

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EXPORTACIÓN DE STEVIA EN POLVO
DESDE SANTIAGO DE CALI - COLOMBIA HACIA CALIFORNIA – ESTADOS UNIDOS

VALENTINA LONDOÑO BLANDON

INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO “SIMÓN RODRIGUEZ”

INTENALCO EDUCACIÓN SUPERIOR

TECNOLOGIA EN GESTION DE COMERCIO EXTERIOR

SANTIAGO DE CALI

2024

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EXPORTACIÓN DE STEVIA EN POLVO
DESDE SANTIAGO DE CALI - COLOMBIA HACIA CALIFORNIA – ESTADOS UNIDOS

VALENTINA LONDOÑO BLANDON

ASIGNATURA:
TRABAJO DE GRADO

PRESENTADO A:
HARRINSON SANCHEZ SEVILLANO

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

2024

Contenido

1. INTRODUCCION.....	7
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
2.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA:.....	9
2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:.....	9
3. FORMULACION DEL PROBLEMA	12
3.1. PREGUNTA:	12
3.2. OBJETIVO GENERAL:.....	12
3.3. SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA:	12
3.4. OBJETIVOS ESPECIFICOS:	13
4. JUSTIFICACIÓN	14
4.1. JUSTIFICACION TEORICA:	14
4.2. JUSTIFICACION PRACTICA	16
4.3. JUSTIFICACION METODOLOGICA	16
5. MARCOS.....	18
5.1. MARCOS REFERENCIALES.....	18
5.2. MARCO TEORICO	22
5.3. MARCO CONCEPTUAL	25
5.4. MARCO CONTEXTUAL	28
5.5. MARCO TEMPORAL.....	32
5.6. MARCO LEGAL.....	32
6. DISEÑO METODOLOGICO	35
6.1. Estudio de viabilidad	35
6.2. RECOLECCIÓN DE DATOS	36
6.3. CLASE O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	37
6.4. METODO DE INVESTIGACION.....	38
6.5. TECNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	39
6.6. POBLACIÓN Y MUESTRA	39
6.7. PROCEDIMIENTOS.....	41
6.8. LINEA DE INVESTIGACIÓN	42
6.9. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	42
7. ANALISIS DE MICHAEL PORTER.....	43

8.	ESTUDIO DE MERCADO	46
8.1.	ANALISIS DEL SECTOR	46
8.2.	EL MERCADO DEL PRODUCTO EN EL EXTERIOR.....	48
9.	INTELIGENCIA DE MERCADOS.....	53
9.1.	POSIBLES MERCADOS PARA EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO	53
9.2.	PAIS DE SELECCIÓN	57
9.3.	PAIS DE ORIGEN	64
10.	EL PRODUCTO	72
10.1.	PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	72
10.2.	GENERALIDADES Y/O CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO A EXPORTAR	72
11.	EL MERCADO PROVEEDOR.....	74
12.	EL MERCADO POTENCIAL OBJETIVO	77
12.1.	LA POBLACIÓN OBJETIVO.....	77
	CÁLCULO DE LA MUESTRA	78
12.2.	TENDENCIAS Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMO EN EL PAÍS DE DESTINO	79
12.3.	REQUISITOS DEL CONSUMIDOR DEL PAÍS DE DESTINO	81
13.	EL MERCADO COMPETIDOR.....	83
13.1.	PAÍSES EXPORTADORES DEL PRODUCTO	83
13.2.	PROCEDENCIA DEL PRODUCTO EN EL PAÍS DE DESTINO	85
13.3.	LOS PRECIOS INTERNACIONALES DEL PRODUCTO.....	86
14.	EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN	87
15.	ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y VENTAS	88
16.	EL ESTUDIO TECNICO	89
16.1.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	89
16.2.	MACRO LOCALIZACIÓN	90
16.3.	MICRO LOCALIZACION	91
16.4.	PLANTA FISICA.....	93
17.	ASPECTOS TECNICOS DEL PRODUCTO	94
17.1.	FICHA TECNICA DEL PRODUCTO	94
17.2.	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN POR UNIDAD DE TIEMPO.....	95
17.3.	UNIDAD DE EMPAQUE Y ETIQUETADO PARA LA EXPORTACIÓN	96
18.	LA UNIDAD EMPRESARIAL EXPORTADORA	97
18.1.	TIPO DE SOCIEDAD	97

18.2.	RAZÓN SOCIAL	103
18.3.	MISIÓN Y VISIÓN EMPRESARIAL	104
18.4.	PRINCIPIOS Y VALORES	105
18.5.	POLÍTICAS DE EMPRESA	107
18.6.	ORGANIGRAMA EMPRESARIAL	108
18.7.	LAS NECESIDADES DE PERSONAL	109
18.8.	PERFILES Y FUNCIONES DEL PERSONAL	111
19.	ASPECTOS LEGALES	121
19.1.	REGIMEN DE EXPORTACIÓN	121
19.2.	TRAMITES DEL PROCESO EXPORTADOR	121
19.3.	POSICION ARANCELARIA	123
19.4.	PERMISOS PREVIOS Y/O VISTOS BUENOS.....	124
19.5.	TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN	126
19.6.	AGENTE DE CARGA Y/O TIPO DE TRANSPORTE	127
19.7.	MEDIO DE PAGO	129
19.8.	EL CONTRATO DE EXPORTACIÓN	130
20.	PROCESO GENERAL DE UNA EXPORTACIÓN	133
21.	EL ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	135
21.1.	LOS GASTOS PRE OPERATIVOS.....	136
21.2.	LAS INVERSIONES FIJAS.....	136
21.3.	EL CAPITAL DE TRABAJO.....	137
21.4.	9.1.4 LA COMPOSICIÓN DEL CAPITAL	138
22.	EL BALANCE GENERAL DE CONSTITUCIÓN.....	139
23.	9.3 LA PRODUCCIÓN Y LOS COSTOS OPERACIONALES	139
23.1.	LA PRODUCCIÓN EXPORTABLE	139
23.2.	COSTOS DIRECTOS	139
23.3.	COSTOS DE PERSONAL	140
23.4.	GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN	142
24.	LOS GASTOS GENERALES.....	143
24.1.	LA DISTRIBUCIÓN DE LOS GASTOS COMUNES.....	143
24.2.	GASTOS DE PERSONAL Y SU PROYECCIÓN.....	143
24.3.	GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN Y SU PROYECCIÓN	144
24.4.	GASTOS GENERALES DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS.....	145

24.5.	LOS GASTOS DEL PROCESO EXPORTADOR.....	145
25.	LOS INGRESOS Y SU PROYECCIÓN.....	147
26.	EL ESTADO DE RESULTADOS Y SU PROYECCIÓN	147
27.	EL FLUJO NETO DE EFECTIVO	148
28.	EL VALOR PRESENTE NETO Y LA TASA INTERNA DE RETORNO	148
29.	CONCLUSIONES.....	150
30.	RECOMENDACIONES.....	151
31.	BIBLIOGRAFIA.....	153

1. INTRODUCCION

Este trabajo tiene como objetivo analizar si es viable exportar stevia en polvo desde Colombia a Estados Unidos, un mercado que cada vez tiene un interés mayor por los productos naturales y saludables. A través de un estudio detallado sobre la demanda de stevia, los costos de exportación, las regulaciones legales y las oportunidades en el mercado, se busca determinar si el proyecto es posible y cómo llevarlo a cabo de la mejor manera.

Para lograr este objetivo, se realizarán investigaciones sobre el contexto de ambos países, Colombia y Estados Unidos, y se analizarán los factores que pueden influir en el proceso de exportación, como los desafíos logísticos, económicos y las oportunidades que ofrece la stevia como alternativa al azúcar.

En este sentido, se busca generar una comprensión profunda del mercado estadounidense para la exportación de Stevia en polvo desde Cali, Colombia, con el fin de identificar oportunidades y desafíos en este mercado específico.

El presente trabajo también busca estructurar un estudio técnico detallado que aborde los aspectos logísticos y operativos de la exportación de Stevia en polvo desde Cali, Colombia, hacia California, Estados Unidos.

Además, se pretende realizar un análisis exhaustivo de los aspectos administrativos y legales que rodean la exportación de Stevia en polvo, con el fin de garantizar el cumplimiento de las regulaciones y normativas vigentes en ambos países.

Asimismo, el trabajo también busca realizar un análisis del sector económico y financiero relacionado con la exportación de Stevia en polvo, con el fin de evaluar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Al final, el objetivo es ofrecer recomendaciones claras y prácticas para los exportadores colombianos interesados en aprovechar el mercado estadounidense de edulcorantes naturales.- Finalmente, se busca llevar a cabo un análisis de la responsabilidad social y ambiental que conlleva la exportación de Stevia en polvo, con el fin de garantizar que el proyecto se desarrolle de manera sostenible y responsable.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA:

Se reconoce la necesidad y la oportunidad que hay en el mercado americano presentando una visión favorable respecto a la exportación de Stevia en polvo desde Santiago de Cali hacia California. La creciente preocupación por enfermedades relacionadas con el consumo excesivo de azúcar, como la diabetes tipo 2 y la obesidad, ha incrementado la demanda de alternativas naturales y sin calorías al azúcar. Además, la preferencia de los consumidores estadounidenses por productos naturales y orgánicos, junto con la aprobación de la Stevia por la FDA, facilita su aceptación en el mercado.

2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Durante la década de los años 80, en estados unidos el conocimiento sobre la Stevia era relativamente desconocido, la información sobre sus beneficios y usos era limitada, y los edulcorantes que dominaban el mercado, eran productos como el azúcar refinada y los edulcorantes artificiales como la sacarina. Luego en 1991 la FDA prohibió el uso de Stevia como aditivo alimentario, debido al desconocimiento sobre posibles efectos secundarios. En el inicio de los 2000, a medida que se realizaban mas estudios sobre los beneficios de la Stevia, el interés por el consumo se hacía cada vez mayor, logrando que en 2008 la FDA aprobara su consumo con regulaciones que permiten utilizarse solo como suplemento dietético. (U.S FOOD & DRUG, 2024)

En Estados Unidos, donde aproximadamente el 42.4% de los adultos padecen obesidad y más de 37 millones tienen diabetes tipo 2, el consumo excesivo de azúcar aporta considerablemente a estos problemas de salud, incluyendo enfermedades cardiovasculares. La Stevia, un edulcorante natural sin calorías, ofrece una solución segura al sustituir el azúcar en la

dieta. Al no elevar los niveles de glucosa en la sangre, la Stevia puede ayudar a controlar el azúcar en sangre, reducir la ingesta calórica y, por ende, mitigar el riesgo de obesidad y diabetes. Además, su uso puede apoyar una dieta más saludable y sostenible, contribuyendo a la prevención de enfermedades metabólicas y cardiovasculares relacionadas con el consumo excesivo de azúcar. (American Diabetes Association, 2024)

Actualmente, la Stevia ha alcanzado una posición relevante en el mercado estadounidense, con ventas que alcanzan aproximadamente \$1.6 mil millones en 2023 y una tasa de crecimiento anual compuesta del 8%. Su inclusión en una amplia variedad de productos, como refrescos, yogures y snacks, refleja su creciente popularidad. Grandes marcas han adoptado la Stevia para satisfacer la demanda de alternativas sin calorías al azúcar, contribuyendo a un cambio hacia dietas más saludables. Esta tendencia se ve impulsada por el interés de los consumidores en reducir la ingesta de azúcar y calorías, consolidando a la Stevia como una opción importante y en expansión en el mercado de edulcorantes.

Se espera que el mercado de Stevia continúe creciendo en los próximos años. Se proyecta que la demanda global de Stevia podría superar los \$4.2 mil millones para 2027, con una significativa contribución del mercado estadounidense. (Mordor Intelligence, 2024)

SINTOMAS	CAUSAS	PRONOSTICO	CONTROL DEL PRONOSTICO
Altos costos relacionados con la exportación del producto.	Requiere embalajes especiales, además de costos de transporte y flete bajo condiciones controladas.	La competencia desleal de productores con costos bajos o subsidios puede presionar los precios y elevar los costos para exportadores con estándares más altos.	Participar en negociaciones y acuerdos comerciales que puedan reducir aranceles y barreras no arancelarias. Trabajar con asociaciones y cámaras de comercio para promover acuerdos beneficiosos.
	La producción de Stevia es intensiva en mano de obra y costosa debido a la extracción y purificación, así como a la necesidad de equipos especializados.		
Amplia documentación debido a las restricciones asociadas con ser un edulcorante natural.	La Stevia debe cumplir estrictas normas de seguridad alimentaria para evitar efectos adversos en la salud.	Ocasiona conflictos entre las partes durante las negociaciones y en el cumplimiento de los acuerdos comerciales.	Capacitar al personal en la gestión de trámites aduaneros y en la preparación de documentación.
	Los países importadores exigen regulaciones exigentes para asegurar su seguridad para el consumo humano.		
La calidad de la Stevia puede variar	La Stevia necesita un clima específico para crecer; temperaturas extremas, falta de luz solar perjudican su calidad.	La dificultad para obtener certificaciones de calidad puede limitar la capacidad de los productores para acceder a mercados exigentes, restringiendo el acceso a mercados premium.	Establecer y seguir procedimientos rigurosos de control de calidad durante el procesamiento, incluyendo la inspección y prueba de muestras en diferentes etapas del proceso
	La falta de higiene en el procesamiento puede causar contaminación cruzada y afectar la calidad de la Stevia.		Implementar sistemas de monitoreo climático para anticipar y gestionar los efectos de condiciones climáticas adversas
	La Stevia debe almacenarse en condiciones adecuadas para preservar su calidad; la humedad, pueden afectarla		
Baja aceptación del producto	La desinformación sobre la Stevia y las preocupaciones sobre su seguridad o efectos secundarios pueden influir en la percepción del producto.	Si la tendencia se desplaza hacia otros edulcorantes, la Stevia podría enfrentar desafíos en la aceptación del mercado.	Posicionar la Stevia como una alternativa natural y saludable a los edulcorantes artificiales en las campañas de marketing. Resaltar sus beneficios naturales y su origen vegetal.

3. FORMULACION DEL PROBLEMA

3.1. PREGUNTA:

¿Cuáles son los elementos que se deben tener en cuenta para elaborar un estudio de factibilidad de una exportación de Stevia en polvo desde Santiago de Cali – Colombia hacia California – Estados unidos

3.2. OBJETIVO GENERAL:

Elaborar un estudio de factibilidad de una exportación de Stevia en polvo desde Santiago de Cali – Colombia hacia California – Estados unidos

3.3. SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA:

¿Cuál sería el proceso para generar inteligencia de mercado para la exportación de Stevia en polvo desde Cali - Colombia hacia California- Estados unidos?

¿Cómo se debe estructurar un estudio técnico para la exportación de Stevia en polvo desde Cali - Colombia hacia California- Estados unidos?

¿De que forma se debe abordar un estudio administrativo y legal para la exportación de Stevia en polvo desde Cali - Colombia hacia California- Estados unidos?

¿Cuál es el procedimiento para realizar un análisis del sector económico y financiero para la exportación de Stevia en polvo desde Cali - Colombia hacia California- Estados unidos?

¿Cómo se debe llevar a cabo un análisis de responsabilidad social y ambiental para la exportación de Stevia en polvo desde Cali - Colombia hacia California- Estados unidos?

3.4. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Generar inteligencia de mercado para la exportación de Stevia en polvo desde Cali - Colombia hacia California- Estados unidos.

- Estructurar un estudio técnico para la exportación de Stevia en polvo desde Cali - Colombia hacia California- Estados unidos.

- Abordar un estudio administrativo y legal para la exportación de Stevia en polvo desde Cali - Colombia hacia California- Estados unidos.

- Realizar un análisis del sector económico y financiero para la exportación de Stevia en polvo desde Cali - Colombia hacia California- Estados unidos.

- Llevar a cabo un análisis de responsabilidad social y ambiental para la exportación de Stevia en polvo desde Cali - Colombia hacia California- Estados unidos.

4. JUSTIFICACIÓN

4.1. JUSTIFICACION TEORICA:

La exportación de stevia en polvo ofrece a Colombia una oportunidad significativa, dada su capacidad de producción. Para entender este proceso, es crucial considerar teorías como la Ventaja Comparativa, el Ciclo de Vida del Producto y el modelo de Heckscher-Ohlin, así como las estrategias de Porter y la teoría de Kotler.

Se toma en cuenta el enfoque teórico para la exportación de stevia en polvo y se centra en proporcionar un conocimiento más detallado sobre los aspectos clave de este proceso. Este análisis no solo profundiza en las teorías relevantes, sino que también busca facilitar investigaciones futuras al ofrecer una base sólida de información y perspectivas.

Algunas teorías que se toman en cuenta son:

Teoría de la Ventaja Comparativa, esta teoría propuesta por David Ricardo, sugiere que los países deben especializarse en la producción y exportación de bienes para los cuales tienen una ventaja relativa en costos, y luego intercambiar estos bienes con otros países. En el caso de la stevia en polvo, si Colombia tiene una ventaja comparativa en su producción debido a factores como clima adecuado, costos bajos de producción o experiencia en cultivo, entonces la exportación de stevia a Estados Unidos podría ser beneficiosa para ambos países. (Ricardo, 2024)

Teoría del Ciclo de Vida del Producto Propuesta por Raymond Vernon, esta teoría sugiere que un producto pasa por varias etapas: introducción, crecimiento, madurez y declive. Inicialmente, un producto innovador puede ser producido y consumido en el país de origen, pero eventualmente puede ser exportado a otros mercados. En el caso de la stevia en polvo, Colombia podría estar en una etapa donde el producto es innovador en su región y comienza a ser

exportado a mercados más desarrollados como Estados Unidos, que busca alternativas a los edulcorantes tradicionales. (Vernon, 1966)

Teoría de la Producción y Comercio Internacional (Modelo Heckscher-Ohlin), esta teoría explica el comercio internacional en función de las dotaciones de factores de producción. Según este modelo, un país exportará bienes que requieren intensivamente los factores de producción que tiene en abundancia. Si Colombia tiene abundancia de recursos naturales y condiciones adecuadas para el cultivo de stevia, podría ser un exportador natural de stevia en polvo a Estados Unidos. (Dunning, 2024)

Teoría de Michael Porter se centra en la estrategia y la ventaja competitiva, proponiendo que las empresas pueden lograr un rendimiento superior mediante el análisis de las Cinco Fuerzas que determinan la competitividad de una industria: la amenaza de nuevos entrantes, el poder de negociación de proveedores y compradores, la amenaza de productos sustitutos y la rivalidad entre competidores existentes. Porter también introdujo las estrategias genéricas (liderazgo en costos, diferenciación y enfoque) y el concepto de cadena de valor, que permite a las empresas identificar áreas para mejorar su eficiencia y crear valor. Su enfoque ha tenido un impacto significativo en la gestión y el análisis estratégico. (Porter, 2007)

Teoría de Michael Kotler, conocida como "la teoría de la complejidad", se centra en cómo las organizaciones y los individuos pueden adaptarse a entornos complejos y cambiantes. Propone que la complejidad en las interacciones y relaciones humanas requiere nuevos enfoques de gestión y liderazgo, enfatizando la importancia de la colaboración, la innovación y la adaptabilidad. Kotler sugiere que, en lugar de aplicar modelos rígidos, es crucial fomentar una cultura organizacional que valore la flexibilidad y el aprendizaje continuo para enfrentar desafíos contemporáneos. (rockcontent, 2023).

Teoría de la Utilidad Marginal, propuesta por Carl Menger y otros economistas de la Escuela Austríaca, sugiere que la utilidad o valor que un consumidor obtiene de un bien o servicio disminuye a medida que aumenta la cantidad consumida. Esto implica que la demanda de un producto es función de su precio y de la utilidad marginal que ofrece al consumidor. En el contexto de la exportación de stevia en polvo, esta teoría podría ayudar a entender cómo los consumidores estadounidenses valoran este producto y cómo la demanda puede variar en función del precio y de la oferta. (Wikipedia, 2024)

4.2. JUSTIFICACION PRACTICA

Un estudio de factibilidad para exportar stevia en polvo desde Santiago de Cali, Colombia, hacia California, Estados Unidos, ayuda a determinar si el proyecto es viable y rentable. Analiza la demanda en California, las ventajas que Colombia puede ofrecer en la producción de stevia, y los requisitos legales necesarios. También evalúa los costos y beneficios, identifica estrategias de marketing y distribución, y considera posibles riesgos.

Adquirir experiencia en la gestión de exportaciones e investigación entre países, gracias a los conocimientos obtenidos en INTENALCO y a la estructura teórica, práctica y metodológica proporcionada. La creación de empresas que contribuyen al desarrollo de un país fomenta incentivos para futuros exportadores.

4.3. JUSTIFICACION METODOLOGICA

La presente investigación se basa desde un enfoque metodológico sólido y coherente, diseñado para abordar de manera integral la viabilidad de exportar stevia en polvo de Colombia a Estados Unidos. La metodología seleccionada se fundamenta en la combinación de enfoques aplicados y multimetódicos, lo que garantiza un análisis profundo y práctico.

A través de este enfoque, se busca identificar y analizar las barreras de entrada al mercado estadounidense, las regulaciones pertinentes y las estrategias efectivas para posicionar el producto. El objetivo es generar recomendaciones concretas para los exportadores colombianos, utilizando conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el estudio del comercio internacional y la industria de alimentos

Esta metodología se sustenta en la elección de una investigación aplicada, cuyo propósito es resolver un problema concreto del mundo real. En lugar de limitarse a la teoría, el estudio se enfoca en las barreras y oportunidades prácticas que enfrentan los exportadores colombianos de stevia. Este enfoque es crucial para identificar soluciones viables a desafíos como las regulaciones de importación, los estándares de calidad, y las preferencias del consumidor en el mercado estadounidense, lo que resulta en un trabajo con un impacto directo y tangible.

Complementando este enfoque, la naturaleza multimetódica del estudio permite una comprensión más completa del fenómeno de la exportación. Al combinar la investigación cuantitativa (análisis de costos, datos de mercado, estadísticas de importación) con la investigación cualitativa (entrevistas, análisis de políticas y regulaciones), se obtiene una perspectiva dual. Por un lado, se pueden medir y cuantificar los aspectos económicos de la viabilidad; por otro, se pueden interpretar y contextualizar los factores socioculturales y legales que influyen en el proceso. Al reunir datos de comercio y tendencias de consumo, se busca obtener información clara que ayude a evaluar si es viable exportar este producto.

Los estudios de viabilidad propuestos (de mercado, técnico, legal, y de impacto social) son el esqueleto de esta investigación. Su inclusión se justifica por ser un marco de evaluación sistemático y reconocido que permite evaluar el proyecto desde múltiples ángulos. Cada estudio se centra en un aspecto crítico del negocio de exportación, lo que permite desglosar un problema complejo en partes manejables. Este método analítico es fundamental para identificar los riesgos y oportunidades específicas en cada fase del proceso de exportación.

Este estudio se fundamenta en la recolección de datos, utilizando tanto fuentes primarias como secundarias. El uso de fuentes secundarias, como informes de la DIAN, ProColombia y el Ministerio de Comercio, proporciona un contexto macroeconómico y legal sólido. Sin embargo, lo más importante es la inclusión de fuentes primarias. Se recopilarán datos primarios a través de encuestas y entrevistas con productores de stevia en Colombia y consumidores en Estados Unidos, lo que permitirá obtener información directa sobre las percepciones y necesidades del mercado. Complementariamente, se utilizarán fuentes secundarias, como estudios de mercado, informes de comercio internacional y estadísticas disponibles en bases de datos de organizaciones como la FAO y el Ministerio de Comercio de Colombia.

Finalmente, el uso del método inductivo se utiliza por su capacidad para generar conclusiones a partir de observaciones específicas. Al estudiar los patrones de consumo y las preferencias en un mercado específico como California, se pueden identificar tendencias y generalizar hallazgos que son aplicables a la estrategia de exportación. Este método, junto con el método analítico, permite una progresión lógica desde la observación detallada hasta la formulación de estrategias generales, lo cual es la esencia de una investigación de viabilidad exitosa.

La metodología seleccionada combina varios enfoques, métodos y técnicas que, en conjunto, forman un diseño coherente y robusto. Cada componente ha sido elegido estratégicamente para garantizar que la investigación no solo sea rigurosa, sino también práctica y relevante, ofreciendo una guía clara y fundamentada para la toma de decisiones en el sector de la exportación.

5. MARCOS

5.1. MARCOS REFERENCIALES

La exportación de productos naturales como la stevia en polvo es una oportunidad significativa para países como Colombia, que cuenta con condiciones climáticas y recursos naturales adecuados para su producción. Sin embargo, para aprovechar al máximo esta oportunidad, es crucial entender los factores que influyen en la exportación de stevia en polvo y desarrollar estrategias efectivas para incrementar las exportaciones.

En este sentido, el presente trabajo se basa en el análisis de varios estudios y teorías que abordan la producción, comercialización y exportación de stevia en polvo. Se revisan los trabajos de Bach. Minchola Guardia (2019), Nelson Camilo Ramia Avenatti (2002) y Natalia Acosta (2015), que proporcionan una base sólida para entender los desafíos y oportunidades que enfrenta la industria de la stevia en polvo.

El trabajo llamado “Diseño e implementación de un modelo de gestión para incrementar las exportaciones en una empresa comercializadora de stevia” del año 2019 escrito por el estudiante de maestría en administración de negocios Bach. Minchola Guardia, Renzo Daniel, el cual tiene como objetivo general diseñar e implementar un modelo de gestión que promueva un aumento en las exportaciones. Esto se logra mediante un enfoque estructurado que integra la planificación, el control dimensional y la difusión web, esenciales para mejorar la competitividad en el mercado internacional.

Se aplica un sistema de planeamiento que busca incrementar el nivel de embarques a tiempo. Los resultados muestran un aumento del 20.49% en las exportaciones durante el 2018 en comparación con el año anterior, atribuido a la mejora en la relación con los clientes y los procesos de envío. Esto se traduce en un porcentaje de envíos a tiempo que aumentó del 77.78% al 91.61%, reduciendo costos y errores en los procesos de exportación.

La implementación de un sistema de control dimensional, utilizando tecnología como el cubic scan, permitió optimizar el cubillaje y atender requerimientos específicos de los clientes. Este sistema logró eliminar en un 100% las incidencias por problemas de empaque, que anteriormente representaban un costo significativo. La inversión en esta tecnología (S/ 17,930) se justificó con la reducción de reclamos y mejora en la calidad del servicio.

La adopción de un sistema de difusión web resultó en un aumento del 350% en la captación de nuevos clientes en 2018 respecto a 2017. La plataforma web no solo facilitó la exposición de las bondades del producto, sino que también permitió a los clientes realizar cotizaciones, pagos y elegir el medio de transporte de manera eficiente. Esto transformó la manera de hacer comercio internacional, incluso con clientes individuales, fortaleciendo la presencia de la empresa en el mercado global. (Bach. Minchola Guardia, 2019)

Otro trabajo que se toma en cuenta para el análisis es hecho por el estudiante Nelson Camilo Ramia Avenatti en 2002, con su trabajo de nombre “Estudio económico para la producción y comercialización de Stevia rebaudiana”. En el se se fundamenta en el análisis de costos y económicos para la producción y comercialización de Stevia rebaudiana, con el propósito de identificar y evaluar la viabilidad del proyecto. Este estudio permitirá establecer una base sólida para la toma de decisiones estratégicas en el proceso de producción y comercialización del edulcorante natural.

El objetivo general del estudio es realizar un análisis exhaustivo de los costos involucrados en cada etapa del proceso de producción in vitro de Stevia. Esto incluye desde la propagación hasta la comercialización, permitiendo establecer un entendimiento claro de los gastos asociados. Además, se busca desarrollar una propuesta comercial basada en el análisis del mercado nacional existente, identificando oportunidades y nichos que puedan ser explotados para maximizar la rentabilidad.

En cuanto a los objetivos específicos, se plantea la comparación de los costos de producción de Zamorano con los de otros laboratorios competidores, lo que permitirá evaluar la competitividad en el mercado. También se llevará a cabo un estudio legal que analice los requisitos necesarios para la comercialización interna y la exportación del producto, asegurando el cumplimiento de las normativas vigentes.

Los resultados del estudio indican que los costos de producción por vitroplanta son de \$0.169, lo que se aproxima al precio de venta de la competencia, que es de \$0.20. Sin embargo, este margen es insuficiente para obtener ganancias significativas. Se ha observado que los laboratorios competidores manejan altos volúmenes de producción, lo que les permite reducir costos fijos y, por ende, obtener mejores márgenes por unidad producida.

Además, los laboratorios especializados en la producción comercial de Stevia rebaudiana presentan la ventaja de tener menores porcentajes de contaminación, lo que aumenta la calidad del producto final. La alta densidad de siembra (100,000 plantas por hectárea) requiere una capacidad de almacenamiento adecuada. Los costos de producción por hectárea se sitúan entre \$25,000 y \$35,000, lo que representa un desafío considerable para pequeños y medianos productores que buscan apoyo financiero.

En el mercado de edulcorantes naturales, hay una creciente demanda, con precios que varían entre \$1 y \$2 por kilogramo, dependiendo del contenido de steviósido. Esto resalta el gran valor comercial del producto. Desde un enfoque económico, se han proyectado flujos netos promedio de \$3,000 durante cinco años, lo que, aunque no es relevante por sí solo, sugiere la posibilidad de obtener beneficios a largo plazo.

Finalmente, el análisis del beneficio/costo revela que, con una tasa de multiplicación de 8, se obtiene un beneficio/costo del 31%, superior al 18% alcanzado con tasas de multiplicación

de 6. Esta diferencia del 13% pone de manifiesto la importancia de la eficiencia en los volúmenes de producción, lo que puede ser determinante para el éxito del proyecto. (Avenatti, 2002)

también se tomara en cuenta el trabajo llamado “Las potencialidades de la stevia nacional en el mercado mundial” escrito por Natalia Acosta en el año 2015, que estudia el aumento de la obesidad, diabetes y problemas de presión arterial ha transformado los patrones alimenticios globales, impulsando la búsqueda de alternativas más saludables. En este contexto, la Stevia Rebaudiana Bertoni, conocida como ka’a he’e, se presenta como una opción destacada. Además de sus propiedades medicinales, la stevia se utiliza en la producción de fertilizantes orgánicos y alimentos balanceados para animales, destacando su versatilidad en el agro.

Con hojas que son hasta 30 veces más dulces que el azúcar y un extracto 300 veces más dulce, la stevia es un endulzante natural no calórico que ha reemplazado a edulcorantes artificiales. Su consumo se remonta a los guaraníes, y su reconocimiento científico comenzó en el siglo XIX. Hoy en día, Paraguay se destaca como uno de los principales productores, con el potencial de liderar el mercado global gracias a la calidad de su producto.

Sin embargo, para aprovechar al máximo esta oportunidad, Paraguay debe enfrentar desafíos como la planificación de un programa nacional que incentive el cultivo y apoye a los productores familiares. Se requiere un compromiso gubernamental más sólido y el diseño de políticas industriales que fomenten el procesamiento de stevia, generando valor agregado y fortaleciendo la posición del país en el mercado internacional. (Acosta, 2015)

5.2. MARCO TEORICO

Hoy en día, cada vez más personas buscan alternativas más saludables al azúcar y a los edulcorantes artificiales. En este contexto, la stevia, un endulzante natural que proviene de la planta *Stevia rebaudiana*, ha cobrado mucha popularidad. Colombia, gracias a su clima y su

experiencia agrícola, tiene un gran potencial para producir y exportar stevia en polvo. Para aprovechar esta oportunidad, es útil mirar algunas teorías económicas y estratégicas que pueden ayudar a los productores colombianos. Este marco teórico explorará las ideas de David Ricardo, Raymond Vernon, el modelo de Heckscher-Ohlin, Michael Porter y Michael Kotler; la teoría de la Utilidad Marginal de Carl Mengler, cada uno de los cuales aporta una visión importante sobre cómo abordar la exportación de stevia.

La Teoría de la Ventaja Comparativa, propuesta por David Ricardo, sugiere que los países deben concentrarse en producir lo que hacen mejor y luego intercambiar esos productos con otros países. En palabras simples, si un país puede hacer algo de manera más eficiente, es mejor que se especialice en eso.

En el caso de Colombia y la stevia, si el país tiene un clima ideal, costos de producción bajos y experiencia en el cultivo de esta planta, podría enfocarse en su producción. Esto significa que al exportar stevia a mercados como Estados Unidos, tanto los productores colombianos como los consumidores estadounidenses se benefician. Este enfoque ayuda a identificar en qué áreas Colombia puede destacarse y maximizar sus beneficios en el comercio internacional.

Raymond Vernon desarrolló la Teoría del Ciclo de Vida del Producto, que explica que los productos pasan por varias etapas: introducción, crecimiento, madurez y declive. En términos sencillos, al principio, un producto nuevo se produce y consume en su país de origen. Luego, si tiene éxito, comienza a ser exportado a otros mercados.

En el caso de la stevia en polvo, Colombia se encuentra en una etapa interesante. Aunque la stevia ya es conocida, todavía está ganando popularidad como una alternativa al azúcar. Por eso, es un buen momento para que Colombia empiece a exportar este producto a países como Estados Unidos, donde los consumidores buscan opciones más saludables. Saber en qué etapa está la stevia ayuda a planificar las estrategias necesarias para tener éxito en la exportación.

El Modelo Heckscher-Ohlin se centra en la idea de que los países exportan productos que requieren los recursos que tienen en abundancia. En otras palabras, un país exportará lo que puede producir más fácilmente gracias a sus recursos disponibles.

Para Colombia, esto significa que si tiene tierras fértiles y un clima adecuado para cultivar stevia, podría ser un exportador natural de este producto. Esta teoría ayuda a resaltar las características específicas de Colombia que pueden aprovecharse para maximizar la producción y exportación. Identificar estos recursos es importante no solo para los agricultores, sino también para quienes toman decisiones en el gobierno sobre cómo fomentar el crecimiento en el sector agrícola.

Michael Porter se enfoca en cómo las empresas pueden competir en sus industrias. Propone que el éxito empresarial depende de cinco factores: la amenaza de nuevos competidores, el poder de negociación de proveedores y compradores, la amenaza de productos que pueden sustituir al nuestro, y la competencia entre empresas que ya están en el mercado.

Aplicar estas ideas a la industria de la stevia en Colombia permite a los productores identificar cómo diferenciarse y mejorar su posición en el mercado. Por ejemplo, si hay muchos nuevos productores de stevia, los productores colombianos deben pensar en cómo ofrecer un producto de mejor calidad o un mejor servicio al cliente. Además, la idea de la cadena de valor de Porter ayuda a los productores a identificar en qué áreas pueden mejorar sus procesos de producción y distribución, aumentando así la eficiencia y el valor de su producto.

La Teoría de la Complejidad de Michael Kotler se centra en cómo las organizaciones y las personas pueden adaptarse a entornos que cambian constantemente. En un mundo donde las preferencias de los consumidores y las condiciones del mercado pueden cambiar rápidamente, es esencial que las empresas sean flexibles y estén dispuestas a innovar.

Para los productores de stevia en Colombia, esto significa que deben estar atentos a las tendencias del mercado y ser capaces de ajustar su producción y marketing según sea necesario. Kotler sugiere que, en lugar de seguir modelos rígidos, las organizaciones deben fomentar una cultura que valore la colaboración y el aprendizaje continuo. Esta mentalidad es crucial para enfrentar los desafíos actuales en la industria de la stevia, donde la competencia es fuerte y las expectativas de los consumidores son altas.

Finalmente, la Teoría de la Utilidad Marginal, propuesta por Carl Menger y otros economistas de la Escuela Austríaca, sugiere que la utilidad o valor que un consumidor obtiene de un bien o servicio disminuye a medida que aumenta la cantidad consumida.

En el contexto de la exportación de stevia en polvo, esta teoría podría ayudar a entender cómo los consumidores estadounidenses valoran este producto y cómo la demanda puede variar en función del precio y de la oferta. (Wikipedia, 2024)

Como conclusión se puede decir que Las teorías presentadas ofrecen una visión valiosa para entender el proceso de exportación de stevia en polvo desde Colombia. Cada teoría proporciona herramientas y perspectivas que pueden ayudar a desarrollar estrategias efectivas para maximizar la producción local y asegurar un buen posicionamiento en el mercado internacional. Al aprovechar las ventajas comparativas, entender el ciclo de vida del producto, optimizar recursos y adaptarse a un entorno cambiante, Colombia puede convertirse en un líder en la exportación de stevia.

5.3. MARCO CONCEPTUAL

La stevia se ha convertido en un edulcorante natural muy popular, especialmente para quienes buscan alternativas más saludables al azúcar. Proveniente de la planta *Stevia rebaudiana*, este producto es mucho más dulce que el azúcar y no aporta calorías. En los últimos

años, la demanda de stevia ha crecido notablemente, impulsada por un interés general por llevar una vida más saludable. Colombia, gracias a sus condiciones favorables, se está posicionando como uno de los principales productores de este edulcorante, lo que abre nuevas oportunidades en el mercado internacional. A continuación, se explorarán conceptos clave que rodean la producción y exportación de stevia.

La Stevia: es un edulcorante natural obtenido de las hojas de la planta *Stevia rebaudiana*, conocido por ser hasta 300 veces más dulce que el azúcar y sin calorías. Sus beneficios incluyen no elevar los niveles de glucosa en sangre, lo que la hace ideal para personas con diabetes. En los últimos años, su popularidad ha crecido en el mercado, impulsada por la demanda de alternativas saludables al azúcar en alimentos y bebidas. (Wikipedia, 2024)

El mercado de la Stevia: ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por la creciente demanda de edulcorantes naturales. A nivel mundial, la producción de stevia alcanzó aproximadamente 30,000 toneladas en 2022, con Colombia emergiendo como uno de los principales productores debido a su clima favorable. En Estados Unidos, el consumo de stevia ha aumentado un 15% anual, convirtiéndose en un componente clave en la industria de alimentos y bebidas. Las proyecciones indican que el mercado global de stevia podría superar los 1,000 millones de dólares para 2026, reflejando un interés sostenido por opciones más saludables y la tendencia hacia productos sin azúcar.

Regulaciones de exportación: La exportación de stevia de Colombia a Estados Unidos está sujeta a diversas regulaciones y normativas. Los productos alimenticios deben cumplir con los estándares establecidos por la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) de EE. UU., que incluyen requisitos de etiquetado claro y preciso, especificando ingredientes y valores nutricionales. Además, la stevia debe contar con certificaciones que garanticen su calidad y seguridad, como las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). Es esencial que los exportadores colombianos se informen sobre las normativas fitosanitarias y las regulaciones de importación,

asegurando así el cumplimiento de los estándares de calidad exigidos en el mercado estadounidense.

Barreras de Entrada al Mercado: Los exportadores colombianos de stevia enfrentan varias barreras al ingresar al mercado estadounidense. En primer lugar, la intensa competencia de proveedores locales y de otros países puede dificultar la penetración en el mercado. Además, los altos costos logísticos asociados al transporte y distribución de productos alimenticios incrementan los desafíos económicos. También deben cumplir con estrictos requisitos normativos de la FDA, que incluyen certificaciones y estándares de calidad, lo que puede implicar costos adicionales y complicaciones administrativas. Estas barreras requieren que los exportadores desarrollen estrategias efectivas para posicionar su producto y optimizar costos. (Mordor Intelligence, 2024)

Estrategias de Posicionamiento: Para posicionar la stevia en el mercado estadounidense, los exportadores colombianos deben implementar estrategias de marketing y distribución efectivas. Es fundamental realizar un análisis de consumidores que identifique preferencias hacia productos naturales, incluyendo campañas que resalten los beneficios de la stevia para personas con diabetes y quienes buscan reducir el azúcar. Asociarse con distribuidores de productos orgánicos y utilizar plataformas de comercio electrónico facilitará el acceso al producto y aumentará su visibilidad. Estas acciones ayudarán a lograr una adecuada penetración en el competitivo mercado estadounidense. (Fernández, 2019)

Impacto Económico: La exportación de stevia en polvo puede impulsar significativamente el crecimiento económico de Colombia al diversificar sus exportaciones y aumentar los ingresos agrícolas. Este cultivo genera nuevas oportunidades laborales en las comunidades rurales, mejorando la calidad de vida. Además, la producción de stevia fomenta prácticas agrícolas sostenibles, ya que requiere menos recursos hídricos. Esto no solo beneficia

al medio ambiente, sino que también posiciona a Colombia como un líder en productos naturales, atrayendo inversiones y fortaleciendo su presencia en el mercado internacional. (Avenatti, 2002)

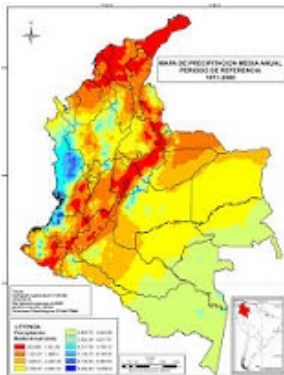
5.4. MARCO CONTEXTUAL

Colombia

Colombia se encuentra en el noroeste de América del Sur, limitada por el océano Pacífico al oeste y el mar Caribe al norte. Su geografía es variada, con montañas, valles, selvas y llanuras, lo que la convierte en un país rico en recursos naturales. Con una población de más de 50 millones de personas, Colombia está experimentando un cambio hacia hábitos más saludables. Cada vez más ciudadanos buscan alternativas naturales para endulzar sus alimentos, lo que incrementa el interés por la stevia como opción.



Clima



El clima en Colombia es predominantemente tropical, caracterizado por temperaturas cálidas y estaciones de lluvia. Este ambiente favorece el cultivo de la stevia durante todo el año. Regiones como Santander y Antioquia son especialmente aptas para este cultivo, ya que ofrecen condiciones de suelo y clima ideales. La disponibilidad de agua y el sol constante ayudan a los agricultores a producir stevia de alta calidad, lo

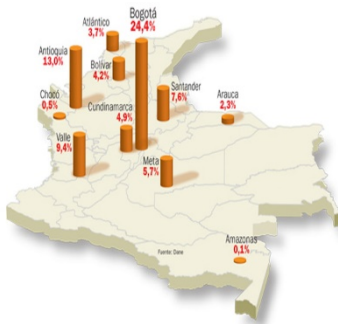
que es vital para satisfacer la demanda nacional e internacional.

Cultura

La stevia tiene raíces profundas en la cultura colombiana, donde ha sido utilizada por comunidades indígenas desde tiempos antiguos. Hoy en día, la popularidad de este edulcorante natural ha crecido entre las personas que buscan opciones más saludables. La cultura agrícola en Colombia también está cambiando, con un enfoque en prácticas sostenibles que protegen el medio ambiente. Esto no solo ayuda a conservar los recursos naturales, sino que también mejora la calidad de vida de los agricultores al permitirles acceder a mercados más amplios.



Economía



Colombia está diversificando su economía, y la agricultura tiene un papel importante en este proceso. Cultivar y exportar stevia puede ser una fuente valiosa de ingresos para muchas comunidades rurales, lo que ayuda a combatir la pobreza. Este cultivo también puede generar empleo, brindando oportunidades a las familias en el campo. Al enfocarse en la producción de stevia, Colombia no solo fortalece su economía, sino que también se posiciona como un competidor en el mercado global de edulcorantes naturales. (Contreras, 2005)

Estados Unidos

Ubicación

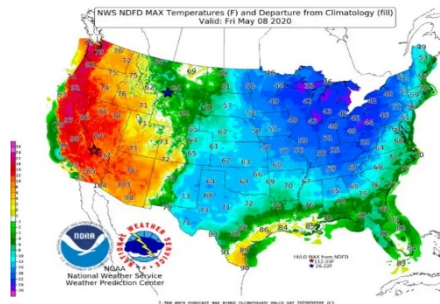
y

Población

Estados Unidos es un país vasto y diverso, con una población de más de 330 millones de personas. Se extiende desde la costa este hasta la costa oeste, y presenta una mezcla de culturas y estilos de vida. En ciudades grandes como Nueva York y Los Ángeles, hay un creciente interés por la salud y el bienestar, lo que ha llevado a un aumento en la demanda de productos naturales. Esta búsqueda de alternativas más saludables hace que la stevia sea cada vez más popular entre los consumidores estadounidenses.



Clima



El clima en Estados Unidos varía ampliamente de una región a otra. En lugares cálidos como el sur de California y el suroeste, las condiciones son ideales para cultivar stevia. Estas áreas suelen tener un clima soleado y suficiente agua, lo que favorece la producción. Sin embargo, la mayor parte de la stevia que se consume proviene de otros países, como Colombia, que cuentan con las condiciones adecuadas para su producción a gran escala.

Cultura

La cultura de la salud y el bienestar ha ganado terreno en Estados Unidos en los últimos años. Los consumidores están más informados sobre los efectos negativos del azúcar en la salud y buscan alternativas que les ayuden a reducir su consumo. La stevia ha encontrado su lugar en este contexto, ya que se presenta como un endulzante natural y bajo en calorías. Las campañas de marketing que resaltan sus beneficios para quienes padecen diabetes y buscan opciones saludables han contribuido a su aceptación en el mercado.



Economía



El mercado de edulcorantes naturales en Estados Unidos está en constante crecimiento. La demanda de productos como la stevia está impulsada por un cambio en las preferencias de los consumidores hacia opciones más saludables. Esto crea una gran oportunidad para los exportadores colombianos, que pueden aprovechar el interés creciente por este producto. Además, el aumento de inversiones en la industria de alimentos y bebidas fomenta un entorno propicio para la importación de stevia, beneficiando tanto a productores colombianos como a consumidores estadounidenses.

Entender los contextos de Colombia y Estados Unidos es esencial para llevar a cabo un proyecto de exportación de stevia. Colombia tiene las condiciones ideales para producir este edulcorante natural, mientras que Estados Unidos representa un mercado en expansión con una creciente demanda de alternativas más saludables. Esta combinación de factores crea un escenario favorable para que el proyecto sea exitoso y beneficie a ambas naciones. (Contreras, 2005)

5.5. MARCO TEMPORAL

El anteproyecto se inicia en agosto, finalizando en noviembre del mismo año 2024 haciendo la debida Selección de la unidad productiva de stevia en el Valle del Cauca y definición de objetivos del proyecto.

La finalización del proyecto se da en el mes de enero y finalizando en el mes de junio del 2025 con la presentación del trabajo final, sus análisis correspondientes, y desarrollo de objetivos.

5.6. MARCO LEGAL

Que se compone de diversas normativas y regulaciones que garantizan el cumplimiento de requisitos legales y de calidad en el proceso de exportación

La Ley 7 de 1991 establece las normas generales que el Gobierno Nacional debe seguir para regular el comercio exterior en Colombia. Esta legislación crea el Ministerio de Comercio Exterior y define las funciones y la estructura del Consejo Superior de Comercio Exterior. Además, se instituye el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica, otorgando ciertas autorizaciones y estableciendo diversas disposiciones adicionales. (GOV, 1991)

La Ley 9 de 1991, promulgada el 17 de enero, establece las normas generales que el Gobierno Nacional debe seguir para regular los cambios internacionales. Además, esta ley introduce medidas complementarias para facilitar y controlar dichas regulaciones. (GOV, 1991)

Obligaciones del exportador en Colombia, según la legislación vigente, incluyen las siguientes:

Registro como Exportador: El exportador debe estar registrado ante la Cámara de Comercio correspondiente, lo que le permite operar legalmente en el comercio exterior.

Cumplimiento Normativo: Debe asegurarse de cumplir con todas las regulaciones nacionales e internacionales que afectan su actividad, incluidas las normativas de sanidad, fitosanitarias y de seguridad alimentaria.

Obtención de Certificaciones: Es necesario obtener las certificaciones requeridas para los productos que se exportan, como certificados fitosanitarios, de calidad y de origen, según las exigencias del país importador.

Cumplimiento de Requisitos de Etiquetado: El exportador debe garantizar que los productos cumplen con los requisitos de etiquetado establecidos por la normativa nacional e internacional, incluyendo información sobre ingredientes, fecha de caducidad y otras especificaciones.

Declaración de Exportación: Debe presentar la declaración de exportación ante la aduana, proporcionando información precisa sobre el envío, el valor de los productos y otros datos relevantes.

Pago de Derechos e Impuestos: El exportador es responsable del pago de los derechos aduaneros, impuestos y cualquier otro cargo aplicable relacionados con la exportación de bienes.

Conservación de Documentación: Debe mantener y conservar toda la documentación relacionada con las exportaciones, incluyendo contratos, facturas y documentos de transporte, por un período determinado.

Responsabilidad por Daños: El exportador es responsable de los daños que puedan ocasionarse a terceros como resultado de la exportación de sus productos, asegurando que estos cumplan con las normativas de calidad y seguridad. (DIAN, 2024)

La constitución política en sus artículos 81, 83, 208 y 209 Implementa la política de comercio exterior enfocada en la simplificación de trámites y procedimientos, así como en la regulación de prácticas comerciales desleales. Esto se llevará a cabo mediante herramientas orientadas a promover las exportaciones y otros mecanismos diseñados para salvaguardar la producción nacional, conforme a los acuerdos comerciales establecidos. (Constitución Política de Colombia, 2015)

Ley 96 de 1986 (Código de Comercio): Regula las actividades comerciales en Colombia, incluyendo las disposiciones sobre contratos de comercio internacional, asegurando que los exportadores cumplan con las obligaciones contractuales en sus transacciones.

Ley 1437 de 2011 (Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo): Establece las reglas para el ejercicio de derechos administrativos en Colombia, aplicables a los trámites relacionados con la exportación, incluyendo la obtención de licencias y autorizaciones.

Ley de Aduanas (Decreto 2685 de 1999): Regula el procedimiento aduanero, las disposiciones sobre importación y exportación de bienes, y establece los derechos y deberes de los exportadores. Esta ley es fundamental para asegurar que los procedimientos aduaneros se realicen de acuerdo con la normativa vigente.

Ley 1014 de 2006 (Ley de Emprendimiento): Promueve el emprendimiento y la innovación en el país, facilitando el acceso a recursos y programas que apoyen a los emprendedores, incluyendo aquellos que buscan exportar productos como la estevia. (CODIGO DE COMERCIO DE COLOMBIA, 1975)

RESOLUCIÓN EXTERNA No. 1 DE 2018 (mayo 25)

Por medio de la cual se recopila y se ajusta el régimen de cambios internacionales.

LA JUNTA DIRECTIVA DEL BANCO DE LA REPÚBLICA

-Artículo 1o. MONEDAS DE RESERVA.

-Artículo 2o. INTERVENCIÓN EN EL MERCADO.

CIRCULAR REGLAMENTARIA EXTERNA – DCIN – 83

IMPORTACIONES DE BIENES

Los residentes deberán utilizar el mercado cambiario para realizar los pagos correspondientes a sus exportaciones. (CODIGO DE COMERCIO DE COLOMBIA, 1975).

6. DISEÑO METODOLOGICO

6.1. Estudio de viabilidad

El logro de los objetivos propuestos al inicio de este trabajo se llevará a cabo mediante los estudios de viabilidad necesarios, con el propósito de determinar si el proyecto puede ser implementado más adelante. Para evaluar un proyecto, es fundamental realizar diversos estudios

de viabilidad: de mercado, técnico, organizacional, legal, financiero y económico, así como análisis de riesgo y la evaluación de los impactos sociales y ambientales.

Según Landaure, “a través de ciertos indicadores y con la información procesada en el estudio de viabilidad es posible establecer si un proyecto es viable o no, y en caso afirmativo, qué tan viable es, así como sus fortalezas y debilidades” (ESAN, 2017).

Para avanzar en los objetivos específicos presentados en este trabajo, la investigación debe centrarse en los siguientes estudios:

- Estudio de mercados.
- Estudio técnico.
- Estudio legal y administrativo.
- Cálculo de costos de importación.
- Análisis de los impactos sociales y ambientales.

Los estudios de factibilidad también deben considerar cómo el proyecto influirá en la vida social de las personas, especialmente de aquellos en las cercanías. Esto incluye aspectos como la creación de empleo, la mejora de las condiciones de vida de la comunidad local y cualquier beneficio, ya sea directo o indirecto, que el negocio pueda aportar a la zona donde se establecerá.

6.2. RECOLECCIÓN DE DATOS

La investigación se basa en recoger información a través de diferentes métodos, como el análisis de contenido, entrevistas y revisión de archivos. Se incluyeron instituciones importantes como la DIAN, el Ministerio de Comercio, ProColombia y el Ministerio de Agricultura,

Banco de Comercio Exterior de Colombia (Bancóldex), además de consultar libros, páginas web, revistas, artículos especializadas y reportes de agencias nacionales e internacionales.

6.3. CLASE O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este trabajo se basa en una investigación aplicada y multimetodica, enfocándose en resolver problemas reales relacionados con la exportación de stevia en polvo de Colombia a Estados Unidos. A través de este enfoque, se identificarán y analizarán las dificultades para entrar en el mercado estadounidense, las regulaciones que se deben cumplir y las mejores estrategias para posicionar el producto. El objetivo es ofrecer recomendaciones claras para los exportadores colombianos, combinando conocimientos teóricos y prácticos sobre comercio internacional y la industria de edulcorantes naturales.

Investigación Aplicada: Se enfoca en resolver problemas concretos en situaciones reales, buscando soluciones que se puedan poner en práctica de inmediato. Es muy útil porque ofrece resultados que tienen un impacto directo. En tu caso, al estudiar la exportación de stevia, podrás identificar las dificultades y oportunidades en el mercado estadounidense, así como las regulaciones que se deben cumplir. Esto ayudará a los exportadores colombianos a tomar decisiones bien informadas. En tu trabajo, usarás este enfoque para entender las necesidades del mercado y los retos que enfrentan los exportadores, investigando normas específicas de importación y los estándares de calidad que la stevia debe cumplir, además de las preferencias de los consumidores. Todo esto te permitirá dar recomendaciones claras y prácticas para facilitar el proceso de exportación.

Investigación Multimetodica: te permite usar diferentes maneras de investigar, tanto técnicas cuantitativas como cualitativas, para tener una visión más completa del problema que estás estudiando. Combinar estos métodos enriquece el análisis, ya que cada uno ofrece

perspectivas diferentes, algo muy importante cuando se trata de exportar, ya que hay que tener en cuenta factores económicos, culturales y del mercado. En tu investigación sobre la factibilidad de exportar stevia, podrías hacer encuestas para recoger datos sobre la demanda en Estados Unidos y también entrevistas con expertos para entender mejor las estrategias de mercado. Además, podrías analizar a la competencia y estudiar casos de exportaciones exitosas. Todo esto te ayudará no solo a comprender los números, sino también a captar las opiniones y experiencias de las personas involucradas en la industria, lo que hará que tus conclusiones y recomendaciones sean más sólidas y útiles.

6.4. METODO DE INVESTIGACION

Para este trabajo de investigación se utilizará algunos métodos como:

Método inductivo: Este enfoque consiste en observar casos específicos y recopilar datos sobre la demanda de stevia en California. Para ello, se investigarán, informes de mercado, estudios sobre consumidores, etc. Lo que ayudará a obtener información valiosa sobre lo que buscan y prefieren. Con estos datos, se podrán identificar tendencias y patrones que permitirán sacar conclusiones sobre si es viable exportar stevia desde Colombia. Este método ayudará a crear una base sólida de información y a formular hipótesis sobre las oportunidades y desafíos en el mercado, lo cual es clave para desarrollar estrategias efectivas para entrar y posicionar el producto.

Método analítico: Este enfoque consiste en descomponer el problema en partes más pequeñas para entenderlo mejor. En el contexto de este trabajo, se utilizará este método para evaluar diversos factores que influyen en la viabilidad de la exportación, como los costos de producción, los aranceles, las regulaciones de importación en estados unidos y las condiciones del mercado. Al analizar cada uno de estos elementos por separado, se podrán identificar las

barreras y oportunidades más importantes. Este método proporcionará una visión clara y estructurada de la situación, lo que facilitará la toma de decisiones informadas y estratégicas sobre cómo proceder con la exportación de stevia.

6.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Para las técnicas de la investigación se utilizarán las fuentes de información primarias y las fuentes secundarias.

Las **fuentes primarias** son clave porque nos dan datos directos y específicos sobre el mercado. Al investigar informes de consumidores, estudios de mercado y estadísticas actualizadas, podremos conocer mejor las preferencias y tendencias de los compradores en California, lo que nos ayudará a ajustar nuestra estrategia de exportación de manera efectiva.

Para las fuentes primarias se van a tomar en cuenta entrevistas que encontremos online, encuestas realizadas, etc.

Por otro lado, las **fuentes secundarias** son útiles porque nos brindan un contexto más amplio sobre la industria de la stevia y el comercio internacional. A través de estudios anteriores, artículos y análisis de tendencias, podemos identificar patrones y factores que han influido en el mercado. Esta información es esencial para entender mejor la situación en la que estamos y para anticipar posibles problemas.

Para las fuentes secundarias utilizaremos información tomada de libros sobre Stevia, datos de la DIAN, estadísticas del DANE, paginas online, artículos, etc.

6.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población: En este estudio, la población se refiere al conjunto total de elementos que se van a analizar en relación con la exportación de stevia en polvo. Esta población está compuesta por individuos o entidades que comparten características comunes, como los consumidores de stevia en Estados Unidos y los distribuidores en el sector de alimentos. La población puede incluir tanto personas como empresas involucradas en el consumo y comercialización de la stevia.

Población finita: Se considera finita aquella población que se puede contar y analizar de manera más sencilla. Por ejemplo, se podría hablar de un número específico de clientes de tiendas de productos naturales que compran stevia en California.

Población infinita: Esta categoría abarca poblaciones tan grandes que resulta difícil contabilizar a todos sus miembros, lo que lleva a seleccionar solo una parte para el estudio. Un ejemplo sería el total de consumidores de stevia en todo Estados Unidos, donde se utilizaría una muestra representativa.

Población real: Se refiere a grupos concretos y tangibles que se pueden identificar y contar. Por ejemplo, el número de distribuidores de stevia en polvo que operan en el estado de California.

Población hipotética: Se trata de poblaciones que podrían ser estudiadas bajo ciertas condiciones. Por ejemplo, la cantidad de consumidores potenciales de stevia en California si se introdujera un nuevo producto al mercado.

La población objeto de estudio en este proyecto es finita porque se enfoca en un grupo específico y delimitado de consumidores de stevia en polvo en Estados Unidos, particularmente en California. Al tratarse de un número determinado y accesible de clientes de tiendas de productos naturales, se puede contar y analizar de manera más sencilla, lo que justifica el uso de una población finita.

Muestra: La muestra es una parte representativa de la población que comparte características similares. Se selecciona para facilitar el estudio y se utiliza para obtener información sobre la población en general. Al realizar investigaciones sobre preferencias de consumo o comportamientos del mercado, se extraen muestras para realizar análisis que ayudarán a formular estrategias y decisiones basadas en datos reales.

Muestreo aleatorio simple: En este método, los elementos se eligen al azar de una lista. Es más efectivo cuando la población es pequeña y homogénea, lo que facilita obtener una muestra que refleje adecuadamente las características de toda la población.

6.7. PROCEDIMIENTOS

Se elaboró una matriz de factibilidad de exportación que compara los dos países preseleccionados en aspectos generales como gastos de embarque, tributos aduaneros y otros costos. Con estos valores, se selecciona el país con el total menor.

En el estudio de mercado, se consideraron los cinco países que más importan stevia en el mundo. Se realizó un análisis de cada uno, teniendo en cuenta variables como política, religión, cultura de negociación, idioma y acuerdos internacionales. Posteriormente, se preseleccionaron dos de estos países y se analizó su ubicación geográfica en relación con Colombia.

Se tuvo en cuenta el marco legal de las exportaciones en Colombia, ya que este regula el comercio exterior. Se consultaron la Ley Marco de Comercio Exterior 7 y 9 de 1991, que establecen las normas generales a seguir por el gobierno nacional en esta materia, incluyendo regulaciones sobre cambios internacionales y medidas complementarias.

El Decreto 1169 menciona, en varios artículos, los requisitos y obligaciones del importador, así como las obligaciones aduaneras en la exportación. La Resolución Externa No. 1 de 2018 aborda aspectos relacionados con las monedas en las que se puede negociar, la

intervención del Banco de la República en el mercado y las transacciones de divisas. Además, la Circular Externa DCIN-83 detalla lo relativo a la exportación de bienes.

Para llevar a cabo una exportación, es necesario estar inscrito en el R.U.T., en la V.U.C.E. (ventanilla única de comercio exterior), conocer la posición arancelaria del producto en la página de la D.I.A.N. y contar con el registro o licencia de exportación.

Para calcular los costos de la exportación, se elabora una matriz de costos que incluye datos como el costo del seguro, el flete internacional y el tipo de INCOTERM a utilizar. Al ingresar estos datos, se genera automáticamente el total de los costos de la exportación. Esta matriz es fundamental, ya que permite conocer el monto necesario para realizar la exportación.

6.8. LINEA DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo se enmarca en la línea de investigación del programa Tecnología en Gestión de Comercio Exterior del Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez”, centrado en El trabajo de investigación para el grado.

6.9. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

La investigación del presente proyecto será ejecutada dentro de ellos límites entre las ciudades Cali, California, que se encuentran ubicadas en Colombia, Estados Unidos.

7. ANALISIS DE MICHAEL PORTER

En el contexto de la globalización y el crecimiento de la demanda de productos naturales, la industria de la stevia en polvo se ha convertido en un mercado atractivo para las empresas que buscan expandir su presencia en el mercado estadounidense. A continuación, se presentan los resultados de un análisis de las 5 variables de Michael Porter, que proporcionan una visión detallada de la competitividad y las oportunidades de crecimiento en este mercado.

Amenaza de nuevos entrantes

- Barreras de entrada: La industria de la stevia en polvo tiene barreras de entrada moderadas. Se requiere una inversión inicial para establecer una planta de procesamiento y obtener las certificaciones necesarias.

- Concentración de proveedores: La stevia es un producto que se puede obtener de varios proveedores, por lo que no hay una concentración significativa de proveedores.

- Diferenciación de productos: La stevia en polvo es un producto relativamente homogéneo, por lo que la diferenciación de productos es limitada.

- Amenaza de nuevos entrantes: La amenaza de nuevos entrantes es moderada, ya que aunque hay barreras de entrada, la industria no es muy concentrada y hay oportunidades para que nuevos entrantes se establezcan.

Poder de negociación de los proveedores

- Concentración de proveedores: La stevia es un producto que se puede obtener de varios proveedores, por lo que no hay una concentración significativa de proveedores.

- Diferenciación de productos: La stevia es un producto relativamente homogéneo, por lo que la diferenciación de productos es limitada.

- Poder de negociación de los proveedores: El poder de negociación de los proveedores es bajo, ya que hay muchos proveedores y la stevia es un producto relativamente homogéneo.

- Impacto en la cadena de suministro: El impacto en la cadena de suministro es moderado, ya que aunque los proveedores no tienen mucho poder de negociación, la disponibilidad de la stevia puede variar dependiendo de factores climáticos y de la demanda.

Poder de negociación de los clientes

- Concentración de clientes: El mercado de la stevia en polvo en Estados Unidos es relativamente fragmentado, con muchos clientes pequeños y medianos.

- Diferenciación de productos: La stevia en polvo es un producto relativamente homogéneo, por lo que la diferenciación de productos es limitada.

- Poder de negociación de los clientes: El poder de negociación de los clientes es moderado, ya que aunque hay muchos clientes, la stevia en polvo es un producto relativamente homogéneo y los clientes pueden cambiar de proveedor fácilmente.

- Impacto en la cadena de suministro: El impacto en la cadena de suministro es moderado, ya que aunque los clientes no tienen mucho poder de negociación, la demanda de la stevia en polvo puede variar dependiendo de factores como la tendencia de los consumidores hacia productos naturales y saludables.

Amenaza de productos sustitutos

- Disponibilidad de sustitutos: Hay varios sustitutos de la stevia en polvo, como el aspartamo, el sacarina y la sucralosa.

- Calidad y precio de los sustitutos: Los sustitutos de la stevia en polvo tienen una calidad y precio similares.

- Facilidad de cambio: Los clientes pueden cambiar fácilmente de la stevia en polvo a otros edulcorantes artificiales o naturales.

- Amenaza de productos sustitutos: La amenaza de productos sustitutos es alta, ya que hay varios sustitutos disponibles y los clientes pueden cambiar fácilmente.

Rivalidad entre competidores

- Número de competidores: Hay varios competidores en el mercado de la stevia en polvo en Estados Unidos.

- Similitud de productos: La stevia en polvo es un producto relativamente homogéneo, por lo que la similitud de productos es alta.

- Presencia de barreras de entrada: La industria de la stevia en polvo tiene barreras de entrada moderadas.

- Rivalidad entre competidores: La rivalidad entre competidores es alta, ya que hay varios competidores y la similitud de productos es alta.

8. ESTUDIO DE MERCADO

8.1. ANALISIS DEL SECTOR

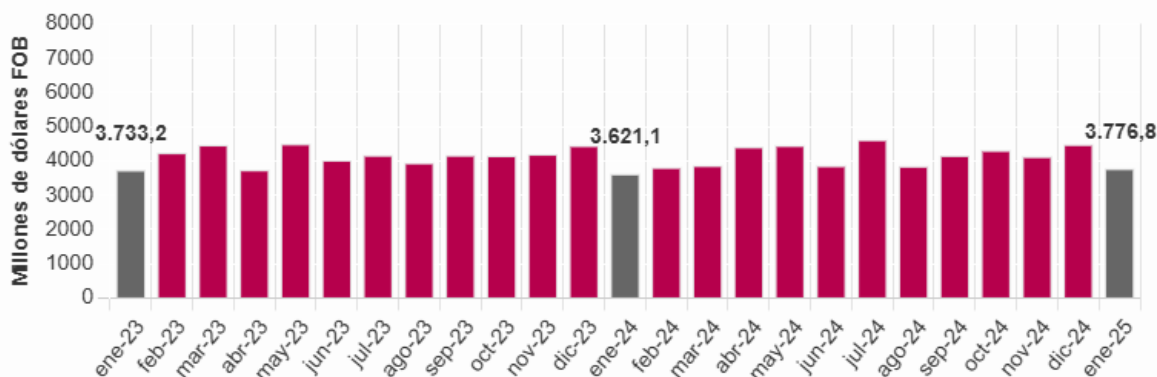
SECTOR EXPORTADOR COLOMBIANO

El sector exportador colombiano ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en diciembre de 2024, las exportaciones colombianas alcanzaron los US\$4.472,4 millones FOB, lo que representa un aumento de 0,6% en relación con diciembre de 2023.

Exportaciones (EXPO)

Valor FOB de las exportaciones (millones de dólares FOB)

Total nacional enero (2023-2025)^P



En cuanto a la composición de las exportaciones, el sector de combustibles y productos de industrias extractivas participó con 43,3% del valor total de las exportaciones, seguido del sector agropecuario, alimentos y bebidas con 26,4%, y manufacturas con 21,9%. Es importante destacar que el sector agropecuario ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, con un aumento de 29,5% en las exportaciones en diciembre de 2024 en comparación con el mismo mes del año anterior.

En cuanto a los principales destinos de las exportaciones colombianas, Estados Unidos, Venezuela y Ecuador son algunos de los países más importantes. Según el DANE, en 2024, Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones colombianas, con un valor total de US\$1.444,9 millones FOB.

Exportaciones													
Colombia, destino de las exportaciones (1994 - 2025) ^a													
Millones de dólares FOB													
Destino	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025 ^b
Total exportaciones ^c	58.826	54.857	36.018	31.768	38.022	41.905	39.489	31.056	41.390	56.910	49.769	49.556	3.777
Aladi	13.404	12.629	9.339	7.919	9.846	11.264	9.981	7.566	10.482	15.780	13.879	13.862	907
Comunidad Andina de Naciones	3.392	3.213	2.768	2.399	2.759	3.160	3.234	2.430	2.967	3.124	3.275	3.197	294
Mercosur	4.321	3.850	2.453	1.841	2.004	2.292	1.976	1.747	2.743	3.462	2.972	3.308	240
^a Unión Europea	8.174	8.322	5.375	4.489	5.036	4.474	4.139	3.600	4.446	8.022	6.809	5.178	465
Principales países de destino													
Estados Unidos	18.462	14.224	10.008	10.286	10.615	10.674	11.520	8.922	10.960	14.840	13.286	14.335	1.159
Venezuela	2.256	1.987	1.060	614	319	354	196	196	331	632	673	1.004	67
Alemania	780	634	496	476	473	449	483	497	723	860	586	610	52
Ecuador	1.975	1.888	1.470	1.200	1.465	1.852	1.954	1.474	1.758	1.882	2.015	1.921	176
Bélgica	495	462	481	451	507	404	487	423	562	631	540	655	69
Perú	1.274	1.187	1.148	1.051	1.138	1.165	1.146	854	1.081	1.107	1.137	1.169	111
Japón	388	421	520	428	557	474	466	402	468	606	677	508	39
México	864	914	914	937	1.537	1.638	1.409	1.161	1.203	1.752	1.879	1.957	74
Resto de países	32.334	33.141	19.919	16.327	21.409	24.893	21.829	17.127	24.304	34.599	28.976	27.398	2.028

El sector exportador colombiano ha estado en crecimiento, impulsado por el sector agropecuario y las exportaciones de combustibles y productos de industrias extractivas. Sin embargo, es importante destacar que el sector exportador colombiano aún enfrenta desafíos, como la dependencia de los precios internacionales de los commodities y la necesidad de diversificar los mercados y productos exportados.

8.2. EL MERCADO DEL PRODUCTO EN EL EXTERIOR

El mercado global de la estevia está en una trayectoria ascendente, impulsado por la creciente demanda de alternativas saludables al azúcar. Según Mordor Intelligence, se estima que el tamaño del mercado de la estevia alcanzó los USD 840 millones en 2024, y se proyecta que alcance los USD 1,36 mil millones para 2029, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 10,12% durante el período de previsión (2024-2029). Estados Unidos, como uno de los mayores consumidores de edulcorantes a nivel mundial, juega un papel crucial en este crecimiento. La tendencia hacia productos "clean label" y la reducción del consumo de azúcar han impulsado significativamente la demanda de estevia en el país.

A nivel mundial, la estevia está ganando terreno en diversas regiones, incluyendo Europa, Asia-Pacífico y América Latina. En Europa, la demanda está impulsada por la creciente

preocupación por la obesidad y la diabetes, así como por la preferencia por productos naturales y orgánicos. En Asia-Pacífico, países como China y Japón son importantes mercados consumidores de estevia, con una creciente demanda en la industria de alimentos y bebidas. En América Latina, la estevia es un edulcorante tradicionalmente utilizado, y su demanda está aumentando en línea con la tendencia global hacia productos saludables. Los principales segmentos de consumidores a nivel internacional incluyen la industria de alimentos y bebidas, la industria farmacéutica y los consumidores individuales que buscan alternativas saludables al azúcar.

La competencia en el mercado de la estevia es intensa, con proveedores de países como China y Paraguay liderando la producción global. Además, edulcorantes naturales alternativos como el eritritol y el monk fruit compiten por la participación de mercado. La diferenciación a través de la calidad, la certificación orgánica y la sostenibilidad es crucial para los exportadores colombianos. La competencia entre los proveedores existentes es alta debido al aumento de la demanda del mercado, lo que requiere estrategias de marketing y ventas efectivas para destacar.

La FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos de EE. UU.) regula la importación y comercialización de estevia en Estados Unidos. Es fundamental cumplir con los requisitos de etiquetado y seguridad alimentaria establecidos por la FDA para garantizar el acceso al mercado. Las certificaciones orgánicas, Kosher y otras pueden aumentar significativamente la confianza de los consumidores y mejorar el acceso a canales de distribución clave.

Los exportadores pueden acceder a los mercados internacionales a través de diversos canales de distribución. Establecer relaciones sólidas con importadores y distribuidores especializados en alimentos naturales es esencial para llegar a minoristas y supermercados en diferentes países. Las ventas en línea a través de plataformas de comercio electrónico globales

representan una oportunidad importante para alcanzar un público más amplio. Además, participar en ferias y eventos internacionales de la industria alimentaria puede ser una estrategia efectiva para establecer contactos y promocionar la estevia colombiana.

Para tener éxito en el mercado global, los exportadores colombianos deben realizar un análisis exhaustivo de las regulaciones y preferencias de los consumidores en cada región objetivo. Es fundamental garantizar la calidad y pureza de la estevia, obtener las certificaciones necesarias, establecer relaciones comerciales sólidas y desarrollar una estrategia de marketing efectiva que destaque los beneficios y el origen de la estevia colombiana.

ANALISIS DOFA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
-------------------	----------------------

- Calidad del producto:

Colombia tiene potencial para producir estevia de alta calidad debido a sus condiciones climáticas y geográficas.

Posibilidad de obtener certificaciones orgánicas y de comercio justo.

- Experiencia en agricultura:

Colombia cuenta con una tradición agrícola y experiencia en el cultivo de diversos productos.

Conocimiento en técnicas de cultivo y manejo de cultivos.

- Potencial de producción:

Capacidad para aumentar la producción de estevia para satisfacer la demanda del mercado estadounidense.

- Apoyo gubernamental:

Programas y entidades de apoyo a la exportación, como ProColombia.

- Creciente demanda de edulcorantes naturales:

Tendencia global hacia productos saludables y bajos en calorías.

Aumento de la conciencia sobre los efectos negativos del azúcar.

- Mercado estadounidense en expansión:

Alto consumo de edulcorantes en Estados Unidos.

Crecimiento del mercado de productos orgánicos y naturales.

- Regulaciones favorables:

Aprobación de la estevia por la FDA.

Posibilidad de obtener certificaciones para acceder a nichos de mercado.

- Canales de distribución:

Oportunidad de establecer alianzas con importadores, distribuidores y minoristas en Estados Unidos.

Uso de plataformas de comercio electrónico.

DEBILIDADES

- Infraestructura logística:

Posibles limitaciones en la infraestructura de transporte y logística para la exportación.

Costos de transporte elevados.

- Capacidad de producción:

Necesidad de aumentar la capacidad de producción para satisfacer la demanda del mercado estadounidense.

Posibles limitaciones en la disponibilidad de tierras y mano de obra.

- Conocimiento del mercado:

Necesidad de adquirir un conocimiento profundo del mercado estadounidense, incluyendo regulaciones, preferencias de los consumidores y competencia.

- Costos de producción:

AMENAZAS

- Competencia intensa:

Presencia de otros proveedores de estevia en el mercado estadounidense, incluyendo China y Paraguay.

Competencia de otros edulcorantes naturales.

- Cambios en las regulaciones:

Posibles cambios en las regulaciones de la FDA que afecten la importación y comercialización de estevia.

- Fluctuaciones en los precios:

Posibilidad de fluctuaciones en los precios de la estevia en el mercado internacional.

- Riesgos climáticos:

Posibilidad de que los riesgos climáticos afecten la producción de estevia.

Posibles costos de producción elevados en comparación con otros proveedores.

9. INTELIGENCIA DE MERCADOS

9.1. POSIBLES MERCADOS PARA EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO

Estos países son mercados clave debido a su enfoque en el bienestar y su preferencia por edulcorantes naturales en lugar de edulcorantes artificiales o azúcar. Las industrias de alimentos y bebidas en estos mercados siguen innovando para reducir el contenido de azúcar y calorías, lo que hace que la stevia sea un ingrediente esencial.

Los principales países importadores de stevia, que representan mercados clave para este edulcorante natural, son:

Pais	Importaciones de stevia en dolares
China	982,5 millones
Estados Unidos	1.000 millones
Alemania	500 millones
Japón	400 millones

- **Estados Unidos:** Es el mayor importador de stevia, con importaciones de alrededor de **1000 millones de dólares**. En este país, muchas personas están enfocadas en llevar una vida más saludable, y la stevia es muy popular porque ayuda a reducir el consumo de azúcar. Se usa mucho en productos como refrescos, snacks y postres bajos en calorías.

- Población: 331 millones.

- Religión: La mayoría de la gente en Estados Unidos es **crisiana** (protestante o católica), aunque hay bastante diversidad religiosa. Sin embargo, la religión no tiene mucha influencia en los negocios. Lo más importante aquí es que los estadounidenses valoran mucho ser eficientes y directos.

- Moneda: En Estados Unidos se usa el **dólar (USD)**, una de las monedas más fuertes y conocidas en todo el mundo. Para Colombia, es conveniente porque los precios son más

estables, y es fácil hacer negocios en dólares sin preocuparse demasiado por el cambio de moneda.

- Idioma: Inglés.

- Distancia desde Colombia: Aproximadamente 4,000 km (vía aérea a ciudades como Miami o Nueva York).

- Cultura y consumo: Estados Unidos tiene una cultura enfocada en la salud y el bienestar, con un creciente interés en productos naturales y bajos en calorías como la stevia. La tendencia hacia dietas saludables es fuerte, lo que facilita la demanda de productos con este edulcorante. Además, los consumidores tienden a preferir productos orgánicos y libres de transgénicos.

- Mercado: El mercado estadounidense es grande y competitivo, con múltiples canales de distribución, desde grandes cadenas de supermercados hasta tiendas naturistas y en línea. Además, la familiaridad del mercado con la stevia facilita la entrada de nuevos productos.

- **China:** Aunque China produce bastante stevia, también importa mucho, con unos **982,5 millones de dólares** en importaciones. La demanda interna es alta, especialmente porque las empresas de alimentos y bebidas la usan para hacer productos como refrescos y alimentos procesados que necesitan edulcorantes naturales.

- Población: 1,400 millones.

- Religión: n China no hay una sola religión dominante, pero el **budismo**, el **taoísmo** y el **confucianismo** son muy importantes. Esto se refleja en cómo se hacen los negocios, donde las relaciones personales son clave. Es importante ganarse la confianza antes de cerrar un trato.

- Moneda: En China se usa el **yuan (CNY)**. La economía china es enorme y controlada por el gobierno, por lo que es importante estar al tanto de cómo varía el valor del yuan cuando exportas, ya que puede afectar los costos.

- Idioma: Mandarín.

- Distancia desde Colombia: Aproximadamente 15,000 km (vía aérea).

- Cultura y consumo: En China, el consumo de stevia está relacionado principalmente con la necesidad de productos saludables debido a la creciente preocupación por el azúcar y sus efectos en la salud. Sin embargo, hay una fuerte preferencia por productos de origen local, lo que puede representar un desafío para los exportadores extranjeros. También es un mercado altamente regulado, con estrictos controles sobre productos alimentarios y edulcorantes.

- Mercado: Aunque China es productor de stevia, la demanda de este edulcorante sigue creciendo, especialmente en la industria de bebidas y alimentos procesados. Para Colombia, el reto es superar las barreras comerciales y establecer conexiones con distribuidores chinos, además de adaptarse a los estrictos estándares de calidad y regulaciones del país.

• **Alemania:** En Europa, Alemania es el principal importador de stevia, con **500 millones de dólares**. En este país, muchas personas están preocupadas por los efectos del azúcar en la salud, por lo que buscan productos más naturales. La stevia se usa en muchos yogures, bebidas y comidas preparadas que tienen que ser saludables o bajas en calorías.

- Población: 83 millones.

- Religión: La mayoría de los alemanes son **cristianos** (protestantes o católicos), pero la religión no tiene un papel importante en los negocios. Lo que destaca más en la cultura alemana es su enfoque en la precisión y el orden.

- Moneda: En Alemania se usa el **euro (EUR)**, que también es una moneda muy fuerte y estable. Al exportar a Europa, es importante estar preparado para los costos en euros, ya que la fortaleza del euro puede hacer que los productos colombianos parezcan un poco más caros.

- Idioma: Alemán.

- Distancia desde Colombia: Aproximadamente 9,000 km (vía aérea).

- Cultura y consumo: Los consumidores alemanes están altamente enfocados en la salud, y prefieren productos naturales, orgánicos y sostenibles. Alemania es líder en la adopción de edulcorantes como la stevia debido a sus preocupaciones sobre el azúcar y las dietas saludables. El mercado es ecológico y los consumidores valoran la transparencia y el comercio justo, lo que puede ser una ventaja para Colombia si puede demostrar prácticas sostenibles.

- Mercado: Alemania es un mercado sofisticado con un alto nivel de competencia. Las certificaciones orgánicas y de comercio justo pueden ser clave para ingresar al mercado. El país también cuenta con una infraestructura eficiente para la importación y distribución de alimentos.

• **Japón:** Importa alrededor de **400 millones de dólares** en stevia. De hecho, fue uno de los primeros países en empezar a usarla, y sigue siendo muy popular porque la gente en Japón prefiere productos naturales. La stevia se encuentra en bebidas, productos horneados y dulces sin azúcar, sobre todo para personas que quieren cuidar su salud.

- Población: 126 millones.

- Religión: En Japón predominan el **sintoísmo y el budismo**, y aunque la religión no tiene un impacto directo en los negocios, su cultura de respeto, modestia y armonía sí lo tiene.

- Moneda: En Japón se usa el **yen (JPY)**. Es una moneda estable, pero los precios en yenes pueden parecer altos comparados con los pesos colombianos, así que ten cuidado con las conversiones cuando fijes precios para exportar.

- Idioma: Japonés.

- Distancia desde Colombia: Aproximadamente 14,000 km (vía aérea).

- Cultura y consumo: Japón fue pionero en la adopción de la stevia como edulcorante natural. Los consumidores japoneses son muy exigentes en cuanto a la calidad y prefieren productos saludables, seguros y eficaces. La cultura del bienestar y el envejecimiento saludable está muy arraigada, lo que fomenta la demanda de productos que ayudan a controlar el azúcar en sangre.

- Mercado: Japón es un mercado tecnológicamente avanzado con un alto nivel de exigencia en cuanto a calidad, seguridad alimentaria y etiquetado. Colombia deberá adaptarse a las regulaciones japonesas y asegurar altos estándares de calidad en el producto. Además, la cultura de negocios en Japón es formal y basada en relaciones a largo plazo, lo que requiere tiempo para establecerse.

9.2. PAIS DE SELECCIÓN

Estados Unidos para exportar stevia frente a otros países es un mercado cercano geográficamente, lo que reduce costos y tiempos de envío, además de compartir acuerdos comerciales que favorecen a Colombia, como el TLC. El dólar es una moneda estable, lo que facilita las transacciones, y la cultura de negocios es directa, permitiendo negociaciones rápidas y eficientes. Estados Unidos tiene una alta demanda de productos naturales y saludables, como la stevia, lo que ofrece grandes oportunidades de crecimiento. Comparado con mercados más complejos como China, Japón o Alemania, Estados Unidos resulta más accesible y ventajoso para iniciar y expandir las exportaciones de stevia.

ENTORNO ECONOMICO

La economía de Estados Unidos, siendo la más grande del mundo, presenta un panorama complejo y dinámico. Su fortaleza radica en una combinación de innovación, consumo interno

robusto y un mercado laboral flexible. Sin embargo, también enfrenta desafíos significativos, como la inflación persistente y una deuda pública creciente.

El crecimiento económico de Estados Unidos, medido por su Producto Interno Bruto (PIB), ha mostrado resiliencia, pero también vulnerabilidad ante choques externos como la pandemia. La inflación, un factor clave, ha requerido intervenciones de la Reserva Federal a través de políticas monetarias restrictivas, lo que a su vez impacta el costo del crédito y la inversión. El mercado laboral, aunque generalmente fuerte, experimenta fluctuaciones y está influenciado por tendencias como la automatización y la globalización.

En el ámbito del comercio internacional, Estados Unidos mantiene una posición de liderazgo, pero también enfrenta tensiones comerciales con otros países. La deuda pública y el déficit fiscal son temas de preocupación, ya que pueden limitar la capacidad del gobierno para responder a futuras crisis económicas. La tecnología sigue siendo un motor fundamental del crecimiento, con un fuerte enfoque en la innovación y el desarrollo de nuevas industrias. Finalmente, el consumo interno, impulsado por la confianza del consumidor y el gasto personal, sigue siendo un pilar de la economía estadounidense, aunque vulnerable a cambios en el sentimiento económico y la disponibilidad de crédito.

En Estados Unidos, la economía está marcada por un alto nivel de consumo, lo que lo convierte en uno de los principales importadores a nivel mundial. El poder adquisitivo de los consumidores es elevado, lo que les permite gastar en productos premium, como la stevia orgánica o de alta calidad. Además, hay un mercado amplio para productos saludables debido a la preocupación por la obesidad y enfermedades relacionadas con el azúcar. Por otro lado, la

inflación y las tasas de interés pueden influir en los precios finales, pero en general el mercado es estable y ofrece oportunidades constantes para nuevos productos que respondan a las tendencias de salud.

ENTORNO TECNOLÓGICO

El entorno tecnológico de Estados Unidos se distingue por su liderazgo global y su capacidad para impulsar la innovación. Este país se ha consolidado como un centro neurálgico donde convergen empresas pioneras, centros de investigación de vanguardia y un ecosistema emprendedor dinámico. La constante búsqueda de avances tecnológicos se manifiesta en áreas como la inteligencia artificial, la computación en la nube y la biotecnología, donde Estados Unidos marca la pauta a nivel mundial.

La infraestructura tecnológica estadounidense es un pilar fundamental de su economía, facilitando el acceso a internet de alta velocidad y la adopción de nuevas tecnologías. La inversión en investigación y desarrollo es una prioridad, lo que impulsa la innovación y el progreso científico. Silicon Valley, en California, sigue siendo un referente mundial en la creación de startups y el desarrollo de tecnologías disruptivas.

A pesar de su posición de liderazgo, Estados Unidos enfrenta desafíos importantes. La brecha digital, la ciberseguridad y la regulación de nuevas tecnologías son temas que requieren atención. La inteligencia artificial y el aprendizaje automático están transformando la economía y la sociedad estadounidense, generando tanto oportunidades como desafíos. La sostenibilidad y la ética en el desarrollo tecnológico son preocupaciones crecientes en el debate público. El sector tecnológico tiene un impacto significativo en la economía estadounidense, generando empleo, impulsando el crecimiento y contribuyendo a la competitividad global.

ENTORNO POLITICO

entorno político de Estados Unidos se define por una estructura de gobierno federal y una tradición democrática arraigada, aunque no exenta de tensiones. La Constitución establece una clara separación de poderes entre las ramas ejecutiva, legislativa y judicial, diseñada para garantizar un sistema de controles y equilibrios. Sin embargo, la polarización partidista creciente ha generado un clima político donde el consenso es cada vez más difícil de alcanzar.

La dinámica política estadounidense está fuertemente influenciada por los dos partidos principales, el Demócrata y el Republicano, cuyas plataformas y electorados se han distanciado significativamente en los últimos años. Esta división se manifiesta en debates acalorados sobre temas clave como la atención médica, la inmigración y el cambio climático, y se refleja en la dificultad para aprobar legislación bipartidista.

Además, los grupos de interés desempeñan un papel importante en la política estadounidense, ejerciendo presión sobre los legisladores y contribuyendo a las campañas electorales. La influencia del dinero en la política es un tema de debate constante, con críticas sobre cómo las contribuciones de campaña y el cabildeo pueden sesgar el proceso político.

En el ámbito internacional, Estados Unidos sigue siendo una potencia global, aunque su papel en el mundo ha evolucionado en las últimas décadas. La política exterior estadounidense se caracteriza por una mezcla de multilateralismo y unilateralismo, con un enfoque en la promoción de sus intereses nacionales y la defensa de sus aliados.

Con la reelección de **Donald Trump** como presidente de Estados Unidos en 2025, el entorno político está marcado por decisiones y políticas que pueden afectar el comercio internacional. Trump ha mostrado una postura más proteccionista en su primer mes de mandato, promoviendo políticas que buscan fortalecer la economía estadounidense a través de barreras comerciales y acuerdos bilaterales más estrictos. Esto podría suponer desafíos para la exportación de productos como la stevia desde Colombia, ya que es posible que se revisen los aranceles y las condiciones comerciales actuales.

Sin embargo, Trump también ha impulsado políticas favorables para los productos saludables y sostenibles debido a la creciente demanda de los consumidores estadounidenses por este tipo de productos. A pesar de las tensiones comerciales con otros países, las relaciones bilaterales con Colombia podrían mantenerse estables si se sigue destacando la calidad y sostenibilidad de la stevia colombiana. Es importante que los exportadores estén atentos a las posibles regulaciones y cambios en las políticas comerciales, que podrían afectar tanto el acceso al mercado como los costos asociados a la exportación.

ENTORNO AMBIENTAL

El entorno ambiental de Estados Unidos es un mosaico complejo, donde la riqueza de sus recursos naturales coexiste con los desafíos impuestos por un desarrollo industrial histórico. La diversidad geográfica del país, que abarca desde vastos bosques y cadenas montañosas hasta extensos desiertos y litorales, le confiere una notable variedad de ecosistemas. Sin embargo, esta abundancia se contrapone a los impactos significativos generados por un consumo intensivo de recursos.

Uno de los desafíos más apremiantes es el cambio climático, donde Estados Unidos, como uno de los mayores emisores de gases de efecto invernadero, enfrenta la responsabilidad de mitigar sus efectos. El aumento del nivel del mar, la intensificación de eventos climáticos extremos y la alteración de ecosistemas son manifestaciones palpables de este fenómeno. La contaminación del aire y del agua, persistente en áreas urbanas e industriales, junto con la creciente acumulación de desechos plásticos, plantean serias amenazas a la salud pública y la integridad de los ecosistemas.

A pesar de estos desafíos, Estados Unidos ha establecido un marco legal robusto para la protección ambiental, con leyes como la Ley de Aire Limpio y la Ley de Agua Limpia. Agencias gubernamentales, como la EPA, desempeñan un papel crucial en la aplicación de estas regulaciones. Además, organizaciones no gubernamentales y grupos de defensa trabajan incansablemente para promover la conciencia ambiental y abogar por políticas sostenibles. La transición hacia energías renovables y la adopción de tecnologías limpias son tendencias prometedoras que reflejan un cambio hacia prácticas más sostenibles.

En Estados Unidos, cada vez más consumidores buscan productos que sean sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. Esto es una gran oportunidad para la stevia colombiana, especialmente si se produce de manera responsable y con certificaciones ecológicas. Los productos que cuidan el planeta suelen tener más éxito, pero es fundamental que los exportadores cumplan con las normas ambientales y ofrezcan productos que sean realmente sostenibles para entrar bien en este mercado. Bajo la nueva administración de Donald Trump, aunque no ha habido un enfoque fuerte en la sostenibilidad a nivel gubernamental, la demanda del mercado sigue presionando por productos amigables con el medio ambiente, especialmente en la industria alimenticia. Los consumidores buscan cada vez más productos que estén certificados como orgánicos o que sigan prácticas agrícolas responsables.

ENTORNO CULTURA

Estados Unidos es un país construido sobre la inmigración, lo que resulta en una rica mezcla de culturas. Esta diversidad se manifiesta en la comida, la música, el arte y las tradiciones de todo el país. Cada región tiene su propio carácter distintivo, desde la cultura latina de Miami hasta el ambiente relajado de la costa oeste. La valoración de la individualidad es un pilar fundamental, fomentando una amplia gama de estilos de vida y creencias.

El "sueño americano", la creencia de que el éxito se puede alcanzar a través del trabajo duro, es un valor central. La igualdad y la justicia, aunque todavía en lucha, están profundamente arraigadas en la conciencia estadounidense. El patriotismo, el orgullo por la nación y sus símbolos, también juega un papel importante en la identidad estadounidense.

Estados Unidos ha sido un centro de innovación musical, desde el jazz y el blues hasta el rock and roll y el hip-hop. Hollywood ha tenido una influencia global en la cultura popular, y la televisión estadounidense es una fuente importante de entretenimiento e información. Los deportes como el fútbol americano, el béisbol, el baloncesto y el hockey sobre hielo son pasiones nacionales. El país también cuenta con una rica tradición de arte y literatura, con museos de clase mundial y autores de renombre.

El inglés es el idioma predominante, pero la diversidad cultural ha dado lugar a la presencia de otros idiomas relevantes. La tecnología desempeña un papel crucial en la cultura estadounidense, siendo un líder en innovación tecnológica. La cultura estadounidense tiene una gran influencia en el resto del mundo, gracias a la exportación de contenido cultural a través de películas, series, música, etc.

A pesar de que en Estados Unidos ha crecido el interés por productos saludables, la cultura de consumo de **comida rápida y chatarra** sigue siendo muy fuerte. Muchos estadounidenses prefieren alimentos convenientes, altos en grasas, azúcares y calorías, lo que

ha contribuido significativamente a las altas tasas de obesidad en el país. Lo que convierte este problema en una crisis de salud pública.

En respuesta a esto, cada vez más consumidores y empresas buscan alternativas más saludables sin renunciar al sabor y la comodidad, lo que ha aumentado la demanda de edulcorantes naturales como la stevia. La stevia es vista como una excelente opción porque ofrece un sabor dulce sin las calorías ni los efectos negativos del azúcar, lo que la convierte en un producto ideal para aquellos que buscan reducir su consumo de azúcar sin sacrificar sus hábitos alimenticios. Además, muchas empresas de alimentos procesados están incorporando la stevia en sus productos para ofrecer opciones bajas en calorías a sus clientes.

9.3. PAIS DE ORIGEN

Colombia, conocida por su biodiversidad y condiciones climáticas favorables, ha comenzado a destacar en la producción de productos agrícolas no tradicionales, entre ellos la **stevia**, un edulcorante natural que ha ganado popularidad global por ser una alternativa saludable al azúcar. Aunque la producción de stevia en el país está en sus primeras etapas, las tierras fértiles y el clima tropical permiten un cultivo continuo durante todo el año. Con el apoyo gubernamental y un creciente interés en los mercados internacionales, Colombia tiene el potencial de convertirse en un importante exportador de stevia, especialmente hacia países con alta demanda de productos saludables como Estados Unidos.

ENTORNO ECONOMICO

El entorno económico de Colombia presenta una dinámica compleja, caracterizada por una economía diversificada, aunque con dependencia significativa de los recursos naturales. El país ha experimentado un crecimiento moderado, sujeto a las fluctuaciones del mercado global y a desafíos internos como la desigualdad y la informalidad laboral. La necesidad de diversificar la economía y promover un desarrollo sostenible se ha vuelto cada vez más apremiante.

En los últimos tiempos, Colombia ha enfrentado los efectos de la recuperación post-pandemia, así como las presiones inflacionarias que han llevado al Banco de la República a ajustar las tasas de interés. Existe un enfoque creciente en la promoción de energías renovables y sectores de alto valor agregado, buscando un crecimiento más inclusivo y sostenible. Sin embargo, las perspectivas económicas están sujetas a la evolución de la economía global y a la implementación de políticas gubernamentales efectivas.

Para una visión más detallada, es crucial considerar que Colombia, como muchas economías latinoamericanas, enfrenta retos comunes, pero también posee oportunidades únicas para impulsar su crecimiento. Las previsiones indican un crecimiento estable, aunque moderado, con la inflación y la política monetaria jugando roles cruciales. La clave para el futuro económico de Colombia reside en la capacidad de establecer políticas efectivas y una visión clara que asegure un desarrollo económico sostenible y beneficioso para todos los colombianos.

En Colombia, la economía agrícola sigue siendo uno de los motores principales del país, y en los últimos años ha habido un esfuerzo por diversificar los productos de exportación más allá de los tradicionales como el café y las flores. La producción de stevia se presenta como una nueva oportunidad económica, especialmente en regiones rurales donde la agricultura es la base

de sustento. El gobierno colombiano ha implementado programas para apoyar a los agricultores en la transición hacia cultivos más sostenibles y con mayor demanda internacional, como la stevia. Aunque el sector agrícola enfrenta desafíos como el acceso limitado a tecnología avanzada y la infraestructura, el potencial de crecimiento es considerable, impulsado por la demanda global de edulcorantes naturales. La diversificación de mercados y productos permite a Colombia reducir su dependencia de unos pocos sectores y aumentar sus ingresos por exportaciones.

ENTORNO TECNOLÓGICO

Colombia ha experimentado un avance significativo en su entorno tecnológico, impulsado por el crecimiento del sector TIC y el aumento de la conectividad. El país se ha posicionado como un mercado relevante en Latinoamérica para el desarrollo de software y servicios de TI. La transformación digital se ha acelerado en diversos sectores, como el financiero, el comercio y la salud, impulsando el crecimiento del comercio electrónico y la adopción de soluciones digitales. El ecosistema de emprendimiento tecnológico también ha experimentado un crecimiento notable, con ciudades como Bogotá, Medellín y Cali emergiendo como centros de innovación.

Sin embargo, persisten desafíos importantes que deben abordarse para aprovechar plenamente el potencial de la tecnología en Colombia. La brecha digital entre áreas urbanas y rurales, así como entre diferentes estratos socioeconómicos, sigue siendo una preocupación. Se requiere una mayor inversión en infraestructura de telecomunicaciones para mejorar la conectividad en todo el país y fortalecer la formación de talento en áreas de tecnología. Además, Colombia tiene un rezago en la inversión de TIC comparado con otros países de la región.

En resumen, Colombia está avanzando en su transformación digital, pero es fundamental abordar los desafíos existentes para garantizar que la tecnología se convierta en un motor de desarrollo inclusivo y sostenible. La expansión del acceso a internet, la promoción de la alfabetización digital y el fortalecimiento del capital humano son elementos clave para impulsar el crecimiento del sector TIC y aprovechar las oportunidades que ofrece la era digital.

Colombia ha avanzado significativamente en el ámbito tecnológico en los últimos años, aunque todavía enfrenta retos en comparación con los países más desarrollados. En el sector agrícola, que es clave para la producción de stevia, la implementación de tecnologías como sistemas de riego inteligente, monitoreo de cultivos con drones y el uso de datos para mejorar la productividad ha comenzado a ganar terreno. Sin embargo, el acceso a estas tecnologías aún es limitado en muchas regiones rurales debido a los altos costos y la falta de infraestructura adecuada.

Además de la tecnología agrícola, Colombia ha hecho esfuerzos en el ámbito digital y de la innovación. El crecimiento del **e-commerce** y la adopción de plataformas digitales han permitido a los pequeños y medianos productores acceder a mercados internacionales de manera más directa. Los avances en conectividad y telecomunicaciones, aunque desiguales en algunas zonas rurales, están ayudando a reducir la brecha digital, lo que facilita la integración de los productores al mercado global.

ENTORNO POLITICO

El entorno político de Colombia se caracteriza por una democracia con desafíos, marcada por una historia de conflicto armado interno y una diversidad política que abarca desde la izquierda hasta la derecha. Las dinámicas políticas se ven influenciadas por cuestiones como la

paz, la desigualdad y el desarrollo económico, y la Constitución de 1991 ha sido fundamental para la modernización del sistema político.

En los últimos años, Colombia ha experimentado una creciente polarización política, con divisiones marcadas en torno al proceso de paz y las políticas económicas. Las recientes elecciones presidenciales han marcado un cambio significativo en el panorama político, con la llegada de un gobierno de izquierda. Los esfuerzos por alcanzar la paz y la reconciliación siguen siendo un tema central, con la implementación del acuerdo de paz con las FARC y los diálogos con otros grupos armados en curso.

A pesar de los avances, persisten desafíos importantes, como la violencia y la inseguridad, la desigualdad social y económica, y la corrupción. La presencia de grupos armados ilegales y el narcotráfico siguen siendo problemas significativos. La desigualdad social y económica alimenta tensiones políticas, y la corrupción afecta a las instituciones y la confianza pública. El entorno político colombiano es dinámico y está en constante evolución, con el país avanzando en la consolidación de su democracia y la búsqueda de la paz.

El entorno político de Colombia ha mejorado significativamente en términos de estabilidad y gobernabilidad en las últimas décadas, aunque persisten algunos desafíos, como la corrupción y el conflicto en ciertas áreas rurales. El gobierno colombiano ha apoyado el desarrollo agrícola, promoviendo políticas que fomentan la exportación de productos no tradicionales como la stevia. A nivel internacional, Colombia mantiene buenas relaciones con países clave como Estados Unidos, lo que facilita el comercio. Sin embargo, es importante que los exportadores colombianos se mantengan atentos a cambios en las políticas arancelarias y las normativas de los países destino para evitar barreras al comercio.

ENTORNO AMBIENTAL

Colombia es un país de megadiversidad, albergando una variedad de ecosistemas desde la Amazonía hasta los páramos y costas. Esta riqueza natural es fundamental para el país, pero enfrenta serios desafíos. La deforestación, impulsada por la agricultura, ganadería y minería ilegal, es uno de los mayores problemas, con graves consecuencias para la biodiversidad y el clima. La contaminación del agua, aire y suelo, causada por actividades industriales y urbanas, también es una preocupación importante.

El cambio climático representa una amenaza adicional, con Colombia vulnerable a sus efectos como el aumento del nivel del mar y eventos climáticos extremos. A pesar de estos desafíos, Colombia ha implementado políticas ambientales y existen iniciativas de conservación por parte de la sociedad civil. La protección de líderes ambientales, defensores del territorio, es crucial ante el peligro constante que enfrentan.

En resumen, Colombia debe equilibrar la conservación de su rica biodiversidad con el desarrollo económico. La lucha contra la deforestación y la contaminación, junto con la adaptación al cambio climático, son prioridades para garantizar un futuro sostenible.

Colombia es uno de los países más biodiversos del mundo y cuenta con condiciones ambientales óptimas para el cultivo de la stevia, lo que le otorga una ventaja comparativa frente a otros productores. El clima tropical y la variedad de suelos permiten una producción durante todo el año, lo que es ideal para satisfacer la demanda internacional. Sin embargo, el cambio climático y la deforestación son amenazas importantes que podrían afectar la sostenibilidad de la producción agrícola en el país. Por tanto, los productores de stevia en Colombia deben

implementar prácticas sostenibles y responsables para asegurar que su cultivo no contribuya a la degradación del medio ambiente, algo que también es cada vez más valorado por los consumidores extranjeros.

ENTORNO CULTURAL

El entorno cultural de Colombia es un tapiz rico y diverso, tejido con hilos de influencias indígenas, africanas y europeas. Este crisol de culturas se manifiesta en la pluralidad étnica del país, hogar de una vasta gama de grupos indígenas, comunidades afrocolombianas y poblaciones mestizas. Cada región de Colombia aporta su propia identidad cultural, con tradiciones y costumbres únicas, desde el vibrante Caribe hasta los Andes.

Las expresiones culturales colombianas son tan variadas como su gente. La música y la danza son pilares fundamentales, con géneros como la cumbia, el vallenato y la salsa resonando en todo el país. La literatura y el arte, con figuras como Gabriel García Márquez, reflejan la rica historia y la diversidad de Colombia. La gastronomía, con platos como la bandeja paisa y el ajiaco, ofrece un festín de sabores regionales. Además, las tradiciones y festivales, como el Carnaval de Barranquilla, son celebraciones vibrantes de la identidad cultural colombiana.

La cultura colombiana es un ente dinámico, en constante evolución bajo la influencia de las tendencias globales y las nuevas tecnologías. La identidad cultural se construye y reconstruye en un diálogo continuo entre el pasado y el presente. La profunda conexión de los colombianos con su tierra natal también moldea su cultura, creando un vínculo inseparable entre la naturaleza y la expresión cultural. En resumen, la cultura colombiana es un tesoro nacional, una fuente inagotable de orgullo y una ventana a la rica historia y diversidad del país.

Colombia es uno de los países más biodiversos del mundo y cuenta con condiciones ambientales óptimas para el cultivo de la stevia, lo que le otorga una ventaja comparativa frente a otros productores. El clima tropical y la variedad de suelos permiten una producción durante todo el año, lo que es ideal para satisfacer la demanda internacional. Sin embargo, el cambio climático y la deforestación son amenazas importantes que podrían afectar la sostenibilidad de la producción agrícola en el país. Por tanto, los productores de stevia en Colombia deben implementar prácticas sostenibles y responsables para asegurar que su cultivo no contribuya a la degradación del medio ambiente, algo que también es cada vez más valorado por los consumidores extranjeros.

La agricultura ha sido una parte fundamental de la identidad colombiana. Aunque el país ha estado históricamente centrado en la producción de café, plátano y flores, hay un interés creciente por diversificar los cultivos hacia productos que respondan a las tendencias globales, como los edulcorantes naturales.

10. EL PRODUCTO

STEVIA EN POLVO

10.1. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

STEVIA EN POLVO



10.2. GENERALIDADES Y/O CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO A EXPORTAR

Edulcorante a base de hojas de Stevia, cultivada principalmente en zonas

tropicales de Antioquia y posee propiedades terapéuticas. Las hojas de Stevia en polvo pueden ser más dulce que la sacarosa desde 250 hasta 300 veces.

Presentación: 160gr.

Ingredientes: Steviosido al 90%

Propiedades:

Proveedor: Biostevia S.a

- 100% natural.
- Beneficioso para diabéticos: normaliza los niveles de glucosa e insulina.
- Ayuda a perder peso: disminuye la ansiedad de comer dulces y grasas.
- La regularización de la presión arterial.
- Mejora las funciones gástricas como contrarrestar la acidez, la fatiga, además de facilitar la digestión.
- Es desintoxicante del tabaco y del alcohol.

Modo de uso: 0.2gr. puede endulzar 200ml. de agua hervida tanto caliente como fría. Puede dulcificar café, jugos, infusiones, postres y otros alimentos. 1 cucharadita equivale a 3 cucharaditas de azúcar.

11. EL MERCADO PROVEEDOR

El mercado proveedor de la stevia es un escenario globalizado y en constante expansión, con China liderando la producción mundial. Paraguay y Brasil, países con tradición en su cultivo, también son proveedores importantes, La stevia se cultiva en diversas regiones del mundo, favorecida por climas subtropicales y templados.

Este edulcorante natural se encuentra en una variedad de formas: productos procesados como edulcorantes de mesa, bebidas y alimentos, disponibles en supermercados y tiendas en línea; hojas de stevia, vendidas en herbolarios y mercados; y extractos de stevia, populares en la industria alimentaria, ofrecidos en líquidos, polvos y tabletas. El mercado de la stevia está en auge, impulsado por la demanda de alternativas naturales y bajas en calorías, con innovaciones y un enfoque creciente en la sostenibilidad y trazabilidad.

China:

China se ha establecido como el líder indiscutible en la producción mundial de stevia. Su capacidad para producir grandes volúmenes a costos competitivos le ha permitido dominar el mercado global. La producción se distribuye en diversas regiones del país, aprovechando las

condiciones climáticas favorables. Además, China ha invertido significativamente en tecnología para mejorar la eficiencia en la producción y el procesamiento de la stevia, consolidando aún más su posición en el mercado.

La producción de stevia en China se extiende por diversas regiones, pero se concentra principalmente en áreas con climas cálidos y húmedos. Provincias como Shandong, Hebei y Anhui son conocidas por su significativa producción. La región sur de China, con su clima subtropical, también proporciona condiciones favorables para el cultivo. Destaca especialmente la provincia de Shandong, que alberga grandes instalaciones de cultivo y procesamiento, desempeñando un papel crucial en la producción nacional.

Paraguay:

Paraguay, como uno de los países originarios de la stevia, posee una rica tradición en su cultivo y uso, que se remonta a siglos atrás. Este país se ha enfocado en la producción de stevia de alta calidad, destacando por sus características organolépticas únicas. Aunque busca competir con China en volumen de producción, Paraguay se distingue por el valor agregado que le otorga su conocimiento ancestral y experiencia en el cultivo de esta planta.

El cultivo de stevia en Paraguay se centra en las regiones noreste y este del país, donde departamentos como Amambay, Canindeyú y Alto Paraná ofrecen condiciones climáticas ideales. Estas áreas se caracterizan por climas subtropicales y suelos fértiles, creando un entorno propicio para el crecimiento de la stevia. El cultivo a gran escala en Paraguay se ha desarrollado principalmente en estas regiones, aprovechando tanto el conocimiento tradicional como las condiciones naturales favorables.

Brasil:

Brasil ha experimentado un crecimiento notable en la producción de stevia en los últimos años, impulsado tanto por la demanda interna como externa. El país cuenta con condiciones climáticas y tierras aptas para el cultivo de la stevia, lo que ha favorecido la expansión de este sector. Además, Brasil ha buscado diversificar su producción, explorando diferentes variedades y técnicas de cultivo. El mercado interno de Brasil para productos de stevia está en constante expansión, reflejando una creciente conciencia sobre los beneficios de los edulcorantes naturales.

En Brasil, el cultivo de stevia se está expandiendo a varias regiones, con una concentración principal en el sur y el centro-oeste del país. Estados como Paraná, Mato Grosso do Sul y São Paulo están ganando importancia en la producción de stevia. Estas áreas ofrecen una combinación de climas favorables y tierras agrícolas disponibles. Brasil está adaptando el cultivo de stevia a diferentes microclimas dentro de estas regiones, lo que permite una producción más diversificada y una mayor adaptabilidad a las condiciones locales.

Dónde se consigue la stevia:

Productos procesados:

La stevia se encuentra en una amplia gama de productos procesados, como edulcorantes de mesa, bebidas, alimentos y suplementos dietéticos.

Estos productos se venden en supermercados, tiendas de alimentos saludables y en línea.

Hojas de stevia:

Las hojas de stevia se pueden comprar en tiendas de hierbas, mercados de agricultores y en línea.

También se pueden cultivar en casa.

Extractos de stevia:

Los extractos de stevia, que contienen los compuestos edulcorantes de la planta, se venden en forma líquida, en polvo y en tabletas.

Estos extractos son muy populares en la industria alimentaria.

12. EL MERCADO POTENCIAL OBJETIVO

12.1. LA POBLACIÓN OBJETIVO

La población objetivo de este estudio de factibilidad se centra en las empresas estadounidenses que actualmente demandan stevia, ya sea para su integración en productos finales, procesamiento o distribución. Este grupo abarca principalmente a fabricantes de alimentos y bebidas, que buscan ingredientes naturales y bajos en calorías para sus productos, desde bebidas y lácteos hasta panadería y confitería. También incluye a empresas de suplementos dietéticos, que valoran la pureza y potencia de los extractos de stevia para sus formulaciones. Distribuidores y mayoristas de ingredientes, tanto especializados como de amplio espectro, forman parte de esta población, actuando como intermediarios clave en la cadena de suministro. Finalmente, empresas de productos orgánicos y naturales, con un fuerte enfoque en la sostenibilidad, completan este segmento, buscando stevia que cumpla con sus estrictos estándares de calidad y origen.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población objetivo de este estudio se centra en las empresas y clientes de las 100 tiendas de productos naturales seleccionadas en California que demandan stevia en polvo. Este grupo de tiendas representa una población finita y delimitada, lo que permite un análisis más específico y detallado. Al poder identificar y contar este número de establecimientos, se justifica el uso de una fórmula de muestreo para poblaciones finitas, asegurando que la muestra sea precisa y representativa.

CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula, la cual es adecuada para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

- **n**: Tamaño de la muestra.
- **N**: Tamaño de la población, que es **100 tiendas**.
- **Z**: Nivel de confianza, fijado en **1.96** para un 95% de seguridad.
- **p**: Probabilidad de éxito, asumida en **0.5**.
- **q**: Probabilidad de fracaso, asumida en **0.5**.
- **E**: Margen de error, fijado en **0.05** para un 5%.

Al aplicar la fórmula con los valores definidos, el cálculo es el siguiente:

$$n = \frac{100 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.05)^2 \cdot (100 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5} \approx \frac{100 \cdot 3.8416 \cdot 0.25}{0.0025 \cdot 99 + 3.8416 \cdot 0.25} \approx \frac{96.04}{0.2475 + 0.9604} \approx \frac{96.04}{1.2079} \approx 79.5$$

La muestra se compondrá de 80 tiendas seleccionadas del grupo de 100 en California. La recolección de datos, a través de encuestas, cuestionarios o entrevistas, se dirigirá a los administradores de estas tiendas o a los encargados de las compras. Al centrarse en este grupo, se obtendrá información valiosa y precisa sobre las preferencias, criterios de calidad y necesidades de las empresas y consumidores en este mercado específico. Este tamaño de muestra garantiza que las conclusiones del estudio sean sólidas y que las recomendaciones para la exportación de stevia de Colombia a Estados Unidos estén basadas en datos confiables.

12.2. TENDENCIAS Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMO EN EL PAÍS DE DESTINO

Cuando se analiza las tendencias y el comportamiento del consumo en Estados Unidos para la stevia, se observa un panorama marcado por una creciente inclinación hacia productos saludables y naturales. La tendencia principal es el aumento en la demanda de edulcorantes naturales, impulsada por consumidores cada vez más conscientes de los riesgos asociados al consumo de azúcar y edulcorantes artificiales. Este cambio en los hábitos de consumo se refleja en la preferencia por productos con etiquetas limpias, ingredientes naturales y beneficios para la salud.

Los consumidores estadounidenses buscan activamente alternativas al azúcar en una amplia gama de productos, desde bebidas y alimentos procesados hasta suplementos dietéticos.

La stevia, al ser un edulcorante natural y bajo en calorías, se ha posicionado como una opción popular. Este comportamiento se manifiesta en la creciente presencia de productos endulzados con stevia en supermercados, tiendas de alimentos saludables y plataformas en línea. Además, la tendencia hacia la compra de productos orgánicos y sostenibles también influye en la demanda de stevia, ya que los consumidores buscan opciones que se alineen con sus valores ambientales y éticos.

En cuanto a los hábitos de consumo, se observa que los consumidores estadounidenses están cada vez más informados y exigentes. Realizan investigaciones en línea, leen etiquetas y buscan certificaciones que respalden la calidad y el origen de los productos. Los sitios de compra varían, desde grandes cadenas de supermercados y tiendas especializadas hasta plataformas de comercio electrónico. Las formas de consumo también son diversas, incluyendo el uso de stevia en polvo, líquida o en tabletas, así como la preferencia por productos procesados que ya la contienen. En resumen, el mercado estadounidense presenta un entorno favorable para la stevia, con tendencias y comportamientos de consumo que se alinean con las características y beneficio.

El mercado de la stevia en Estados Unidos está experimentando una transformación significativa, impulsada por la innovación y la creciente demanda de productos saludables. Las formulaciones innovadoras están ganando terreno, con mezclas de stevia y otros edulcorantes naturales diseñadas para mejorar el sabor y minimizar el regusto amargo. La stevia se presenta en formatos convenientes como tabletas y granulados, facilitando su uso en diversas aplicaciones.

La stevia se está integrando cada vez más en productos procesados, desde bebidas bajas en calorías hasta productos lácteos y snacks. Los fabricantes invierten en I+D para optimizar su uso, buscando replicar el sabor del azúcar sin comprometer la calidad del producto. Las certificaciones y la transparencia son cruciales, con consumidores que valoran la stevia orgánica, no transgénica y de comercio justo. La trazabilidad del producto, que garantiza su origen y proceso, también es un factor decisivo.

Las estrategias de marketing se centran en posicionar la stevia como un edulcorante natural y saludable, destacando sus beneficios para la salud. El empaque y el etiquetado transmiten naturalidad y calidad, atrayendo a consumidores conscientes. El comercio electrónico está en auge, ofreciendo una amplia variedad de productos de stevia y facilitando el acceso a consumidores en todo el país. s de este edulcorante natural.

12.3. REQUISITOS DEL CONSUMIDOR DEL PAÍS DE DESTINO

Para que la stevia colombiana tenga éxito en el mercado estadounidense, es esencial comprender a fondo las expectativas de los consumidores. Estos no solo buscan un edulcorante natural, sino que tienen requisitos específicos en cuanto a calidad, seguridad y sostenibilidad.

Calidad y Seguridad:

Los consumidores estadounidenses priorizan la pureza y potencia de la stevia, especialmente en extractos y productos procesados. Buscan un sabor limpio y libre de regustos amargos, valorando las formulaciones innovadoras que mejoran el perfil de sabor. El

cumplimiento de las regulaciones de la FDA es obligatorio, asegurando la ausencia de contaminantes y la correcta manipulación del producto.

Certificación y Sostenibilidad:

La demanda de productos orgánicos y no transgénicos está en aumento, haciendo que las certificaciones correspondientes sean un diferenciador importante. Los consumidores valoran las prácticas de cultivo y producción sostenibles, que minimizan el impacto ambiental y garantizan condiciones laborales justas. La trazabilidad del producto, que permite rastrear su origen y proceso, es un requisito creciente.

Presentación y Empaque:

Los consumidores esperan productos frescos, con una vida útil prolongada. El empaque debe ser atractivo, informativo y sostenible, protegiendo el producto y comunicando sus beneficios y certificaciones. La disponibilidad de diferentes tamaños y formatos, como polvo, líquido, tabletas y granulados, es importante para satisfacer las necesidades de diversos consumidores y aplicaciones. El etiquetado debe cumplir con las normativas de la FDA, incluyendo la lista de ingredientes, el valor nutricional y el país de origen.

Tendencias de Consumo Adicionales:

Los consumidores buscan productos "clean label", con listas de ingredientes cortas y comprensibles. La stevia se alinea perfectamente con la tendencia de productos bajos en azúcar y calorías, ofreciendo dulzor sin calorías.

13. EL MERCADO COMPETIDOR

13.1. PAÍSES EXPORTADORES DEL PRODUCTO

En el dinámico y competitivo mercado global de la stevia, como ya se había dicho anteriormente tres países destacan por su influencia y capacidad productiva: China, Paraguay y Brasil. Cada uno, con sus particularidades y fortalezas, configura un escenario competitivo donde la calidad, la innovación y la eficiencia son factores determinantes.

China:

China se consolida como el principal exportador mundial de stevia, con cifras que reflejan su dominio en el mercado. Se estima que China controla una parte sustancial del volumen total de exportaciones de stevia a nivel global, aunque las cifras exactas son difíciles de precisar debido a la naturaleza privada de muchas transacciones. La compañía Shandong Huaxian Stevia, un gigante en la industria, es un claro ejemplo de la magnitud de las exportaciones chinas, llegando a mercados clave como Japón, Corea del Sur, Indonesia y Estados Unidos. Su ventaja

competitiva radica en la producción a gran escala, lo que le permite ofrecer precios muy competitivos.

Paraguay:

Paraguay se distingue por la alta calidad de su stevia, lo que le ha permitido consolidar su presencia en mercados exigentes como Estados Unidos y la Unión Europea. Aunque sus volúmenes de exportación son menores en comparación con China, Paraguay se centra en la producción de stevia de alta pureza y origen trazable. Un dato relevante es el pico de exportaciones a China en 2017, alcanzando los 950.144 kilos, lo que demuestra su capacidad para satisfacer la demanda de mercados diversos. Su estrategia se basa en diferenciarse por la calidad superior de su producto. Además, aproximadamente el 50% de la producción de stevia de Paraguay se exporta.

Brasil:

Brasil ha experimentado un crecimiento constante en sus exportaciones de stevia, impulsado por el aumento en la producción y la demanda internacional. Estados Unidos y la Unión Europea son mercados clave para sus productos, junto con un mercado interno en expansión. Aunque las cifras de exportación son menos detalladas que las de China, Brasil se destaca por su estrategia de diversificación, que incluye la exploración de diferentes variedades de stevia y técnicas de cultivo. Esta diversificación le proporciona una ventaja competitiva, permitiéndole adaptarse a las diferentes demandas del mercado global.

Además de estos, otros países compiten en el mercado de exportación de stevia, aunque con volúmenes más modestos. Ecuador, con su producción en la provincia de Santa Elena, ha

comenzado a exportar, principalmente a Chile y Polonia, y busca expandir sus mercados. India, con condiciones climáticas favorables y una creciente inversión en tecnología de procesamiento, también está explorando oportunidades de exportación. Kenia, con muy buenas condiciones para el cultivo, se ha sumado a los países que exportan estevia. Estos países, junto con otros productores emergentes, buscan nichos de mercado y se enfocan en diferenciarse a través de la calidad, la sostenibilidad y la innovación en sus productos de stevia.

13.2. PROCEDENCIA DEL PRODUCTO EN EL PAÍS DE DESTINO

En Estados Unidos, la procedencia de la stevia varía, con China como principal proveedor debido a su producción masiva y precios competitivos, mientras que Paraguay se destaca por la calidad y tradición de su stevia, y Brasil ha incrementado su presencia con productos diversificados; además, otros países como Ecuador, India y Kenia buscan nichos de mercado, y es crucial considerar que el etiquetado debe cumplir con las regulaciones de la FDA y la trazabilidad es cada vez más valorada por los consumidores.

China se destaca como el principal proveedor de stevia para Estados Unidos, dominando el mercado con su producción a gran escala y precios competitivos. La compañía Shandong Huaxian Stevia, un gigante en la industria, tiene una gran capacidad exportadora, llegando a mercados clave como Estados Unidos. La procedencia de la stevia china se caracteriza por su producción masiva, lo que le permite satisfacer la alta demanda del mercado estadounidense.

Paraguay, conocido por ser uno de los países originarios de la stevia, se enfoca en la producción de alta calidad, dirigida principalmente a mercados exigentes como Estados Unidos. Aunque sus volúmenes son menores en comparación con China, Paraguay se distingue por la pureza y el origen trazable de su stevia. La procedencia paraguaya se asocia con prácticas de cultivo tradicionales y un enfoque en la calidad superior del producto.

Brasil ha incrementado su presencia en el mercado estadounidense de stevia, aprovechando su creciente producción y diversificación en variedades y técnicas de cultivo. La procedencia brasileña se caracteriza por su capacidad de adaptación a las demandas del mercado, ofreciendo una variedad de productos de stevia.

La procedencia de la stevia influye en su calidad, sabor y certificaciones. Los consumidores estadounidenses valoran cada vez más la transparencia y la trazabilidad del producto. Las certificaciones orgánicas, no transgénicas y de comercio justo son importantes para acceder al mercado estadounidense.

13.3. LOS PRECIOS INTERNACIONALES DEL PRODUCTO

El precio internacional de la stevia varía según la calidad, presentación y lugar de origen.

En promedio los precios de la stevia en el mercado internacional pueden ser

- La stevia en polvo de alta calidad, con un contenido de Rebaudiósido-A del 98%, puede costar alrededor de \$130,50 usd por kilogramo.

- La stevia líquida orgánica puede costar alrededor de \$48 por 750 mililitros.

- La stevia en hojas deshidratadas puede costar alrededor de \$94 por kilogramo.

Es importante tener en cuenta que estos precios son un aproximado, de acuerdo a diferentes distribuidores de Stevia y pueden variar según el proveedor, la calidad y la ubicación.

14. EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

El modelo de distribución es indirecto, diseñado para maximizar la eficiencia y minimizar los riesgos. La empresa actúa como un intermediario clave, estableciendo un puente entre los productores colombianos y los compradores estadounidenses.

El proceso comienza con la cuidadosa selección de proveedores en Colombia, priorizando aquellos que ofrecen stevia de la más alta calidad y cumplen con los estándares internacionales. Una vez adquirida la stevia, la empresa asume la responsabilidad de la logística de exportación. Esto implica un embalaje meticuloso para preservar la frescura y calidad del producto, la gestión del transporte desde Colombia hasta Estados Unidos, y la preparación y presentación de la documentación aduanera necesaria. Un aspecto crítico de la función es asegurar el cumplimiento de todas las regulaciones de importación de EE.UU., incluyendo las normativas de la FDA y los requisitos de certificaciones orgánicas, no transgénicas y de comercio justo.

En Estados Unidos, la empresa establece relaciones comerciales con una diversa gama de compradores, incluyendo fabricantes de alimentos y bebidas, distribuidores mayoristas de ingredientes, empresas de suplementos dietéticos y compañías especializadas en productos orgánicos. El objetivo es conectar a estos compradores con la stevia colombiana, facilitando transacciones eficientes y construyendo relaciones a largo plazo. Este modelo de distribución indirecta permite a la empresa especializarse en la exportación y el comercio internacional, aprovechando su conocimiento del mercado y su red de contactos, sin necesidad de involucrarse directamente en la producción o la distribución minorista.



15. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y VENTAS

Para lograr una penetración exitosa de la stevia colombiana en el competitivo mercado estadounidense, es fundamental diseñar e implementar estrategias de mercadeo y ventas robustas y adaptadas a las particularidades de este entorno como las siguientes:

- Posicionamiento de Marca y Calidad

- Marketing Digital y Presencia en Línea
- Participación en Ferias y Eventos de la Industria
- Desarrollo de Materiales Promocionales y Muestras
- Establecimiento de Alianzas Estratégicas
- Enfoque en la Atención al Cliente y el Servicio Postventa
- Adaptación a las Tendencias del Mercado.

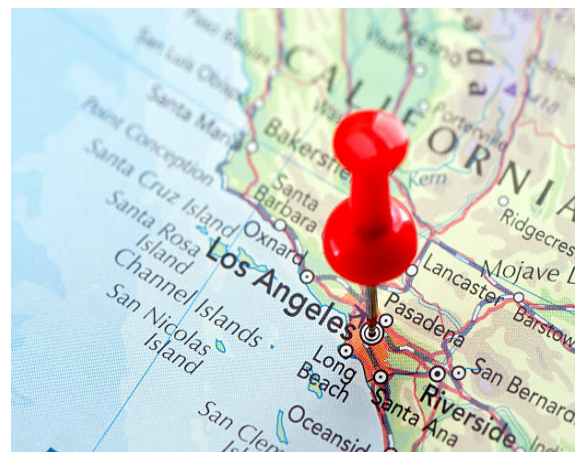
Conclusión: Estrategias Integradas para el Éxito de la Stevia Colombiana en EE.UU.

La implementación de estas estrategias, permite construir una marca sólida y confiable para la stevia colombiana en el mercado estadounidense. Al enfatizar el origen sostenible, la calidad superior y las certificaciones relevantes, se establece una base sólida para la diferenciación. La creación de una presencia digital robusta, la participación estratégica en eventos de la industria y la generación de materiales promocionales de alto impacto fortalecerán la visibilidad y el interés en el producto.

16. EL ESTUDIO TECNICO

16.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Entendiendo la dinámica de la exportación de stevia desde el corazón de Colombia, específicamente desde la vibrante ciudad de Cali, hacia el dinámico mercado de Los Ángeles, California, en Estados Unidos, nos adentramos en un proyecto que fusiona la riqueza agrícola colombiana con la creciente demanda de productos naturales en el mercado estadounidense.



16.2. MACRO LOCALIZACIÓN

COLOMBIA

Colombia que es el país exportador se sitúa en el extremo noroccidental de América del Sur, una posición geográfica que le confiere ventajas significativas. Al estar bañada por el mar Caribe al norte y el océano Pacífico al oeste, Colombia posee un acceso privilegiado a rutas marítimas que conectan con mercados globales, incluyendo Estados Unidos. Esta ubicación estratégica facilita el transporte de mercancías y reduce los costos logísticos. Además, la diversidad climática de Colombia, resultado de su variada topografía, permite el cultivo de una amplia gama de



productos agrícolas, incluida la stevia, que prospera en las condiciones particulares del Valle del Cauca.

ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos como el país importador, ubicado en América del Norte, es una de las mayores economías del mundo y un mercado de consumo de gran relevancia. Su extenso territorio, que se extiende desde el océano Atlántico al este hasta el océano Pacífico al oeste, le otorga acceso a múltiples rutas comerciales y una amplia base de consumidores. La ciudad de Los Ángeles, en California, se convierte en un



punto de entrada estratégico para la stevia colombiana, dada su cercanía a los puertos del Pacífico y su alta demanda de productos naturales y saludables. Esta ubicación facilita la distribución de la stevia en el mercado estadounidense y abre oportunidades para el crecimiento del comercio bilateral.

16.3. MICRO LOCALIZACION

CALI, VALLE DEL CAUCA

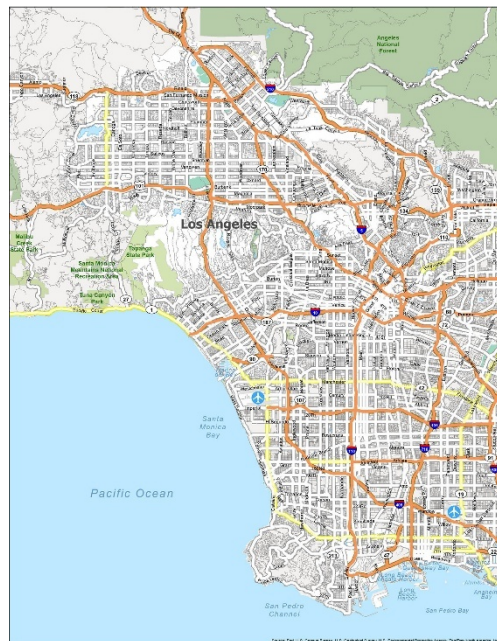
situada en el suroccidente de Colombia, dentro del departamento del Valle del Cauca, se revela como un enclave estratégico para la producción de stevia. Su ubicación geográfica, en el fértil valle del río Cauca, entre las cordilleras andinas, le otorga un clima tropical de sabana, con

temperaturas cálidas y precipitaciones abundantes, condiciones óptimas para el cultivo de esta planta. La ciudad, además, posee una infraestructura logística en crecimiento, con un aeropuerto internacional cercano y conexiones terrestres hacia los principales puertos marítimos, facilitando el flujo de la stevia hacia los mercados internacionales. La rica tradición agrícola de la región y la experiencia de los agricultores locales en el cultivo de stevia consolidan a Cali como un proveedor confiable y competitivo.



LOS ANGELES, CALIFORNIA

Los Ángeles, ubicada en el sur de California, en la costa oeste de Estados Unidos, su ubicación costera le proporciona un clima mediterráneo. La ciudad, al ser un importante centro urbano y comercial, alberga una gran cantidad de empresas de alimentos y bebidas, así como minoristas especializados en productos orgánicos y naturales. El puerto de Los Ángeles, uno de los más grandes y activos de Estados Unidos, facilita la importación de mercancías, y su extensa red de carreteras y ferrocarriles agiliza la distribución de la stevia hacia otros mercados en el país. La creciente conciencia sobre la salud y el bienestar en la región impulsa la demanda de edulcorantes naturales como la stevia, creando oportunidades para los exportadores colombianos.

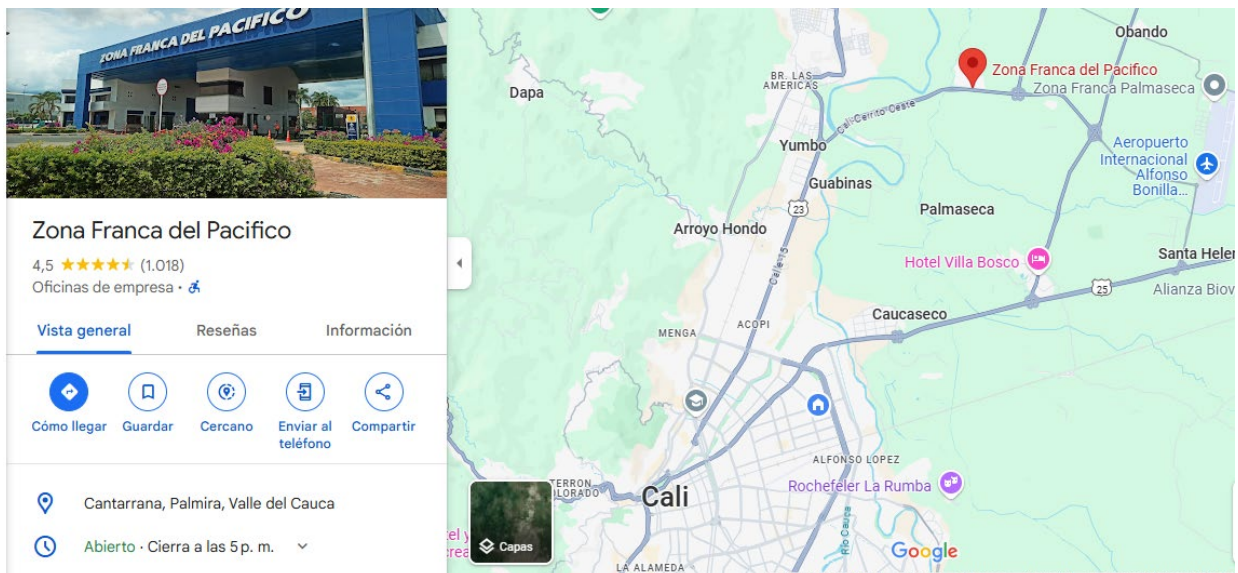


16.4. PLANTA FISICA

La empresa, al centrarse en la comercialización de stevia, ha determinado que su infraestructura física se compondrá de oficinas y una bodega, en lugar de una planta de producción. Esta decisión estratégica busca optimizar la logística y la gestión de la cadena de suministro, permitiendo a la empresa concentrarse en la construcción de relaciones comerciales sólidas.



La Zona Franca del Pacífico, ubicada estratégicamente cerca del puerto de Buenaventura, se ha identificado como la ubicación ideal para establecer la base de operaciones. Esta zona franca ofrece beneficios fiscales y aduaneros significativos, reduciendo los costos asociados al almacenamiento, consolidación y envío de la stevia hacia Los Ángeles. Además, la Zona Franca cuenta con una infraestructura logística de primer nivel, que incluye instalaciones



de almacenamiento modernas, áreas de carga y descarga eficientes y sistemas de seguridad avanzados.

17. ASPECTOS TECNICOS DEL PRODUCTO

17.1. FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

Stevia Rebaudiana granulada en frasco de 160 g.

BENEFICIOS: Endulzante natural sin calorías. Endulza 5,5 veces más que el azúcar.
Ideal para diabéticos y para todas aquellas personas que desean cuidar su salud.

Potencia la dulzura y sabor de los alimentos.

STEVIA HOJA PULVERIZADA

Información nutricional x cada 100g

Valor Energético	1184/283	kJ/kcal
Grasas	12	g
de las cuales saturadas	0,0	g
Hidratos de Carbono	9	g
de las cuales azúcares	0,0	g
Fibra Alimentaria	24	g
Proteínas	28	g
Sal	0,00	g

Ingredientes: Hojas secas de stevia
(*Stevia Rebaudiana*).

No contiene alérgenos.

Modo de uso: Edulcorante para
bebidas, infusiones, etc.

Conservar en lugar fresco, seco y protegido de la luz.



17.2. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN POR UNIDAD DE TIEMPO

La capacidad de comercialización a un rango de 12.000 a 15.000 unidades por mes, lo que equivale a un promedio diario de 400 a 500 unidades, se establece un volumen significativo que permite a la empresa consolidar su presencia en el mercado de Los Ángeles, ya que su red de distribución y canales de venta, como tiendas especializadas, mercados orgánicos y plataformas de comercio electrónico aumenta la visibilidad de la marca y llega a un público más amplio.

17.3. UNIDAD DE EMPAQUE Y ETIQUETADO PARA LA EXPORTACIÓN

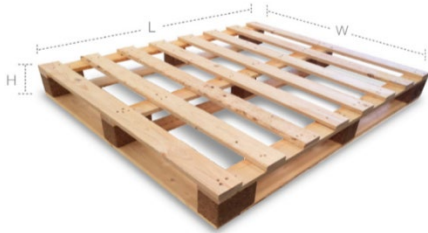
EMPAQUE PRIMARIO: El empaque primario será con frascos de plástico de 160g



EMPAQUE: Para el empaque se utilizará un tipo de caja de cartón corrugado de 30x28x20cm que permite llevar 1 paca.



EMBALAJE: Para el embalaje utilizara estibas de madera de 130x100x15cm que permite llevar 32 cajas ubicadas en 6 pisos, también ira forrada en vinipel film transparente, son rollos de 400 mts por 25cm.



CONTENEDOR: Se transportarán en contenedores de 40 pies, en los que permite llevar máximo 18 estibas de la anterior medida.



18. LA UNIDAD EMPRESARIAL EXPORTADORA

18.1. TIPO DE SOCIEDAD

La empresa, se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). Esta decisión estratégica responde a la necesidad de una estructura empresarial ágil y flexible, capaz de adaptarse a las dinámicas del comercio internacional y a las exigencias del mercado estadounidense.

REQUISITOS:

La Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), establecida en la legislación colombiana mediante la Ley 1258 de 2008, representa una forma societaria de capital, con naturaleza comercial, que puede constituirse tanto a través de un contrato como de un acto unilateral, formalizado en un documento privado. Dicho documento de constitución requerirá autenticación previa a su inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, realizada por los participantes en su suscripción, ya sea de manera directa o mediante apoderado.

En aquellos casos donde los activos aportados a la sociedad incluyan bienes cuya transferencia exija escritura pública, la constitución de la SAS deberá efectuarse de igual manera, y también inscribirse en los registros correspondientes. Una vez inscrita en el registro mercantil, la SAS adquiere personalidad jurídica propia, independiente de sus accionistas.

Para efectos tributarios, la SAS se rige por las mismas normativas aplicables a las sociedades anónimas. Es importante destacar que las acciones y otros valores emitidos por una SAS no pueden ser inscritos en el Registro Nacional de Valores y Emisores, ni negociados en bolsa.

Requisitos para constituir una S.A.S.:

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen). Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.

- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

PERSONA JURIDICA:

Una "persona jurídica" se define como una entidad, distinta de un individuo humano, que posee la capacidad legal para ejercer derechos y contraer obligaciones. Es decir, la ley la reconoce como un sujeto de derecho con existencia propia, independiente de las personas naturales que la componen. Esta figura permite que organizaciones como empresas, asociaciones o fundaciones puedan realizar actos jurídicos en su nombre, como firmar contratos, adquirir propiedades y participar en procesos legales.

Dentro del marco legal colombiano, las personas jurídicas se clasifican en diversas categorías, cada una con características y regulaciones específicas. Las sociedades comerciales, como las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), las Sociedades de Responsabilidad Limitada (Ltda.) o las Sociedades Anónimas (S.A.), son ejemplos comunes de personas jurídicas creadas con fines de lucro. También existen personas jurídicas sin ánimo de lucro, como las asociaciones y fundaciones, que se constituyen para fines sociales, culturales o benéficos.

La creación de una persona jurídica implica un proceso legal que varía según el tipo de entidad. Generalmente, se requiere la elaboración de estatutos o documentos constitutivos, la

inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio y la obtención de un Número de Identificación Tributaria (NIT). Una vez constituida, la persona jurídica adquiere una identidad legal propia, lo que le permite actuar en el ámbito comercial y legal de manera independiente.

ACTIVIDAD COMERCIAL:

La actividad comercial en Colombia es el motor que impulsa gran parte de su economía, abarcando un espectro diverso de transacciones y negocios. En esencia, se refiere al intercambio de bienes y servicios entre individuos, empresas y organizaciones, con el objetivo de generar ganancias. Este intercambio se manifiesta en una amplia gama de sectores, desde el pequeño comerciante local hasta las grandes corporaciones multinacionales.

Uno de los pilares fundamentales de la actividad comercial en Colombia son los comerciantes, personas naturales o jurídicas que ejercen profesionalmente el comercio. Estos comerciantes están sujetos a un marco legal que regula sus derechos y obligaciones, establecido principalmente en el Código de Comercio. Este marco legal define los actos mercantiles, que son las transacciones consideradas comerciales, como la compraventa de bienes, la prestación de servicios y las operaciones bancarias.

La actividad comercial se desarrolla en establecimientos de comercio, que son los locales donde se llevan a cabo las transacciones. Estos establecimientos varían desde pequeñas tiendas de barrio hasta grandes centros comerciales y oficinas corporativas. La diversidad de sectores que participan en la actividad comercial es amplia, incluyendo el comercio minorista y mayorista, los servicios financieros, el turismo y el transporte, entre otros.

La importancia de la actividad comercial para la economía colombiana es innegable. Genera empleo, impulsa el crecimiento económico y contribuye al desarrollo del país. Entidades como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y las cámaras de comercio

desempeñan un papel crucial en la regulación y el fomento de esta actividad, asegurando un entorno comercial justo y competitivo.

HOMONIMIA:

La homonimia, según la legislación colombiana, ocurre cuando se encuentra registrado un nombre exactamente igual al que se pretende inscribir o modificar, sin distinción del tipo societario o entidad. Por ende, la similitud entre nombres no se considera homonimia.

Para realizar el control de homonimia de las personas jurídicas, se deben seguir los siguientes criterios:

Para el registro mercantil: Se confronta con el registro mercantil y el registro de la economía solidaria.

Para el registro de entidades sin ánimo de lucro (Sector real: fundaciones, asociaciones y corporaciones): Se realiza frente a las entidades de ese registro (ESAL sector real) y el registro de la economía solidaria.

Para el registro de entidades de la economía solidaria: Se debe consultar el nombre en el registro mercantil y en el registro de entidades de la economía solidaria.

El tipo societario o de entidad no es diferenciador.

Los nombres que fonéticamente suenen igual no necesariamente presentan homonimia, pues pueden escribirse distinto, ejemplo casa y caza.

Ninguna Cámara de Comercio del país se encuentra autorizada para reservar un determinado nombre de manera previa a la matrícula o inscripción. La consulta no le garantiza ninguna prioridad al nombre ni derecho a usarlo.

RESPONSABLE DE IVA:

La empresa Stevia Exports es una empresa responsable de IVA ya que se denomina persona jurídica y cumple con todos los requisitos para serlo.

En Colombia, el término "responsable de IVA" se refiere a aquellas personas naturales o jurídicas que, por sus actividades económicas, están obligadas a recaudar el Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA) y a declararlo ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). Para ser considerado responsable de IVA, se deben cumplir ciertos criterios y obligaciones establecidos por la ley.

Aquí te detallo los aspectos clave:

¿Quiénes son responsables de IVA?

Personas jurídicas:

Todas las personas jurídicas, por el simple hecho de serlo, son consideradas responsables de IVA.

Personas naturales:

Las personas naturales serán responsables de IVA si no cumplen con la totalidad de los requisitos para ser no responsables del IVA.

Requisitos para ser responsable de IVA:

No cumplir con los topes de ingresos establecidos por la DIAN.

Realizar actividades gravadas con IVA.

Ser usuario aduanero.

Desarrollar actividades bajo franquicia, concesión, regalía, autorización o cualquier otro sistema que implique la explotación de intangibles.

Tener más de un establecimiento de comercio.

Obligaciones de los responsables de IVA:

Inscribirse en el Registro Único Tributario (RUT).

Facturar electrónicamente las ventas de bienes o la prestación de servicios gravados con IVA.

Recaudar el IVA en las ventas y/o servicios prestados.

Declarar y pagar el IVA a la DIAN de manera bimestral o cuatrimestral, según corresponda.

Llevar contabilidad, en el caso de los comerciantes.

Es importante tener en cuenta que las normativas tributarias pueden cambiar, por lo que siempre es recomendable consultar la información actualizada en la página web de la DIAN o con un profesional en materia tributaria.

18.2. RAZÓN SOCIAL

La empresa, constituida bajo la figura de Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), operará bajo la razón social "Stevia Exports SAS".

Así como su razón social, su nombre es Stevia Exports SAS, Esta denominación refleja claramente a lo que se dedica la empresa que es: la comercialización y distribución de stevia de alta calidad, proveniente de cultivos colombianos, hacia el mercado internacional. La empresa actúa como intermediario entre productores y consumidores, asegurando un suministro constante y confiable de stevia, cumpliendo con los estándares de calidad y las regulaciones tanto colombianas como exteriores. La elección de "Stevia Exports SAS" busca transmitir

profesionalismo, claridad y concisión, facilitando la identificación de la empresa en el ámbito comercial y legal.

18.3. MISIÓN Y VISIÓN EMPRESARIAL

Misión:

Ser el puente comercial confiable que conecta la riqueza natural de Colombia con el creciente mercado de edulcorantes saludables en el mercado internacional. Nos dedicamos a la exportación eficiente y sostenible de stevia de alta calidad, cultivada y procesada con los más altos estándares, para satisfacer la demanda de consumidores conscientes de su bienestar. Buscamos construir relaciones a largo plazo con nuestros proveedores y clientes, basadas en la transparencia, la integridad y el compromiso con la excelencia.

Visión:

Stevia Exports SAS para el año 2030 se centra en consolidarse como líder indiscutible en la exportación de stevia desde Colombia hacia el exterior, distinguiéndose por su calidad superior, su compromiso con la sostenibilidad y su capacidad para innovar y adaptarse a las tendencias del mercado. Aspiramos a ser un referente en la industria, contribuyendo al desarrollo económico de Colombia y al bienestar de los consumidores internacionales, al tiempo que promovemos prácticas comerciales responsables y respetuosas con el medio ambiente. Visualizamos un futuro donde la stevia colombiana sea sinónimo de salud y sabor, presente en hogares y establecimientos a lo largo y ancho del mercado internacional.

18.4. PRINCIPIOS Y VALORES

PRINCIPIOS:

Sostenibilidad:

Compromiso con prácticas agrícolas y logísticas que minimicen el impacto ambiental y promuevan la conservación de los recursos naturales.

Apoyo a comunidades locales y fomento del desarrollo económico sostenible en las regiones productoras de stevia.

Calidad y Garantía:

Aseguramiento riguroso de la calidad superior de la stevia, desde el cultivo hasta la entrega al cliente final.

Ofrecimiento de garantías que respalden la calidad y la satisfacción del cliente, generando confianza y lealtad.

Transparencia:

Comunicación abierta y honesta con proveedores, clientes y colaboradores.

Prácticas comerciales éticas y transparentes en todas las operaciones.

Eficiencia y Cumplimiento:

Optimización de procesos logísticos y comerciales para garantizar la entrega oportuna y eficiente de la stevia.

Cumplimiento estricto de los compromisos adquiridos con proveedores, clientes y colaboradores, generando relaciones comerciales sólidas y duraderas.

Innovación:

Búsqueda constante de estrategias de comercialización innovadoras para posicionar la stevia colombiana en el mercado estadounidense.

Desarrollo de productos y servicios que respondan a las necesidades y preferencias cambiantes de los consumidores.

VALORES:**Integridad:**

Actuar con honestidad, ética y responsabilidad en todas las interacciones.

Construir relaciones de confianza con proveedores, clientes y colaboradores.

Respeto:

Valorar la diversidad y tratar a todas las personas con respeto y dignidad.

Fomentar un ambiente de trabajo inclusivo y colaborativo.

Compromiso:

Cumplir con las promesas y superar las expectativas de los clientes.

Demostrar pasión y dedicación en todas las actividades.

Excelencia:

Buscar la mejora continua en todos los procesos y productos.

Aspirar a la excelencia en el servicio al cliente y la calidad de la stevia.

Responsabilidad Social:

Contribuir positivamente al bienestar de las comunidades y el medio ambiente.

Promover prácticas comerciales éticas y sostenibles.

18.5. POLÍTICAS DE EMPRESA

Stevia Exports SAS se compromete a operar bajo un conjunto de políticas empresariales que buscan establecer un marco de trabajo claro y transparente, promoviendo la eficiencia, la calidad y la satisfacción del cliente, al tiempo que se fomenta la responsabilidad social y ambiental.

En cuanto al horario laboral, la jornada se establece de lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 5:00 p.m., con una hora de descanso para el almuerzo. Se fomentará la flexibilidad laboral, siempre que se cumplan los objetivos y se garantice la atención a clientes y proveedores. Las horas extras, en caso de ser necesarias, se compensarán de acuerdo con la legislación laboral vigente.

La empresa se compromete a ofrecer productos de stevia de alta calidad, cumpliendo con los estándares y certificaciones exigidos por el mercado estadounidense. Para ello, se establecerán políticas de garantía claras y transparentes que cubran posibles defectos de calidad o incumplimientos en la entrega, brindando un servicio de atención al cliente eficiente y oportuno.

En el ámbito de la negociación, Stevia Exports SAS adoptará una política justa y transparente con proveedores y clientes, buscando relaciones comerciales a largo plazo. Se priorizará el diálogo y la colaboración en las negociaciones, buscando acuerdos beneficiosos para ambas partes. Se establecerán contratos claros y detallados que especifiquen las condiciones de compra, venta, entrega y pago. La empresa siempre buscará el cumplimiento de los acuerdos pactados, para generar confianza en sus clientes y proveedores.

Además, se priorizarán las prácticas sostenibles, tanto en la compra, como en el transporte, y la comercialización, dando prioridad a proveedores que tengan certificaciones de buenas prácticas. La empresa cumplirá con todas las normativas legales, tanto en Colombia, como en el exterior, en materia de exportaciones.

la política ambiental se enfoca en minimizar la huella ecológica en cada paso de la cadena de valor. Se da prioridad a proveedores que aplican prácticas agrícolas sostenibles, como el uso eficiente del agua y la reducción de químicos, para asegurar que la materia prima provenga de fuentes responsables. El compromiso es optimizar las operaciones logísticas para reducir las emisiones de carbono y a implementar programas de gestión de residuos que fomenten el reciclaje y el uso de embalajes biodegradables. Este enfoque proactivo nos permite no solo cumplir con las normativas legales, sino también contribuir activamente a la protección del medio ambiente para las futuras generaciones.

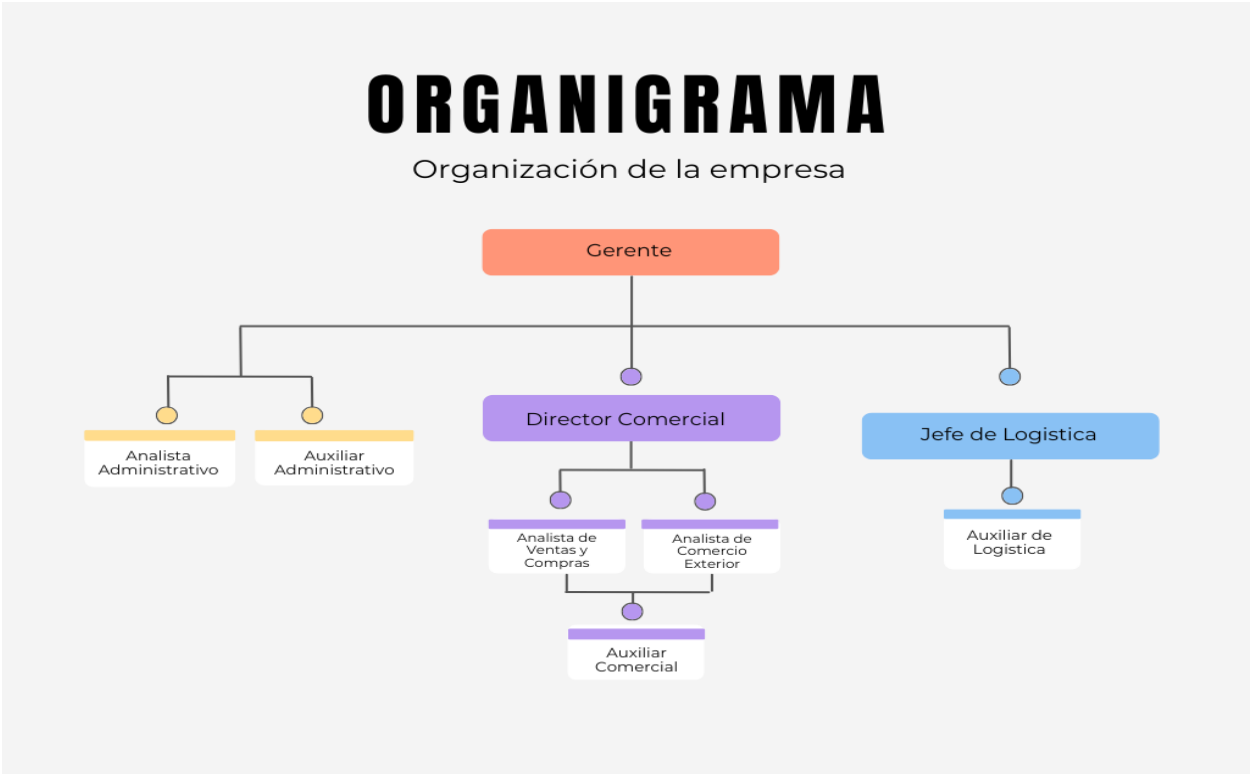
La responsabilidad social es un pilar fundamental en nuestra empresa. Se busca establecer relaciones duraderas y equitativas con los proveedores, ofreciendo precios justos por sus cultivos de stevia y contribuyendo al desarrollo económico de las comunidades agrícolas locales. asegurando que los socios comerciales cumplan con estándares laborales éticos, garantizando condiciones de trabajo seguras y dignas. A través de la colaboración transparente y el apoyo a las comunidades, se busca generar un impacto positivo que beneficie a todos los actores involucrados en la cadena de suministro.

18.6. ORGANIGRAMA EMPRESARIAL

La estructura organizacional de Stevia Exports SAS, se presenta a continuación en un organigrama que refleja la distribución de roles y responsabilidades dentro de la empresa. Dada

la naturaleza de la empresa, enfocada en la comercialización y exportación de stevia, el organigrama será conciso y directo, priorizando la eficiencia y la claridad en la comunicación.

La estructura organizativa de Stevia Exports SAS se ha diseñado para optimizar la toma de decisiones y la coordinación entre las diferentes áreas, permitiendo una gestión ágil y eficaz de las operaciones de exportación. La simplicidad del organigrama facilita la comunicación interna y promueve un ambiente de trabajo colaborativo, donde cada miembro del equipo desempeña un papel fundamental en el logro de los objetivos de la empresa.



18.7. LAS NECESIDADES DE PERSONAL

Gerente:

Liderazgo estratégico, visión de negocios internacionales, y capacidad de toma de decisiones.

Analista Administrativo:

Habilidades organizativas, eficiencia administrativa, y comunicación efectiva.

Auxiliar Administrativo:

Habilidades administrativas, atención al cliente, y manejo de documentación comercial

Director Comercial:

Experiencia en ventas y marketing internacional, capacidad de negociación, y conocimiento del mercado.

Analista Comercial:

Habilidades de venta, comunicación, y conocimiento del producto.

Analista de Comercio Exterior:

Habilidades de venta, legislación aduanera y conocimiento de los procesos de comercio exterior.

Auxiliar Comercial:

Habilidades comerciales, atención al cliente, y manejo de documentación comercial.

Jefe de Logística:

Experiencia en logística internacional, gestión de cadena de suministro, y conocimiento de normativas aduaneras.

Auxiliar de Logístico:

Capacidad física, organización, y conocimiento de normas de comercio exterior.

18.8. PERFILES Y FUNCIONES DEL PERSONAL

PERFILES Y FUNCIONES DEL PERSONAL

GERENTE	
PERFIL	
ESCOLARIDAD	- Profesional en administración de empresas, comercio internacional o carreras afines. - Maestría o especialización en gestión empresarial o comercio exterior (deseable).
EXPERIENCIA	- Mínimo 5 años de experiencia en gestión empresarial, con experiencia en comercio internacional y exportaciones.
HABILIDADES	- Habilidades de liderazgo, negociación, toma de decisiones estratégicas y gestión de equipos.

<p>CONOCIMIENTOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento profundo del mercado de edulcorantes naturales y la industria de la stevia. - Conocimiento de Legislación comercial de Colombia y USA.
<p>FUNCIONES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Dirección estratégica: Define la visión, misión y los objetivos estratégicos de la empresa. Desarrolla planes a largo plazo para el crecimiento, la expansión y la sostenibilidad del negocio. - Toma de decisiones: Analiza informes, evalúa riesgos y oportunidades, y toma decisiones de alto nivel que afectan a todos los departamentos de la empresa. Su juicio es crucial para la rentabilidad y el cumplimiento de los objetivos. - Liderazgo de equipos directivos: Supervisa y coordina a los jefes y directores de cada área (comercial, logística, financiera, etc.). Establece metas para cada departamento y asegura que trabajen de manera cohesionada para alcanzar los objetivos generales de la empresa. - Representación institucional: Es la cara de la empresa. Representa a la organización en reuniones con clientes clave, socios estratégicos, inversionistas y entidades gubernamentales, construyendo relaciones sólidas y positivas. - Gestión financiera: Es responsable de la rentabilidad y la salud financiera de la empresa. Aprueba presupuestos, revisa informes financieros y toma decisiones para optimizar los ingresos y controlar los gastos. 	

<p>ANALISTA ADMINISTRATIVO</p>
<p>PERFIL</p>

ESCOLARIDAD	- Profesional en administración de empresas o carreras afines.
EXPERIENCIA	- Mínimo 3 años de experiencia en asistencia administrativa y gestión de oficinas.
HABILIDADES	- Habilidades organizativas, de comunicación y manejo de herramientas ofimáticas. - Habilidades de redacción y manejo de documentación.
CONOCIMIENTOS	- Conocimiento profundo del mercado de edulcorantes naturales - Conocimiento de comercio exterior

FUNCIONES

- Análisis de procesos: Investiga y evalúa los flujos de trabajo existentes en los departamentos de la empresa. Utiliza metodologías de análisis de datos para identificar cuellos de botella, ineficiencias y redundancias, buscando oportunidades para simplificar y automatizar tareas.
 - Elaboración de informes: Prepara informes detallados y visualmente claros sobre el rendimiento operativo. Estos reportes incluyen el análisis de costos, la medición del tiempo de ejecución de tareas y la identificación de tendencias que puedan impactar la eficiencia.
 - Propuesta de mejoras: Con base en su análisis, desarrolla y presenta propuestas concretas para mejorar los procesos. Esto puede incluir la implementación de nuevas tecnologías, la reestructuración de roles o la creación de nuevos procedimientos operativos.
 - Gestión de proyectos de mejora: Lidera la implementación de las soluciones propuestas, trabajando en colaboración con los equipos involucrados para asegurar una transición fluida y que los nuevos procesos se adopten correctamente.
- Documentación de procedimientos: Mantiene y actualiza los manuales de procedimientos y políticas internas, asegurando que la información esté documentada y sea accesible para todo el personal, lo que facilita la capacitación y el cumplimiento de las normativas.

AUXILIAR ADMINISTRATIVO

PERFIL	
ESCOLARIDAD	- Técnico o Tecnólogo en administración de empresas o carreras afines.
EXPERIENCIA	- Mínimo 2 años de experiencia en asistencia administrativa y gestión de oficinas.
HABILIDADES	- Habilidades organizativas, de análisis y manejo de herramientas ofimáticas. Habilidades de redacción y manejo de documentación.
CONOCIMIENTOS	- Conocimiento del mercado nacional - Conocimiento de comercio exterior
FUNCIONES	
<p>- Gestión de la documentación: Se encarga de la organización meticulosa de archivos, tanto físicos como digitales, creando sistemas de archivo lógicos y de fácil acceso. Esto incluye escanear, categorizar, etiquetar y resguardar documentos importantes, asegurando su confidencialidad y rápida recuperación.</p> <p>- Soporte de comunicación: Actúa como el primer punto de contacto de la empresa. Atiende y filtra llamadas telefónicas, gestiona la bandeja de entrada de correos electrónicos y distribuye la correspondencia física, asegurando que los mensajes lleguen a la persona correcta de manera oportuna.</p> <p>- Coordinación de agendas: Asiste a los directivos y equipos en la programación de reuniones, conferencias y eventos, gestionando calendarios, reservando salas y asegurando que los participantes tengan la información y los materiales necesarios.</p> <p>- Apoyo en informes y presentaciones: Colabora en la preparación de informes básicos, hojas de cálculo y presentaciones, recopilando datos, formateando el contenido y asegurando que la información sea clara y precisa para su presentación.</p> <p>- Mantenimiento de la oficina: Supervisa y controla el inventario de suministros de oficina, realizando pedidos de manera proactiva para evitar faltantes y garantizando que el entorno de trabajo esté bien equipado y en óptimas condiciones.</p>	

DIRECTOR COMERCIAL
PERFIL

ESCOLARIDAD	- Profesional en mercadeo, ventas o comercio internacional.
EXPERIENCIA	- Mínimo 4 años de experiencia en ventas y marketing internacional.
HABILIDADES	- Habilidades de negociación, prospección de clientes y gestión de relaciones comerciales.
CONOCIMIENTOS	- Conocimiento del mercado de edulcorantes naturales y los canales de distribución. - Conocimientos en marketing digital.

FUNCIONES

- Liderazgo y dirección estratégica: Diseña la estrategia comercial a largo plazo, definiendo los objetivos de ventas, los mercados objetivo y el posicionamiento de la marca. Establece las metas de rendimiento para su equipo y los motiva para alcanzarlas.
- Gestión de equipos: Supervisa, entrena y desarrolla al equipo de ventas. Proporciona mentoría, evalúa el desempeño individual y promueve un ambiente de trabajo colaborativo y de alto rendimiento.
- Análisis de mercado: Monitorea de cerca las tendencias del mercado, las actividades de la competencia y el comportamiento del cliente. Utiliza esta información para identificar nuevas oportunidades de negocio, ajustar la estrategia de precios y desarrollar nuevos canales de distribución.
- Negociación con clientes clave: Establece y cultiva relaciones con clientes estratégicos. Lidera las negociaciones de contratos importantes, asegurando acuerdos que sean mutuamente beneficiosos y que fortalezcan la posición de la empresa en el mercado.
- Planificación financiera: Colabora con el equipo financiero para desarrollar los presupuestos de ventas y garantizar que se cumplan las proyecciones de ingresos y rentabilidad.

ANALISTA COMERCIAL

PERFIL	
ESCOLARIDAD	- Profesional en ventas o mercadeo.
EXPERIENCIA	- Minimo 3 años de experiencia en ventas, compras y marketing
HABILIDADES	- Habilidades de comunicación, prospección de clientes y gestión de relaciones comerciales.
CONOCIMIENTOS	- Conocimiento del mercado de edulcorantes naturales y los canales de distribución. - Conocimientos en marketing digital.
FUNCIONES	
<p>- Recopilación y análisis de datos: Recopila información de diversas fuentes, como datos de ventas, encuestas de mercado y reportes de la competencia. Utiliza herramientas avanzadas para analizar estos datos, buscando patrones, correlaciones y tendencias.</p> <p>- Elaboración de informes y dashboards: Crea reportes y paneles de control interactivos que visualizan el rendimiento de las ventas en tiempo real, lo que permite a la dirección y al equipo comercial monitorear el progreso hacia los objetivos.</p> <p>- Inteligencia de mercado: Proporciona un entendimiento profundo del entorno competitivo. Identifica las fortalezas y debilidades de la competencia y sugiere estrategias para capitalizar las oportunidades del mercado y mitigar las amenazas.</p> <p>- Proyecciones y presupuestos: Desarrolla proyecciones de ventas a corto y largo plazo, utilizando modelos estadísticos y datos históricos para prever la demanda futura. Colabora en la creación de presupuestos que reflejen las metas de ventas de manera realista.</p> <p>- Apoyo a la toma de decisiones: Presenta sus hallazgos y recomendaciones a la dirección, brindando el soporte analítico necesario para decisiones estratégicas relacionadas con precios, lanzamientos de productos y asignación de recursos.</p>	

ANALISTA DE COMERCIO EXTERIOR

PERFIL	
ESCOLARIDAD	- Profesional en comercio exterior, relaciones internacionales o carreras afines.
EXPERIENCIA	- Mínimo 3 de experiencia en áreas relacionadas con comercio exterior, logística internacional, aduanas o negocios internacionales.
HABILIDADES	- Habilidades de comunicación, prospección de clientes y gestión de relaciones comerciales. - Capacidad de Análisis, Resolución de Problemas y Atención al Detalle
CONOCIMIENTOS	- Legislación y Normativa Internacional - Logística y Cadena de Suministro Internacional - Operaciones de Comercio Exterior
FUNCIONES	
<p>- Coordinación de la documentación: Se encarga de la preparación, verificación y gestión de toda la documentación necesaria para la exportación e importación. Esto incluye facturas comerciales, listas de empaque, certificados de origen y cartas de crédito, asegurando que cada documento cumpla con los requisitos aduaneros.</p> <p>- Gestión de trámites aduaneros: Actúa como enlace con los agentes de aduanas. Supervisa y agiliza los trámites de despacho de aduana, asegurándose de que los productos cumplan con todas las regulaciones, tarifas e impuestos aplicables en los países de destino.</p> <p>- Negociación con transportistas: Evalúa y negocia con compañías navieras, aerolíneas y transportistas terrestres para obtener las mejores tarifas y condiciones para el envío. Optimiza las rutas logísticas para reducir costos y tiempos de tránsito.</p> <p>- Cumplimiento normativo: Se mantiene constantemente actualizado sobre los acuerdos comerciales, regulaciones de importación y exportación, y cualquier cambio en las políticas gubernamentales que puedan afectar la cadena de suministro internacional. Asesora a la empresa para garantizar el cumplimiento total.</p> <p>- Seguimiento de envíos: Monitorea el estado de todos los embarques desde el punto de origen hasta su destino final. Se encarga de resolver cualquier incidencia o retraso que pueda surgir, comunicándose de manera proactiva con clientes y socios.</p>	

AUXILIAR COMERCIAL	
PERFIL	
ESCOLARIDAD	- Técnico o tecnólogo en áreas administrativas o comerciales.
EXPERIENCIA	- Mínimo 2 de experiencia en áreas relacionadas con comercio exterior, atención al cliente y gestión de pedidos
HABILIDADES	- Habilidades de comunicación, organización y manejo de herramientas ofimáticas.
CONOCIMIENTOS	- Conocimiento en comercio exterior, gestión documental, endulzantes naturales, etc.
FUNCIONES	
<p>- Gestión de pedidos y cotizaciones: Es el primer contacto para los clientes que solicitan información o un pedido. Elabora cotizaciones precisas, procesa las órdenes de compra y se asegura de que toda la información del cliente sea correcta antes de pasarla al área de logística.</p> <p>- Manejo del CRM: Administra y actualiza la base de datos de clientes en el sistema CRM (Customer Relationship Management). Registra interacciones, historiales de compra y notas importantes para que el equipo de ventas tenga acceso a información completa y actualizada.</p> <p>- Soporte al equipo de ventas: Colabora en la preparación de materiales de ventas, como catálogos, presentaciones y muestras de productos. Proporciona soporte administrativo a los vendedores, liberándolos para que puedan enfocarse en la prospección y la negociación.</p> <p>- Coordinación con logística: Mantiene una comunicación constante con el área de logística para coordinar los despachos y entregas de pedidos, asegurando que los productos lleguen a los clientes en el tiempo estipulado.</p> <p>- Atención al cliente: Responde a las consultas de los clientes por correo electrónico o teléfono, resolviendo dudas básicas sobre productos, precios y plazos de entrega, y escalando los problemas más complejos a los vendedores o a la gerencia.</p>	

JEFE DE LOGISTICA	
PERFIL	
ESCOLARIDAD	- Profesional en logística, comercio internacional o ingeniería industrial.
EXPERIENCIA	- Mínimo 4 años de experiencia en logística internacional y gestión de la cadena de suministro.
HABILIDADES	- Habilidad para gestionar múltiples tareas simultáneamente, establecer prioridades y cumplir con los plazos.
CONOCIMIENTOS	- Conocimiento de los procesos de exportación, transporte marítimo y gestión de inventarios.
FUNCIONES	
<p>- Planificación estratégica: Diseña y planifica la red logística de la empresa, incluyendo el almacenamiento, la gestión de inventario, el transporte y la distribución. Establece los procesos y flujos de trabajo para optimizar cada etapa.</p> <p>- Supervisión del equipo: Lidera, motiva y supervisa al equipo de logística. Establece metas de rendimiento, asegura el cumplimiento de los plazos de entrega y promueve la mejora continua en las operaciones.</p> <p>- Gestión de proveedores: Negocia y administra contratos con proveedores de servicios de transporte, agentes de aduanas y bodegas externas. Evalúa su desempeño y busca constantemente la manera de reducir costos y mejorar el servicio.</p> <p>- Optimización de procesos: Implementa tecnologías y sistemas como WMS (Warehouse Management System) y TMS (Transportation Management System) para automatizar y optimizar la gestión de inventario y el seguimiento de envíos.</p> <p>- Análisis y mejora continua: Utiliza indicadores clave de rendimiento (KPIs) para monitorear el desempeño logístico, como el tiempo de entrega, la precisión del inventario y los costos de transporte. Analiza estos datos para identificar oportunidades de mejora y garantizar la eficiencia operativa.</p>	

AUXILIAR LOGISTICO

PERFIL

ESCOLARIDAD	- Técnico o Tecnólogo en logístico, comercio internacional o ingeniería industrial.
EXPERIENCIA	- Mínimo 2 años de experiencia en logística internacional y gestión de la cadena de suministro.
HABILIDADES	- Habilidad para gestionar múltiples tareas simultáneamente, establecer prioridades y cumplir con los plazos.
CONOCIMIENTOS	- Conocimiento de los procesos de exportación, transporte marítimo y gestión de inventarios.

FUNCIONES

- Recepción y almacenamiento: Recibe la mercancía de los proveedores, verificando que la cantidad y calidad de los productos coincidan con la orden de compra. Organiza el almacenamiento de manera eficiente, utilizando sistemas de inventario para una fácil localización.
- Preparación de pedidos: Lee y verifica las órdenes de pedido, selecciona los productos del almacén, los embala de manera segura y los etiqueta correctamente para su envío, asegurando que los pedidos sean precisos y estén listos para ser transportados.
- Control de inventarios: Realiza inventarios periódicos para verificar que las cantidades en el sistema coincidan con el stock físico. Reporta discrepancias, ayuda a identificar las causas y participa en la solución de los problemas de inventario.
- Gestión de carga y descarga: Coordina y participa en las tareas de carga y descarga de camiones, asegurando que el proceso se realice de manera segura y eficiente, y que la mercancía no sufra daños durante el manejo.
- Mantenimiento del almacén: Mantiene el área de almacenamiento limpia, organizada y libre de obstáculos. Cumple con las normas de seguridad industrial para prevenir accidentes y garantizar un entorno de trabajo seguro para todos.

19. ASPECTOS LEGALES

19.1. REGIMEN DE EXPORTACIÓN

Para la exportación de stevia en polvo desde Colombia hacia Estados Unidos, se utilizará la Exportación Definitiva porque, en principio, la stevia en polvo no se encuentra clasificada dentro de las categorías de productos que requieren una licencia previa o están prohibidos para su exportación según la normativa aduanera colombiana. Este régimen está diseñado para la salida permanente de mercancías del territorio aduanero nacional con destino al extranjero para su uso o consumo definitivo.

19.2. TRAMITES DEL PROCESO EXPORTADOR

La exportación de stevia en polvo desde Colombia a Estados Unidos implica una serie de trámites y consideraciones específicas que aseguran que el producto cumpla con las regulaciones de ambos países.

Registro como exportador:

Antes de pensar en todo el proceso de exportación, la empresa debe estar formalmente constituida y registrada. Esto significa estar inscrito en la Cámara de Comercio de Colombia. Además, es fundamental hacer el registro del RUT (Registro Único Tributario) de la DIAN y asegurarse de que la actividad de exportación esté claramente especificada. Para todos los trámites aduaneros y tributarios, se necesita inscribirse en el Sistema Muisca de la DIAN y obtener la firma electrónica. Finalmente, para gestionar todos los permisos y certificaciones de comercio exterior, será indispensable que registrarse también en la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) y tener una firma digital autorizada por la ONAC.

Vistos Buenos y Certificaciones

Dado que la stevia en polvo es un producto alimenticio, los vistos buenos y certificaciones son cruciales para su ingreso a Estados Unidos. En Colombia, tanto el INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos) como el ICA (Instituto Colombiano Agropecuario) llevan a cabo el proceso de las certificaciones si la stevia es considerada una materia prima agrícola o si requiere algún tipo de certificación fitosanitaria desde su origen en campo.

Documentación

La documentación es uno de los pasos más importantes para la exportación. Se necesita una Factura Comercial detallada, que especifique la descripción de la stevia en polvo, la cantidad, el valor en dólares, la subpartida arancelaria y los Incoterms acordados. Una Lista de Empaque (Packing List) es también fundamental, indicando el contenido de cada paquete, pesos y dimensiones.

Considerando que la stevia podría beneficiarse de aranceles reducidos bajo el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y Estados Unidos, es clave solicitar un Certificado de Origen. Para ello, se debe diligenciar la Declaración Juramentada de Determinación de Origen ante la DIAN, y luego tramitar el certificado a través de la VUCE. También se debe tener en cuenta el Documento de Transporte (Conocimiento de Embarque, Guía Aérea o Carta Porte), que es el contrato con el transportista.

Proceso Aduanero y Logística de Envío

Para la logística, es recomendable trabajar con un agente de carga internacional o una Sociedad de Intermediación Aduanera (SIA). Estos se encargan de coordinar el transporte, el seguro de la carga y el despacho aduanero. El proceso inicia con la Solicitud de Autorización de Embarque (SAE) ante la DIAN, donde se presentan todos los documentos de soporte. La DIAN puede realizar una inspección de la carga. Una vez autorizado el embarque, la stevia será despachada. Con la confirmación del envío, se procede a la presentación de la Declaración de Exportación (DEX) ante la DIAN.

Reintegro de Divisas

Una vez que se reciba el pago por la exportación, se debe reintegrar esas divisas a Colombia a través de los intermediarios cambiarios autorizados (bancos comerciales). Esto se realiza diligenciando el Formulario 02 "Declaración de Cambio para Exportación de Bienes".

19.3. POSICION ARANCELARIA

En cuanto a la posición arancelaria, su estructura es:

- Sección: II (Productos del Reino Vegetal)
- Capítulo: 12 (Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forraje)
- Subpartida: 1212.99 (Los demás)
- Posición: 1212.99.10.00 (Estevia (Stevia rebaudiana))

DIAN - MUISCA - ARANCEL		Perfil de la mercancía						
Consultas Arancel								
General		DATOS GENERALES						
Por medidas		Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
Por código de nomenclatura		ARIAN	1212.99.10.00			01-ene-2012	...	
Estructura nomenclatura		Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forraje						
Índice alfabético arancelario		Algarrobas, algas, remolacha azucarera y caña de azúcar, frescas, refrigeradas, congeladas o secas, incluso pulverizadas; huesos (carozos) y almendras de frutos y demás productos vegetales (incluidas las raíces de achicoria sin tostar de la variedad Cichorium intybus sativum) empleados principalmente en la alimentación humana, no expresados ni comprendidos en otra parte.						
Reglas generales de la nomenclatura		- Los demás: -- Los demás: --- Estevia (stevia) (Stevia rebaudiana)						
▼ Por texto		Descripción				01-ene-2012	...	
Descripción nomenclatura arancelaria								
Índice alfabético arancelario								
		Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2012	...	

19.4. PERMISOS PREVIOS Y/O VISTOS BUENOS

Para la exportación de Stevia en polvo de Colombia hacia Estados Unidos se necesitan generalmente los siguientes permisos o vistos buenos:

Colombia (País de Origen)

Registro Único Tributario (RUT): El exportador debe contar con un RUT actualizado que incluya la actividad de exportación debidamente registrada ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Certificado Sanitario y/o Fitosanitario del ICA (Instituto Colombiano Agropecuario): debido a la clasificación específica de la stevia en polvo (se considera un producto agrícola

primario o procesado), se requiere un certificado emitido por el ICA que garantice el cumplimiento de las normas sanitarias y fitosanitarias colombianas. Este certificado asegura que el producto es apto para el consumo y cumple con los estándares de calidad establecidos.

Declaración de Exportación (DEX): Este documento debe ser diligenciado y presentado ante la DIAN a través de los servicios informáticos electrónicos, formalizando la salida legal de la mercancía del territorio aduanero nacional. La DEX contiene información detallada sobre el exportador, el importador, la mercancía, el valor y las condiciones de la exportación.

Certificado de Origen: Para acogerse a los beneficios arancelarios estipulados en el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y Estados Unidos, se debe tramitar un Certificado de Origen que acredite que la stevia en polvo es originaria de Colombia. Este certificado se solicita ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o la entidad designada para tal fin.

Estados Unidos (País de Destino):

FDA (Food and Drug Administration): La planta de producción de la stevia en polvo ubicada en Colombia debe estar registrada ante la FDA de los Estados Unidos, de acuerdo con la Ley de Modernización de la Inocuidad de los Alimentos (FSMA).

Notificación Previa a la FDA: Antes de la llegada del envío de stevia en polvo a territorio estadounidense, se debe realizar una notificación previa a la FDA a través de su sistema electrónico. Esta notificación proporciona información detallada sobre el producto, el fabricante, el importador y el puerto de entrada.

Cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura (GMP) y el Plan HACCP: Aunque no son permisos en sí mismos, el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura y la implementación de un sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) son fundamentales para asegurar la inocuidad del producto y son requisitos implícitos para la admisión por parte de la FDA.

Inspección por el CBP (U.S. Customs and Border Protection) y la FDA: El envío de stevia en polvo estará sujeto a inspección por parte del CBP al momento de su ingreso a los Estados Unidos. Adicionalmente, la FDA puede realizar inspecciones para verificar el cumplimiento de sus regulaciones sanitarias y de inocuidad.

La omisión de alguno de estos permisos o el incumplimiento de las regulaciones puede resultar en la retención, el rechazo o la destrucción del envío.

19.5. TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN

Los Términos de Negociación Internacional, conocidos como Incoterms (International Commercial Terms), son un conjunto de reglas estandarizadas a nivel mundial que definen las responsabilidades y obligaciones tanto del comprador como del vendedor en una transacción de comercio internacional.

En esencia, los Incoterms establecen quién paga qué y en qué momento de la transacción, así como dónde se transfiere el riesgo de pérdida o daño de la mercancía del vendedor al comprador.

Para esta exportación se utilizara el Incoterm:

CIF

viene de las siglas en inglés de Costo, Seguro y Flete. En este caso, la empresa vendedora entrega la mercancía a bordo del buque y debe contratar y pagar los costos, todos los trámites aduaneros y el flete hasta el puerto de destino.

19.6. AGENTE DE CARGA Y/O TIPO DE TRANSPORTE

Para el proceso de exportación, se cuenta con los servicios de TRANSLOGISTIC LATIN AMERICA SAS como agente de carga. Esta empresa será la encargada de gestionar el transporte marítimo, utilizando la naviera Maersk para el flete internacional, tiempo de tránsito: 17 a 20 días Aprox, flete Nacional para 1x40 trayecto Cali – Buenaventura, seguro Internacional, aplica tarifa de 0.35% sobre el valor de la factura, con una mínima de USD80, gastos de Aduana Exportación Aproximados, gastos Portuarios aproximados como se ve en la cotización.



COTIZACION FORMAL
TRANSLOGISTIC LATIN AMERICA SAS

CO-F-01 (V.01)
Vig. Enero 2021

COTIZACION EXPORTACION No. TLA 25051817

ESTIMADO CLIENTE: STEVIA EXPORT SAS

ATENCIÓN: Sra. Valentina Londoño

Servicio	EXPORTACIÓN	Moneda:	USD
Origen:	CLO (Cali)	Modalidad:	MARITIMO
Destino:	LAX (Los Angeles)	Vigencia:	31 de mayo de 2025
Incoterm	CIF	T. Transito:	DE 17 A 20 DIAS APROX.
Referencia Interna:	TLA-MAERSK	Puerto de Embarque:	BUN (Buenaventura)
Fecha Oferta:	18 de mayo de 2025	Commodity	CARGA GENERAL- ESTEVIA
valor mercancia	USD 0		

Ponemos a su consideración nuestras mejores tarifas para la prestación de los servicios mencionados:

Flete y Recargos en Origen	Unidad de medida	tarifa	mínima	cantidad/peso	total
Flete Internacional - NAVIERA MAERSK	1 X 40 DRY	USD 2.500	USD 2.500	1	USD 2.500
Origen Charges	x BL	USD 290	USD 290	1	USD 290
THC	x BL	USD 80,00	USD 80	1	USD 80
Sub-Total :					USD 2.870

Seguro Internacional	Unidad de Medida	Tarifa	Mínima	Vr Factura	total
Valor Póliza	Vr Factura	0,35%	USD 100	USD 0	USD 100
Sub-Total Seguro Internacional:					USD 100

Transporte Nacional	Unidad de Medida	Tarifa	Mínima	cantidad	total
CLO - BUN (RECOGIENDO CONTENEDOR VACIO EN RIINA)	MULA	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	1	\$ 3.900.000
Sub-Total Transporte Terrestre:					\$ 3.900.000
Sub-Total USD					USD 929

Agenciamiento Aduanero Origen	Tarifa	Total Aprox.
Comisión Aduana sobre valor CIF / FOB	0,35%	COP 1.000.000
Sub-Total COP		COP 1.000.000
Sub-Total USD		USD 238

Manejos Operativos	Tarifa	COP
Gastos Consolidados	COP 140.000	COP 140.000
Formulario Declaraciones y elaboracion (DEX -SAE-PLANILLA)	COP 40.000	COP 120.000
Acompañamiento x hora adicional	COP 20.000	COP 20.000
Acompañamiento Inspección Física hasta 5 horas	COP 150.000	COP 150.000
GTOS PORTUARIOS APROXIMADOS	COP 3.200.000	COP 3.200.000
Sub-Total manejos operativos		COP 3.630.000
Sub-Total manejos operativos		USD 865
Total Operación aproximada		USD 5.002

19.7. MEDIO DE PAGO

Se optara por el **giro directo** como medio de pago bajo los términos CIF ya que facilita la transferencia de fondos ágil y transparente desde el comprador en Estados Unidos directamente a la cuenta en Colombia tras la liquidación del costo total de la mercancía entregada en el puerto de destino, simplificando así el proceso financiero para ambas partes.

19.8. EL CONTRATO DE EXPORTACIÓN

CONTRATO DE EXPORTACION

FECHA: 10/04/2025

DE UNA PARTE,

STEVIA EXPORTS, con domicilio en CALI, COLOMBIA y número de identificación/registro fiscal 1097388258, representada por VALENTINA LONDOÑO (en adelante, "el Vendedor"),

Y DE OTRA, TATE & LYLE con domicilio social en LOS ANGELES, EE.UU y número de identificación/registro fiscal 900638275, representada por JERCEY CASTAÑO (en adelante, "el Comprador").

Ambas Partes declaran que tienen interés en realizar operaciones de compraventa de productos a las que se refiere el presente Contrato y acuerdan lo siguiente:

PRIMERA: Objeto de Contrato.

Mediante el presente documento, las partes convienen en celebrar una compraventa internacional de mercaderías, las cuales deberán cumplir con las condiciones siguientes:

MERCANCÍA: Stevia En polvo

CANTIDAD: 2.880 unidades

SEGUNDA: Precio.

El precio de la mercancía descrita en la cláusula anterior asciende a la suma de US\$10.000,00USD

TERCERA: Condiciones de Entrega.

Las partes acuerdan que la venta pactada a través del presente contrato se hará en términos del CIF

CUARTA: Tiempo de Entrega. Las partes convienen en que la entrega de la mercadería objeto del presente contrato se realizará a los 72 días de firmado el contrato (21/Junio/2025)

QUINTA: Forma de Entrega.

EL VENDEDOR se obliga a hacer entrega de la mercadería objeto del presente

contrato en el tiempo y lugar señalado en el mismo y cumpliendo con las especificaciones

La forma de transporte a utilizar será bajo la modalidad de transporte marítimo

SEXTA: Condiciones de Pago.

EL COMPRADOR se obliga al cumplimiento del pago del precio estipulado en la cláusula segunda bajo la modalidad de pago a través de un giro directo

FORMA DE PAGO: Giro Directo

PLAZO DE PAGO: Un Giro anticipado, el restante se pagará después del embarque de la mercancía.

MEDIO DE PAGO: Transferencia bancaria

SEPTIMA: Documentos.

EL VENDEDOR deberá cumplir con la presentación de los siguientes documentos:

- Factura Comercial.
- DEX (Declaración del exportador).
- Embarque.
- Transporte.
- Reintegro de divisas.
- Declaración de Cambio.
- Contrato de Compraventa del vendedor

OCTAVA: Resolución del Contrato.

Las partes podrán resolver el presente contrato si se produce el incumplimiento de alguna de las obligaciones estipuladas en el presente contrato.

NOVENA: Responsabilidad en la Demora.

(Solo en caso de que se haya modificado el tiempo de entrega estipulado en el contrato. Se hará referencia al porcentaje pagar sobre el precio de la

mercadería en función al tiempo transcurrido y por los posibles daños que haya sufrido la mercadería).

DECIMA: Solución de Controversias.

Para los efectos del presente contrato, las partes contratantes señalan como sus domicilios los mencionados en la parte introductoria de este documento, sometiéndose ambas partes al arbitraje del centro de arbitraje de la cámara de comercio Internacional de Cali, a cuyas normas y procedimientos se someten de manera voluntaria.

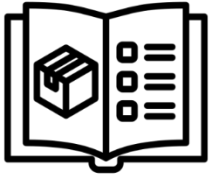
Firmado por duplicado, a los 10 días del mes de abril de 2025 en la ciudad de Cali.

VALENTINA LONDOÑO
VENDEDOR

JERCEY CASTAÑO
COMPRADOR

20. PROCESO GENERAL DE UNA EXPORTACIÓN

1. Exportador contacta Importador



2. Importador solicita catálogos/muestras



3. Importador solicita cotización



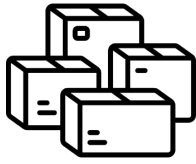
4. Exportador envía cotización

5. Exportador e Importador suscriben un contrato de compraventa internacional



6. Importador confirma Orden de Compra al Exportador





7. Exportador prepara pedido y contacta servicios especiales (agente de aduana, agente de carga, etc.)

8. Exportador entrega documentos a la Agencia de



Aduana



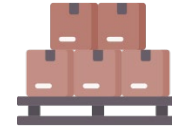
9. Trámite Aduanero en Origen (DIAN):

10. Solicitud de Autorización de Embarque (SAE)



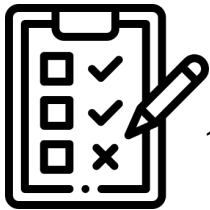
11. Presenta la Declaración de Exportación (DEX) ante la DIAN

12. Exportador ingresa a la mercancía a zona primaria (Deposito Temporal)



13. Almacén indica cantidad, peso y N' de bultos

14. Mercancía en tránsito internacional

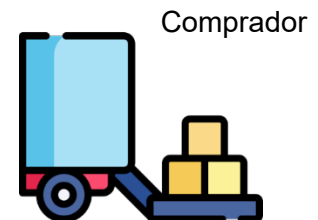


15. Trámites Aduaneros en Destino (Importación)

16. La mercancía es liberada por la Aduana y entregada al




17. Importador efectúa transferencia bancaria



21. EL ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

21.1. LOS GASTOS PRE OPERATIVOS

 STEVIA EXPORTS S.A.S.	
PRESUPUESTO DE GASTOS PREOPERATIVOS	
CONCEPTO O DETALLE DEL GASTO	VALOR PRESUPUESTADO
Estudio de Factibilidad	1.500.000
Gastos Notariales	500.000
Gastos de Registro en Cámara de Comercio.	1.000.000
Honorarios Asesorías Profesionales	3.000.000
Gastos de Instalación y Montaje (adecuación)	300.000
Publicidad de Impacto	
Otros Gastos Legales: Uso del Suelo, Sayco y acinpro, Bomberos, Permisos, Licencias, etc.	1.700.000
Gastos de selección del personal	1.000.000
Capacitaciones y Cursos de Inducción a Personal	700.000
Gastos de Papelería	200.000
Gastos de transportes y diligencias	1.000.000
Diversos e Imprevistos	1.000.000
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	11.900.000

 STEVIA EXPORTS S.A.S.	
AMORTIZACION DEL GASTO PRE OPERATIVO - DIFERIDO	
Total del Gasto Diferido	11.900.000
Período de Amortización en Años (Periodo de Evaluación)	5
Total Amortización por cada Año del Periodo de Evaluación	2.380.000
Total Amortización por mes o Amortización Mensual	198.333

21.2. LAS INVERSIONES FIJAS


PRESUPUESTO DE INVERSIONES FIJAS			
1. EQUIPO DE OFICINA, DE COMPUTO Y MUEBLES Y			
DESCRIPCION DEL ACTIVO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador de Mesa	2	1.200.000	2.400.000
Computador Portatil	9	1.300.000	11.700.000
Escritorios	9	500.000	4.500.000
Sillas para Computador	0		0
Sillas para Escritorio	9	100.000	900.000
Mesas para Computador	2	500.000	1.000.000
Impresora	0		0
Fotocopiadora	2	900.000	1.800.000
Aire Acondicionado	3	700.000	2.100.000
Mesa de Juntas	1	800.000	800.000
Sillas para mesa de juntas	9	100.000	900.000
Telefonos	7	300.000	2.100.000
Estanterías	2	300.000	600.000
Archivador	3	300.000	900.000
Vitrinas	3	300.000	900.000
Otros activos fijos depreciables	0		0
			0
			0
			0
			0
TOTAL EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y			30.600.000


DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	
Total Equipo de Oficina, Computo y Muebles y Enseres	30.600.000
Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea	5
Valor del Gasto por Depreciación Anual	6.120.000
Valor del Gasto por Depreciación Mensual	510.000

21.3. EL CAPITAL DE TRABAJO

 STEVIA EXPORTS S.A.S.			
PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO			
TIPO DE GASTO	VALOR MENSUAL	MESES A FINANCIAR	VALOR TOTAL
Honorarios Profesionales	2.000.000	3	6.000.000
Servicios publicos	700.000	3	2.100.000
Arrendamientos	1.600.000	3	4.800.000
Servicios de vigilancia	200.000	3	600.000
Copias, fotocopias	200.000	3	600.000
Servicio de cafeteria y casino	300.000	3	900.000
Servicios temporales	600.000	3	1.800.000
Servicio generales: Aseo y varios	200.000	3	600.000
Servicio de telefonia e internet	200.000	3	600.000
Gastos Legales	300.000	3	900.000
Mantenimiento y Reparaciones	300.000	3	900.000
Papelería y utiles de oficina	200.000	3	600.000
Transportes y Fletes	3.000.000	3	9.000.000
Diversos y otros gastos generales	1.000.000	3	3.000.000
Nómina	19.800.000	3	59.400.000
Compra de Inventarios	20.000.000	3	60.000.000
TOTAL DEL CAPITAL DE TRABAJO			151.800.000

21.4. 9.1.4 LA COMPOSICIÓN DEL CAPITAL

 STEVIA EXPORTS S.A.S.	
TOTAL INVERSIONES PRELIMINARES - CAPITAL SEMILLA	
Total de los Gastos Pre Operativos	11.900.000
Total de las inversiones Fijas	30.600.000
Total del Capital de Trabajo	151.800.000
TOTAL DE LAS INVERSIONES PRELIMINARES	194.300.000

 STEVIA EXPORTS S.A.S.			
COMPOSICION DEL CAPITAL - SOCIEDAD ANONIMA SIMPLIFICADA			
Concepto	No Acciones	Vr. Nominal	Vr. Total
Capital Autorizado	388.600	1.000	388.600.000
Capital Suscrito	291.450	1.000	291.450.000
Capital Suscrito Por Cobrar	97.150	1.000	97.150.000
Capital Suscrito y Pagado	194.300	1.000	194.300.000

22. EL BALANCE GENERAL DE CONSTITUCIÓN


 STEVIA EXPORTS S.A.S.		
BALANCE GENERAL DE CONSTITUCION O DE APERTURA		
Fecha:		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
DISPONIBLE		
Caja		151.800.000
INVENTARIOS		
Inventario de Producto		
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE		151.800.000
ACTIVO NO CORRIENTE		
ACTIVO FIJO		
Equipo de Oficina y Otros Activos		30.600.000
DIFERIDOS		
CARGOS DIFERIDOS		
Gastos Preoperativos		11.900.000
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		42.500.000
TOTAL DEL ACTIVO		194.300.000
PASIVO Y PATRIMONIO		
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Aporte de los Inversionistas		194.300.000
TOTAL DEL PATRIMONIO		194.300.000
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		194.300.000

23. 9.3 LA PRODUCCIÓN Y LOS COSTOS OPERACIONALES

23.1. LA PRODUCCIÓN EXPORTABLE

 STEVIA EXPORTS S.A.S.							
PROYECCION VOLUMEN DE PRODUCCION COMERCIALIZABLE CON EL EXTERIOR							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	1060,00	10	10.600,00	11.024,00	11.685,44	12.620,28	13.882,30
TASA DE CREIMIENTO O DE VARIACION ANUAL DE LA PRODUCCION EXPORTABLE				4,00%	6,00%	8,00%	10,00%

23.2. COSTOS DIRECTOS

				<i>STEVIA EXPORTS S.A.S.</i>			
PROYECCION DE LOS COSTOS DE MERCANCIA VENDIDA PARA EXPORTACION (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	1060,00	10	455.800.000	498.468.350	555.614.257	630.996.665	729.876.998
COSTO UNITARIO (Costos de Produccion)			43.000	45.217	47.548	49.999	52.576
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			5,16%	5,16%	5,16%	5,16%	5,16%

23.3. COSTOS DE PERSONAL

				<i>STEVIA EXPORTS S.A.S.</i>	
PORCENTAJES DE CARGA PRESTACIONAL Y PARAFISCAL QUE AFECTAN EL GASTO DE NOMINA (PERSONAL CONTRATO LABORAL)					
CARGA PRESTACIONAL			CARGA PARAFISCAL		
Cesantías	8,33%	Aportes Salud EPS	8,50%		
Intereses causados sobre Cesantías	1,00%	Aportes Fondo Pensión	12,00%		
Prima de Servicios	8,33%	Riesgos Laborales ARL	1,00%		
Vacaciones	4,17%	Aportes Caja Compensación	4,00%		
TOTAL	21,83%		25,50%		

				<i>STEVIA EXPORTS S.A.S.</i>			
NOMINA DE PERSONAL AREA DE LOGISTICA							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL 21,83%	CARGA PARAFISCAL 25,50%	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
Jefe de logistica	2.000.000	200.000	2.200.000	480.260	510.000	3.190.260	38.283.120
Aux. logistica	1.500.000	200.000	1.700.000	371.110	382.500	2.453.610	29.443.320
				0	0	0	0
				0	0	0	0
TOTAL	3.500.000	400.000	3.900.000	851.370	892.500	5.643.870	67.726.440



STEVIA EXPORTS S.A.S.

INDICADOR DE PROYECCION DE LOS GASTOS DE NOMINA

SE TOMARA COMO REFERENCIA EL PROMEDIO DE LA VARIACION DEL SALARIO MINIMO LEGAL MENSUAL VIGENTE EN COLOMBIA EN LOS ULTIMOS DIECISIETE AÑOS.

Año 2025	9,50%
Año 2024	12,07%
Año 2023	16,00%
Año 2022	10,07%
Año 2021	3,50%
Año 2020	6,00%
Año 2019	6,00%
Año 2018	5,90%
Año 2017	7,00%
Año 2016	7,00%
Año 2015	4,60%
Año 2014	4,50%
Año 2013	4,02%
Año 2012	5,81%
Año 2011	4,00%
Año 2010	3,64%
Año 2009	7,67%
TOTAL SUMATORIA	117,28%
TOTAL PROMEDIO	6,90%




STEVIA EXPORTS S.A.S.

PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO


DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Nomina Administración	133.140.960	142.326.120	152.144.948	162.641.159	173.861.486
Nómina Area Compras	144.292.680	154.247.177	164.888.418	176.263.779	188.423.906
Nómina Area Comercio exterior	67.726.440	72.398.768	77.393.431	82.732.667	88.440.248
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	345.160.080	368.972.065	394.426.796	421.637.605	450.725.639

23.4. GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN


				<i>STEVIA EXPORTS S.A.S.</i>			
PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DEL AREA LOGISTICA PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	AREA	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	2.000.000	30,00%	7.200.000	7.571.160	7.961.453	8.371.866	8.803.436
Servicios publicos	700.000	33,00%	2.772.000	2.914.897	3.065.160	3.223.168	3.389.323
Arrendamientos	1.600.000	33,00%	6.336.000	6.662.621	7.006.079	7.367.242	7.747.024
Servicios de vigilancia	200.000	34,00%	816.000	858.065	902.298	948.812	997.723
Copias, fotocopias	200.000	20,00%	480.000	504.744	530.764	558.124	586.896
Servicio de cafeteria y casino	300.000	33,00%	1.188.000	1.249.241	1.313.640	1.381.358	1.452.567
Servicios temporales	600.000	33,00%	2.376.000	2.498.483	2.627.280	2.762.716	2.905.134
Servicio generales: Aseo y varios	200.000	33,00%	792.000	832.828	875.760	920.905	968.378
Servicio de telefonía e internet	200.000	33,00%	792.000	832.828	875.760	920.905	968.378
Gastos Legales	300.000	33,00%	1.188.000	1.249.241	1.313.640	1.381.358	1.452.567
Mantenimiento y Reparaciones	300.000	35,00%	1.260.000	1.324.953	1.393.254	1.465.077	1.540.601
Outsourcing conatable	1.000.000	33,00%	3.960.000	4.164.138	4.378.799	4.604.526	4.841.890
Papelería y útiles de oficina	200.000	33,00%	792.000	832.828	875.760	920.905	968.378
Transportes y Fletes	3.000.000	30,00%	10.800.000	11.356.740	11.942.180	12.557.799	13.205.154
Depreciación de Activos	510.000	30,00%	1.836.000	1.836.000	1.836.000	1.836.000	1.836.000
Amortización Diferidos	198.333	30,00%	714.000	714.000	714.000	714.000	714.000
Diversos y otros gastos generales	1.000.000	33,00%	3.960.000	4.164.138	4.378.799	4.604.526	4.841.890
TOTAL DEL GASTO	12.508.333		47.262.000	49.566.904	51.990.625	54.539.289	57.219.337


24. LOS GASTOS GENERALES

24.1. LA DISTRIBUCIÓN DE LOS GASTOS COMUNES


				<i>STEVIA EXPORTS S.A.S.</i>		
DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS GASTOS GENERALES COMUNES A LAS AREAS EMPRESARIALES						
DETALLE O TIPO DE GASTO DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	AREA	AREA	AREA	TOTAL PORCENTAJE	
Honorarios Profesionales	2.000.000	30,00%	40,00%	30,00%	100,00%	
Servicios publicos	700.000	34,00%	33,00%	33,00%	100,00%	
Arrendamientos	1.600.000	33,00%	34,00%	33,00%	100,00%	
Servicios de vigilancia	200.000	33,00%	33,00%	34,00%	100,00%	
Copias, fotocopias	200.000	45,00%	35,00%	20,00%	100,00%	
Servicio de cafeteria y casino	300.000	33,00%	34,00%	33,00%	100,00%	
Servicios temporales	600.000	33,00%	34,00%	33,00%	100,00%	
Servicio generales: Aseo y varios	200.000	33,00%	34,00%	33,00%	100,00%	
Servicio de telefonia e internet	200.000	34,00%	33,00%	33,00%	100,00%	
Gastos Legales	300.000	33,00%	34,00%	33,00%	100,00%	
Mantenimiento y Reparaciones	300.000	30,00%	35,00%	35,00%	100,00%	
Outsourcing contable	1.000.000	33,00%	34,00%	33,00%	100,00%	
Papeleria y utiles de oficina	200.000	33,00%	34,00%	33,00%	100,00%	
Transportes y Fletes	3.000.000	20,00%	50,00%	30,00%	100,00%	
Depreciación de Activos	510.000	35,00%	35,00%	30,00%	100,00%	
Amortización Diferidos	198.333	35,00%	35,00%	30,00%	100,00%	
Diversos y otros gastos generales	1.000.000	33,00%	34,00%	33,00%	100,00%	
TOTAL PRESUPUESTO MES	12.508.333					

24.2. GASTOS DE PERSONAL Y SU PROYECCIÓN

				<i>STEVIA EXPORTS S.A.S.</i>			
NOMINA DE PERSONAL AREA ADMINISTRATIVA, CONTABLE Y FINANCIERA							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				21,83%	25,50%		
Gerente	4.000.000	0	4.000.000	873.200	1.020.000	5.893.200	70.718.400
Analista Administrativa	1.700.000	200.000	1.900.000	414.770	433.500	2.748.270	32.979.240
Aux. administrativa	1.500.000	200.000	1.700.000	371.110	382.500	2.453.610	29.443.320
			0	0	0	0	0
TOTAL	7.200.000	400.000	7.600.000	1.659.080	1.836.000	11.095.080	133.140.960

				STEVIA EXPORTS S.A.S.			
PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05		
Nomina Administración	133.140.960	142.326.120	152.144.948	162.641.159	173.861.486		
Nómina Area Compras	144.292.680	154.247.177	164.888.418	176.263.779	188.423.906		
Nómina Area Comercio exterior	67.726.440	72.398.768	77.393.431	82.732.667	88.440.248		
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	345.160.080	368.972.065	394.426.796	421.637.605	450.725.639		

24.3. GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN Y SU PROYECCIÓN

				STEVIA EXPORTS S.A.S.			
PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DEL AREA DE ADMINISTRACION PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	AREA	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	2.000.000	30,00%	7.200.000	7.571.160	7.961.453	8.371.866	8.803.436
Servicios publicos	700.000	34,00%	2.856.000	3.003.227	3.158.043	3.320.840	3.492.030
Arrendamientos	1.600.000	33,00%	6.336.000	6.662.621	7.006.079	7.367.242	7.747.024
Servicios de vigilancia	200.000	33,00%	792.000	832.828	875.760	920.905	968.378
Copias, fotocopias	200.000	45,00%	1.080.000	1.135.674	1.194.218	1.255.780	1.320.515
Servicio de cafeteria y casino	300.000	33,00%	1.188.000	1.249.241	1.313.640	1.381.358	1.452.567
Servicios temporales	600.000	33,00%	2.376.000	2.498.483	2.627.280	2.762.716	2.905.134
Servicio generales: Aseo y varios	200.000	33,00%	792.000	832.828	875.760	920.905	968.378
Servicio de telefonía e internet	200.000	34,00%	816.000	858.065	902.298	948.812	997.723
Gastos Legales	300.000	33,00%	1.188.000	1.249.241	1.313.640	1.381.358	1.452.567
Mantenimiento y Reparaciones	300.000	30,00%	1.080.000	1.135.674	1.194.218	1.255.780	1.320.515
outsourcin contable	1.000.000	33,00%	3.960.000	4.164.138	4.378.799	4.604.526	4.841.890
Papelería y utiles de oficina	200.000	33,00%	792.000	832.828	875.760	920.905	968.378
Transportes y Fletes	3.000.000	20,00%	7.200.000	7.571.160	7.961.453	8.371.866	8.803.436
Depreciación de Activos	510.000	35,00%	2.142.000	2.142.000	2.142.000	2.142.000	2.142.000
Amortización Diferidos	198.333	35,00%	833.000	833.000	833.000	833.000	833.000
Diversos y otros gastos generales	1.000.000	33,00%	3.960.000	4.164.138	4.378.799	4.604.526	4.841.890
PRESUPUESTO MENSUAL	12.508.333		44.591.000	46.736.305	48.992.200	51.364.387	53.858.860

24.4. GASTOS GENERALES DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS


							
PROYECCIÓN DE LOS GASTOS GENERALES DE AREA COMERCIAL (COMPRAS, VENTAS Y COMERCIO EXTERIOR) PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	AREA	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	2.000.000	40,00%	9.600.000	10.094.880	10.615.271	11.162.488	11.737.915
Servicios publicos	700.000	33,00%	2.772.000	2.914.897	3.065.160	3.223.168	3.389.323
Arrendamientos	1.600.000	34,00%	6.528.000	6.864.518	7.218.384	7.590.492	7.981.782
Servicios de vigilancia	200.000	33,00%	792.000	832.828	875.760	920.905	968.378
Copias, fotocopias	200.000	35,00%	840.000	883.302	928.836	976.718	1.027.068
Servicio de cafeteria y casino	300.000	34,00%	1.224.000	1.287.097	1.353.447	1.423.217	1.496.584
Servicios temporales	600.000	34,00%	2.448.000	2.574.194	2.706.894	2.846.435	2.993.168
Servicio generales: Aseo y varios	200.000	34,00%	816.000	858.065	902.298	948.812	997.723
Servicio de telefonía e internet	200.000	33,00%	792.000	832.828	875.760	920.905	968.378
Gastos Legales	300.000	34,00%	1.224.000	1.287.097	1.353.447	1.423.217	1.496.584
Mantenimiento y Reparaciones	300.000	35,00%	1.260.000	1.324.953	1.393.254	1.465.077	1.540.601
Outsourcing Conatable	1.000.000	34,00%	4.080.000	4.290.324	4.511.490	4.744.058	4.988.614
Papelería y utiles de oficina	200.000	34,00%	816.000	858.065	902.298	948.812	997.723
Transportes y Fletes	3.000.000	50,00%	18.000.000	18.927.900	19.903.633	20.929.666	22.008.590
Depreciación de Activos	510.000	35,00%	2.142.000	2.142.000	2.142.000	2.142.000	2.142.000
Amortización Diferidos	198.333	35,00%	833.000	833.000	833.000	833.000	833.000
Diversos y otros gastos generales	1.000.000	34,00%	4.080.000	4.290.324	4.511.490	4.744.058	4.988.614
PRESUPUESTO MENSUAL	12.508.333		58.247.000	61.096.272	64.092.423	67.243.026	70.556.043

24.5. LOS GASTOS DEL PROCESO EXPORTADOR

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	I	PRODUCTO: Nombre Técnico o Comercial	Stevia en polvo	Campos Modificables			
	II	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	1212.99.10.00	Campos con Formulas			
		POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)	1212.99.10.00	DIVISA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL		DÓLAR AMERICANO	
	III	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	Kg	VALOR DE LA DIVISA A LA FECHA		VALOR TIPO DE CAMBIO	TASA DE VARIACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO
	V	TIPO DE EMPAQUE	Caja de carton	Septiembre 30 de 2024		4.164,21	
		DIMENSIONES DEL EMPAQUE m	30x20x20				
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	VI	ORIGEN: / PAÍS - PUNTO DE CARGUE	Cali - Colombia	Octubre 31 de 2024	4.413,46	5,9855%	
	VII	DESTINO / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	Los Angeles - EE.UU	Noviembre 30 de 2024	4.419,59	0,1389%	
				Diciembre 31 de 2024	4.409,15	-0,2362%	
	VIII	PESO TOTAL KG/TON	1360,00	Enero 31 de 2025	4.170,01	-5,4237%	
	IX	UNIDAD DE CARGA	9 Pallets	Febrero 28 de 2025	4.120,11	-1,1966%	
	X	UNIDADES COMERCIALES	1060,00	Marzo 31 de 2025	4.192,57	1,7587%	
XI	VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3	22,81 Cm3	Abril 30 de 2025	4.198,83	0,1493%		
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	XII	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	CIF	VALOR TASA O TIPO DE CAMBIO PROMEDIO		TASA DE VARIACIÓN PROMEDIO DEL TIPO DE CAMBIO	
	XIII	FORMA DE PAGO Y TIEMPO	Giro directo. Anticipado, el restante luego del embarque	4.260,991250	4.260,991250	0,1680%	0,1680%
	XIV	TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	\$	4.260,99			

CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN			MARÍTIMO		
			Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)
PAIS EXPORTADOR		EMPAQUE	0,15	160,80	
		EMBALAJE	0,12	130,36	
		VALOR EXV	10,37	10.988,20	-
		Costos Directos			
		UNITARIZACIÓN	0,080	85,00	
		MANIPULEO LOCAL EXPORTADOR	0,044	46,94	
		DOCUMENTACIÓN	0,027	28,16	
		TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)	0,863	915,28	
		ALMACENAMIENTO INTERMEDIO	0,000		
		MANIPULEO PREEMBARQUE	0,033	35,20	
		MANIPULEO EMBARQUE	0,000		
		BANCARIO	0,000		
		AGENTES	0,075	80,00	
		Costos Indirectos			
		ADMINISTRATIVOS - Costo Indirecto	0,274	290,00	
		CAPITAL-INVENTARIO	0,000		
		SEGURO***			
	COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	1,397	1.480,58		
	VALOR : FCA.No Incluye Embarque	11,763	12.468,78	-	
	VALOR : FAS No Incluye Embarque	11,763	12.468,78	-	
	VALOR : FOB	11,763	12.468,78	-	

TRÁNSITO INTERNACIONAL		TRANSPORTE INTERNACIONAL	2,358	2.500,00	
		VALOR CFR	14,121	14.968,78	
		VALOR CPT	14,121	14.968,78	
		SEGURO INTERNACIONAL	0,094	100,00	
		VALOR CIF	14,216	15.068,78	
		VALOR CIP	14,216	15.068,78	
		MANIPULEO DE DESEMBARQUE	0,000		
		Costos indirectos			
		CAPITAL-INVENTARIO	0,000		
		COSTO DE LA DFI EN TRANSITO INTERNACIONAL	3,850	4.080,58	
	VALOR DAP** No Incluye Desembarque	14,216	15.068,78		
	VALOR DAT	14,216	15.068,78		
PAIS IMPORTADOR		TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR	0,000		
		ALMACENAMIENTO	0,000		
		VALOR DAP***	14,216	15.068,78	
		DOCUMENTACION	0,000		
		ADUANEROS (IMPUESTOS)	2,559	2.712,38	
		AGENTES	0,057	60,28	
		BANCARIO	0,000		
		Costos indirectos			
		CAPITAL-INVENTARIO	0,000		
		SEGURO			115,32
	COSTO DE LA DFI PAÍS IMPORTADOR	6,574	6.969		
	VALOR DDP TOTAL	16,940	17.956,76		

				STEVIA EXPORTS S.A.S.			
PROYECCION DE LOS COSTOS DE EXPORTACION (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	1060,00	10	173.873.179	181.131.856	192.322.284	208.056.970	229.247.105
Gastos del Proceso Exportador (Costos de la Exportación)			16.403	16.431	16.458	16.486	16.514
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			0,17%	0,17%	0,17%	0,17%	0,17%

25. LOS INGRESOS Y SU PROYECCIÓN

				STEVIA EXPORTS S.A.S.			
PROYECCION DE LOS INGRESOS (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	1060,00	10	1.219.000.000	1.318.470.400	1.453.481.769	1.640.399.524	1.885.639.253
PRECIO UNITARIO DE VENTA			115.000	119.600	124.384	129.981	135.830
INDICADOR DE VARIACION DEL PRECIO DE EXPORTACION			3,00%	4,00%	4,00%	4,50%	4,50%

26. EL ESTADO DE RESULTADOS Y SU PROYECCIÓN

				STEVIA EXPORTS S.A.S.			
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO							
Periodo de Evaluación del Proyecto							
CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05		
INGRESOS							
INGRESOS OPERACIONALES							
Ingresos por Ventas							
Nacionales							
En el Exterior	1.219.000.000	1.318.470.400	1.453.481.769	1.640.399.524	1.885.639.253		
TOTAL INGRESOS	1.219.000.000	1.318.470.400	1.453.481.769	1.640.399.524	1.885.639.253		
COSTO DE VENTAS							
Costo de la Mercancía vendida (Mercancía exportada)	455.800.000	498.468.350	555.614.257	630.996.665	729.876.998		
Costos de la exportacion	173.873.179	181.131.856	192.322.284	208.056.970	229.247.105		
TOTAL COSTOS	629.673.179	679.600.206	747.936.541	839.053.635	959.124.103		
UTILIDAD BRUTA	589.326.821	638.870.194	705.545.228	801.345.889	926.515.151		
GASTOS ADMON							
Gastos de Personal de Administración	133.140.960	142.326.120	152.144.948	162.641.159	173.861.486		
Gastos Generales de Administración	44.591.000	46.736.305	48.992.200	51.364.387	53.858.860		
GASTOS GENERALES AREA COMERCIO EXTERIOR							
Gastos de Personal del área DE Comercio Exterior	67.726.440	72.398.768	77.393.431	82.732.667	88.440.248		
Gastos Generales del área de Comercio Exterior	47.262.000	49.566.904	51.990.625	54.539.289	57.219.337		
GASTOS GENERALES COMERCIAL (COMPRAS)							
Gastos de Personal de Ventas y Comercial	144.292.680	154.247.177	164.888.418	176.263.779	188.423.906		
Gastos Generales del ára comercial	58.247.000	61.096.272	64.092.423	67.243.026	70.556.043		
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES	495.260.080	526.371.545	559.502.045	594.784.307	632.359.879		
UTILIDAD OPERACIONAL	94.066.741	112.498.649	146.043.183	206.561.582	294.155.272		
Provisión Impuesto de Renta 35%	32.923.360	39.374.527	51.115.114	72.296.554	102.954.345		
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	61.143.382	73.124.122	94.928.069	134.265.028	191.200.926		
Reserva Legal	6.114.338	7.312.412	9.492.807	13.426.503	19.120.093		
UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS	55.029.044	65.811.710	85.435.262	120.838.525	172.080.834		

27. EL FLUJO NETO DE EFECTIVO

		STEVEA EXPORTS S.A.S.				
FLUJO NETO DE EFECTIVO						
Periodo de Evaluación del Proyecto						
CONCEPTO		AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
INGRESOS						
INGRESOS OPERACIONALES						
Ingresos por Ventas						
Nacionales		0	0	0	0	0
En el Exterior		1.219.000.000	1.318.470.400	1.453.481.769	1.640.399.524	1.885.639.253
TOTAL INGRESOS		1.219.000.000	1.318.470.400	1.453.481.769	1.640.399.524	1.885.639.253
COSTO DE VENTAS						
Costo de la Mercancía vendida		455.800.000	498.468.350	555.614.257	630.996.665	729.876.998
Costos de la exportación		173.873.179	181.131.856	192.322.284	208.056.970	229.247.105
TOTAL COSTOS		629.673.179	679.600.206	747.936.541	839.053.635	959.124.103
UTILIDAD BRUTA		589.326.821	638.870.194	705.545.228	801.345.889	926.515.151
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION						
Gastos de Personal de Administración		133.140.960	142.326.120	152.144.948	162.641.159	173.861.486
Gastos Generales de Administración		44.591.000	46.736.305	48.992.200	51.364.387	53.858.860
GASTOS GENERALES DEL AREA CONTABLE						
Gastos de Personal del área Contable		67.726.440	72.398.768	77.393.431	82.732.667	88.440.248
Gastos Generales del área Contable		47.262.000	49.566.904	51.990.625	54.539.289	57.219.337
GASTOS GENERALES DE VENTAS						
Gastos de Personal de Ventas y Comercial		144.292.680	154.247.177	164.888.418	176.263.779	188.423.906
Gastos Generales de Ventas		58.247.000	61.096.272	64.092.423	67.243.026	70.556.043
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES		495.260.080	526.371.545	559.502.045	594.784.307	632.359.879
UTILIDAD OPERACIONAL		94.066.741	112.498.649	146.043.183	206.561.582	294.155.272
Provisión Impuesto de Renta 35%		32.923.360	39.374.527	51.115.114	72.296.554	102.954.345
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		61.143.382	73.124.122	94.928.069	134.265.028	191.200.926
GASTOS NO DESEMBOLSABLES						
Depreciación de Activos		6.120.000	6.120.000	6.120.000	6.120.000	6.120.000
Amortización Diferidos		2.380.000	2.380.000	2.380.000	2.380.000	2.380.000
INVERSIONES PRELIMINARES						
Gastos Preoperativos	11.900.000					
Inversiones Fijas	30.600.000					
Capital de Trabajo	151.800.000					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-194.300.000	69.643.382	81.624.122	103.428.069	142.765.028	199.700.926

28. EL VALOR PRESENTE NETO Y LA TASA INTERNA DE RETORNO

		STEVEA EXPORTS S.A.S.				
VALOR PRESENTE NETO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE VALOR PRESENTE NETO						8,000000%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-194.300.000	69.643.382	81.624.122	103.428.069	142.765.028	199.700.926
Coeficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1+i)^n$	1,000000	1,080000	1,166400	1,259712	1,360489	1,469328
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-194.300.000	64.484.613	69.979.528	82.104.536	104.936.558	135.913.095
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados						263.118.330



STEVIA EXPORTS S.A.S.

TASA INTERNA DE RETORNO

TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE TASA INTERNA DE RETORNO						42,272000%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-194.300.000	69.643.382	81.624.122	103.428.069	142.765.028	199.700.926
Coeficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1+i)^n$	1,000000	1,422720	2,024132	2,879773	4,097111	5,829042
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-194.300.000	48.950.870	40.325.490	35.915.350	34.845.290	34.259.648
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados						-3.351

29. CONCLUSIONES

La exportación de Stevia en polvo desde Cali, Colombia hacia California, Estados Unidos, tiene un alto potencial de éxito, pero requiere una planificación estratégica detallada en áreas clave como el estudio de mercado, el cumplimiento técnico y legal, y la gestión responsable del impacto social y ambiental. Con un enfoque adecuado, este proyecto podría posicionarse exitosamente en el mercado estadounidense.

- Después de investigar el mercado, podemos ver que hay una gran demanda de Stevia en polvo en California, Estados Unidos. La gente está buscando productos naturales y saludables, y la Stevia es una excelente opción. Sin embargo, también hay que tener en cuenta que la competencia es fuerte, por lo que debemos asegurarnos de que nuestros productos sean de alta calidad y cumplan con los estándares de seguridad y etiquetado requeridos por el mercado estadounidense.

- Luego de analizar la producción de Stevia en polvo en Colombia, podemos ver que es técnicamente viable y puede cumplir con los estándares de calidad y seguridad requeridos por el mercado estadounidense. Sin embargo, también hay que tener en cuenta que se requieren inversiones en infraestructura y tecnología para mejorar la eficiencia y la calidad de la producción.

- En cuanto a los requisitos administrativos y legales para exportar Stevia en polvo desde Colombia hacia Estados Unidos, podemos ver que hay una serie de permisos y licencias que debemos obtener para cumplir con los requisitos de etiquetado y embalaje establecidos por la

FDA y otros organismos reguladores estadounidenses. También debemos tener en cuenta los acuerdos comerciales y arancelarios entre Colombia y Estados Unidos.

- El análisis del sector económico y financiero muestra que la exportación de Stevia en polvo desde Colombia hacia Estados Unidos es una oportunidad rentable y sostenible. El mercado estadounidense ofrece una gran demanda de productos naturales y saludables, lo que puede generar ingresos significativos para las empresas colombianas que exporten Stevia en polvo. Sin embargo, también debemos tener en cuenta que se requieren inversiones en marketing y publicidad para promocionar nuestros productos en el mercado estadounidense.

- En términos de responsabilidad social y ambiental, podemos ver que la producción y exportación de Stevia en polvo desde Colombia hacia Estados Unidos puede tener impactos positivos y negativos en la sociedad y el medio ambiente. Es importante que nos aseguremos de que nuestras prácticas de producción y procesamiento sean sostenibles y responsables, y que cumplan con los estándares de responsabilidad social y ambiental establecidos por las organizaciones internacionales y los gobiernos de Colombia y Estados Unidos.

30. RECOMENDACIONES

En este trabajo se ha abordado el análisis de la viabilidad de exportar stevia en polvo desde Colombia hacia Estados Unidos, considerando aspectos como la demanda del producto, los costos de exportación, las regulaciones legales y los riesgos asociados al proceso. Sin embargo, para fortalecer aún más el estudio y garantizar una comprensión más completa de las oportunidades y desafíos en este mercado, es necesario profundizar en varios aspectos clave.

- Hacer un análisis más detallado del mercado en Estados Unidos, aunque ya se menciona la demanda de stevia, sería bueno profundizar más en el mercado estadounidense. Por ejemplo, en lugar de solo hablar de la demanda general, podrías investigar más a fondo lo que los consumidores de diferentes estados, especialmente en California, buscan en la stevia. Además, sería útil analizar las tendencias de consumo de productos naturales y saludables, ya que eso ayudaría a justificar aún más por qué la stevia colombiana podría tener éxito en ese mercado.

- Profundizar en la competencia de la stevia colombiana, para los costos de exportación, falta un análisis más a fondo sobre cómo se compara la stevia de Colombia con la de otros países. Sería útil investigar más sobre qué países son los mayores competidores de Colombia en el mercado de la stevia y qué ventajas o desventajas podría tener Colombia frente a esos competidores. Esto ayudaría a entender mejor las barreras para entrar al mercado y qué estrategias usar para destacar.

- Ampliar el análisis de riesgos y cómo enfrentarlos, se habla de los riesgos, sería bueno ser más específico en este aspecto. Por ejemplo, considerar cómo los cambios en el tipo de cambio entre el peso colombiano y el dólar pueden afectar los costos o qué pasaría si las leyes

de importación en EE. UU. cambian. También sería útil pensar en lo que podría pasar si los precios del transporte internacional suben. Tener en cuenta estos posibles problemas y proponer soluciones ayudaría a los exportadores a estar más preparados.

- Incluir entrevistas con personas del sector, ya se usan fuentes secundarias, pero sería de gran ayuda hacer entrevistas con personas clave del sector, como exportadores colombianos de stevia, distribuidores en EE. UU. o expertos en el tema. Hablar directamente con ellos te daría información más real y útil sobre los desafíos y las oportunidades que existen en el mercado, además de que te ayudaría a dar recomendaciones más prácticas y ajustadas a la realidad del negocio.

31. BIBLIOGRAFIA

American Diabetes Association. (2024). Obtenido de American Diabetes Association:
<https://diabetes.org/about-diabetes/statistics/about->

Acosta, N. (2015). Las potencialidades de la stevia nacional en el. Obtenido de <https://www.cadep.org.py/uploads/2015/10/N2.pdf>

Avenatti, N. C. (2002). *Estudio económico para la producción y*. Obtenido de <https://bdigital.zamorano.edu/server/api/core/bitstreams/d0abc28d-038a-4d5e->

Bach. Minchola Guardia, R. D. (2019). Diseño e implementación de un modelo de gestión para incrementar las. *Diseño e implementación de un modelo de gestión para incrementar las*. Lima. Obtenido de <https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/2396/MADMNEGT03>

CODIGO DE COMERCIO DE COLOMBIA. (1975). Obtenido de <https://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2021/03/CodigodeComercio-2.pdf>

Constitución Política de Colombia. (2015). Obtenido de <https://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/constitucion%20politica%20de%20col>

Contreras, O. D. (2005). Estudio de factibilidad para un cultivo de stevia rebaudiana. *Estudio de factibilidad para un cultivo de stevia rebaudiana*. Obtenido de <https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/efbbb584-ef18-47f4->

DIAN. (2024). Aspectos básicos en la exportacion. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=80013>

Dunning, J. H. (2024). *Wikipedia*. Obtenido de Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/John_Harry_Dunning

Fernández, A. L. (2019). *COMERCIALIZACIÓN DE STEVIA. COMERCIALIZACIÓN DE STEVIA*. BOGOTÁ. Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/cf8a9b36-2cf4-43b2-894d->

GOV. (1991). Obtenido de
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=80013>

GOV. (1991). GOV. Obtenido de GOV:
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=67199>

Mordor Intelligence. (2024). Obtenido de Mordor Intelligence:
<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/stevia->

Mordor Intelligence. (2024). Obtenido de Mordor Intelligence:
<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/us-food-sweetener-market->

Porter, M. E. (2007). VENTAJA COMPETITIVA. En M. E. Porter, *COMPETITIVE STRATEGY*.

Ricardo, D. (05 de 2024). *Wikipedia*. Obtenido de Wikipedia:
https://en.wikipedia.org/wiki/On_the_Principles_of_Political_Economy_and_Taxatio

rockcontent. (2023). *rockcontent*. Obtenido de rockcontent:
<https://rockcontent.com/es/blog/philip->

U.S FOOD & DRUG. (2024). Recuperado el 2024, de U.S FOOD & DRUG:
<https://www.fda.gov/food/food-additives-petitions/aspartame-and-other->

Vernon, R. (05 de 1966). *The Quarterly Journal of Economics*. Obtenido de The Quarterly Journal of Economics: <https://academic.oup.com/qje/article-abstract/80/2/190/1868595>

Wikipedia. (2024). *Wikipedia*. Obtenido de Wikipedia:
[https://es.wikipedia.org/wiki/Estevia_\(edulcorante\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Estevia_(edulcorante))

