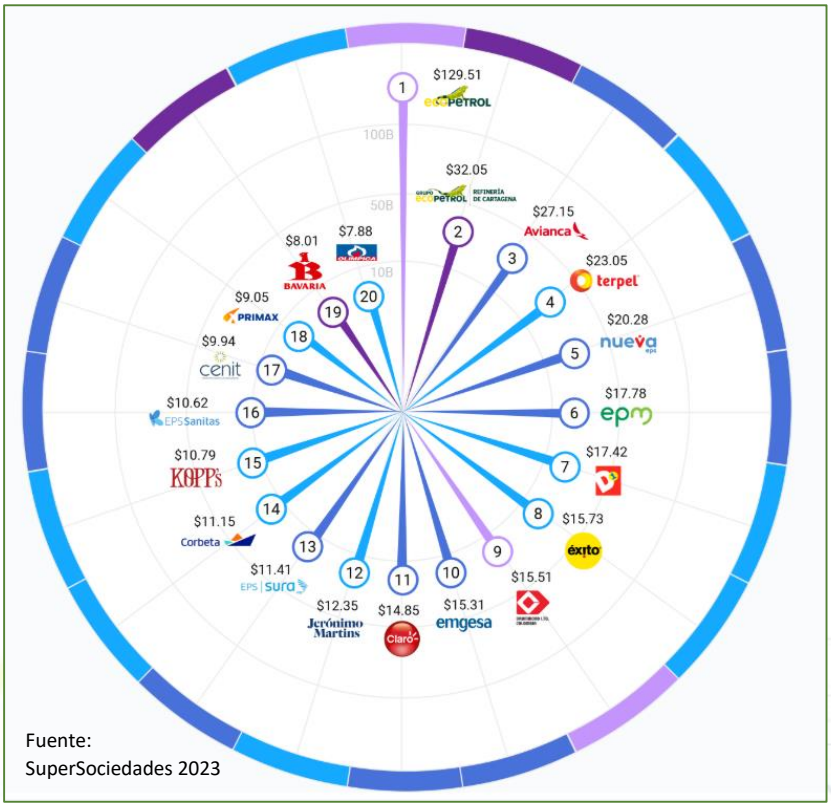
Compañía	2019	2020	2021	2022	2023
Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia	33,9	21,2	31,2	34,8	41,3
Industria Licorera de Caldas	20,3	25,2	21,8	20,9	18,8
Diageo Plc	12,7	19,9	15,4	12,3	9,0
Industria de Licores del Valle	4,1	4,9	4,6	6,0	5,8
Empresa de Licores de Cundinamarca SA	11,1	4,7	6,1	5,5	5,1
Pernod Ricard Groupe	3,1	4,8	4,0	3,7	3,5
Industria Licorera del Cauca	1,4	2,1	2,7	2,7	2,8
Fábrica de Licores del Huila	1,2	1,0	1,6	1,8	2,1
Bodega Las Copas SL	2,7	3,8	2,2	1,9	1,9
Brown-Forman Corp	0,7	0,9	0,9	1,1	1,3
Bacardi & Co Ltd	0,7	0,9	0,8	0,9	0,9
Becle SAB de CV	0,7	0,8	0,7	1,0	0,9
William Grant & Sons Ltd	0,7	1,1	0,9	0,9	0,9
D1 SAS	-	-	-	0,8	0,9
Fábrica de Licores del Tolima	0,2	0,3	0,4	0,4	0,4
Empresa de Licores del Meta	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3
Industria Licorera de Boyacá	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3
Vinos de la Corte SA	0,5	0,6	0,3	0,3	0,3
Corporativo Destilería Santa Lucía SA de CV	0,0	0,2	0,2	0,2	0,2
Mast-Jägermeister SE	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1
Destilería Nacional	0,4	0,4	0,2	0,1	0,1
Coloma Ltda	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
Procesadora de Vinos Rivera Ltda	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1
Sabajón Apolo SA	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
Cía Tequilera de Arandas SA de CV	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Koba Colombia SAS	0,1	0,7	0,7	-	-
Industria Licorera de Bolívar	-	-	-	-	-
Grupo Cuervo SA de CV	-	-	-	-	-
Others	4,3	5,4	4,2	3,7	2,8
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Fuente: Euromonitor International 2024

Canal Off-Trade Supermercados

En Colombia operan cadenas de supermercados nacionales e internacionales, se ha dinamizado en los últimos años con la incursión de formatos novedosos y atractivos para los consumidores. Es uno de los lugares de compra habitual de alimentos y bebidas. En este grupo de comercios se encuentran grandes superficies como supermercados, hipermercados y los Hard Discount.

Especialmente los Hard Discount han alcanzado gran crecimiento, para el año 2023, la cadena D1 alcanzo ventas de $17.4 billones, superando al Éxito, cadena de gran tradición en el mercado colombiano.



Fuente:
SuperSociedades 2023

Jeronimo Martins, operadora de las tiendas de Hard Discount ARA, en el año 2023 alcanzo ventas por $12.3 billones.Ambas empresas se encuentran en el grupo de las 20 mayores empresas del país por ingresos.

Canal Off-Tiendas de conveniencia

El canal tradicional en Colombia sigue manteniendo una gran influencia en el comercio del país, según datos de Fenalco existen alrededor de 500 mil tiendas. Este tipo de canal es el lugar de compra de mayor uso por parte de los estratos bajos, para otros estratos se convierte en una alternativa a los supermercados, sobre todo por la cercanía. La frecuencia de compra en estos establecimientos es mayor, sin embargo, el desembolso de la compra es inferior al que se presenta en los supermercados.

Off Trade %-Volumen	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Tiendas de Conveniencia	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Supermercados	9,6	8,5	9,1	7,9	7,9	7,9
Hipermercados	7,9	9,3	10,1	8,8	8,8	8,8
Tiendas de Descuento	2,3	2,1	2,2	2,2	2,3	2,4
Especialistas en Alimentos/Bebidas/Tabaco	10,7	9,6	10,3	9	9	9

Pequeños Comerciantes	69,1	69,6	65,3	69,6	69,5	69,3
E-Commerce	0,3	0,9	2,9	2,4	2,5	2,5
Total, canal	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
Fuente: Euromonitor International						

En la tabla, de las participaciones porcentuales del canal off-trade, se observa que los pequeños comercios han explicado el 69% de las ventas de las bebidas alcohólicas, solo en el año 2020 participan en un 65%, reducción explicada por las restricciones comerciales en la pandemia del COVID-19. Se destaca el canal E-commerce que en el año 2020 alcanzó una participación del 2.9% y en los años posteriores se estabilizó en un 2.5%.

Canal On-Trade HORECA

Las empresas productoras y distribuidoras de licores le han dado gran relevancia a este canal de distribución por el posicionamiento que permite de las marcas. La venta y consumo en el punto de servicio, de una canal que ha crecido y profesionalizado en los últimos años ha llamado el interés de las marcas de licores para mantenerse en los gustos de los consumidores.

El canal Horeca permite una mayor experiencia al consumidor vinculando el servicio y ambientación a las marcas. Esto ha incentivado la formación de bartenders, manejo de productos exclusivos y uso de material exclusivo como vasos, carteles, menús entre otros.

Algunas de las estrategias en este canal por parte de las empresas distribuidoras son las alianzas con bares y restaurantes para el impulso de una marca de licor específica, para esto se ofrecen descuentos o beneficios que garanticen la exclusividad. Este canal, también es usado para el lanzamiento de nuevos productos.

f) Aspectos culturales y sociales:

En Colombia, el consumo de bebidas alcohólicas forma parte integral de la vida social y festiva. Su consumo está ampliamente aceptado en eventos familiares, celebraciones regionales y reuniones comunitarias. No obstante, también existen regulaciones y normas sociales que promueven el consumo responsable. En el Quindío, específicamente, el consumo de licor está vinculado con las tradiciones locales, como las Fiestas del Café, donde bebidas como el aguardiente y el ron tienen una presencia destacada. Además, en comunidades rurales, licores artesanales como el guarapo y la chicha poseen una fuerte identidad cultural, lo que podría influir en la aceptación de nuevos productos si estos integran elementos locales en su composición o presentación.

El contexto cultural también está marcado por la relación simbólica del alcohol con la masculinidad, la celebración y el estatus social. En muchos entornos, especialmente rurales, el consumo de bebidas fuertes se asocia con la hombría, la resistencia y el liderazgo dentro de los grupos sociales. Esto puede generar una mayor aceptación de productos con mayor grado alcohólico, siempre y cuando se adapten al imaginario cultural del consumidor. Sin embargo, esta misma relación simbólica también puede reforzar patrones problemáticos, como la presión social para beber en exceso o la naturalización del consumo desde edades tempranas.

Por otro lado, el consumo de bebidas alcohólicas en Colombia varía según el perfil del consumidor. En entornos urbanos y turísticos, ha crecido la demanda de licores premium y productos diferenciados, como los que incorporan infusiones con café o destacan por su alta calidad. En el Quindío, esta tendencia se intensifica debido a la fuerte presencia del turismo, lo que genera oportunidades para la introducción de un licor con identidad regional. Sin embargo, en sectores más tradicionales, se mantiene la preferencia por bebidas clásicas y de menor innovación, lo que implica la necesidad de estrategias comerciales diferenciadas para cada segmento de mercado.

A pesar de la aceptación cultural del alcohol, existen preocupaciones sociales relacionadas con su abuso. Según la Encuesta Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas (ENCSPA, 2019), el 52.8% de los adolescentes de 12 a 17 años ha consumido alcohol, lo que genera inquietudes en términos de salud pública y bienestar familiar. En el Quindío, la Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ECV, 2023) señala un aumento en la percepción del alcohol como un factor de riesgo asociado a la violencia intrafamiliar y problemas de seguridad. Ante este panorama, es fundamental que cualquier estrategia de comercialización incluya un componente de responsabilidad social, con iniciativas que fomenten el consumo moderado y responsable.

Además, el contexto cultural actual muestra una creciente demanda por prácticas de consumo éticas y sostenibles. La población joven, en especial, valora cada vez más las marcas que promueven la inclusión, la responsabilidad social y la conexión con lo local. Esta tendencia ofrece una oportunidad para que productos con contenido alcohólico superior a 15° se posicionen como bebidas exclusivas, asociadas a experiencias gourmet, turismo cultural y consumo consciente. En este sentido, una estrategia de comercialización que articule el licor con la identidad cafetera del Quindío podría resonar positivamente tanto a nivel local como nacional.

El éxito de un nuevo producto alcohólico en el Quindío dependerá de su alineación con los valores culturales, su capacidad de segmentar el mercado y su compromiso con la responsabilidad social. Integrar la identidad local en la marca puede fortalecer la aceptación del producto, mientras que su vinculación con el sector turístico podría potenciar su demanda. Además, implementar estrategias de educación sobre el consumo responsable contribuirá a mejorar la percepción social y garantizar la sostenibilidad del producto en el mercado.

g) Regulaciones y normativas:

Las normas legales referidas a la explotación del monopolio de licores están contenidas en la Ley 1816 de 2016. A continuación, se identifican las principales disposiciones:

- Monopolio estatal: El Estado tiene la facultad exclusiva de explotar la producción e introducción de licores destilados (Art. 2).
- Finalidad del monopolio: Generar rentas para los departamentos, priorizando salud y educación (Art. 1).
- Competencia departamental: Las asambleas departamentales deciden sobre el ejercicio del monopolio mediante estudios de viabilidad (Art. 4).
- Regulación del alcohol potable: Las normas del monopolio aplican al alcohol potable usado en licores, y los productores e importadores deben registrarse en el SIANCO (Art. 3).

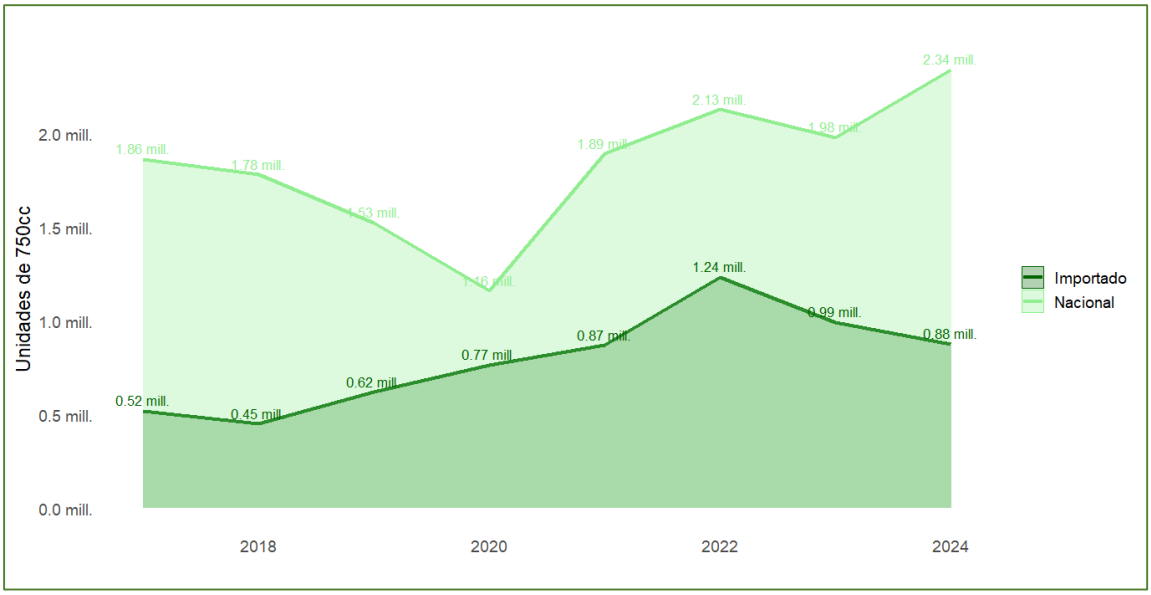
- Principios del monopolio: Se rige por salud pública, no discriminación, competencia y acceso a mercados (Art. 6).
- Producción indirecta: Los departamentos pueden autorizar a terceros a producir licores mediante licitación pública (Art. 7 y 8).
- Permisos de introducción: Se establecen reglas y plazos para la importación de licores, con criterios de transparencia e igualdad (Art. 9 y 10).
- Control y seguimiento: Los gobernadores deben presentar informes anuales sobre la gestión del monopolio (Art. 11).
- Sanciones: Los permisos pueden ser revocados por incumplimiento de requisitos o afectaciones a la salud pública (Art. 12).
- Rentas del monopolio: Los departamentos que lo ejerzan serán titulares de las rentas generadas (Art. 5, 13 y 15).
- Impuesto al consumo: Es incompatible con el monopolio; en su lugar, los departamentos perciben una participación en las rentas (Art. 14).
- Lucha contra el contrabando: Los licores destilados son considerados productos sensibles en la lucha contra el contrabando (Art. 25).
- Salvaguardias a importaciones: Se pueden aplicar restricciones a las importaciones de aguardiente y ron para proteger la producción nacional (Art. 28).

h) Tamaño del mercado y tendencias de crecimiento:

✓ **Tamaño del mercado:**

En el departamento del Quindío se observa una evolución dispar del consumo de licores según el origen de los mismos. Si bien el consumo de licores importados tuvo una tendencia al alza para buena parte del período analizado, a partir del año 2022 se observa un quiebre en el comportamiento, mientras que el consumo de licores nacionales se acentúa en su dinámica alcista en períodos recientes. Es importante destacar antes de 2020 el consumo de licores nacionales en el departamento venía cayendo, pero a partir de ese período comienza una dinámica de recuperación y crecimiento que supera las cantidades observadas antes de la caída.

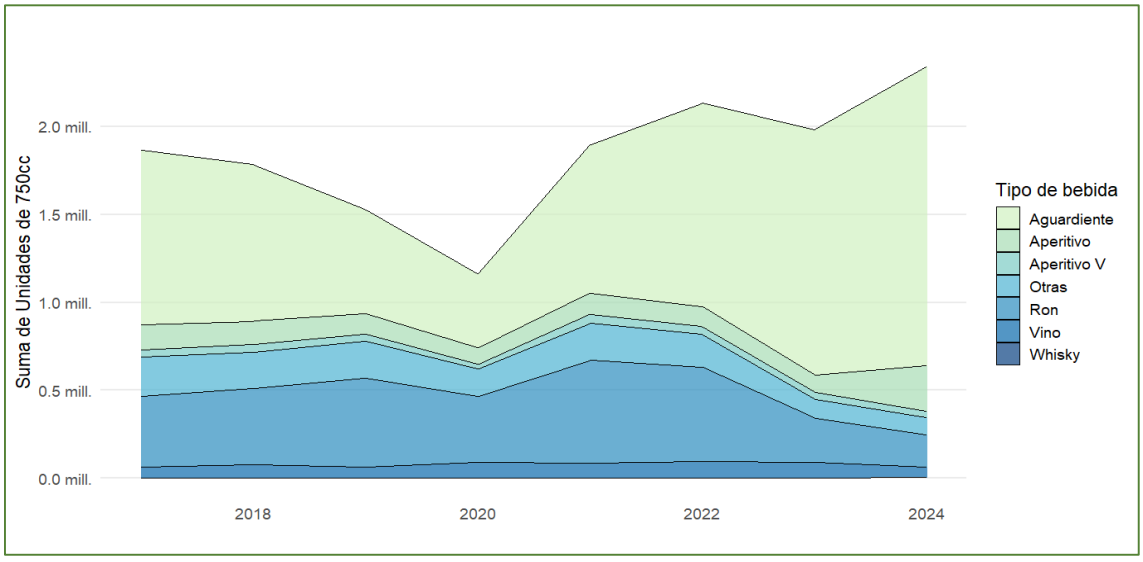
Gráfico 17. Ventas de licores en el departamento del Quindío según origen



Fuente: elaboración propia con datos de Infoconsumo

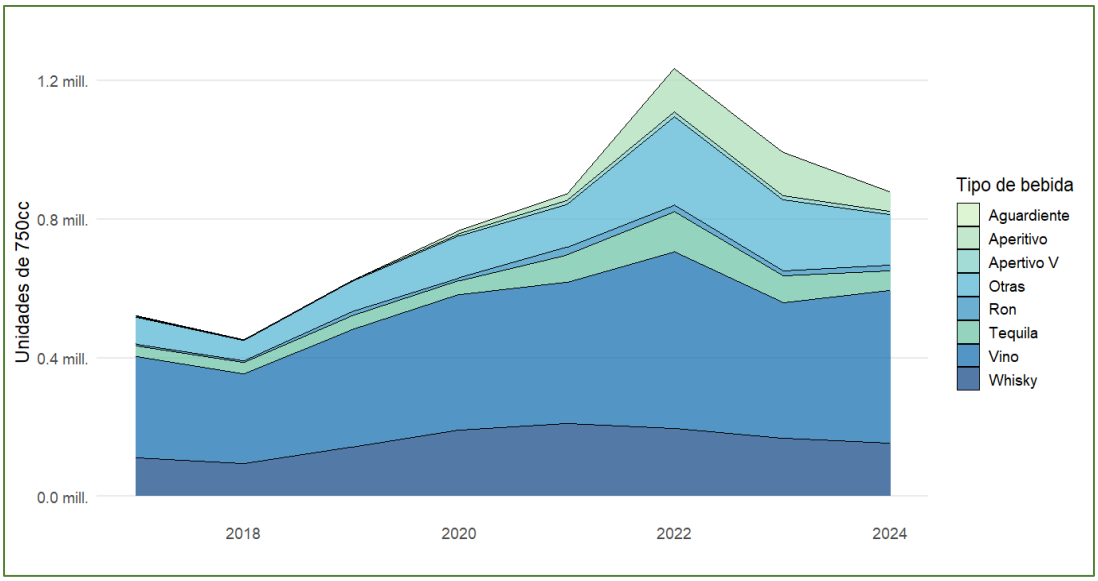
Al desagregar la dinámica de consumo de los licores nacionales e importados, es evidente que, en el caso del consumo de licores de origen nacional, la dinámica del aguardiente es la que domina el comportamiento observado a nivel agregado. De hecho, a partir de 2020 es el único renglón que parece mostrar una dinámica favorable de crecimiento, al tiempo que se observa un marcado retroceso en el consumo de vino. Del lado de los importados, hay una participación importante del consumo de vinos, con niveles generales de participación de los distintos rubros bastante estable a lo largo del tiempo, con caídas generalizadas en el consumo de licores importados.

Gráfico 18. Ventas de licores en el departamento del Quindío según tipo - Nacional



Fuente: elaboración propia con datos de Infoconsumo

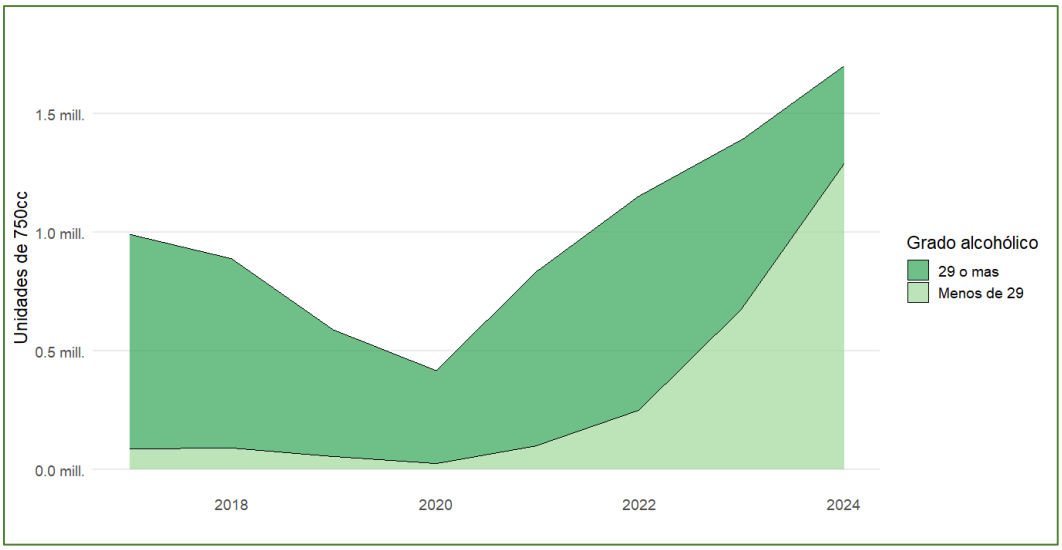
Gráfico 19.Ventas de licores en el departamento del Quindío según tipo – Importado



Fuente: elaboración propia con datos de Infoconsumo

Volviendo a la dinámica del consumo nacional, y específicamente para el caso del Aguardiente, es notorio que, en el departamento del Quindío, y en línea con la tendencia general en el mercado de licores a nivel nacional y global, gana terreno el consumo de aguardientes de bajo grado alcohólico, al tiempo que retrocede el consumo de aguardientes de 29° o más. El crecimiento en el consumo de aguardientes de bajo contenido de alcohol es tan marcado que compensa la caída del consumo de aguardientes con elevado grado de alcohol, y jalona el crecimiento agregado de esta variedad de bebida.

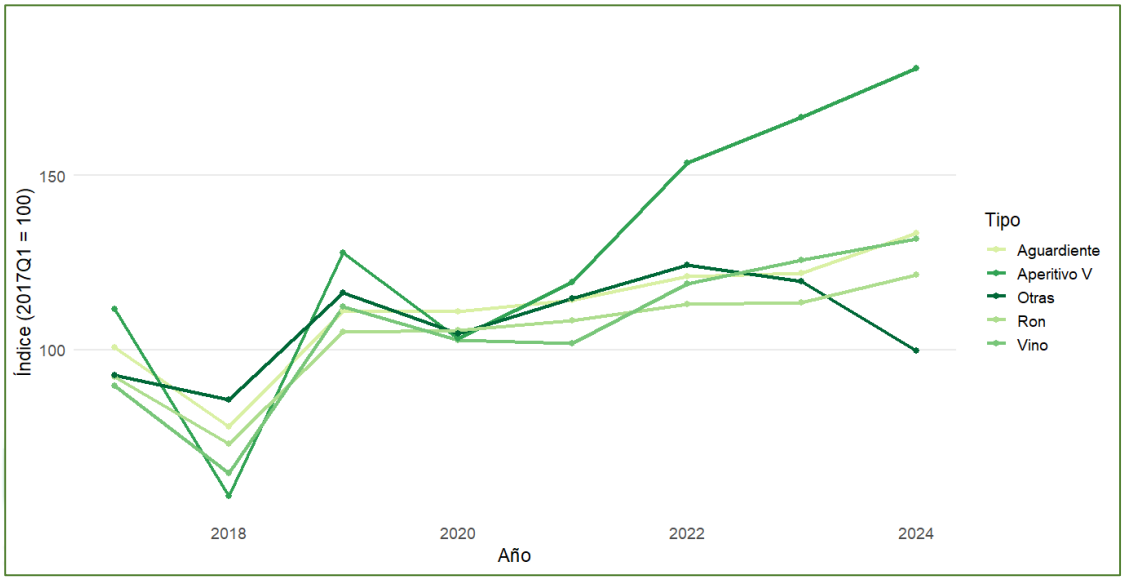
Gráfico 20.Ventas de aguardiente en el departamento del Quindío según grados – Nacional



Fuente: elaboración propia con datos de Infoconsumo

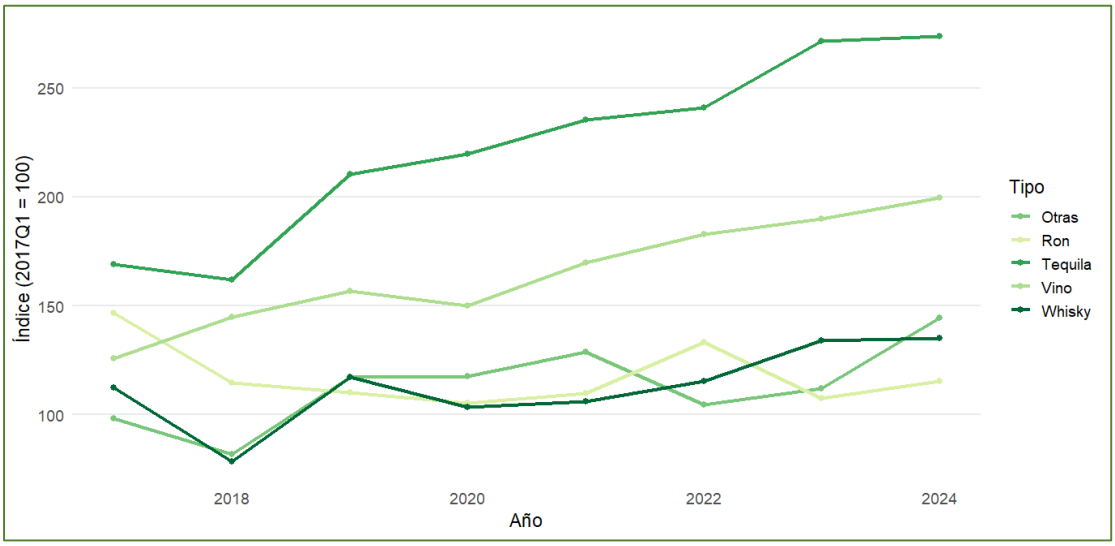
En relación con la dinámica de los precios, los índices de precios implícitos construidos a partir de los reportes de ventas de licores en el departamento, es evidente el crecimiento en el tiempo del índice de precios de los aperitivos vínicos, con incrementos moderados desde 2021 en los segmentos de aguardientes, ron y vino, mientras que otro tipo de licores muestran caídas en el nivel agregado de precios desde 2022. Del lado de los importados, los incrementos más pronunciados se dan en el caso de tequila y ron, mientras que en el resto de bienes se observa o estabilidad en los precios o ritmos de incrementos más moderados.

Gráfico 21.Índice de Precios productos nacionales



Fuente: elaboración propia con datos de Infoconsumo

Gráfico 22.Índice de Precios productos importados



Fuente: elaboración propia con datos de Infoconsumo

✓ **Tendencias de crecimiento:**

El mercado de bebidas espirituosas en Colombia ha experimentado una evolución significativa en los últimos años, influenciado por factores económicos, cambios en las preferencias del consumidor y estrategias comerciales innovadoras. En el análisis de las tendencias de crecimiento esperadas hasta 2028 se parte de datos históricos confiables, como el análisis de Euromonitor International publicado en 2023, e incorpora desarrollos ocurridos en 2024 y principios de 2025, lo que permite una proyección más precisa hacia el futuro con un enfoque específico en la región del Quindío, considerando su dinámica económica y turística.

Panorama Económico y Consumo de Bebidas Espirituosas:

Durante 2023, el desempeño del mercado de bebidas espirituosas se vio afectado por un contexto macroeconómico adverso, caracterizado por altos niveles de inflación, incremento en el desempleo y deterioro del ingreso disponible de los hogares. En este entorno, categorías como el aguardiente lograron mantener su protagonismo debido a su menor precio y la introducción de sabores más suaves. Por su parte, el whisky conservó una posición sólida en el segmento premium, aunque registró una desaceleración en el volumen, y el ron inició una etapa de diferenciación a través de la innovación en sabores, colores y formatos, orientándose a un público más joven.

En 2024 se evidenció una leve recuperación del consumo, a medida que la inflación comenzó a moderarse y el entorno económico mejoró gradualmente. Esta tendencia positiva se ha fortalecido en el primer trimestre de 2025, reflejándose en una mayor estabilidad en el canal off-trade (retail) y una recuperación incipiente del canal on-trade (bares, restaurantes y eventos), particularmente en ciudades intermedias y zonas turísticas como el Eje Cafetero.

Proyecciones específicas según Euromonitor

De acuerdo con el informe de Euromonitor International (2023) y su análisis prospectivo, se destacan varias tendencias que mantendrán su vigencia e incluso se fortalecerán en el periodo 2025-2028:

- Recuperación del canal on-trade: A partir de 2025, se espera una recuperación progresiva del consumo en bares y restaurantes, gracias a condiciones económicas más favorables y mayor confianza del consumidor.
- Intensificación de la innovación: Marcas locales e internacionales continuarán lanzando productos con nuevos sabores, colores y presentaciones, respondiendo a la preferencia creciente por bebidas más dulces y personalizadas.
- Crecimiento del segmento económico: Las marcas económicas y privadas, especialmente en whisky, ron y vodka, seguirán ganando participación, impulsadas por la búsqueda de precios accesibles y formatos convenientes. Este fenómeno será especialmente visible en tiendas de descuento como D1 y cadenas como Grupo Éxito.

Estas proyecciones refuerzan el panorama de crecimiento moderado pero sostenido del sector, alineado con un consumidor cada vez más racional en su gasto, pero abierto a la exploración de nuevas experiencias sensoriales.

Factores Clave de Crecimiento:

Cuatro factores clave marcarán esta trayectoria: la expansión del segmento económico, la innovación en sabores y formatos, la recuperación del canal on-trade y la creciente premiumización en ciertas categorías.

En primer lugar, el segmento de bebidas económicas —especialmente aguardiente, ron y whisky— continuará ganando participación gracias a marcas propias de cadenas de retail y tiendas de descuento como D1, Ara y Grupo Éxito, que ofrecen productos de bajo costo en presentaciones convenientes, como botellas de un litro o minibotellas. Este fenómeno responde a un consumidor más racional en su gasto, pero que no renuncia al consumo social o ritual de bebidas alcohólicas.

En segundo lugar, la innovación será un pilar del crecimiento. La tendencia hacia sabores dulces, colores llamativos y nuevas experiencias sensoriales seguirá en ascenso. En 2023 ya se evidenció esta dinámica con lanzamientos como el Ron Medellín Pink (con sabores de limón, kiwi y toronja) y se anticipa que marcas internacionales repliquen esta estrategia en Colombia. Se espera, por ejemplo, la entrada al mercado de variantes como Buchanan's Pineapple y Jack Daniel's Apple, siguiendo el patrón de aceptación de bebidas saborizadas.
En tercer lugar, se proyecta que el consumo en el canal on-trade se recupere de forma progresiva a partir de 2025, beneficiado por una mejora en la confianza del consumidor y una mayor actividad turística. Este canal es clave para la promoción de marcas premium y productos innovadores, especialmente en ciudades con alta concentración de visitantes nacionales y extranjeros.

Finalmente, el proceso de premiumización continuará en ascenso en las categorías de whisky y ron. A pesar de su menor volumen en comparación con aguardiente, el valor percibido de estas bebidas en estratos medios y altos estimula la demanda de referencias internacionales o de origen artesanal, tanto para consumo personal como para obsequios o celebraciones especiales.

Proyección de Crecimiento por Categoría:

Según las estimaciones actualizadas con base en Euromonitor, se anticipan las siguientes tasas de crecimiento anual compuesto (CAGR) para las principales categorías del mercado entre 2024 y 2028:

Categoría	CAGR 2024-2028 (%)	Factores impulsores
Aguardiente	+2.1%	Innovación en sabores y precio competitivo
Whisky	+1.5%	Segmento premium y recuperación del on-trade
Ron	+1.2%	Nuevas presentaciones y premiumización
Vodka	+1.0%	Mayor presencia en coctelería
Gin	+0.8%	Democratización del consumo en tiendas de descuento

Estas cifras reflejan una tendencia de crecimiento sostenible, aunque moderada, liderada por el aguardiente gracias a su accesibilidad y arraigo cultural, y seguida por el whisky debido a la consolidación del segmento premium.

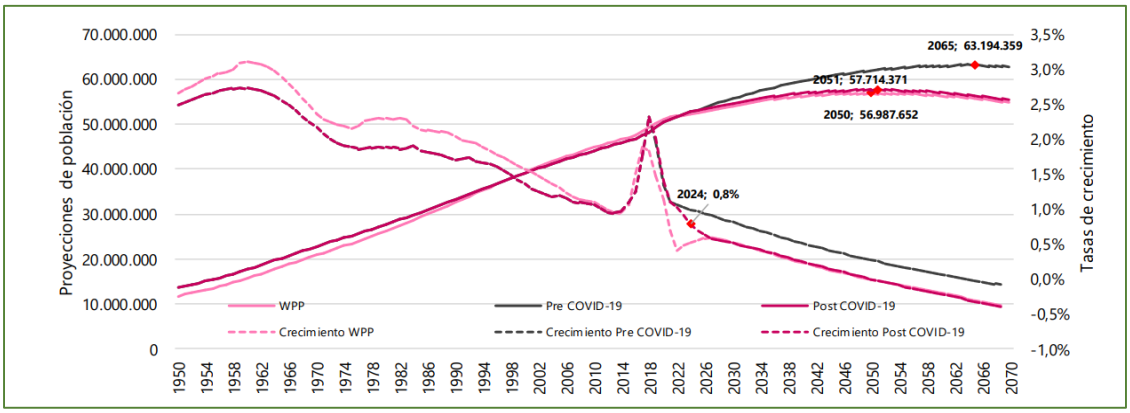
Consideraciones para el Quindío:

El Quindío representa un mercado con características particulares dentro del contexto nacional. Su dinamismo turístico, centrado en el Paisaje Cultural Cafetero, genera una alta rotación de visitantes nacionales y extranjeros que favorece el consumo en el canal on-trade. Además, la expansión de tiendas de descuento y supermercados ha democratizado el acceso a bebidas espirituosas económicas y diversificadas. Por otro lado, la identidad regional puede ser aprovechada para impulsar productos locales con valor artesanal o atributos diferenciadores, como el uso de ingredientes autóctonos o procesos de producción sostenibles

- ✓ **Factores de influencia:**

En los últimos años, la dinámica poblacional de Colombia ha sido impactada por dos factores principales: la migración masiva desde Venezuela y los efectos de la pandemia de COVID-19. Estos eventos han llevado a un ajuste en las proyecciones demográficas, reduciendo en cerca de dos millones la población estimada para 2035. Asimismo, el decrecimiento poblacional previsto originalmente para 2070 se ha adelantado para 2065. Estos cambios tienen implicaciones directas en el tamaño y comportamiento del mercado de consumo, incluida la demanda de bebidas espirituosas.

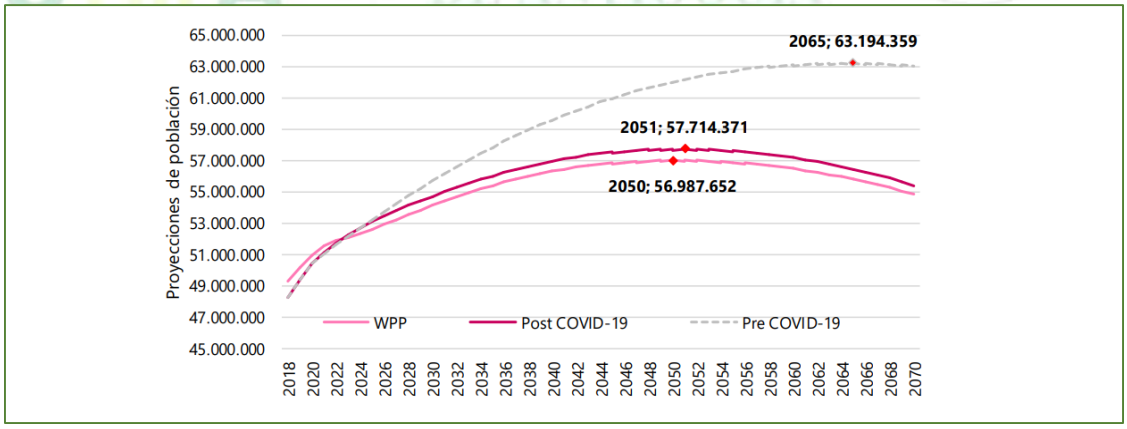
Gráfico 23. Nacional. Tendencia de la proyección de la población Pre COVID-19, Post COVID-19 y World population prospect



Fuente: Dane

El comportamiento reflejado en las proyecciones poblacionales responde a dos factores clave: el incremento temporal derivado de la migración, especialmente desde Venezuela, y el aumento inesperado de la mortalidad ocasionado por la pandemia de COVID-19. Este último efecto reduce las estimaciones de población para 2050 y 2070, y adelanta el inicio del decrecimiento poblacional a partir de 2051.

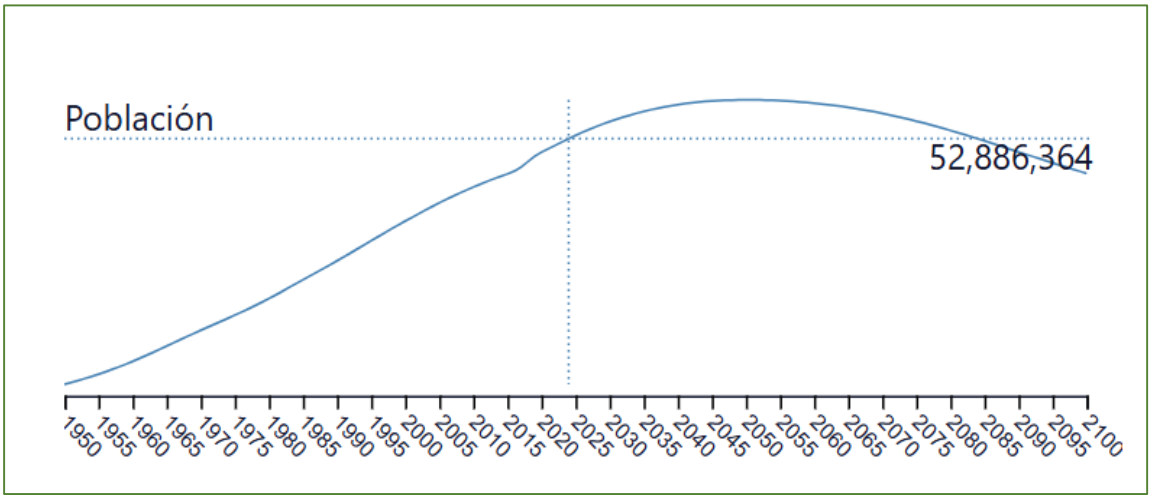
Gráfico 24.Gráfico 23. Nacional. Tendencia de la proyección de la población Pre COVID-19, Post COVID-19 y World population prospect de Naciones Unidas (WPP-UN)



Fuente: Dane

Las proyecciones demográficas indican que Colombia continuará aumentando su población hasta aproximadamente el año 2050; sin embargo, ya se evidencia un proceso de envejecimiento en su población. Esta tendencia implicará transformaciones en los hábitos de consumo, la disponibilidad de mano de obra y la necesidad de nuevos equipamientos e infraestructuras municipales para atender a una población con mayores requerimientos.

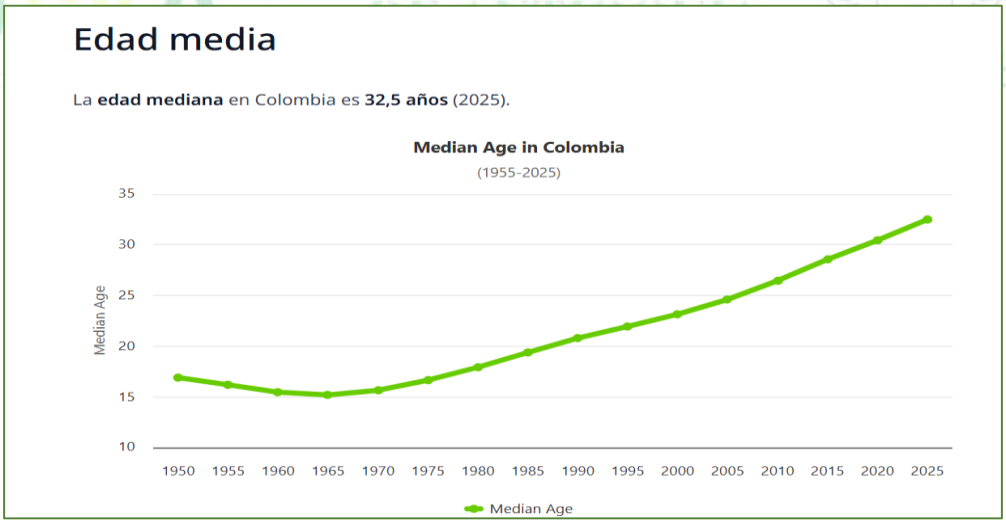
Gráfico 25.Proyecciones demográficas en Colombia



Fuente: population pyramid

El gráfico refleja el aumento sostenido de la edad media en Colombia, un fenómeno que se intensificará en los próximos años y tendrá implicaciones directas en la estructura del mercado y las políticas públicas.

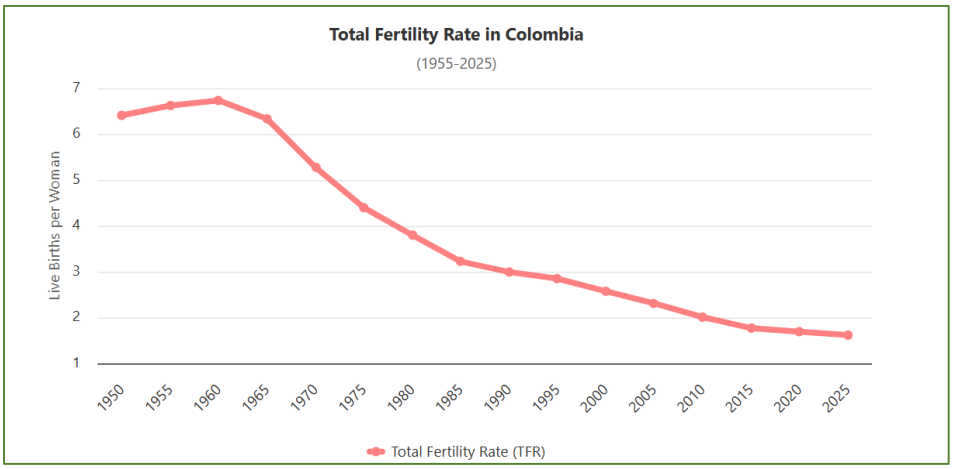
Gráfico 26.Edad Media en Colombia



Fuente: worldometer

En el caso del Quindío, las proyecciones muestran una disminución sostenida en la tasa de fertilidad, lo que anticipa un crecimiento poblacional negativo hacia 2050. Este fenómeno, combinado con el envejecimiento progresivo de la población, implicará cambios estructurales en los patrones de consumo, las preferencias del mercado y la configuración del mercado laboral y la economía regional.

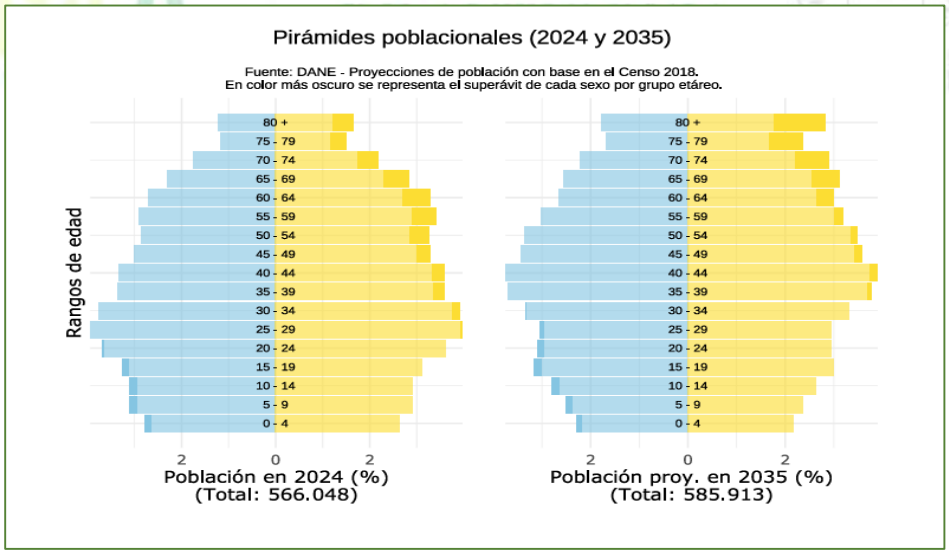
Gráfico 27.Tasa de fertilidad



Fuente: worldometer

La estructura poblacional proyectada para el Quindío entre 2024 y 2035 sigue la misma tendencia nacional: un crecimiento demográfico moderado y un envejecimiento progresivo. Para 2035, se espera que el grupo etario predominante en el departamento sea el de 35 a 44 años, reflejando un desplazamiento hacia una población más adulta.

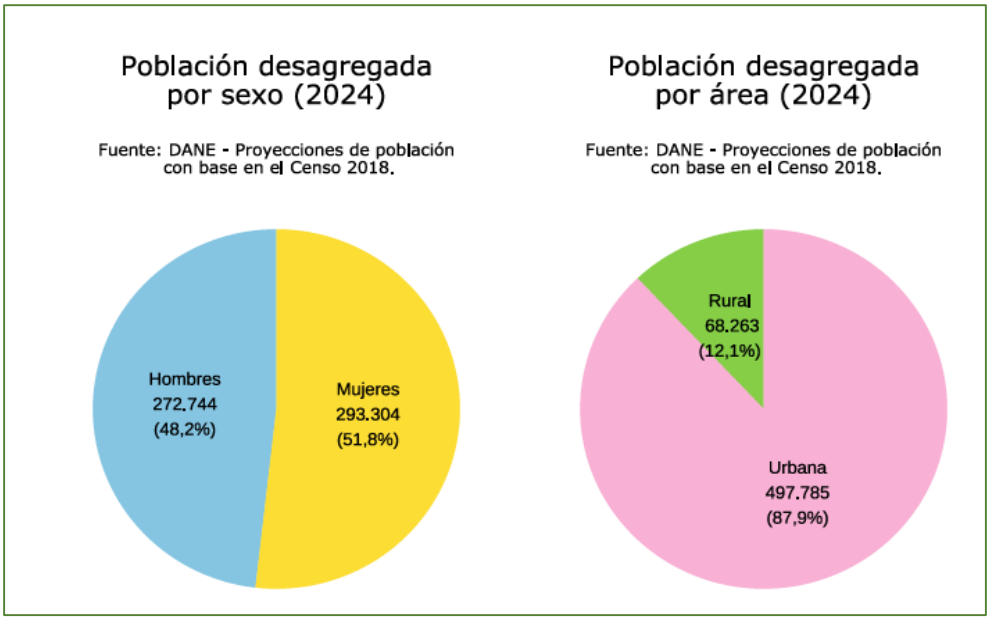
Gráfico 28. Pirámides Poblacionales (2024-2035)



Fuente: Dane

La estructura de género en el Quindío mantiene una tendencia equilibrada, aunque con una ligera preponderancia femenina, en línea con el comportamiento nacional. Asimismo, la distribución espacial de la población muestra una fuerte concentración en las zonas urbanas, replicando la dinámica observada a nivel nacional, regional y global.

Gráfico 29. Estructura de Género en el Departamento del Quindío (2024)



Fuente: DANE y Terridata

Las proyecciones del Producto Interno Bruto (PIB) son halagüeñas, luego de pasar la COVID-19 y sus efectos fiscales, el país proyecta mejores escenarios con miras al 2029 con crecimientos cercanos al 5%, si bien no son los crecimientos del 7% experimentados en otro momento, si son escenarios optimistas dados los últimos datos y la realidad de la economía mundial. esto en otras palabras indica que las ventas y el consumo proyectado de los próximos años son especialmente atractivos para la inversión y nuevas apuestas territoriales.

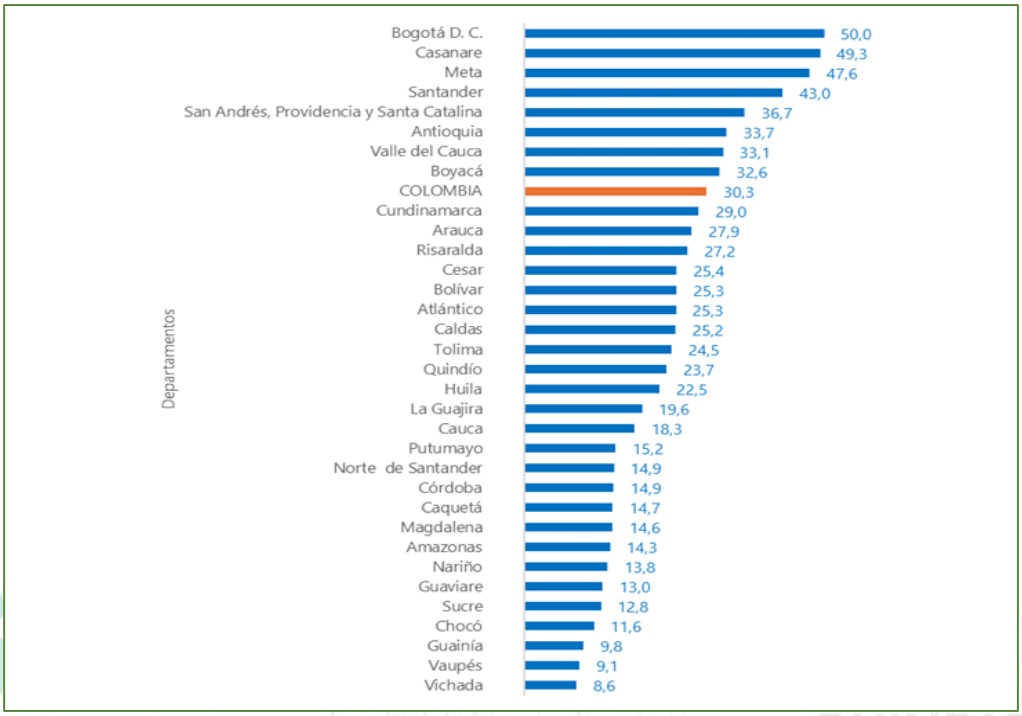
Gráfico 30. Crecimiento del PIB



Fuente: construcción propia con proyecciones Bancolombia

En términos de Producto Interno Bruto (PIB) per cápita, ocho departamentos superan la media nacional con más de 30 millones de pesos por persona. El Quindío, por su parte, se ubica en la posición 17 a nivel nacional, con un PIB per cápita aproximado de 23,7 millones de pesos.

Gráfico 31.Producto Interno Bruto departamental por habitante en millones de pesos a precios corrientes 2023



Fuente: DANE Producto Interno Bruto por departamento

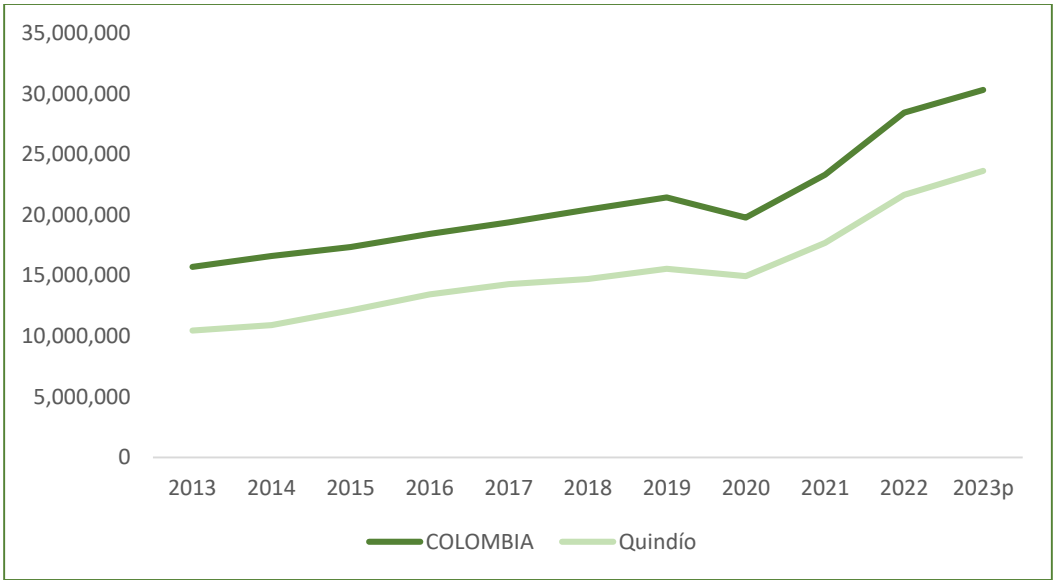
Si bien el PIB del departamento presenta una evolución 2013-2023, no logra dar un salto significativo en participación dada su localización. Bien vale la pena tener presente este escenario dada la posibilidad de aprovechar la localización, pero pensar en el caso de la producción de licores en el mercado nacional e internacional.

Producto Interno Bruto por departamento											
Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015											
Serie 2005 - 2023p											
Miles de millones de pesos											
	2013	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023p**
COLOMBIA	747.939	781.589	804.692	821.489	832.656	854.008	881.224	817.900	906.243	972.655	979.584
QUINDÍO	5.933	6.104	6.381	6.624	6.736	6.793	6.968	6.539	7.320	7.775	7.799
PARTICIPACIÓN EN EL PIB	0,793%	0,781%	0,793%	0,806%	0,809%	0,795%	0,791%	0,800%	0,808%	0,799%	0,796%

Fuente: construcción propia con datos del DANE

La evolución del PIB en millones de pesos por persona del departamento del Quindío para el periodo 2013-2023 conserva la tendencia del país, pero en lo que se refiere a los millones de pesos por persona cerca de 7 millones de pesos menos. Lo que significa un poder adquisitivo inferior a la media del país.

Gráfico 32.PIB por persona en millones de pesos 2013 -2023



Fuente: construcción propia con datos del DANE
p: provisional

✓ **Importancia:**

En lo referente a tendencias de crecimiento y comercialización de licores existen para el caso colombiano cuatro grandes tendencias:

- El mercado seguirá creciendo 2025-2034 según diferentes informes a una tasa cercana al 5% derivado de una mayor población y del aumento del PIB por personas, además de que los jóvenes vienen ingiriendo licor desde los 12 años y el país tiene una edad media de su población de los 32,5 años, población que ha experimentado una mejora en sus ingresos promedio.
- Como se mencionó anteriormente los fenómenos de urbanización que experimenta el país están relacionados con acceder a educación y en especial hoy las grandes ciudades del país son las principales receptoras de población, mejores ingresos y una actividad económica de entretenimiento en expansión. Situación que presiona a la competencia por estos mercados.
- Colombia ha entendido que el mercado extranjero viene siendo un buen destino de la producción de sus licores. Esto ha generado un mayor volumen de exportación de licores y el camino natural para el crecimiento de la industria, además de la diversificación.
- La anterior oportunidad definitivamente tendrá que complementarse con entornos de la industria marcados por la innovación, el compromiso planetario y el reconocimiento de nuevas tendencias de las nuevas generaciones que buscan productos en algunos casos no tan tradicionales y en atención a diferentes expertos más premium y en algunos casos aromatizados.

✓ **Barreras de entrada**

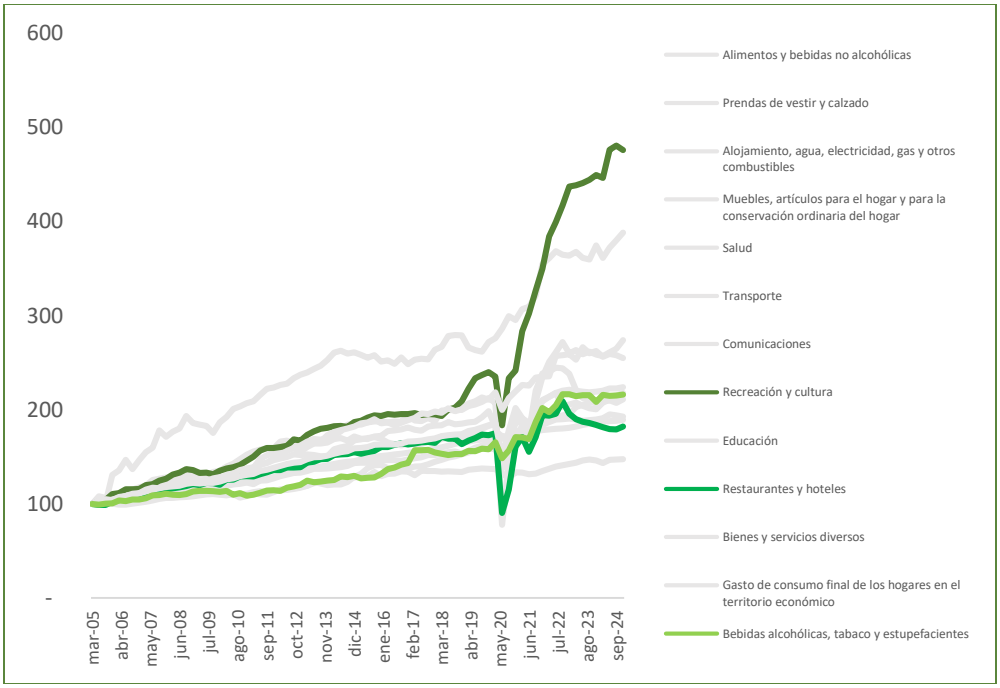
En lo que se refiere a las barreras de entrada, el mercado colombiano de licores en la producción tiene cinco elementos fundamentales a considerar:

- Los aspectos normativos consagrados en la ley 1816 y la Superintendencia de Industria y Comercio
- Los procedimientos y permisos exigidos por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - Invima
- Los costos de producción desde los terrenos, permisos ambientales, legales, maquinaria y equipos, entre otros.
- La competencia nacional sólida y creciente en especial liderada por la Fábrica de Licores y Alcoholes y otras industrias de propiedad pública como el Valle, Caldas y Cundinamarca. además de un mercado extranjero ingresando de manera agresiva a conquistar el mercado nacional.
- Los canales de distribución que hoy demandan negociaciones complejas con distribuidores con estructuras logísticas sólidas y minoristas que acceden a los mercados barriales y locales.

3. Análisis del Consumidor:

Cuando se discrimina el gasto de los hogares por finalidad, analizando su evolución desde el año 2005 (gráfica 33) se encuentra que el gasto en bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes ha duplicado su nivel desde dicho año, aunque du dinámica es moderada en comparación con los demás rubros de consumo. No obstante, el consumo asociado con actividades de recreación y cultura, que puede ser conexo al gasto en gasto en bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes, muestra una dinámica de mayor crecimiento especialmente desde finales del año 2020 (año de la cuarentena por la pandemia) exhibiendo un nivel para finales de 2024 casi cinco veces superior al que tenía en 2005. Por otro lado, el rubro de restaurantes y hoteles, con una caída más fuerte en 2020 que los renglones antes mencionados, tiene una dinámica de crecimiento menos marcada después de la pandemia, incluso mostrando caídas en años recientes.

Gráfico 33.Gasto de consumo final de los hogares por finalidad

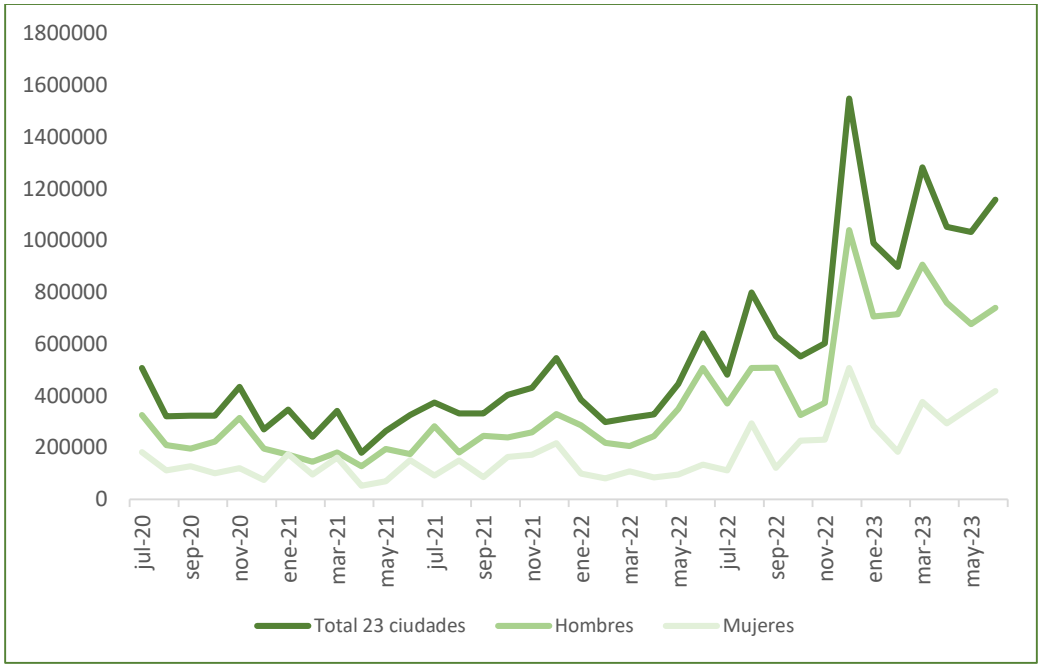


Fuente: DANE. Elaboración propia

Consumidores bebidas alcohólicas

La encuesta de pulso social del DANE ayuda a tener una idea concreta sobre el consumo de bebidas alcohólicas para las 23 ciudades principales y sus áreas metropolitanas. La gráfica 34 muestra que, a la pregunta ¿Durante los últimos 7 días ha consumido bebidas alcohólicas o cigarrillos?, un mayor número de personas comenzó a responder afirmativamente después de la pandemia, aunque después del incremento que se da en la dinámica de la serie, se estabiliza u evolución. Es decir, a partir de la pandemia parece darse un cambio estructural en cuanto al consumo de bebidas alcohólicas, hacia un nivel superior a lo que se tenía antes de las cuarentenas, estando este cambio soportado en mayor medida en un incremento del consumo entre los hombres.

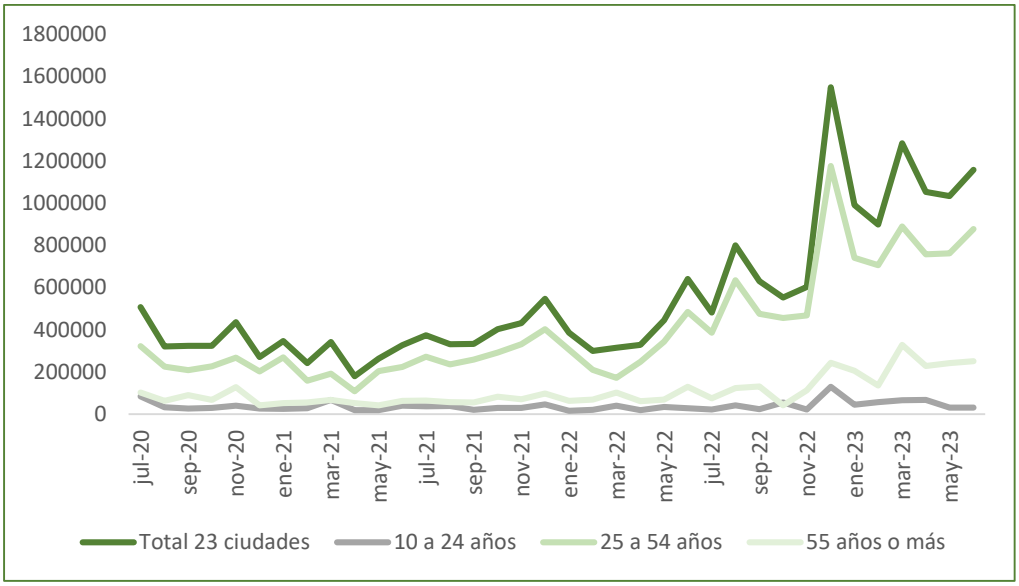
Gráfico 34.¿Durante los últimos 7 días ha consumido bebidas alcohólicas o cigarrillos? - Sexo



Fuente: DANE. Elaboración propia

Por rango etario se encuentra que el segmento que el grupo poblacional que más aumentó su consumo en años recientes, es el que tiene edades ente los 25 años y os 54 años (asociado este rango a la población no dependiente económicamente), mientras que entre la población mayor a 54 años el incremento fue muy leve. Entre los jóvenes, cuyas edades están entre los 10 años y los 24 años, esta encuesta no parece mostrar un quiebre en las cantidades de consumidores.

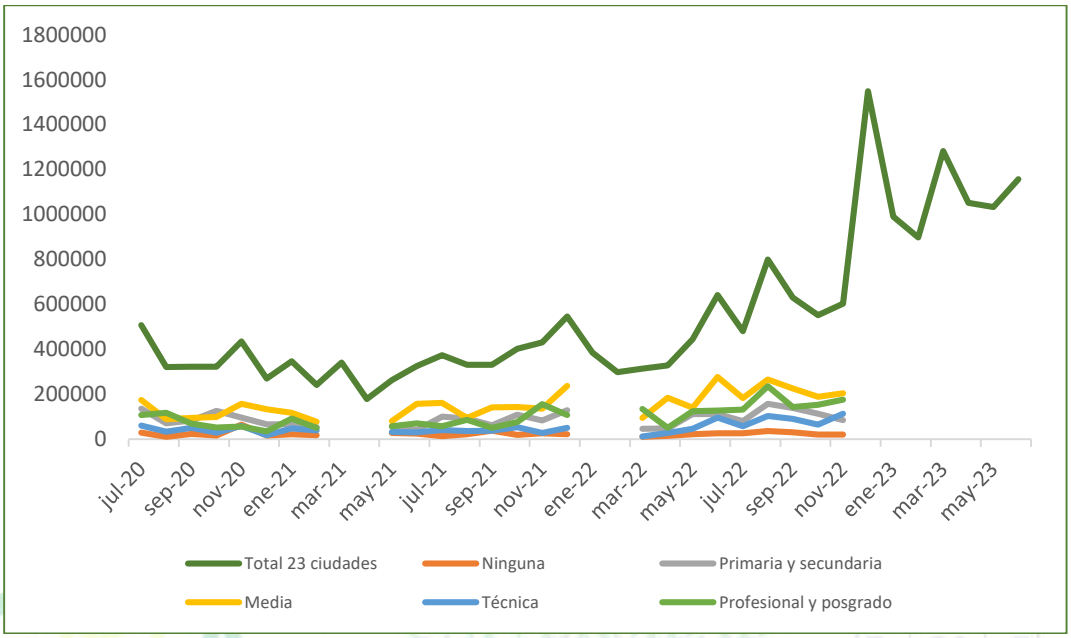
Gráfico 35.¿Durante los últimos 7 días ha consumido bebidas alcohólicas o cigarrillos? - Edad



Fuente: DANE. Elaboración propia

La información por nivel educativo no se tiene para todo el periodo de referencia, pero se logra concluir que el segmento de mayor número de consumidores es el de personas con educación media, cómo máximo.

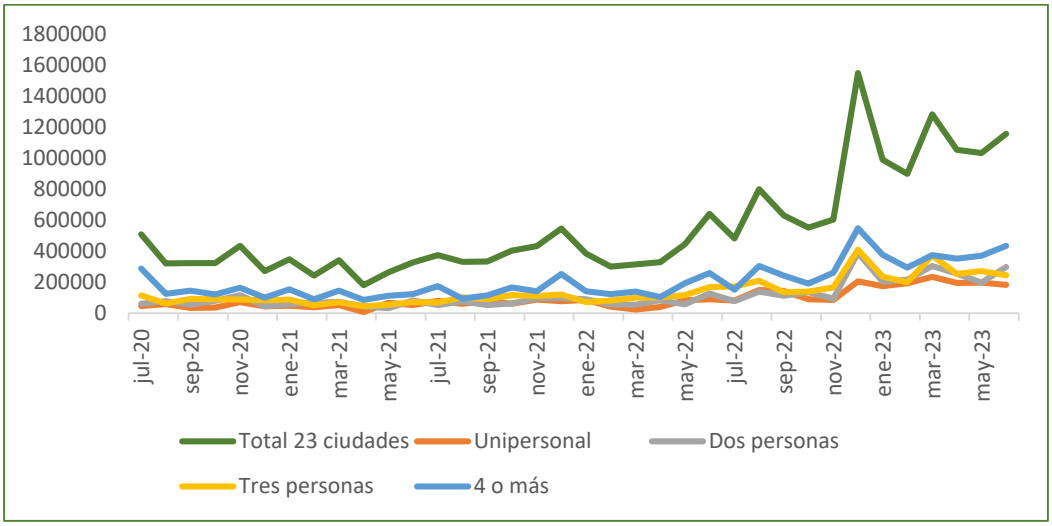
Gráfico 36.¿Durante los últimos 7 días ha consumido bebidas alcohólicas o cigarrillos? – Nivel educativo



Fuente: DANE. Elaboración propia

Por tamaño del hogar, los hogares de 4 personas o más son los que muestran un mayor aumento en cuanto al número de consumidores, y en el caso de los hogares unipersonales el quiebre no es tan marcado en el periodo postpandemia.

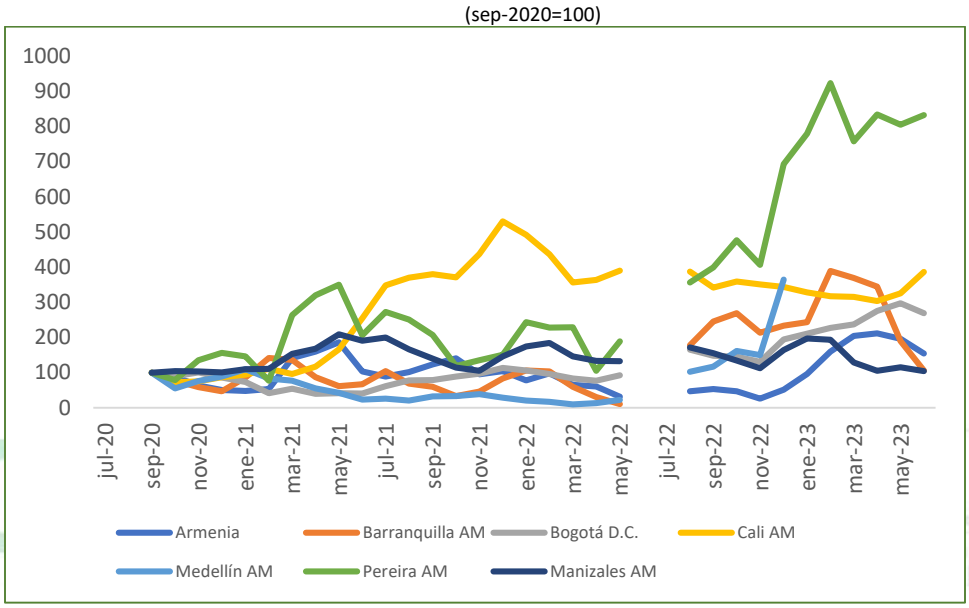
Gráfico 37.¿Durante los últimos 7 días ha consumido bebidas alcohólicas o cigarrillos? – Tamaño del hogar



Fuente: DANE. Elaboración propia

El gráfico 16, muestra una selección de las principales ciudades junto con las ciudades del eje cafetero: Armenia, Manizales y Pereira; mostrando un alto crecimiento en el número de respuestas afirmativas en relación con el consumo de alcohol y cigarrillo en Pereira, finalizando 2022. Ciudades como Cali, Barranquilla o Manizales muestran crecimientos más escuetos o incluso caídas. En Bogotá, Medellín o Armenia, los crecimientos son moderados en relación con lo observado en Pereira. En valores absolutos, se encuentra que el número de respuestas en Armenia pasa de 3881 personas en promedio a finales del 2020, a un promedio de 8792 personas comenzando el 2023.

Gráfico 38.¿Durante los últimos 7 días ha consumido bebidas alcohólicas o cigarrillos? – Ciudad



Fuente: DANE. Elaboración propia

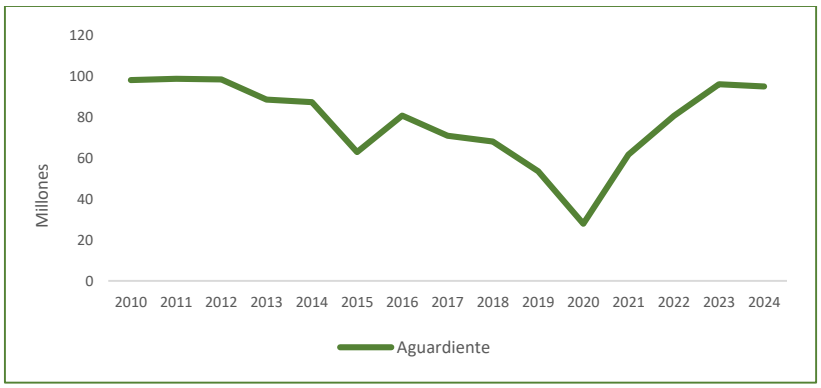
4. Análisis del Producto:

Los principales productos en la categoría de espirituosos, producidos y comercializados en Colombia, corresponden al aguardiente y ron. Estas bebidas son obtenidas de un proceso de destilación de la caña de azúcar y con gran tradición en el mercado colombiano. Parte de la producción interna es exportada.

AGUARDIENTE:

El aguardiente se ha caracteriza por un color transparente, con un aroma de anís intenso. El producto en el mercado colombiano presenta ciclos de consumo, determinados principalmente por las condiciones económicas y preferencias del consumidor.

Gráfico 39. Ciclos de consumo del Aguardiente



Fuente: ACIL

Como lo muestran los registros históricos de ACIL, en los 15 años que comprenden el periodo 2010-2024, el aguardiente ha tenido un comportamiento volátil en sus volúmenes. Entre el año 2012 y 2020 presento un descenso en las unidades vendidas, mientras que a partir del año 2021 ha experimentado un rebote en sus unidades, llegando nuevamente a niveles de venta de 96 millones de unidades.

Las principales productoras locales buscan mantener el interés del consumidor, por un producto que ha alcanzado madurez en el mercado y evitar su declive a través de innovaciones. En los últimos años las principales productoras nacionales incorporaron los colores, en un producto donde uno de sus atributos ha sido la transparencia en su contenido, además de reducción de sus grados de alcohol, nuevas referencias en el mercado con estas características son:

- Empresa de Licores de Cundinamarca. Nectar sugar free 24°, color azul claro.
- Empresa de Licores de Cundinamarca. Nectar Dorado 24°, color amarillo claro.
- Industria de Licores de Caldas. Amarillo de Manzanares 24°, color amarillo.
- Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia. Aguardiente Real 24°, color amarillo.
- Fábrica de Licores del Tolima. Aguardiente Rosado del Tolima 24°, color rosado.
- Industria de Licores del Valle. Aguardiente Origen 24°, color amarillo y azul.

Además, algunas de estas empresas también han desarrollado referencias premium. El mercado para estas referencias está siendo dinamizado por pequeños productores.

RON:

El ron en Colombia se ha desacelerado en los últimos 3 años, con un impacto significativo en el volumen de ventas y el valor total de la categoría. Los principales fabricantes han experimentado contracciones en sus ventas, aunque en distinta magnitud. A pesar de los incrementos en precio, estos no han logrado compensar la pérdida de volumen, lo que ha resultado en una disminución de las ventas totales. En el año 2023, según reportes de la

firma especializada Euromonitor, la participación del ron en el segmento de bebidas espirituosas, en el mercado colombiano es del 18%.

Desde las características sensoriales, en el ron resalta más que el aguardiente. Tiene mayor variedad de notas, transmitidas desde el tipo de madera utilizada para el añejamiento, puede brindar notas dulces de caramelo, vainilla y madera; en cuanto al sabor se encuentra dulce, seco y especiado; el color va desde el blanco, dorado, ámbar hasta el oscuro.

La graduación alcohólica esta entre los 35° hasta 50° y existen referencias para un segmento estándar, premium y ultra premium.

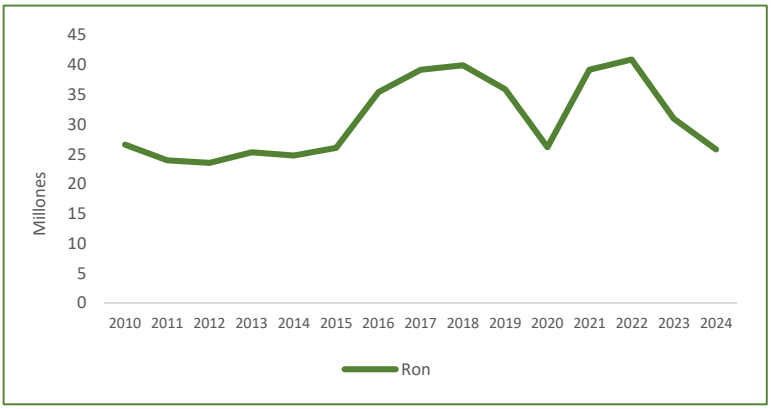
El ron dentro de la categoría de espirituosos goza de reconocimiento a nivel internacional, por tanto, frente al aguardiente tiene un mayor potencial como producto de exportación. Hay diferentes perfiles para el ron que satisfacen los gustos y preferencias de nichos de mercado específicos. Los perfiles de mayor reconocimiento son el ron seco y el ron macerado, distintos en términos de sus características y público objetivo. El ron seco está vinculado con la tradición y la pureza del ron, el macerado es un símbolo de innovación y creatividad. A continuación, se describen las características principales de estos dos tipos de ron, sus atractivos para los sentidos y el perfil de nicho.

Ron Seco: se caracteriza por su pureza y refinamiento. Este tipo de ron es el resultado de un proceso de destilación enfocado en obtener un perfil limpio y sin sabores añadidos, lo que lo convierte en una opción ideal para quienes buscan una experiencia clásica y versátil. Su sabor es más directo y neutro, con notas que resaltan la esencia de la caña de azúcar y la madera de las barricas donde se añeja. Este estilo es preferido por consumidores tradicionales que disfrutan el ron solo o como base en cocteles clásicos. En el mercado, el ron seco suele posicionarse como una bebida que refleja autenticidad y elegancia.

Ron Macerado: ofrece una experiencia más innovadora y sensorial. Este tipo de ron se elabora mediante la infusión de ingredientes botánicos, frutas, especias u otros sabores que aportan complejidad y originalidad al producto. El resultado es un licor rico en matices, con un perfil aromático y gustativo que varía según las maceraciones empleadas, lo que lo convierte en una opción perfecta para quienes buscan explorar nuevas experiencias. Este estilo de ron atrae a consumidores más jóvenes, exploradores y creativos, interesados en probar combinaciones únicas y en descubrir productos que cuenten historias a través de sus sabores. Además, se presta muy bien para cócteles modernos permitiendo a los mixólogos innovar en sus propuestas.

El ron en la categoría de los espirituosos es sustituto de otros licores como el aguardiente y el whisky, por lo que el comportamiento de sus ventas es cíclico, influenciado principalmente por la situación económica y preferencias del consumidor. Particularmente en el mercado colombiano algunos analistas, de manera empírica, hablan de un intercambio de ciclos entre el aguardiente y el ron.

Gráfico 40.Ciclos de consumo del Ron



Fuente: ACIL

Tomando como referencia los registros históricos de ACIL, en los 15 años que han transcurrido en el periodo 2010-2024, se observa que las ventas de ron tuvieron un periodo de moderada variación entre 2010 y 2015, a partir de allí experimento un crecimiento de tres años hasta el año 2018 donde inicio un ciclo de descenso que se profundizo en el año 2020. Caída generada por las restricciones en el periodo de pandemia del COVID 19. Si bien en el 2021 y 2022 retorno a los niveles de venta del ciclo alcista, entre 2023 y 2024 el ron experimento una caída de más de 15 millones de unidades, cifra similar a la que crece el aguardiente para el mismo periodo.

En la siguiente tabla se describen algunas de las principales características del aguardiente y el ron.

Características	Aguardiente	Ron
Ingrediente base	Caña de azúcar + anís	Caña de azúcar + esencias (macerados)
Envejecimiento	No tiene	Puede ser añejado en barricas
Sabor principal	Anís predominante	Dulce, seco, especiado
Graduación alcohólica	24% - 29%	35% - 50%
Momento de consumo	Shot directo, fiestas	Solo, en cocteles o con hielo

5. Fijación de precios por producto y comparación de precios de comercialización y producción con la competencia.

La cadena de valor de la producción y distribución de licores hasta llegar al consumidor final está integrada por una serie de eslabones que aportan a la formación del precio al que es adquirido en cada uno de los canales off-trade y on-trade.

La carga impositiva de las bebidas alcohólicas en Colombia es elevada y puede llegar a representar en promedio el 42% para el aguardiente y el 39% para el ron, al momento de la venta por parte del productor que es quien actúa como agente recaudador de los componentes Ad-Valorem y Especifico, los cuales integran el impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos similares.

La llegada al mercado tiene diferentes rutas y cada una de ellas tiene un costo de servir y expectativa de rentabilidad diferente.

Cadena de valor en la producción, distribución, comercialización y venta de bebidas alcohólicas

Producción de bebidas alcohólicas

La producción de bebidas alcohólicas en Colombia usa insumos que están influenciados por lo que suceda en las cadenas de suministro a nivel internacional. Si bien estos insumos en su totalidad pueden ser adquiridos en el mercado interno, algunos están influenciados fuertemente por precios internacionales bien sea en su proceso productivo o por competencia con productores nacionales.

La estructura tradicional de una botella de aguardiente, ron, whisky, ginebra, vino u otro está compuesta por los siguientes insumos:

- ✓ Licor (incluye alcohol base e insumos de preparación)
- ✓ Envase
- ✓ Tapa
- ✓ Etiqueta
- ✓ Caja cartón
- ✓ Mano de obra
- ✓ Costos Indirectos de Fabricación-CIF

Teniendo en cuenta la gran variedad de licores que existen en el mercado el análisis de esta estructura se realizará para los productos que en mayor volumen se manufacturan en el mercado colombiano estos son ron y aguardiente.

i. Alcohol extra neutro y tafia

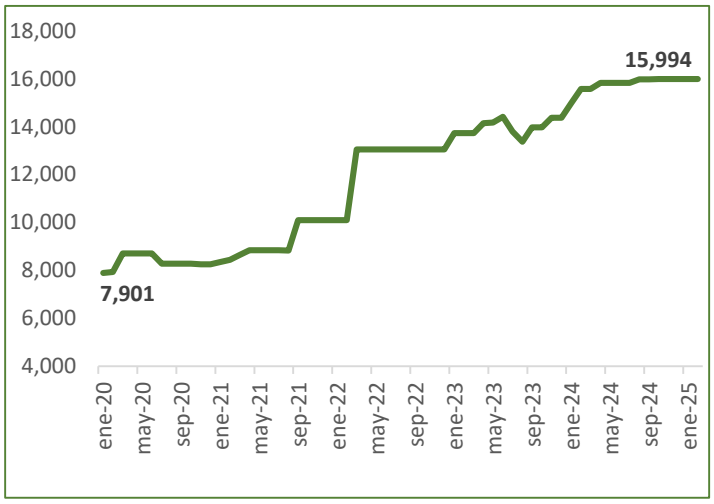
Es la materia prima base para la producción de aguardiente, es un alcohol de alta pureza con un grado alcohólico mínimo del 96%. Este producto puede ser obtenido a partir de diferentes materias primas como maíz, centeno, trigo, cebada, arroz y caña de azúcar. La producción de aguardiente en Colombia usa principalmente el alcohol obtenido a partir de la caña de azúcar.

Los productores en Colombia obtienen el alcohol extra neutro con productores internos o a través de importadores. En los últimos años el precio en el mercado se ha incrementado, especialmente en el año 2022 se dio un incremento importante en el costo por litro, además que se experimentó una alta volatilidad en su precio.

En el país los principales productores de alcohol extra neutro se encuentran establecidos en el Valle del Cauca y sus costos de producción han estado influenciados principalmente por el precio de remuneración al productor de alcohol carburante.

En la siguiente grafica se observa la evolución del precio del etanol, en Colombia, en los últimos 5 años.

Gráfico 41.Evolución precio etanol en Colombia



Fuente: Minenergía

En el mercado interno los productores de alcohol extra neutro y el etanol compiten, por la misma materia prima, el precio de este último regulado, en la medida que el ministerio de minas ajusta su precio, este tiene un mecanismo indirecto de transmisión hacia los productores de alcohol extra neutro por un mayor costo de la materia prima.

En los últimos 5 años el alcohol extra neutro tuvo una tasa anual de crecimiento continua del 15%. Esto ha tenido un impacto importante en la estructura de costos de los productores de aguardiente del mercado colombiano.

A nivel internacional el precio del alcohol extra neutro es mucho más volátil y tiene una alta correlación con los precios del petróleo. El mayor volumen de importaciones de alcohol extra neutro de caña proviene de Brasil y esta ha ejercido como un estabilizador del precio interno en los últimos años, siendo aún más competitivo que los productores nacionales.

Entre los años 2023 y 2024 los productores nacionales reportaron ofertas de venta entre USD1.33 y USD 1.40 por litro, mientras que algunos importadores ofertaban entre USD 1.23 y 1.28 por litro.

Respecto al comportamiento de precios de la tafia (materia prima para la preparación del ron), los principales proveedores para el mercado de Colombia están en Panamá, República Dominicana, Venezuela. Algunas empresas locales actualmente tienen infraestructura de añejamiento para venta a granel. Las licoreras locales como la Industria de Licores de Caldas, la Empresas de Licores de Cundinamarca, la Industria de Licores del Valle y la Fábrica de Licores de Antioquia, cuentan con procesos e infraestructura de añejamiento para sus propios productos, incluso algunas de estas empresas acuden al mercado internacional para adquirir tafias de determinados años ajustar sus curvas de añejamiento o déficits en una edad especifica.

El precio por litro de tafias importadas para los productores colombianos puede oscilar entre USD 1.6 dólares el litro para tafias de un año hasta USD 10.83 dólares el litro para tafias de 12 años.

ii. Envase

La producción de vidrio en Colombia, para el mercado de consumo masivo, está concentrada en un solo productor, Peldar perteneciente a la multinacional Owens Illinois. Peldar atiende la demanda generada desde la industria de cervezas, refrescos, licores entre otras. Pequeños productores, pueden enfrentar dificultades para lograr desarrollo ágil de presentaciones específicas y para tener precios competitivos en sus envases.

En los últimos años los envases de vidrio para la industria de licores han presentado un incremento, que supero la inflación anual. Especialmente en el año 2022 esta materia prima presento un incremento considerable en sus costos, producto del choque de oferta generado por la ruptura de las cadenas de suministro a nivel mundial. La importación de envases fue una de las alternativas por las que optaron licoreras como la Empresa de Licores de Cundinamarca, la Industria de Licores de Caldas y la Fábrica de Licores de Antioquia.

iii. Tapa

La tapa es un componente de la estructura de costos que puede ser variable dependiendo las características de esta. Se pueden encontrar plásticas donde la principal variable que incide en el costo es el polipropileno; pueden ser usadas las tapas de rosca de aluminio; y para productos premium la tapa tapón, compuesta de corcho y madera.

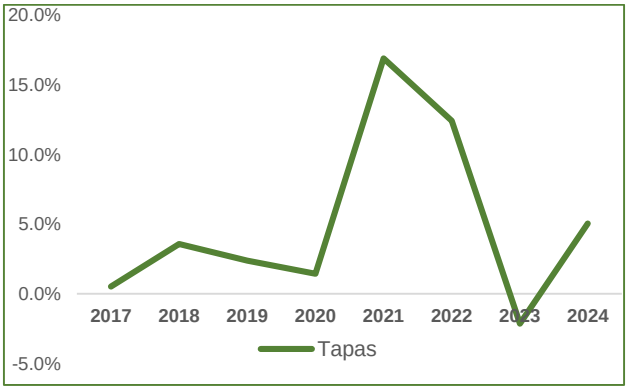
Teniendo en cuenta la referencia del producto el tipo de tapa utilizada tendrá un peso diferencial en la estructura de costos del producto.

Para una tapa plástica o tapón con corcho los costos de la materia prima, la resina plástica y el corcho natural o aglomerado, puede oscilar entre un 50% y 70%. Mientras que el proceso de fabricación bien sea el moldeo por inyección para la tapa plástica o el corte, moldeado y tratamiento para la tapa de corcho es aproximadamente del 15%.

En una tapa de aluminio, su principal material pesa un 60% y el troquelado y estampado un 10%.

En el siguiente grafico se observa la evolución la variación en el precio de las tapas, medido desde el índice de precios al productor.

Gráfico 42. Variación del precio de las tapas



Fuente: DANE, IPP

En el año 2021 y 2022, el precio de producción de las tapas se incrementó en 16.9% y 12.4%, respectivamente. Para el año 2023 se dio una corrección en sus costos de un 2.2% y para el 2024 los precios crecieron el 5%. Esta industria también experimento incrementos importantes en sus costos de producción entre el 2021 y 2022.

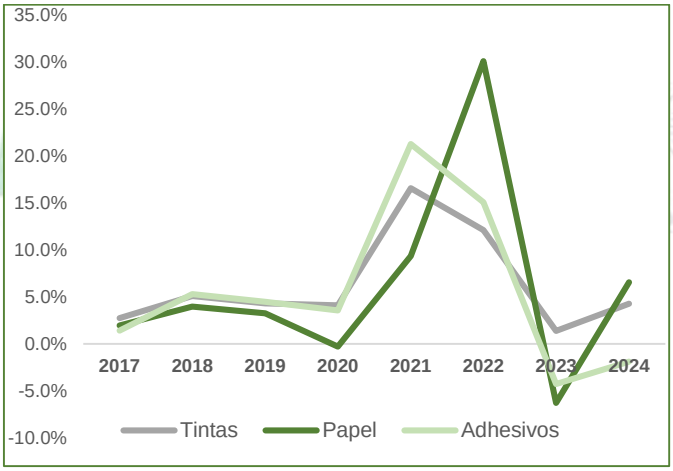
iv. Etiqueta

El costo de las etiquetas está determinado principalmente por el precio del papel y/o plástico, tintas, adhesivos, entre otros. Estos tres insumos representan entre el 70% y 80% del costo total, dependiendo de la clase de etiqueta que se use para cada referencia.

Las etiquetas de mayor uso son de plástico, papel u otros sustratos. Su costo también se puede ver influenciado si se incorpora algún revestimiento especial, al igual que la técnica de impresión y acabado.

En los últimos años el costo de las etiquetas estuvo afectado por un incremento considerable en sus materias primas, en sus tres componentes principales, como se puede observar en el índice de precios al productor.

Gráfico 43.Variación costo de componentes de etiquetas



Fuente: DANE, IPP

Estos insumos no fueron ajenos al choque de oferta, que se dio para las materias primas en los dos años siguientes al COVID-19 y las dificultades que enfrentaron las cadenas de abastecimiento principalmente en el año 2022. Entre los años 2023 y 2024 se presentaron ajustes, moderando la senda de crecimiento.

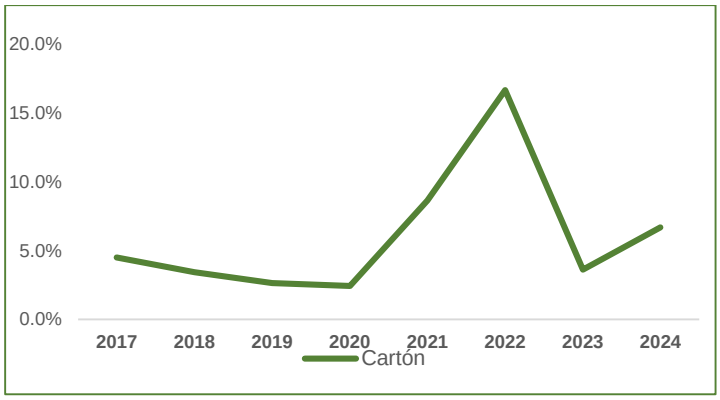
v. Caja cartón

La caja de cartón la solución de mayor uso para el embalaje de las bebidas alcohólicas, no solo las de envase de vidrio sino aquellas que son envasada en recipiente de cartón con recubiertos especiales, más conocida como tetra.

La materia prima de mayor uso es el cartón corrugado y el costo final de la caja esta influenciado, además por los recubrimientos y el tipo impresión. Algunas cajas pueden incluir laminados o plastificados para mejorar la resistencia y la estética.

El cartón corrugado tiene una participación del 50% en la estructura de costos, la impresión y acabados participa entre un 20% y 30%.

Gráfico 44.Variación costo del cartón



Fuente: DANE, IPP

En el año 2021 y 2022 el precio del cartón experimento sus mayores incrementos un 8.6% y 16.7% respectivamente.

vi. Mano de obra

La mano de obra directa (horas hombre), relacionada en el proceso de producción de una botella de aguardiente, está en función del salario mínimo. Esta variable en los últimos años ha traído una mayor presión en la estructura de costos, en la medida que sus incrementos han sido superiores a la inflación más los puntos de productividad.

Gráfico 45.Variación de manos de obra directa



Fuente: Mintrabajo

Para el año 2025 se tomó la inflación[2] estimada por el Banco de la República (4,1%). En el proceso productivo la tecnificación de las líneas de envasado y terminación manual para algunas referencias puede influir en la mayor o menor participación del costo de mano de obra en la estructura de costos de producción.

vii. Costos Indirectos de Fabricación-CIF

Los costos indirectos de fabricación y su peso en los costos de producción están determinados por los volúmenes. Un mayor número de unidades manufacturadas pueden absorberlos con mayor eficiencia, dado que estos tienden a tener una menor variación en relación con el volumen producido y/o referencias.

En este grupo de costos se encuentran conceptos como el mantenimiento de maquinaria y equipo (relacionado directamente con el proceso productivo), seguros, impuestos distribuidos, servicios, honorarios técnicos, entre otros.

Teniendo en cuenta la información obtenida del mercado y su análisis, la siguiente es la participación de cada insumo en la estructura de costos del aguardiente y el ron. Dos de las bebidas espirituosas de mayor venta en el marcado colombiano y que más recursos aportan al recaudo del impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos similares.

Aguardiente			Ron	
Licor	28%		Licor (Ron)	56%
Envase	34%		Envase	22%
Tapa	17%		Tapa	9%
Etiqueta/Contra Etq	5%		Etiqueta/Contra Etq	3%
Caja Máster	4%		Caja Máster	2%
Horas hombre	3%		Horas hombre	2%
Otros costos	8%		Otros costos	5%
Total participación	**100%**		**Total participación**	**100%**

Fuente: elaboración propia con datos de mercado

Precio de venta del productor

El precio de venta por parte del productor a sus clientes directos tiene dos componentes. El primero está relacionado con la operación del negocio e involucra los costos de producción más el margen bruto que se espera obtener; un segundo componente que está integrado por el impuesto al consumo de licores y el IVA de licores el cual tiene una tarifa del 5 %.

Precio Productor= Costo de Producción + Margen

Impuesto al consumo de licores

El precio final de los licores en Colombia contiene una carga impositiva que esta entre el 39% y 42%, dependiendo de la categoría. El impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos similares está

[22] Informe Banrep al congreso, viernes 28 de febrero de 2025.

conformado por un componente específico y uno ad-Valorem. La base gravable del componente específico es el volumen de alcohol que contenga el producto, expresado en grados alcoholimétricos. La base gravable del componente ad-Valorem es el precio de venta al público por unidad de 750 cc, sin incluir el impuesto al consumo o la participación, certificado anualmente por el DANE, garantizando la individualidad de cada producto.

- ***Ad Valorem***

Al finalizar el año desde el Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE- se emite la resolución mediante la que se certifica el precio de venta al público de licores, vinos, aperitivos y similares para el año siguiente.

La resolución identifica de manera individual cada producto a través del registro sanitario Invima, el código único y el nombre de la bebida, aplicando la metodología establecida por la entidad, determina y certifica el denominado precio de venta al público en unidades de 750 cc.

El componente ad-Valorem del impuesto al consumo de licores, aperitivos y similares, se liquidará aplicando una tarifa del 25% sobre el precio de venta al público, antes de impuestos y/o participación, certificado por el DANE.

Componente Ad-Valorem= Precio Dane[3] X 25%

- ***Específico***

La dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda y Crédito Público certifica el valor del componente específico para cada año. La tarifa aplicable a partir del primero de enero del año 2025 es de $342 por grado alcoholímetro en unidad de 750 cc.

Componente Específico= Valor Grado de Alcohol[4] X Graduación

Precio venta facturación= Precio Productor + [(Precio Dane) X 25% + (Valor por Grado Alcohol X Graduación)] + Precio Productor X 5%

6. Conclusiones y Recomendaciones:

- Para el año 2024 las ventas totales de bebidas espirituosas según los datos de la Asociación Colombiana de Industrias Licoreras (ACIL), registraron 90.8 millones de unidades vendidas en todo el país, el aguardiente y la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia continúa liderando el mercado de bebidas espirituosas en Colombia.
- En total, se, lo que representa la mayor participación dentro del segmento de licores nacionales. En el mercado de bebidas espirituosas en Colombia, el aguardiente y el ron son un 76%. Por tanto, a partir de estos productos se genera el mayor recaudo de las rentas asociadas al monopolio.

[3] Para el año 2025 el DANE certificó el precio de venta al público de licores, vinos, aperitivos y similares mediante resolución 2911 del 27 de diciembre del 2024.
[4] Para el componente especifico, aplicable al año 2025, la tarifa de $342 pesos por grado de alcohol fue certificada el día 12 de diciembre de 2024, por parte del director general de apoyo fiscal del Minhacienda.

- El precio final de las bebidas alcohólicas comercializadas en Colombia está afectado entre 39% y 42% por los componentes del impuesto al consumo ad-Valorem y especifico.
- Algunos de los insumos que componen la cadena de costos, en el mercado colombiano tienen un número reducido de proveedores, lo que puede ocasionar fácilmente choques de oferta e incremento de los insumos para empresas pequeñas y medianas por un menor poder de negociación.
- El mercado de las bebidas espirituosas está experimentando un ciclo creciente para el aguardiente, es clave para los actores del mercado estimar la duración de este y las variables que podrían llevar a un cambio y en beneficio de que producto.
- El mercado de bebidas alcohólicas en Colombia tiene un comportamiento al de otros países. Dejando de lado la cerveza, en el segmento de los espirituosos los mayores volúmenes son vendidos por productores locales gubernamentales, superando a las filiales de reconocidas multinacionales.
- Tradicionalmente el consumo de aguardiente ha sido asociado a un público muy adulto, sin embargo, durante los últimos años ha sido el licor de preferencia de un segmento de consumidores mucho más jóvenes dada las variaciones que se dan en su presentación y en su sabor a la vez que se mantiene el producto en el mercado como una de las opciones más accesibles económicamente en cuanto a bebidas alcohólicas con graduación mayor al 15% y bebidas espirituosas incluso por encima del whisky y ron.
- Con la participación entonces del aguardiente en este nuevo nicho de consumidores se ha identificado la preferencia por bebidas con menor contenido de alcohol y sabores más suaves lo que ha conllevado a el desarrollo de nuevo productos que permiten responder a la demanda de consumo con opciones innovadoras que se dan con graduaciones entre el 24%y el 30% de alcohol, entre ellas versiones sin azúcar.
- La categoría del aguardiente, impulsado por mayores ventas de la Fábrica de Licores de Antioquia específicamente con el aguardiente Antioqueño 24°, explica en gran medida el crecimiento, ganando una porción importante del mercado frente al whisky y el ron.
- La tendencia de menores grados de alcohol y productos más atractivos para el consumidor se ha dinamizado con los Ready To Drink -RTD. A este mercado ingresó, en el año 2023, Quala con la marca Like (4% alcohol), ha mostrado un crecimiento acelerado en los RTD, ofreciendo un precio bajo y con una fuerte presencia en el canal moderno.
- La consultora Euromonitor International, en su informe de junio del 2024, estima que para el 2028, las ventas en millones de litros en la categoría de los espirituosos, siga liderada por el aguardiente, pasando de una participación del 59% en el 2023 al 71% en el 2028. Ganando participación frente al Ron y el whisky, se estima que estos pierdan 7,6 y 2,6 puntos porcentuales respectivamente.
- El 80.6% de las bebidas alcohólicas en Colombia se venden en el canal off-trade y el 19.4% en el on-trade
- La distribución en Colombia de las bebidas alcohólicas, en los últimos años se ha especializado y profesionalizado. A esta industria han llegado las estrategias del consumo masivo y las multinacionales como Diageo, Pernord Ricard, AB InBev ayudaron a dinamizar el mercado en su distribución y forma de llegar al consumidor final.

- Empresas locales especializadas en el mercado de consumo masivo han incorporado en sus portafolios las bebidas alcohólicas ayudando a su crecimiento en ventas, se destacan empresas como Dislicores, Altipal, Meico entre otras.
- Las bebidas alcohólicas en Colombia llegan al consumidor final a través de dos grandes canales, el canal off trade son aquellos establecimientos donde el consumidor adquiere el producto y su consumo se da en un sitio diferente. De este canal hacen parte los supermercados y las tiendas de conveniencia; el canal On trade son aquellos comercios donde el consumo de los productos se da en sitio y agrupa los hoteles, restaurantes y servicio de catering, estos son conocidos como HORECA.
- El contexto cultural actual muestra una creciente demanda por prácticas de consumo éticas y sostenibles. La población joven, en especial, valora cada vez más las marcas que promueven la inclusión, la responsabilidad social y la conexión con lo local. Esta tendencia ofrece una oportunidad para que productos con contenido alcohólico superior a 15° se posicionen como bebidas exclusivas, asociadas a experiencias gourmet, turismo cultural y consumo consciente.
- El éxito de un nuevo producto alcohólico en el Quindío dependerá de su alineación con los valores culturales, su capacidad de segmentar el mercado y su compromiso con la responsabilidad social.
- Las normas legales referidas a la explotación del monopolio de licores están contenidas en la Ley 1816 de 2016.
- A partir de 2025, se espera una recuperación progresiva del consumo en bares y restaurantes, gracias a condiciones económicas más favorables y mayor confianza del consumidor.
- Marcas locales e internacionales continuarán lanzando productos con nuevos sabores, colores y presentaciones, respondiendo a la preferencia creciente por bebidas más dulces y personalizadas.
- Las marcas económicas y privadas, especialmente en whisky, ron y vodka, seguirán ganando participación, impulsadas por la búsqueda de precios accesibles y formatos convenientes. Este fenómeno será especialmente visible en tiendas de descuento como D1 y cadenas como Grupo Éxito.
- Cuatro factores clave marcarán la trayectoria del mercado de licores: la expansión del segmento económico, la innovación en sabores y formatos, la recuperación del canal on-trade y la creciente premiumización en ciertas categorías.
- El mercado seguirá creciendo 2025-2034 según diferentes informes a una tasa cercana al 5% derivado de una mayor población y del aumento del PIB per cápita. Además de que los jóvenes vienen ingiriendo licor desde los 12 años y el país tiene una edad media de su población de los 32,5 años, población que ha experimentado una mejora en sus ingresos promedio.
- Como se mencionó anteriormente los fenómenos de urbanización que experimenta el país están relacionados con acceder a educación y en especial hoy las grandes ciudades del país son las principales receptoras de población, mejores ingresos y una actividad económica de entretenimiento en expansión. Situación que presiona a la competencia por estos mercados.

- Colombia ha entendido que el mercado extranjero viene siendo un buen destino de la producción de sus licores. Esto ha generado un mayor volumen de exportación de licores y el camino natural para el crecimiento de la industria, además de la diversificación.
- La anterior oportunidad definitivamente tendrá que complementarse con entornos de la industria marcados por la innovación, el compromiso planetario y el reconocimiento de nuevas tendencias de las nuevas generaciones que buscan productos en algunos casos no tan tradicionales y en atención a diferentes expertos más premium y en algunos casos aromatizados.
- La cadena de valor de la producción y distribución de licores hasta llegar al consumidor final está integrada por una serie de eslabones que aportan a la formación del precio al que es adquirido en cada uno de los canales off-trade y on-trade.
- La carga impositiva de las bebidas alcohólicas en Colombia es elevada y puede llegar a representar en promedio el 42% para el aguardiente y el 39% para el ron, al momento de la venta por parte del productor que es quien actúa como agente recaudador de los componentes Ad-Valorem y Especifico, los cuales integran el impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos similares.
- La llegada al mercado tiene diferentes rutas y cada una de ellas tiene un costo de servir y expectativa de rentabilidad diferente.
- En lo que se refiere a las barreras de entrada, el mercado colombiano de licores en la producción tiene cinco elementos fundamentales a considerar: Los aspectos normativos consagrados en la ley 1816 y la Superintendencia de Industria y Comercio, los procedimientos y permisos exigidos por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima, los costos de producción y una competencia nacional sólida y creciente en especial liderada por la Fábrica de Licores y Alcoholes y otras industrias de propiedad pública como el Valle, Caldas y Cundinamarca.
- Los canales de distribución hoy demandan negociaciones complejas con distribuidores con estructuras logísticas sólidas y minoristas que acceden a los mercados barriales y locales.
- La estructura tradicional de una botella de aguardiente, ron, whisky, ginebra, vino u otro está compuesta por los siguientes insumos: licor, envase, tapa, etiqueta, caja de cartón, mano de obra y Costos Indirectos de Fabricación-CIF
- El precio de venta por parte del productor a sus clientes directos tiene dos componentes. El primero está relacionado con la operación del negocio e involucra los costos de producción más el margen bruto que se espera obtener; un segundo componente que está integrado por el impuesto al consumo de licores y el IVA de licores el cual tiene una tarifa del 5 %.

2025

COMPONENTE FINANCIERO

FASE 4
GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA

Tabla de contenido

1. 3

1.2. 8

1.2.1 Escenario base: volumen de alcohol potable introducido 7

1.2.2 Escenario medio: ventajas del territorio de producción 8

1.2.3 Escenario optimo: aprovechamiento de apertura en la distribución de aguardiente 9

2. 12

3. 16

4. 17

4.1. Fuentes de Financiamiento 16

4.2. 19

5. 20

6. 28

6.1. Elasticidades 27

GMIA Grupo de Macroeconomía Aplicada
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA Facultad de Ciencias Económicas
GOBIERNO DEL QUINDÍO

Objetivo: Estructurar un estudio económico desde la etapa de producción que implique analizar diversos aspectos financieros y económicos que afectan a dicho producto desde su fabricación hasta su venta final, y que proporcionen el costo mínimo de producción bebidas alcohólicas con graduación alcohólica mayor a 15%, que contenga cómo mínimo:

1. Análisis Costos De Producción

El diseño de una estructura tipo, para una empresa productora y distribuidora de licores, con graduación alcohólica superior a 15°, será estimada por cada referencia, con destino al mercado nacional. La simulación no incluirá exportaciones, puesto que el costo de producción es igual y la diferencia en términos de ingresos y márgenes que deja el mercado de exportaciones es similar al mercado local en términos de márgenes. El involucrar una variable como el dólar en el precio de venta imprimiría volatilidad al modelo vía ingresos, lo que podría distorsionar el análisis para determinar el valor a recaudar por parte del departamento por concepto del derecho de explotación por producción.

Se estimarán referencias en unidades con los siguientes contenidos en mililitros por tipo de envase y licor:

- ✓ Aguardiente: 1000 ml, 750 ml y 375 ml
- ✓ Aguardiente Premium 750 ml
- ✓ Ron 750 ml
- ✓ Ron Premium 700 ml
- ✓ Vodka 750 ml
- ✓ Ginebra 750 ml
- ✓ Brandy 750ml y 375 ml
- ✓ Cocteles 750 ml
- ✓ Vinos 750 ml

Partiendo de una estructura de costos compuesta por el licor (incluye preparación), envase, tapa, etiqueta, caja, mano de obra y CIF. Los elementos descritos en la cadena de valor determinan los materiales y cantidades para cada referencia, estos corresponden a costos directos relacionados con los volúmenes de producción.

Costos como la mano de obra y energía están relacionados con la eficiencia de la línea de envasado y grado de automatización de esta. En un proceso de producción donde el envasado, etiquetado, armado de cajas y embalaje este automatizado las necesidades de mano de obra serán menores y algunos costos indirectos de fabricación, relacionado con el mantenimiento, seguros, etc. pueden variar.

Costos de producción Aguardiente 29°

Para la producción de una botella de aguardiente, los costos directos de mayor peso corresponden al licor (preparación), el envase y la tapa. Estas materias primas en conjunto con la caja y/o estuche componen los materiales directos.

A continuación, se detallan los costos para una botella de 1000 ml, 750 ml y 375:

Aguardiente 29°-1000 ml

Costo Materiales	Valor Unidad-2025
Licor	1.893
Envase	1.743
Tapa	679
Etiqueta	158
Caja master	225
Mano de obra	187
Energia	9
CIF	387
Total	**5.280**

Aguardiente 29°-750 ml

Costo Materiales	Valor Unidad-2025
Licor	1.422
Envase	1.462
Tapa	679
Etiqueta	111
Caja master	173
Mano de obra	111
Energia	8
CIF	297
Total	**4.264**

Aguardiente 29°-375 ml

Costo Materiales	Valor Unidad-2025
Licor	707
Envase	1.164
Tapa	679
Etiqueta	111
Caja master	121
Mano de obra	261
Energia	7
CIF	480
Total	**3.531**

El costo para las referencias 1000 ml, 750 ml y 375 ml de aguardiente a una graduación de 29°, en el componente de la tapa el costo incluye elementos de seguridad para reducir la posibilidad de adulteración.

Costos de producción Aguardiente Premium 35°

El balance en la estructura de costos de un aguardiente premium varia. Tienen una mayor relevancia elementos como la botella y la tapa tapón. Estos componentes del costo absorben aproximadamente el 64% del costo del producto.

Otra característica de este tipo de productos es la ausencia de etiquetas de papel o plástico. En su gran mayoría las botellas son serigrafiadas o con la técnica de embossing.

Aguardiente 35 ° Premium-750

Costo Materiales	Valor Unidad-2025
Licor	2.444
Envase-embossing	7.350
Tapa	2.994
Etiqueta	-
Caja master	173
Mano de obra	3.280
Energia	10
CIF	934
Total	**17.185**

El aguardiente premium para el modelo base se costea con una graduación alcohólica de 35°. La mano de obra cobra relevancia en la medida que, por ser un número menor de unidades, tiene un terminado artesanal.

Costos de producción Ron

El ron propuesto para producir está dentro de la categoría de los macerados, el cual ofrece una experiencia innovadora y sensorial. Este tipo de ron se elabora mediante la infusión de ingredientes botánicos, frutas, especias u otros sabores que aportan complejidad y originalidad al producto. En esta categoría la edad de añejamiento no es el atributo para destacar del producto. Se usan tafias con añejamiento entre 1 y 3 años. Las tafias importadas, el costo promedio está determinado por la edad de añejamiento.

Ron 35°-750 ml

Costo Materiales	Valor Unidad-2025
Licor	5.286
Envase	1.681
Tapa	679
Etiqueta	164
Caja master	182
Mano de obra	200
Energia	8
CIF	371
Total	**8.571**

El ron propuesto estaría diseñado para competir en el mercado masivo, buscando ganar participación a los mayores productores. En este segmento el mayor volumen lo representan productoras locales.

Costos de producción Ron Premium

El ron premium se proyecta en el segmento de los rones secos caracterizado por su pureza y refinamiento. Este tipo de ron es el resultado de un proceso de destilación enfocado en obtener un perfil limpio y sin sabores añadidos. El sabor es más directo y neutro, con notas que resaltan la esencia de la caña de azúcar y la madera de las barricas donde se añeja.

Ron Premium 35°-700 ml OK

Costo Materiales	Valor Unidad-2025
Licor	10.906
Envase-embossing	7.032
Tapa	2.851
Etiqueta	-
Caja master	213
Mano de obra	934
Energia	10
CIF	3.281
Total	**25.227**

En el mercado, el ron seco suele posicionarse como una bebida que refleja autenticidad y elegancia, apelando a un nicho que valora la tradición y la calidad técnica del producto. En este producto se

resaltan elementos del costo como la botella, caracterizada por diseño atractivo y sin etiqueta se usa principalmente el embossing. Otro elemento que le imprime distinción y categoría al producto es el uso de tapón con elementos de madera y corcho.

Costos de producción Vodka

El vodka propuesto para incluir en el portafolio se elabora a partir de alcohol de cereal importado. Su principal nicho de mercado es para coctelería y para momentos de consumo específicos.

Dentro de la categoría estaría en un rango estándar, con un precio de venta accesible a diferentes tipos de consumidores y presupuesto.

Vodka 40° -750 ml

Costo Materiales	Valor Unidad-2025
Licor	2.387
Envase	1.681
Tapa	679
Etiqueta	164
Caja master	214
Mano de obra	1.057
Energia	20
CIF	2.412
Total	**8.614**

La graduación alcohólica para la categoría es de 40° en presentación de 750 ml.

Costos de producción Ginebra

La ginebra por producir tiene como base alcohol extra-neutro rectificado con la incorporación de esencias para entregar las características particulares de la bebida, como el enebro. La bebida también se caracteriza por la adición de sabores particulares como cítricos, especias y florales.

Ginebra 40° -750 ml

Costo Materiales	Valor Unidad-2025
Licor	1.948
Envase	1.681
Tapa	679
Etiqueta	164
Caja master	214
Mano de obra	1.057
Energia	20
CIF	2.412
Total	**8.175**

La graduación alcohólica para la categoría es de 40° en presentación de 750 ml.

Costos de producción Brandy

El brandy por desarrollar tiene como base el mosto de uva importado es un destilado elaborado a partir del vino de uva (o jugo de frutas fermentado en otros casos). Este producto tiene un sabor cálido y en su proceso pasa por añejamiento en barricas.

Brandy 35° -750 ml

Costo Materiales	Valor Unidad-2025
Licor	2.949
Envase-DA	1.719
Tapa	679
Etiqueta	164
Caja master	214
Mano de obra	200
Energia	8
CIF	371
Total	**6.304**

Brandy 35° -375 ml

Costo Materiales	Valor Unidad-2025
Licor	1.446
Envase-DA	1.108
Tapa	612
Etiqueta	74
Caja master	112
Mano de obra	237
Energia	7
CIF	480
Total	**4.076**

La graduación alcohólica para la categoría es de 35° en presentaciones de 750 ml y 375 ml.

Costos de producción Cocteles

La producción de cocteles se proyecta con una graduación alcohólica del 20°. El alcohol base es de cereal y el perfil para cada referencia y propósito lo entregan las esencias.

Cocteles -750 ml

Costo Materiales	Valor Unidad-2025
Licor	1.618
Envase	1.681
Tapa	679
Etiqueta	164
Caja master	214
Mano de obra	1.057
Energia	20
CIF	480
Total	**5.913**

La presentación es de 750 ml.

Costos de producción Vino

La producción de vinos en Colombia se realiza con mostos importados principalmente de Argentina, Chile, España e Italia. Para la construcción de la estructura de costo se supone una graduación alcohólica del 16°.

Vino -750 ml

Costo Materiales	Valor Unidad-2025
Vino	4.300
Envase	1.200
Tapa-Corcho	300
Etiqueta	164
Caja master	214
Mano de obra	800
Energia	8
CIF	371
Total	**7.357**

La presentación estimada proyectada es de 750 ml.

1.2. Estimación Unidades A Producir

La proyección de los ingresos como de los costos, requiere la estimación de las cantidades a ser producidas, que finalmente se convertirán en las unidades demandas por el mercado. Teniendo en cuenta las circunstancias actuales del mercado, donde a comienzo del año se introdujo un cambio importante en la normatividad de la industria, como fue la declaratoria de inconstitucionalidad del artículo 28 de la ley 1816 de 2016 (protección especial al aguardiente colombiano), la producción de aguardiente en otro departamento, gana mayor atractivo para un productor/ comercializador por la apertura del mercado y la posibilidad de introducir aguardiente en departamentos donde existían la restricción de introducción. En el año 2024 en estos mercados se vendieron 55.3 millones de unidades, según información publicada por la Asociación Colombiana de Industrias Licoreras-ACIL.
Por tanto, la proyección de las unidades a ser producidas en el horizonte de tiempo del contrato será estimado en tres escenarios.

1.2.1 Escenario base: volumen de alcohol potable introducido

El escenario toma como base el alcohol potable ingresado al departamento del Quindío y sobre el cual recauda la participación, contemplada en el artículo 15 de la ley 1816 de 2016. En el siguiente cuadro se muestra el volumen de alcohol potable introducido al departamento y se estima el volumen de producción obtenido en la elaboración de referencias con graduación alcohólica de 29° promedio y en presentación de botella 750 ml.

Año	Litros declarados	Unidades 750
2021	55.000	242.759
2022	39.399	173.897
2023	35.000	154.483
2024	122.437	540.410
2025*	53.842	237.647

Enero-Abril

Proyectando un crecimiento en el alcohol potable introducido al departamento del 4.5% para el año 2026, el potencial de botellas a producir seria de 565 mil unidades de 750.

Referencias-Unidades 750	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Aguardiente 29°-1000 ml	17.325	17.327	17.326	17.326	17.326	17.326	17.326	17.326	17.326	17.326
Aguardiente 29°-750 ml	13.327	13.328	13.328	13.328	13.328	13.328	13.328	13.328	13.328	13.328
Aguardiente 29°-375 ml	18.092	18.092	18.092	18.092	18.092	18.092	18.092	18.092	18.092	18.092
Aguardiente 35 ° Premium-750	4.442	4.443	4.443	4.443	4.443	4.443	4.443	4.443	4.443	4.443
Ron 35°-750 ml	17.532	19.506	21.203	22.715	24.092	25.365	26.555	27.675	28.738	28.738
Ron Premium 35°-700 ml	10.522	13.099	15.181	16.977	18.581	20.043	21.396	22.661	23.854	23.854
Vodka 40° -750 ml	13.372	14.210	14.637	15.139	15.549	15.951	16.320	16.674	17.008	17.008
Ginebra 40° -750 ml	7.242	7.229	7.226	7.225	7.225	7.225	7.225	7.225	7.225	7.225
Brandy 35° -750 ml	29.911	46.445	64.343	82.712	101.275	119.762	138.026	155.962	173.506	173.506
Brandy 35° -375 ml	38.884	60.379	83.646	107.525	131.658	155.690	179.434	202.751	225.558	225.558
Cocteles-750 ml	329.827	329.827	329.827	329.827	329.827	329.827	329.827	329.827	329.827	329.827
Vino-750 ml	62.950	88.208	111.883	134.029	154.439	173.354	190.886	207.235	222.540	251.247
Total unidades	**563.425**	**632.093**	**701.135**	**769.338**	**835.835**	**900.406**	**962.858**	**1.023.199**	**1.081.445**	**1.110.152**

A partir de estos volúmenes se proyecta el flujo de ingresos, costos y gastos. Incluyendo una aproximación al porcentaje base a cobrar sobre los ingresos como derecho de explotación por producción.

1.2.2 Escenario medio: ventajas del territorio de producción

La ubicación geográfica del departamento del Quindío y tarifa del impuesto de industria y comercio se convierten en una ventaja comparativa, haciendo atractivo el departamento para que un nuevo productor se establezca.

El departamento del Quindío es un punto equidistante a los tres principales mercados consumidores de licores espirituosos en Colombia, Antioquia, Cundinamarca y Valle mercados donde se comercializaron 50 millones de unidades de aguardiente en el año 2024.

Distancia Armenia	KM
Medellín	258
Bogota	268
Cali	179
Neiva	278



Además, las tarifas del impuesto de industria y comercio son competitivas respecto a Bogotá y Cali, dos de las ciudades sede de varias empresas productoras de licores. Mientras Bogotá tiene una tarifa del 11.04 por mil para el código 1101 para la Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas, la tarifa en Armenia es del 7 por mil.

Estimando un crecimiento en el alcohol potable introducido al departamento del 10% para el año 2026 y aprovechar las ventajas geográficas y tarifas de impuestos locales, las botellas a producir serian 595 mil unidades de 750.

Referencias-Unidades 750	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Aguardiente 29°-1000 ml	19.057	19.059	19.059	19.059	19.059	19.059	19.059	19.059	19.059	19.059
Aguardiente 29°-750 ml	14.659	14.661	14.661	14.661	14.661	14.661	14.661	14.661	14.661	14.661
Aguardiente 29°-375 ml	19.902	19.902	19.902	19.902	19.902	19.902	19.902	19.902	19.902	19.902
Aguardiente 35 ° Premium-750	4.886	4.887	4.887	4.887	4.887	4.887	4.887	4.887	4.887	4.887
Ron 35°-750 ml	19.285	21.456	23.323	24.987	26.501	27.902	29.210	30.443	31.611	31.611
Ron Premium 35°-700 ml	11.575	14.409	16.699	18.675	20.439	22.047	23.536	24.928	26.239	26.239
Vodka 40° -750 ml	14.709	15.632	16.100	16.653	17.103	17.547	17.953	18.341	18.709	18.709
Ginebra 40° -750 ml	7.966	7.952	7.949	7.948	7.948	7.947	7.947	7.947	7.947	7.947
Brandy 35° -750 ml	32.902	51.090	70.778	90.983	111.403	131.738	151.829	171.558	190.857	190.857
Brandy 35° -375 ml	42.772	66.417	92.011	118.278	144.824	171.259	197.377	223.026	248.114	248.114
Cocteles -750 ml	362.809	362.809	362.809	362.809	362.809	362.809	362.809	362.809	362.809	362.809
Vino -750 ml	69.245	97.029	123.071	147.432	169.883	190.689	209.975	227.958	244.794	276.372
Total unidades	**619.768**	**695.303**	**771.248**	**846.272**	**919.418**	**990.446**	**1.059.144**	**1.125.519**	**1.189.590**	**1.221.168**

A partir de estos volúmenes se proyecta el flujo de ingresos, costos y gastos. Incluyendo una aproximación al porcentaje base a cobrar sobre los ingresos como derecho de explotación por introducción.

1.2.3 Escenario optimo: aprovechamiento de apertura en la distribución de aguardiente

Una de las principales fortalezas de mercado con la que han contado las productoras de licores oficiales del departamento de Antioquia, Cundinamarca y Valle, ha sido la adopción del artículo 28 de la ley 1816 de 2016, para la protección del aguardiente colombiano. Las salvaguardas establecidas por estos departamentos coincidieron con una fase de crecimiento del consumo de aguardiente a partir del año 2022. En la tabla anexa se relaciona el acto administrativo a través de los cuales los departamentos adoptaron la protección al aguardiente producido y/o distribuidos en sus territorios.

Departamento	Unidades 750 Vendidas 2024	Acto Administrativo Art 28
Antioquia	27.041.857	Decreto 2022070001497 de 23 de febrero del 2022
Cundinamarca	13.210.120	Decreto 222 del 9 de julio del 2019
Valle	9.670.215	Resoluciones especificas a cada solitud.
Huila	2.453.734	Otorgó contrato de concesión marca Doble Anís
Cauca	2.075.240	Resolución 12081-12-2023
Boyacá	908.099	Decreto 521 del 5 de agosto del 2019
Total	**55.359.265**	

Fuente:unidades 750 vendidas, ACIL

Teniendo como referencia el número de unidades de botellas de aguardiente, reducidas a presentación de 750 ml, las licoreras oficiales vendieron al mercado 94.8 millones, de estas ventas

55.3 se realizaron en mercados protegidos por salvaguardas. Esto significa que el 58% de las unidades comercializadas en el 2024, fue en un mercado cautivo para cada uno de estos departamentos.

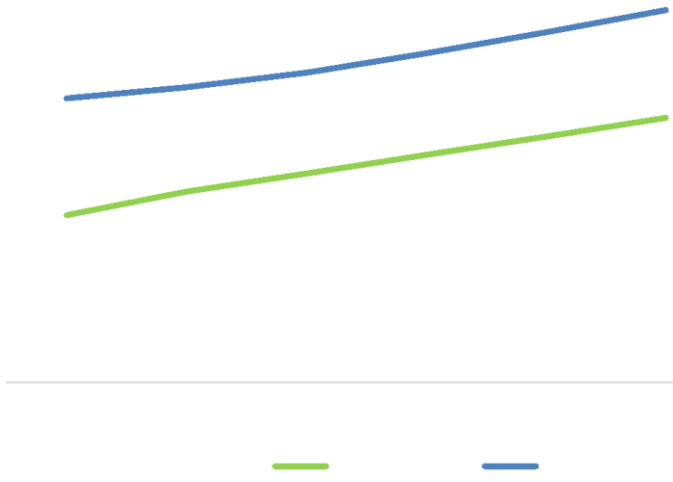
Sin embargo, la corte constitucional a través de sentencia C-032 de 2025, declaro inexequibles los incisos primero y segundo del artículo 28 de la ley 1816 de 2016. Esta decisión permitió la apertura del mercado, la cual se está dando de manera gradual para los productores actuales. Igualmente, se abren oportunidades a nuevos productores que pretendan incursionar en el mercado y que cuenten o puedan acceder a ser operadores de contratos de producción en un departamento que oferte esta posibilidad. Este cambio normativo hace particularmente atractivo la posibilidad de producir licores espiritosos en el departamento del Quindío.

El nuevo escenario dejado por la sentencia C-032 de 2025, es la posibilidad de introducir y vender aguardiente en seis departamentos donde se vende más del 50% de las unidades comercializadas en Colombia. Además, las proyecciones de la firma Euromonitor, en su informe de junio del 2024, estima la participación del aguardiente en 71% en el segmento de los espirituosos, para el año 2028.

Categoria	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Total Espirituosos	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Aguardente	59,0%	64,4%	67,2%	69,0%	70,2%	71,0%
Ron	19,6%	16,5%	14,6%	13,4%	12,6%	12,0%
Whiskies	12,0%	10,4%	10,0%	9,8%	9,6%	9,4%
Otros	9,4%	8,7%	8,2%	7,9%	7,7%	7,5%

Fuente: Euromonitor 2024

A continuación, se presenta el número de unidades proyectado por Euromonitor para el periodo 2025-2028, que se tomara como base para calcular las unidades adicionales en la categoría de aguardiente para un productor en el departamento del Quindío.



El escenario de apertura del mercado estima que el nuevo productor a establecerse en el departamento del Quindío alcanzará en la categoría de aguardiente, una participación del 1.2% del mercado de aguardiente en Colombia.

Referencias-Unidades 750	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Aguardiente 29°-1000 ml	508.790	548.130	588.834	588.834	588.834	588.834	588.834	588.834	588.834	588.834
Aguardiente 29°-750 ml	302.111	325.202	349.094	349.094	349.094	349.094	349.094	349.094	349.094	349.094
Aguardiente 29°-375 ml	530.927	571.975	614.450	614.450	614.450	614.450	614.450	614.450	614.450	614.450
Aguardiente 35 ° Premium-750	132.643	142.905	153.524	153.524	153.524	153.524	153.524	153.524	153.524	153.524
Ron 35°-750 ml	19.285	21.456	23.323	24.987	26.501	27.902	29.210	30.443	31.611	31.611
Ron Premium 35°-700 ml	11.575	14.409	16.699	18.675	20.439	22.047	23.536	24.928	26.239	26.239
Vodka 40° -750 ml	14.709	15.632	16.100	16.653	17.103	17.547	17.953	18.341	18.709	18.709
Ginebra 40° -750 ml	7.966	7.952	7.949	7.948	7.948	7.947	7.947	7.947	7.947	7.947
Brandy 35° -750 ml	32.902	51.090	70.778	90.983	111.403	131.738	151.829	171.558	190.857	190.857
Brandy 35° -375 ml	42.772	66.417	92.011	118.278	144.824	171.259	197.377	223.026	248.114	248.114
Cocteles -750 ml	362.809	362.809	362.809	362.809	362.809	362.809	362.809	362.809	362.809	362.809
Vino -750 ml	69.245	97.029	123.071	147.432	169.883	190.689	209.975	227.958	244.794	276.372
Total unidades	**2.035.734**	**2.225.007**	**2.418.642**	**2.493.666**	**2.566.812**	**2.637.840**	**2.706.538**	**2.772.912**	**2.836.983**	**2.868.561**

A partir de estos volúmenes se proyecta el flujo de ingresos, costos y gastos. Incluyendo una aproximación al porcentaje base a cobrar sobre los ingresos como derecho de explotación por introducción.

2. Inversión en Equipos y Capital

Se presenta una estimación para la inversión, teniendo en cuenta el requerimiento de instalación de una planta de producción de bebidas alcohólicas ubicada en el Departamento del Quindío, basándose en el uso del alcohol extra neutro como materia prima y contemplando los escenarios planteados anteriormente según las proyecciones a los próximos 10 años:

- Escenario base: 1.110.152 unidades/año (750 ml)
- Escenario medio: 1.221.168 unidades/año (750 ml)
- Escenario óptimo: 2.868.561 unidades/año (750 ml)

Los valores están expresados en pesos colombianos (COP) y dólares estadounidenses (USD) con una tasa de cambio de $4.194 COP/USD.

- **Equipos y maquinaria:**
  Los equipos contemplan una línea completa de producción diseñada para garantizar eficiencia, calidad y cumplimiento de estándares sanitarios internacionales. El proceso inicia con la recepción del Alcohol Extra Neutro (AEN), seguido de su dilución y formulación mediante tanques de mezclado en acero inoxidable con control de temperatura y agitación automática. Posteriormente, el líquido pasa a través de filtros de alta precisión para garantizar su pureza antes del embotellado. La línea de envasado incluye un monoblock automático de llenado y taponado con capacidad de hasta 150 botellas por minuto (bpm), adecuado para formatos de 750 ml. Este se complementa con una etiquetadora rotativa multicabezal compatible con etiquetas autoadhesivas y termoencogibles.

El sistema incorpora además un codificador por inyección de tinta para trazabilidad por lote, una empacadora automática en cajas de cartón, un robot paletizador con control de movimientos por visión artificial y un sistema automatizado de bandas transportadoras.
Se incluye una unidad CIP (clean-in-place) para limpieza interior automatizada de tuberías y equipos, así como un sistema de tratamiento de agua por ósmosis inversa y UV, garantizando la calidad del agua empleada en el proceso.

Dado que la información disponible corresponde a una línea de producción diseñada para una capacidad máxima estimada de 2.868.561 unidades/año, los valores de inversión en equipos presentados en los escenarios Base y Medio han sido escalados de manera proporcional a su volumen proyectado. Se ha aplicado un criterio de escalamiento técnico basado en la raíz cúbica de la relación entre capacidades, método ampliamente utilizado en proyectos industriales para reflejar economías de escala. Este ajuste permite estimar costos más realistas para configuraciones más pequeñas que no requieren toda la infraestructura de una planta de gran volumen.

Factores aplicados para escalamiento por capacidad:
-Para el cálculo de escalamiento, se utilizó la fórmula basada en la raíz cúbica, es decir, n= 1/3. Esta decisión se fundamenta en principios de ingeniería económica y análisis de economías de escala, donde se reconoce que los costos de inversión en plantas industriales no crecen linealmente con la capacidad de producción. El exponente de 1/3 es adecuado cuando se está escalando por volumen (como unidades de producción anuales), ya que refleja que, si la capacidad se duplica, el costo se incrementa en menor proporción debido a rendimientos crecientes a escala. Esta metodología es reconocida y utilizada en la estimación de costos en diseño de procesos químicos, farmacéuticos y de alimentos.

Escenario Óptimo: 2.868.561 unidades/año → factor = 1.00000
Escenario Medio: 1.221.168 unidades/año → factor = 0.75226
Escenario Base: 1.110.152 unidades/año → factor = 0.72874

Componente	Base (COP)	Medio (COP)	Óptimo (COP)
Línea de embotellado primario	$ 7.986.428.131	$ 8.244.232.753	$ 10.959.223.968
Tratamiento y limpieza interna (CIP)	$ 531.778.154	$ 548.944.134	$ 729.722.448
Control de flujo de botellas	$ 246.463.000	$ 254.418.910	$ 338.204.160
Empaque automatizado	$ 1.519.855.167	$ 1.568.916.610	$ 2.085.592.320
Subtotal Equipos (sin ajuste)	**$ 10.284.524.451**	**$ 10.616.512.406**	**$ 14.112.742.896**
Ajuste transporte/nacionalización (5,4%)	$ 555.364.320	$ 573.291.670	$ 762.088.116
Total Equipos y Maquinaria (USD)	**$ 10.839.888.772**	**$ 11.189.804.076**	**$ 14.874.831.012**

- **Instalaciones**

Representa la inversión necesaria en bienes raíces a título de arrendamiento e infraestructura para el establecimiento de la planta. Incluye el terreno requerido, obras civiles industriales, oficinas administrativas, zonas sociales, urbanismo y conexión a

servicios públicos. La estimación se hizo con base en precios promedios del mercado inmobiliario industrial en el departamento del Quindío. El área estimada se define en función del crecimiento operativo proyectado en cada escenario, las superficies se definieron con base en estándares técnicos de diseño industrial aplicados a plantas de bebidas espirituosas.

Tecnología y software

Se considera la adquisición e implementación de herramientas digitales, sistemas de control industrial y software administrativo para la gestión operativa. A diferencia del bloque de maquinaria, estos ítems no escalan directamente con la capacidad instalada, sino que se estiman según rangos funcionales (pequeña, mediana y gran empresa). Se usaron referencias de mercado nacional e internacional, incluyendo costos de licenciamiento ERP (SAP Business One, Odoo), SCADA (Rockwell/Siemens), y hardware TI.

Se estima de la siguiente forma la asignación a cada escenario:

Base: Planta pequeña con operación limitada: 1–2 estaciones SCADA, ERP simple.
Medio: Planta mediana con trazabilidad parcial, ERP más robusto, SCADA en línea.
Óptimo: Planta altamente digitalizada con ERP completo, trazabilidad automatizada.

Componente	Base (COP)	Medio (COP)	Óptimo (COP)
ERP y software de producción	$ 209.700.000	$ 335.520.000	$ 503.280.000
SCADA y automatización	$ 125.820.000	$ 188.730.000	$ 293.580.000
Red y servidores	$ 83.880.000	$ 146.790.000	$ 251.640.000
Trazabilidad y RFID	$ 104.850.000	$ 125.820.000	$ 188.730.000
CCTV y seguridad industrial	$ 104.850.000	$ 125.820.000	$ 209.700.000
Total Tecnología y Software	**$ 629.100.000**	**$ 922.680.000**	**$ 1.446.930.000**

- **Mobiliario y Equipos de Oficina**

Se estiman los elementos necesarios para dotar las instalaciones en función de lo administrativo, operativo y de bienestar. Incluye escritorios, salas de reuniones, cafeterías, sistemas de comunicaciones y elementos de seguridad electrónica. Se basa en estándares de costos de dotación institucional en Colombia, ajustados por tamaño organizacional (número de empleados estimado por escenario). Este rubro no escala con la fórmula de capacidad, sino con niveles de operación.

Se estima de la siguiente forma la asignación a cada escenario:

Base: Planta operativa con 10 personas, zonas comunes compactas.
Medio: Estructura organizacional de 15 a 20 personas, expansión en zonas sociales.
Óptimo: Área administrativa con un estimado de 30 personas, mejor tecnología de comunicación y mayores zonas sociales.

Componente	Base (COP)	Medio (COP)	Óptimo (COP)
Mobiliario general	$ 146.790.000	$ 209.700.000	$ 314.550.000
Sala reuniones, cafetería, zonas	$ 83.880.000	$ 125.820.000	$ 188.730.000
Comunicaciones y redes	$ 83.880.000	$ 104.850.000	$ 146.790.000
Seguridad electrónica y control	$ 104.850.000	$ 125.820.000	$ 188.730.000
Total Tecnología y Software	**$ 419.400.000**	**$ 566.190.000**	**$ 838.800.000**

- **Capital de trabajo**

Se estima los empleos necesarios para operar la planta en cada uno de los 3 escenarios de capacidad. Se consideran turnos rotativos de 3 jornadas por día, una estructura administrativa básica, personal técnico y de apoyo logístico. La estimación incluye operarios directos de producción, personal de mantenimiento, supervisores, técnicos de calidad, administrativos y operarios logísticos.

Área / Rol	Base (personas)	Medio (personas)	Óptimo (personas)
Operarios de producción	12	20	35
Técnicos de mantenimiento	2	3	5
Supervisores de planta	2	3	4
Personal de calidad	2	3	5
Logística y almacenamiento	3	4	6
Administrativos	5	7	10
Seguridad y servicios	3	4	5
Total estimado de empleos	**29**	**44**	**70**

- **Amortización de equipos y costos de mantenimiento**

Se proyecta la depreciación de los equipos adquiridos y los gastos anuales estimados de mantenimiento para asegurar la continuidad operativa.

Amortización de Equipos: La vida útil de los equipos industriales se define por normativas contables y criterios técnicos. En Colombia, se hace con base en Normas NIIF (NIC 16) y lineamientos fiscales (DIAN). La vida útil esperada de los equipos industriales se estima es de 10 años, tomando un punto medio conservador.

Se utiliza el método lineal de depreciación sin valor residual, repartiendo el valor total de Equipos y Maquinaria de cada escenario a lo largo de una década.

Costos de Mantenimiento: Corresponden a intervenciones preventivas, correctivas y reemplazos menores. Se estima un costo anual equivalente al 3,5% del valor total de los equipos por escenario, con base en estándares del sector industrial manufacturero en Colombia (Según Rockwell Automation, ABB y estudios de ANDI, los costos de mantenimiento anuales oscilan entre 2% y 5% del valor de los equipos.)

3. Análisis Precio De Venta

El precio es un elemento esencial en las actividades empresariales, a través de este se determina el retorno para los inversionistas, la capacidad de reinversión en el negocio y la sostenibilidad. Sin embargo, en industrias como la producción y distribución de bebidas alcohólicas, al momento establecer el precio de venta, se debe tener en cuenta la carga tributaria que rige para industria y opera como un elemento para controlar las externalidades negativas generadas por el consumo de alcohol.

Estudios han encontrado que la tributación diferencial es una de las formas de corregir las externalidades. En el caso del consumo del alcohol una mayor carga tributaria que incrementa el precio al consumidor final genera control al consumo excesivo de alcohol. Además, los impuestos recaudados en la venta de estos productos son invertidos en la implementación de políticas y programas para prevenir el consumo y moderar las consecuencias negativas del consumo excesivo. En el caso de Colombia la ley 1816 de 2016 determina cuales son las rentas asociadas al monopolio rentístico de licores y los sectores sociales donde deben ser invertidos los recursos recaudados.

Establecer el precio como un elemento para controlar el consumo desmedido de licores, subyace bajo un supuesto, que el consumo de bebidas alcohólicas es elástico al precio. En estudio[1] publicado por el National Intitutes of Health, se concluye que los estudios evaluados proporcionan evidencia consistente que el aumento de los precios del alcohol y de los impuestos al consumo de alcohol, se asocia con reducciones tanto del elevado consumo como de las afectaciones relacionadas.

Precios Mercado Nacional

Para determinación del precio de venta, se hará énfasis en el primer precio que se establece en la cadena de valor, el determinado por el productor para sus distribuidores o venta directa en caso de que cuente con logística de distribución. Este primer precio permite:

- ✓ Mantener la operatividad de la empresa.
- ✓ Establecer el valor del IVA.
- ✓ Determinar los ingresos gravables para impuesto de renta e industria y comercio.
- ✓ Determinar el valor a pagar por la producción en la operación del monopolio de producción obtenido mediante licitación.

Otra variable que hace parte del precio de venta del productor, son los componentes Ad Valorem y Especifico del impuesto al consumo de licores, vinos y aperitivos. En este caso solo se actúa como

[1] Elder RW, Lawrence B, Ferguson A, Naimi TS, Brewer RD, Chattopadhyay SK, Toomey TL, Fielding JE; Task Force on Community Preventive Services. The effectiveness of tax policy interventions for reducing excessive alcohol consumption and related harms. Am J Prev Med. 2010 Feb;38(2):217-29. doi: 10.1016/j.amepre.2009.11.005. PMID: 20117579; PMCID: PMC3735171.

agente recaudador y estos recursos deben ser trasladados a cada departamento de destino final de los productos sujetos al monopolio. La periodicidad de pago es quincenal.

Precio venta facturación= Precio Productor + [(Precio Dane) X 25% + (Valor por Grado Alcohol X Graduación)] + Precio Productor X 5%

El mercado de las bebidas alcohólicas en Colombia ha crecido en términos de la oferta disponible para los consumidores. Por tanto, para un productor o importador es relevante controlar la cadena de valor hasta el consumidor final. Se debe conocer en detalle el valor adicionado desde el productor o importador hasta la venta final. Esto garantiza que cada uno de los participantes, del canal on y canal off, obtenga la remuneración adecuada, manteniendo precios competitivos para el mercado.

Los precios establecidos para las referencias, que un productor potencial puede manufacturar, en el departamento del Quindío, consultó la cadena de valor desde el productor hasta el consumidor final. Se tuvo como referencia que este productor debe obtener márgenes cercanos a los de una empresa de tamaño similar que participe en esta industria y le permita competir con referencias de características similares.

Precio Venta Referencia	Precio Base G
Aguardiente 29°-1000 ml	11.000
Aguardiente 29°-750 ml	10.000
Aguardiente 29°-375 ml	7.200
Aguardiente 35° Premium-750	115.000
Ron 35°-750 ml	16.500
Ron Premium 35°-700 ml	54.500
Vodka 40° -750 ml	16.200
Ginebra 40° -750 ml	15.500
Brandy 35° -750 ml	14.800
Brandy 35° -375 ml	5.500
Cocteles-750 ml	14.500
Vino-750 ml	15.500

Los precios unitarios base, determinantes del ingreso del productor fueron, ajustados conforme a la inflación proyectada para el periodo 2026-2035.

Precio Venta Referencia	Precio Base G	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Aguardiente 29°-1000 ml	11.000	11.429	11.855	12.282	12.724	13.106	13.499	13.904	14.321	14.751	15.194
Aguardiente 29°-750 ml	10.000	10.390	10.778	11.166	11.568	11.915	12.272	12.640	13.019	13.410	13.812
Aguardiente 29°-375 ml	7.200	7.481	7.760	8.039	8.329	8.579	8.836	9.101	9.374	9.655	9.945
Aguardiente 35° Premium-750	115.000	119.485	123.943	128.405	133.028	137.019	141.129	145.363	149.724	154.216	158.842
Ron 35°-750 ml	16.500	17.144	17.783	18.423	19.087	19.659	20.249	20.856	21.482	22.127	22.790
Ron Premium 35°-700 ml	54.500	56.626	58.738	60.853	63.044	64.935	66.883	68.889	70.956	73.085	75.277
Vodka 40° -750 ml	16.200	16.832	17.460	18.088	18.740	19.302	19.881	20.477	21.092	21.724	22.376
Ginebra 40° -750 ml	15.500	16.105	16.705	17.307	17.930	18.468	19.022	19.592	20.180	20.786	21.409
Brandy 35° -750 ml	14.800	15.377	15.951	16.525	17.120	17.634	18.163	18.708	19.269	19.847	20.442
Brandy 35° -375 ml	5.500	5.715	5.928	6.141	6.362	6.553	6.750	6.952	7.161	7.376	7.597
Cocteles-750 ml	14.500	15.066	15.628	16.190	16.773	17.276	17.795	18.328	18.878	19.445	20.028
Vino-750 ml	15.500	16.105	16.705	17.307	17.930	18.468	19.022	19.592	20.180	20.786	21.409

4. Financiamiento

4.1. Fuentes de Financiamiento

Las restricciones normativas establecidas en el artículo 8 de la ley 1816 de 2016, donde se establecen las condiciones generales, para los contratos suscritos por los departamentos para el ejercicio del monopolio como arbitrio rentístico sobre la producción de licores destilados, determina el tiempo inicial del proyecto para un periodo de 10 años y máximo de 15 en caso de que se logre pactar una prórroga, que podrá ser hasta la mitad del tiempo inicialmente pactado.

Un potencial inversionista que estructure una propuesta para participar en la licitación, promovida por el departamento del Quindío, tendrá un horizonte de planeación de 10, a partir del cual tendrá que finalizar el proyecto o ejercer la opción de ampliarlo por 5 años. Por tanto, el inversionista deberá tener presente este tiempo, al momento de diseñar la estructura de financiación del proyecto y sus fuentes.

Los elementos básicos que definen la financiación de proyectos son:

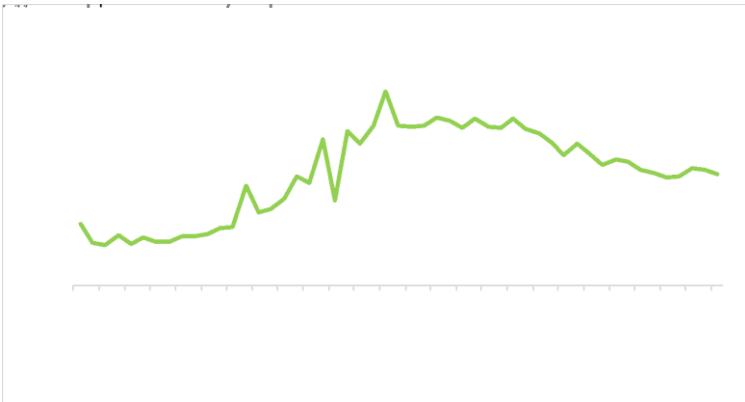
- ✓ Definir el establecimiento de una unidad independiente para el desarrollo de un proyecto, con activos independientes de los asociados.
- ✓ Los proveedores de financiación tienen como única garantía de los prestamos los flujos de caja generados y los activos del proyecto.
- ✓ Si se opta por un elevado grado de apalancamiento financiero del proyecto, se requiere una estructuración más sofisticada.
- ✓ Se requiere una adecuada distribución de riesgos y beneficios entre los participantes.

Un proyecto en la industria de producción y distribución de licores tiene una alta probabilidad de financiación en la banca comercial, los márgenes de industria lo hacen atractivo para el sector financiero. Depende del gestor del proyecto el grado de apalancamiento que busque y el riesgo que estén dispuestos a asumir los proveedores de recursos.

Los costos de financiación de largo plazo, a través de la banca comercial, se han incrementado en los últimos años en Colombia. Las presiones inflacionarias experimentadas en la economía mundial llevaron a un ciclo alcista de tasas de referencia de los bancos centrales, con la natural transferencia de estos costos hacia la banca comercial y líneas de crédito en general.

El Banco de la República de Colombia-Banrep, inicio un ciclo alcista de sus tasas de referencia, a través de la cual conduce su política monetaria, en octubre del año 2021 con una tasa del 2%. Este ciclo alcanzo su nivel más alto en mayo del 2023 con una tasa del 13.25%, la cual estuve vigente hasta diciembre del 2023 cuando el Banrep redujo la tasa a 13%. Para mayo del 2025 la tasa de referencia está en 9.25%, esto significa que el Banrep está implementando una política monetaria más laxa y se espera que las menores tasas empiecen a irrigarse hacia las diferentes líneas de crédito de los bancos comerciales.

La decisión del Banrep de contralar la inflación con unos tipos de interés más elevados, se reflejó en mayores tasas de interés por parte de la banca comercial. En la siguiente grafica se observa como a partir del 2021 las tasas de interés preferenciales y corporativas para créditos superiores a 5 años se ajustaron al alza, siguiendo la senda marcada por la tasa de referencia del Banrep.



La tasa incorporada para el presente análisis es la vigente para el mes de mayo del 2025 del 12.54%. Sin embargo, al momento de iniciar operaciones el adjudicatario (s) de la posibilidad de producir y distribuir licores en el departamento del Quindío, podrán tener condiciones financieras más favorables, en la medida que la inflación interna siga disminuyendo y la tasa de política monetaria siga siendo disminuida por el Banco de la República.

4.2. Costo promedio ponderado de capital

La idea central del costo del capital está basada en que tanto los acreedores como los inversionistas son recompensados por el costo de oportunidad de invertir en un negocio particular en lugar de decidirse por otro de riesgo equivalente. Calcular la media ponderada del costo de las diferentes fuentes de financiación a las que acude la empresa, permite obtener el costo de capital medio ponderado que se usará como tasa de descuento.

En primera instancia el costo del patrimonio será calculado a través del modelo CAPM (Capital Assets Pricing Model), esta es la tasa de rendimiento requerida de un inversor, calculada como la tasa de rendimiento libre de riesgo más una prima de riesgo, donde cobra mayor relevancia el riesgo sistemático medido a través de un coeficiente de volatilidad conocido como beta (β).

A continuación, se calculará la rentabilidad que un inversionista en Colombia debería esperar como retorno, teniendo en cuenta las siguientes variables económicas.

Varaibles	Valor	Fuente
Tasa libre de riesgo (rf)	11,74%	Bonos Colombia 10 años
Prima de riesgo país (CRP)	1,89%	Damodaran-Country Default Spreads and Risk Premiums
Prima de riesgo de mercado (ERP)	6,87%	Damodaran-Country Default Spreads and Risk Premiums
Beta apalancada (βL)	0,61	https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas
Tasa de impuestos	35%	Estatuto Tributario Colombia

Costo de deuda (kd) antes de impuestos	12,54%	Banrepublica, tasas comerciales créditos superiores a 5 años 31/03/2025
Estructura de capital (D/E)	0,34	https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas

Costo del Patrimonio (R_e) = $r_f+\beta_L \times ERP$

R_e= 11,74%+0,61×6,87% = 11,74%+4,19% = 15,93%

El costo de la deuda estará dado por los diferentes perfiles de deuda que adquiera la empresa, para este caso particular supondremos una deuda a 10 años después de haber deducido los intereses de la base impositiva del impuesto sobre la renta para las empresas en Colombia.

Costo de Deuda Después de Impuestos (R_d)= k_d×(1−T)

R_d=7,38%×(1−0,35)=12.54%×0,65= 8.15%

El costo promedio ponderado de capital (WACC), esta influenciado por la relación de la estructura entre deuda y capital. Para el caso de estudio se estableció una relación de 60% (W_e) el capital y 40% (W_d) para la deuda.

$WACC=W_e \times R_e+W_d \times R_d$

WACC=0,60×15,93%+40×8.15%=9.56%+3.26%= 12.82%

El costo de capital promedio ponderado al que un potencial inversionista evaluara la capacidad de generar valor del contrato de producción de licores en el Quindío seria aproximadamente del 12.82%. El costo de capital al ser un costo esperado no un costo histórico, es susceptible de ajustar sus expectativas en la medida que las diferentes variables económicas se modifican ante hechos de corto y largo plazo.

5. Análisis De Rentabilidad

El modelo financiero supone que el principal canal de distribución es el canal off y específicamente el canal moderno. Los ingresos están determinados por la cadena de valor en este canal hasta llegar al consumidor final. Los precios fueron estructurados y proyectados para cada una de las referencias del portafolio hipotético.

Portafolio	%
Aguardiente 29°-1000 ml	3%
Aguardiente 29°-750 ml	2%
Aguardiente 29°-375 ml	3%
Aguardiente 35 ° Premium-750	1%
Ron 35°-750 ml	3%
Ron Premium 35°-700 ml	2%
Vodka 40° -750 ml	2%
Ginebra 40° -750 ml	1%
Brandy 35° -750 ml	5%
Brandy 35° -375 ml	7%
Cocteles -750 ml	59%
Vino -750 ml	11%
Total	**100%**

El análisis financiero se realizará para los resultados arrojados por cada uno de los escenarios simulados.

Se incluye análisis específico del impacto de los derechos de explotación por producción, para la empresa adjudicataria del contrato. El cálculo es estimado como un porcentaje sobre las ventas brutas del total del portafolio, sin que dependa de los volúmenes, precios, marcas, o tipo de producto.

La producción y distribución de bebidas alcohólicas en Colombia, con graduación superior a 15°, se caracteriza por el liderazgo de las licoreras oficiales las cuales reportan el mayor volumen de producción y los mayores ingresos, liderados principalmente por las ventas de aguardiente y ron.

Dentro de las productoras oficiales se destacan productoras de licores como la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia-FLA que en el año 2024 vendió aproximadamente 70 millones de unidades de 750 ml y reporto unos ingresos de $854.360 millones y una utilidad operativa de $305.359, lo que le permitió alcanzar un margen operativo del 36%.

En cuanto a tamaño, en el mercado de productores locales, en segundo lugar, se encuentra la Industria Licorera de Caldas-ILC. En el año 2024 vendió aproximadamente 39 millones de unidades de 750 ml y obtuvo unos ingresos de $381.805 millones, lo que le dejo una utilidad operativa $76.738 y margen operativo de 20%.

La Industria Licorera del Valle-ILV es la tercera productora por ingresos, en el año 2024 reporto $148.883 por la venta de 9,8 millones de unidades de 750 ml, principalmente por ventas de aguardiente. La utilidad operativa fue de $29.011 millones y un margen operativo de 19%.

La cuarta productora es la Empresa de Licores de Cundinamarca-ELC, en el año 2024 registro ingresos por $111.218 millones por la venta de 9.4 millones de unidades de 750 ml. La utilidad operativa alcanzada fue de $27.509 millones y un margen operativo del 25%.

Las empresas industriales y comerciales del estado, a través de las cuales lo departamentos ejercen el monopolio de producción, muestran unos resultados destacados frente a productores privados. Por años se pudieron fortalecer por la protección regulatoria del mercado, previo a la aprobación

de la ley 1816 de 2016 y sentencia C-032 de 2025, que han generado cambios estructurales en el mercado de licores en Colombia.

Las ratios mostradas por las productoras de licores privados son menores respecto a las productoras oficiales. Si bien el margen bruto es similar, la menor escala de producción y diferencias en la estructura de gastos de administración y ventas genera un menor margen operativo.

Detalle mll	Coloma-23	VinCorte 23	Grajales 23	Casa Santana 23	Bodegas de Mosela 2023	Destilerias Nacional 2023
Indicadores						
Margen Bruto	45,9%	45,1%	46,0%	34,3%	32,4%	47,4%
Margen EBITDA	7,6%	9,6%	4,4%	8,5%	13,3%	18,7%
Margen Neto	-1,0%	0,6%	0,3%	3,8%	6,0%	4,1%
G Ventas/Ingresos	21,3%	23,9%	32,7%	5,0%	7,4%	10,7%
G Admon/Ingresos	16,9%	11,6%	9,0%	20,8%	11,7%	18,0%
Act Cte/Pasivo Cte	2,14	1,43	2,25	7,60	1,87	5,63
Endeudamiento	1,77	1,22	3,28	2,87	2,02	2,59

Fuente: Super intendencia de sociadades

El análisis será guiado por los indicadores de industria de los productores privados, dado que los volúmenes de producción estimados son similares a los de la empresa tipo, que permitirá estructurar el proceso de licitación de subasta ascendente.

✓ **Escenario base: volumen de alcohol potable introducido.**

Tomando como base el histórico del alcohol potable introducido en el departamento del Quindío, para el primer año de la operación del contrato de producción se estima una producción de 563 mil unidades. Teniendo en cuenta la restricción establecida, en el periodo de tiempo de 10 años, para los contratos de producción de licores otorgados por los departamentos, hacia el año 2035 se estarían vendiendo 1.1 millones de unidades.

Cifras en Millones	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Detalle- Cifras millones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos brutos	8.906	10.252	11.635	13.069	14.462	15.886	17.338	18.822	20.339	21.564
Bonificaciones, Devoluciones y descuentos	*- 445*	*- 513*	*- 582*	*- 653*	*- 723*	*- 794*	*- 867*	*- 941*	*- 1.017*	*- 1.078*
Total ingresos netos	**8.460**	**9.739**	**11.053**	**12.415**	**13.739**	**15.091**	**16.471**	**17.881**	**19.322**	**20.486**
Costos de producción	3.788	4.455	5.138	5.852	6.548	7.257	7.983	8.726	9.487	10.082
Total costos	**3.788**	**4.455**	**5.138**	**5.852**	**6.548**	**7.257**	**7.983**	**8.726**	**9.487**	**10.082**
Utilidad Bruta	**4.673**	**5.284**	**5.915**	**6.563**	**7.191**	**7.834**	**8.489**	**9.155**	**9.835**	**10.403**
Margen Bruto	**52%**	**52%**	**51%**	**50%**	**50%**	**49%**	**49%**	**49%**	**48%**	**48%**
Gastos Admon y ventas										
Gasto ventas	1.946	2.240	2.542	2.856	3.160	3.471	3.788	4.113	4.444	4.712
Gastos Admon	1.015	1.169	1.326	1.490	1.649	1.811	1.977	2.146	2.319	2.458
Arrendamiento Bodega	536	556	576	597	615	633	652	672	692	713
Total gastos admon y ventas	**3.497**	**3.965**	**4.445**	**4.942**	**5.424**	**5.915**	**6.417**	**6.930**	**7.455**	**7.883**
Utilidad Operativa	**1.175**	**1.319**	**1.470**	**1.621**	**1.767**	**1.919**	**2.071**	**2.225**	**2.381**	**2.521**
Margen operativo	**13%**	**13%**	**13%**	**12%**	**12%**	**12%**	**12%**	**12%**	**12%**	**12%**
Otros ingresos y gastos										
Derechos Explotación	267	308	349	392	434	477	520	565	610	647
Pago 4xmil	15	18	21	23	26	29	32	35	38	40
Costos financieros	596	563	526	484	437	384	324	257	181	96
Total otros ingresos y gastos	**879**	**889**	**896**	**900**	**897**	**889**	**876**	**856**	**829**	**783**
Utilidad antes de impuestos	**297**	**431**	**575**	**721**	**871**	**1.029**	**1.195**	**1.369**	**1.551**	**1.738**
Provisión de Renta	104	151	201	252	305	360	418	479	543	608
Utilidad Neta	**193**	**280**	**373**	**469**	**566**	**669**	**777**	**890**	**1.008**	**1.129**
Margen Neto	**2%**	**3%**	**3%**	**4%**	**4%**	**4%**	**4%**	**5%**	**5%**	**5%**

Las bonificaciones, devoluciones y descuentos se calcularon en un 5% de las ventas. El margen bruto promedio del 50% para los 10 años, es coherente con los observados en la industria tanto en los productores estatales como en los privados.

El margen operativo en promedio es del 12%, igualmente es un margen adecuado para la industria. Aquí se establece un diferencial con las licoreras estatales, las cuales arrojan mejores márgenes operativos, se favorecen por las economías de escala por mayores volúmenes de producción.

En este escenario el margen neto promedio para los 10 años es del 4%, dentro del rango mostrado por empresas de similar tamaño en el mercado. El margen neto difiere de forma importante frente a las licoreras estatales, debido a una mayor tasa de impuesto de renta y los derechos de explotación por producción de los productores privados.

El margen neto del 4% en promedio ya está afectado el porcentaje de los derechos de explotación por producción en un 3%. Para los 10 años se esperaría que en este escenario el departamento recaude aproximadamente $4.500 millones.

Capital de trabajo

Es estimado en el contexto del capital de trabajo neto operativo (KTNO), son los recursos monetarios que demanda la operación de la empresa en el giro ordinario del negocio. No incluye la deuda ni el efectivo.

Para el caso del proyecto en análisis se parte del supuesto de 30 días para el inventario de materias primas, 45 para el producto terminado, cuentas por cobrar 60 días y cuentas por pagar 30 días. El

crecimiento promedio del KTNO en el periodo de análisis es de 310 millones año, para garantizar la disponibilidad de recursos demandado por la operación de la empresa.

Concepto-cifras en mll	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Inventarios Materia Prima	245	291	338	387	434	483	532	583	635	674
Inventarios Producto terminado	473	557	642	732	819	907	998	1.091	1.186	1.260
Cuentas por cobrar	1.484	1.596	1.824	2.059	2.294	2.529	2.769	3.013	3.263	3.492
Cuentas por Pagar	245	291	338	387	434	483	532	583	635	674
KTNO	**1.958**	**2.153**	**2.466**	**2.790**	**3.113**	**3.436**	**3.766**	**4.104**	**4.449**	**4.752**

Análisis escenario

El escenario correspondiente a una producción derivada del volumen del alcohol potable introducido deja un valor presente del flujo de caja del proyecto de 23 millones. Este escenario no plantea un modelo de negocio atractivo para un inversionista.

Detalle-Cifras millones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
UODI	193	280	373	469	566	669	777	890	1.008	1.129
(+) Depreciaciones	1.189	1.189	1.189	1.189	1.189	1.839	1.839	1.839	1.839	1.839
(+) Intereses	596	563	526	484	437	384	324	257	181	96
Flujo de caja bruto	**1.978**	**2.032**	**2.088**	**2.142**	**2.192**	**2.892**	**2.940**	**2.986**	**3.029**	**3.065**
(-) Incremento capital de trabajo		196	313	324	323	323	330	338	345	303
(-) Inversión en Actvos fijos	11.888	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FCL	**- 9.910**	**1.837**	**1.775**	**1.818**	**1.869**	**2.569**	**2.610**	**2.648**	**2.683**	**2.762**
VAN	**- 9.910**	**1.443**	**1.236**	**1.122**	**1.023**	**1.246**	**1.122**	**1.009**	**906**	**827**

WACC	**12,8%**
Valor FCL	23
Total	**23**
Tasa Interna de Retorno	**16%**

Complementando el análisis financiero hasta el flujo de caja del inversionista, incluyendo el servicio a la deuda el balance final del valor presente neto del flujo de caja del propietario es negativo en -$4.777.

✓ **<u>Escenario medio: ventajas del territorio de producción.</u>**

El escenario supone un incremento del 10% las unidades a producir, por las ventajas comparativas asociadas a la ubicación geográfica y una menor tarifa del impuesto de industria y comercio. Los márgenes se mantienen en los niveles analizados para el escenario base, sin embargo, se generan unos mayores ingresos aproximadamente por $15.200 millones.

Cifras en Millones	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Detalle- Cifras millones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos brutos	9.796	11.277	12.799	14.376	15.909	17.474	19.072	20.704	22.373	23.720
Bonificaciones, Devoluciones y descuentos	*- 490*	*- 564*	*- 640*	*- 719*	*- 795*	*- 874*	*- 954*	*- 1.035*	*- 1.119*	*- 1.186*
Total ingresos netos	**9.306**	**10.713**	**12.159**	**13.657**	**15.113**	**16.601**	**18.118**	**19.669**	**21.254**	**22.534**
Costos de producción	4.167	4.901	5.652	6.437	7.203	7.983	8.781	9.598	10.436	11.090
Total costos	**4.167**	**4.901**	**5.652**	**6.437**	**7.203**	**7.983**	**8.781**	**9.598**	**10.436**	**11.090**
Utilidad Bruta	**5.140**	**5.813**	**6.506**	**7.220**	**7.910**	**8.617**	**9.337**	**10.071**	**10.819**	**11.444**
Margen Bruto	**52%**	**52%**	**51%**	**50%**	**50%**	**49%**	**49%**	**49%**	**48%**	**48%**
Gastos Admon y ventas										
Gasto ventas	2.140	2.464	2.796	3.141	3.476	3.818	4.167	4.524	4.889	5.183
Gastos Admon	1.117	1.286	1.459	1.639	1.814	1.992	2.174	2.360	2.551	2.704
Arrendamiento Bodega	536	556	576	597	615	633	652	672	692	713
Total gastos admon y ventas	**3.793**	**4.306**	**4.832**	**5.377**	**5.904**	**6.443**	**6.994**	**7.556**	**8.131**	**8.600**
Utilidad Operativa	**1.346**	**1.507**	**1.675**	**1.843**	**2.006**	**2.174**	**2.344**	**2.515**	**2.688**	**2.844**
Margen operativo	**14%**	**13%**	**13%**	**13%**	**13%**	**12%**	**12%**	**12%**	**12%**	**12%**
Otros ingresos y gastos										
Derechos Explotación	294	338	384	431	477	524	572	621	671	712
Pago 4xmil	17	20	23	26	29	32	35	38	42	44
Costos financieros	636	601	561	516	466	409	346	274	193	102
Total otros ingresos y gastos	**947**	**959**	**967**	**973**	**972**	**965**	**953**	**933**	**906**	**858**
Utilidad antes de impuestos	**400**	**548**	**707**	**869**	**1.034**	**1.209**	**1.391**	**1.582**	**1.782**	**1.986**
Provisión de Renta	140	192	248	304	362	423	487	554	624	695
Utilidad Neta	**260**	**356**	**460**	**565**	**672**	**786**	**904**	**1.028**	**1.158**	**1.291**
Margen Neto	**3%**	**3%**	**4%**	**4%**	**4%**	**4%**	**5%**	**5%**	**5%**	**5%**

Manteniendo el porcentaje del 3% para los derechos de explotación por producción, el recaudo estimado del departamento seria de $5.000 millones.

Capital de trabajo

Es estimado en el contexto del capital de trabajo neto operativo (KTNO), son los recursos monetarios que demanda la operación de la empresa en el giro ordinario del negocio. No incluye la deuda ni el efectivo.

Para el caso del proyecto en análisis se parte del supuesto de 30 días para el inventario de materias primas, 45 para el producto terminado, cuentas por cobrar 60 días y cuentas por pagar 30 días. El crecimiento promedio del KTNO en el periodo de análisis es de $341 millones año, para garantizar la disponibilidad de recursos demandado por la operación de la empresa.

Concepto-cifras en mll	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Inventarios Materia Prima	245	291	338	387	434	483	532	583	635	674
Inventarios Producto terminado	473	557	642	732	819	907	998	1.091	1.186	1.260
Cuentas por cobrar	1.484	1.596	1.824	2.059	2.294	2.529	2.769	3.013	3.263	3.492
Cuentas por Pagar	245	291	338	387	434	483	532	583	635	674
KTNO	**1.958**	**2.153**	**2.466**	**2.790**	**3.113**	**3.436**	**3.766**	**4.104**	**4.449**	**4.752**

Análisis escenario

El escenario correspondiente al efecto positivo de las ventajas geográficas y tributarias del territorio deja un valor presente del flujo de caja del proyecto de $307 millones. Este escenario no plantea un modelo de negocio atractivo para un inversionista.

Detalle- Cifras millones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
UODI	260	356	460	565	672	786	904	1.028	1.158	1.291
(+) Depreciaciones	1.268	1.268	1.268	1.268	1.268	1.939	1.939	1.939	1.939	1.939
(+) Intereses	636	601	561	516	466	409	346	274	193	102
Flujo de caja bruto	**2.164**	**2.225**	**2.289**	**2.349**	**2.406**	**3.134**	**3.189**	**3.241**	**3.291**	**3.332**
(-) Incremento capital de trabajo		215	344	356	355	356	363	371	380	333
(-) Inversión en Actvos fijos	12.679	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FCL	**-10.515**	**2.010**	**1.944**	**1.993**	**2.051**	**2.778**	**2.826**	**2.870**	**2.911**	**2.999**
VAN	**-10.515**	**1.579**	**1.354**	**1.230**	**1.122**	**1.347**	**1.215**	**1.093**	**983**	**898**

WACC	**12,8%**
Valor FCL	307
Total	**307**
Tasa Interna de Retorno	**17%**

Complementando el análisis financiero hasta el flujo de caja del inversionista, incluyendo el servicio a la deuda el balance final del valor presente neto del flujo de caja del propietario es negativo en $4.812.

✓ **<u>Escenario optimo: aprovechamiento de apertura en la distribución de aguardiente.</u>**

El mejor escenario para un productor que se establezca en el departamento del Quindío, es la posibilidad de aprovechar la apertura del mercado de aguardiente, por el desmonte de la protección al aguardiente de la sentencia C-032 de 2025. Este escenario se soporta en que el productor alcanzará un 1.5% del mercado de aguardientes en Colombia, por la posibilidad de comercializar sus productos en todos los departamentos.

Según las estimaciones del modelo en el año 2026, primer año del contrato de producción, vendería 2 millones de unidades y en el 2035 las ventas serian de 2.8 millones. Mejorando de manera importante los márgenes.

Cifras en Millones	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Detalle- Cifras millones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos brutos	34.504	39.412	44.518	49.877	55.289	58.035	60.850	63.736	66.695	69.372
Bonificaciones, Devoluciones y descuentos	*- 1.725*	*- 1.971*	*- 2.226*	*- 2.494*	*- 2.764*	*- 2.902*	*- 3.042*	*- 3.187*	*- 3.335*	*- 3.469*
Total ingresos netos	**32.779**	**37.441**	**42.293**	**47.383**	**52.524**	**55.134**	**57.807**	**60.549**	**63.361**	**65.904**
Costos de producción	11.418	13.194	15.026	16.956	18.891	20.036	21.210	22.415	23.653	24.721
Total costos	**11.418**	**13.194**	**15.026**	**16.956**	**18.891**	**20.036**	**21.210**	**22.415**	**23.653**	**24.721**
Utilidad Bruta	**21.361**	**24.247**	**27.267**	**30.427**	**33.633**	**35.098**	**36.598**	**38.134**	**39.708**	**41.183**
Margen Bruto	**62%**	**62%**	**61%**	**61%**	**61%**	**60%**	**60%**	**60%**	**60%**	**59%**
Gastos Admon y ventas										
Gasto ventas	7.539	8.611	9.727	10.898	12.081	12.681	13.296	13.926	14.573	15.158
Gastos Admon	3.933	4.493	5.075	5.686	6.303	6.616	6.937	7.266	7.603	7.908
Arrendamiento Bodega	536	556	576	597	615	633	652	672	692	713
Total gastos admon y ventas	**12.009**	**13.661**	**15.379**	**17.181**	**18.998**	**19.930**	**20.885**	**21.864**	**22.868**	**23.779**
Utilidad Operativa	**9.352**	**10.587**	**11.888**	**13.246**	**14.635**	**15.168**	**15.713**	**16.270**	**16.840**	**17.404**
Margen operativo	**27%**	**27%**	**27%**	**27%**	**26%**	**26%**	**26%**	**26%**	**25%**	**25%**
Otros ingresos y gastos										
Derechos Explotación	1.035	1.182	1.336	1.496	1.659	1.741	1.825	1.912	2.001	2.081
Pago 4xmil	46	53	60	68	76	80	85	90	95	99
Costos financieros	861	813	759	699	631	554	468	371	261	138
Total otros ingresos y gastos	**1.942**	**2.048**	**2.155**	**2.263**	**2.365**	**2.375**	**2.378**	**2.372**	**2.357**	**2.318**
Utilidad antes de impuestos	**7.410**	**8.539**	**9.733**	**10.983**	**12.270**	**12.793**	**13.335**	**13.898**	**14.483**	**15.085**
Provisión de Renta	2.594	2.988	3.407	3.844	4.295	4.477	4.667	4.864	5.069	5.280
Utilidad Neta	**4.817**	**5.550**	**6.327**	**7.139**	**7.976**	**8.315**	**8.668**	**9.034**	**9.414**	**9.805**
Margen Neto	**14%**	**14%**	**14%**	**14%**	**14%**	**14%**	**14%**	**14%**	**14%**	**14%**

Con una mayor participación en el portafolio de las unidades de aguardiente, el margen bruto, mejora aproximadamente en 10 puntos porcentuales para cada año. Este nuevo nivel de margen bruto es coherente con los observados en compañías donde el mayor volumen de venta esta explicado por el aguardiente. La Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia y la Industria de Licores del Valle, mostraron para el año 2024 márgenes brutos similares.

El margen operativo igualmente mejora pasando del 4% promedio, para los dos primeros escenarios, a un margen promedio del 14%. También se favorece el margen neto en aproximadamente siete puntos porcentuales.

En este escenario los derechos de explotación por producción de un 3%, se traducen en unos ingresos esperados para el departamento de $16.200 millones en los 10 años del contrato.

Capital de trabajo

Es estimado en el contexto del capital de trabajo neto operativo (KTNO), son los recursos monetarios que demanda la operación de la empresa en el giro ordinario del negocio. No incluye la deuda ni el efectivo.

Para el caso del proyecto en análisis se parte del supuesto de 30 días para el inventario de materias primas, 45 para el producto terminado, cuentas por cobrar 60 días y cuentas por pagar 30 días. El

crecimiento promedio del KTNO en el periodo de análisis es de $805 millones año, para garantizar la disponibilidad de recursos demandado por la operación de la empresa.

Concepto-cifras en mll	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Inventarios Materia Prima	770	892	1.018	1.150	1.281	1.358	1.437	1.519	1.602	1.672
Inventarios Producto terminado	1.427	1.649	1.878	2.120	2.361	2.504	2.651	2.802	2.957	3.090
Cuentas por cobrar	5.751	6.160	6.994	7.866	8.764	9.444	9.907	10.382	10.869	11.339
Cuentas por Pagar	770	892	1.018	1.150	1.281	1.358	1.437	1.519	1.602	1.672
KTNO	**7.178**	**7.809**	**8.872**	**9.986**	**11.125**	**11.948**	**12.558**	**13.184**	**13.826**	**14.429**

Análisis escenario

El escenario correspondiente al aprovechamiento del cambio normativo, por el desmonte de la restricción de establecer salvaguardas en favor del aguardiente colombiano, arroja el presente del flujo de caja del proyecto de $31.344 millones. Este escenario no plantea un modelo de negocio atractivo para un inversionista.

Detalle-Cifras millones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
UODI	4.817	5.550	6.327	7.139	7.976	8.315	8.668	9.034	9.414	9.805
(+) Depreciaciones	1.716	1.716	1.716	1.716	1.716	2.609	2.609	2.609	2.609	2.609
(+) Intereses	861	813	759	699	631	554	468	371	261	138
Flujo de caja bruto	**7.394**	**8.079**	**8.802**	**9.554**	**10.322**	**11.478**	**11.744**	**12.013**	**12.284**	**12.552**
(-) Incremento capital de trabajo		631	1.064	1.113	1.139	823	610	626	642	603
(-) Inversión en Actvos fijos	17.161	-	-	-	-	4.462	-	-	-	-
FCL	**- 9.767**	**7.448**	**7.738**	**8.440**	**9.183**	**6.192**	**11.134**	**11.387**	**11.642**	**11.949**
VAN	**- 9.767**	**5.852**	**5.389**	**5.210**	**5.024**	**3.003**	**4.786**	**4.339**	**3.932**	**3.577**

WACC	**12,8%**
Valor FCL	31.344
Total	**31.344**
Tasa Interna de Retorno	**81%**

Complementando el análisis financiero hasta el flujo de caja del inversionista, incluyendo el servicio a la deuda el balance final del valor presente neto del flujo de caja del propietario es positivo en $24.416 millones y una tasa interna de retorno de 36.8%.

Este es el escenario que mejores posibilidades le brinda a un potencial inversionista, brindándole la posibilidad de obtener la remuneración adecuada a los riesgos que asume como el operativo, financiero, de mercado etc. Además, posibilita la generación de recursos suficiente para atender el servicio a la deuda, permitiendo el acceso de recursos del crédito, con un apalancamiento cercano al 40% de las inversiones requeridas.

6. Consideraciones adicionales

6.1. Elasticidades

Al realizar un ejercicio de correlación entre las cantidades demandas, los ingresos per cápita de los hogares del departamento y los precios calculados se observan unos hechos interesantes: i) la demanda de aguardiente nacional está positivamente correlacionada con el ingreso, pero no se

encuentra correlación positiva entre esta y los precios propios o de bienes sustitutos, salvo con una correlación significativa con el precio del whisky, que parece ser el sustituto más cercano. ii) en el caso de la demanda de ron no se encuentra correlación significativa ni con el ingreso ni con los precios considerados. iii) las correlaciones simples de la demanda de whisky indican una asociación positiva con el ingreso por persona de los hogares del departamento, así como una correlación positiva con los precios del aguardiente, el ron y el tequila, mostrando algún grado de sustituibilidad en los bienes. iv) En el caso del tequila las correlaciones resultan positivas y significativas con todas las variables antes mencionadas, lo que podría indicar que este es un bien de lujo al tener una demanda que crece a mayores precios. En general los licores demandados en el departamento parecen ser bienes normales, y tener algún grado de sustituibilidad entre ellos.

Es importante mencionar que este es un ejercicio exploratorio inicial de correlaciones simples para detectar algunos hechos estilizados relacionados con la demanda de licores en el departamento del Quindío, y un ejercicio posterior de correlaciones parciales o de estimación causal puede ayudar a medir de manera más precisa la elasticidad precio e ingreso del consumo de licores en el departamento.

Ecuación de demanda del aguardiente

```
Coefficients:
                  Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)       -31.4532    14.4988  -2.169   0.0390 *
ing_hog_per_d       3.4102     1.4886   2.291   0.0300 *
PRECIO_Aguardiente -2.4997     1.6940  -1.476   0.1516
PRECIO_Whisky_I     2.3471     1.2528   1.874   0.0719 .
PRECIO_Tequila_I   -0.2118     1.0482  -0.202   0.8414
---
Signif. codes:  0 ‘***’ 0.001 ‘**’ 0.01 ‘*’ 0.05 ‘.’ 0.1
 ‘ ’ 1

Residual standard error: 0.7369 on 27 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0.3287,    Adjusted R-squared:  0.2292
F-statistic: 3.305 on 4 and 27 DF,  p-value: 0.02506
```

Fuente: elaboración propia

Ecuación de demanda del ron

```
Coefficients:
                 Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)       25.6448    17.8949   1.433    0.163
ing_hog_per_d     -0.9143     1.8508  -0.494    0.625
PRECIO_Ron        -2.1226     1.8224  -1.165    0.254
PRECIO_Whisky_I   -0.1323     1.4235  -0.093    0.927
PRECIO_Tequila_I   1.9553     1.2484   1.566    0.129

Residual standard error: 0.9091 on 27 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0.1075,    Adjusted R-squared:  -0.0247
F-statistic: 0.8132 on 4 and 27 DF,  p-value: 0.5278
```

Fuente: elaboración propia

- Ambos productos muestran **elasticidades precio propias** muy elásticas (< –2), lo que implica que aumentos de precio generan caídas de demanda proporcionalmente mayores.

- El **ingreso** impacta de manera distinta: el ron aparece como bien ligeramente inferior (elasticidad negativa), mientras que el aguardiente es bien normal y hasta de lujo (elasticidad positiva y > 1).

- Hay evidencia de **sustitución** fuerte entre espirituosos (especialmente ron↔tequila y aguardiente↔whisky).

- La capacidad explicativa es moderada (sobre todo para aguardiente), lo que sugiere incluir más variables o mejorar la calidad de los datos en futuras estimaciones.

GMIA
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
Facultad de Ciencias Económicas
GOBIERNO DEL QUINDÍO

2025

COMPONENTE DE MICRO Y MACRO LOCALIZACIÓN

FASE 5

GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA INSTALAR NUEVAS FÁBRICAS DE LICOR DESTILADO EN LA JURISDICCIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO | UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

GMA Grupo de Macroeconomía Aplicada
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
Facultad de Ciencias Económicas
GOBIERNO DEL QUINDÍO

Tabla de contenido

1. Análisis Micro espacial: 2
1.1. Características del mercado 2
1.1.1. Ubicación y Contexto Regional 2
1.1.2. Indicadores Socioeconómicos del Departamento del Quindío 4
1.1.3. Entorno Económico, Social y Competitivo por Municipio 5
1.1.4. Sectores Económicos Predominantes del Departamento del Quindío 7
1.1.5. Infraestructura y Conectividad del Departamento del Quindío 9
1.1.6. Demanda de Mercado en el Departamento del Quindío 10
1.2. Desarrollo del mercado en zonas francas: 12
1.2.1. Contexto Nacional de las Zonas Francas 12
1.2.2. Contexto Territorial de la Zona Franca del Quindío 12
1.2.3. Ventajas de Ubicar la Industria Licorera en la Zona Franca del Quindío 13
1.2.4. Importancia estratégica para el departamento 13
1.2.5. Posibles impactos y consideraciones 13
1.3. Demanda del producto 14
1.3.1. Demanda del producto local 14
1.4. Competencia: 15
2. Análisis Macro espacial: 16
2.1. Tendencias regionales o globales 16
2.2. Accesibilidad y distribución 16
2.3. Regulaciones y políticas 21
3. Comparación entre micro y macro niveles 22
4. Recomendaciones estratégicas 34

OBJETIVO: Efectuar un estudio de localización para determinar las distintas alternativas de ubicación que podrían tener las fábricas productoras de licores destilados en el Departamento del Quindío y la cantidad de cupos que posiblemente podría ofertar el departamento, sin que se genere algún efecto medio ambiental negativo.

1. Análisis Micro espacial:

1.1. Características del mercado

1.1.1. Ubicación y Contexto Regional

El departamento del Quindío, ubicado en la parte centro-occidental de Colombia, constituye una región estratégica dentro de la zona Andina del país. Fundado oficialmente en 1966, es uno de los departamentos más jóvenes de Colombia y, pese a ser el segundo más pequeño con una superficie de 1.845 km², desempeña un papel significativo en la economía nacional debido a su ubicación privilegiada en el corazón del Eje Cafetero. El departamento limita al norte con Risaralda y Valle del Cauca, al este con Tolima, y al oeste y sur con Valle del Cauca y Tolima, lo que facilita su conexión con ciudades clave como Bogotá, Medellín y Cali. Esta ubicación estratégica hace del Quindío un nodo intermedio esencial del corredor logístico colombiano, favoreciendo tanto el comercio interno como las exportaciones hacia mercados internacionales.

La topografía del Quindío se caracteriza por dos tipos de relieve claramente diferenciados. En el oriente predomina un paisaje montañoso, correspondiente al flanco occidental de la cordillera Central, con pendientes pronunciadas y terrenos rocosos de origen metamórfico. En cambio, el occidente del departamento presenta un relieve ondulado, conformado por antiguos flujos de lodo volcánico, colinas suaves y valles fértiles irrigados por importantes ríos como el Quindío, Barragán y La Vieja. Entre estos, el río Quindío se destaca como el más extenso y relevante por su aporte a la agricultura, abastecimiento hídrico y generación hidroeléctrica. Otros ríos importantes como el Barbas y el Cárdenas no solo cumplen funciones agrícolas, sino que también impulsan actividades ecoturísticas, destacando así la relevancia de la hidrografía local (Gobernación del Quindío, s.f.).

Una de las características más sobresalientes del Quindío es la fertilidad de sus suelos, principalmente derivados de procesos volcánicos, lo que favorece la agricultura intensiva y especializada. Entre los tipos de suelo predominantes se encuentran los Andosoles, Podzólicos y Ferralíticos. Los Andosoles, ubicados en zonas entre 1.000 y 2.000 metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m.), destacan por su alta fertilidad y son óptimos para cultivos de alto valor como el café y cacao. Los Podzólicos, ubicados por encima de los 2.000 m.s.n.m., aunque menos fértiles, son propicios para cultivos de clima frío, mientras que los Ferralíticos, comunes en zonas bajas, se destinan principalmente a cultivos forestales y caña de azúcar. Esta diversidad edafológica constituye un factor esencial para la productividad agrícola regional, especialmente en torno a productos insignia como el café especial.

La amplia gama altitudinal del departamento (900 a 4.750 m.s.n.m.) genera una notable diversidad climática que oscila principalmente entre los 18°C y 21°C, bajo un régimen de lluvias bimodal influenciado por la Zona de Convergencia Intertropical (ZCIT) (IDEAM, 2022). Esta variedad climática

permite una agricultura diversa y especializada según los diferentes pisos térmicos. En particular, la franja altitudinal entre los 1.000 y 2.000 m.s.n.m. favorece condiciones ideales para el cultivo de café de alta calidad, posicionando al Quindío como referente nacional e internacional en esta materia. Adicionalmente, en zonas bajas se impulsan cultivos como el plátano, la caña de azúcar y frutas tropicales, además de flores con creciente demanda internacional. La combinación del clima subtropical-templado y su topografía permite así una economía agrícola diversa y sostenible.

Finalmente, la ubicación del departamento dentro del Parque Nacional Natural Los Nevados, compartido con los departamentos de Caldas, Risaralda y Tolima, potencia aún más su valor en términos de biodiversidad, conservación ambiental y turismo ecológico. Esta riqueza natural, combinada con su legado cultural e histórico vinculado al café, representa una ventaja competitiva única para el Quindío en el ámbito económico, social y ambiental. La ubicación del Quindío —en pleno corazón del Paisaje Cultural Cafetero, equidistante de los principales centros urbanos del país y enclavado en el eje vial que conecta Bogotá, Medellín y Cali— se traduce en una ventaja competitiva decisiva: permite acceder en pocas horas a más de la mitad del mercado nacional, capitalizar el flujo turístico permanente que dinamiza el canal on-trade y, al mismo tiempo, apoyar una red comercial propia robusta con más de 600 empresas dedicadas a la producción, importación y distribución de bebidas alcohólicas, concentradas sobre todo en Armenia y su área de influencia.

Mapa 1. Ubicación del departamento del Quindío



Nota. Elaboración propia.

1.1.2. Indicadores Socioeconómicos del Departamento del Quindío

El departamento del Quindío alberga una población proyectada de aproximadamente 553.000 habitantes para el año 2025, mostrando un crecimiento demográfico moderado según las proyecciones actualizadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Este crecimiento poblacional está influenciado principalmente por dinámicas migratorias internas y procesos de urbanización acelerados, ya que cerca del 87% de la población reside actualmente en áreas urbanas. Armenia, la capital departamental, concentra más de la mitad de esta población, con aproximadamente 315.000 habitantes, seguida por municipios importantes como Calarcá, La Tebaida y Montenegro. Adicionalmente, la identidad cultural del Quindío es predominantemente mestiza, resultado de la colonización antioqueña del siglo XIX, proceso histórico que sigue influyendo en las características sociales y culturales actuales del departamento.

En términos de bienestar socioeconómico, el indicador de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) proporciona información crucial sobre el acceso de la población a condiciones dignas de vida, incluyendo servicios básicos como salud, vivienda y educación. Según el Censo Nacional de Población y Vivienda del DANE (2018), Armenia presenta el menor índice departamental de NBI con un 5,38%, lo que refleja mejores condiciones socioeconómicas en comparación con el resto de los municipios. Sin embargo, existen municipios como Buenavista (11,64%), Génova (11,39%), Montenegro (11,13%) y La Tebaida (10,23%) que presentan tasas considerablemente más altas, evidenciando importantes desafíos en términos de acceso a vivienda adecuada, servicios básicos y calidad general de vida. Esta disparidad destaca la necesidad de políticas públicas diferenciadas que se adapten a las realidades específicas de cada municipio para mejorar integralmente el bienestar de la población.

En materia laboral, el Quindío enfrenta desafíos estructurales significativos debido a que históricamente el departamento ha mostrado tasas de desempleo superiores al promedio nacional. Para 2024, Colombia registró una tasa de desempleo promedio de 10,2%, mientras que el Quindío tuvo una tasa de desempleo de 12.4%, situándose 0.2 puntos porcentuales (p.p.) por encima del promedio nacional. Esta tendencia de la tasa de desempleo está ligada a la estructura económica quindiana, la cual es altamente dependiente de sectores como el turismo y los servicios—sectores susceptibles a fluctuaciones económicas—. Por otra parte, la informalidad laboral también constituye un reto considerable, mientras que en las áreas urbanas colombianas la informalidad promedio alcanza el 44,1%, en las zonas rurales y poblados dispersos esta cifra se eleva hasta el 83,9%. Dado que el Quindío posee una economía con fuerte presencia agrícola y turística, es probable que sus niveles de informalidad laboral se acerquen o superen estas cifras nacionales, afectando negativamente la estabilidad económica y social de sus habitantes.

Finalmente, en términos de pobreza monetaria, el Quindío redujo su población en condición de pobreza en 4 p.p., pasando de 31,2% en 2021 a 27.2% en 2023, sacando aproximadamente a 20 mil personas de la pobreza monetaria. La línea de pobreza monetaria en Colombia para 2023 se situó en $435.375 mensuales por persona, y la pobreza extrema en $218.846, pero en el departamento del Quindío se situó en $455.906 y $226.206, respectivamente, sugiriendo que las personas del departamento tienen una mejor condición económica. No obstante, considerando la alta informalidad laboral y las diferencias socioeconómicas entre zonas urbanas y rurales dentro del

departamento, es probable que existan variaciones internas significativas, con áreas rurales enfrentando mayores niveles de vulnerabilidad económica y social. Por lo tanto, la implementación de programas sociales focalizados en reducir estas desigualdades resulta crucial para fortalecer el tejido social y mejorar la calidad de vida de toda la población quindiana.

1.1.3. Entorno Económico, Social y Competitivo por Municipio

La economía del departamento del Quindío presenta dinámicas diferenciadas entre sus municipios, reflejando diversas vocaciones productivas y perfiles socioeconómicos particulares. Armenia, capital departamental con aproximadamente 315.000 habitantes, es el principal centro económico regional, concentrando servicios financieros, educativos, comerciales y turísticos. Su economía está impulsada fundamentalmente por el sector terciario, destacándose por una robusta red hotelera, gastronómica y comercial. La ciudad muestra el menor porcentaje de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) del departamento (5,38%), lo que subraya mejores condiciones socioeconómicas en relación con el resto de los municipios.

Calarcá, segundo municipio en importancia poblacional con alrededor de 75.000 habitantes, se caracteriza por una economía predominantemente agrícola con énfasis en la producción cafetera. Su ubicación estratégica, potenciada por la conectividad vial mediante el Túnel de La Línea, fortalece su rol logístico y comercial. Aunque el municipio registra un porcentaje moderado de NBI (7,25%), persisten desafíos importantes en el acceso a servicios básicos y vivienda adecuada, especialmente en zonas rurales. Por su parte, La Tebaida, con 40.000 habitantes, se destaca como un importante polo industrial del departamento, especialmente por la presencia de la Zona Franca del Quindío, que impulsa la inversión empresarial y las exportaciones. Sin embargo, enfrenta notables desafíos socioeconómicos, evidenciados en un NBI del 10,23%, resaltando problemas significativos en la calidad de vida de segmentos importantes de su población.

Montenegro, hogar del Parque Nacional del Café y con 38.000 habitantes, tiene una economía fuertemente anclada en el turismo, complementada por actividades comerciales y agrícolas. A pesar de ser un destino turístico destacado, presenta un alto NBI del 11,13%, lo que refleja inequidades en la distribución de los beneficios económicos del turismo, afectando principalmente a la población rural. En cambio, Quimbaya, con 35.000 habitantes, basa su economía en la caficultura y el turismo rural, impulsado por el reconocido parque temático Panaca. El municipio presenta un NBI del 7,60%, indicando persistentes retos en infraestructura básica y calidad de vida, particularmente en zonas rurales que no reciben beneficios directos del turismo.

Circasia, municipio intermedio con 25.000 habitantes, se beneficia económicamente del comercio local y turismo cultural, debido a su proximidad a Armenia. Aunque presenta un NBI relativamente bajo (6,52%), enfrenta aún desafíos relacionados con acceso a servicios básicos y calidad general de infraestructura. Filandia, conocida por su arquitectura tradicional y paisajes cafeteros, cuenta con una población de 15.000 habitantes. Su economía se orienta al turismo cultural y a la producción agrícola, principalmente café especial. A pesar de su éxito turístico, muestra un NBI de 6,27%, destacando desigualdades internas que limitan la calidad de vida y requieren atención pública. Por su parte, Salento, reconocido internacionalmente por el Valle de Cocora y como entrada al Parque Nacional Natural Los Nevados, tiene una población estimada de 10.000 habitantes. La economía

local se centra en turismo de naturaleza y actividades agrícolas complementarias. A pesar de su atractivo turístico global, mantiene un NBI de 5,83%, reflejando que los beneficios del turismo no necesariamente llegan a todos los segmentos poblacionales.

Génova, con aproximadamente 8.000 habitantes, se orienta hacia la agricultura intensiva, especialmente en café, plátano y frutales. Es uno de los municipios con mayores retos socioeconómicos del departamento, reflejado en un NBI del 11,39%, lo que evidencia limitaciones importantes en infraestructura básica y desarrollo rural. Asimismo, Pijao, con 7.000 habitantes, combina una economía agrícola con esfuerzos por promover el turismo sostenible. No obstante, enfrenta desafíos significativos evidenciados por un NBI del 8,53%, particularmente en áreas rurales, donde la pobreza y la falta de acceso a servicios básicos limitan el desarrollo integral. Córdoba, un municipio pequeño con cerca de 6.000 habitantes, tiene una economía dependiente de la agricultura, particularmente de cultivos como el plátano y café. Su NBI alcanza el 10,08%, señalando grandes retos en acceso a servicios esenciales y en la reducción de pobreza rural. Finalmente, Buenavista, con solo 5.000 habitantes y reconocido por sus panoramas cafeteros, posee la tasa de NBI más alta del departamento (11,64%), reflejando profundos desafíos en materia de vivienda, infraestructura básica y generación de empleo sostenible.

Tabla 1. Indicadores demográficos y sociales por municipio.

Municipio	Población Estimada 2025 (miles)	Proporción de Hogares con NBI (%)
Armenia	315	5,38
Calarcá	75	7,25
La Tebaida	40	10,23
Montenegro	38	11,13
Quimbaya	35	7,60
Circasia	25	6,52
Filandia	15	6,27
Salento	10	5,83
Génova	8	11,39
Pijao	7	8,53
Córdoba	6	10,08
Buenavista	5	11,64
Total	**553**	**-**

Nota. Elaboración propia a partir de datos del DANE.

En síntesis, aunque el Quindío comparte rasgos culturales y económicos generales en torno al café y turismo, cada municipio presenta particularidades económicas y sociales que exigen enfoques diferenciados en políticas públicas e inversiones, para garantizar un desarrollo más inclusivo y equilibrado en toda la región.

1.1.4. Sectores Económicos Predominantes del Departamento del Quindío

El Quindío posee una economía diversificada que, aunque condicionada por su reducida extensión territorial, cuenta con sectores estratégicos claramente definidos. Su ubicación en el Eje Cafetero y la accesibilidad logística hacia importantes centros urbanos nacionales ha permitido potenciar actividades económicas fundamentales como el comercio, la caficultura, el turismo, los servicios y la agroindustria, constituyendo así los pilares del desarrollo económico departamental.

El comercio representa uno de los principales motores económicos del departamento. Durante el año 2023, las actividades comerciales, incluyendo venta al por mayor y menor, reparación de vehículos, transporte, almacenamiento, alojamiento y servicios de comida, mostraron un crecimiento en significativo del 4,4%, mientras que en el departamento el crecimiento de estas actividades fue de 8,2%. Este dinamismo comercial que se manifiesta en Quindío puede deberse principalmente por municipios como Armenia, Montenegro y Calarcá, incentivados por el aumento de la demanda urbana, el flujo constante de visitantes nacionales e internacionales, y la expansión de las redes comerciales locales. La consolidación del sector comercial resulta clave para la generación de empleo formal y la reactivación económica regional, tras las crisis recientes asociadas al contexto económico global.

La caficultura, históricamente la base económica y cultural del Quindío, continúa siendo fundamental para el departamento. El Quindío forma parte del Paisaje Cultural Cafetero, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, consolidándose como referente internacional en la producción de cafés especiales de alta calidad. Los municipios como Génova, Pijao, Filandia y Salento destacan por la producción cafetera especializada en pequeñas y medianas unidades productivas, integrando prácticas sostenibles y valor agregado mediante el turismo rural asociado al café. Esta integración entre agricultura especializada y turismo fortalece aún más el posicionamiento del café quindiano en mercados diferenciados, tanto nacionales como internacionales.

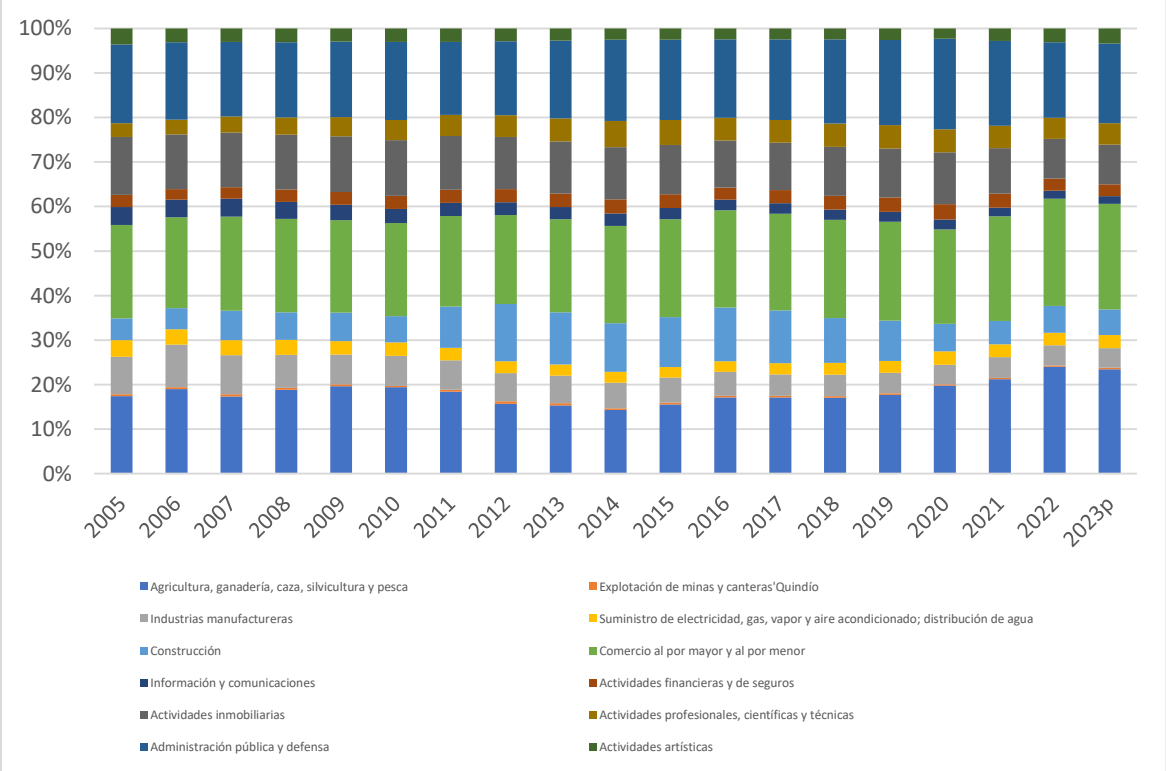
Por su parte, el turismo constituye otro de los pilares económicos fundamentales para el Quindío. Reconocido como destino turístico nacional e internacional, el departamento ha desarrollado una oferta diversa que incluye turismo de naturaleza, cultural, aventura y rural. Municipios como Salento, Filandia y Montenegro se destacan como centros turísticos claves, especialmente debido a atractivos como el Valle de Cocora, el Parque Nacional Natural Los Nevados y parques temáticos consolidados como el Parque Nacional del Café y Panaca. Este sector genera impactos económicos importantes en empleo, comercio local, gastronomía, hotelería y transporte. Sin embargo, persisten desafíos importantes para asegurar que los beneficios económicos del turismo sean inclusivos y sostenibles para las comunidades locales.

El sector de servicios muestra un crecimiento continuo y significativo en las áreas urbanas, particularmente en la ciudad de Armenia. Allí se concentran los servicios financieros, educativos, de salud y tecnológicos que atienden tanto al departamento como a regiones circundantes. Recientemente, se ha incrementado la oferta de servicios empresariales y tercerizados (BPO, Call Centers), respondiendo a una demanda creciente nacional e internacional por servicios especializados (Gestión y Negocios, 2025). El fortalecimiento de este sector es clave para mejorar la empleabilidad local, reducir el desempleo estructural y fomentar inversiones en innovación y tecnología en el departamento.

Por último, la agroindustria, aunque con menor escala relativa, emerge como un sector con potencial estratégico en el Quindío. Actualmente, el departamento ha avanzado en la transformación agroindustrial de productos locales como café, plátano, cacao, frutas exóticas y caña panelera. El enfoque principal está en generar valor agregado mediante procesamiento, empaque especializado, certificación de calidad y estrategias de comercialización orientadas a mercados diferenciados y sostenibles. Este sector tiene un alto potencial para atraer inversiones, diversificar la matriz productiva regional y mejorar los ingresos rurales, especialmente en municipios menos desarrollados económicamente.

En conclusión, la economía del Quindío se caracteriza por una diversidad de sectores productivos estratégicos, cada uno contribuyendo al dinamismo económico regional desde diferentes perspectivas. El desafío principal radica en consolidar estos sectores mediante políticas que aseguren sostenibilidad, inclusión social y desarrollo económico equilibrado en todo el territorio departamental.

Participación Sectorial del PIB departamental



1.1.5. Infraestructura y Conectividad del Departamento del Quindío

La infraestructura y conectividad del departamento del Quindío han experimentado avances significativos en los últimos años, consolidándose como elementos clave para el desarrollo económico y social regional. Estos progresos han contribuido notablemente a la integración territorial, mejorando las condiciones para la producción agrícola, el acceso a mercados nacionales e internacionales, así como el desarrollo del turismo y los servicios conexos.

La red vial del Quindío destaca por su papel central en la logística regional. Actualmente, el departamento cuenta con 1.640,73 kilómetros de vías terciarias, de las cuales el 77% están pavimentadas y el 23% restante son vías afirmadas o en placas huella. Programas como Colombia Rural, implementado en conjunto con el Instituto Nacional de Vías (INVIAS) y el Ejército Nacional, han permitido intervenir estratégicamente más de 143 kilómetros de vías terciarias en municipios clave como Salento, Calarcá, Montenegro, Circasia y La Tebaida. Estas intervenciones incluyen actividades esenciales de mantenimiento y rehabilitación vial tales como escarificación, compactación, construcción de placas huella, y atención a emergencias por derrumbes. Dichos esfuerzos son fundamentales para facilitar la movilidad de productos agrícolas hacia los centros urbanos y mejorar la calidad de vida rural (Gobernación del Quindío, 2023).

Dentro del contexto de infraestructura vial, uno de los corredores estratégicos más importantes es la vía Circasia–Montenegro, cuya rehabilitación alcanzó un 98% de ejecución física en 2023, destacándose mejoras estructurales que incluyen la construcción de cunetas, filtros, muros de contención y señalización vial (Gobernación del Quindío, 2023). Esta obra no solo mejora la seguridad vial, sino que también incrementa considerablemente la eficiencia logística y comercial entre estos municipios. El Plan Vial Departamental 2019–2029 sigue guiando estas inversiones, priorizando sostenibilidad, eficiencia y resiliencia frente a eventos climáticos extremos, promoviendo así un desarrollo vial integral y equilibrado.

El departamento también cuenta con el Aeropuerto Internacional El Edén, situado entre la ciudad de Armenia y el municipio de La Tebaida, el cual se ha consolidado como el principal punto de acceso aéreo regional. Este aeropuerto ha recibido importantes inversiones en infraestructura y servicios, orientadas a aumentar su competitividad y facilitar conexiones aéreas directas tanto nacionales como internacionales. La modernización y ampliación de sus instalaciones permite fortalecer sectores estratégicos como el turismo y la agroexportación, incrementando significativamente la proyección internacional del departamento (Ministerio de Transporte de Colombia, 2022).

En materia de servicios públicos básicos, el Quindío presenta un panorama mixto. En áreas urbanas se ha logrado una cobertura casi universal en servicios esenciales como agua potable, alcantarillado y energía eléctrica. No obstante, subsisten retos importantes en zonas rurales y poblaciones dispersas, donde las coberturas aún presentan limitaciones significativas. El Plan de Desarrollo Departamental 2024–2027 contempla inversiones específicas orientadas a reducir estas brechas, garantizando que las comunidades rurales accedan progresivamente a infraestructuras básicas adecuadas que impulsen su desarrollo económico y social (Gobernación del Quindío, 2023).

En términos de infraestructura energética, el departamento del Quindío ha experimentado avances significativos en los últimos años, consolidándose como un pilar fundamental para su competitividad regional. Actualmente, el departamento cuenta con una cobertura del servicio de energía del 99.36%, alcanzando el 100% en áreas urbanas y el 98.58% en zonas rurales (EDEQ, 2023). Este logro se ha visto impulsado por proyectos que incorporan soluciones sostenibles, como la implementación de sistemas solares en veredas y caseríos de difícil acceso, lo que ha permitido cerrar brechas en las Zonas No Interconectadas (ZNI) (Crónica del Quindío, 2023).

En el ámbito de la generación de energía, el Quindío ha apostado por fuentes renovables. Proyectos hidroeléctricos en municipios como Génova, Pijao y Córdoba suman una capacidad instalada de 20.14 megavatios (MW), proporcionando independencia energética a aproximadamente 58,500 familias (E-lectrica, s.f.). Además, la Empresa de Energía del Quindío (EDEQ) está desarrollando la subestación Centenario en Armenia, con el objetivo de fortalecer el sistema eléctrico del departamento y atender el aumento en la demanda energética, especialmente en la capital (La Cuyabra Radio, 2025).

La transición hacia una matriz energética más sostenible también se refleja en iniciativas de movilidad eléctrica. EDEQ, como filial del Grupo EPM, ha impulsado la consolidación del ecosistema de movilidad eléctrica en el Quindío mediante soluciones para el transporte particular, corporativo y público, contribuyendo a la disminución de gases contaminantes (EDEQ, 2025).

Finalmente, en cuanto a conectividad digital, el departamento ha identificado como una prioridad estratégica la reducción de la brecha digital. En este sentido, el Plan de Desarrollo Departamental actual incluye iniciativas específicas para ampliar la red de fibra óptica, mejorar la calidad y cobertura del servicio de internet y fomentar la apropiación de tecnologías digitales en educación, salud, comercio y administración pública. Estas medidas buscan potenciar la competitividad económica, facilitar la innovación tecnológica y mejorar la calidad de vida de la población quindiana (Gobernación del Quindío, 2023).

En conclusión, los avances recientes en infraestructura y conectividad posicionan al Quindío favorablemente para el desarrollo integral y sostenible. Sin embargo, aún se requiere continuar con políticas que fortalezcan la equidad territorial y garanticen que todos los municipios y comunidades puedan aprovechar plenamente estos desarrollos infraestructurales.

1.1.6. Demanda de Mercado en el Departamento del Quindío

El perfil del consumidor quindiano refleja en gran medida las tendencias generales del consumo privado colombiano, donde el gasto de los hogares representa aproximadamente el 92,6% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, una de las proporciones más altas a nivel mundial (BBVA Research, 2024). Este patrón de consumo evidencia que las decisiones de gasto doméstico constituyen el principal impulsor económico tanto a nivel nacional como regional. En el Quindío, específicamente, las familias destinan gran parte de sus ingresos a bienes y servicios esenciales como alimentos, vivienda, salud y educación. Según datos del DANE (2017), los hogares quindianos priorizan especialmente productos alimenticios locales tales como café, frutas, lácteos y productos artesanales, aunque también existe una creciente preferencia por productos saludables y

sostenibles debido a un aumento en la conciencia ambiental y la preocupación por el bienestar personal.

La estructura demográfica local, con una población predominantemente urbana y un crecimiento notable del segmento de adultos mayores, influye considerablemente en los patrones de consumo del departamento. Los hogares más jóvenes tienden a dedicar mayores recursos al entretenimiento, tecnología y alimentos procesados, mientras que los hogares de adultos mayores orientan su gasto hacia productos relacionados con la salud y bienes esenciales. Asimismo, la digitalización progresiva y el acceso creciente a plataformas de comercio electrónico han comenzado a transformar los hábitos tradicionales de compra, especialmente en las generaciones más jóvenes, incrementando paulatinamente el consumo digital frente a canales tradicionales como tiendas de barrio y supermercados locales.

No obstante, este predominio del consumo privado también expone ciertas vulnerabilidades en el mercado. La dependencia económica del consumo implica que factores como la inflación, tasas de interés elevadas y fluctuaciones en el empleo afectan significativamente el bienestar de los hogares quindianos. Por ejemplo, durante 2023, un entorno económico desafiante marcado por aumentos sostenidos en los precios de alimentos y servicios esenciales llevó a muchos hogares a reducir su capacidad de ahorro, obligándolos a priorizar únicamente el consumo básico (DANE, 2025). En consecuencia, el poder adquisitivo y la capacidad de absorción del mercado local quedan condicionados por la evolución macroeconómica del país, especialmente en periodos de incertidumbre económica.

En este sentido, existen factores que ejercen una influencia, directa o indirectamente, en la demanda de bienes y servicios del departamento. Por ejemplo, la estacionalidad del sector turístico que evidencia incrementos significativos durante las temporadas vacacionales de mitad y fin de año, así como en Semana Santa, generando una mayor demanda por servicios turísticos como alojamiento, gastronomía y actividades recreativas (El Tiempo, 2025; El Quindiano, 2025). Por otro lado, la agricultura local, especialmente la producción de café y frutas tropicales depende notablemente de ciclos estacionales que afectan la oferta y, por consiguiente, los precios y la demanda en el mercado local.

Asimismo, la alta informalidad económica, particularmente presente en zonas rurales y en pequeños comercios minoristas, representa otro factor clave que incide en la dinámica del mercado. La presencia predominante de productos y servicios ofrecidos bajo condiciones informales, usualmente con costos más bajos debido a la evasión fiscal y regulatoria, distorsiona significativamente las condiciones de competencia, impactando negativamente en las empresas formalmente constituidas en el departamento.

Por otro lado, el creciente uso de tecnologías digitales ha comenzado a transformar los hábitos de consumo en el Quindío. La expansión de plataformas de comercio electrónico y aplicaciones móviles facilita el acceso a una variedad más amplia y diversificada de productos y servicios, impulsando preferencias hacia opciones más cómodas, rápidas y personalizadas. Esta digitalización permite además a las empresas locales mejorar su eficiencia operativa y expandir su alcance hacia nuevos segmentos de mercado, influyendo así tanto en la oferta como en la demanda regional.

Finalmente, factores macroeconómicos como la inflación y las tasas de interés tienen una influencia directa en la demanda de bienes y servicios al afectar el poder adquisitivo de los hogares. Durante abril de 2025, la inflación anual en Colombia alcanzó un 5,16%, mostrando un estancamiento en la convergencia hacia la meta del Banco de la República (El País, 2025). Este contexto de inflación elevada y persistente, combinado con tasas de interés altas, reduce la capacidad adquisitiva de los hogares quindianos, llevándolos a moderar su consumo y a reenfocar sus gastos hacia bienes esenciales, restringiendo la demanda por bienes discrecionales y afectando negativamente el desempeño económico del departamento.

1.2. Desarrollo del mercado en zonas francas:

1.2.1. Contexto Nacional de las Zonas Francas

A corte de mayo de 2025, Colombia cuenta con más de 120 zonas francas permanentes y especiales reguladas por la Ley 1004 de 2005, el Decreto 2147 de 2016 y, más recientemente, la Ley 2277 de 2022. El régimen franco concede (i) una tarifa preferencial de impuesto sobre la renta del 20% siempre que el usuario industrial suscriba y cumpla un Plan de Internacionalización y de Ventas anual con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; (ii) exención total de arancel e IVA sobre la entrada de maquinaria, equipos, materias primas e insumos; y (iii) procedimientos aduaneros simplificados que permiten almacenar indefinidamente mercancía extranjera y exportar al exterior o vender al mercado interno con trámites mínimos. Estos incentivos buscan atraer inversión, promover cadenas de valor orientadas a la exportación y generar empleo calificado en las regiones (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023).

1.2.2. Contexto Territorial de la Zona Franca del Quindío

En el departamento del Quindío se encuentra la Zona Franca del Quindío, ubicada en el municipio de La Tebaida. Esta zona franca se ha consolidado como un referente nacional e internacional, a pesar de ser la zona franca permanente más pequeña de Colombia, con solo 20 hectáreas. Desde 2017, cuando fue reconocida como la Mejor Zona Franca de Reinicio del Mundo (Crónica del Quindío, 2017), ha mantenido un crecimiento sostenido gracias a una estrategia basada en tres pilares: fortalecer la confianza en Colombia como destino de inversión, resaltar las ventajas geográficas y financieras del Quindío, y promover los beneficios del régimen franco. Su ubicación estratégica, cercana al Aeropuerto Internacional El Edén, al Puerto de Buenaventura y al Túnel de la Línea, facilita el acceso a mercados nacionales e internacionales.

Durante la pandemia, se posicionó como la zona franca número 1 en importaciones de Colombia y en 2025 alcanzó el puesto número 9 en exportaciones entre 116 zonas francas del país, con un crecimiento del 55.5% frente al mismo periodo de 2024 (Quindío Zona Franca, 2025). Además, la zona franca cuenta con una prórroga de operación hasta 2056 y su Plan de Internacionalización busca diversificar la oferta exportadora para atraer más inversión nacional y extranjera, con el objetivo de dinamizar el desarrollo del departamento.

1.2.3. Ventajas de Ubicar la Industria Licorera en la Zona Franca del Quindío

La principal ventaja de establecer la industria licorera en la Zona Franca es el significativo ahorro tributario y financiero. Esto se refleja en la tarifa preferencial del impuesto de renta del 20%, la exención del IVA y de aranceles sobre insumos clave como botellas, tapas, maquinaria de destilación y materiales de empaque. En consecuencia, se reduce considerablemente la inversión inicial y el flujo anual de impuestos, permitiendo mayor disponibilidad de recursos para innovación, mercadeo y expansión internacional.

Desde la perspectiva logística, la ubicación estratégica de la Zona Franca junto al aeropuerto internacional El Edén y cerca de la Ruta 40 hacia Buenaventura optimiza la importación rápida de insumos y la exportación eficiente hacia mercados clave dentro del país y a nivel internacional en mercados de Centroamérica y la Comunidad Andina (CAN). La aduana integrada reduce significativamente los tiempos de nacionalización y despacho, fundamentales para productos perecederos como azúcares y esencias naturales, y para aprovechar ventanas comerciales estacionales.

Además, la industria licorera puede beneficiarse de sinergias productivas generadas al compartir infraestructura con otras industrias presentes en la Zona Franca. Esto permite el acceso a servicios compartidos, como laboratorios, seguridad y telecomunicaciones, además de acuerdos de compraventa de insumos libres de IVA, lo que disminuye aún más los costos de producción. Adicionalmente, la imagen asociada a la "manufactura en zona franca" mejora la percepción de calidad y trazabilidad del producto, aspecto clave para posicionarse en mercados internacionales de bebidas premium.

1.2.4. Importancia estratégica para el departamento

La instalación de la industria licorera en la Zona Franca del Quindío representa un elemento clave en la política departamental de diversificación industrial e internacionalización impulsada por la Gobernación. La presencia de una licorera consolidaría un clúster agroindustrial enfocado en bebidas, dinamizando especialmente la cadena agrícola de caña panelera, frutas y hierbas aromáticas locales utilizadas en la elaboración de destilados. A su vez, este proyecto podría atraer nuevos proveedores especializados en vidrio y servicios de logística en frío, generando efectos indirectos positivos como transferencia tecnológica y creación de empleo cualificado (operarios especializados, químicos, gestores de exportaciones). De esta manera, el departamento podría consolidar una reputación nacional e internacional como productor destacado de destilados de alto valor agregado.

1.2.5. Posibles impactos y consideraciones

Es fundamental reconocer que el régimen franco exige cumplir con una proporción mínima de ingresos derivados de exportaciones para mantener los beneficios fiscales. Por tanto, desde el inicio se debe plantear una estrategia sólida de exportaciones, identificando segmentos específicos como la diáspora colombiana para rones añejos y aguardientes premium. De no cumplirse esta condición, la empresa arriesgaría perder la tarifa preferencial, elevando el impuesto de renta al 35%.

En términos fiscales departamentales, aunque inicialmente las exenciones tributarias podrían reducir el recaudo potencial por IVA y aranceles, el impuesto al consumo de licores continuará generando ingresos para la Gobernación al ingresar los productos al territorio aduanero nacional. Además, se esperaría que mayores volúmenes de producción y exportación compensen cualquier reducción inicial.

Otro aspecto relevante es la inversión adicional en cumplimiento regulatorio que exige el régimen franco, incluyendo sistemas de control aduanero, software especializado y auditorías externas. Finalmente, producir bajo estrictos estándares ambientales y de trazabilidad, requeridos en las zonas francas, refuerza la imagen de sostenibilidad (ESG) de la licorera, convirtiéndola en un factor diferenciador ante consumidores conscientes y exigentes.

1.3. Demanda del producto

1.3.1. Demanda del producto local

El análisis de la demanda de bebidas alcohólicas en el departamento del Quindío muestra un panorama prometedor para la instalación de una planta productora de licores, particularmente en el segmento de bebidas espirituosas con una graduación mayor al 15%. Esta categoría incluye principalmente aguardiente y ron, productos que mantienen una fuerte presencia tanto en el mercado nacional como en el contexto regional.

En términos de consumo, el aguardiente se posiciona como la bebida espirituosa de mayor preferencia entre los consumidores colombianos, con 90,8 millones de unidades vendidas en 2024, lideradas por la Fábrica de Licores de Antioquia. Su arraigo cultural, precio accesible y nuevas presentaciones con menor contenido alcohólico han permitido captar un segmento más joven del mercado, especialmente en zonas intermedias como el Quindío. Por su parte, el ron, con 18,6 millones de unidades vendidas, ha mantenido una presencia destacada, particularmente por su versatilidad en coctelería y su creciente premiumización (Ver Informe Fase 3).

En el Quindío, el dinamismo turístico y la creciente presencia de canales de distribución modernos como supermercados, tiendas de descuento (D1, Ara) y el canal HORECA (hoteles, restaurantes, bares), han facilitado el acceso de la población local y flotante a estos productos. Según la base de datos de contribuyentes, existen más de 600 empresas registradas con actividades de distribución, producción o importación de bebidas alcohólicas en el departamento, lo cual denota una infraestructura comercial robusta y articulada (Ver Informe Fase 3).

Las proyecciones de Euromonitor International para el período 2024-2028 prevén un crecimiento anual compuesto (CAGR) del 2,1% para el aguardiente, gracias a su innovación en sabores y su arraigo popular, mientras que el ron se estima crecerá a una tasa de 1,2%, principalmente por la diversificación de presentaciones. En el Quindío, estas tendencias se ven favorecidas por un entorno cultural en el que el consumo de licor está asociado a festividades locales como las Fiestas del Café, así como por la oportunidad de introducir productos con identidad cafetera y valor artesanal.

No obstante, también es importante tener en cuenta los retos relacionados con el envejecimiento poblacional y la reducción del poder adquisitivo en algunos sectores. Aun así, la demanda se

mantiene estable debido a la resiliencia del consumo asociado a eventos sociales, especialmente en contextos turísticos. El patrón de consumo muestra una clara estacionalidad con picos en el último trimestre del año, coincidiendo con celebraciones tradicionales (Ver Informe Fase 3).

1.4. Competencia:

El mercado de bebidas alcohólicas en Colombia, y en particular en el departamento del Quindío, presenta una estructura altamente competitiva, donde las licoreras departamentales y algunas multinacionales dominan el segmento de bebidas espirituosas. Las principales categorías en disputa son el aguardiente y el ron, que concentran la mayor parte de las ventas de licores destilados. A nivel nacional, la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia (FLA) lidera el mercado con una participación del 41.3% en 2023, seguida por la Industria Licorera de Caldas (18.8%) y la multinacional Diageo (9.0%), según datos de Euromonitor International. Estas empresas compiten no solo en volumen, sino en capacidad de innovación, posicionamiento de marca, y canales de distribución (Ver Informe Fase 3).

En la categoría de aguardiente, el productor estrella en Colombia, la FLA ha ganado participación mediante productos innovadores como el Aguardiente Antioqueño 24°, que ha capitalizado la tendencia hacia bebidas más suaves y con menor contenido alcohólico. Le siguen marcas regionales como Aguardiente Cristal (Caldas), Néctar (Cundinamarca) y Blanco del Valle, todas con fuerte identidad regional. En ron, la competencia se da principalmente entre la Industria Licorera de Caldas con su Ron Viejo de Caldas, y la FLA con Ron Medellín. Ambas han diversificado sus portafolios incluyendo rones añejos premium y versiones saborizadas, frente a una demanda más sofisticada (Ver Informe Fase 3).

En el ámbito regional del Quindío, aunque el departamento aún no cuenta con una licorera propia consolidada, existen más de 600 empresas relacionadas con la producción, distribución e importación de bebidas alcohólicas, principalmente en Armenia. Esto crea un ecosistema donde predominan marcas nacionales y extranjeras, pero también hay espacio para nuevas propuestas locales que puedan vincularse con el turismo y la identidad cafetera de la región. Además, el canal de distribución es un factor clave de competencia. La presencia de empresas como Dislicores, Altipal y Meico ha sofisticado el acceso al mercado, mientras que cadenas como D1 y Ara, junto con supermercados como Éxito, concentran la venta en el canal off-trade (superando el 80% del volumen nacional). El canal on-trade (bares, restaurantes) también representa una oportunidad de posicionamiento para marcas nuevas, especialmente en territorios turísticos como el Quindío (Ver Informe Fase 3).

Por último, el mercado también se ve afectado por la competencia internacional, con marcas como Bacardí, Zacapa, Buchanan’s y Jack Daniel’s, que han logrado mantener una participación estable, especialmente en el segmento premium. A pesar de esto, las marcas nacionales siguen predominando en volumen gracias a su arraigo cultural, precios competitivos y distribución extendida. En suma, la competencia en el mercado de bebidas alcohólicas en Colombia combina factores de escala, innovación, identidad regional y control de canales. Para una planta productora en el Quindío, este escenario representa tanto un desafío como una oportunidad: desafiar a marcas consolidadas exige propuestas diferenciadoras y una fuerte articulación con la red de distribución,

pero también se abren oportunidades en nichos emergentes como licores artesanales, premium o con identidad local vinculada al turismo y al café (Ver Informe Fase 3).

2. Análisis Macro espacial:

2.1. Tendencias regionales o globales

El mercado global de bebidas espirituosas se está reconfigurando bajo tres dinámicas principales que también impactan de manera directa la región del Eje Cafetero y el Quindío. En primer lugar, la moderación del consumo se consolida como una pauta creciente: los consumidores optan por reducir la frecuencia de ingesta, seleccionan un solo tipo de bebida por ocasión e, incluso, incorporan periodos de abstinencia programada. Este cambio de hábitos impulsa el auge de categorías de bajo o nulo contenido alcohólico, como los RTD (Ready To Drink), cuyas ventas se multiplicaron recientemente gracias a lanzamientos como «Like» de Quala (4% de alcohol) (Ver Informe Fase 3).

En segundo lugar, la innovación en sabores, formatos y experiencias sensoriales marca la agenda de las grandes consultoras y los productores locales. Proyecciones de Euromonitor International para 2028 prevén que el aguardiente, líder indiscutible del segmento, aumentará su participación de mercado del 59 % en 2023 al 71 % en 2028, al tiempo que whisky y ron retrocederán en favor de bebidas más dulces, coloridas y personalizadas (Ver Informe Fase 3).

Finalmente, la geografía del crecimiento se mueve hacia economías emergentes y mercados turísticos: India, Vietnam, Filipinas y Sudáfrica registran aceleraciones notables en el consumo de espirituosos premium y RTD, mientras que en Latinoamérica —y en particular en regiones turísticas como el Quindío— la recuperación del canal on-trade (bares, restaurantes y eventos) proyecta un repunte sostenido a partir de 2025. Al mismo tiempo, la premiumización sigue ganando terreno en segmentos selectos, apuntalada por el interés de turistas nacionales e internacionales que buscan experiencias de consumo vinculadas al patrimonio local y a productos de edición limitada (Ver Informe Fase 3).

2.2. Accesibilidad y distribución

La ubicación geográfica del departamento del Quindío y tarifa del impuesto de industria y comercio se convierten en una ventaja comparativa, haciendo atractivo el departamento para que un nuevo productor se establezca. El departamento del Quindío es un punto equidistante a los tres principales mercados consumidores de licores espirituosos en Colombia, Antioquia, Cundinamarca y Valle mercados donde se comercializaron 50 millones de unidades de aguardiente en el año 2024.

Distancia Armenia	KM
Medellín	258
Bogota	268
Cali	179
Neiva	278

Fuente: elaboración propia

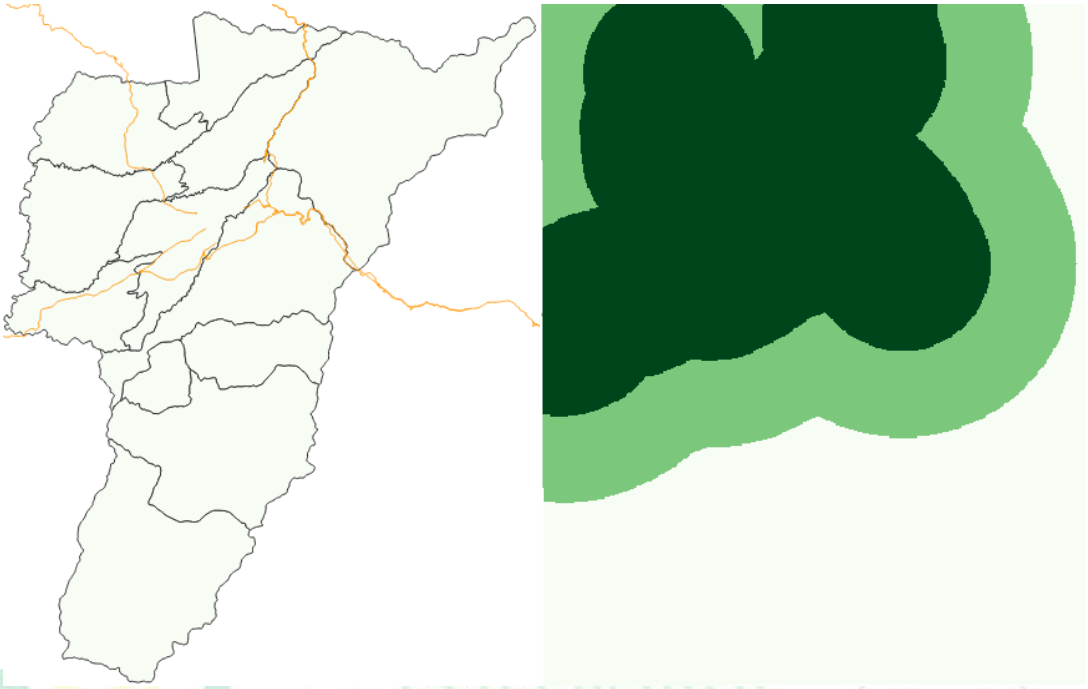


Fuente: elaboración propia

Además, las tarifas del impuesto de industria y comercio son competitivas respecto a Bogotá y Cali, dos de las ciudades sede de varias empresas productoras de licores. Mientras Bogotá tiene una tarifa del 11.04 por mil para el código 1101 para la Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas, la tarifa en Armenia es del 7 por mil.

En este caso se hace énfasis en la cercanía a vías principales, aclarando que la distancia a puertos y ciudades principales también se incluye en el análisis final geográfico para la determinación de la ubicación posible de la planta. Además, se presentan aspectos relacionados con el terreno para complementar temas de accesibilidad y distribución.

Mapa de idoneidad por distancia a vías principales



Fuente: elaboración propia. Las zonas más oscuras reflejan mayor idoneidad por cercanía a vías.

El mapa presenta una comparación espacial entre:

- Izquierda: Red vial principal del departamento del Quindío, obtenida y filtrada desde InVias.
- Derecha: Resultado del análisis de proximidad a vías, representado como un raster de idoneidad.

Componentes del análisis

- Las líneas naranjas muestran las vías primarias y secundarias clave.
- El raster de la derecha muestra niveles de idoneidad calculados a partir de la distancia a estas vías:
  - Zonas verdes oscuro: Alta idoneidad, por cercanía inmediata a la red vial.
  - Zonas verdes claro: Menor idoneidad, debido a su mayor distancia a las vías.

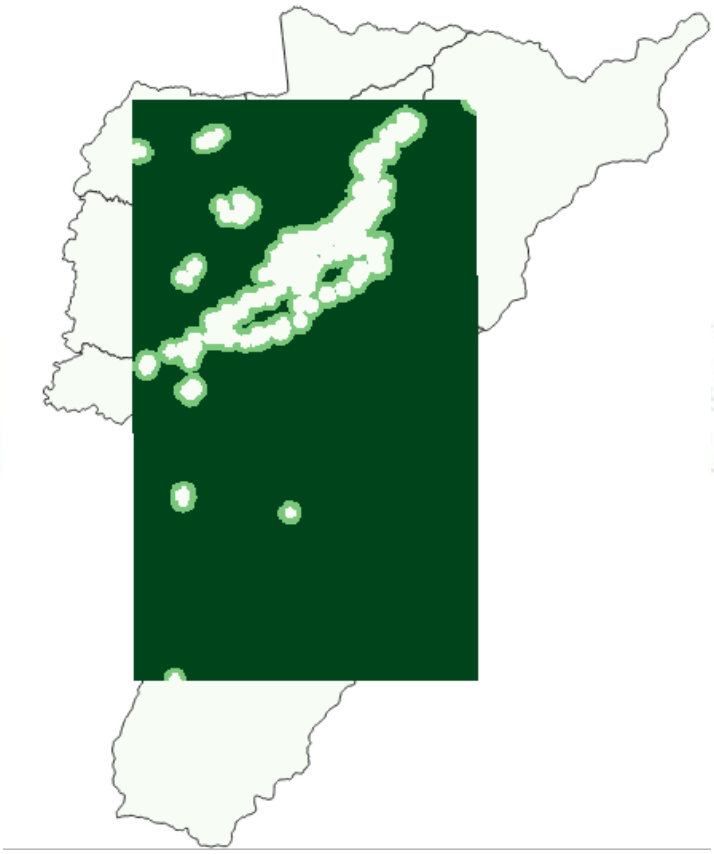
Interpretación

- El modelo representa correctamente que los valores de mayor idoneidad (verde oscuro) están alineados espacialmente con los corredores viales.
- Este patrón reafirma que el factor de accesibilidad logística fue adecuadamente modelado.
- Las áreas mejor calificadas tienden a coincidir con sectores de infraestructura vial consolidada, especialmente en el centro-oeste y norte del departamento.

Relevancia en el modelo de idoneidad

- Este análisis aportó una capa clave al modelo multicriterio, favoreciendo zonas estratégicamente conectadas.
- Es un componente esencial para asegurar eficiencia en la logística de entrada y salida de la planta de producción.
- Recomendación
- Las zonas verdes oscuro deben ser consideradas prioritarias dentro del proceso de decisión, siempre que cumplan también con las condiciones de pendiente, uso del suelo y restricciones legales.

Mapa de idoneidad por distancia a zonas residenciales



Fuente: elaboración propia. Las zonas más oscuras representan una mayor idoneidad para el establecimiento por distancia de zonas de uso de suelo residencial.

El análisis representa un buffer negativo de idoneidad frente a áreas urbanas y zonas de vivienda.

- Las zonas en verde oscuro indican áreas más alejadas de zonas residenciales, lo cual se considera más favorable para la localización de una planta de producción por evitar conflictos por ruido, tránsito o afectación de la calidad de vida.
- Las zonas claras o cercanas al blanco corresponden a áreas muy próximas o contiguas a zonas residenciales, consideradas menos aptas para usos industriales o logísticos intensivos.

Hallazgos Principales

- El centro del departamento —donde se concentra el mayor número de núcleos urbanos— presenta una amplia zona de exclusión o penalización.
- Las áreas con mayor separación (zonas verdes oscuras) se ubican en la periferia del corredor urbano central, especialmente hacia el suroccidente del departamento (municipios como La Tebaida y partes rurales de Montenegro).
- Algunas zonas verdes aisladas corresponden a espacios intermunicipales con baja densidad habitacional.

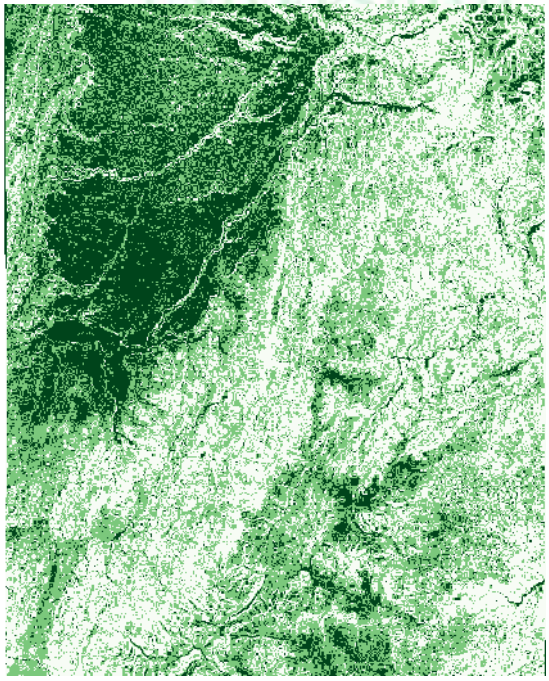
Implicaciones para la Idoneidad

- Las zonas alejadas de residencias obtienen mayor puntuación en la capa final de idoneidad.
- Esta capa permite minimizar impactos sociales y ambientales derivados de la instalación de infraestructura productiva.

Recomendación Técnica

Las áreas contiguas a las manchas blancas deben considerarse con precaución, especialmente si no existen barreras físicas o normativas que mitiguen la proximidad a viviendas.

Mapa de idoneidad por pendiente del terreno



Fuente: elaboración propia. Las zonas más oscuras reflejan mayor idoneidad por menor pendiente del terreno.

El mapa muestra los niveles de idoneidad derivados del análisis de la pendiente del terreno en el departamento del Quindío. Esta variable es fundamental para evaluar la constructibilidad y los costos de urbanización asociados al proyecto de una nueva planta de producción.

Componentes

- Los valores se derivan de un modelo de elevación digital (DEM) procesado en QGIS para obtener la pendiente en grados.
- Posteriormente, se reclasificaron los valores:
    - Zonas verdes oscuro: Representan áreas con pendientes suaves o nulas, y por tanto, alta idoneidad.
    - Zonas verdes claro: Corresponden a pendientes medias a fuertes, consideradas menos aptas para construcción industrial.

Interpretación

- Las zonas más planas (verde oscuro) se localizan principalmente en el centro-occidente del departamento, en sectores interandinos donde la topografía permite desarrollos de gran escala.
- Áreas con tonalidades más claras se concentran hacia el nororiente y sur, donde se observan mayores pendientes, lo cual representa limitantes físicas y económicas para la instalación de infraestructura pesada.

GMIA UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA Facultad de Ciencias Económicas GOBIERNO DEL QUINDÍO

Importancia en el modelo

- Este factor tuvo peso igual dentro del modelo multicriterio, dado que terrenos planos reducen significativamente los costos de movimiento de tierra, infraestructura vial interna y accesibilidad logística.

Recomendación

Priorizar zonas con pendiente baja no solo mejora la factibilidad técnica, sino que también minimiza impactos ambientales asociados a la deforestación y escorrentía superficial.

2.3. Regulaciones y políticas

A la hora de determinar la ubicación óptima para la planta productora de licores en el departamento del Quindío, el marco constitucional y legal adquiere un carácter decisivo. La Ley 1816 de 2016, que regula a nivel nacional el monopolio de producción e introducción de licores, subraya la necesidad de contar con estudios de conveniencia económica y criterios técnicos para decidir la modalidad de explotación —directa o indirecta— y la adjudicación de licencias por licitación pública. En este sentido, la elección del emplazamiento debe considerar la accesibilidad a vías de transporte de carga para facilitar subastas y contrataciones, así como la cercanía a zonas con potencialidad de desarrollo

industrial que permitan reducir costos logísticos y de movilización de insumos y producto terminado.

El Decreto 1691 de 2020 impone obligaciones de registro y reporte ante SIANCO y autoridades sanitarias, lo que sugiere que la planta debería ubicarse en un municipio con infraestructura digital y canal administrativo robusto para garantizar el cumplimiento de obligaciones de trazabilidad y control sanitario. Finalmente, las normas complementarias en materia de contratación estatal (Ley 80/1993 y 1150/2007) y de ambiente y salud pública (Decretos 1366/2020, 1686/2012, normas ISO 14001) sugieren ubicar la planta en un polígono industrial debidamente zonificado, con acceso a redes de servicios públicos y sistemas de gestión ambiental. De este modo, se garantiza no solo la transparencia en la adjudicación de contratos y subastas, sino también el cumplimiento de estándares de vertimiento, emisiones y buenas prácticas de manufactura, fortaleciendo la viabilidad jurídica y operativa de la planta en el Quindío.

3. Comparación entre micro y macro niveles

Para este apartado se tienen en cuenta los resultados del ejercicio de análisis espacial que se presenta a continuación. La sección relacionada describe el proceso técnico y metodológico desarrollado para identificar zonas óptimas para la localización de una nueva planta de producción en el departamento del Quindío, Colombia. El objetivo es determinar espacialmente las áreas más idóneas considerando múltiples factores geográficos, de infraestructura y ambientales, alineados con la eficiencia logística y el acceso a mercados nacionales e internacionales (algunos de ellos presentados en secciones anteriores).

a. Objetivos

- Localizar áreas con alta idoneidad para el establecimiento de una planta de producción.
- Considerar criterios de accesibilidad, restricciones de uso del suelo, y potencial logístico.
- Integrar análisis multicriterio mediante herramientas GIS.

b. Metodología General

Se utilizó un enfoque de análisis espacial multicriterio, implementado en QGIS, que consistió en las siguientes etapas:

Recolección y Preparación de Datos

- DEM (Modelo de Elevación Digital): Se utilizó para generar el mapa de pendiente.
- Red Vial Nacional: Tomada de InVias y filtrada para conservar las principales vías del país.
- Puertos y Ciudades Principales: Capas vectoriales con ubicación de la infraestructura logística estratégica.
- Cobertura de Uso del Suelo: Capas vectoriales para usos residencial, industrial y forestal.
- Capas Temáticas de Suelo: Información edáfica de la zona.
- Infraestructura Estratégica: Aeropuerto Internacional El Edén y Zona Franca del Quindío.

Análisis de Capas Base

- Pendiente (Slope): Derivada del DEM, convertida a grados. Se reclasificó favoreciendo pendientes bajas.
- Distancia a vías principales: Se generó un ráster de distancia a la red vial nacional.
- Distancia a puertos: Se creó una capa binaria de puertos y un análisis de distancia.
- Distancia a ciudades principales: Se seleccionaron cinco ciudades principales (Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cartagena, Cali) y se creó un ráster de distancia.
- Distancia a zonas residenciales: Se generó un buffer negativo que penaliza la cercanía excesiva a zonas habitadas.
- Distancia a zonas industriales: Este factor fue considerado, pero posteriormente descartado del modelo final al no ofrecer diferenciación espacial suficiente (los valores resultaron uniformes).
- Uso del suelo: Se utilizó una capa temática para identificar suelos aptos, especialmente áreas no forestales y no residenciales.
- Restricción por coberturas forestales: Aunque se preparó una máscara forestal, esta no se integró en el modelo final debido a inconsistencias en el cruce de capas.

Normalización y Reclasificación

Cada uno de los factores fue transformado a una escala de 0 a 1 según su conveniencia:

- 1: Alta idoneidad.
- 0: Baja idoneidad o exclusión.

Combinación Ponderada de Factores

Los factores se combinaron mediante álgebra de mapas en QGIS Raster Calculator, aplicando pesos iguales:

- Idoneidad Final = (pendiente_suitability + distancia_vial + distancia_ciudades + distancia_puertos + distancia_residencial + idoneidad_suelo) / 6

Cada capa de entrada fue alineada y reproyectada para asegurar compatibilidad espacial y resolución común (30x30m).

a. Resultados Generales

Mapa de Idoneidad Final

El resultado es un ráster continuo de valores entre 0 y 1 que indica el grado de idoneidad relativa de cada celda dentro del departamento del Quindío.

Análisis Espacial de Zonas Óptimas

- Alta idoneidad: Áreas planas, cercanas a corredores logísticos y alejadas de núcleos urbanos densos.
- Moderada idoneidad: Áreas con accesibilidad, pero limitadas por pendiente o cobertura de suelo.
- Baja idoneidad: Zonas con restricciones topográficas o cercanía a áreas urbanas/residenciales.

Proximidad a Infraestructura Estratégica

Se agregaron como capas visuales las ubicaciones del Aeropuerto Internacional El Edén y la Zona Franca del Quindío. Su proximidad influye cualitativamente en la validación de los polígonos óptimos seleccionados en el mapa de idoneidad.

Conclusiones

La metodología permitió integrar información diversa para evaluar espacialmente la mejor ubicación para una planta de producción. Los resultados ofrecen una herramienta objetiva para la toma de decisiones territoriales. La metodología es replicable y escalable a otros departamentos o tipos de proyectos.

Recomendaciones

- Validar las zonas óptimas mediante visitas de campo y verificación legal de uso del suelo.
- Mantener actualizado el modelo con datos de infraestructura nueva o modificada.

b. Resultados específicos

Mapa de idoneidad por distancia a zonas forestales



Fuente: elaboración propia.

Este mapa muestra las áreas del departamento del Quindío clasificadas como zonas de cobertura forestal, extraídas a partir de una capa vectorial de uso del suelo y rasterizadas para integrarlas al análisis espacial.

- La zona en verde representa las áreas con cobertura forestal identificadas.
- Las zonas en blanco corresponden a áreas sin cobertura forestal, consideradas aptas para potencial desarrollo industrial bajo ciertos criterios.

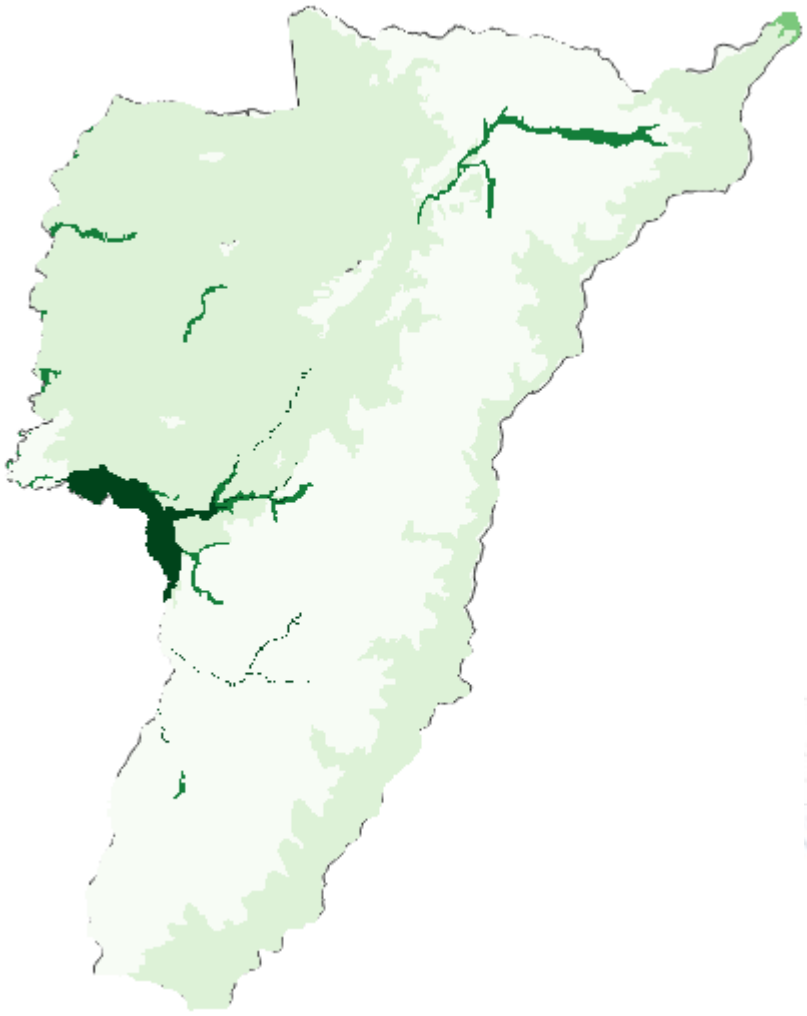
Hallazgos Principales

- La mayor concentración de áreas forestales se encuentra en el oriente del departamento, particularmente en jurisdicciones como Córdoba y parte de Pijao.
- Estas áreas representan zonas ambientalmente sensibles y se consideran como zonas de restricción para el desarrollo de infraestructura industrial.
- El patrón de distribución coincide con zonas de alta pendiente y cobertura boscosa densa, generalmente protegida o con vocación de conservación.

Uso en el Modelo de Idoneidad

- Aunque se construyó una máscara forestal, esta no fue incluida en la capa final de idoneidad, debido a problemas de consistencia espacial y porque otras capas (como pendiente y uso del suelo) ya penalizaban indirectamente esas regiones.
- Sin embargo, el mapa fue útil como referencia visual para evitar priorizar zonas ecológicamente frágiles.
- Recomendación Técnica
- A pesar de no incluirse directamente en la ponderación del modelo, se recomienda considerar estas zonas como restricciones absolutas en etapas posteriores de validación y planificación.
- Deben ser revisadas en conjunto con normativa ambiental y figuras de protección (como áreas protegidas o reservas forestales).

Mapa de idoneidad por tipo de suelo



Fuente: elaboración propia. Las zonas más oscuras reflejan mayor idoneidad por condiciones de suelos.

El mapa muestra la idoneidad territorial del departamento del Quindío en función de características edáficas, geomorfológicas y de cobertura, que condicionan la viabilidad técnica y ambiental para la instalación de una planta de producción. Este análisis edafológico se basa en datos oficiales y categorización cualitativa del terreno, lo cual permite diferenciar áreas según su estabilidad, fragilidad, y funcionalidad territorial.

Factores Considerados en la Clasificación

A través de una expresión lógica CASE, se asignaron valores de idoneidad de 0 (no apto) a 0.8 (moderadamente apto) utilizando múltiples atributos, principalmente:

- UCS – Unidad de cobertura superficial: Se excluyeron áreas urbanas (valor 0), por su alto grado de consolidación, conflictos de uso y limitaciones normativas.
- CARACTER_1 – Características morfológicas predominantes:
- Erosión moderada: Indica pérdida de suelo por acción del agua o viento, reduciendo su capacidad portante y generando inestabilidad. Clasificado como poco apto (0.2).
- PROCESOS_G – Procesos geodinámicos activos o pasivos:
    - Deslizamientos: Riesgo de movimiento de masa, común en zonas con pendientes inestables. Clasificación baja (0.3).
    - Escurrimiento superficial: Áreas con drenaje natural concentrado, lo que puede afectar cimentaciones y accesos. Clasificación intermedia (0.5).
- TIPO_RELIE – Relieve dominante del terreno:
    - Filas y vigas: Formaciones estrechas y alargadas de elevaciones, con poca área útil y alta complejidad constructiva. Valor asignado: 0.4.
- PAISAJE – Forma general del relieve:
    - Montaña: Topografía irregular, de difícil accesibilidad, pero que en ciertas condiciones puede ser utilizada con técnicas de adecuación. Clasificada como idoneidad moderada (0.5).
    - Default (valor por defecto): Para zonas no catalogadas con procesos o riesgos específicos, se asignó un valor intermedio de idoneidad (0.8), como aproximación conservadora.

Interpretación Visual del Mapa

- Zonas verdes oscuro: Representan áreas con condiciones favorables para la instalación de infraestructura, donde el relieve es más estable, los procesos de erosión o deslizamiento son mínimos o nulos, y no existen restricciones de cobertura como zonas urbanas o forestales protegidas.
- Zonas verdes claro: Correspondientes a territorios con alta susceptibilidad a procesos geodinámicos, limitaciones de relieve o restricciones normativas que reducen su viabilidad para usos productivos.

Importancia para la Localización Industrial

La calidad del suelo es un criterio esencial en proyectos de infraestructura industrial:

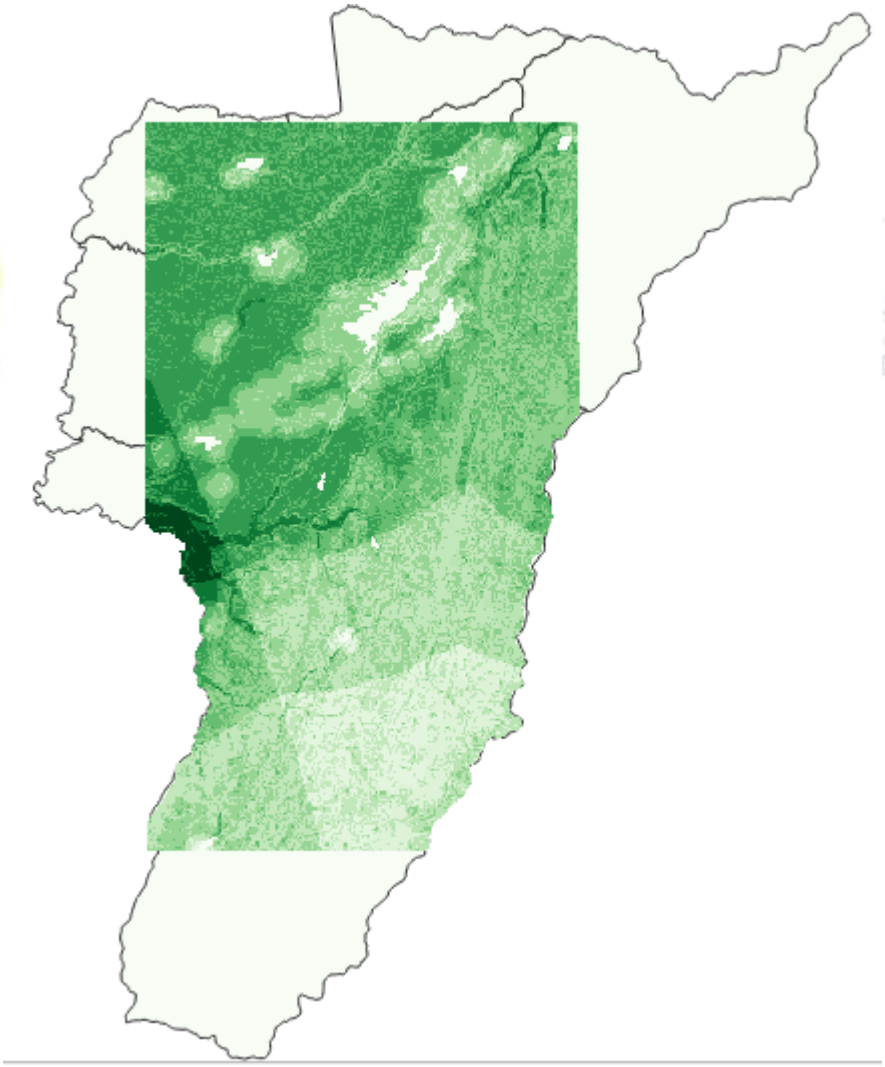
- Influye en los costos de cimentación y preparación del terreno.

- Afecta la estabilidad estructural a largo plazo.
- Está ligada a restricciones legales o ambientales, especialmente en suelos frágiles o con cobertura de protección ecológica.

Conclusión

- Este componente edafológico aporta un filtro técnico fundamental al análisis multicriterio, permitiendo descartar zonas con alto riesgo natural o baja capacidad física, y focalizar el análisis en áreas con potencial constructivo real. Su integración en el modelo garantiza mayor robustez técnica y sostenibilidad territorial.

Mapa de idoneidad final



Fuente: elaboración propia. Las zonas más oscuras representan una mayor idoneidad para el establecimiento de una planta.

El mapa resultante del modelo de análisis multicriterio espacial representa una superficie continua en escala de grises o tonos verdes (según visualización cartográfica), en la que cada píxel posee un valor entre 0 y 1 que indica su nivel relativo de idoneidad para el emplazamiento de una planta de producción.

Áreas de Alta Idoneidad

Se concentran principalmente en la zona centro-occidental del departamento, donde confluyen múltiples condiciones favorables:

- Pendientes suaves, ideales para actividades industriales.
- Proximidad a vías principales, lo cual garantiza accesibilidad vial.
- Cercanía relativa a puertos y ciudades principales, facilitando la conectividad logística nacional e internacional.
- Distancia adecuada respecto a zonas residenciales, minimizando posibles conflictos de uso.
- Suelos clasificados como aptos para usos agroindustriales o productivos.

Estas áreas son candidatas recomendadas para etapas posteriores de prefactibilidad técnica y evaluación de impacto.

Áreas de Baja Idoneidad

Se localizan principalmente en el sur y extremo oriental del departamento. Estas regiones presentan limitaciones como:

- Pendientes elevadas o topografía accidentada.
- Alejamiento significativo de infraestructura vial o centros logísticos.
- Coberturas forestales o naturales que pueden tener restricciones de conservación.
- Suelos no recomendados para intervención productiva por sus propiedades físicas o legales.

Estas zonas se consideran excluidas o de baja prioridad para el objetivo del estudio.

Consideraciones Adicionales

- Las capas de distancia fueron generadas considerando infraestructura fuera del departamento para integrar el contexto regional.

- Las capas puntuales de infraestructura estratégica (Aeropuerto Internacional El Edén y Zona Franca del Quindío) refuerzan la validación visual de las zonas priorizadas, aunque no fueron incluidas como factores cuantitativos directos.
- El modelo es estático, por lo que futuras modificaciones en infraestructura, normativas o dinámica territorial pueden requerir una actualización del análisis.

c. Conclusiones generales del análisis espacial

El departamento del Quindío destaca por su posición estratégica en la región Andina colombiana, lo cual lo convierte en un nodo clave dentro del corredor logístico nacional. Su ubicación facilita la conectividad con ciudades importantes como Bogotá, Medellín y Cali, potenciando su competitividad en términos comerciales y turísticos. Además, su riqueza natural, cultural y agrícola, centrada principalmente en la producción de café de alta calidad, representa una ventaja comparativa notable para atraer inversiones y posicionar productos diferenciados en mercados nacionales e internacionales.

Desde la perspectiva socioeconómica, el departamento evidencia contrastes marcados. Municipios como Armenia, Salento y Filandia poseen índices relativamente bajos de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), reflejando un mejor desempeño en términos de calidad de vida y acceso a servicios. En contraste, localidades más rurales y menos desarrolladas como Buenavista, Génova o Montenegro muestran mayores niveles de pobreza, informalidad laboral y carencias en infraestructura básica. Estos contrastes socioeconómicos representan uno de los principales retos a abordar para lograr un crecimiento más equitativo e inclusivo en todo el territorio departamental.

En términos económicos, el Quindío cuenta con sectores estratégicos consolidados: el comercio, la caficultura, el turismo, los servicios y la agroindustria. La caficultura y el turismo se destacan como pilares históricos y económicos fundamentales, beneficiados por el reconocimiento global del Paisaje Cultural Cafetero. El comercio, especialmente en Armenia y municipios cercanos, sigue expandiéndose con fuerza, al igual que el sector de servicios especializados, potenciados por inversiones recientes y la creciente demanda generada por la actividad turística. La agroindustria, aunque menos desarrollada, emerge como una oportunidad clave para la diversificación económica del departamento, particularmente mediante procesos de transformación y comercialización de productos con alto valor agregado.

La infraestructura departamental ha avanzado significativamente, mejorando la conectividad interna y externa, lo que fortalece la competitividad económica regional. Programas como Colombia Rural han permitido rehabilitar y mejorar considerablemente la red vial terciaria, clave para la producción agrícola y el acceso a mercados. El Aeropuerto Internacional El Edén ha recibido inversiones importantes, consolidándose como punto estratégico de acceso aéreo nacional e internacional. Asimismo, el departamento ha avanzado notablemente en la infraestructura energética, alcanzando una cobertura casi total y apostando fuertemente por la generación de energías renovables y soluciones sostenibles, elementos esenciales para potenciar la competitividad regional.

Ubicar una Industria Licorera en un Zona Franca ofrece ventajas sustanciales en términos logísticos y estratégicos que compensan ampliamente los costos adicionales del cumplimiento de las condiciones para la permanencia dentro de la zona. En este sentido, un proyecto que busque la creación y consolidación de una Industria Licorera en el Quindío se alinearía con los objetivos de competitividad regional, fortaleciendo significativamente el clúster agroindustrial y mejorando la capacidad fiscal del departamento.

Asimismo, la demanda de bebidas alcohólicas en el Quindío configura un entorno altamente favorable para establecer una industria licorera departamental. El marcado liderazgo del aguardiente, impulsado por su arraigo cultural y precios accesibles, así como el crecimiento sostenido en el consumo de ron por su versatilidad y premiumización, ofrecen sólidas perspectivas de mercado. El dinamismo turístico, sumado a la presencia de robustos canales de distribución modernos como supermercados, tiendas de descuento y el canal HORECA, garantiza una capacidad efectiva para captar tanto consumidores locales como visitantes. A pesar de algunos desafíos relacionados con el envejecimiento poblacional y fluctuaciones económicas, la demanda permanece resiliente y estacionalmente concentrada en eventos y celebraciones tradicionales, brindando oportunidades significativas para innovar en productos con identidad local, como aquellos que integren elementos asociados a la tradición cafetera del Quindío.

El contexto competitivo del mercado de licores en el Quindío evidencia un entorno desafiante, pero con claras oportunidades para la entrada de una industria licorera local. Actualmente dominado por actores departamentales fuertes como la Fábrica de Licores de Antioquia y la Industria Licorera de Caldas, así como multinacionales que compiten en segmentos premium, el mercado se caracteriza por una alta concentración y una sofisticada infraestructura comercial y distributiva. No obstante, la ausencia de una licorera consolidada en el Quindío representa una oportunidad estratégica significativa para establecer una marca diferenciadora que pueda apalancarse en la identidad regional, el turismo local y la fuerte conexión cultural con el café. Adicionalmente, el mercado presenta nichos emergentes de crecimiento en productos artesanales y premiumizados, donde una licorera regional podría posicionarse efectivamente mediante propuestas innovadoras y adaptadas al perfil turístico y cultural del departamento.

En términos de ubicación espacial, la zona centro-occidental del departamento es la más óptima para posicionar la Industria Licorera, específicamente en el área occidental del municipio de La Tebaida, debido a que esta ubicación cuenta con: (i) pendientes suaves, ideales para actividades industriales, (ii) proximidad a vías principales, lo cual garantiza accesibilidad vial, (iii) cercanía relativa a puertos marítimos, aeropuertos y ciudades principales, facilitando la conectividad logística nacional e internacional, (iv) distancia adecuada respecto a zonas residenciales, minimizando posibles conflictos de uso, y (v) suelos clasificados como aptos para usos agroindustriales o productivos.

En síntesis, el análisis integrado evidencia que el proyecto de establecer una industria licorera en el departamento del Quindío es altamente factible desde múltiples dimensiones: estratégica, económica, comercial y espacial. La privilegiada ubicación geográfica del departamento facilita su integración logística a mercados nacionales e internacionales, potenciando su competitividad regional. Económicamente, los sectores consolidados como el turismo y la caficultura permiten

apalancar productos innovadores con una fuerte identidad cultural, alineados con las tendencias actuales del mercado. La robusta demanda local y turística de bebidas alcohólicas, combinada con una infraestructura comercial consolidada, garantiza un mercado receptivo y en crecimiento constante. Asimismo, aunque el entorno competitivo presenta desafíos, estos son superables mediante estrategias de diferenciación y productos premiumizados o artesanales con fuerte arraigo local. Finalmente, la ubicación propuesta en La Tebaida cumple con todas las condiciones técnicas y logísticas para una operación industrial óptima, reforzando la viabilidad y sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

El estudio evidencia diferencias esenciales entre el **análisis microespacial**, centrado en variaciones municipales dentro del Quindío, y el **análisis macroespacial**, que considera tendencias y condiciones a escala regional y nacional:

- **Ámbito de aplicación**
    - *Micro:* se basa en criterios locales por municipio (Armenia, Calarcá, Circasia…), incluyendo indicadores socioeconómicos, densidad de distribuidores, acceso a infraestructura interna y uso de suelo apto para industrialización.
    - *Macro:* evalúa dinámicas de mercado (crecimiento del consumo de espirituosos, evolución del PIB departamental), corredores logísticos interdepartamentales y regulaciones nacionales (Ley 1816/2016, Decreto 1691/2020) que afectan la viabilidad de la planta en el Quindío.
- **Criterios de idoneidad**
    - *Micro:* privilegia la proximidad a redes de distribución municipales, perfil de demanda local y disponibilidad de suelo plano y no residencial, penalizando pendientes elevadas y áreas forestales dentro del departamento.
    - *Macro:* incluye conectividad a vías principales nacionales, cercanía a puertos y ciudades, incentivos de zonas francas y cumplimiento de obligaciones regulatorias.
- **Riesgos y oportunidades**
    - *Micro:* riesgo de saturación de pequeños distribuidores en municipios con alta densidad comercial; oportunidad de capturar nichos en localidades con menor oferta de espirituosos.
    - *Macro:* riesgo de cambios en la regulación del monopolio o en política arancelaria; oportunidad de apalancar exenciones fiscales de la Zona Franca y posicionar la marca en mercados turísticos nacionales e internacionales.

Limitaciones y recomendaciones

- **Limitaciones del estudio**

1. *Actualización de datos:* muchos indicadores de producción y consumo llegan hasta 2023 (por disponibilidad de información), sin reflejar completamente las dinámicas post-pandemia a nivel departamental o local.
2. *Resolución espacial:* el microanálisis se realiza a nivel municipal; no contempla variaciones intraurbanas (barrios, polígonos rurales).
3. *Factores cualitativos:* faltó integrar la percepción de actores locales (productores artesanales, gremios) que podría matizar las métricas cuantitativas.

- **Recomendaciones para investigaciones futuras**

1. Realizar encuestas de campo y focus groups en municipios clave para validar preferencias de consumidores y barreras de entrada locales.
2. Incorporar capas de riesgo climático (inundación, deslizamiento) y de servicios públicos (agua, energía) en el modelo GIS para evaluar la resiliencia de la planta.
3. Actualizar el análisis macro con datos 2024–2025, especialmente de RTD y comportamiento on-trade, para afinar proyecciones de demanda.

4. Recomendaciones estratégicas

4.1 Estrategias de entrada al mercado

1. **Piloto municipal:** Iniciar distribución en municipios con menor competencia —por ejemplo, Circasia— permitiendo optimizar la cadena logística y la estrategia de mercadeo antes de escalar al resto del Quindío.
2. **Alianzas HORECA regionales:** Firmar convenios con hoteles, restaurantes y bares del Eje Cafetero para posicionar la marca en el canal on-trade, aprovechando el flujo turístico constante.
3. **Zona Franca del Quindío:** Aprovechar exenciones tributarias y facilidades aduaneras de la Zona Franca para reducir costos de exportación e importar insumos (alcohol neutro, vidrio), mejorando la competitividad.

4.2 Adaptación del producto

- **Graduaciones reducidas:** Desarrollar líneas con 24 °–30 ° de alcohol y sabores suaves o sin azúcar, captando a consumidores jóvenes que prefieren opciones más ligeras.
- **Ediciones con identidad cafetera:** Integrar notas de café o elementos de diseño inspirados en la cultura cafetera en el perfil sensorial y el packaging, reforzando el vínculo regional.
- **Formatos convenientes:** Ofrecer presentaciones de 200–375 ml (“minibotellas”) y de un litro para puntos de venta de conveniencia y canales off-trade, alineándose con tendencias de consumo racional.

2025

COMPONENTE AMBIENTAL

FASE 6
GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA INSTALAR NUEVAS FÁBRICAS DE LICOR DESTILADO EN LA JURISDICCIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO | UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Tabla de contenido

Introducción 2

1. Límites del estudio 3

2. Análisis de Ciclo de Vida (ACV) 4

2.1. Objetivo y Alcance del Análisis de Ciclo de Vida (ACV) 4

2.2. Unidades funcionales 4

2.3. Límites del sistema 5

2.4. Exclusiones 6

2.5. Inventario del Ciclo de Vida (ICV) 7

3. Evaluación de Impacto ambiental 9

3.1. Caracterización del impacto 10

3.2. Indicadores Ambientales 10

4. Interpretación de resultados AVC 12

4.1. Cambio climático (kg CO_2e por año) 13

4.2. Escasez de agua (m^3 equivalentes por año) 13

4.3. Identificación de puntos críticos 13

4.4. Consumo energético 13

4.5. Uso del recurso hídrico 14

4.6. Insumos y materiales de empaque 14

4.7. Equipamiento hídrico 14

4.8. Impacto 14

4.8.1. Oportunidades de mejora 15

5. Consideraciones adicionales 16

5.1. Cumplimiento normativo 16

5.2. Aspectos sociales y económicos. 19

Conclusión 20

Anexo Territorial: Infraestructura de acueducto y viabilidad del Proyecto en el Departamento del Quindío 21

Objetivo: Efectuar un análisis del impacto ambiental que se podría generar en el Departamento del Quindío, como consecuencia de la fabricación de licores destilados que se lleguen a realizar por las empresas que sean seleccionadas en el proceso licitatorio.

Introducción

La producción de bebidas alcohólicas espirituosas en el Departamento del Quindío representa una actividad industrial con implicaciones ambientales como se espera en cualquier tipo de industria, dado el uso de recursos naturales como el agua y la energía, así como la generación de residuos y emisiones atmosféricas. En este sentido, el análisis de los impactos asociados mediante herramientas como el Análisis de Ciclo de Vida (ACV) se constituye en una estrategia para identificar puntos críticos, cuantificar impactos y proponer medidas de prevención, mitigación y mejora continua.

En este contexto, el presente documento desarrolla la Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) del proceso de producción de bebidas alcohólicas espirituosas, fundamentándose metodológicamente en los principios del Análisis de Ciclo de Vida (ACV), herramienta reconocida internacionalmente para la identificación y cuantificación de impactos ambientales asociados a sistemas productivos. La evaluación se estructura sobre dos escenarios de capacidad operativa proyectada a lo largo de una década (2026–2035), considerando una proyección escalonada de producción: el escenario base, con una producción estimada que asciende desde 540.690 unidades funcionales en 2026 hasta 992.512 en 2035, y el escenario óptimo, que parte de 1.917.709 unidades en 2026 hasta alcanzar 2.631.808 en el año 2035. Esta doble proyección permite comparar la evolución de las cargas ambientales según el grado de aprovechamiento de la infraestructura instalada y facilita el análisis del comportamiento ambiental bajo condiciones de subutilización y eficiencia operativa.

Para cada escenario se construyó el Inventario de Ciclo de Vida (ICV), identificando los principales flujos de entrada al sistema (materias primas, agua y energía) y los flujos de salida (emisiones atmosféricas, residuos sólidos y vertimientos), con el fin de estimar los indicadores ambientales asociados a la Huella de Carbono (HC) y la Huella Hídrica (HH) anual. Se adoptó un enfoque “puerta a puerta” (gate-to-gate), que delimita el análisis desde el ingreso de insumos hasta la salida del producto embotellado en planta, excluyendo las etapas de distribución y consumo final.

Esta evaluación busca identificar los puntos críticos del proceso productivo en términos ambientales, cuantificar sus impactos asociados y proponer estrategias de mitigación orientadas al cumplimiento normativo y a la mejora continua del desempeño ambiental.Como complemento, se implementó el método ReCiPe Midpoint (H) para la jerarquización de categorías de impacto, permitiendo priorizar variables como el consumo de energía no renovable, el uso de agua dulce y las emisiones de gases de efecto invernadero, en función de su contribución relativa al perfil ambiental del sistema productivo.

1. Límites del estudio

El presente Estudio corresponde a una evaluación prospectiva preliminar de los impactos ambientales potenciales asociados a la operación de una planta para la fabricación de bebidas alcohólicas espirituosas en el Departamento del Quindío. Dado que la ubicación definitiva del proyecto será determinada por la empresa adjudicataria del proceso licitatorio, el análisis se circunscribe a un área de influencia dentro del territorio departamental. Esta delimitación considera aspectos como la diversidad de ecosistemas, el uso predominante del suelo y la presencia de áreas de interés ambiental, cultural o social.

Se aclara que será responsabilidad del adjudicatario garantizar que la implementación de la fábrica cumpla con la normatividad ambiental vigente, incluyendo los instrumentos de planificación territorial, las restricciones de uso del suelo, las determinantes ambientales definidas por la Corporación Autónoma Regional del Quindío (CRQ) y demás disposiciones legales aplicables, según la localización final del proyecto. En este sentido, los resultados del presente estudio tienen un carácter indicativo y deberán ser complementados con un análisis detallado y específico una vez se defina la ubicación del proyecto.

Dado que el proceso licitatorio contempla la participación de empresas que ya cuentan con infraestructura operativa en el Departamento del Quindío, el presente estudio excluye los impactos ambientales asociados a la fase de construcción de obra nueva, considerando únicamente intervenciones menores como adecuaciones o remodelaciones sobre planta física existente. En consecuencia, el análisis se centra en los impactos propios de la etapa de operación, tales como el consumo de energía y agua, la generación de residuos sólidos y líquidos, las emisiones atmosféricas, y el manejo de materiales e insumos como botellas, cajas y etiquetas. Este estudio no incluye la evaluación de condiciones preexistentes del sitio, tales como zonificación, compatibilidad de uso del suelo, accesibilidad, disponibilidad de servicios públicos o restricciones ambientales particulares.

En cuanto al límite temporal, la evaluación ambiental se enfoca exclusivamente en la fase operativa de la planta, proyectada para un período comprendido entre los años 2026 y 2035, de acuerdo con los escenarios establecidos en el proceso licitatorio. Durante este horizonte de análisis se estiman los consumos de recursos, emisiones y residuos asociados a las unidades de producción consideradas, sin incluir etapas previas como la construcción o fases posteriores como el desmantelamiento o cierre definitivo.

El Análisis de Ciclo de Vida (ACV) con alcance desde la entrada de materias primas hasta la salida del producto embotellado con una graduación alcohólica superior a 15% (15 grados Gay-Lussac (°GL)), excluyendo la etapa de consumo final. La evaluación se ajusta a las tendencias actuales del sector, caracterizadas por un modelo de producción basado en el suministro de insumos provenientes de terceros, tales como alcohol etílico rectificado, esencias, botellas y empaques.

Esta condición implica que los procesos de fermentación y destilación no se desarrollan localmente, concentrando los impactos en las fases de formulación, envasado, almacenamiento y distribución.

Dado que el agua constituye el insumo mayoritario en términos de volumen dentro del proceso de producción de bebidas alcohólicas destiladas, este estudio contempla su obtención a partir de dos fuentes potenciales: (i) el sistema de acueducto con habilitación para uso industrial, o (ii) fuentes hídricas naturales, ya sean superficiales o subterráneas, de acuerdo con la localización definitiva del proyecto. Desde el enfoque ambiental, la selección de la fuente de abastecimiento debe considerar no sólo su disponibilidad y capacidad de sostenimiento, sino también su calidad inicial y los tratamientos requeridos para cumplir con los parámetros del proceso y producto. Asimismo, se reconoce que la captación desde cuerpos hídricos naturales implica el cumplimiento de requisitos regulatorios como concesiones de uso de agua, estudios de oferta y análisis de caudal ecológico.

2. Análisis de Ciclo de Vida (ACV)

2.1. Objetivo y Alcance del Análisis de Ciclo de Vida (ACV)

El presente Análisis de Ciclo de Vida (ACV) tiene como objetivo identificar, cuantificar y comparar los impactos ambientales asociados a la producción de bebidas alcohólicas espirituosas bajo dos escenarios operativos diferenciados, proyectados para el período 2026–2035: (i) un escenario base, correspondiente a una planta con capacidad instalada de hasta 1.000 litros por lote, y (ii) un escenario óptimo, que contempla una producción ampliada de hasta 3.000 litros por lote.

La evaluación se desarrolla conforme a los lineamientos metodológicos establecidos en la norma ISO 14040:2006, adoptando una frontera de sistema tipo “puerta a puerta” (gate to gate), centrada exclusivamente en las etapas internas del sistema productivo. Se excluyen del análisis los impactos asociados a la cadena de suministro previa (por ejemplo, la producción de alcohol etílico o esencias) y la disposición final del producto.

En este marco, se identifican y cuantifican los flujos de entrada (insumos materiales y energéticos) y los flujos de salida (residuos sólidos, emisiones líquidas y atmosféricas, y producto terminado), con el propósito de establecer una línea base de desempeño ambiental y comparar la eficiencia relativa entre ambos escenarios. Las categorías de impacto evaluadas incluyen, entre otras, cambio climático (huella de carbono), consumo de agua (huella hídrica) y generación de residuos.
Este alcance permite evaluar el desempeño ambiental bajo condiciones variables de escala operativa.

2.2. Unidades funcionales

Para fines de consistencia en la cuantificación y comparación de los impactos ambientales, se define como unidad funcional la producción de un (1) litro de bebida alcohólica espirituosa embotellada al 24 % vol. Esta unidad técnica permite estandarizar los flujos de entrada y salida del

sistema dentro de la plata tipo simulada para las proyecciones, independientemente del tamaño del lote o del formato comercial final.

Cabe aclarar que el producto comercial se presenta en unidades de 750 mililitros (0,75 litros), por lo que los resultados ambientales por litro pueden ser ajustados proporcionalmente para análisis por unidad de producto o para escalamiento según la demanda.

Con el fin de permitir una comparación objetiva de los impactos ambientales entre ambos escenarios, se definieron las siguientes unidades funcionales:

- Escenario Base: producción de 1.000 litros de bebidas espirituosas por lote.
- Escenario Óptimo: producción de 3.000 litros de bebidas espirituosas por lote.

Estas unidades funcionales constituyen la base de referencia para la normalización de los flujos de materia y energía, así como para la comparación de la eficiencia y sostenibilidad relativa de los modelos productivos planteados.

2.3. Límites del sistema

Durante la estructuración del Inventario de Ciclo de Vida (ICV), se excluyeron del análisis ciertos equipos automatizados como el despaletizador, la encajonadora y otros equipos auxiliares de apoyo técnico, tales como dosificadores automáticos, básculas electrónicas, alcoholímetros digitales, entre otros. Esta exclusión se sustenta en dos consideraciones principales: por una parte, se parte del diseño de una planta tipo, concebida exclusivamente para la proyección y comparación de escenarios operativos, por lo que el equipamiento aquí considerado no representa una especificación final ni restrictiva. Por otra parte, varios de estos equipos tienen un bajo consumo energético o pueden ser sustituidos por operaciones manuales realizadas por personal calificado, lo que constituye una alternativa técnica y económica más viable en entornos productivos de baja y media escala. En todo caso, se reconoce que la implementación definitiva del proyecto, una vez determinada su localización y capacidad instalada, deberá incluir un análisis específico del equipamiento a emplear, así como la incorporación de sus respectivos impactos ambientales en el marco de un estudio de detalle.
Los factores de emisión utilizados para el cálculo de la huella de carbono (HC), la huella hídrica (HH) y los impactos ambientales se seleccionaron a partir de fuentes oficiales y bases de datos reconocidas, como el IDEAM, el IPCC (2006, 2019), en coherencia con los principios metodológicos del Análisis del ciclo de Vida -ACV.
En cuanto a los materiales y consumos relevantes del proceso, se emplearon los siguientes factores de emisión expresados en kilogramos de CO_2 equivalente por kilogramo de material:

- Vidrio: 1,4 kg CO_2e/kg (Ecoinvent / GHG Protocol)

- PET (plástico): 2,5 kg CO_2e/kg (U.S. EPA / Ecoinvent)
- Cartón / Papel Kraft: 1,0 kg CO_2e/kg (Ecoinvent / UK DEFRA)
- Papel (etiquetas): 1,2 kg CO_2e/kg (Ecoinvent / GEMIS)

Para la estimación de emisiones asociadas al consumo de energía eléctrica, se adoptó un factor de emisión de 0,22 kg CO_2e/kWh, conforme a los lineamientos establecidos por la Unidad de Planeación Minero Energética (UPME) y el Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales (IDEAM). Este valor ha sido recomendado para empresas en etapa de diseño y corresponde a una proyección estimada representativa del Sistema Interconectado Nacional (SIN), permitiendo realizar estimaciones conservadoras y coherentes con el contexto energético nacional para usuarios convencionales.

Los límites del sistema incluyen los siguientes subsistemas y procesos:

- Operaciones en planta
  - Sistema de Tratamiento de Agua
  - Módulo de Pretratamiento
  - Tanque de mezcla sanitario
  - Sistema de Filtración Final
  - Lavadora Automática de Botellas
  - Monobloque Automático de Llenado, Taponado y Etiquetado
- Consumo de energía eléctrica en actividades de bombeo, filtrado, dosificación y otros procesos auxiliares.
- Generación de residuos sólidos, principalmente provenientes de empaques, etiquetas, cartón y otros insumos descartables.
- Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (GEI) asociadas al consumo de electricidad (utilizando el factor de emisión promedio del Sistema Interconectado Nacional) y a los insumos incorporados en el sistema.

2.4. Exclusiones

Las exclusiones definidas en este estudio se justifican al tratarse de una evaluación preliminar basada en una planta tipo. Se excluyen las etapas de construcción, transporte externo y distribución comercial, ya que dependen de condiciones específicas del sitio y de la logística final del proyecto, entre otras. También se omiten los impactos asociados al ciclo de vida de maquinaria y bienes de capital, al representar una contribución marginal frente a los flujos operativos.
El análisis no contempla las siguientes etapas o aspectos:

- Transporte de materias primas e insumos hasta la planta.
- Distribución y comercialización del producto terminado.
- Uso y disposición final del producto por parte del consumidor.
- Fin de vida útil del envase (reciclaje, disposición final o valorización energética).

- Fase de construcción de la planta o fabricación de equipos industriales de apoyo (despaletizadores, encajonadoras, etc.).

Esta delimitación busca focalizar la evaluación en los impactos ambientales más relevantes y atribuibles directamente a la operación de la planta de producción, manteniendo la coherencia metodológica con los objetivos y el alcance definidos para el estudio. Estas exclusiones son coherentes con las buenas prácticas metodológicas del ACV en etapas de planeación temprana.

Consideración de GEI, Emisiones Atmosféricas Indirectas y ruido ambiental

En el presente estudio se estimaron los impactos ambientales asociados a la producción de bebidas espirituosas utilizando la metodología ReCiPe Midpoint (H), priorizando las categorías de cambio climático (kg CO_2e) y uso del recurso hídrico (m^3).
La categoría de cambio climático incluye la Huella de Carbono total por año, la cual fue calculada a partir del consumo de energía eléctrica, uso de materiales (como vidrio, cartón, etiquetas), y operación de equipos.
Esta huella considera no solo las emisiones de dióxido de carbono (CO_2), sino también otros gases de efecto invernadero (GEI) transformados a equivalentes de CO_2 (CO_2e), como:

- Metano (CH_4)
- Óxidos de nitrógeno (N_2O)
- Gases fluorados (SF_6, HFCs)

Estos gases fueron incorporados a través de factores de emisión compuestos, como los utilizados en la base de datos Ecoinvent, GHG Protocol y referencias nacionales (UPME–IDEAM).
Asimismo, el estudio contempla las emisiones atmosféricas indirectas, por lo tanto, la Huella de Carbono reflejada en la matriz annual representa de forma integral las emisiones atmosféricas del sistema, bajo el enfoque "puerta a puerta" adoptado en el análisis.

Finalmente, el ruido ambiental no fue incluido en los cálculos cuantitativos debido a que su evaluación requiere mediciones específicas de niveles sonoros y condiciones locales, así como consideraciones normativas particulares. No obstante, se reconoce como un aspecto importante en la operación de la planta, y se recomienda realizar un estudio sonoro detallado durante la fase operativa para asegurar el cumplimiento de las regulaciones y minimizar impactos en la comunidad.

2.5. Inventario del Ciclo de Vida (ICV)

La presente evaluación considera que la planta estará equipada e infraestructurada para operar a la capacidad máxima proyectada. No obstante, durante el periodo inicial de operación (2026–2028), se prevé una condición de subutilización, con niveles de carga progresivamente crecientes. Esta situación implica una disminución en la eficiencia energética específica, dado que los

consumos energéticos fijos (stand-by, operación básica de sistemas) se mantienen constantes, mientras que la producción es reducida. En consecuencia, durante esta etapa inicial, los indicadores de impacto ambiental por unidad funcional presentan valores proporcionalmente más altos.

Los insumos fueron estimados en proporción directa al volumen de producción proyectado por año, con base en los parámetros técnicos del proceso productivo proyectado y al Anexo 1 (Estimación de equipos y consumos para una planta de producción de bebidas espirituosas con contenido alcohólico superior al 15%).

El inventario fue desarrollado a partir de matrices específicas por año y por escenario (ver Anexo 2: Matriz de Impactos Ambientales por Año según el Método ReCiPe Midpoint (H), Escenarios de Producción 2026–2035). Estas matrices incluyen:

- Materiales e insumos: botellas de vidrio, etiquetas autoadhesivas, cajas de cartón corrugado, etanol carburante y agua potable.
- Equipamiento: módulos de pretratamiento de agua.
- Consumo energético: estimado en kilovatios-hora (kWh) anuales, de acuerdo con los requerimientos eléctricos de los equipos de planta. Se aplicó un factor de emisión promedio de 0,22 kg CO_2e/kWh (UPME–IDEAM).
- Huella de Carbono (HC): calculada con base en los factores de emisión específicos por unidad de material o consumo energético.
- Huella Hídrica (HH): determinada a partir del volumen total de agua utilizada, expresado en metros cúbicos (m^3).

Resumen de impactos ambientales del ACV

Tabla 1. Impactos Ambientales por Año según el Método ReCiPe Midpoint (H)
Escenarios Base y Óptimo – Periodo 2026–2035

Año	Escenario	Cambio climático (kg CO_2e)	Consumo de agua (m^3)
2026	Escenario Base	343.610,2162	0,001415
	Escenario óptimo	1.217.506,0128	0,001407
2027	Escenario Base	379.878,3829	0,001410
	Escenario óptimo	1.325.340,8466	0,001403
2028	Escenario Base	416.273,0147	0,001406
	Escenario óptimo	1.435.184,4257	0,001400
2029	Escenario Base	451.952,7054	0,001402
	Escenario óptimo	1.474.393,0524	0,001399
2030	Escenario Base	486.475,1448	0,001400
	Escenario óptimo	1.512.330,6588	0,001398

2031	Escenario Base	519.812,3708	0,001397
	Escenario óptimo	1.548.964,8664	0,001397
2032	Escenario Base	551.898,9265	0,001395
	Escenario óptimo	1.584.225,2038	0,001397
2033	Escenario Base	582.783,1103	0,001394
	Escenario óptimo	1.618.164,3658	0,001396
2034	Escenario Base	612.501,1456	0,001392
	Escenario óptimo	1.650.821,7146	0,001395
2035	Escenario Base	630.744,5355	0,001391
	Escenario óptimo	1.670.869,8058	0,001395
Fuente: *Elaboración propia con base en cálculos de Huella de Carbono e Hídrica para ambos escenarios, aplicando método ReCiPe Midpoint (H).*			

Los resultados del inventario fueron organizados en una tabla resumen lo que permitió establecer los totales anuales de Huella de Carbono y Huella Hídrica para cada uno de los escenarios. Estos datos fueron la base cuantitativa para la evaluación de impacto ambiental mediante el método ReCiPe.

3. Evaluación de Impacto ambiental

La evaluación de impacto ambiental se desarrolló con base en los resultados del Inventario de Ciclo de Vida (ICV) construido para los escenarios productivos definidos. Para la traducción de los flujos de entrada y salida en impactos ambientales potenciales, se aplicó la metodología ReCiPe Midpoint (H), versión Hierarchist, ampliamente utilizada en estudios de Análisis de Ciclo de Vida (ACV) por su capacidad de integrar impactos intermedios relevantes bajo criterios científicos y de política ambiental.

El análisis se centra en las categorías de impacto con mayor relevancia para procesos industriales de transformación como el propuesto, específicamente: cambio climático (huella de carbono), uso del recurso hídrico (huella hídrica), generación de residuos sólidos, consumo de recursos fósiles y ecotoxicidad terrestre y acuática. Estas categorías fueron seleccionadas considerando la naturaleza del proceso, los insumos utilizados, y los potenciales impactos directos e indirectos que puedan generarse en la etapa operativa del sistema.

Los resultados se presentan en términos relativos por unidad funcional definida (1 litro de producto embotellado al 24 % vol), con apoyo de indicadores normalizados por lote de producción. Se incluyen también resultados comparativos entre los escenarios base (1.000 L/lote) y óptimo (3.000 L/lote), con interpretación orientada a la toma de decisiones técnicas para minimizar los impactos más significativos. Las entradas detalladas del inventario, junto con los factores de caracterización utilizados, se encuentran documentadas en los anexos correspondientes.

3.1. Caracterización del impacto

La caracterización del impacto consiste en la traducción cuantitativa de los flujos de entrada y salida definidos en el Inventario de Ciclo de Vida (ICV) en impactos ambientales potenciales, mediante la aplicación de factores de caracterización específicos para cada categoría. Este procedimiento permite estimar el grado de contribución de cada insumo o proceso a impactos ambientales definidos, con base en referencias científicas internacionalmente aceptadas.

Para este estudio se aplicó la metodología ReCiPe Midpoint (H), versión Hierarchist, que agrupa los impactos en puntos intermedios (midpoints) y permite realizar comparaciones entre escenarios productivos bajo criterios de relevancia ambiental y científica. Las categorías seleccionadas se relacionan directamente con las características del proceso productivo de bebidas espirituosas, y abarcan: cambio climático (kg CO_2 eq), uso del recurso hídrico (m^3 de agua equivalente), generación de residuos sólidos (kg), consumo de energía fósil (MJ) y potencial de toxicidad (kg 1,4-DCB eq).

Los factores de caracterización aplicados fueron tomados de bases de datos reconocidas, tales como Ecoinvent v3.0+, IPCC (2006, 2019), Water Footprint Network (WFN) y otros recursos de uso habitual en plataformas como OpenLCA y SimaPro. El resultado de esta caracterización permite vincular los consumos de materiales, agua y energía, así como las emisiones y residuos generados, con sus respectivas cargas ambientales. Esta información es la base para interpretar qué insumos, etapas o procesos representan los mayores aportes a los impactos evaluados, y orientar con ello estrategias de prevención y mejora ambiental.

Las categorías de impacto priorizadas fueron:

- Cambio climático (kg CO_2 equivalente), como indicador directo de emisiones de gases de efecto invernadero.
- Escasez de agua (m^3 equivalentes), como medida de presión sobre recursos hídricos disponibles.

Estas categorías fueron seleccionadas por su relación directa con los aspectos más relevantes del proceso de fabricación de licores destilado con una graduación alcohólica superior a 15%, los cuales son el consumo energético y el uso intensivo de agua potable.

3.2. Indicadores Ambientales

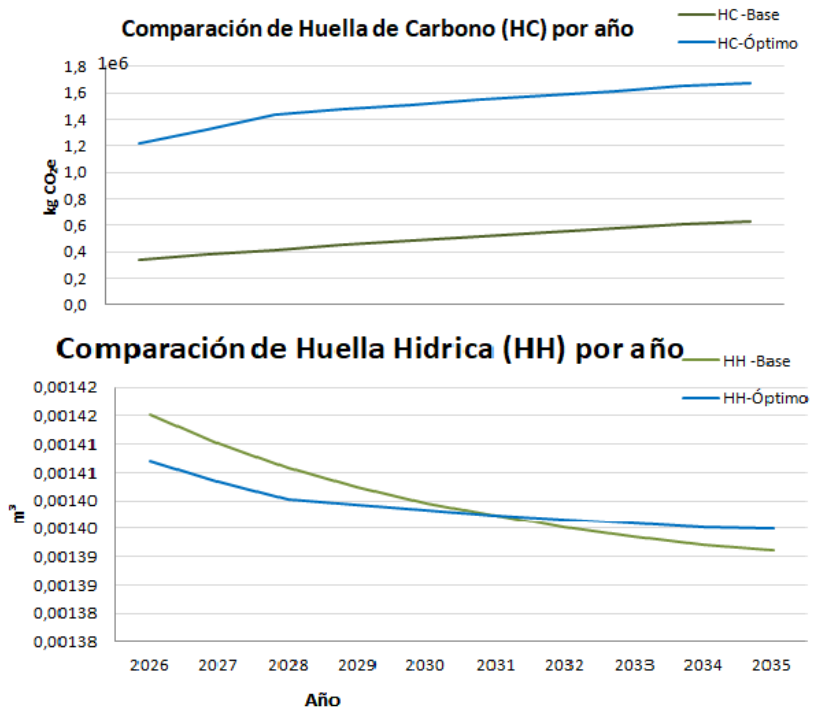
Para cada año del periodo de análisis (2026–2035), y para ambos escenarios (1.000 L y 3.000 L/año), se calcularon y graficaron la consolidación de los siguientes indicadores:

- Huella de carbono total anual (kg CO_2e), resultante de los materiales, la energía y los equipos utilizados.

- Huella hídrica total anual (m³), correspondiente al volumen de agua requerido por litro de producción.

Lo que permitió visualizar tendencias temporales, comparar escenarios y establecer patrones de comportamiento ambiental conforme aumenta la eficiencia operativa.

Grafica 1. Huella de Carbono y Huella Hídrica por año en el escenario base y escenario óptimo



3.3. Observación técnica:

Cambio climático (kg CO_2e)

Durante el periodo 2026–2035, ambos escenarios evidencian un aumento sostenido en las emisiones de gases de efecto invernadero, medido como Huella de Carbono (kg CO_2e). Esta tendencia es consistente con la ampliación planificada de la capacidad operativa. En 2035, el Escenario Base alcanza un total de 630.744,54 kg CO_2e, mientras que el Escenario Óptimo supera los 1,6 millones de kg CO_2e. No obstante, al normalizar estos valores por unidad de producción, el Escenario Óptimo demuestra un desempeño ambiental superior, reflejando una mayor eficiencia en términos de emisiones por litro producido.

Escasez de agua (m³)

Durante el periodo evaluado, la categoría de Escasez de Agua (expresada en m³ equivalentes) presenta una tendencia estable, con una leve disminución en ambos escenarios. Esta mejora se

asocia a que mantiene una huella hídrica inferior a pesar del aumento en la capacidad de producción.

Tabla 2. Acumulación de impactos ambientales ReCiPe Midpoint (H) Base y Óptimo – Periodo 2026–2035	
Huella de Carbono (HC) Acumulada (2026–2035)	
Escenario Base	4975929,55270
Escenario Óptimo	15037800,95270
Huella Hídrica (HH) Acumulada – 2026 a 2035	
Escenario Base	0,01400
Escenario Óptimo	0,01399
Fuente: *Elaboración propia, con base a la tabla 1.*	

Análisis de la Acumulación de impactos ambientales ReCiPe Midpoint (H) Base y Óptimo – Periodo 2026–2035:

- Ambos escenarios muestran incrementos lineales en emisiones y consumo de agua hasta el 2035.
- En ambos casos, se observa que los impactos pueden ser controlados mediante la implementación de tecnologías eficientes y buenas prácticas operativas
- Si bien el Escenario Óptimo genera una Huella de Carbono total más elevada en valores absolutos, al normalizar el impacto por unidad funcional se evidencia un desempeño ambiental más eficiente. Esta relación indica que el sistema presenta una mayor efectividad en el uso de recursos y control de emisiones por litro de producto.

4. Interpretación de resultados AVC

Los resultados presentados en esta sección corresponden a los valores cuantificados por categoría de impacto ambiental obtenidos a partir de la caracterización desarrollada para los dos escenarios evaluados (base: 1.000 L/lote y óptimo: 3.000 L/lote). Estos resultados se detallan en el Anexo No. 2 e incluyen las magnitudes por unidad funcional (1 litro de bebida espirituosa al 24 % v/v embotellada), así como valores acumulados por lote de producción. La interpretación de estos datos se centra en establecer comparaciones entre ambos escenarios, identificar los procesos o insumos con mayor aporte a cada categoría, y valorar los patrones de eficiencia ambiental asociados al escalamiento productivo.

4.1. Cambio climático (kg CO_2e por año)

En el análisis anual de impactos, se identificó que los años entre 2030 y 2035 son críticos, toda vez que durante este periodo se alcanzan los valores máximos de emisiones de gases de efecto invernadero y consumo de agua. Los resultados revelan que el escenario óptimo presenta una huella de carbono total acumulada mayor debido al incremento en los volúmenes de producción; sin embargo, este mismo escenario muestra una mayor eficiencia ambiental relativa, ya que el impacto litro de bebida espirituosa producida es menor frente al escenario base. Esto se debe a que, al operar cerca de la capacidad instalada, los consumos energéticos fijos se distribuyen de forma más eficiente y se reducen los impactos específicos por unidad de producto.
Ambos escenarios exhiben una tendencia de crecimiento sostenido en las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), con un aumento más marcado entre 2026 y 2032, periodo en el cual se consolida el escalamiento de la planta.

El consumo energético y el uso del recurso hídrico constituyen los factores prioritarios de gestión ambiental. La Huella de Carbono refleja la alta influencia del consumo eléctrico de los equipos, mientras que la Huella Hídrica evidencia la cantidad de agua empleada en los procesos productivos.

4.2. Escasez de agua (m^3 equivalentes por año)

Respecto a la categoría de escasez hídrica, ambos escenarios mejoran ligeramente en eficiencia hídrica a lo largo del tiempo, sin embargo, el escenario óptimo muestra un comportamiento ambiental más favorable, con una huella hídrica total más estable y reducida en términos relativos, resultado de la optimización de procesos a mayor escala. En contraste, el escenario base presenta una huella hídrica ligeramente superior por litro de producto, atribuible a una menor eficiencia operativa durante los años de carga parcial, en los que los consumos de agua no se ajustan proporcionalmente al volumen procesado.

4.3. Identificación de puntos críticos

A partir de los resultados del Análisis de Ciclo de Vida (ACV) y la evaluación de impactos ambientales mediante el método ReCiPe Midpoint (H), se identifican los siguientes aspectos críticos dentro del sistema productivo evaluado:

4.4. Consumo energético

El principal aporte al impacto por cambio climático está vinculado al consumo de energía eléctrica, particularmente en las etapas de pretratamiento de agua, formulación y dosificación. Si bien el escenario de mayor capacidad presenta emisiones absolutas más altas, se evidencia una mejor

eficiencia ambiental relativa, al reducirse el impacto por unidad funcional conforme se incrementa la escala productiva. Esto indica que la optimización de la carga operativa mejora el desempeño energético del sistema.

4.5. Uso del recurso hídrico

El análisis de huella hídrica pone en evidencia una mayor ineficiencia relativa en el escenario base, especialmente en los años iniciales de operación, donde el consumo de agua no se ajusta proporcionalmente al volumen producido. En contraste, el escenario óptimo mantiene una huella hídrica más controlada y homogénea, reflejo de un uso más racional del recurso, posiblemente apoyado en prácticas de recirculación y reducción de pérdidas operativas.

4.6. Insumos y materiales de empaque

Aunque los materiales como botellas de vidrio, etiquetas, cajas de cartón y componentes plásticos no representan las mayores cargas unitarias de impacto, su efecto acumulativo adquiere relevancia conforme crecen los volúmenes de producción. Esto resalta la necesidad de revisar alternativas con menor huella ambiental o implementar estrategias de reducción y valorización de residuos asociados al empaque.

4.7. Equipamiento hídrico

El sistema de tratamiento de agua —incluyendo los módulos de filtración, dosificación y cartuchos— tiene una incidencia significativa en el consumo de energía y materiales auxiliares como carbón activado e hipoclorito de sodio. Su operación frecuente incrementa el impacto asociado, especialmente en periodos de subutilización, lo que plantea oportunidades de mejora mediante una operación optimizada y el uso de tecnologías de menor consumo específico.
En conjunto, estos puntos críticos orientan la toma de decisiones hacia la mejora de la eficiencia operativa, la gestión responsable de recursos y la incorporación de criterios de sostenibilidad ambiental en todas las fases del proyecto.

4.8. Impacto

El escenario óptimo presenta una mayor carga ambiental total, pero mejor desempeño relativo por litro producido, evidenciando mayores niveles de eficiencia en el uso del agua y de la energía.

El consumo energético de los equipos y el uso de empaques son las fuentes más significativas de emisiones de gases de efecto invernadero, de igual manera están dentro del margen de funcionamiento.

El sistema de pretratamiento de agua, aunque esencial para garantizar la calidad del producto, representa un punto crítico en cuanto a consumo de recursos y generación de residuos filtrantes. La huella hídrica, aunque menor en términos absolutos en el escenario optimo, requiere atención para evitar estrés hídrico local, especialmente si la fuente de agua es superficial

4.8.1. Oportunidades de mejora

Con base en los resultados obtenidos del Análisis de Ciclo de Vida (ACV) y la evaluación de impactos ambientales, se identifican diversas estrategias orientadas a reducir la carga ambiental asociada al proceso productivo de bebidas espirituosas. Estas oportunidades de mejora se enfocan en la eficiencia operativa, la optimización de recursos y la incorporación de principios de producción más limpia:

Eficiencia energética

- Sustituir motores y equipos convencionales por unidades de alta eficiencia energética (mínimo estándar IE3), a fin de reducir el consumo eléctrico por unidad de producción.
- Implementar sistemas de generación fotovoltaica para suplir parte de la demanda energética, especialmente en zonas de alta irradiación como el Quindío.
- Integrar sistemas de control automatizado para el encendido y apagado de bombas, dosificadores y otras unidades críticas, minimizando el consumo en tiempos de inactividad.

Gestión hídrica sostenible

- Establecer circuitos de recirculación del agua empleada en enjuagues y limpieza, priorizando la reutilización en procesos que no requieran agua de alta calidad.
- Mejorar el diseño y operación del sistema de pretratamiento de agua para disminuir la frecuencia de retrolavado y el uso de reactivos asociados.
- Incorporar dispositivos de monitoreo y control de caudal, presión y consumo, así como medidas de detección y corrección de fugas.

Rediseño de materiales y empaque

- Optimizar el peso y volumen de los empaques primarios y secundarios (botellas, cajas), sin comprometer la integridad del producto, con el fin de disminuir el uso de materiales por unidad producida.
- Priorizar materiales reciclados, reciclables o de origen renovable, y promover acuerdos con proveedores para la incorporación de criterios de sostenibilidad en la cadena de suministro.

- Evaluar la simplificación del sistema de etiquetado, incluyendo opciones de impresión directa o uso de tintas ecológicas, que reduzcan la carga ambiental de estos componentes.

Planificación escalonada y mejora continua

- Iniciar la operación bajo el escenario base, incorporando mejoras graduales conforme se incremente la capacidad operativa, lo cual permitirá validar técnicamente las estrategias implementadas.
- Establecer un sistema de evaluación ambiental bianual que permita ajustar las acciones y metas de sostenibilidad de acuerdo con los indicadores de desempeño y la evolución del proyecto.

La implementación de estas estrategias contribuirá a la reducción de la huella de carbono y la huella hídrica del proceso y permitirá consolidar un modelo de producción más eficiente, resiliente y alineado con los principios de sostenibilidad ambiental a largo plazo.

5. Consideraciones adicionales

El desarrollo del proyecto de producción de bebidas alcohólicas espirituosas deberá regirse estrictamente por el marco normativo ambiental, sanitario e industrial vigente en Colombia, así como por estándares internacionales cuando apliquen. El cumplimiento de estos requerimientos es fundamental tanto para la viabilidad legal de la operación como para la garantía de un desempeño ambiental responsable.

5.1. Cumplimiento normativo

Entre las disposiciones normativas más relevantes se encuentran:

- Ley 99 de 1993: Crea el Ministerio de Ambiente y estructura el Sistema Nacional Ambiental (SINA), definiendo los principios rectores de la gestión ambiental en el país.
- Decreto 1076 de 2015 (Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible): Integra y sistematiza la normatividad ambiental sectorial, incluyendo los requisitos asociados a licenciamiento ambiental, emisiones atmosféricas, vertimientos líquidos y gestión de residuos.
- Resolución 0631 de 2015: Establece los parámetros físico-químicos y los límites máximos permisibles para vertimientos puntuales a cuerpos de agua superficiales.
- Decreto 3930 de 2010: Regula el uso del recurso hídrico, clasifica las fuentes de agua y define las condiciones para captación y vertimiento.

- Resolución 909 de 2008: Determina los niveles permisibles de emisión para fuentes fijas de contaminación atmosférica, aplicables a procesos de combustión, secado y almacenamiento.
- Decreto 4741 de 2005: Regula integralmente la gestión de residuos peligrosos, incluyendo su identificación, almacenamiento, transporte y disposición final.
- Normativa sanitaria del INVIMA: Aplica a todos los procesos relacionados con la fabricación de bebidas alcohólicas, abarcando aspectos como buenas prácticas de manufactura, registros sanitarios, trazabilidad, condiciones higiénico-sanitarias, envasado y etiquetado.

Adicionalmente, en caso de incorporar materiales de origen forestal, se recomienda que estos cuenten con certificación ambiental reconocida, como la emitida por el Forest Stewardship Council (FSC), la cual garantiza una procedencia legal y sostenible del recurso maderable, en concordancia con los compromisos de producción responsable y conservación de ecosistemas.

El cumplimiento de las normativas mencionadas deberá evidenciarse mediante la obtención de licencias ambientales, permisos de uso de agua, autorizaciones de vertimiento, planes de manejo ambiental, registros de generación de residuos, entre otros instrumentos exigidos por la autoridad ambiental competente, según la jurisdicción (CARDER, CRQ, o ANLA según corresponda).
Control y seguimiento ambiental

Para garantizar la implementación efectiva de los compromisos ambientales adquiridos por el proyecto, será indispensable establecer un sistema riguroso de seguimiento y control ambiental. Este deberá contemplar indicadores específicos para cada uno de los aspectos evaluados (consumo energético, uso del recurso hídrico, generación de residuos, emisiones atmosféricas, etc.), así como mecanismos de monitoreo periódico que permitan verificar el cumplimiento de las metas propuestas en el Plan de Manejo Ambiental (PMA).

Entre las acciones recomendadas se encuentran:

- Monitoreo continuo del consumo de energía eléctrica y caudales de agua utilizados, con reportes mensuales que permitan identificar desviaciones y aplicar medidas correctivas.
- Análisis físico-químicos regulares de vertimientos líquidos, conforme a los parámetros establecidos por la Resolución 0631 de 2015.
- Inventario y caracterización de residuos peligrosos y no peligrosos, junto con los respectivos registros de recolección, almacenamiento temporal, transporte y disposición.
- Inspecciones de cumplimiento normativo y auditorías internas ambientales al menos una vez al año.
- Capacitación continua al personal operativo en buenas prácticas ambientales, gestión de emergencias y procedimientos de manejo adecuado de insumos y residuos.

Estos procesos deberán documentarse y mantenerse disponibles para revisión por parte de la autoridad ambiental competente, como parte del cumplimiento de los requisitos legales y de los principios de mejora continua establecidos en los sistemas de gestión ambiental basados en la norma ISO 14001.

Marco Normativo que Soporta las Determinantes Ambientales

Como parte fundamental de la gestión ambiental territorial, el marco normativo colombiano establece una serie de disposiciones que definen las determinantes ambientales para los procesos de planificación y ordenamiento del territorio. A continuación, se describen los principales instrumentos legales:

Decreto 3600 de 2007:

Este decreto establece las determinantes de ordenamiento para el suelo rural, orientando el uso, manejo y ocupación del territorio, de acuerdo con criterios de sostenibilidad ambiental. Define lineamientos que buscan preservar las funciones ecológicas esenciales y garantizar la prestación de servicios ecosistémicos fundamentales, contribuyendo así a un desarrollo armónico entre las actividades humanas y la conservación de los recursos naturales.

Decreto 2372 de 2010:

A través de esta normativa se reglamentan las categorías de manejo de las áreas protegidas que integran el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP). El decreto establece los principios rectores para la conservación de la biodiversidad, definiendo los alcances, restricciones y obligaciones que deben ser tenidas en cuenta por las autoridades ambientales y las administraciones territoriales en sus procesos de planificación.

Decreto 1640 de 2012:

Este decreto determina que los Planes de Ordenación y Manejo de las Cuencas Hidrográficas (POMCA) constituyen normas de superior jerarquía y son determinantes ambientales obligatorias para la elaboración y adopción de los Planes de Ordenamiento Territorial (POT), en concordancia con el artículo 10 de la Ley 388 de 1997. Se resalta en particular la importancia de la zonificación ambiental, el componente programático y el componente de gestión del riesgo, como instrumentos esenciales para orientar la ocupación y el uso del territorio de forma sostenible, reduciendo la vulnerabilidad ante eventos naturales.

Decreto 1120 de 2013:

Mediante este decreto se establece que los Planes de Ordenación y Manejo Integrado de las Unidades Ambientales Costeras (POMIUAC) también se constituyen como normas de superior jerarquía y determinantes ambientales para la elaboración y adopción de los POT. Este instrumento es clave para la gestión sostenible de los territorios costeros y marinos,

considerando sus características ecológicas, socioeconómicas y de riesgo, garantizando así una adecuada articulación entre el desarrollo económico, la conservación de los ecosistemas costeros y la adaptación al cambio climático.

El Decreto 2245 de 2017, en donde se determina que la ronda hídrica se constituye en norma de superior jerarquía y determinante ambiental

La Ley 1931 de 2018, por la cual se establecen directrices para la gestion del cambio climatico, en donde se incluye la gestión del cambio climático cono determinante en el marco de lo establecido en la Ley 388 de 1997.

5.2. Aspectos sociales y económicos.

Además de los impactos ambientales evaluados mediante el Análisis de Ciclo de Vida (ACV), la implementación del proyecto de producción de bebidas espirituosas en el Quindío conlleva consideraciones de índole social y económica que deben analizarse desde una perspectiva de sostenibilidad integral. En este sentido, se reconocen las siguientes potencialidades:

a. Generación de empleo local directo e indirecto, especialmente en procesos técnicos vinculados a la producción, mantenimiento, logística y gestión ambiental, favoreciendo la empleabilidad en el territorio.
b. Dinamización de cadenas productivas asociadas a materias primas naturales (como caña de azúcar, frutas y café), lo que promueve la articulación con productores locales bajo criterios de trazabilidad y sostenibilidad.
c. Oportunidad para fortalecer capacidades institucionales y comunitarias en gestión ambiental y economía circular, a través de alianzas público-privadas y programas de formación.
d. Desarrollo de servicios complementarios ambientalmente responsables, como tratamiento de aguas residuales, valorización de residuos, transporte eficiente y monitoreo de impactos.

Sin embargo, también es necesario advertir y gestionar adecuadamente ciertos riesgos potenciales:

a. El uso significativo de recursos hídricos en un contexto de vulnerabilidad frente a la escasez podría generar tensiones sociales o afectaciones a ecosistemas si no se implementan medidas de eficiencia y control.
b. La generación de residuos sólidos y vertimientos sin una gestión integral podría comprometer la calidad ambiental y sanitaria del entorno, afectando la percepción social del proyecto.

c. El impacto social asociado al consumo de bebidas alcohólicas requiere incorporar un enfoque preventivo y de responsabilidad en la comercialización y educación del consumidor.

Por tanto, se recomienda que el proyecto incorpore estrategias robustas de responsabilidad social empresarial (RSE) alineadas con sus compromisos ambientales, tales como:

- Capacitación continua del personal en prácticas sostenibles, uso eficiente de recursos y manejo responsable de residuos.
- Implementación de campañas de sensibilización ambiental dirigidas a comunidades cercanas y grupos de interés.
- Establecimiento de canales de diálogo y participación ciudadana para el seguimiento de los impactos sociales y ambientales del proyecto.
- Promoción del consumo responsable mediante mensajes educativos en etiquetado y puntos de venta.

Estas acciones contribuirán a consolidar una operación socialmente aceptada, ambientalmente responsable y coherente con los principios de sostenibilidad que orientan el presente estudio.

Conclusión

Del estudio realizado en el componente ambiental se concluye que el impacto ambiental que se podría generar en el Departamento del Quindío, como consecuencia de la fabricación de licores destilados que lleguen a realizar las empresas que sean seleccionadas en el proceso licitatorio para la producción de bebidas espirituosas, implica una carga ambiental no tan significativa dentro del contexto industrial, se debe tener en cuenta que es posible anticipar sus impactos y mitigarlos desde la fase de planeación. El crecimiento productivo no implica necesariamente mayor presión ambiental si se aplican estrategias como la eficiencia en el uso del agua y la energía, la selección responsable de insumos y el uso de tecnologías limpias. Es importante señalar que, dado que este estudio corresponde a una planta tipo, su aplicación deberá ser adaptada al contexto físico, biótico y socioeconómico específico del sitio donde se determine finalmente la localización del proyecto. Esto garantizará una evaluación ambiental más precisa y contextualizada.

Los escenarios representados están dentro del estándar de la industria tipo, se concluye que ambos escenarios son ambientalmente viables el éxito en su implementación depende de la aplicación efectiva de estrategias de mejora como la eficiencia energética, el rediseño de materiales de empaque, la recirculación del agua y el uso de fuentes limpias de energía. Estos elementos deben incorporarse desde la fase de diseño del sistema, para garantizar la sostenibilidad técnica y ambiental del proyecto a largo plazo.

A partir del análisis comparativo entre ambos escenarios, se concluye que el modelo de producción proyectado como “escenario óptimo” representa una alternativa más sostenible desde el punto de vista ambiental, al evidenciar menores impactos específicos en términos de cambio climático y escasez hídrica. No obstante, ambos escenarios presentan oportunidades de mejora clave, como la reducción del consumo energético de base, la recirculación de agua tratada, la gestión eficiente de residuos sólidos y la incorporación de tecnologías de menor impacto.

Así, proyectar una planta con enfoque sostenible no solo es viable, sino esencial para avanzar hacia modelos productivos responsables que respeten los límites ambientales y el bienestar. El cumplimiento de la normativa ambiental vigente y la incorporación de principios de producción más limpia y responsabilidad social empresarial son fundamentales para asegurar el éxito del proyecto a largo plazo, minimizando riesgos regulatorios y sociales.

Anexo Territorial: Infraestructura de acueducto y viabilidad del Proyecto en el Departamento del Quindío

Este estudio, desarrollado bajo la metodología de Análisis de Ciclo de Vida (ACV) y enfocado en la producción de bebidas alcohólicas espirituosas con graduación superior a 15°GL, ha sido diseñado con criterios de aplicabilidad nacional. No obstante, a fin de asegurar su pertinencia territorial y orientar su implementación en el contexto departamental, se presenta a continuación una vinculación directa con las condiciones ambientales y social-empresariales del Departamento del Quindío. Además, como parte del proceso de contextualización territorial del Estudio de Impacto Ambiental (EIA) se realizó un análisis detallado de la infraestructura de acueducto. Este anexo resume los hallazgos obtenidos a partir de seis fuentes oficiales suministradas por las empresas operadoras de servicios públicos y sistemas de información del sector agua potable.

Disponibilidad y presión sobre recursos hídricos

De acuerdo con estudios desarrollados por la Corporación Autónoma Regional del Quindío (CRQ) y el Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales (IDEAM), algunas subzonas hidrográficas del departamento presentan riesgo de estrés hídrico estacional, en especial aquellas ubicadas en municipios con alta densidad poblacional o actividades agrícolas intensivas como Calarcá, Armenia o Montenegro. En estos contextos, se recomienda optimizar la huella hídrica mediante estrategias como la recirculación del agua, el uso de fuentes hídricas legalmente autorizadas y la implementación de tecnologías de bajo consumo (CRQ & IDEAM, 2020).

Adicionalmente, se revisó la clasificación de cada uno de los municipios del Departamento del Quindío según Resolución Conjunta 2115 de 2007 Ministerio de la Protección Social en especial lo consagrado en términos del Índica de Continuidad – IC así:

Puntaje para el índice de continuidad de la persona prestadora que suministra o distribuye agua para consumo humano

Continuidad del servicio - IC	Puntaje
0-10 HORAS/DIA (INSUFICIENTE)	0
10.1-18 HORAS/DIA (NO SATISFACTORIO)	10
18.1-23 HORAS/DIA (SUFICIENTE)	15
23.1-24 HORAS/DIA (CONTINUO)	20

Fuente: Resolución 2115 de 2007 del Ministerio de la Protección Social

Al revisar los datos por municipio se obtiene que:

Municipio	Periodo	Continuidad RSL 2115 (Hora/Dia) por Mes	Clasificación
Buenavista	Anual	24	Continuo
Circasia	Anual	23,72	Continuo
Filandia	Anual	24	Continuo
Génova	Anual	24	Continuo
La Tebaida	Anual	24	Continuo
Montenegro	Anual	23,51	Continuo
Pijao	Anual	23,99	Continuo
Quimbaya	Anual	23,97	Continuo
Salento	Anual	23,8	Continuo
Armenia	Anual	23,95	Continuo
Córdoba	Anual	23,99	Continuo

Fuente: Sistema Único de Información de Servicios Públicos Domiciliarios (SUI)

Las horas día de continuidad en el departamento según los datos revisados para el año 2024 permiten concluir que todos los municipios están en la clasificación continuo. Esto obedece a que todos los municipios tienen una disponibilidad día superior a las 23 horas, teniendo incluso varios municipios con disponibilidad las 24 horas. Aquellos municipios que no tienen disponibilidad las 24 horas no significan que el tiempo fuera obedezca a todo el municipio, sino posiblemente a los tiempos requeridos para ampliación, reposición, mejoramiento o atención de alguna novedad en alguna zona del territorio, manteniendo la disponibilidad en las demás zonas.

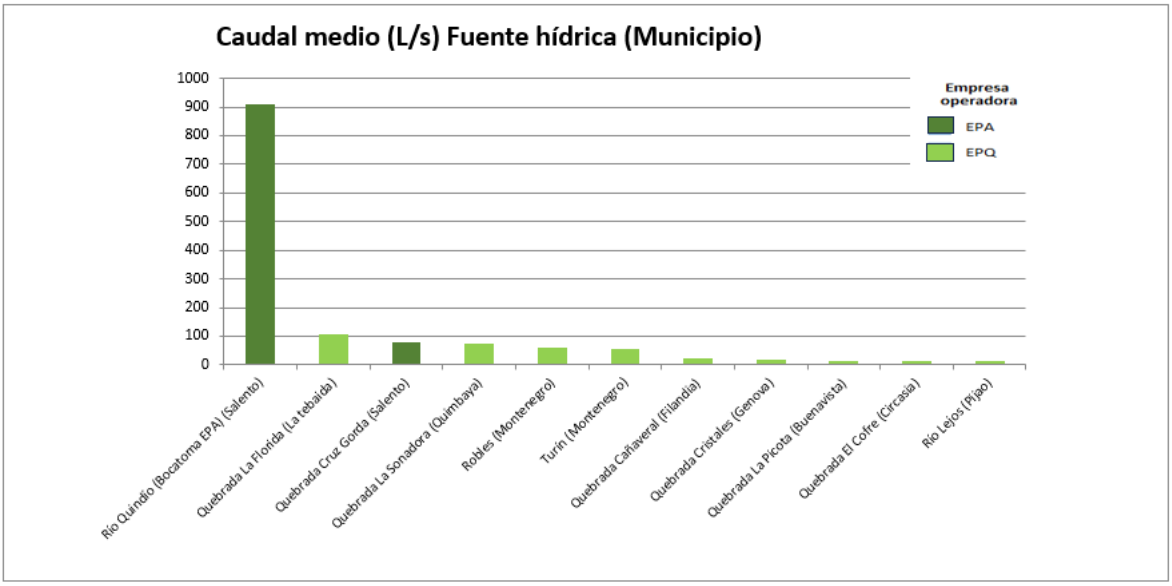
Prestadores del servicio de acueducto

En el Quindío operan tres grandes empresas en zona urbana: Empresas Públicas de Armenia (EPA), Empresas Públicas del Quindío S.A. E.S.P. (EPQ), y Empresas Públicas de Calarcá. A esto se suman asociaciones de usuarios en zonas rurales (veredas) y algunas empresas locales como la Empresa de Servicios Públicos de Córdoba S.A.S. La cantidad de suscriptores por municipio varía, siendo Armenia, Montenegro, Calarcá y La Tebaida los de mayor cobertura y capacidad institucional.

Municipio	Empresa operadora	Fuente(s) de captación principales
Armenia	Empresas Públicas de Armenia (EPA)	Río Quindío (Bocatoma EPA – Salento)
Montenegro	Empresas Públicas Del Quindío S.A. E.S.P.	Quebrada Paloma, Río Robles, Quebrada Turín, etc.
Circasia	Empresas Públicas Del Quindío S.A. E.S.P.	Quebrada Cajones, El Bosque, La Marina, Las Águilas
Buenavista	Empresas Públicas Del Quindío S.A. E.S.P.	Quebrada La Picota
Filandia	Empresas Públicas Del Quindío S.A. E.S.P.	Quebrada Bolillos
Génova	Empresas Públicas Del Quindío S.A. E.S.P.	Río Gris
La Tebaida	Empresas Públicas Del Quindío S.A. E.S.P.	Río Quindío
Pijao	Empresas Públicas Del Quindío S.A. E.S.P.	La Cascada, Quebrada Las Pizarras
Quimbaya	Empresas Públicas Del Quindío S.A. E.S.P.	Quebrada Buenavista
Salento	EPA y EPQ S.A. E.S.P.	Río Quindío, Quebrada Cruz Gorda, Bolivia, Corozal
Córdoba	Empresa de Servicios Públicos de Córdoba Quindío E.S.P. S.A.S.	
Calarcá	Empresas Públicas De Calarcá E.S.P.	

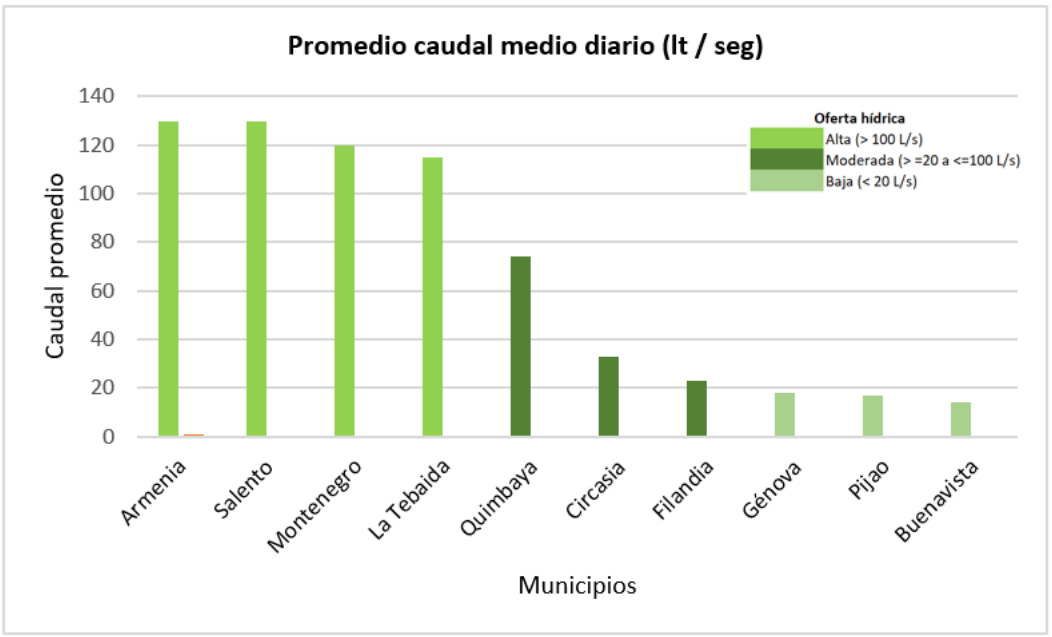
Nota. Elaboración propia a partir de datos del Sistema Único de Información de Servicios Públicos Domiciliarios (SUI)

Las fuentes de abastecimiento en el Quindío son predominantemente superficiales (ríos y quebradas).



Nota. Elaboración propia a partir de datos del SUI.

La grafica nos muestra la disponibilidad hídrica superficial para abastecimiento industrial, resaltando la bocatoma del río Quindío, ubicada en el municipio de Salento y operada por Empresas Públicas de Armenia (EPA), que cuenta con un caudal promedio de 907 L/s, consolidándose como una fuente estratégica para el abastecimiento de procesos industriales de gran escala. Adicionalmente, otras fuentes superficiales como La Florida (La Tebaida), Cruz Gorda (Salento) y La Sonadora (Quimbaya), operadas por Empresas Públicas del Quindío (EPQ), presentan caudales significativos que también pueden ser considerados técnicamente viables para la implementación del proyecto.



Nota. Elaboración propia a partir de datos del SUI.

La gráfica presentada evidencia que municipios como Salento (231 L/s) y La Tebaida (108 L/s) cuentan con una oferta hídrica superficial promedio significativamente alta, lo cual los posiciona como zonas estratégicas con capacidad para atender la demanda hídrica asociada a procesos industriales como la producción de bebidas espirituosas. Esta disponibilidad fortalece su viabilidad como posibles ubicaciones del proyecto, en consonancia con la existencia de infraestructuras de captación como las operadas por EPA y EPQ.

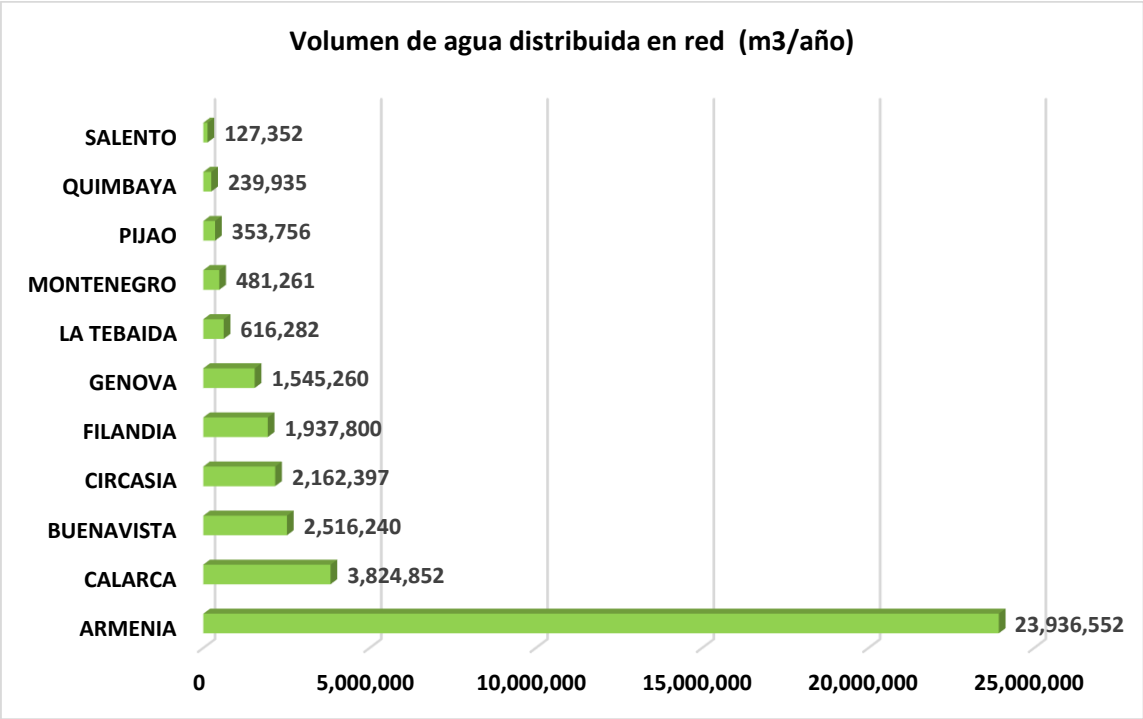
En contraste, municipios como Circasia, Pijao y Buenavista, con caudales inferiores a 20 L/s, presentan limitaciones en términos de disponibilidad hídrica, por lo que se hace necesario realizar una evaluación más detallada sobre la viabilidad de captación, disponibilidad legal del recurso y el riesgo de estrés hídrico estacional, de acuerdo con lo estipulado en el Decreto 1076 de 2015 y la Resolución 1207 de 2014.

Cabe aclarar que, si bien Armenia no figura en la gráfica, su abastecimiento hídrico proviene de la bocatoma sobre el río Quindío, operada por la empresa EPA, con un caudal promedio de 907 L/s, lo que garantiza una oferta robusta y confiable para soportar usos industriales de gran escala.

Infraestructura técnica de distribución

El departamento del Quindío cuenta con una infraestructura de distribución de agua potable que presenta variaciones significativas en términos de capacidad, materiales y cobertura según el municipio. Armenia y Montenegro disponen de redes de gran capacidad, con tuberías principales de hasta 36 pulgadas en materiales como hierro dúctil y concreto reforzado, lo cual favorece el abastecimiento a escala industrial. Por su parte, municipios como Buenavista, Génova o Pijao operan con redes de menor dimensión, predominantemente entre 4 y 6 pulgadas, lo que podría limitar la viabilidad del proyecto.

La disponibilidad de catastro de redes, sistemas de macro-medición y control operativo se concentra principalmente en municipios como Armenia, Salento y La Tebaida, lo que permite una mayor eficiencia en la gestión del recurso hídrico y reduce los riesgos de pérdidas técnicas.



Fuente: Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios – Sistema Único de Información (SUI), con corte a diciembre de 2024.

La infraestructura del acueducto en el departamento del Quindío evidencia condiciones técnicas diferenciadas entre municipios, lo cual debe ser cuidadosamente considerado en la etapa de diseño y operación del proyecto industrial. Municipios como Armenia, Montenegro, La Tebaida y Calarcá ofrecen mayor viabilidad técnica para la instalación de una planta de bebidas espirituosas, debido a su capacidad hidráulica, continuidad del servicio y robustez en redes de distribución. Sin embargo, en municipios con menor disponibilidad hídrica o con riesgo de estrés hídrico estacional, será indispensable implementar estrategias de eficiencia en el uso del agua, como recirculación, tecnologías de bajo consumo y captación legalmente autorizada, a fin de garantizar la sostenibilidad del recurso y la viabilidad ambiental del proyecto.

2025

COMPONENTE JURÍDICO

FASE 7

GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA INSTALAR NUEVAS FÁBRICAS DE LICOR DESTILADO EN LA JURISDICCIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO | UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

CONTENIDO

1. Introducción 6

Tipología de fuentes normativas 6

1.1 Normas de orden legal asociadas al régimen del monopolio de licores 6

1.2 Fuentes jurisprudenciales 7

1.3 Fuentes doctrinarias 7

1.4 Normas complementarias al régimen del monopolio de licores 7

2. Desarrollo de las fuentes normativas a partir de su contenido y sus reglas 7

2.1 Normas de orden legal asociadas al régimen del monopolio de licores 7

2.1.1 Normas constitucionales 7

2.1.1.1 Competencia dentro del departamento para regular el régimen del monopolio de licores 7

2.1.1.2 Existencia, contenido de la ley de régimen propio del monopolio de licores y destinación de rentas derivados de la explotación de este 7

2.1.2 Normas legales 8

2.1.2.1. Objeto de la ley de régimen propio del monopolio de licores, finalidad y destino de las rentas derivados de este 8

2.1.2.2. Definición y contenido del monopolio de licores, y modalidades para su explotación 8

2.1.2.3. Reglas para el ejercicio del monopolio de alcohol potable con destino a la fabricación de licores 8

2.1.2.4 Competencia departamental para decidir sobre la explotación del monopolio de licores 8

2.1.2.5. Titularidad de las rentas derivadas del ejercicio del monopolio de licores 9

2.1.2.6. Principios del ejercicio del monopolio de licores 9

2.1.2.7. Habilitación para el ejercicio temporal del monopolio de producción de manera indirecta —por terceros— 9

2.1.2.8. Materialización del ejercicio indirecto —a través de terceros— del monopolio de licores y reglas contractuales 9

2.1.2.9. Ejercicio del monopolio de introducción de licores 9

2.1.2.10. Reglas para el otorgamiento de permisos de introducción de licores a las jurisdicciones departamentales 10

2.1.2.11. Funciones de las asambleas departamentales respecto al seguimiento del ejercicio del monopolio de licores y correlativo deber de gobernadores 10

2.1.2.12. Revocatoria de los permisos de introducción de licores en el marco del ejercicio del monopolio de licores 10

2.1.2.13. Rentas departamentales derivadas del ejercicio del monopolio de licores 10

2.1.2.14. Incompatibilidad del impuesto al consumo de licores con las rentas derivadas del ejercicio del monopolio de licores 11

2.1.2.15. Rentas derivadas del ejercicio del monopolio sobre alcoholes potables con destino a la fabricación de licores 11

2.1.2.16. Destinación de las rentas derivadas del monopolio de licores y de alcohol con destino a la fabricación de licor destilado 11

2.1.2.17. Percepción de derechos de explotación por el ejercicio indirecto del monopolio de producción de licores y selección de terceros para ello 12

2.1.2.18. Algunas medidas para la lucha contra el contrabando de licores destilados 12

2.1.2.19. Competencia departamental para la administración de las rentas derivadas del monopolio de licores y régimen procedimental aplicable para ello 12

2.1.2.20. Mantenimiento de la salvaguardia a importaciones de aguardiente y ron impuesta por el Gobierno Nacional a solicitud de los departamentos y justificación para ello 12

2.1.2.21. Definición de aguardiente para efectos de la aplicación de la salvaguardia a importaciones 12

2.1.2.22. Régimen contractual para el ejercicio directo del monopolio de licores y facultades normativas departamentales 13

2.1.2.23. Seguridad jurídica para quienes explotaban el monopolio de licores de manera indirecta antes de la expedición de la Ley 1816 de 2016 13

2.1.2.24. Formas de asociación departamental para la explotación directa del monopolio de licores 13

2.1.2.25. Apoyo nacional para gobernaciones que ofrezcan a otras gobernaciones servicios de posicionamiento de licores en el mercado, haciendo uso del sistema de propiedad intelectual 13

2.1.3. Normas reglamentarias nacionales 14

2.1.4 Normas expedidas por el Departamento 14

2.1.4.1. Decisión del departamento del Quindío de explotar el monopolio de licores 14

2.1.4.2. Identificación de rentas derivadas del monopolio de licores 14

2.1.4.3. Destinación de rentas del monopolio de licores y del alcohol potable con destino a la fabricación de licor destilado 15

2.1.4.4. Regulación sobre los derechos de explotación del monopolio de licores 15

2.1.4.5. Reglas referidas al otorgamiento de permisos para la introducción de licor destilado 15

2.1.4.6. Reglas para la revocatoria de permisos para la introducción de licores 16

2.1.4.7. Explotación del monopolio de licores de manera indirecta —a través de terceros— 16

2.1.4.8. Procedimiento de contratación para la explotación indirecta —a través de terceros— del monopolio de licores y valor mínimo de derechos de explotación 16

2.1.4.9. Regulación del monopolio del alcohol potable con destino a la fabricación de licor destilado 17

2.1.4.10 Reglas referidas a la participación 17

2.1.4.11. Seguridad jurídica para quienes explotaban el monopolio de licores de manera indirecta antes de la expedición de la Ley 1816 de 2016 17

2.1.4.12. Funciones de las asambleas departamentales respecto al seguimiento del ejercicio del monopolio de licores y correlativo deber de gobernadores 17

2.1.4.13. Competencia departamental para la administración de las rentas derivadas del monopolio de licores y régimen procedimental y sancionatorio aplicable para ello 18

2.2. Fuentes jurisprudenciales 18

2.2.1. Providencias de la Corte Constitucional 18

2.2.1.1. Corte Constitucional. Sentencia C-1191 de 2001. Magistrado Ponente Rodrigo Uprinmy Yepes 18

2.2.1.2. Corte Constitucional. Sentencia C-316 de 2003. Magistrado Ponente Jaime Córdoba Triviño 18

2.2.1.3. Corte Constitucional. Sentencia C-032 de 2025. Magistrado Ponente. Jorge Enrique Ibáñez Najar 18

2.2.2. Providencias y conceptos de la Jurisdicción Contencioso Administrativa 19

2.2.2.1. Consejo de Estado. Sala de Consulta y Servicio Civil. Consejera ponente: Susana Montes de Echeverri. Bogotá D. C., siete (7) de noviembre de dos mil dos (2002). Radicación número: 1458 Referencia: MONOPOLIO DE LICORES. Alcance. IVA sobre venta de licores: consignación en los fondos regionales de salud. Contratos de concesión y de distribución. 19

2.2.2.2. Consejo de Estado. Sala de lo Contencioso Administrativo. Sección Cuarta. Consejera ponente: Stella Jeannette Carvajal Basto. Bogotá D. C., veintiséis (26) de julio de dos mil diecisiete (2017). Radicación número: 25000-23-27-000-2011-00169 01 (20689). Actor: Claudia Victoria Escobar Pinto. Demandado: Departamento de Cundinamarca 19

2.2.2.3. Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Cuarta Consejero ponente: Julio Roberto Piza Rodríguez. Bogotá D. C, doce (12) de octubre de dos mil diecisiete (2017). Referencia: nulidad. Radicación número: 17001-23-31-000-2012-00191-01(20564) Actor: Claudia Elizabeth Cárdenas Fonseca. Demandado: departamento de Caldas 19

2.2.2.4. Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera Consejero Ponente: Roberto Augusto Serrato Valdés. Bogotá D.C, veintiuno (21) de junio de dos mil dieciocho (2018). Referencia: Naturaleza jurídica de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia. Radicación número: 05001-23-31-000-2006-93419-01 20

2.2.2.5. Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Cuarta Consejero ponente: Stella Jeannette Carvajal Basto. Bogotá D. C, veinticuatro (24) de octubre de dos mil diecinueve (2019). Referencia: nulidad. Radicación número: 08001-23-33-000-2014-00315-01(22846) 20

2.2.2.6. Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Cuarta Consejero ponente: Jorge Octavio Ramírez Ramírez. Bogotá D. C, catorce (14) de noviembre de dos mil diecinueve (2019). Referencia: nulidad. Radicación número: 41001-23-31-000-2006-00201-01 (22981) 20

2.3. Fuentes doctrinarias 20

2.3.1. Conceptos emitidos por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público – Dirección General de Apoyo Fiscal 20

2.3.1.1. Concepto N° 024898 de 2017 20

2.3.1.2. Concepto N° 068510 de 2020 21

2.3.1.3. Concepto N° 049798 de 2021 21

2.3.1.4. Concepto N° 032011 de 2022 22

2.3.1.5. Concepto N° 034827 de 2022 23

2.3.1.6. Concepto N° 027637 de 2022 sobre monopolios de producción 23

2.3.1.7. Concepto N° 011352 de 2023 23

2.3.1.8. Concepto N° 048559 de 2024 23

2.3.2. Conceptos emitidos por otras autoridades y producción documental de otros doctrinantes de la Hacienda Pública 24

2.4. Normas complementarias al monopolio 24

2.4.1. Identificación de normas complementarias asociadas al proceso contractual. Normas del decreto 1082 de 2015. Subasta pública 24

2.4.1. Ley 80 de 1993. "Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración PÚBLICA" 24

2.4.2. Ley 1150 de 2007. "Por medio de la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con Recursos Públicos." 24

2.4.3. Decreto 1082 de 2015 Sector Administrativo de Planeación Nacional. "Por medio del cual se expide el decreto único reglamentario del sector Administrativo de Planeación Nacional. 24

2.4.4. Identificación de normas complementarias de naturaleza ambiental 25

2.4.5. Normas complementarias asociadas a la competencia dentro del mercado licores ... 26

3. Síntesis de las reglas que gobiernan el régimen del monopolio de licores 27

4. El régimen actual del monopolio de licores en el departamento del Quindío a la luz de la Ley 1816 de 2016..... 30

5. Implicaciones de la explotación del monopolio de producción a través de terceros 39

5.1. A pesar de la tercerización del monopolio de producción, el departamento del Quindío puede explotar directamente el monopolio..... 39

5.2. El departamento del Quindío, aún después de la licitación para tercerizar, puede impulsar una nueva licitación y ampliar los actores – productores dentro del mercado 39

5.3. Es posible que dentro de la licitación que abra el departamento del Quindío se identifique o deje por fuera algún licor destilado que no vaya a ser objeto de tercerización..... 39

5.4. Existen restricciones para que operaren respecto al monopolio de introducción..... 40

6. Impactos de la inconstitucionalidad de la salvaguardia para la introducción de aguardiente nacional o extranjero en las jurisdicciones departamentales – Sentencia Corte Constitucional C-032/25..... 40

6.1. Impacto jurídico..... 40

6.2. Implicaciones rentísticas 40

6.3. Implicaciones al mercado..... 40

6.4. Desaparición de reglas particulares monopólicas para el Aguardiente 40

7. Contenido del proyecto de ordenanza por medio de la cual se regula el monopolio de producción indirecta de licores destilados en el marco de la Ley 1816 de 2016..... 41

7.1. Parte del Considerando de la ordenanza por medio de la cual se regula el monopolio de producción indirecta de licores destilados en el marco de la Ley 1816 de 2016..... 41

7.2. Parte resolutiva de la ordenanza por medio de la cual se regula el monopolio de producción indirecta de licores destilados en el marco de la Ley 1816 de 2016..... 42

Normograma del monopolio rentístico de licores en Colombia dispuesto para su explotación a través de terceros

1. Introducción

El normograma del monopolio Rentístico de Licores en Colombia que se desarrolla en este documento identifica las fuentes normativas en las cuales se funda el estado colombiano, en particular los departamentos, para la explotación del monopolio sobre licores destilados y alcohol potable. En concreto, este normograma del monopolio sirve de referente para que los departamentos ejerzan el monopolio de la producción de licores destilados a través de terceros. Con tal objetivo, inicialmente se identifica la tipología de fuentes normativas que regulan el ejercicio del monopolio, las cuales se abordan a partir de su contenido y reglas; posteriormente, se ofrece una síntesis de tales reglas y se analiza el régimen de monopolio en el departamento a la luz de los contenidos de la Ley 1816 de 2016; igualmente se identifican posibles impactos a la explotación del monopolio a través de terceros con motivo de la declaratoria de inconstitucionalidad de la salvaguardia para la introducción de aguardiente nacional o extranjero, en las jurisdicciones departamentales de acuerdo con el Comunicado de Prensa de la Corte Constitucional respecto a la Sentencia C-032/25; para finalizar, se propone el contenido del proyecto de ordenanza por medio de la cual se regula el monopolio de producción indirecta de licores destilados en el marco de la Ley 1816 de 2016.

Tipología de fuentes normativas

Existe una pluralidad de fuentes normativas regulatorias del monopolio sobre licores y alcohol potable. Las hay de fuente legal, jurisprudencial y doctrinaria. Igualmente, existen normas que complementan las del régimen del monopolio y que por su relevancia pueden ser objeto de estudio. Así las cosas, en el normograma se desarrollan las siguientes fuentes normativas:

1.1 Normas de orden legal asociadas al régimen del monopolio de licores

1.1.1. Normas constitucionales
1.1.1. Normas legales
1.1.2. Normas reglamentarias nacionales

1.1.3. Normas expedidas por el Departamento

1.2 Fuentes jurisprudenciales

1.1.4. Providencias de la Corte Constitucional
1.1.5. Providencia de la Jurisdicción Contencioso Administrativa

1.3 Fuentes doctrinarias

1.1.6. Conceptos emitidos por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público – Dirección General de Apoyo Fiscal
1.1.7. Conceptos emitidos por otras autoridades y producción documental de otros doctrinantes de la Hacienda Pública.

1.4 Normas complementarias al régimen del monopolio de licores

1.1.8. Normas complementarias asociadas al proceso contractual
1.1.9. Normas complementarias de naturaleza ambiental
1.1.10. Normas complementarias asociadas a la competencia dentro del mercado

2. Desarrollo de las fuentes normativas a partir de su contenido y sus reglas

En este apartado se desarrollan dos tipos de fuentes: de un lado, las propias del régimen del monopolio de licores, y de los otro las complementarias a dicho régimen.

2.1 Normas de orden legal asociadas al régimen del monopolio de licores

Dentro de las normas de orden legal asociadas al régimen del monopolio de licores, las hay de orden constitucional —recuérdese que conforme el artículo 4 constitucional, la Constitución es norma de normas—; legal propiamente dicho, reglamentario y las expedidas por los departamentos —en este caso por el del Quindío—.

2.1.1 Normas constitucionales

Son dos los artículos que regulan la competencia dentro del departamento para regular el régimen del monopolio y el contenido de la ley reguladora de este.

2.1.1.1 Competencia dentro del departamento para regular el régimen del monopolio de licores

> Artículo 300, numeral 1 de la Constitución Política: establece que corresponde a las asambleas departamentales "*Reglamentar el ejercicio de las funciones y la prestación de los servicios a cargo del Departamento*".

2.1.1.2 Existencia, contenido de la ley de régimen propio del monopolio de licores y destinación de rentas derivados de la explotación de este

Artículo 336 de la Constitución Política: i) que *"la organización, administración, control y explotación de los monopolios rentísticos estarán sometidos a un régimen propio, fijado por la ley*", y ii) que *"las rentas obtenidas en el ejercicio del monopolio de licores, estarán destinadas preferentemente a los servicios de salud y educación"*.

2.1.2 Normas legales

Las normas legales, propiamente dichas, referidas a la explotación del monopolio de licores están contenidas en la ley 1816 de 2016[1]. En esta se identifican las siguientes reglas:

2.1.2.1. Objeto de la ley de régimen propio del monopolio de licores, finalidad y destino de las rentas derivados de este

El artículo 1 de la Ley 1816 de 2016 que establece que "*El objeto del monopolio como arbitrio rentístico sobre los licores destilados es el de obtener recursos para los departamentos, con una finalidad social asociada a la financiación preferente de los servicios de educación y salud y al de garantizar la protección de la salud pública*".

2.1.2.2. Definición y contenido del monopolio de licores, y modalidades para su explotación

El artículo 2 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"El monopolio como arbitrio rentístico sobre los licores destilados se define como la facultad exclusiva del Estado para explotar directamente o a través de terceros la producción e introducción de licores destilados y para organizar, regular, fiscalizar y vigilar la producción e introducción de licores destilados en los términos de la presente ley."*

2.1.2.3. Reglas para el ejercicio del monopolio de alcohol potable con destino a la fabricación de licores

El inciso 1º del artículo 3 de la Ley 1816 de 2016 establece que: *"Las normas relativas al monopolio como arbitrio rentístico sobre licores destilados consignadas en la presente ley se aplicarán al monopolio como arbitrio rentístico sobre alcohol potable con destino a la fabricación de licores en lo que resulten aplicables y siempre que no haya disposiciones que se refieran expresamente a este último."*

El parágrafo 2º del artículo 3 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"todos los productores e importadores de alcohol potable y de alcohol no potable deberán registrarse a través del Sistema de Información Integrado de Apoyo al Control de Impuestos al Consumo – SIANCO".*

2.1.2.4 Competencia departamental para decidir sobre la explotación del monopolio de licores

El artículo 4 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"Las asambleas departamentales, por iniciativa del gobernador sustentada en un estudio de conveniencia económica y rentística,*

[1] Por la cual se fija el régimen propio del monopolio rentístico de licores destilados, se modifica el impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares, y se dictan otras disposiciones.

decidirán si ejercen o no el monopolio sobre la producción e introducción de los licores destilados, de acuerdo con las normas consignadas en la presente ley".

2.1.2.5. Titularidad de las rentas derivadas del ejercicio del monopolio de licores

El artículo 5 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"Los departamentos que decidan ejercer el monopolio como arbitrio rentístico sobre licores destilados serán los titulares de las rentas de ese monopolio teniendo en cuenta las destinaciones específicas definidas en la Constitución y en la ley."*

2.1.2.6. Principios del ejercicio del monopolio de licores

El artículo 6 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"Además de los principios que rigen toda actividad del Estado establecidos en el artículo 209 de la C.P, el ejercicio del monopolio se regirá por: 1)* ***Objetivo de arbitrio rentístico y finalidad prevalente****: La decisión sobre la adopción del monopolio y todo acto de ejercicio del mismo por los departamentos deben estar precedidos por los criterios de salud pública y obtención de mayores recursos fiscales para atender la finalidad social del monopolio y 2)* ***No discriminación, competencia y acceso a mercados:*** *Las decisiones que adopten los departamentos en ejercicio del monopolio no podrán producir discriminaciones administrativas en contra de las personas públicas o particulares, nacionales o extranjeras, autorizadas para producir, introducir y comercializar los bienes que son objeto del monopolio "*

2.1.2.7. Habilitación para el ejercicio temporal del monopolio de producción de manera indirecta —por terceros—

El artículo 7 de la Ley 1816 de 2016 determina que los departamentos en ejercicio del monopolio de licores destilados *"podrán permitir temporalmente que la producción sea realizada por terceros mediante la suscripción de contratos adjudicados mediante licitación pública"*.

2.1.2.8. Materialización del ejercicio indirecto —a través de terceros— del monopolio de licores y reglas contractuales

El artículo 8 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"los contratos se adjudicarán mediante licitación pública a iniciativa del Gobernador" mediante un "proceso de subasta ascendente sobre los derechos de explotación cuyo valor mínimo será fijado por la Asamblea"* y que el *"el proceso de licitación, las reglas para la celebración, ejecución y terminación de los contratos se sujetarán a las normas de la presente ley, sin perjuicio de las reglas generales previstas en las normas de contratación estatal vigentes"*.

2.1.2.9. Ejercicio del monopolio de introducción de licores

El artículo 9 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"Para ejercer el monopolio sobre la introducción de licores destilados, los gobernadores otorgarán permisos temporales a las personas de derecho público o privado de conformidad con las siguientes reglas: 1) Solicitud de permiso deberán resolverse en un término máximo de 30 días hábiles, 2) Los permisos de introducción se otorgarán mediante acto administrativo particular y 3) Los permisos de introducción tendrán una duración de 10 años prorrogables por un término igual".*

2.1.2.10. Reglas para el otorgamiento de permisos de introducción de licores a las jurisdicciones departamentales

- El artículo 10 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"1. Los permisos de introducción se otorgarán con base en las siguientes reglas: A)Ser claro y no discriminatorio para todos los introductores; B) Obedecer la Constitución y las leyes vigentes que regulan la materia; C) Mantener la mismas condiciones para todo tipo de empresa; D) No podrá estableces cuota mínima o máxima de volumen de mercancía; E) No podrá establecer precio mínimo de venta; F) Debe ser solicitado por el representante legal de la persona que pretende la introducción; G) Indicar las marcas con las correspondientes unidades de medidas que se pretenden introducir".*

- Asimismo, "2. *El departamento no podrá otorgar permisos de introducción cuando: A) El solicitante estuviese inhabilitado para contratar con el Estado; B) El solicitante hubiese sido condenado por algún delito; C) El solicitante se encuentra en mora en el pago de la participación o del impuesto al consumo, D) Se demuestra que el solicitante se encuentra inhabilitado por la autoridad competente por violaciones al régimen general o a las normas particulares de la protección de la competencia".*

- Por último, *"el departamento solo podrá otorgar permisos cuando i) el productor cuente con certificado de buenas prácticas; el producto debe contar con registro sanitario expedido por INVIMA y iii) El solicitante deberá presentar declaración juramentada que certifique que el representante legal y la junta directiva no han sido hallados responsables por conductas ilegales que impliquen contrabando o adulteración de licores o adulteración de licores, ni la falsificación de sus marcas."*

2.1.2.11. Funciones de las asambleas departamentales respecto al seguimiento del ejercicio del monopolio de licores y correlativo deber de gobernadores

El artículo 11 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"Las asambleas departamentales tendrán la obligación de hacer seguimiento permanente al ejercicio del monopolio por parte del Gobernador, para lo cual este último presentará un informe anual."*

2.1.2.12. Revocatoria de los permisos de introducción de licores en el marco del ejercicio del monopolio de licores

El artículo 12 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"Los permisos para la introducción podrán ser revocados por los Gobernadores cuando: 1) Los titulares incumplan alguno de los requisitos que fueron exigidos para su otorgamiento, 2) cuando la SIC imponga una inhabilidad por práctica restrictiva de la competencia, 3)contrabando 4) Inconsistencia entre el contenido alcoholimétrico y lo previsto en la etiqueta 5) Cuando el otorgamiento del permiso, sea manifiesta a la Constitución o la ley, al interés público o cuando cause un agravio injustificado a una persona y 6) por razones de salud pública."*

2.1.2.13. Rentas departamentales derivadas del ejercicio del monopolio de licores

El artículo 13 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"En ejercicio del monopolio rentístico son rentas de los departamentos las siguientes: 1. La participación que se causa sobre los licores*

destilados que se consuman en la respectiva jurisdicción departamental en donde se ejerza el monopolio; 2. La participación que se causa sobre el alcohol potable con destino a la fabricación de licores que se utilice en la producción de los mismos en la respectiva jurisdicción departamental en donde se ejerza el monopolio; 3. Los derechos de explotación que se deriven del ejercicio del monopolio sobre la producción e introducción de licores destilados. Estos derechos de explotación no se causarán para la producción de alcohol potable."

2.1.2.14. Incompatibilidad del impuesto al consumo de licores con las rentas derivadas del ejercicio del monopolio de licores

> El artículo 14 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"Los departamentos que ejerzan el monopolio de licores destilados, en lugar del impuesto al consumo establecido en la ley, tendrán derecho a percibir una participación sobre los productos objeto del monopolio que se consuman en su jurisdicción."*

2.1.2.15. Rentas derivadas del ejercicio del monopolio sobre alcoholes potables con destino a la fabricación de licores

- El artículo 13 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"los derechos explotación no se causarán para la producción de alcohol potable"*.
- El artículo 15 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"Los departamentos que ejerzan el monopolio sobre alcoholes potables con destino a la fabricación de licores tendrán derecho a percibir una participación."*

2.1.2.16. Destinación de las rentas derivadas del monopolio de licores y de alcohol con destino a la fabricación de licor destilado

- El artículo 16 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"Las rentas se destinarán así: 1: Del total del recaudo de las rentas del monopolio de licores destilados, y del impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares, los departamentos destinarán el 37% a financiar la salud y el 3% a financiar el deporte; 2. En todo caso, para efectos de la destinación preferente ordenada por el artículo 336 de la Constitución, por lo menos el 51% del total del recaudo de las rentas del monopolio de licores destilados deberá destinarse a salud y educación;*
- *De la totalidad de las rentas derivadas del monopolio del alcohol potable se destinará por lo menos el 51% a salud y educación, y el 10% a deporte*
- *El Distrito Capital recibirá el 10,5% del impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares, y de la participación de licores destilados que se cause sobre productos consumidos en el Distrito Capital y en el Departamento de Cundinamarca, que equivale a la participación establecida en el Decreto 1987 de 1988. El Distrito Capital destinará el 88% de esos recursos a salud y el 12% a deporte. En el caso del departamento de Cundinamarca, los porcentajes señalados en el numeral 1 de este artículo se determinarán una vez descontado el 10,5% al que se refiere este numeral.*

2.1.2.17. Percepción de derechos de explotación por el ejercicio indirecto del monopolio de producción de licores y selección de terceros para ello

El artículo 17 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"Los departamentos que ejerzan el monopolio sobre la producción e introducción de licores destilados percibirán derechos de explotación derivados de la autorización a terceros para la producción y/o introducción de licores destilados en los términos previstos en la presente ley. (…) Los derechos de explotación sobre la producción serán los resultantes del proceso licitatorio definido en el artículo 8o de la presente ley."*

2.1.2.18. Algunas medidas para la lucha contra el contrabando de licores destilados

El artículo 25 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"Los licores destilados serán considerados como un producto sensible en la lucha contra el contrabando, en los términos establecidos en el artículo 47 de la Ley 1762 de 2015. Las autoridades nacionales y departamentales podrán solicitar a la DIAN, a la UIAF y a la fiscalía general de la Nación, en el marco de sus respectivas competencias, su actuación ante la existencia de prácticas de contrabando y la investigación de las posibles infracciones aduaneras o ilícitos penales por contrabando o defraudación."*

2.1.2.19. Competencia departamental para la administración de las rentas derivadas del monopolio de licores y régimen procedimental aplicable para ello

El artículo 27 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"La administración, determinación, discusión, cobro, devoluciones e imposición de sanciones, en relación con la participación y los derechos de explotación de que trata la presente ley, son de competencia de los departamentos, para lo cual aplicarán los procedimientos y el régimen sancionatorio establecidos en el Estatuto Tributario Nacional y en las disposiciones aplicables a los productos gravados con el impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares."*

2.1.2.20. Mantenimiento de la salvaguardia a importaciones de aguardiente y ron impuesta por el Gobierno Nacional a solicitud de los departamentos y justificación para ello

- El artículo 28 de la Ley 1816 de 2016 establece que "a solicitud de los departamentos, el Gobierno nacional aplicará una salvaguardia a las importaciones de aguardiente, independientemente de su origen, sustentado en la posibilidad de un incremento súbito e inesperado en las importaciones de aguardiente que haya causado o amenace causar un daño grave a la producción nacional de aguardiente.
- A solicitud de los departamentos, el Gobierno nacional aplicará una salvaguardia a las importaciones de ron independientemente de su origen, sustentado en la posibilidad de un incremento súbito e inesperado en las importaciones de ron que haya causado o amenace causar un daño a la producción nacional de ron.

2.1.2.21. Definición de aguardiente para efectos de la aplicación de la salvaguardia a importaciones

El parágrafo del artículo 28 de la Ley 1816 de 2016 establece: "A los efectos del presente artículo, entiéndase como aguardiente las bebidas alcohólicas, con una graduación entre 16 y 35 a una temperatura de 20° C, obtenidas por destilación alcohólica de caña de azúcar en presencia de semillas maceradas de anís común, estrellado, verde, de hinojo, o de cualquier otra planta aprobada que contenga el mismo constituyente aromático principal de anís o sus mezclas, al que se le pueden adicionar otras sustancias aromáticas. También se obtienen mezclando alcohol rectificado neutro o extraneutro con aceites o extractos de anís o de cualquier otra planta aprobada que contengan el mismo constituyente aromático principal del anís, o sus mezclas, seguido o no de destilación y posterior dilución hasta el grado alcoholimétrico correspondiente, así mismo se le pueden adicionar edulcorantes naturales o colorantes, aromatizantes o saborizantes permitidos. El aguardiente de caña para ser considerado colombiano debe haberse producido en el territorio nacional.

2.1.2.22. Régimen contractual para el ejercicio directo del monopolio de licores y facultades normativas departamentales

El artículo 29 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"La comercialización de licores obtenidos por una licorera oficial, en los departamentos que han adoptado el monopolio se hará de conformidad con el régimen contractual que le sea aplicable. Los departamentos conservarán la facultad de definir la distribución de los licores producidos directamente por sus licoreras oficiales o departamentales, incluidos aquellos respecto de los cuales ostenten la propiedad industrial."*

2.1.2.23. Seguridad jurídica para quienes explotaban el monopolio de licores de manera indirecta antes de la expedición de la Ley 1816 de 2016

El artículo 30 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"Los contratos, convenios, actos administrativos y los demás actos jurídicos por medio de los cuales se autorice a un tercero para la producción e introducción de licores y alcohol potable en el ejercicio del monopolio, existentes a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley, conservarán su vigencia hasta el término estipulado en los mismos. A futuro, se acogerán a lo establecido en la presente ley."*

2.1.2.24. Formas de asociación departamental para la explotación directa del monopolio de licores

El artículo 31 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"Los departamentos podrán ejercer el monopolio de producción mediante esquemas de asociación entre departamentos. Además, podrán ejercerlo entre departamentos y personas jurídicas de naturaleza privada, que serán elegidas mediante licitación pública de conformidad con lo establecido en el artículo 8o de la presente ley."*

2.1.2.25. Apoyo nacional para gobernaciones que ofrezcan a otras gobernaciones servicios de posicionamiento de licores en el mercado, haciendo uso del sistema de propiedad intelectual

El artículo 34 de la Ley 1816 de 2016 establece que *"El Gobierno nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, apoyará aquellas gobernaciones que, haciendo*

uso del sistema de propiedad intelectual, propendan por ofrecer a cualquier licor producido por las licoreras departamentales mecanismos que posicionen dicho producto en el mercado. A dichos efectos las gobernaciones analizarán la posibilidad de implementar figuras tales como denominaciones de origen, marcas de certificación o marcas colectivas y diseños industriales."

2.1.3. Normas reglamentarias nacionales

A pesar de que, como se observa, en el epígrafe del Decreto 1691 de 2020 *"Por el cual se promueven medidas para el control de la producción, introducción, movilización y comercialización de alcohol potable y no potable, se adicional el Capítulo 17 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del decreto 1074 de 2015, y se adoptan otras disposiciones"*, no existe una referencia explícita a que este reglamenta la Ley 1816 de 2016, en su considerando figuran, al menos, 10 referencias explícitas o implícitas a la ley 1816 de 2016. Por este hecho puede entenderse que la Ley 1816 de 2016, respecto al monopolio sobre alcohol potable con destino a la fabricación de licores, sí está reglamentada. Así las cosas:

- El Decreto 1691 de 2020 tiene por objeto *"reglamentar el procedimiento para el registro único de los productores, importadores, comercializadores o distribuidores y transformadores de alcohol potable y no potable ante los departamentos, a través del sistema SIANCO, las exigencias y régimen aplicable en cuanto al reporte de la información sobre la producción, importación, introducción y transacciones, así como para contribuir con el efectivo control a la evasión fiscal, salvaguardar la salud de la población y establecer los parámetros para la desnaturalización del alcohol potable no destinado al consumo humano".*

2.1.4 Normas expedidas por el Departamento

La Ordenanza 024 de 2005 *"Por la cual se regulan aspectos del régimen sustancial, procedimental y sancionatorio de los tributos departamentales y de los monopolios rentísticos del departamento del Quindío y se otorgan a la señora gobernadora unas facultades extraordinarias"* (modificada por las ordenanzas 043 de 2008[2] y 004 del 05 de mayo de 2017[3]).

2.1.4.1. Decisión del departamento del Quindío de explotar el monopolio de licores

El artículo 12 de la Ordenanza 024 del 2005 establece que *"El departamento del Quindío, de conformidad con la ley 1816 de 2016 seguirá ejerciendo el monopolio de producción e introducción de licores destilados. Asimismo, se entenderá por licor destilado la bebida alcohólica con una graduación superior a 15 grados alcoholimétricos a 20°".*

2.1.4.2. Identificación de rentas derivadas del monopolio de licores

[2] Por medio del cual se modifican los artículos 17, 20,32 de la ordenanza 024 de agosto 23 de 2005,

[3] Por medio del cual se modifican, adicionan y derogan algunos artículos a la ordenanza 024 del 2005 - estatuto de rentas del departamento del Quindío, y ordenanzas que la modifican.

El artículo 12-A de la Ordenanza 024 del 2005 incorpora el artículo 13 de la ley 1816 de 2016, el cual establece que *"Las rentas del monopolio son: 1) Participación que se causa sobre los licores destilados que se consuman en la respectiva jurisdicción, 2) La participación que se causa sobre el alcohol potable con destino a la fabricación de licores y, 3) Los derechos de explotación que se derivan del ejercicio del monopolio sobre la producción e introducción de licores destilados".*

2.1.4.3. Destinación de rentas del monopolio de licores y del alcohol potable con destino a la fabricación de licor destilado

El artículo 12-B de la Ordenanza 024 del 2005 incorpora el artículo 16 de la ley 1816 de 2016, el cual establece que *"La destinación del monopolio como arbitrio rentístico se dará de la siguiente forma: 1) 37% del monto total recaudado de las rentas del monopolio de licores se destinará a salud y 3% a deporte, 2) Conforme el artículo 336 de la Constitución Política, 51% del total recaudado de las rentas del monopolio de licores deberá destinarse a salud y educación y 3), de la totalidad de las rentas del monopolio de alcohol potable se destinará por lo menos el 51% a salud y educación y 10% al deporte".*

2.1.4.4. Regulación sobre los derechos de explotación del monopolio de licores

El artículo 12-C de la Ordenanza 024 del 2005 incorpora el artículo 17 de la ley 1816 de 2016, el cual establece que *"Los departamentos percibirán derechos de explotación derivados de la autorización a terceros para la producción y/o introducción de licores destilados, teniendo de presente lo dispuesto en el artículo 8 de la misma ley. Por otro lado, los derechos de explotación de la introducción serán del 2% de las ventas anuales de licores introducidos."*

2.1.4.5. Reglas referidas al otorgamiento de permisos para la introducción de licor destilado

- El artículo 13 de la Ordenanza 024 del 2005 establece que: *"El departamento del Quindío se acoge a las reglas establecidas en los artículos 9 y 10 de la ley 1816 de 2016 para el otorgamiento de permisos de introducción, reglas las cuales son: 1) Solicitud de permiso deberán resolverse en un término máximo de 30 días hábiles, 2) los permisos de introducción se otorgarán mediante acto administrativo particular, 3) los permisos de introducción tendrán una duración de 10 años prorrogables por un término igual, 4)debe ser solicitado por el representante legal, 5 se debe indicar las marcas con las correspondientes unidades de medidas que se pretenden introducir, 6) anexar el certificado de buenas prácticas, 7) registro sanitario expedido por INVIMA y 8) Adjuntar declaración juramentada que certifique que el representante legal y la junta directiva no han sido hallados responsables por conductas ilegales que impliquen contrabando o adulteración de licores o adulteración de licores, ni la falsificación de sus marcas."*

- El artículo 14 de la Ordenanza 024 del 2005 establece que: " El departamento del Quindío acoge las reglas adicionales establecidas en el artículo 10 de la ley 1816 de 2016, las cuales son*: A)Ser claro y no discriminatorio para todos los introductores; B) Obedecer la Constitución y las leyes vigentes que regulan la materia; C) Mantener la mismas condiciones para todo tipo de empresa; D) No podrá estableces cuota mínima o máxima de volumen de mercancía; E) No podrá establecer precio mínimo de venta; F) Debe ser solicitado por el representante legal de la persona que pretende la introducción; G) Indicar las marcas con las correspondientes unidades de medidas que se pretenden introducir.*

- *Asimismo, 2. El departamento no podrá otorgar permisos de introducción cuando: A) El solicitante estuviese inhabilitado para contratar con el Estado; B) El solicitante hubiese sido condenado por algún delito; C) El solicitante se encuentra en mora en el pago de la participación o del impuesto al consumo, D) Se demuestra que el solicitante se encuentra inhabilitado por la autoridad competente por violaciones al régimen general o a las normas particulares de la protección de la competencia."*

2.1.4.6. Reglas para la revocatoria de permisos para la introducción de licores

El artículo 14-A de la Ordenanza 024 del 2005 incorpora el artículo 12 de la ley 1816 de 2016, el cual establece que: *" El departamento del Quindío acoge las reglas establecidas para la revocatoria de permisos para la introducción de licores, las cuales son: 1) Los titulares incumplan alguno de los requisitos que fueron exigidos para su otorgamiento, 2) cuando la SIC imponga una inhabilidad por práctica restrictiva de la competencia, 3)contrabando 4) Inconsistencia entre el contenido alcoholimétrico y lo previsto en la etiqueta 5) Cuando sea manifiesta a la Constitución o la ley, al interés público o cuando cause un agravio injustificado a una persona y 6) por razones de salud pública."*

2.1.4.7. Explotación del monopolio de licores de manera indirecta —a través de terceros—

El artículo 16 de la Ordenanza 024 del 2005 establece que: *"El departamento del Quindío ejercerá el monopolio de producción de licores directamente, incluyendo la contratación de terceros para la producción de licores destilados y de alcohol potable con destino a la fabricación de licores. Asimismo, podrá permitir temporalmente que la producción sea realizada por terceros mediante la suscripción de contratos adjudicados con base en el procedimiento de subasta ascendente establecido en el artículo 8 de la ley 1816 de 2016."*

2.1.4.8. Procedimiento de contratación para la explotación indirecta —a través de terceros— del monopolio de licores y valor mínimo de derechos de explotación

El artículo 16-A de la Ordenanza 024 del 2005 incorpora el artículo 8 de la ley 1816 de 2016, el cual establece "El proceso de subasta ascendente mediante el cual el departamento, por iniciativa del gobernador podrá contratar a terceros para que la producción de licores sea realizada de forma indirecta. A su vez, establece que el

valor mínimo de los derechos de explotación será fijado por la Asamblea" y que el *"el proceso de licitación, las reglas para la celebración, ejecución y terminación de los contratos se sujetarán a las normas de la presente ley, sin perjuicio de las reglas generales previstas en las normas de contratación estatal vigentes.*

2.1.4.9. Regulación del monopolio del alcohol potable con destino a la fabricación de licor destilado

El artículo 22 de la Ordenanza 024 de 2005, acogiendo lo dispuesto en el artículo 3 de la ley 1816 de 2016, establece que: *"Las normas relativas al monopolio de licores destilados le serán aplicables al monopolio de alcohol potable, siempre que no haya disposiciones especiales que se refieran al último. Para el caso del alcohol no potable, no le serán aplicables las reglas del monopolio, deberá ser desnaturalizado y los productores e importadores de alcohol potable y no potable deberán registrarse en el departamento en el cual se produzca y/o introduzca el producto."*

2.1.4.10 Reglas referidas a la participación

El artículo 23 de la Ordenanza 024 de 2005 acogiendo lo dispuesto en el artículo 15 de la ley 1816 de 2016 establece que: *"El departamento del Quindío tiene derecho a percibir una participación de $243 por litro de alcohol. Los valores se incrementarán a partir del 1 de enero de 2018 con la variación anual del IPC certificado por el DANE y de acuerdo a la certificación que expida la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda, se establecerá el rango de tarifas indexadas e informará la variación anual del IPC para actualizar las tarifas del departamento."*

2.1.4.11. Seguridad jurídica para quienes explotaban el monopolio de licores de manera indirecta antes de la expedición de la Ley 1816 de 2016

El artículo 23-A de la Ordenanza 024 de 2005 incorpora el artículo 30 de la ley 1816 de 2016, el cual establece que: *"Los contratos, convenios, actos administrativos y los demás actos jurídicos por medio de los cuales se autorice a un tercero para la producción e introducción de licores y alcohol potable en el ejercicio del monopolio, existentes a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley, conservarán su vigencia hasta el término estipulado en los mismos. A futuro, se acogerán a lo establecido en la presente ley."*

2.1.4.12. Funciones de las asambleas departamentales respecto al seguimiento del ejercicio del monopolio de licores y correlativo deber de gobernadores

El artículo 23-B de la Ordenanza 024 de 2005 incorpora el artículo 11 de la ley 1816 de 2016, el cual establece que: *"Las asambleas departamentales tendrán la obligación de hacer seguimiento permanente al ejercicio del monopolio por parte del gobernador, para lo cual este último presentará un informe anual."*

2.1.4.13. Competencia departamental para la administración de las rentas derivadas del monopolio de licores y régimen procedimental y sancionatorio aplicable para ello

El artículo 24 de la Ordenanza 024 de 2005, acogiendo lo dispuesto en el artículo 27 de la ley 1816 de 2016, establece que: *"La administración, determinación, discusión, cobro, devoluciones e imposición de sanciones en relación con la participación y los derechos de explotación de que trata la ley 1816 será competencia de la Dirección Tributaria de la Secretaría de Hacienda del Departamento del Quindío."*

2.2. Fuentes jurisprudenciales

A continuación, se hace referencia a las fuentes jurisprudenciales originadas en la Corte Constitucional y el Consejo de Estado.

2.2.1. Providencias de la Corte Constitucional

Las siguientes son las sentencias proferidas por la Corte Constitucional sobre el monopolio de licores

2.2.1.1. Corte Constitucional. Sentencia C-1191 de 2001. Magistrado Ponente Rodrigo Uprinmy Yepes

Contenido: *"El mantenimiento de los monopolios como arbitrio rentístico generó fuertes discusiones en la Asamblea Constituyente: algunos sectores propugnaron por su eliminación, por considerar que esos ingresos podían ser obtenidos más eficientemente por medio de impuestos, y que esos monopolios eran una fuente de corrupción e incoherencia estatal, puesto que no sólo los casos de peculados eran numerosos sino que se buscaba financiar servicios como la salud y la educación a través del estímulo a la venta de licores y de juegos de azar. Otros sectores, en cambio, defendieron la institución de los monopolios rentísticos por cuanto constituían una fuente esencial de ingreso para ciertos departamentos. Luego de las amplias discusiones, la Asamblea Constituyente llegó a una solución de transacción: mantener la posibilidad de los monopolios rentísticos pero sometidos a una regulación estricta."*

2.2.1.2. Corte Constitucional. Sentencia C-316 de 2003. Magistrado Ponente Jaime Córdoba Triviño

Contenido: El monopolio rentístico *"es un instrumento que protege la explotación de determinadas actividades económicas para que el Estado se procure cierto nivel de ingresos con el fin de atender sus obligaciones. Para el Estado la finalidad del monopolio no es excluir la actividad económica del mercado sino reservarse una fuente de recursos económicos que le reporte su explotación"*

2.2.1.3. Corte Constitucional. Sentencia C-032 de 2025. Magistrado Ponente. Jorge Enrique Ibáñez Najar

Contenido: *"La Corte advirtió que existe un indicio de arbitrariedad en la facultad de suspensión de la expedición de permisos de introducción de aguardiente prevista en los incisos 1 y 2 del artículo 28*

de la Ley 1816 de 2016. Esta se refleja en la afectación grave de la libre competencia por cuanto: i) impide por completo que productores de aguardientes, en particular nacionales, accedan o permanezcan en mercados departamentales. ii) Otorga una ventaja competitiva absoluta a la licorera departamental o el tercero contratado para la producción del aguardiente departamental sobre otros productores nacionales de aguardientes que resultan en una clara situación de inferioridad para formar o mantener una clientela."

2.2.2. Providencias y conceptos de la Jurisdicción Contencioso Administrativa

Las siguientes son los conceptos y sentencias proferidas por el Consejo de Estado sobre el monopolio de licores

2.2.2.1. Consejo de Estado. Sala de Consulta y Servicio Civil. Consejera ponente: Susana Montes de Echeverri. Bogotá D. C., siete (7) de noviembre de dos mil dos (2002). Radicación número: 1458 Referencia: MONOPOLIO DE LICORES. Alcance. IVA sobre venta de licores: consignación en los fondos regionales de salud. Contratos de concesión y de distribución.

Contenido: Las entidades territoriales no están obligadas a utilizar el contrato de concesión típico, como único mecanismo para contratar con terceras personas la realización (explotación) de las diferentes fases del monopolio. Pueden, debidamente facultadas por la ley 14 de 1.983 y para tal fin, utilizar cualquier modalidad de contrato previsto en las disposiciones legales. Sin embargo, por tratarse de la explotación de una actividad monopólica del Estado, para seleccionar el contratista respectivo deben utilizar siempre el sistema de licitación, concurso o invitación públicos. La comercialización, distribución y venta de los productos elaborados por las licoreras, contratadas a través de contratos de distribución exclusiva con sociedades comerciales, hacen parte del monopolio.

2.2.2.2. Consejo de Estado. Sala de lo Contencioso Administrativo. Sección Cuarta. Consejera ponente: Stella Jeannette Carvajal Basto. Bogotá D. C., veintiséis (26) de julio de dos mil diecisiete (2017). Radicación número: 25000-23-27-000-2011-00169 01 (20689). Actor: Claudia Victoria Escobar Pinto. Demandado: Departamento de Cundinamarca

Contenido: No resulta exigible la declaración y pago del impuesto al consumo de licores, vinos y aperitivos ni la aplicación de sus disposiciones, toda vez que la sala ha precisado que su cobro resulta incompatible si el departamento decide ejercer el monopolio de licores dentro de su jurisdicción.

2.2.2.3. Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Cuarta Consejero ponente: Julio Roberto Piza Rodríguez. Bogotá D. C, doce (12) de octubre de dos mil diecisiete (2017). Referencia: nulidad. Radicación número: 17001-23-31-000-2012-00191-01(20564) Actor: Claudia Elizabeth Cárdenas Fonseca. Demandado: departamento de Caldas

Contenido: Los departamentos no pueden establecer medidas restrictivas para el otorgamiento de los permisos de introducción, ni fijar precios mínimos de venta.

2.2.2.4. Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera Consejero Ponente: Roberto Augusto Serrato Valdés. Bogotá D.C, veintiuno (21) de junio de dos mil dieciocho (2018). Referencia: Naturaleza jurídica de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia. Radicación número: 05001-23-31-000-2006-93419-01

Contenido: establece que la explotación directa del monopolio de producción de licores por parte de los departamentos debe realizarse a través de entidades descentralizadas cuyo objeto sea la realización de actividades de provisión de bienes o servicios. Anteriormente la FLA era una entidad adscrita a la secretaria de hacienda de Antioquia.

2.2.2.5. Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Cuarta Consejero ponente: Stella Jeannette Carvajal Basto. Bogotá D. C, veinticuatro (24) de octubre de dos mil diecinueve (2019). Referencia: nulidad. Radicación número: 08001-23-33-000-2014-00315-01(22846)

Contenido: Las asambleas, de conformidad con la legislación nacional no se encuentran facultadas para la creación e imposición de regímenes sancionatorios en lo que respecta el ejercicio del monopolio de licores, toda vez que se debe seguir lo estipulado en el Estatuto Tributario Nacional

2.2.2.6. Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Cuarta Consejero ponente: Jorge Octavio Ramírez Ramírez. Bogotá D. C, catorce (14) de noviembre de dos mil diecinueve (2019). Referencia: nulidad. Radicación número: 41001-23-31-000-2006-00201-01 (22981)

Contenido: El hecho que para el desarrollo del objeto de la concesión un Departamento haya cedido el uso de la fábrica e instalaciones que utilizaba cuando gestionaba directamente el monopolio, al igual que fórmulas industriales y marcas del producto, y en retribución reciba una participación de utilidades, no da lugar a entender o interpretar que se trata de un servicio que genera IVA o confundirlo con un contrato de prestación de servicios.

2.3. Fuentes doctrinarias

2.3.1. Conceptos emitidos por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público – Dirección General de Apoyo Fiscal

2.3.1.1. Concepto N° 024898 de 2017

Contenido: Sobre Porcentaje de los derechos de explotación en la producción y en la introducción - Derechos de explotación en ejercicio del monopolio en la modalidad de producción directa e indirecta.

- En los casos que el departamento decida ejercer el monopolio indirecto de producción, los derechos de explotación por producción que recibirá del tercero serán los definidos en el

contrato suscrito. Por otro lado, cuando la venta se destine a otras jurisdicciones diferentes al departamento con el que se suscribió el contrato de producción, el tercero deberá pagar los derechos de explotación establecidos en el artículo 17 de la ley 1816 de 2016 a los departamentos que le concedan el permiso de introducción de licores destilados.

2.3.1.2. Concepto N° 068510 de 2020

Contenido: Sobre el ejercicio del Monopolio de licores destilados.

- La titularidad del monopolio se mantiene en el departamento, a pesar de que se ejerza a través de maquila, licorera oficial o a través de terceros, razón por la cual no resulta problemático si el Departamento realizaba directamente las solicitudes de permiso de introducción de licores a otras jurisdicciones, toda vez que la respectiva licorera oficial, maquila o tercero asume la representación del monopolio de licores destilados, esto sin el departamento perder su titularidad.

2.3.1.3. Concepto N° 049798 de 2021

Contenido: Sobre la aplicación del régimen de monopolio rentístico e impuesto al consumo dentro de las zonas francas.

Del apartado jurisprudencial trascrito, se concluye que, en criterio de esa alta corporación, la normatividad de zonas francas y sus tratamientos exceptivos tienen aplicación "solo para efectos de la legislación aduanera", y; de otro, que las zonas francas se encuentran ubicadas dentro del territorio nacional. De lo anterior, válido es sostener que, tratándose de aspectos diferentes a la legislación aduanera, las actividades se entienden realizadas dentro del territorio nacional y por tanto se sujetan a las obligaciones propias de esas actividades al interior del país.

En este punto, en refuerzo de lo anteriormente expuesto, ponemos de presente la posición asumida por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, en la que esa entidad señala expresamente que el régimen de las zonas francas no excluye de la aplicación de las normas de la Ley 1816 de 2016 en lo que hace al ejercicio del monopolio, así:

"[…] Las zonas francas delimitadas dentro del territorio aduanero nacional tienen como objeto primordial la creación de empleo y generaciones de inversiones de capital, ser polos de desarrollo en las regiones, desarrollar procesos industriales altamente productivos y competitivos, promover las economías de escala y simplificar los procedimientos de comercio de bienes y servicios.

La normatividad especial en materia tributaria, aduanera y de comercio exterior a que hacen referencia los artículos 1 y 4 de la Ley 1004 de 2005, tiene su desarrollo en las siguientes normas: (i) el Estatuto Tributario frente a temas como impuesto de renta, IVA y retención en la fuente y su Decreto Único Reglamentario 1625 de 2016, (ii) el Decreto 2147 de 2016 en lo relacionado con los tipos de zonas francas y usuarios y los requisitos para obtener tales calidades, (iii) el Decreto 1165 de 2019, frente a las operaciones de comercio exterior correspondiente a

mercancía que ingresan o salen de la zona franca, y adicionalmente (iv) la Resolución Externa No. 1 de 2018 del Banco de la República en materia cambiaria.

Ninguna de las anteriores normas se refiere o establece condiciones para el monopolio de licores a que hace referencia el artículo 336 de la Constitución Nacional y la Ley 1816 de 2016.

La condición de extraterritorialidad a que hace referencia el artículo 1 de la Ley 1004 de 2005 es únicamente para efectos de los tributos aduaneros por las importaciones y las exportaciones, frente a la mercancía que ingresa del exterior o del resto del territorio aduanero nacional a una zona franca.

Desde el punto de vista de la operación aduanera, los bienes producidos en zona franca cuando vayan a ingresar al territorio aduanero nacional corresponden a una importación, para lo cual deben cumplir las obligaciones a que hacen referencia los artículos 482 a 491 del Decreto 1165 de 2019 y el artículo 459 del Estatuto Tributario, siendo exigible como documento soporte de la declaración de importación correspondiente, para el caso particular de los licores, la constancia del pago del impuesto al consumo conforme lo dispuesto en la Ley 223 de 1995.

Así mismo, para efectos de la exportación de bienes producidos en zona franca, se deben cumplir las obligaciones aduaneras a que hacen referencia el artículo 478 del Decreto 1165 de 2019.

Es claro entonces que los usuarios de zona franca, deben cumplir sus obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias, conforme las disposiciones anteriormente citadas. ***Cualquier tema de naturaleza diferente a los indicados en el artículo 1 de la Ley 1004 de 2005, debe ser atendido de conformidad con la normatividad aplicable a cada en caso en particular, como por ejemplo el monopolio en la producción de licores. […]" (Énfasis añadido)***

2.3.1.4. Concepto N° 032011 de 2022

Contenido: sobre Derechos de explotación – Licoreras departamentales.

- Se reiteran las siguientes reglas:

    - *Cuando una licorera oficial produce licores destilados en jurisdicción de otro departamento en virtud de un contrato suscrito con ese departamento, previa participación en un proceso licitatorio en el cual resultó como adjudicatario por ofrecer el mayor porcentaje de derechos de explotación en la subasta ascendente a que se refiere el artículo 8 de la Ley 1816 de 2016.*

    - *Cuando una licorera oficial introduzca licores destilados en jurisdicción de otro departamento, previo el otorgamiento de un permiso por parte de ese departamento, habiendo cumplido los requisitos y formalidades de los artículos 9 y 10 de la Ley 1816 de 2016. En este caso, los derechos de explotación corresponderán al 2% de sus ventas conforme con el inciso tercero del artículo 17 ibídem.*

2.3.1.5. Concepto N° 034827 de 2022

Contenido: sobre Derechos de explotación.

- En caso en que el departamento suscriba un contrato para la producción indirecta del monopolio con un tercero el cual tiene permiso para introducir licores destilados dentro de la misma jurisdicción, el tercero estará obligado a declarar y pagar los derechos de explotación por la producción y también deberá pagar los derechos de explotación por los licores introducidos al departamento.

2.3.1.6. Concepto N° 027637 de 2022 sobre monopolios de producción

Contenido: sobre monopolios de producción y causación de derechos de explotación.

- De conformidad con el numeral 3 del artículo 13, no se causan derechos de explotación en el caso de la producción de alcohol, pero sí se pueden causar derechos de explotación por la introducción de alcohol potable, enunciados en el artículo 17 de la ley 1816 de 2016.

2.3.1.7. Concepto N° 011352 de 2023

Contenido: sobre Derechos de explotación.

- La declaración y pago de los derechos de explotación derivados del ejercicio del monopolio de producción indirecta le corresponderá a la persona de derecho público o privado con el cual se suscribió y adjudicó el contrato, de conformidad con los artículos 7 y 8 de la ley 1816 de 2016. Por otro lado, para la declaración y pago de los derechos de explotación por introducción estarán a cargo de la persona a la que se le haya autorizado el permiso de introducción.

2.3.1.8. Concepto N° 048559 de 2024

Contenido: sobre el ejercicio de la producción directa del monopolio de licores destilados.

- *La fabricación de productos propios es una decisión que debe estar precedida de los debidos estudios jurídicos, financieros y fiscales en los que se sustente su viabilidad, conveniencia y pertinencia económica, sin que en momento alguno, se reitera, se constituya en un requisito para ello el que el departamento ejerza el monopolio de licores destilados, es decir que para esos efectos resulta irrelevante que el departamento aplique a los licores destilados el régimen impositivo del impuesto al consumo.*

2.3.2. Conceptos emitidos por otras autoridades y producción documental de otros doctrinantes de la Hacienda Pública

- Concepto Agencia Colombia Compra Eficiente con Radicado 2201913000009359 del 17/12/2019 sobre aplicación del artículo 8º de la Ley 1816 de 2016:

Contenido 1: "L*a competencia para determinar los asuntos consultados es del operador o destinatario de la norma, es decir, los departamentos, y son ellos los que deben, en virtud de su autonomía, dar aplicación a la norma para el ejercicio del monopolio de producción de licores destilados*".

Contenido 2: El *"artículo 8 de la Ley 1816 de 2016 no limitó el número de contratos que puede celebrar un departamento para la producción de licores destilados por parte de terceros, por lo que la cantidad de licitaciones y contratos que celebre dependen de su autonomía y de la forma como ejerza su monopolio, siempre dentro de los cauces que impone el régimen especial*".

2.4. Normas complementarias al monopolio

2.4.1. Identificación de normas complementarias asociadas al proceso contractual. Normas del decreto 1082 de 2015. Subasta pública

A continuación, se identifican las normas legales y reglamentarias complementarias al régimen propio del monopolio de licores.

2.4.1. Ley 80 de 1993. "Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración PÚBLICA"

2.4.2. Ley 1150 de 2007. "Por medio de la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con Recursos Públicos."

2.4.3. Decreto 1082 de 2015 Sector Administrativo de Planeación Nacional. "Por medio del cual se expide el decreto único reglamentario del sector Administrativo de Planeación Nacional.

Por su relevancia se trascribe las normas correspondientes del Decreto 1082 de 2015 contiene las siguientes reglas sobre la subasta:

> ***Artículo 2.2.1.2.2.2.2. Enajenación directa a través de subasta pública.*** *La Entidad Estatal que enajene bienes con el mecanismo de subasta pública debe seguir el procedimiento establecido en el artículo 2.2.1.2.1.2.2 del presente decreto, teniendo en cuenta que el bien debe ser adjudicado al oferente que haya ofrecido el mayor valor a pagar por los bienes objeto de enajenación y, en consecuencia, el Margen Mínimo debe ser al alza.*

Artículo 2.2.1.2.1.2.2. Procedimiento para la subasta inversa. *Además de las reglas generales previstas en la ley y en el presente título, las siguientes reglas son aplicables a la subasta inversa:*

1. Los pliegos de condiciones deben indicar: a) la fecha y hora de inicio de la subasta; b) la periodicidad de los Lances; y c) el Margen Mínimo para mejorar la oferta durante la subasta inversa.

2. La oferta debe contener dos parles, la primera en la cual el interesado acredite su capacidad de participar en el Proceso de Contratación y acredite el cumplimiento de la ficha técnica; y la segunda parle debe contener el precio inicial propuesto por el oferente.

3. La Entidad Estatal debe publicar un informe de habilitación de los oferentes, en el cual debe indicar si los bienes o servicios ofrecidos por el interesado cumplen con la ficha técnica y si el oferente se encuentra habilitado.

4. Hay subasta inversa siempre que haya como mínimo dos oferentes habilitados cuyos bienes o servicios cumplen con la ficha técnica.

5. Si en el Proceso de Contratación se presenta un único oferente cuyos bienes o servicios cumplen con la ficha técnica y está habilitado, la Entidad Estatal puede adjudicarle el contrato al único oferente si el valor de la oferta es igual o inferior a la disponibilidad presupuestal para el contrato, caso en el cual no hay lugar a la subasta inversa.

6. La subasta debe iniciar con el precio más bajo indicado por los oferentes y, en consecuencia, solamente serán válidos los Lances efectuados durante la subasta inversa en los cuales la oferta sea mejorada en por lo menos el Margen Mínimo establecido.

7. Si los oferentes no presentan Lances durante la subasta, la Entidad Estatal debe adjudicar el contrato al oferente que haya presentado el precio inicial más bajo.

8. Al terminar la presentación de cada Lance, la Entidad Estatal debe informar el valor del Lance más bajo.

9. Si al terminar la subasta inversa hay empate, la Entidad Estatal debe aplicar los criterios del artículo 35 de la Ley 2069 de 2020 conforme con los medios de acreditación del artículo 2.2.1.2.4.2 17 del presente Decreto.

2.4.4. Identificación de normas complementarias de naturaleza ambiental

Enseguida se identifican las normas complementarias de naturaleza ambiental:

2.4.1.1. **Resolución 909 de 2008. Min Ambiente.** ***"****Por la cual se establecen las normas y estándares de emisión admisibles de contaminantes a la atmósfera por fuentes fijas y se dictan otras disposiciones"*

2.4.4.2. **Decreto 1686 de 2012 *(Modificado por el decreto 162 de 2021)*:** *"Por el cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, envase, almacenamiento, distribución, transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano."*

2.4.4.3. **Decreto 3930 de 2010 Nivel Nacional.** *"Por el cual se reglamenta parcialmente el Título I de la Ley 9ª de 1979, así como el Capítulo II del Título VI -Parte III- Libro II del Decreto-ley 2811 de 1974 en cuanto a usos del agua y residuos líquidos y se dictan otras disposiciones"*

2.4.4.4. **NTC ISO 14001: 2015.** Sistema de Gestión Ambiental

2.4.4.5. **Resolución 631 de 2015.** *"Por la cual se establecen los parámetros y los valores límites máximos permisibles en los vertimientos puntuales a cuerpos de aguas superficiales y a los sistemas de alcantarillado público y se dictan otras disposiciones"*

2.4.4.6. **Resolución 1407 de 2018 Min Ambiente.** *"Por la cual se reglamenta la gestión ambiental de los residuos de envases y empaques de papel, cartón, plástico, vidrio, metal y se toman otras determinaciones."*

2.4.4.7. **Decreto 1366 de 2020:** *"Por el cual se establecen disposiciones para otorgar el registro sanitario de bebidas alcohólicas fabricadas y comercializadas por microempresarios y la certificación en buenas prácticas de manufactura"*

2.4.5. Normas complementarias asociadas a la competencia dentro del mercado licores

Las siguientes son las normas identificadas asociadas a la competencia dentro del mercado de licores:

2.4.5.1. **El Decreto 2153 de 1992, a**rtículos 47, 48, 50 y 51. "Por el cual se reestructura la Superintendencia de Industria y Comercio y se dictan otras disposiciones"

2.4.5.2. **Ley 256 de 1996 "Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal".** Artículos 7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18 y 19.

2.4.5.3. ***El artículo 23 de la Ley 1816 de 2016****, establece que "Los departamentos podrán solicitar al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo la aplicación de medidas de defensa comercial de conformidad con la normativa vigente, cuando estos consideren que se presenta una situación de daño o amenaza de daño de la rama de producción de la industria licorera, particularmente del aguardiente, causada por actividades relacionadas con prácticas como el dumping, los subsidios o subvenciones, o por daño grave o la amenaza de daño grave de la industria licorera por causa del aumento de las importaciones."*

2.4.5.4. **El artículo 24 de la Ley 1816 de 2016** establece que *"Las autoridades departamentales podrán solicitar a la Superintendencia de Industria y Comercio la evaluación de la existencia de prácticas restrictivas a la competencia y el establecimiento de medidas cautelares, así como de las medidas correctivas y de sanción que correspondan."*

2.4.5.5. **Decisión Andina 608 de 2005**. Normas para la protección y promoción de la libre competencia en la Comunidad Andina. Artículos 7, 8 y 9.

2.4.5.6. **Ley 1340 de 2009.** "Por medio de la cual se dictan normas en materia de protección de la competencia". Artículos 1,2 y 3.

3. Síntesis de las reglas que gobiernan el régimen del monopolio de licores

REGLAS DEL MONOPILIO	*CONTENIDO DE LA REGLA*	*NORMATIVA*
Competencia	Corresponde a las asambleas departamentales reglamentar el ejercicio del monopolio con base en la ley 1816 de 2016.	Art. 300, numeral 1 de la Constitución Política
Destinación preferente	Las rentas obtenidas del monopolio deberán ser destinadas preferentemente a Salud y Educación.	Art. 336 de la Constitución Política
Objeto del monopolio	El objeto del monopolio es el de obtener recursos para los departamentos, con una finalidad asociada a la financiación de salud y educación.	Art. 1 de la ley 1816 de 2016.
Definición de monopolio	El monopolio se define como la facultad exclusiva del Estado para explotar directamente o través de terceros la producción e introducción de licores destilados.	Art. 2 de la ley 1816 de 2016
Competencia para decidir sobre la explotación del monopolio	Las asambleas, por iniciativa del gobernador decidirán si ejercen o no el monopolio.	Art. 4 de la ley 1816 de 2016
Titularidad	Los departamentos serán los titulares de las rentas del monopolio.	Art. 5 de la ley 1816 de 2016.

Principios	El ejercicio del monopolio debe estar precedido por el 1) objetivo de arbitrio rentístico y finalidad prevalente -*salud, educación y obtención de recursos*- y 2) No discriminación, competencia y acceso a mercados.	Art. 6 de la ley 1816 de 2016.
Monopolio de Producción indirecta	Se podrá permitir temporalmente que la producción sea realizada por terceros mediante suscripción de contratos adjudicados mediante licitación pública-subasta ascendente	Art 7 y 8 de la ley 1816 de 2016.
Permisos de monopolio de introducción	1) Solicitud de permiso deberán resolverse en un término máximo de 30 días hábiles, 2) Los permisos de introducción se otorgarán mediante acto administrativo particular y 3) Los permisos de introducción tendrán una duración de 10 años prorrogables por un término igual".	Art 9. Ley 1816 de 2016.
Reglas adicionales para otorgamiento de permisos	A)Ser claro y no discriminatorio para todos los introductores; B) Obedecer la Constitución y las leyes vigentes que regulan la materia; C) Mantener la mismas condiciones para todo tipo de empresa; D) No podrá estableces cuota mínima o máxima de volumen de mercancía; E) No podrá establecer precio mínimo de venta; F) Debe ser solicitado por el representante legal de la persona que pretende la introducción; G) Indicar las marcas con las correspondientes unidades de medidas que se pretenden introducir".	Art 10. Ley 1816 de 2016.
	"Por último, "el departamento solo podrá otorgar permisos cuando i) el productor cuente con certificado de buenas prácticas; el producto debe contar con registro sanitario expedido por INVIMA y iii) El solicitante deberá presentar declaración juramentada que certifique que el representante legal y la junta directiva no han sido hallados responsables por conductas ilegales que impliquen contrabando o adulteración de licores o adulteración de licores, ni la falsificación de sus marcas."	

Situaciones fácticas para NO otorgar permisos de introducción	: A) El solicitante estuviese inhabilitado para contratar con el Estado; B) El solicitante hubiese sido condenado por algún delito; C) El solicitante se encuentra en mora en el pago de la participación o del impuesto al consumo, D) Se demuestra que el solicitante se encuentra inhabilitado por la autoridad competente por violaciones al régimen general o a las normas particulares de la protección de la competencia".	Art 10. Ley 1816 de 2016.
Seguimiento del ejercicio del monopolio	Las asambleas se encuentras obligadas a hacer seguimiento permanente al ejercicio del monopolio, el Gobernador presentará anualmente un informe respecto del mismo.	Art 11. Ley 1816 de 2016.
Revocatoria de permisos	*: 1) Los titulares incumplan alguno de los requisitos que fueron exigidos para su otorgamiento, 2) cuando la SIC imponga una inhabilidad por práctica restrictiva de la competencia, 3)contrabando 4) Inconsistencia entre el contenido alcoholimétrico y lo previsto en la etiqueta 5) Cuando sea manifiesta a la Constitución o la ley, al interés público o cuando cause un agravio injustificado a una persona y 6) por razones de salud pública*	Art. 12 de la Ley 1816 de 2016
Rentas del monopolio	Las rentas del monopolio son: 1) Participación que se causa sobre los licores destilados que se consuman en la respectiva jurisdicción, 2) La participación que se causa sobre el alcohol potable con destino a la fabricación de licores y, 3) Los derechos de explotación que se derivan del ejercicio del monopolio sobre la producción e introducción de licores destilados	Art. 13 de la ley 1816 de 2016.
Incompatibilidad entre Monopolio de licores e impuesto de licores, vinos y aperitivos.	Los departamentos que ejerzan el monopolio de licores destilados, en lugar del impuesto al consumo establecido en la ley, tendrán derecho a percibir una participación sobre los productos objeto del monopolio que se consuman en su jurisdicción	Art. 14 de la ley 1816 de 2016.
Destinación	La destinación del monopolio como arbitrio rentístico se dará de la siguiente forma: *1) 37% del monto total recaudado de las rentas del monopolio de licores se destinará a salud y 3% a deporte, 2) Conforme el artículo 336 de la Constitución Política, 51% del total recaudado de las rentas del monopolio de*	Art. 16 de la ley 1816 de 2016

	licores deberá destinarse a salud y educación y 3), de la totalidad de las rentas del monopolio de alcohol potable se destinará por lo menos el 51% a salud y educación y 10% al deporte"	
Derechos de explotación por el ejercicio indirecto del monopolio de producción	Los departamentos que ejerzan el monopolio percibirán derechos de explotación derivados de la autorización a terceros para la producción y/o introducción de licores destilados.	Art. 17 de la ley 1816 de 2016.
Competencia y régimen sancionatorio	Los departamentos estarán a cargo de la administración, determinación, discusión, cobro, devoluciones e imposición de sanciones en relación con la participación y derechos de explotación. Para la aplicación de sanciones se deberá seguir lo estipulado en el Estatuto Tributario Nacional.	Art. 27 de la ley 1816 de 2016
Régimen Contractual para el ejercicio del monopolio	La comercialización de licores obtenidos por una licorera oficial se hará de conformidad con el régimen contractual que le sea aplicable, para el caso concreto, el régimen de las empresas Industriales y Comerciales del Estado.	Art. 29 de la ley 1816 de 2016.
Formas de asociación	El monopolio se podrá ejercer mediante esquemas de asociación entre departamentos y personas jurídicas privadas, que serán elegidas mediante licitación pública conforme el art. 8	Art. 31 de la ley 1816 de 2016

4. El régimen actual del monopolio de licores en el departamento del Quindío a la luz de la Ley 1816 de 2016

A continuación, se realiza un ejercicio comparativo entre el régimen actual del monopolio de licores en el departamento del Quindío con los contenidos de la Ley 1816 de 2016.

REGLAS DEL MONOPILIO	***LEY 1816 DE 2016***	***ORDENANZA 024 DE 2005***	***COMPARACIÓN***

Objeto del monopolio	(Art. 1) El objeto del monopolio es el de obtener recursos para los departamentos, con una finalidad asociada a la financiación de salud y educación.	(Art 12.) El departamento del Quindío, conforme lo dispuesto en la ley 1816 de 2016 continuará ejerciendo el monopolio como arbitrio rentístico sobre la producción e introducción de los licores destilados.	La reglamentación departamental se encuentra armonizada a lo dispuesto en la legislación nacional.
Definición de monopolio	(Art. 2) El monopolio se define como la facultad exclusiva del Estado para explotar directamente o través de terceros la producción e introducción de licores destilados.	(Art 12.) El departamento del Quindío, conforme lo dispuesto en la ley 1816 de 2016 continuará ejerciendo el monopolio como arbitrio rentístico sobre la producción e introducción de los licores destilados.	La reglamentación departamental se encuentra armonizada a lo dispuesto en la legislación nacional.
Competencia para decidir sobre la explotación del monopolio	(Art. 4) Las asambleas, por iniciativa del gobernador decidirán si ejercen o no el monopolio.	(Art 12.) El departamento del Quindío, conforme lo dispuesto en la ley 1816 de 2016 continuará ejerciendo el monopolio como arbitrio rentístico sobre la producción e introducción de los licores destilados.	La reglamentación departamental se encuentra armonizada a lo dispuesto en la legislación nacional.
Titularidad	(Art. 5) Los departamentos serán los titulares de las rentas del monopolio.	(Art 12) La titularidad del monopolio la tendrá el Departamento del Quindío	La reglamentación departamental se encuentra armonizada a lo dispuesto en la legislación nacional.
Principios	(Art. 6) El ejercicio del monopolio debe estar precedido por el 1) objetivo de arbitrio rentístico y finalidad prevalente -*salud, educación y obtención de recursos*- y 2) No discriminación, competencia y acceso a mercados.	No hay un articulado expreso, pero es posible inferir del articulado 12-B y 14-A, se da aplicación a los principios establecidos en el art. 6	A pesar de no existir regulación expresa, la Ordenanza en su integridad da cumplimiento a los principios establecidos en la ley 1816 de 2016.

Monopolio de Producción indirecta	(Art. 7 y 8) Se podrá permitir temporalmente que la producción sea realizada por terceros mediante suscripción de contratos adjudicados mediante licitación pública- subasta ascendente	(Art. 16) "El departamento del Quindío ejercerá el monopolio de producción de licores directamente, incluyendo la contratación de terceros para la producción de licores destilados y de alcohol potable con destino a la fabricación de licores. Asimismo, podrá permitir temporalmente que la producción sea realizada por terceros mediante la suscripción de contratos adjudicados con base en el procedimiento de subasta ascendente establecido en el artículo 8 de la ley 1816 de 2016. (Art 16-A) "El proceso de subasta ascendente mediante el cual el departamento, por iniciativa del gobernador podrá contratar a terceros para que la producción de licores sea realizada de forma indirecta. A su vez, establece que el valor mínimo de los derechos de explotación será fijado por la Asamblea" y que el "el proceso de licitación, las reglas para la celebración, ejecución y terminación de los contratos se sujetarán a las normas de la presente ley, sin perjuicio de las reglas generales previstas en las normas de contratación estatal vigentes	La reglamentación departamental se encuentra armonizada a lo dispuesto en la legislación nacional.

Permisos de monopolio de introducción	(Art. 9) 1) Solicitud de permiso deberán resolverse en un término máximo de 30 días hábiles, 2) Los permisos de introducción se otorgarán mediante acto administrativo particular y 3) Los permisos de introducción tendrán una duración de 10 años prorrogables por un término igual".	(Art. 13) "El departamento del Quindío se acoge a las reglas establecidas en los artículos 9 y 10 de la ley 1816 de 2016 para el otorgamiento de permisos de introducción, reglas las cuales son: 1) Solicitud de permiso deberán resolverse en un término máximo de 30 días hábiles, 2) los permisos de introducción se otorgarán mediante acto administrativo particular, 3) los permisos de introducción tendrán una duración de 10 años prorrogables por un término igual, 4)debe ser solicitado por el representante legal	La reglamentación departamental se encuentra armonizada a lo dispuesto en la legislación nacional.
Reglas adicionales para otorgamiento de permisos	(Art. 10) A)Ser claro y no discriminatorio para todos los introductores; B) Obedecer la Constitución y las leyes vigentes que regulan la materia; C) Mantener la mismas condiciones para todo tipo de empresa; D) No podrá estableces cuota mínima o máxima de volumen de mercancía; E) No podrá establecer precio mínimo de venta; F) Debe ser solicitado por el representante legal de la persona que pretende la introducción; G) Indicar las marcas con las correspondientes unidades de medidas que se pretenden introducir".	(Art 13) (…) 5) se debe indicar las marcas con las correspondientes unidades de medidas que se pretenden introducir, 6) anexar el certificado de buenas prácticas, 7) registro sanitario expedido por INVIMA y 8) Adjuntar declaración juramentada que certifique que el representante legal y la junta directiva no han sido hallados responsables por conductas ilegales que impliquen contrabando o adulteración de licores o adulteración de licores, ni la falsificación de sus marcas.	La reglamentación departamental se encuentra armonizada a lo dispuesto en la legislación nacional.

	“Por último, “el departamento solo podrá otorgar permisos cuando i) el productor cuente con certificado de buenas prácticas; el producto debe contar con registro sanitario expedido por INVIMA y iii) El solicitante deberá presentar declaración juramentada que certifique que el representante legal y la junta directiva no han sido hallados responsables por conductas ilegales que impliquen contrabando o adulteración de licores o adulteración de licores, ni la falsificación de sus marcas.”		
		(Art 14) acoge las reglas adicionales establecidas en el artículo 10 de la ley 1816 de 2016, las cuales son: A)Ser claro y no discriminatorio para todos los introductores; B) Obedecer la Constitución y las leyes vigentes que regulan la materia; C) Mantener la mismas condiciones para todo tipo de empresa; D) No podrá estableces cuota mínima o máxima de volumen de mercancía; E) No podrá establecer precio mínimo de venta; F) Debe ser solicitado por el representante legal de la persona que pretende la introducción; G) Indicar las marcas con las correspondientes unidades de medidas que se pretenden introducir.	

Situaciones fácticas para NO otorgar permisos de introducción	(Art. 10) A) El solicitante estuviese inhabilitado para contratar con el Estado; B) El solicitante hubiese sido condenado por algún delito; C) El solicitante se encuentra en mora en el pago de la participación o del impuesto al consumo, D) Se demuestra que el solicitante se encuentra inhabilitado por la autoridad competente por violaciones al régimen general o a las normas particulares de la protección de la competencia".	(Art 14) (…) El departamento no podrá otorgar permisos de introducción cuando: A) El solicitante estuviese inhabilitado para contratar con el Estado; B) El solicitante hubiese sido condenado por algún delito; C) El solicitante se encuentra en mora en el pago de la participación o del impuesto al consumo, D) Se demuestra que el solicitante se encuentra inhabilitado por la autoridad competente por violaciones al régimen general o a las normas particulares de la protección de la competencia	La reglamentación departamental se encuentra armonizada a lo dispuesto en la legislación nacional.
Seguimiento del ejercicio del monopolio	(Art. 11) Las asambleas se encuentras obligadas a hacer seguimiento permanente al ejercicio del monopolio, el Gobernador presentará anualmente un informe respecto del mismo.	(Art 23-B) Incorpora el artículo 11 de la ley 1816 de 2016	La reglamentación departamental se encuentra armonizada a lo dispuesto en la legislación nacional.
Revocatoria de permisos	(Art. 12) *1) Los titulares incumplan alguno de los requisitos que fueron exigidos para su otorgamiento, 2) cuando la SIC imponga una inhabilidad por práctica restrictiva de la competencia, 3) contrabando 4) Inconsistencia entre el contenido alcoholimétrico y lo previsto en la etiqueta 5) Cuando sea manifiesta a la Constitución o la ley, al interés público o cuando cause un agravio injustificado a una persona y 6) por razones de salud pública*	(Art 14-A) 1) Los titulares incumplan alguno de los requisitos que fueron exigidos para su otorgamiento, 2) cuando la SIC imponga una inhabilidad por práctica restrictiva de la competencia, 3) contrabando 4) Inconsistencia entre el contenido alcohol métrico y lo previsto en la etiqueta 5) Cuando sea manifiesta a la Constitución o la ley, al interés público o cuando cause un agravio injustificado a una persona y 6) por razones de salud pública	La reglamentación departamental se encuentra armonizada a lo dispuesto en la legislación nacional.

Rentas del monopolio	(Art. 13) Las rentas del monopolio son: 1) Participación que se causa sobre los licores destilados que se consuman en la respectiva jurisdicción, 2) La participación que se causa sobre el alcohol potable con destino a la fabricación de licores y, 3) Los derechos de explotación que se derivan del ejercicio del monopolio sobre la producción e introducción de licores destilados	(Art 12-A) incorpora el artículo 13 de la ley 1816 de 2016	La reglamentación departamental se encuentra armonizada a lo dispuesto en la legislación nacional.
Incompatibilidad entre Monopolio de licores e impuesto de licores, vinos y aperitivos.	(Art. 14) Los departamentos que ejerzan el monopolio de licores destilados, en lugar del impuesto al consumo establecido en la ley, tendrán derecho a percibir una participación sobre los productos objeto del monopolio que se consuman en su jurisdicción	(Art. 17) Por el ejercicio del monopolio, el Departamento del Quindío tendrá derecho a percibir una participación sobre los productos objeto del monopolio, la tarifa aplicable no podrá ser inferior a la tarifa del impuesto al consumo de licores, vinos y aperitivos.	La reglamentación departamental se encuentra armonizada a lo dispuesto en la legislación nacional.

Destinación	(Art. 16) La destinación del monopolio como arbitrio rentístico se dará de la siguiente forma: *1) 37% del monto total recaudado de las rentas del monopolio de licores se destinará a salud y 3% a deporte, 2) Conforme el artículo 336 de la Constitución Política, 51% del total recaudado de las rentas del monopolio de licores deberá destinarse a salud y educación y 3), de la totalidad de las rentas del monopolio de alcohol potable se destinará por lo menos el 51% a salud y educación y 10% al deporte"*	(Art 12-B) Incorpora el artículo 16 de la ley 1816 de 2016	La reglamentación departamental se encuentra armonizada a lo dispuesto en la legislación nacional.
Derechos de explotación por el ejercicio indirecto del monopolio de producción	(Art. 17) Los departamentos que ejerzan el monopolio percibirán derechos de explotación derivados de la autorización a terceros para la producción y/o introducción de licores destilados.	(Art 12-C) incorpora el artículo 17 de la ley 1816 de 2016, el cual establece que "Los departamentos percibirán derechos de explotación derivados de la autorización a terceros para la producción y/o introducción de licores destilados, teniendo de presente lo dispuesto en el artículo 8 de la misma ley. Por otro lado, los derechos de explotación de la introducción serán del 2% de las ventas anuales de licores introducidos."	La reglamentación departamental se encuentra armonizada a lo dispuesto en la legislación nacional.

Competencia y régimen sancionatorio	(Art. 27) Los departamentos estarán a cargo de la administración, determinación, discusión, cobro, devoluciones e imposición de sanciones en relación con la participación y derechos de explotación. Para la aplicación de sanciones se deberá seguir lo estipulado en el Estatuto Tributario Nacional.	(Art 24) La administración, determinación, discusión, cobro, devoluciones e imposición de sanciones en relación con la participación y los derechos de explotación de que trata la ley 1816 será competencia de la Dirección Tributaria de la Secretaría de Hacienda del Departamento del Quindío	La reglamentación departamental se encuentra armonizada a lo dispuesto en la legislación nacional.
Régimen Contractual para el ejercicio del monopolio	(Art. 29) La comercialización de licores obtenidos por una licorera oficial se hará de conformidad con el régimen contractual que le sea aplicable, para el caso concreto, el régimen de las empresas Industriales y Comerciales del Estado.	No se evidencia regulación expresa	No se presenta una regulación expresa en la Ordenanza 024 de 2005 respecto al régimen contractual para el ejercicio del monopolio
Formas de asociación	(Art. 31) El monopolio se podrá ejercer mediante esquemas de asociación entre departamentos y personas jurídicas privadas, que serán elegidas mediante licitación pública conforme el art. 8	No se evidencia regulación expresa	El departamento del Quindío no ha establecido regulación frente a las formas de asociación establecidas en la ley 1816 de 2016.

A partir del cuadro comparativo se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- La ordenanza 024 de 2005 con las modificaciones realizadas por la ordenanza 004 de 2017, adecuó e incorporó las nuevas reglas sustantivas establecidas dentro de la ley 1816 de 2016 en lo referente al monopolio de introducción y/o producción, razón por la cual es dable concluir que la normativa del Departamento del Quindío va acorde a lo establecido por la legislación nacional. Sin perjuicio de lo anterior, resultaría importante:

    - Que mediante Ordenanza se establezcan las reglas a las cuales debe sujetarse la administración departamental y los terceros interesados para el ejercicio del monopolio de producción indirecta de licores destilados a que se refiere el inciso segundo del artículo 7º de la Ley 1816 de 2016.

- Que se incorporen los principios del monopolio de licores y las formas de asociación, contenidas en los artículos 6 y 31 de la ley 1816 de 2016 respectivamente.

- Que se regulen la posibilidad de explotar el monopolio de licores a través de las formas de asociación establecidas en el artículo 31 conforme las necesidades del Departamento.

5. Implicaciones de la explotación del monopolio de producción a través de terceros

A continuación, se relacionan algunas implicaciones de la tercerización de la explotación del monopolio de producción de licores destilados:

5.1. A pesar de la tercerización del monopolio de producción, el departamento del Quindío puede explotar directamente el monopolio

El monopolio de producción tiene dos modalidades, directa e indirecta. La directa es la que ejerce el departamento por derecho propio sobre los productos respecto de los cuales ostente la titularidad de la propiedad industrial, que lo puede ejercer a través de su licorera, de maquila, concesión, o en asocio con otorgas entidades públicas y/o particulares; en este caso no se requiere licitación porque es el propio departamento ejerciendo la producción. La modalidad indirecta es la que permite a terceros producir en el departamento las marcas de propiedad de esos terceros, que es la que se hace a través de la licitación pública y subasta ascendente, licitación que se abre a decisión del departamento en cabeza del gobernador. En conclusión, son dos modalidades que no son excluyentes, sino que se completan.

5.2. El departamento del Quindío, aún después de la licitación para tercerizar, puede impulsar una nueva licitación y ampliar los actores – productores dentro del mercado

A pesar de que la Ley 1816 de 2016 no regula, expresamente, la posibilidad de que los departamentos después de una licitación para tercerizar, puede impulsar una nueva licitación y ampliar los actores – productores dentro del mercado, ni tampoco existe un decreto reglamentario que lo haga, puede decirse que ello dependerá de la regulación propia que haga el departamento respecto del ejercicio del monopolio de producción en la Modalidad indirecta. Lo anterior quiere decir que sí es posible pero dicha posibilidad debe ser expresamente planteada en la regulación del monopolio con el objetivo de que sea de público conocimiento y tenga efectos vinculantes cuando se haga.

5.3. Es posible que dentro de la licitación que abra el departamento del Quindío se identifique o deje por fuera algún licor destilado que no vaya a ser objeto de tercerización

Cómo el departamento goza de discrecionalidad para la apertura de licitaciones para producción indirecta, consecuentemente puede abrirlas para todos los licores destilados o solo para algunos de ellos. Sin embargo, es pertinente que ese tipo de reglas estén en la regulación del ejercicio del monopolio de producción en la modalidad indirecta.

5.4. Existen restricciones para que operaren respecto al monopolio de introducción

La restricción respecto a la introducción de licores destilados a las jurisdicciones departamentales, en ejercicio del monopolio, la establece la Ley 1816 de 2016; por lo que nos es competencia departamental establecerla. En este sentido, sólo podrán negarse permisos de introducción cuando no se cumplan los requisitos del numeral 1 del artículo 10 de la Ley 1816 de 2016, o cuando se incurra en alguna de las causales del numeral 2 del mismo artículo. Consistentemente, los permisos podrán revocarse en los casos del artículo 12 de esa misma ley.

6. Impactos de la inconstitucionalidad de la salvaguardia para la introducción de aguardiente nacional o extranjero en las jurisdicciones departamentales – Sentencia Corte Constitucional C-032/25

A continuación se identifican algunos impactos de la declaratoria de inconstitucionalidad de la salvaguardia para la introducción de aguardiente nacional o extranjero en las jurisdicciones departamentales que establecía el artículo 28 de la Ley 1816 de 2016, hecha mediante Sentencia C-032/25, sobre tal texto se presentan sus posibles impactos.

6.1. Impacto jurídico

Evidentemente el impacto jurídico se traduce en la eliminación de la facultad de los departamentos de negar permisos de introducción a los aguardientes, lo que, consecuentemente, significa que una vez cumplidos los requisitos de los artículos 9 y 10 de la Ley 1816 de 2016, se deben otorgar esos permisos a los aguardientes.

6.2. Implicaciones rentísticas

Rentísticamente podría esperarse que, al no permitirse la limitación al ingreso de otros aguardientes, se generarían valores adicionales por participación y derechos de explotación por la introducción (2% del valor de las ventas anuales). Lo anterior, claro, sin perjuicio del impacto sobre las utilidades, en el caso de que los departamentos exploran sus propias marcas de aguardientes.

6.3. Implicaciones al mercado

La implicación en el mercado dependerá de si el departamento tiene marca propia de aguardiente, caso en el cual deberá competir en igualdad de condiciones con los que ingresen al departamento.

6.4. Desaparición de reglas particulares monopólicas para el Aguardiente

Con la inexequibilidad de los incisos 1 y 2 del artículo 28 de la Ley 1816 de 2016 ya no existen reglas particulares para el aguardiente en materia de monopolio.

Lo anterior, sin perjuicio de que, en el caso del monopolio de producción indirecta, el departamento pueda abstenerse de abrir licitación para producción de aguardiente en su jurisdicción.

7. Contenido del proyecto de ordenanza por medio de la cual se regula el monopolio de producción indirecta de licores destilados en el marco de la Ley 1816 de 2016

En este apartado se presenta el proyecto de ordenanza a través del cual se establecen las reglas para la explotación del monopolio de licores destilados a través de terceros.

7.1. Parte del Considerando de la ordenanza por medio de la cual se regula el monopolio de producción indirecta de licores destilados en el marco de la Ley 1816 de 2016

El Considerando de la de la ordenanza por medio de la cual se regula el monopolio de producción indirecta de licores destilados en el marco de la Ley 1816 de 2016 quedaría así:

CONSIDERANDO

- *Que el numeral 1 del artículo 300 de la Constitución Política establece que corresponde a las asambleas departamentales "Reglamentar el ejercicio de las funciones y la prestación de los servicios a cargo del Departamento".*

- *Que de conformidad con el artículo 1 de la Ley 1816 de 2016 "El objeto del monopolio como arbitrio rentístico sobre los licores destilados es el de obtener recursos para los departamentos, con una finalidad social asociada a la financiación preferente de los servicios de educación y salud y al de garantizar la protección de la salud pública".*

- *Que el artículo 4 de la Ley 1816 de 2016 establece que "Las asambleas departamentales, por iniciativa del gobernador sustentada en un estudio de conveniencia económica y rentística, decidirán si ejercen o no el monopolio sobre la producción e introducción de los licores destilados, de acuerdo con las normas consignadas en la presente ley".*

- *Que de conformidad con la Estatuto Tributario Departamental - Ordenanza XXXX de XXXX el departamento de DEPARTAMENTO ejerce el monopolio de licores destilados y alcohol potable con destino a la fabricación de licores.*

- *Que conforme con el artículo 7 de la Ley 1816 de 2016, los departamentos en ejercicio del monopolio de licores destilados "podrán permitir temporalmente que la producción sea realizada por terceros mediante la suscripción de contratos adjudicados mediante licitación pública".*

- *Que el artículo 8 de la Ley 1816 de 2016 establece que "Los contratos se adjudicarán mediante licitación pública a iniciativa del Gobernador" mediante un "proceso de subasta ascendente sobre los derechos de explotación cuyo valor mínimo será fijado por la Asamblea" y que el "El proceso de licitación, las reglas para la celebración, ejecución y*

terminación de los contratos se sujetarán a las normas de la presente ley, sin perjuicio de las reglas generales previstas en las normas de contratación estatal vigentes".

- *Que en criterio de Colombia Compra Eficiente mediante Oficio Radicado 2201913000009359 del 17/12/2019, para la aplicación del artículo 8º de la Ley 1816 de 2016 "la competencia para determinar los asuntos consultados es del operador o destinatario de la norma, es decir, los departamentos, y son ellos los que deben, en virtud de su autonomía, dar aplicación a la norma para el ejercicio del monopolio de producción de licores destilados". Y que en esa línea "el artículo 8 de la Ley 1816 de 2016 no limitó el número de contratos que puede celebrar un departamento para la producción de licores destilados por parte de terceros, por lo que la cantidad de licitaciones y contratos que celebre dependen de su autonomía y de la forma como ejerza su monopolio, siempre dentro de los cauces que impone el régimen especial".*

7.2. Parte resolutiva de la ordenanza por medio de la cual se regula el monopolio de producción indirecta de licores destilados en el marco de la Ley 1816 de 2016

La parte resolutiva de la ordenanza por medio de la cual se regula el monopolio de producción indirecta de licores destilados en el marco de la Ley 1816 de 2016 podría quedar así:

ORDENANZA XXXXXXX
( )

Por medio de la cual se regula el monopolio de producción indirecta de licores destilados en el marco de la Ley 1816 de 2016

La asamblea departamental de XXXXXXXXXXX en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial las que le confieren el artículo 300 de la Constitución Política y los artículos 1, 4, 7 y 8 de la Ley 1816 de 2016, y

CONSIDERANDO

(…)

ORDENA:

Artículo 1º. Objeto. *El objeto de la presente Ordenanza es establecer las reglas a las cuales debe sujetarse la administración departamental y los terceros interesados para el ejercicio del monopolio de producción indirecta de licores destilados a que se refiere el inciso segundo del artículo 7º de la Ley 1816 de 2016.*

Artículo 2º. Modalidad de selección. *La modalidad de selección que se utilizará para la adjudicación de los contratos para la producción de licores destilados mediante terceros de que trata el inciso segundo del artículo 7º de la Ley 1816 de 2016, será la licitación pública.*

***Artículo 3º. Normatividad aplicable**. El proceso de licitación, las reglas para la celebración, ejecución y terminación de los contratos, deberán cumplir los principios de competencia, igualdad en el trato y en el acceso a mercados y no discriminación, para lo cual se sujetarán a las normas de la Ley 1816 de 2016, a las reglas generales previstas en las normas de contratación estatal vigentes, y las normas departamentales que regulan la materia.*

***Artículo 4º. Iniciativa.** La iniciativa para la apertura de licitaciones es potestativa y privativa del Gobernador; deberá ser pública y puesta en conocimiento de todos los interesados por medio de publicación en la página web del departamento y en un lugar visible de la Gobernación, con una antelación no menor a un (1) mes a la apertura de licitaciones.*

***Artículo 5º. Valor base de los derechos de explotación.** El valor base de los derechos de explotación para los términos del proceso de licitación al que se refiere el artículo 8º de la Ley 1816 de 2016, corresponderá al XX por ciento (XX%) sobre las ventas anuales del respectivo producto.*

***Artículo 6º. Productos a licitar.** Las licitaciones para el ejercicio del monopolio indirecto de producción a que se refiere el artículo 8º de la Ley 1816 de 2016, **se efectuarán sobre todos los tipos de producto incluidos en la categoría de licor destilado, a**plicando las definiciones establecidas en el parágrafo 3º del artículo 2º de la Ley 1816 de 2016 y en el Decreto 1686 de 2012.*

Los proponentes que resulten adjudicatarios podrán producir, durante el plazo del contrato, todos los licores destilados sobre los cuales ostenten la titularidad marcaria y cuenten con los correspondientes registros sanitarios.

***Parágrafo 1º.** Una vez se expida el reglamento a que hace referencia el parágrafo 2º del artículo 2º de la Ley 1816 de 2016, se aplicarán las definiciones en él establecidas.*

***Parágrafo 2º.** En ningún caso las licitaciones podrán hacerse sobre marcas, volúmenes o precios, ni sobre la naturaleza jurídica u origen de los oferentes.*

***Artículo 7º. Apertura de licitaciones.** La apertura de una licitación no impedirá la apertura de nuevas licitaciones. No obstante, entre una y otra licitación deberá mediar un término no inferior a un (1) año.*

***Parágrafo.** En el caso de apertura de nuevas licitaciones cuando medien contratos vigentes, el valor mínimo de derechos de explotación corresponderá al porcentaje pactado en dichos contratos. En caso contrario, el valor base de los derechos de explotación corresponderá al porcentaje determinado en el artículo 5º de la presente ordenanza.*

***Artículo 8º. Número de contratos a suscribir y número de adjudicatarios en el proceso de selección.** La administración departamental, dentro del proceso de licitación, definirá el número máximo de contratos a suscribir para la producción de licores destilados a través de terceros en la jurisdicción del departamento en el marco del artículo 8º de la Ley 1816 de 2016.*

En ese sentido, podrán ser adjudicatarios los proponentes que se ubiquen dentro de los primeros puestos del orden de elegibilidad hasta el número máximo de contratos a suscribir.

Parágrafo. *En el caso previsto en el presente artículo, la colusión debidamente probada será causal de terminación unilateral de los contratos suscritos con las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas que hayan participado en la ejecución de esa práctica. Lo anterior, sin perjuicio de la aplicación de las sanciones administrativas y penales en los términos de la Ley 155 de 1959, del Decreto 2153 de 1992 y del artículo 410 A de la Ley 599 de 2000.*

Artículo 9º. Determinación de derechos de explotación con múltiples adjudicatarios. *En caso de presentarse múltiples adjudicatarios, la Tarifa de los Derechos de Explotación (TDE) sobre la producción para todos los contratos que se adjudiquen corresponderá al porcentaje ofrecido por el adjudicatario que ocupó el primer puesto en el orden de elegibilidad.*

En ese caso, la administración departamental les otorgará a los proponentes que ocuparon el segundo y siguientes puestos de elegibilidad un plazo de tres (3) días hábiles para decidir y manifestar si se adhieren a la Tarifa de los Derechos de Explotación (TDE) sobre la producción resultante del procedimiento aquí previsto.

Dicha manifestación de adhesión debe ser expresa y sin establecer condicionamiento alguno. Las propuestas de los proponentes que no se adhieran en la forma señalada, serán objeto de rechazo.

Parágrafo. *En los eventos en los que exista un único proponente la Tarifa de los Derechos de Explotación (TDE) será la propuesta por éste, sin que la administración Departamental deba realizar procesos de ajuste.*

Artículo 10º. Autorización para contratar. *Autorícese al Gobernador del departamento de XXXXXXXX para celebrar los contratos para la producción de licores destilados en jurisdicción del departamento de XXXXXXXX que se adjudiquen mediante licitación pública en los términos del artículo 8 de la Ley 1816 de 2016, y de la presente Ordenanza.*

Parágrafo. *La competencia para celebrar los contratos a que se refiere este artículo podrá ser delegada en el Secretario de Despacho que el Gobernador designe, en los términos de los artículos 9º, 10º y 11º de la Ley 489 de 1998.*

Artículo 11º. Duración de los contratos. *Los contratos que se celebren en el marco del artículo 8º de la Ley 1816 de 2016 y de la presente Ordenanza, tendrán una duración de diez (10) años, y podrán ser prorrogados por una vez y hasta por la mitad del tiempo inicial, manteniendo los derechos de explotación resultantes del proceso licitatorio del contrato inicial. En ningún caso habrá prórrogas automáticas ni gratuitas.*

Artículo 12º. Periodicidad, causación, declaración y pago de los Derechos de explotación. *Los derechos de explotación tendrán una periodicidad anual; se causarán al momento de la venta efectiva del producto; se liquidarán a 31 de diciembre de cada año, y se declararán y pagarán ante el departamento de XXXXXXXX a más tardar a 31 de enero del año siguiente en los formularios establecidos por la Federación Nacional de Departamentos.*

El responsable de las obligaciones de declaración y pago de los derechos de explotación derivados del ejercicio del monopolio de producción será la persona de derecho público o privado con la cual el departamento haya suscrito el contrato para la producción de licores destilados.

Parágrafo 1º. *Para los efectos del presente artículo por venta se entiende el traspaso del producto a cambio del pago pago en dinero en los términos del artículo 905 del Código de Comercio. En consecuencia, siempre que los productos destinados a degustaciones, promociones, publicidad y mercadeo no se entreguen a cambio de un precio en dinero no se generan derechos de explotación.*

Parágrafo 2º. *Los derechos de explotación en la producción se calcularán por la totalidad de los productos vendidos, indistintamente del lugar de la venta, sobre el ingreso efectivamente percibido para el productor derivado de la venta de los productos sujetos al monopolio, sin incluir la participación ni el IVA.*

Artículo 13º. Suscripción de nuevos contratos para el ejercicio del monopolio de producción indirecta de licores destilados a que se refiere el inciso segundo del artículo 7º de la Ley 1816 de 2016.

Con motivo de la suscripción de contratos con terceros para el ejercicio del monopolio de producción indirecta de licores destilados a que se refiere el inciso segundo del artículo 7º de la Ley 1816 de 2016, no se restringe la posibilidad de que el departamento del Quindío pueda suscribir unos nuevos con ese mismo objeto.

Artículo 14. Explotación directa del monopolio de producción de licores por parte del departamento del Quindío.

Con motivo de la suscripción de contratos con terceros para el ejercicio del monopolio de producción indirecta de licores destilados a que se refiere el inciso segundo del artículo 7º de la Ley 1816 de 2016, no se restringe la posibilidad de que el departamento del Quindío pueda explotar directamente el monopolio de producción de licores.

Artículo 15º. Vigencia y derogatorias. *La presente ordenanza rige a partir de su publicación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.*

Publíquese y cúmplase.

Dada en -– Armenia, Quindío a los XX del mes de XXXX

2025

VALOR MÍNIMO DE EXPLOTACIÓN

FASE 8

GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA INSTALAR NUEVAS FÁBRICAS DE LICOR DESTILADO EN LA JURISDICCIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO | UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Tabla de contenido

Análisis valor mínimo de explotación 3

1. **Aspectos metodológicos** 4
2. **Contexto de país y de mercado** 5
3. **Percepciones y hábitos de consumo en el Departamento del Quindío** 12
4. **Modelación de derechos de explotación** 18
5. **Inversión estimada** 20
   - 5.1. **Inversión fábrica pequeña** 21
   - 5.2. **Inversión fábrica mediana** 21
   - 5.3. **Inversión fábrica grande** 22
6. **Número de cupos recomendado** 23
   - **Caso 1:** 24
   - **Caso 2:** 24
   - **Caso 3:** 25
7. **Síntesis de Escenarios Simulados** 26

GMIA
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
Facultad de Ciencias Económicas
QUINDIO

Objetivo: Realizar el análisis de conveniencia económica en el que se defina el valor mínimo por concepto de derechos de explotación que se exigirá para el ejercicio del monopolio como arbitrio rentístico sobre la producción de licores destilados, en el departamento del Quindío, conforme a los descrito en las especificaciones técnicas.

Análisis valor mínimo de explotación[i]

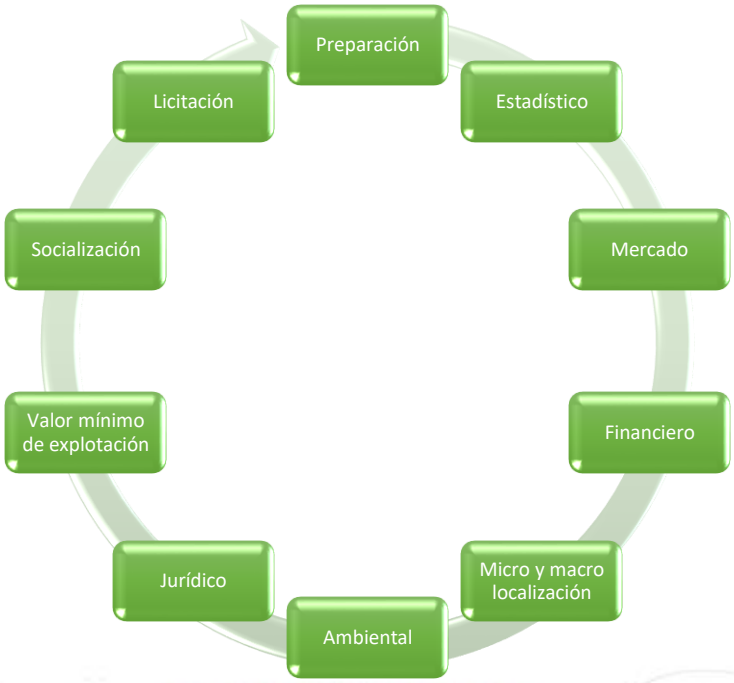
La determinación del valor mínimo de explotación para el monopolio de los licores con graduación mayor al 15%, se fundamenta en la necesidad imperante del Departamento del Quindío de realizar un estudio de factibilidad para instalar nuevas fábricas de licor destilado en la jurisdicción del departamento del Quindío. En este entendido, el estudio de factibilidad se soporta en la ley 1816 de 2016 que reza en su **ARTÍCULO 8 que** ***los contratos se adjudicarán mediante licitación pública a iniciativa del Gobernador. La entidad estatal deberá utilizar un procedimiento de subasta ascendente sobre los derechos de explotación cuyo valor mínimo será fijado por la Asamblea, conforme se establece en este mismo artículo***. Así mismo agrega, que el proceso de licitación, las reglas para la celebración, ejecución y terminación de los contratos se sujetarán a las normas de la ley 1816, sin perjuicio de las reglas generales previstas en las normas de contratación estatal vigentes.

Adicionalmente, plantea que **el valor mínimo de los derechos de explotación**, para los términos del proceso de licitación al que se refiere el artículo 8 de la ley 1816 será definido por la Asamblea como un porcentaje mínimo sobre las ventas, igual para todos los productos, que no podrá depender de volúmenes, precios, marcas o tipos de producto. Dicho valor, debe estar soportado por un estudio técnico que verifique su idoneidad y compatibilidad con los principios del artículo 6 de la ley 1816. Es importante señalar que los contratos de producción que surjan fruto de la licitación tendrán una duración de entre cinco (5) y diez (10) años. Estos podrán prorrogarse por una vez y hasta por la mitad del tiempo inicial, caso en el cual el contratista continuará remunerando al departamento los derechos de explotación resultantes del proceso licitatorio del contrato inicial. Así mismo, las prórrogas no podrán ser ni automáticas ni gratuitas. Todo ello en un proceso de adjudicación de los contratos cumpliendo los principios de competencia, igualdad en el trato y en el acceso a mercados, y no discriminación, de conformidad con las reglas definidas según la ley mencionada.

En este sentido, el objetivo de este documento es entregar los insumos necesarios tanto al Departamento del Quindío como a su Asamblea Departamental para avanzar en el establecimiento del valor mínimo de los derechos de explotación y del proceso licitatorio.

Es importante mencionar que este texto se complementa del resto de fases que integran el estudio de factibilidad contratado por el Departamento del Quindío con la Universidad de Antioquia, las cuales se ilustran en el siguiente gráfico:

Las fases constitutivas para determinar el valor mínimo son las siguientes:



Fuente: *construcción propia con información del convenio*

1. Aspectos metodológicos

Para determinar el valor mínimo de los derechos de explotación en ejercicio del monopolio como arbitrio rentístico sobre la producción de licores destilados en el Departamento del Quindío se consideraron diferentes aspectos como los que se mencionan a continuación: los fallos de la corte constitucional, el impacto en el recaudo del departamento, factores competitivos de la región, perspectivas de crecimiento del mercado local, nacional y global (en especial en lo relacionado con el Aguardiente de graduación inferior a 29°), simulaciones financieras de plantas productoras de licores, competencia interna de mercado, entre otros.

En lo que se refiere a La Corte Constitucional mediante Sentencia C-032/25 (4 de febrero de 2025) emitió fallo y declaró inexequible la facultad que el artículo 28 de la ley del monopolio de licores (ley 1816 de 2016) concedía a los Departamentos para suspender la expedición de permisos de introducción de aguardientes en sus jurisdicciones. Al respecto del fallo el equipo de investigaciones económicas de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras – ANIF - sostiene que “la eliminación de barreras podría incentivar la inversión, diversificar la oferta, aumentar la innovación” es especialmente importante para el objeto del estudio cálculos preliminares que ha realizado ANIF donde estiman que la apertura del mercado podría aumentar el recaudo mediante impuestos al consumo y derechos de explotación, además de la captura de rentas del contrabando. Finalmente,

resaltan que, aunque implica retos fiscales de corto plazo para algunos departamentos, también abre nuevas oportunidades de crecimiento económico y fortalecimiento institucional.

En este entendido, los análisis del estudio de factibilidad esta apertura del mercado generará una mayor oferta para los consumidores, mayor competencia, afectación en las finanzas departamentales que mantenían sus mercados cerrados y definitivamente se reconfigura el mercado marcando una nueva adaptación de las licoreras.

Asimismo, este fallo de la Corte Constitucional representa una apertura en el mercado de aguardiente a la libre competencia que beneficia a los consumidores con una mayor oferta y habilita un nuevo escenario para las licoreras departamentales y particularmente para la entrega de derechos de explotación.

Otro aspecto necesario para considerar es que los mecanismos del **monopolio rentístico de los licores en Colombia por parte de los departamentos** establecidos por la ley 1816 son en esencia dos:

Monopolio a la introducción (art 9 al 12 de la ley 1816 de 2016): Toda empresa que introduzca licor con una graduación mayor a 15% a un departamento que no sea el de su origen2 debe pagar un 2% por los derechos de introducción.

Monopolio a la producción (art 7 y 8 de la ley 1816 de 2016): Se puede producir licor con una empresa o marca propiedad de los departamentos o permitirla producción a uno o varios terceros dentro del departamento mediante una subasta ascendente por licitación.

Para ejecutar estos mecanismos de introducción y producción de licores los departamentos cuentan con las siguientes herramientas:

- **Introducción de licores**: mediante el otorgamiento de los permisos
- **Producción Directa:** mediante una empresa de propiedad del departamento
- **Producción Indirecta:** el departamento mediante proceso de subasta ascendente previa fijación del valor mínimo de explotación por parte de la asamblea departamental otorga derechos de producción de licores en el departamento por un periodo de 5 o 10 años con posibilidad de una prórroga de la mitad del tiempo del que se haya otorgado en la licitación.

Vale la pena resaltar que, aunque se mencionan las diferentes maneras de ejercer el monopolio rentístico, este documento se elabora exclusivamente considerando la posibilidad de definir el valor mínimo de explotación y la cantidad de cupos a licitar en el marco del ejercicio del monopolio mediante la producción indirecta, es decir, permitiendo la producción de terceros al interior del departamento del Quindío.

2. Contexto de país y de mercado

La industria de bebidas alcohólicas en Colombia enfrentó importantes retos en la década que va de 2015 a 2024. Se dieron cambios normativos que introdujeron modificaciones sustanciales en el impuesto al consumo de las bebidas alcohólicas, con la promulgación de la ley 1816 de 2016.

Además, en el año 2020 los efectos de la pandemia del COVID-19 llevaron a una caída en el consumo de bebidas alcohólicas.

Entre los años 2015 y 2019 el sector de las bebidas alcohólicas en Colombia mostró un comportamiento destacado con un crecimiento del 12.1% en litros y un 41.1% en valor. En el año 2015 el mercado de bebidas alcohólicas en Colombia tuvo un valor de $23.4 billones mientras que en el 2019 fue de $33 billones. Según datos de la consultora Euromonitor International en informe de bebidas alcohólicas para el mercado colombiano de mayo de 2021.

Para el año 2020, según datos de Euromonitor International, el mercado de bebidas alcohólicas en Colombia sufrió una fuerte contracción por los efectos de las medidas para combatir la epidemia del COVID-19. En el año 2020 la venta de bebidas alcohólicas, medida por litros, se redujo en un 7.2% frente a 2019 y un 17.3% en valor, al pasar de $33 billones en 2019 a $27.3 billones en 2020.

Entre los principales factores que afectaron el consumo en el 2020, se identifican los siguientes:

- Restricciones de movilidad y cierre de establecimientos:

Las medidas implementadas para frenar la propagación del COVID-19 incluyeron toques de queda, restricciones de movilidad y el cierre de bares, discotecas, restaurantes y otros establecimientos. Esto derivó en una disminución drástica en el consumo fuera del hogar, especialmente en categorías como cerveza, licores y RTDs.

- Reducción en el consumo social:

El consumo de alcohol en Colombia está relacionado con eventos sociales y reuniones, que en 2020 fueron significativamente limitados debido a las medidas de distanciamiento social. Con el cierre de bares y el distanciamiento social, las personas vieron limitadas las reuniones, llevando a una disminución en la demanda, particularmente de bebidas alcohólicas que se consumen en grupos, como la cerveza, el aguardiente y ron.

- Cambios en el comportamiento de compra:

El comportamiento del consumidor también cambió en 2020, con un aumento de las compras de alcohol para consumo en casa. Sin embargo, a pesar del incremento en el consumo doméstico, el hecho de que las personas no pudieran socializar de manera habitual y la incertidumbre económica redujeron el gasto general en estos productos.

- Disminución de ingresos y aumento del desempleo:

La crisis económica derivada de la pandemia afectó gravemente a muchos hogares en Colombia, lo que se tradujo reducción del poder adquisitivo. Muchas personas priorizaron hacia gastos esenciales, llevando a una disminución en el consumo de productos no esenciales, como las bebidas alcohólicas.

- Cambios en la oferta y distribución:

La industria de bebidas alcohólicas también se vio afectada por la interrupción de la cadena de suministro y los cambios en los canales de distribución, las empresas tuvieron que adaptarse a

nuevas formas de venta, como el comercio electrónico y la venta a través de tiendas físicas, lo cual no compensó completamente la caída en la demanda de consumo en establecimientos.

En el mercado de las bebidas alcohólicas en Colombia, participan las licoreras oficiales o departamentales, principalmente en el segmento de los espirituosos, con la producción de aguardiente y ron. En el periodo 2015-2020, el volumen de producción de estas licoreras fluctuó de manera considerable, pasando de un máximo de unidades de 116.2 millones de botellas de 750 ml, en 2016 a 54.1 millones de unidades. Esta es una reducción del 53.7%, para el año 2020 la contracción que mostraban estos productores se acentuó por los efectos de las medidas del COVID-19 con los impactos ya conocidos en la industria.

Licorera	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Fábrica de Licores de Antioquia	40,5	57,5	58,7	55,8	37,9	17
Industria Licorera de Caldas	18,1	22,9	23,2	23,7	25,3	22,7
Empresa de Licores de Cundinamarca	19,9	21,6	18	14,9	14,8	4,5
Industria de Licores del Valle	2,9	9,1	4,7	7,8	5,7	4,8
Otras licoreras oficiales	8	5,1	5,7	5,9	5,9	5,1
Total, general	**89,4**	**116,2**	**110,3**	**108,1**	**89,5**	**54,1**

Fuente: ACIL, cifras en millones bot 750 ml

Los datos reportados por la Asociación Colombiana de Industrias Licoreras, para el periodo 2015-2020, son coherentes con la contracción mostrada por el segmento de espirituosos, en el estudio de la consultora Euromonitor International. La cual proyectaba, una reducción en la participación del ron y el aguardiente en el total del volumen de venta del segmento espirituosos, del 67.8% en 2020 a 55.1% para el 2025.

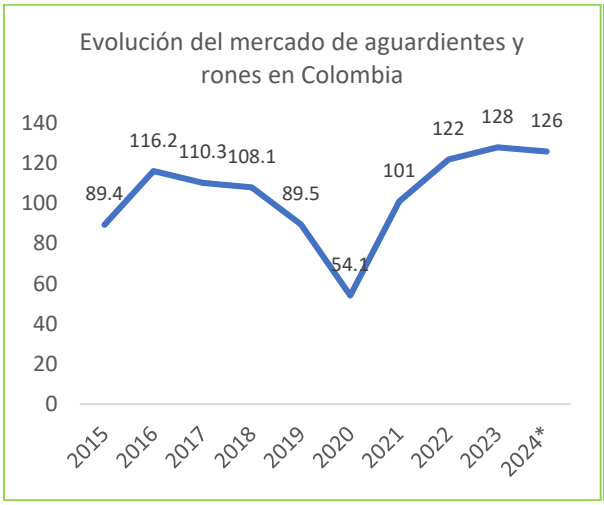
Sin embargo, el comportamiento del mercado de las bebidas espirituosas en el periodo post COVID-19, se mostró particularmente favorable, para las ventas del ron y el aguardiente.

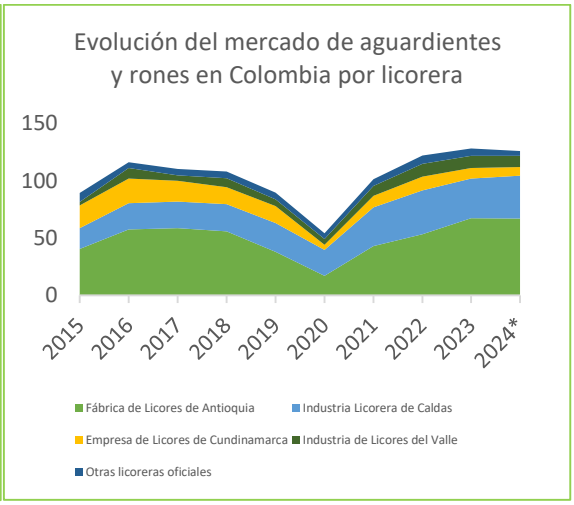
Licorera	2021	2022	2023	2024[1]
Fábrica de Licores de Antioquia	43	53,3	67,3	66,9
Industria Licorera de Caldas	33,8	38,3	34,7	37,5
Empresa de Licores de Cundinamarca	10	11,9	9,1	7,4
Industria de Licores del Valle	8,6	11,2	10,5	9,8
Otras licoreras oficiales	5,8	7,2	6,4	4,4
Total general	**101**	**122**	**128**	**126**

Fuente: ACIL, cifras en millones bot 750 ml

En términos consolidados el siguiente gráfico permite observar cómo se dio una franca recuperación del mercado de aguardientes y rones en el país en el periodo post-pandemia que permite intuir unas perspectivas positivas para el mercado de bebidas espirituosas en el mediano y largo plazo.

[1] *Notas estados financieros 2024*

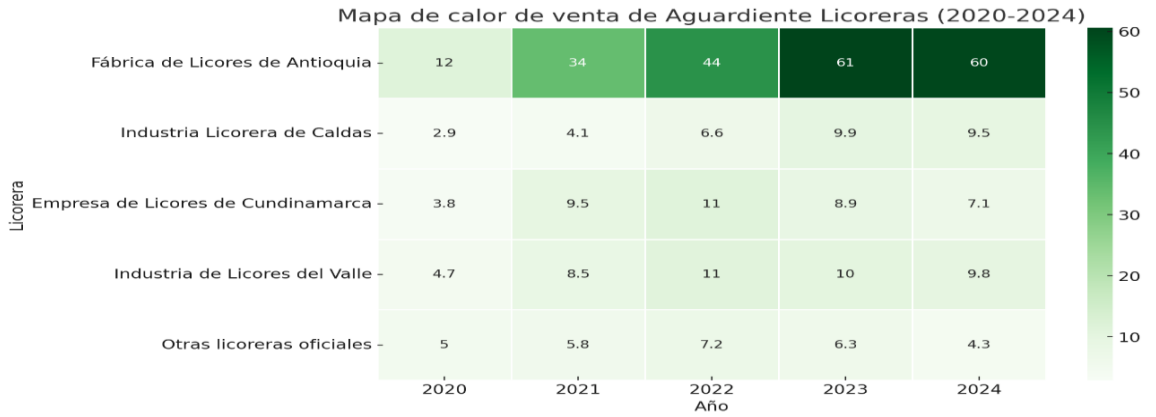




Este comportamiento heterogéneo en las ventas de licores en el país se refleja también en las fluctuaciones en términos de participación del mercado de cada una de las empresas, mostrando que son las empresas grandes las que tienen mayores fluctuaciones en términos de participación del mercado y las más pequeñas en promedio tienen una desviación estándar en sus participaciones entre el 1.9% y el 2%, para un consolidado del mercado del 4.7%. Esto quiere decir, que en promedio cada año las participaciones del mercado se mueven un 4.7% que representa la oportunidad para que nuevas empresas se apoderen de este share de mercado. Este dato será fundamental para elegir la cantidad de cupos que se pueden otorgar en el proceso licitatorio dependiendo del tamaño de las empresas que participen.

Licorera	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Desviación Estándar
Fábrica de Licores de Antioquia	45,3%	49,5%	53,2%	51,6%	42,3%	31,4%	42,6%	43,7%	52,6%	53,1%	6,9%
Industria Licorera de Caldas	20,2%	19,7%	21,0%	21,9%	28,3%	42,0%	33,5%	31,4%	27,1%	29,8%	7,1%
Empresa de Licores de Cundinamarca	22,3%	18,6%	16,3%	13,8%	16,5%	8,3%	9,9%	9,8%	7,1%	5,9%	5,5%
Industria de Licores del Valle	3,2%	7,8%	4,3%	7,2%	6,4%	8,9%	8,5%	9,2%	8,2%	7,8%	2,0%
Otras licoreras oficiales	8,9%	4,4%	5,2%	5,5%	6,6%	9,4%	5,7%	5,9%	5,0%	3,5%	1,9%
										TOTAL	**4,7%**

Adicionalmente, se puede observar que las licoreras departamentales, a partir del 2021 muestran una recuperación destacada en sus ventas, superando el año 2016 el cual fue el mejor registro para el quinquenio anterior con 116,2 millones de unidades de 750 ml. En el año 2023, las ventas del grupo de licoreras departamentales alcanzaron los 128,1 millones de unidades de 750 ml.



Fuente: elaboración propia, datos ACIL

La categoría del aguardiente, impulsado por mayores ventas de la Fábrica de Licores de Antioquia específicamente con el aguardiente Antioqueño 24°, explica en gran medida el crecimiento, ganando una porción importante del mercado frente al whisky y el ron.

En el departamento del Quindío se observa una evolución dispar del consumo de licores según el origen de estos. Si bien el consumo de licores importados tuvo una tendencia al alza para buena parte del período analizado, a partir del año 2022 se observa un quiebre en el comportamiento, mientras que el consumo de licores nacionales se acentúa en su dinámica alcista en períodos recientes. Es importante destacar antes de 2020 el consumo de licores nacionales en el departamento venía cayendo, pero a partir de ese período comienza una dinámica de recuperación y crecimiento que supera las cantidades observadas antes de la caída.

Las decisiones de consumo en los años post pandemia han estado influenciadas, en Colombia, por las condiciones económicas principalmente de los últimos dos años, donde el crecimiento económico ha sido inferior a las expectativas del mercado. En el año 2023 el PIB fue del 0.7%, mientras que en al año 2024 registró un 1.7%.

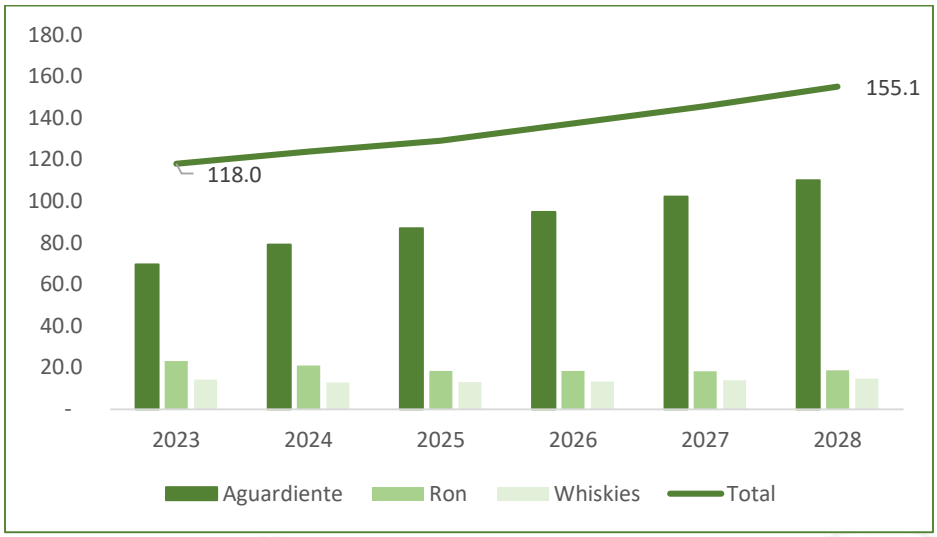
Estas condiciones económicas han generado un deterioro en la renta disponible de los hogares, desacelerando la tendencia de premiumización que se observó en años anteriores, además impactó la demanda de bebidas espirituosas como el ron y el whisky.

El aguardiente está capitalizando este cambio en los hábitos, los adultos jóvenes están eligiendo bebidas más suaves y menor contenido de alcohol. Esto explica el éxito de productos como el Aguardiente Antioqueño 24°, de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia y el Aguardiente Amarillo de Manzanares 24°, de la Industria de Licores de Caldas. Igualmente, otras licoreras como la Industria de Licores de Cundinamarca, la Industria Licorera del Valle y la Fábrica de Licores del Tolima, han lanzado productos en la categoría de aguardiente con sabores suaves, de colores y menor graduación de alcohol.

La tendencia de menores grados de alcohol y productos más atractivos para el consumidor se ha dinamizado con los Ready To Drink -RTD. A este mercado ingresó, en el año 2023, Quala con la marca Like (4% alcohol), ha mostrado un crecimiento acelerado en los RTD, ofreciendo un precio bajo y con una fuerte presencia en el canal moderno.

La consultora Euromonitor International, en su informe de junio del 2024, estima que para el 2028, las ventas en millones de litros en la categoría de los espirituosos, siga liderada por el aguardiente, pasando de una participación del 59% en el 2023 al 71% en el 2028. Ganando participación frente al Ron y el whisky, se estima que estos pierdan 7,6 y 2,6 puntos porcentuales respectivamente (Ver gráfico).

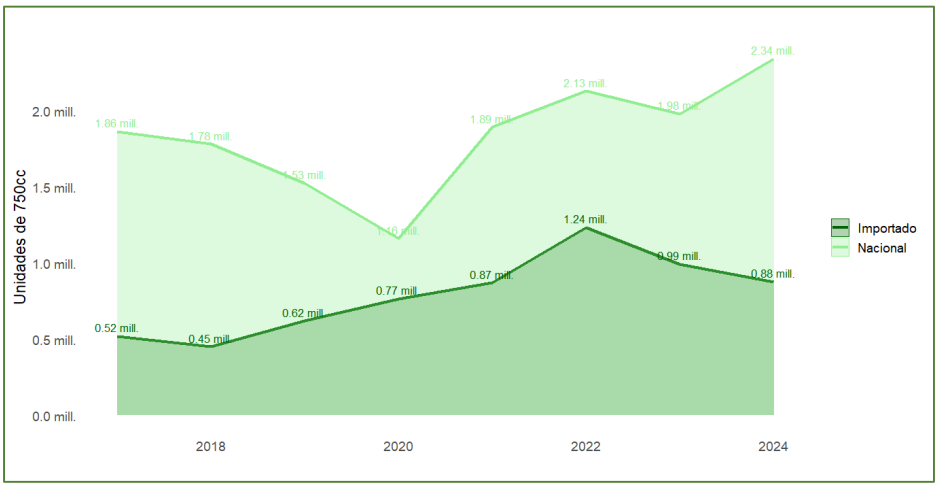
Gráfico 1 *Crecimiento estimado de las bebidas espirituosas 2023-2028 en millones de litros*



Fuente*: Elaboración propia con datos de Euromonitor International 2024*

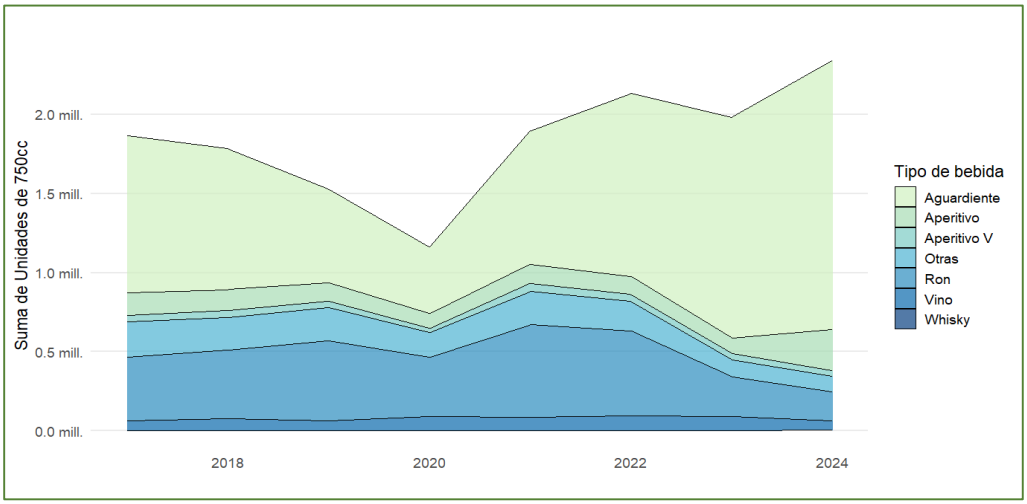
Al desagregar la dinámica de consumo de los licores nacionales e importados, es evidente que, en el caso del consumo de licores de origen nacional, la dinámica del aguardiente es la que domina el comportamiento observado a nivel agregado. De hecho, a partir de 2020 es el único renglón que parece mostrar una dinámica favorable de crecimiento, al tiempo que se observa un marcado retroceso en el consumo de vino. Del lado de los importados, hay una participación importante del consumo de vinos, con niveles generales de participación de los distintos rubros bastante estable a lo largo del tiempo, con caídas generalizadas en el consumo de licores importados.

Gráfico 2 *Ventas de licores en el departamento del Quindío según origen*



Fuente: *elaboración propia con datos de Infoconsumo*

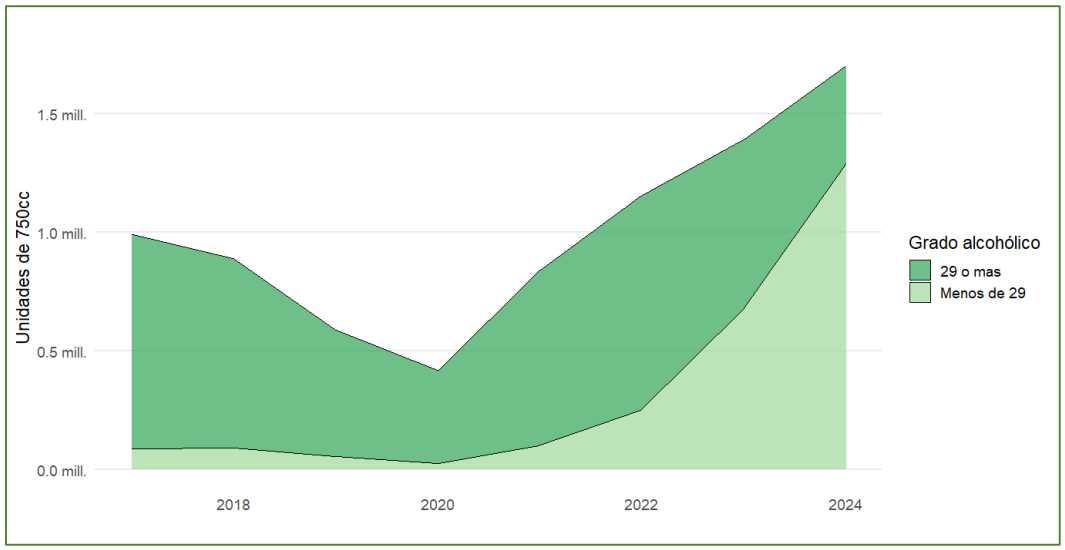
Gráfico 3 *Ventas de licores en el departamento del Quindío según tipo - Nacional*



Fuente: *elaboración propia con datos de Infoconsumo*

Una mirada particular centrada específicamente en el caso del Aguardiente muestra que, en el departamento del Quindío y en línea con la tendencia general en el mercado de licores a nivel nacional y global, gana terreno el consumo de aguardientes de bajo grado alcohólico, al tiempo que retrocede el consumo de aguardientes de 29° o más. El crecimiento en el consumo de aguardientes de bajo contenido de alcohol es tan marcado que compensa la caída del consumo de aguardientes de mayor graduación y jalona el crecimiento agregado de esta variedad de bebida.

Gráfico 4 *Ventas de aguardiente en el departamento del Quindío según grados – Nacional*



Fuente: *elaboración propia con datos de Infoconsumo*

3. Percepciones y hábitos de consumo en el Departamento del Quindío

En términos de los hábitos de consumo uno de los primeros aspectos a analizar corresponde a la frecuencia con la que se consume licor en el departamento del Quindío.

De acuerdo con la información levantada mediante encuestas en la fase 2[2] del presente proyecto, al observar los resultados consolidados se puede indicar que la mayoría de los encuestados consume licor de 1 a 3 veces al mes (42.2%), un 10.9% consume al menos dos veces en el año, y un 25.8% consume tan solo una vez al año. Adicionalmente, un 8.2% reporta que nunca consumen licor.

Además de lo anterior, es importante mencionar que se observan diferencias estadísticamente significativas en las frecuencias de consumo para hombres y mujeres, indicando que los hombres suelen consumir con mayor frecuencia licor que las mujeres del departamento.

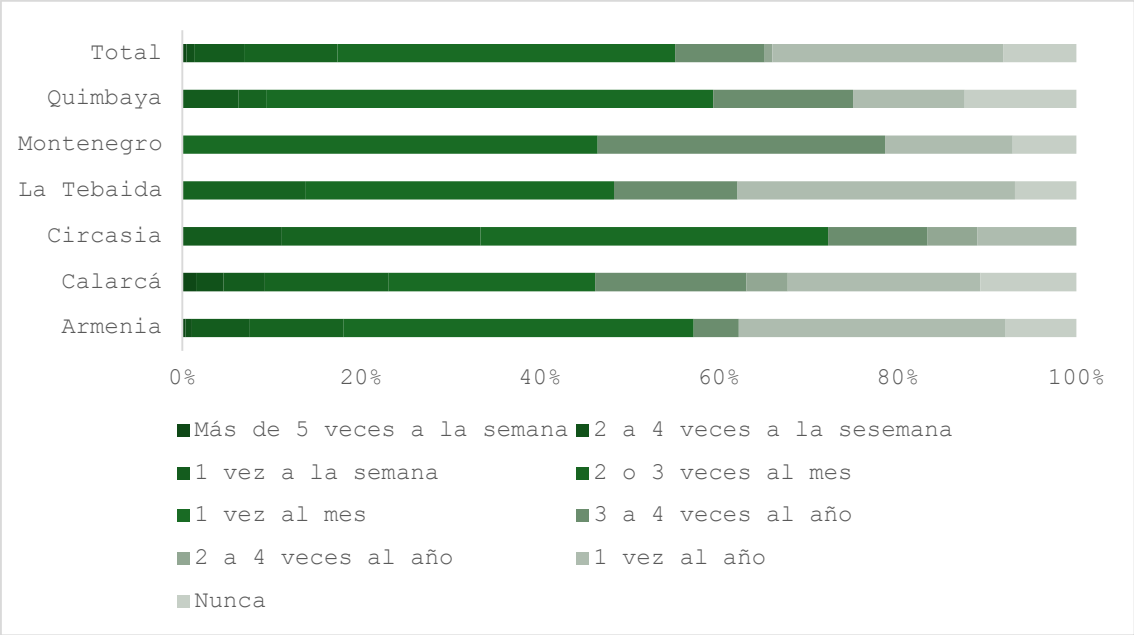
Frecuencia de consumo de licores	Hombre	Mujer	Total
Más de 5 veces a la semana	0.7%	0.0%	0.4%
2 a 4 veces a la semana	1.4%	0.0%	0.9%
1 vez a la semana	8.1%	1.2%	5.6%
2 o 3 veces al mes	13.1%	6.0%	10.4%
1 vez al mes	40.3%	33.5%	37.8%
3 a 4 veces al año	8.8%	12.0%	10.0%
2 a 4 veces al año	0.0%	2.4%	0.9%
1 vez al año	21.6%	32.9%	25.8%
Nunca	6.0%	12.0%	8.2%
Total	**100.0%**	**100.0%**	**100.0%**

Pearson chi2(8) = 36.5763 Pr = 0.000

De una manera más didáctica la siguiente gráfica permite observar que los municipios en los que se consumen licores con mayores frecuencias son Circasia, Montenegro y Quimbaya, mientras que la población de La Tebaida es la que presenta menores frecuencias de consumo de licores. No obstante, de manera paradójica, en Quimbaya también se presenta el mayor porcentaje de personas que nunca consumen licor.

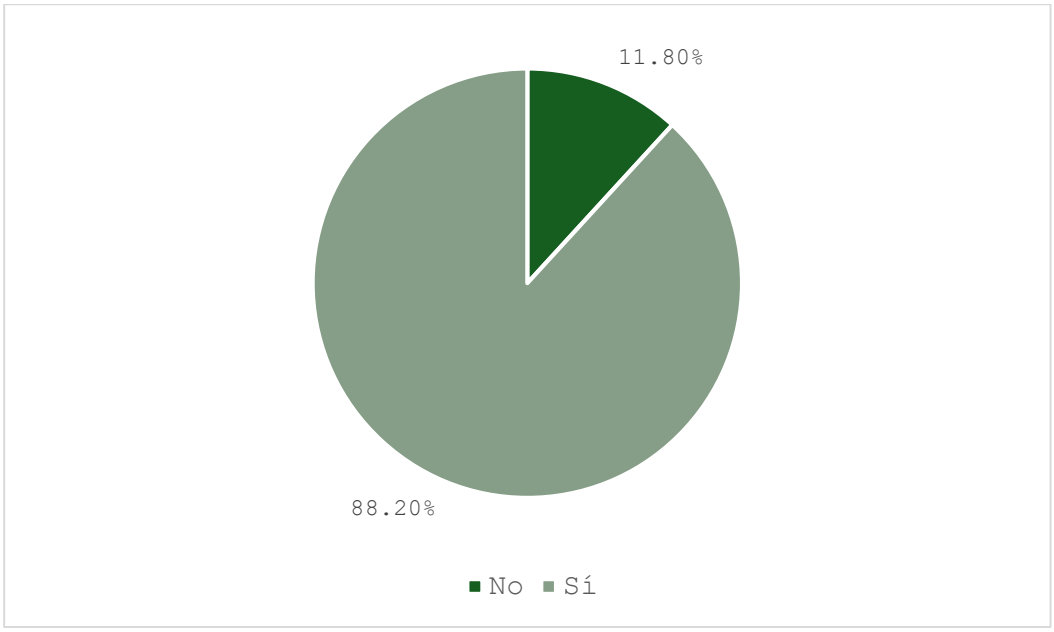
[2] En esta fase se encuestó a 450 personas mayores de edad distribuidas entre los municipios del Departamento del Quindío con una representatividad del 95% y un margen de error del 5%.

Gráfico 5 *Frecuencia en el consumo de licores por municipio*



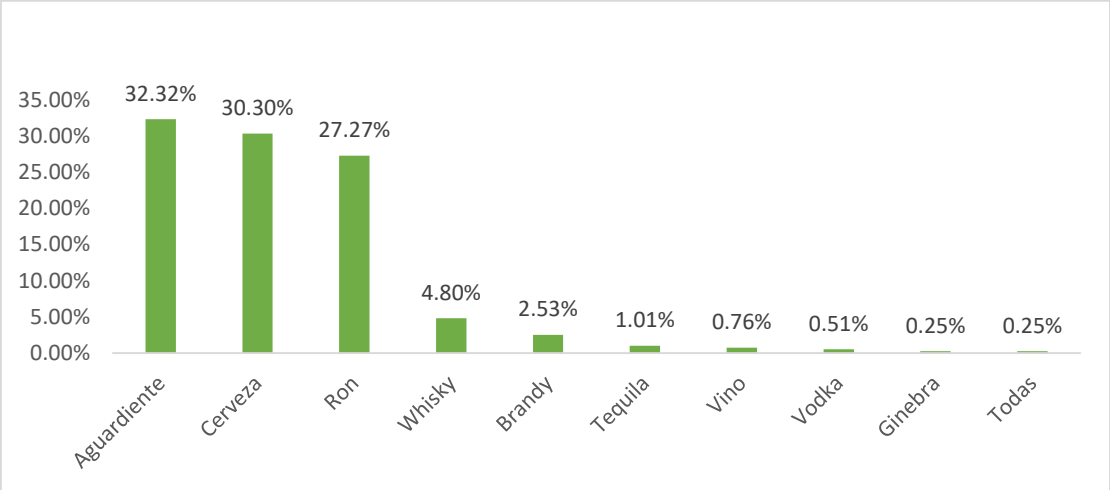
Las estadísticas anteriores alrededor de frecuencias de consumo se complementan con el hecho de haber consumido o no licor al menos una vez en los últimos 3 meses. De acuerdo con las respuestas de la población encuestada un 88.2% manifestó haber consumido en este periodo de tiempo algún licor, mientras que un 11.8% indica no haberlo hecho. Esto sin duda presenta datos interesantes alrededor del potencial tamaño del mercado en el departamento.

Gráfico 6 *¿Ha consumo licor en los últimos 3 meses?*



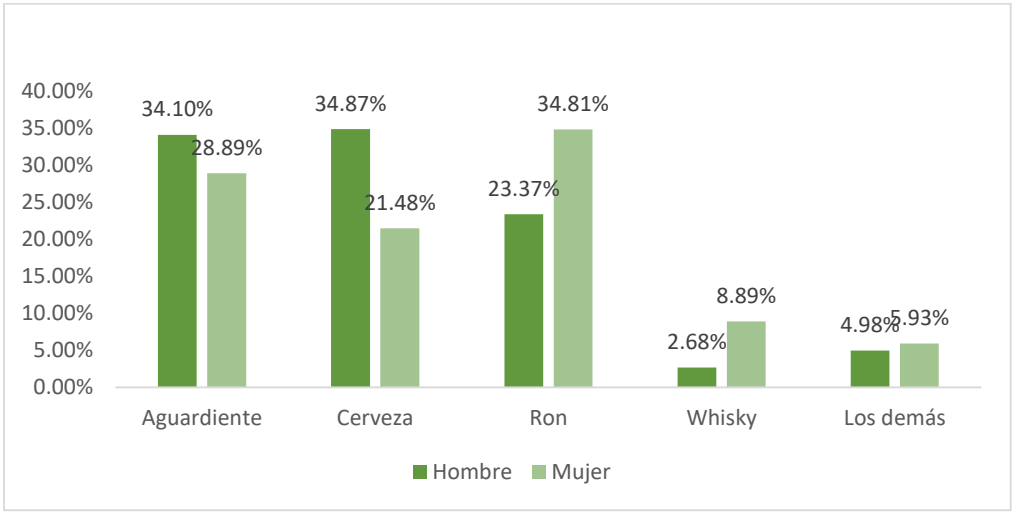
En cuanto a la información obtenida en el departamento alrededor de preferencias sobre algún tipo específico de licor se encuentra que los licores que consumen con mayor frecuencia son en su orden: aguardiente (32.32%), cerveza (30.3$) y ron (27.27%) sumando entre estos tres, alrededor del 90% del consumo.

Gráfico 7 *¿Cuál es el licor que consume con mayor frecuencia?*



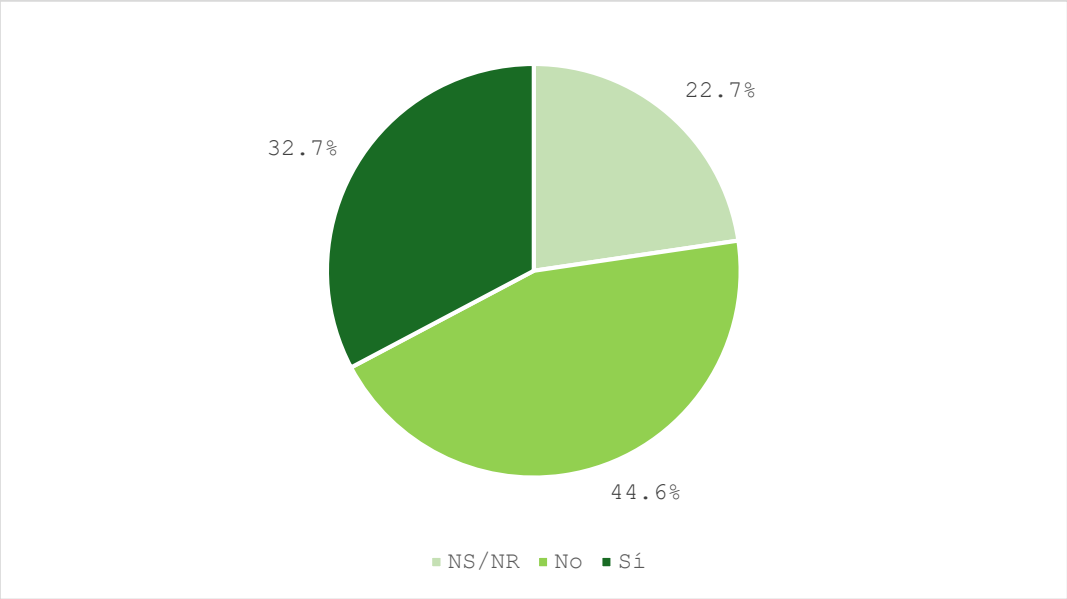
No obstante, se observan diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres, reflejando una mayor preferencia de las mujeres por el ron sobre el aguardiente y la cerveza.

Gráfico 8 *¿Cuál es el licor que consume con mayor frecuencia, según el género?*



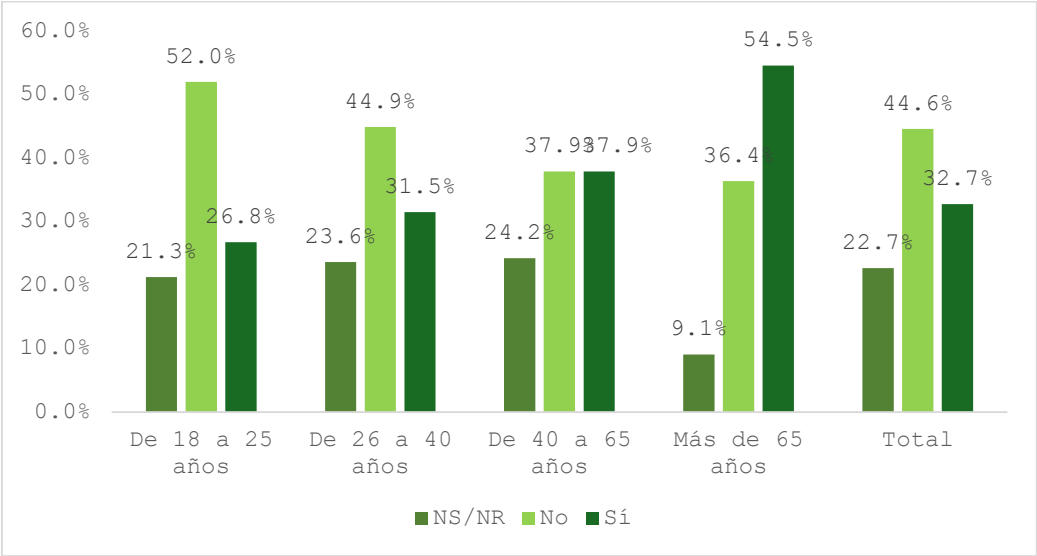
Ahora bien, al indagar con los encuestados alrededor del consumo de bebidas alcohólicas producidas en el Departamento del Quindío se observa que tan solo el 32.7% de las personas indican haberlo hecho, mientras el 44.6% dicen que nunca lo han consumido y una quinta parte de las respuestas apuntan a no saber si este consumo se ha realizado. Esto señala que para buena parte de la población encuestada no es claro qué productos pueden tener un origen en el departamento del Quindío, y en tal virtud no existe la certeza de estar consumiendo licores con origen local.

Gráfico 9 *¿Ha consumido licores producidos en el Quindío?*



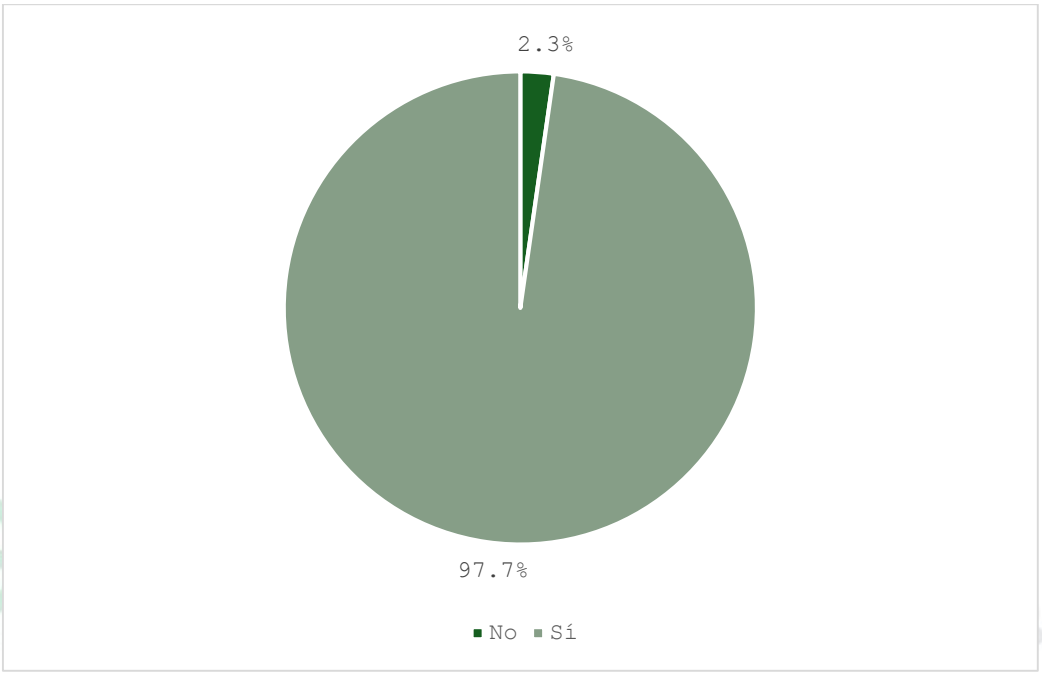
Al discriminar esta respuesta por rango etario se destaca que el mayor porcentaje de respuestas negativas se da entre las personas más jóvenes, aclarando que dentro del grupo de personas con más de 40 años más de un tercio de las respuestas es de negación al consumo de productos locales. Este fenómeno ocurre a pesar de que la fracción de respuestas señalando no saber responder la pregunta no dista mucho entre los grupos etarios definidos, exceptuando el rango de personas de mayor edad, lo que lleva a concluir que las generaciones nuevas desconocen en gran medida cualquier tipo de marca local en el segmento de licores.

Gráfico 10 *Consumo de licor producido en el Quindío según grupo etario*



A pesar de las respuestas que indican un desconocimiento de las marcas departamentales, es importante mencionar que en términos generales existe una alta disposición de la población para probar nuevos licores producidos en el departamento, pues el 97.7% de los encuestados manifestó interés en conocer y probar nuevas marcas de bebidas locales. Este hallazgo es particularmente importante, pues da indicios de la aceptación de nuevas empresas licoreras en el departamento y validad la realización del presente estudio, e indirectamente, el proceso licitatorio.

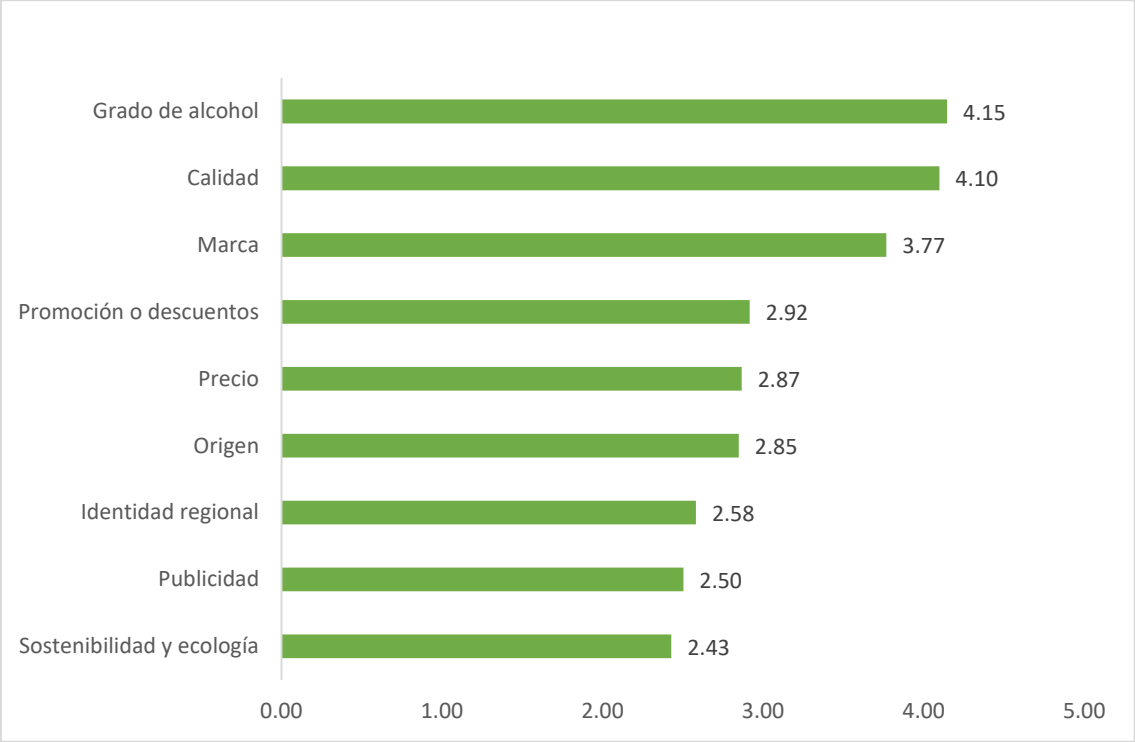
Gráfico 11 *¿Estaría dispuesto a probar nuevos licores producidos en el Departamento del Quindío?*



En cuanto a los factores de decisión de compra de cualquier tipo de licor en la encuesta se hace una serie de preguntas para 9 factores distintos que los consumidores analizan del producto que consumen y lo califican entre 1 (muy importante) y 5 (poco importante). Con esta información se construye un indicador que pondera las respuestas y toma un valor máximo de 5. En esta ocasión se encuentra que el factor más determinante de consumo tiene que ver con los grados de alcohol, y específicamente las estadísticas reflejan una migración de consumidores hacia productos con menor graduación alcoholimétrica y este aspecto toma una evaluación de 4.15/5, seguido por aspectos relacionados con calidad y marca. Estos tres aspectos son sin duda los mejores evaluados.

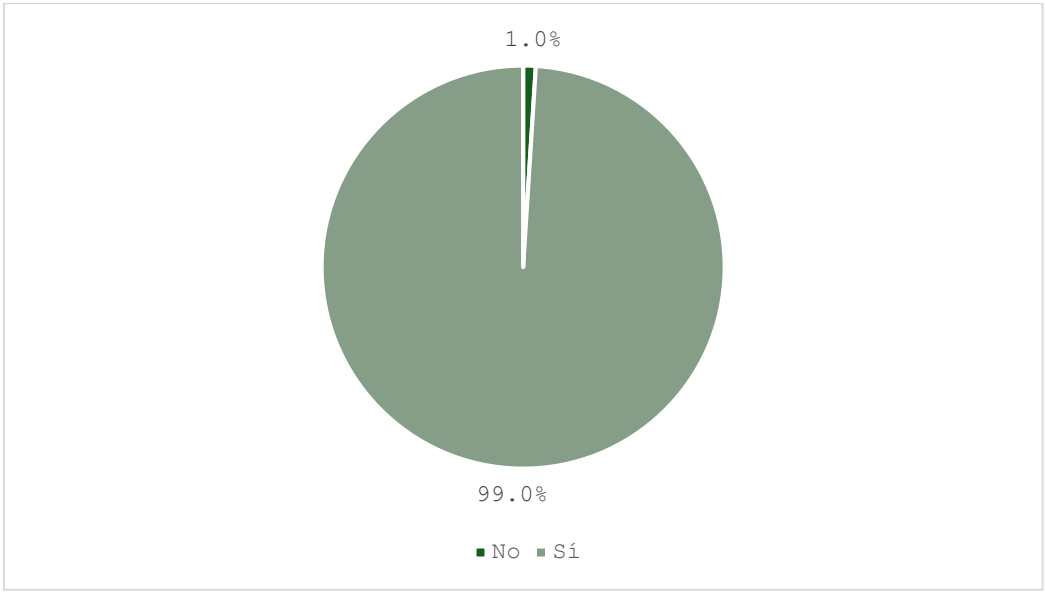
En un segundo grupo se encuentran temas como promociones o descuentos, precio y origen de los productos y por último se ubican temas como la identidad regional, la publicidad y la sostenibilidad o ecología del producto.

Gráfico 12 *De 1 a 5 ¿Qué tanto influyen los siguientes factores en la decisión de compra? (siendo 5 muy importante y 1 poco importante)*



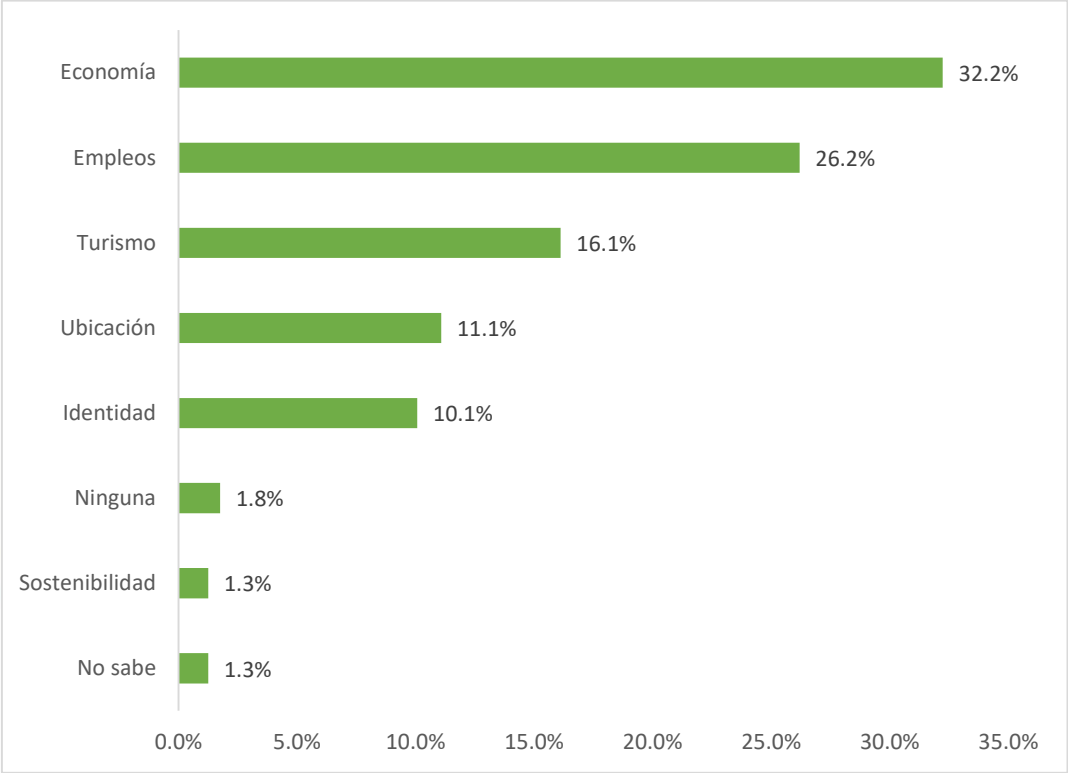
De manera muy favorable se encuentra además que el 99% de la población encuestada estaría de acuerdo con el establecimiento de nuevas empresas productoras de licor en el departamento. Esto puede vincularse a un razonamiento que va más allá de tener una oferta mayor o más diversificada de licor.

Gráfico 13 *¿Estaría de acuerdo con que se establezcan nuevas empresas productoras de licor en el departamento?*



De forma complementaria a la repuesta anterior, el siguiente gráfico permite observar que es claro que las personas ven ventajas económicas, sociales y de ubicación en una apuesta de este tipo: dinamiza el empleo, la actividad económica en general, suma al sector turístico, y fortalece el sentido de pertenencia del ciudadano con su departamento. Esto implica que hay visión para tener un sector productor de licores que apunte no solo a producir bienes, sino también experiencias para el consumidor con talento humano local, y con insumos que provengan del propio territorio. Este es por tanto un proyecto con legitimidad ciudadana.

Gráfico 14 *Síntesis: ¿Qué ventajas percibe para una licorera estar ubicado en el departamento del Quindío?*



4. Modelación de derechos de explotación

La fase del estudio económico y financiero permitió establecer el escenario en el cual un inversionista obtiene la rentabilidad que satisfaga sus expectativas de retorno y tener la posibilidad de presentar una oferta competitiva en el desarrollo del proceso licitatorio. Se analizaron tres escenarios: en el primer caso se modela una planta con un nivel de producción equivalente al que permite los litros de alcohol introducidos al departamento del Quindío en la actualidad; un segundo escenario que considera adicionalmente el potencial de mercado que tendría una licorera por la ubicación geográfica estratégica del departamento para las ventas en el mercado nacional permitiéndole un crecimiento del 10% adicional y un tercer escenario que, además de los aspectos anteriores, considera la oportunidad generada por la sentencia C-032 DE 2025 de la Corte Constitucional y simula que se llega a una participación del 1.2% del mercado nacional.

Estos escenarios permitieron la estimación de diferentes niveles de producción para un portafolio base, para el cual se calculó el costo unitario incluyendo el valor de cada material por presentación. Igualmente, se simularon los precios de venta por referencia y la estructura tributaria del impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares en sus componentes especifico y Ad valorem.

Los escenarios descritos, fueron simulados con diferentes niveles de inversión en activos fijos y capital de trabajo. La estructura de capital definida es un 40% de equity y 60% de deuda. El costo de capital utilizado fue del 11.26%.

Para establecer el valor mínimo, que se convertirá en la base a partir de la cual los potenciales oferentes estarán dispuestos a pagar por concepto de derechos de explotación al departamento del Quindío, se partió de las siguientes premisas:

- ✓ El permiso de producción debe ser por 10 años.
- ✓ La estructura de capital corresponde a 40% capital, 60% deuda.
- ✓ Productor aprovecha oportunidad generada por la sentencia C-032 de 2025

Las estimaciones analizadas en el estudio económico y financiero arrojan que la licitación debe otorgar al adjudicatario un periodo de 10 años. Un periodo inferior representa una mayor exigencia para que el productor logre la rentabilidad esperada, teniendo en cuenta la inversión en activos que debe realizar y el posicionamiento de nuevas marcas. Si bien, la categoría de aguardiente es una oportunidad, también es exigente en la demanda de inversiones para el posicionamiento y construcción de una marca.

Establecer un periodo de tiempo de 10 año, que es el máximo establecido en el artículo 8 de la ley 1816 de 2016, con la opción de prorrogar por un 50% del tiempo, le dará un mayor atractivo al proceso licitatorio, puesto que los potenciales oferentes tendrán un periodo de tiempo adecuado en términos de desarrollo del negocio para realizar las inversiones facilitando la estructuración financiera del proyecto.

Teniendo en cuenta los márgenes brutos de la industria y en coherencia con el análisis financiero y económico realizado, el proponente adjudicatario podrá apalancar el proyecto en una cifra cercana al 60%, permitiéndole administrar los riesgos financieros.

La sentencia C-032 de 2025 que declaró inexequibles los incisos primero y segundo del artículo 28 de la Ley 1816 de 2016, permitirá la expansión de la categoría de aguardientes facilitando la entrada de nuevos competidores a mercados que mantenían restringida la comercialización del aguardiente, mediante decretos de suspensión de los permisos de introducción. Mercados importantes como el departamento de Antioquia, Cundinamarca, Valle, Boyacá, Cauca Nariño entre otros, hasta la promulgación de la sentencia C-032 mantenían la restricción para la comercialización de aguardiente.

Los productores privados que cuentan con permisos de producción podrán competir en el mercado del aguardiente, categoría que domina el segmento de los espirituosos y según informe de junio del 2024 de la firma Euromonitor, en Colombia el aguardiente seguirá liderando las ventas, se proyecta que al año 2028 alcanzará una participación del 71% en los espirituosos.

Categoría	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Aguardiente	59,0%	64,4%	67,2%	69,0%	70,2%	71,0%
Ron	19,6%	16,5%	14,6%	13,4%	12,6%	12,0%
Whiskies	12,0%	10,4%	10,0%	9,8%	9,6%	9,4%
Otros	9,4%	8,7%	8,2%	7,9%	7,7%	7,5%

Desde el año 2022 el aguardiente muestra una tendencia creciente y para el año 2028 se proyecta la venta de 110 millones de litros. Un mercado en expansión y sin barreras de ingreso para la introducción en los diferentes departamentos, creará importantes oportunidades para las empresas productores departamentales e igualmente para los privados que cuenten con los permisos de producción.

Los departamentos de Cundinamarca y Valle cuentan con productores de licores destilados en sus jurisdicciones, ambos departamentos establecieron una tarifa mínima del 2%. El departamento de Cundinamarca en el año 2020 llevo a cabo el proceso de licitación No. SH-LP-002-2020, con el objeto de "*Conceder permisos de producción de licores destilados en el departamento de Cundinamarca, incluyendo Bogotá D.C., en ejercicio del monopolio como arbitrio rentístico, de acuerdo con lo establecido en el artículo 8° de la ley 1816 de 2016",* por un periodo de 5 años. Este proceso licitatorio por subasta ascendente fue adjudicado a nueve empresas con una tarifa del 2.25%. Sin embargo, la licitación en el alcance limitó la producción de licores destilados que se enmarquen en la categoría de aguardientes. Es de resaltar que este año se vencen los permisos de producción licitados por el departamento de Cundinamarca en el 2020, el cual fue adjudicado por 5 años[3], con posibilidad de prórroga del 50% del tiempo inicialmente pactado.

El diferencial de tarifa del impuesto de industria y comercio es otro elemento que hace atractiva la licitación en el Departamento del Quindío. Si bien la producción en Cundinamarca es llamativa por incluir el mercado de Bogotá, la tarifa del impuesto de industria y comercio en la capital es del 11.04 por mil para el código 1101 para la Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas, mientras que la tarifa en Armenia es del 7 por mil.

Las nuevas condiciones para el mercado de licores en Colombia, hace que el proceso de licitación del departamento del Quindío se convierta en un proyecto atractivo para jugadores de la industria de licores destilados, por las ventajas de localización, tributarias y transición normativa a un mercado competitivo en la categoría de mayor dinamismo, el aguardiente.

5. Inversión estimada

Uno de los aspectos fundamentales para determinar los valores mínimos, los cupos, la rentabilidad y los ingresos para el departamento se fundamenta en el tamaño de las fábricas, en las posibles combinaciones de tamaños derivada de la adjudicación, en el tiempo de acceso a los derechos de explotación y a la inversión requerida para el establecimiento de estas. A continuación, se relación

[3] Según aviso licitación SH-LP-002-2020

los tres tipos de tamaño de fábricas simuladas con costos, cotizaciones, datos e informes que permitieron dimensionar la inversión requerida para para participar del proceso licitatorio.

5.1.Inversión fábrica pequeña

Maquinaria y Equipo

Componente	Base (COP)
Línea de embotellado primario	$ 7.986.428.131
Tratamiento y limpieza interna (CIP)	$ 531.778.154
Control de flujo de botellas	$ 246.463.000
Empaque automatizado	$ 1.519.855.167
Subtotal Equipos (sin ajuste)	**$ 10.284.524.451**
Ajuste transporte/nacionalización (5,4%)	$ 555.364.320
Total Equipos y Maquinaria (USD)	**$ 10.839.888.772**

Overhaul-Año 5 operación	**$ 3.251.966.632**

Tecnología y Software

Componente	Base (COP)
ERP y software de producción	$ 209.700.000
SCADA y automatización	$ 125.820.000
Red y servidores	$ 83.880.000
Trazabilidad y RFID	$ 104.850.000
CCTV y seguridad industrial	$ 104.850.000
Total, Tecnología y Software	**$ 629.100.000**
Mobiliario y otros	
Componente	**Base (COP)**
Mobiliario general	$ 146.790.000
Sala reuniones, cafetería, zonas	$ 83.880.000
Comunicaciones y redes	$ 83.880.000
Seguridad electrónica y control	$ 104.850.000
Total Tecnología y Software	**$ 419.400.000**

Total Activos	**$ 11.888.388.772**
Deuda	$ 7.133.033.263

5.2.Inversión fábrica mediana

Maquinaria y Equipo

Componente	Medio (COP)
Línea de embotellado primario	$ 8.244.232.753
Tratamiento y limpieza interna (CIP)	$ 548.944.134

Control de flujo de botellas	$ 254.418.910
Empaque automatizado	$ 1.568.916.610
Subtotal Equipos (sin ajuste)	**$ 10.616.512.406**
Ajuste transporte/nacionalización (5,4%)	$ 573.291.670
Total, Equipos y Maquinaria (USD)	**$ 11.189.804.076**

Overhaul-Año 5 operación	**$ 3.356.941.223**

Tecnología y Software

Componente	Medio (COP)
ERP y software de producción	$ 335.520.000
SCADA y automatización	$ 188.730.000
Red y servidores	$ 146.790.000
Trazabilidad y RFID	$ 125.820.000
CCTV y seguridad industrial	$ 125.820.000
Total Tecnología y Software	**$ 922.680.000**

Mobiliario y otros

Componente	Medio (COP)
Mobiliario general	$ 209.700.000
Sala reuniones, cafetería, zonas	$ 125.820.000
Comunicaciones y redes	$ 104.850.000
Seguridad electrónica y control	$ 125.820.000
Total, Tecnología y Software	**$ 566.190.000**

Total, Activos	**$ 12.678.674.076**
Deuda	$ 7.607.204.446

5.3.Inversión fábrica grande

Maquinaria y Equipo

Componente	Óptimo (COP)
Línea de embotellado primario	$ 10.959.223.968
Tratamiento y limpieza interna (CIP)	$ 729.722.448
Control de flujo de botellas	$ 338.204.160
Empaque automatizado	$ 2.085.592.320
Subtotal Equipos (sin ajuste)	**$ 14.112.742.896**
Ajuste transporte/nacionalización (5,4%)	$ 762.088.116
Total Equipos y Maquinaria (USD)	**$ 14.874.831.012**

Overhaul-Año 5 operación	**$ 4.462.449.304**

Tecnología y Software

Componente	Óptimo (COP)
ERP y software de producción	$ 503.280.000
SCADA y automatización	$ 293.580.000
Red y servidores	$ 251.640.000
Trazabilidad y RFID	$ 188.730.000
CCTV y seguridad industrial	$ 209.700.000
Total Tecnología y Software	**$ 1.446.930.000**

Mobiliario y otros

Componente	Óptimo (COP)
Mobiliario general	$ 314.550.000
Sala reuniones, cafetería, zonas	$ 188.730.000
Comunicaciones y redes	$ 146.790.000
Seguridad electrónica y control	$ 188.730.000
Total, Tecnología y Software	**$ 838.800.000**

Total, Activos	**$ 17.160.561.012**
Deuda	$ 10.296.336.607

6. Número de cupos recomendado

Considerando que no se tiene conocimiento pleno del tamaño de las empresas que se presenten en el proceso licitatorio y partiendo de las fluctuaciones históricas en términos de participación del mercado de las licoreras que está alrededor del 4.7% cada año, se asume que las empresas entrantes tienen la posibilidad de apoderarse del 50% de estas fluctuaciones en participación; es decir, se parte del hecho de que estas empresas podrían llegar a ocupar hasta el 2.4% del mercado de licores producidos en el país.

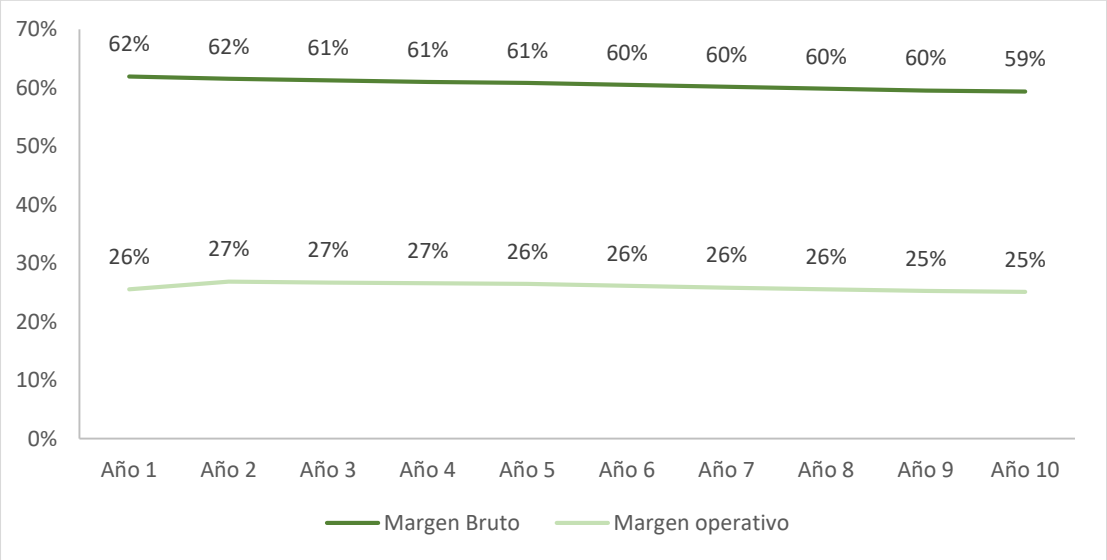
Desviación estándar del mercado 2015-2024

Licorera	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Desviación Estándar
Fábrica de Licores de Antioquia	45,3%	49,5%	53,2%	51,6%	42,3%	31,4%	42,6%	43,7%	52,6%	53,1%	**6,9%**
Industria Licorera de Caldas	20,2%	19,7%	21,0%	21,9%	28,3%	42,0%	33,5%	31,4%	27,1%	29,8%	**7,1%**
Empresa de Licores de Cundinamarca	22,3%	18,6%	16,3%	13,8%	16,5%	8,3%	9,9%	9,8%	7,1%	5,9%	**5,5%**
Industria de Licores del Valle	3,2%	7,8%	4,3%	7,2%	6,4%	8,9%	8,5%	9,2%	8,2%	7,8%	**2,0%**
Otras licoreras oficiales	8,9%	4,4%	5,2%	5,5%	6,6%	9,4%	5,7%	5,9%	5,0%	3,5%	**1,9%**
										TOTAL	**4,7%**

En este sentido, y teniendo en cuenta los márgenes de rentabilidad modelados, los resultados arrojan que el mercado de licores podría ser potencialmente atractivo y con condiciones de utilidad razonable en alguno de los tres casos que se mencionan a continuación (dependiendo de las empresas que liciten):

Caso 1: Dos empresas de tamaño óptimo (cada una con una participación de mercado del 1.2% en la producción nacional)

Gráfico 15 *Margen operativo y bruto estimados durante los 10 años*



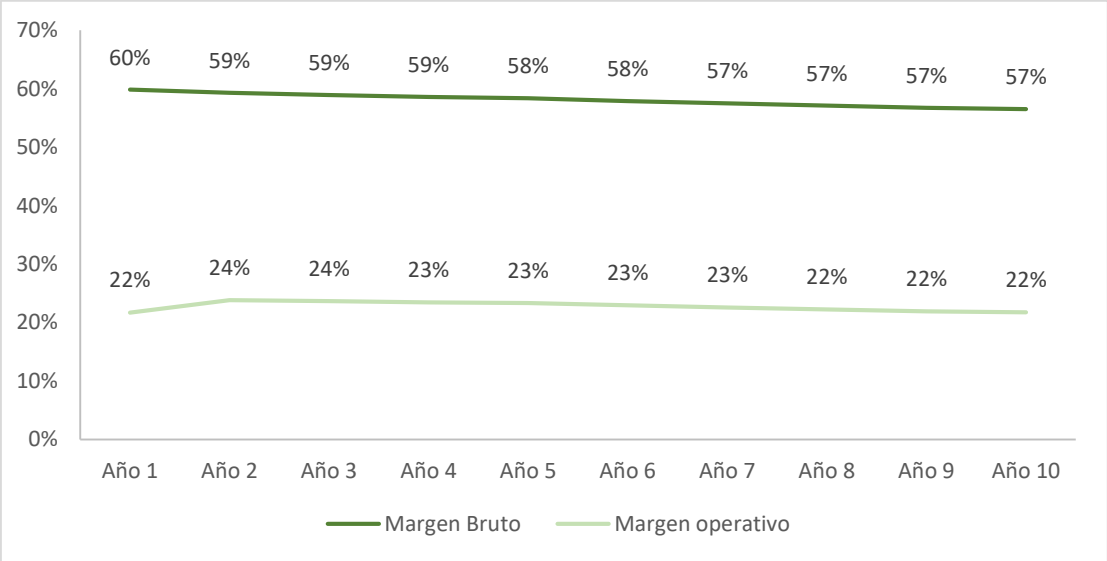
Un margen bruto del 61% y operativo promedio del 26%, para un periodo de 10 año, permitirá al productor, apalancar el proyecto en un 60% para obtener un margen neto del 16% y una tasa interna de retorno para el inversionista del 21,2%. Estos valores aun no incluyen el porcentaje del valor mínimo esperado base para estimar los ingresos del departamento por concepto de derechos de explotación por producción.

Con el escenario anteriormente planteado los derechos de explotación por empresa para el Departamento serían los siguientes:

Detalle-Cifras millones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Derechos Explotación	431	985	1.113	1.247	1.382	1.451	1.521	1.593	1.667	1.734

Caso 2: 4 empresas de tamaño medio (cada una con una participación de mercado entre el 0.6% y el 0.8% en la producción nacional.

Gráfico 16 *Margen operativo y bruto estimados durante los 10 años*

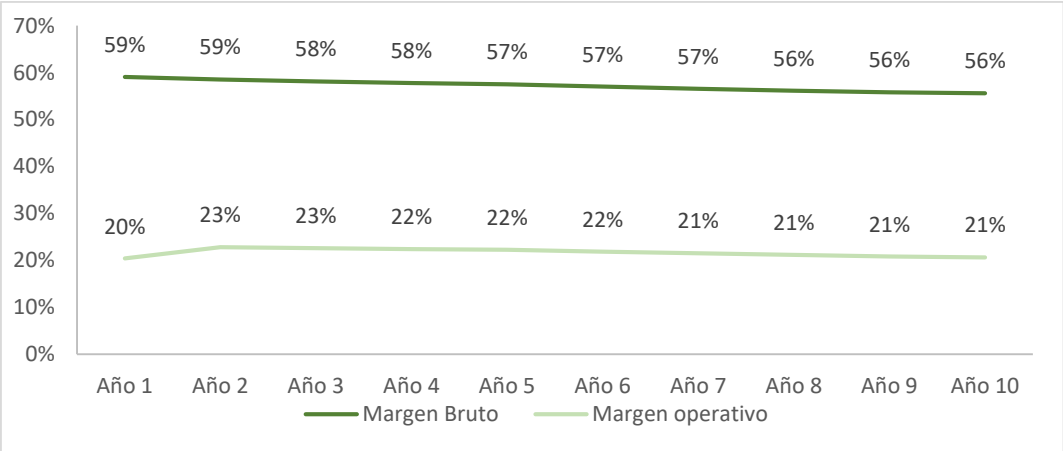


Un margen bruto del 58% y operativo promedio del 23%, para un periodo de 10 año limitaría al inversionista apalancar el proyecto en un 60% para obtener un margen neto del 11,5% y una tasa interna de retorno para el inversionista del 13,3%. Estos valores aun no incluyen el porcentaje del valor mínimo esperado base para estimar los ingresos del departamento por concepto de derechos de explotación por producción.

Detalle-Cifras millones	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Año 6**	**Año 7**	**Año 8**	**Año 9**	**Año 10**
Derechos Explotación	277	634	716	803	890	944	999	1.055	1.113	1.164

Caso 3: 5 empresas de tamaño base cada una con una participación de mercado entre el 0.48%

Gráfico 17 *Margen operativo y bruto estimados durante los 10 años*



Un margen bruto del 57% y operativo promedio del 22%, para un periodo de 10 años genera estrechez financiera y limita al inversionista para apalancar el proyecto en un 60%, esto para obtener un margen neto del 11,5%. Un posible escenario sería apelar a un mayor equity para aumentar su tasa interna de retorno actual estimada en el 10,2%.

Estos valores aun no incluyen el porcentaje del valor mínimo esperado base para estimar los ingresos del departamento por concepto de derechos de explotación por producción.

Detalle-Cifras millones	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Año 6**	**Año 7**	**Año 8**	**Año 9**	**Año 10**
Derechos Explotación	246	563	637	714	792	842	895	948	1.003	1.050

7. Síntesis de Escenarios Simulados

En la siguiente tabla se puede observar cómo el retorno neto estimado del inversionista cambia de manera significativa dependiendo del tipo de empresa que se presente y del porcentaje cobrado por derechos de explotación. Fácilmente se puede observar que un escenario con 6 empresas aunque sean pequeñas arroja unos retornos a la inversión levemente por encima de la inflación y muy por debajo de lo que brindan inversiones menos inciertas como un CDT, por lo que el negocio no sería atractivo si se otorgan 6 cupos. Si se presentan 5 empresas pequeñas el margen neto de retoro mejora levemente, pero existiría el riesgo de que se presente alguna empresa de mayor tamaño y haga menos rentable el mercado para las demás.

En los escenarios planteados si se presentan entre 3 y 4 empresas de tamaño mediano se pueden encontrar márgenes de retorno del inversionista relativamente buenos, aunque a medida que sube el porcentaje de derechos de explotación se vuelve menos atractivo el negocio. Y por último, en los últimos dos escenarios simulados se puede observar que la licitación resultaría rentable para dos empresas de tamaño medio-grande si solo se le otorga a dos de éstas, pero si se le otorga a 3 o más se reduce mucho la rentabilidad para el inversionista.

Retorno estimado para el inversionista						
Derechos de Explotación	**1.0%**	**1.5%**	**2.0%**	**2.25%**	**2.5%**	**3.0%**
Escenario Base (6 empresas)	9.1%	8.3%	7.6%	7.2%	6.8%	6.0%
Escenario Base (5 empresas)	12.6%	11.8%	11.0%	10.6%	10.2%	9.4%
Escenario Medio (4 empresas)	15.7%	14.9%	14.1%	13.7%	13.3%	12.4%
Escenario Medio (3 empresas)	23.6%	22.6%	21.7%	21.2%	20.7%	19.7%
Escenario Optimo (3 empresas)	12.0%	11.2%	10.4%	10.1%	9.7%	8.9%
Escenario Optimo (2 empresas)	24.1%	23.1%	22.2%	21.7%	21.2%	20.2%
Promedio	**16.2%**	**15.3%**	**14.5%**	**14.1%**	**13.6%**	**12.8%**

En conclusión, la recomendación brindada en términos de cupos es establecer una licitación que permita al menos la entrada de 3 empresas para asegurar que tanto pequeñas como grandes tengan potencial e incentivos a participar, pero sin sobrepasar un número de cupos de 5 empresas, pues a

partir de este punto sería muy difícil la supervivencia empresarial, especialmente de las empresas más pequeñas.

Con base en el análisis desarrollado y los resultados obtenidos del estudio económico y financiero, el valor mínimo a establecerse como base para la subasta ascendente, tal como está contemplado en el artículo 8 de la ley 1816 de 2016 se recomienda sea del 2.25%[4]. Adicionalmente, la tarifa del 2.25% como valor mínimo de los derechos de explotación en ejercicio del monopolio como arbitrio rentístico sobre la producción de licores destilados en el Departamento del Quindío, permitirá la puja de los oferentes interesados, dejando espacio para la oferta de tarifas que mejoren los ingresos base esperados por el departamento, en coherencia con el logro de márgenes de la industria y retorno esperado para el inversionista por el periodo de 10 años de la concesión.

Adicionalmente, entre los escenarios simulados y partiendo de que se logra ocupar un 2.4% del mercado nacional con las empresas que se presenten a la licitación se estima que, el recaudo estimado para el departamento en los próximos 10 años podría oscilar entre 15.379 millones y 46.136 millones a precios constantes del presente año. En el escenario recomendado se tendría un recaudo total de 34.602 millones de pesos a precios constantes de 2025 que eventualmente podrían ser más dependiendo del crecimiento que tengan las empresas a las que se les adjudique el derecho de explotación.

Recaudo estimado por derechos de explotación en 10 años para cada tarifa simulada.

Recaudo estimado	1.0%	1.5%	2.0%	2.25%	2.5%	3.0%
Recaudo estimado 10 años	15,379	23,068	30,758	34,602	38,447	46,136

Miles de millones

[i] **Nota aclaratoria al lector:** esta fase 8 (valor mínimo) del estudio de factibilidad considera aspectos de forma y fondo tratados en otras fases del convenio. Por ello, para quienes estimen conveniente una mayor especificidad y profundización se deberá incorporar en el análisis y lecturas las demás fases del estudio.

[4] Este valor adicionalmente es el referente del porcentaje que se está aplicando en departamentos como Cundinamarca para el mismo fin.

2025

SOCIALIZACIÓN

FASE 9
GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA INSTALAR NUEVAS FÁBRICAS DE LICOR DESTILADO EN LA JURISDICCIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO | UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Tabla de contenido

Proceso de socialización 3

Desarrollo de las jornadas de socialización 3

Resultados del proceso de socialización 6

Anexos 6

GMIA
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
Facultad de Ciencias Económicas
QUINDÍO

Objetivo: Socialización y explicación del estudio técnico consolidado ante la Asamblea Departamental del Quindío, así como el acompañamiento técnico en el marco de los debates del Proyecto de Ordenanza para la determinación del valor mínimo de los derechos de explotación, en ejercicio del monopolio rentístico sobre la producción de licores destilados en el departamento del Quindío.

Proceso de socialización

La socialización se concibió como el resultado integrador de un proceso técnico continuo, desarrollado a lo largo de la ejecución del contrato, en el cual confluyeron los análisis estadísticos, de mercado, económicos, financieros, jurídicos, ambientales y rentísticos. En este sentido, no correspondió a la elaboración de un producto técnico independiente, sino a un proceso integral de transferencia, apropiación y validación del conocimiento técnico construido durante el estudio.

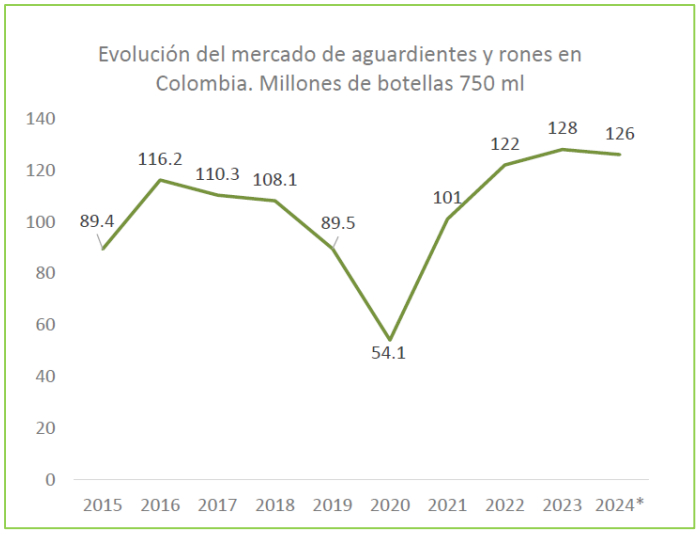
Su propósito fue facilitar la comprensión de los resultados por parte de los Honorables Diputados y proveer los insumos necesarios para el análisis y debate del Proyecto de Ordenanza mediante el cual se fija el valor mínimo de los derechos de explotación. Para tal efecto, se utilizó un documento de presentación estructurado que sintetiza los principales hallazgos del estudio, integrando información normativa, económica y de mercado, así como resultados financieros y rentísticos, apoyados en gráficos, tablas y esquemas explicativos que permitieron una exposición clara y ordenada en el escenario deliberativo de la Asamblea Departamental.

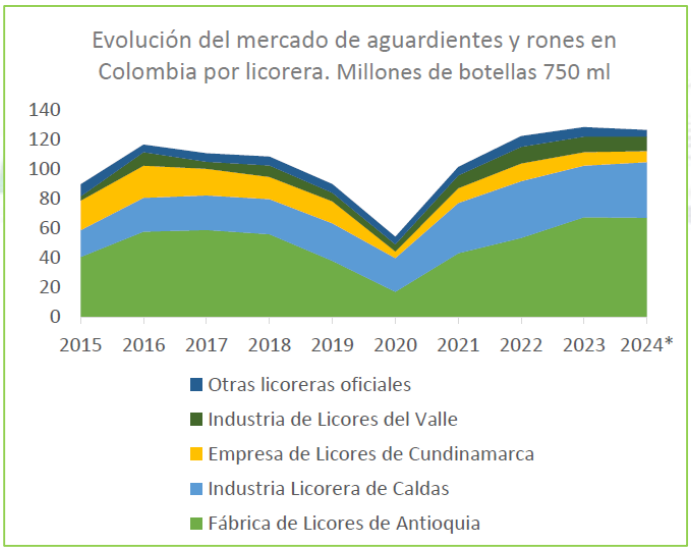
Desarrollo de las jornadas de socialización

El proceso de socialización se apoyó de manera permanente en material gráfico y analítico contenido en la presentación del estudio técnico, lo cual permitió reforzar el carácter técnico del informe y facilitar la comprensión de los análisis por parte de los Honorables Diputados.

En las jornadas de socialización dadas el 5 de noviembre y el 12 de diciembre de 2025, ocasión en la cual se presentó de manera general el estudio técnico ante la Asamblea Departamental del Quindío, se expuso el contexto normativo del monopolio rentístico de licores destilados, con base en la Ley 1816 de 2016 y la jurisprudencia constitucional vigente, apoyándose en esquemas explicativos sobre las formas de ejercicio del monopolio (directo, indirecto y derechos de introducción). De igual manera, se presentó el panorama económico y productivo del Departamento del Quindío mediante gráficas de contribución al PIB nacional y participación sectorial, así como su ubicación estratégica frente a los principales mercados regionales.

Así mismo, se explicó el comportamiento del mercado nacional y regional de aguardientes y rones, destacando las tendencias de consumo y la participación de las principales licoreras oficiales, mediante el uso de gráficas de evolución histórica del mercado expresadas en millones de botellas de 750 ml.





Estas gráficas permitieron evidenciar la recomposición periódica del mercado, estimada en promedio en un 4,7% anual, lo cual sustenta la existencia de oportunidades reales para la entrada de nuevos productores en el Departamento del Quindío.

Participación de mercado y oportunidades para nuevas empresas

Licorera	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Desviación Estándar
Fábrica de Licores de Antioquia	45,3%	49,5%	53,2%	51,6%	42,3%	31,4%	42,6%	43,7%	52,6%	53,1%	**6,9%**
Industria Licorera de Caldas	20,2%	19,7%	21,0%	21,9%	28,3%	42,0%	33,5%	31,4%	27,1%	29,8%	**7,1%**
Empresa de Licores de Cundinamarca	22,3%	18,6%	16,3%	13,8%	16,5%	8,3%	9,9%	9,8%	7,1%	5,9%	**5,5%**
Industria de Licores del Valle	3,2%	7,8%	4,3%	7,2%	6,4%	8,9%	8,5%	9,2%	8,2%	7,8%	**2,0%**
Otras licoreras oficiales	8,9%	4,4%	5,2%	5,5%	6,6%	9,4%	5,7%	5,9%	5,0%	3,5%	**1,9%**
										TOTAL	**4,7%**

La exposición se apoyó en material gráfico que facilitó la comprensión de la información técnica y permitió atender las inquietudes formuladas por los diputados en relación con la viabilidad económica y los efectos fiscales del modelo propuesto.

El otro bloque de la socialización estuvo orientado a profundizar en los componentes económicos, financieros y rentísticos del estudio, explicando los escenarios de análisis considerados para empresas de diferente tamaño, apoyándose en tablas comparativas de retorno estimado para el inversionista bajo distintos porcentajes de derechos de explotación.

Retorno estimado para el inversionista

Derechos de Explotación	1.0%	1.5%	2.0%	2.25%	2.5%	3.0%
Escenario Base (6 empresas)	9.1%	8.3%	7.6%	7.2%	6.8%	6.0%
Escenario Base (5 empresas)	12.6%	11.8%	11.0%	10.6%	10.2%	9.4%
Escenario Medio (4 empresas)	15.7%	14.9%	14.1%	13.7%	13.3%	12.4%
Escenario Medio (3 empresas)	23.6%	22.6%	21.7%	21.2%	20.7%	19.7%
Escenario Optimo (3 empresas)	12.0%	11.2%	10.4%	10.1%	9.7%	8.9%
Escenario Optimo (2 empresas)	24.1%	23.1%	22.2%	21.7%	21.2%	20.2%
Promedio	**16.2%**	**15.3%**	**14.5%**	**14.1%**	**13.6%**	**12.8%**

Así mismo, se socializaron gráficas de recaudo proyectado para el departamento en un horizonte de diez años, las cuales evidencian el impacto fiscal de cada alternativa analizada.

Recaudo estimado	1.0%	1.5%	2.0%	2.25%	2.5%	3.0%
Recaudo estimado 10 años	15,379	23,068	30,758	34,602	38,447	46,136

De igual manera, se expusieron los criterios técnicos que sustentan la recomendación de establecer un valor mínimo de derechos de explotación del 2,25% y un periodo de adjudicación de 10 años,

concluyendo en análisis que integran lo económico, financiero y rentístico del estudio, en concordancia con el marco legal vigente.

Durante esta jornada se brindó acompañamiento técnico para la adecuada comprensión de los argumentos incorporados en la exposición de motivos del Proyecto de Ordenanza, contribuyendo a fortalecer su coherencia económica, financiera y jurídica en el marco de los debates adelantados.

Resultados del proceso de socialización

El uso sistemático de gráficos, tablas y esquemas permitió reforzar el carácter técnico del proceso de socialización, facilitando la apropiación de los resultados por parte de la Asamblea Departamental.

Como resultado del proceso integral de socialización, se logró transferir de manera clara y estructurada los principales hallazgos del estudio técnico a la Asamblea Departamental del Quindío, facilitando una discusión informada del Proyecto de Ordenanza. Así mismo, se fortaleció la exposición de motivos mediante argumentos técnicos consistentes y se contribuyó a una mejor comprensión de los impactos económicos y fiscales asociados al ejercicio del monopolio de producción de licores destilados en el departamento.

Anexos

Documento de presentación utilizado durante las sesiones de socialización realizadas los días 5 de noviembre y 12 de diciembre de 2025 ante la Asamblea Departamental del Quindío.

2025

ASESORÍA, ESTRUCTURACIÓN, PROYECCIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO

FASE 10

GOBERNACIÓN DEL QUINDÍO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA INSTALAR NUEVAS FÁBRICAS DE LICOR DESTILADO EN LA JURISDICCIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO | UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Tabla de contenido

Alcance de la asesoría o acompañamiento 3

Desarrollo de actividades 3

Resultados del acompañamiento 4

Anexos 4

GMIA
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
Facultad de Ciencias Económicas
QUINDIO

Objetivo: Brindar asesoría técnica y acompañamiento institucional al Departamento del Quindío en la estructuración, desarrollo y soporte del proceso licitatorio para la adjudicación de los derechos de explotación del monopolio rentístico sobre la producción de licores destilados, garantizando la coherencia entre el estudio técnico, la Ordenanza departamental que fija el valor mínimo de dichos derechos y los documentos precontractuales y contractuales del proceso, conforme al marco normativo vigente.

Alcance de la asesoría o acompañamiento

La asesoría prestada comprendió el acompañamiento integral al supervisor y a la entidad contratante en la estructuración de los documentos precontractuales y contractuales necesarios para el desarrollo del proceso licitatorio, incluyendo la articulación entre el sustento técnico del valor mínimo de los derechos de explotación y las reglas del mecanismo de adjudicación.

En este marco, el acompañamiento no se limitó a la elaboración aislada de documentos, sino que respondió a un proceso coordinado de análisis, revisión y ajuste técnico, económico y jurídico, orientado a garantizar la coherencia del proceso licitatorio con los objetivos rentísticos del Departamento y con las condiciones del mercado identificadas en el estudio.

Desarrollo de actividades

En el marco de esta fase se desarrolló un acompañamiento técnico orientado a preparar al Departamento del Quindío para la estructuración y desarrollo del proceso licitatorio para la adjudicación de los derechos de explotación del monopolio rentístico de licores destilados, una vez surtida la aprobación de la Ordenanza que fija el valor mínimo de dichos derechos. Este acompañamiento se concentró en la elaboración, revisión y ajuste de los documentos precontractuales requeridos para la apertura del proceso de selección, los cuales se anexan como soporte técnico del presente informe.

En primer lugar, se apoyó la estructuración de los estudios previos, incorporando los elementos esenciales de planeación exigidos por la normativa de contratación pública, así como el sustento técnico que justifica la modalidad de selección, el plazo de adjudicación y las condiciones económicas asociadas a los derechos de explotación. Estos estudios integran el análisis del marco normativo aplicable, la caracterización del mercado de licores destilados, la identificación de riesgos y la justificación del mecanismo de adjudicación, en coherencia con el valor mínimo de derechos de explotación fijado mediante Ordenanza.

De manera complementaria, se acompañó la elaboración del estudio del sector, incorporando información sobre la dinámica del mercado nacional y regional de aguardientes y rones, la estructura competitiva del sector, los modelos de operación de las licoreras oficiales y privadas, y las condiciones generales de entrada y permanencia en el mercado. Este documento recoge análisis comparativos y referencias a experiencias de otros departamentos, así como elementos de teoría de subastas aplicables a la asignación de derechos de explotación, los cuales sirven de soporte técnico para la definición de las reglas del proceso licitatorio.

Así mismo, se brindó asesoría técnica sobre la estructura del proyecto de pliego de condiciones, orientada a garantizar la correcta incorporación del valor mínimo de los derechos de explotación, la definición del mecanismo de subasta y la estructuración de criterios de habilitación jurídica, financiera y técnica acordes con el objeto del proceso.

Las actividades desarrolladas se enmarcan en la etapa preparatoria del proceso licitatorio, orientada a disponer los insumos técnicos y documentales necesarios para su eventual apertura, en coherencia con la Ordenanza aprobada y con el alcance contractual definido.

Resultados del acompañamiento

Como resultado de las actividades desarrolladas en el marco de la Fase 10, el Departamento del Quindío dispone de los insumos técnicos y documentales necesarios para soportar la estructuración del proceso licitatorio asociado a la adjudicación de los derechos de explotación del monopolio rentístico sobre la producción de licores destilados, en coherencia con la Ordenanza aprobada y el estudio técnico previamente elaborado.

Los documentos elaborados y revisados permiten articular el análisis económico, financiero y rentístico con las reglas precontractuales del proceso, fortaleciendo la solidez técnica del mismo y contribuyendo a la adecuada planeación del ejercicio del monopolio rentístico por parte del Departamento.

Anexos

- Documento Pliego
- Documento subasta y derechos de explotación.