

**BEBIDA ENERGÉTICA A BASE DE PANELA PARA EXPORTAR A
ESTADOS UNIDOS**

PRESENTADO POR:

ANGELA MARIA SALGADO BOBADILLA	1511022346
HERNANDO CASTOR ORTIZ	1711026377
JUAN PABLO CHOCONTA OSORIO	1811022566
DIEGO ORLADO RESTREPO SARQUIS	1821020057

OPCIÓN DE GRADO NEGOCIOS INTERNACIONALES

TUTOR:

PICO BONILLA CLAUDIA MILENA

UNIVERSIDAD POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO

BOGOTÁ

JUNIO 2021



INDICE

Resumen	1
Palabras Claves	1.1
Introducción	3
Planteamiento del Problema	4
Pregunta de Investigación	6
Justificación	6
Objetivos Generales y Específicos	7
Antecedentes	8
Marco Teórico	9
10 Figura 1, Diamante de Porter	
Diseño Metodológico	12
Estudio de Mercado	15
Tabla 1, Ciudades más Pobladas de EEUU	
Tabla 2, PIB EEUU	
Estudio Técnico	20
Figura 2, Perfil mercancía (MUISCA, s.f.)	
Tabla 3, Proceso de las 3E	
Figura 3, Envasado, Embalaje y Empaque	
Figura 4, Contenedor	
Figura 4, Fuente: https://reinoaduanero.mx/incoterms/	
Tabla 4, Matriz de Costos de Exportación	
Estudio Legal	26
Estudio Financiero	31
Conclusiones	33
Bibliografía	35

RESUMEN

La panela es un producto que se consume a nivel local en Colombia y no es muy conocido en el exterior, sin embargo, el potencial que tiene este producto es muy grande por sus nutrientes y vitaminas, por lo que se puede dar a conocer en un producto elaborado como bebida natural a base de panela y sin conservantes, por esto con este proyecto pretendemos dar a conocer la panela como un producto el cual puede ser utilizado como endulzante para las bebidas energéticas naturales, que se convierte en algo más saludable para generar más energía al consumidor, se pretende hacer la exportación a New York de estas bebidas para mejorar la vida alimenticia de los americanos, obteniendo como resultado una vida más saludable para la población, aprovechando los acuerdos comerciales que tenemos con Estados Unidos, así aumentar la riqueza y generar un valor agregado para nuestro país con un producto local.

1.1 Palabras Clave

- Panela,
- Salud,
- Consumidores,
- Exportación,
- Mercado.

ABSTRACT

Panela is a product that is consumed locally and is not well known abroad, however the potential that this product has is very great due to its nutrients and vitamins, which is why an elaborated product can be made known in a product made as Natural drink based on panela and without preservatives, so with this project we intend to make panela known as a product which can be used as a sweetener for natural energy drinks, which becomes something healthier to generate more energy for the consumer, It is intended to export these beverages to New York to improve the nutritional life of Americans, resulting in a healthier life for the population, taking advantage of the trade agreements we have with the United States, thus increasing wealth and generating value added for our country with a local product. Keywords

- Panela,
- Health,
- Consumers,
- Export,
- Markets,

INTRODUCCIÓN

Este proyecto tiene como objetivo dar a conocer la viabilidad de exportación al mercado neoyorquino, una bebida energética a base de panela siendo un refresco 100 % natural, ya que por ser la panela un producto colombiano que contiene propiedades naturales que brindan vitaminas y minerales, endulzante natural extraído de la caña de azúcar, producto sustitutivo de las sustancias químicas y conservantes con la que se elaboran las bebidas energéticas tradicionales; igualmente, es importante resaltar que a diferencia de los productos a base de panela, la cafeína que contiene estos productos energéticos tradicionales son drogas que se obtienen naturalmente o son artificiales, por lo que la cafeína se considera una droga, ya que estimula el sistema nervioso central aumentando su nivel de alerta. Con este suplemento natural y menos dañino que es la panela para estas bebidas se pretende mejorar el consumo de la población americana, otorgando energía para las actividades deportivas, cotidianas y ser un producto totalmente diferente a los actuales, produciendo menos efectos negativos para la salud.

En el análisis de este proyecto se tendrá presente de qué manera mejora la calidad de vida de las personas el consumo de una bebida energética a base de panela, sin que esta se vuelva una bebida auto dependiente para su día cotidiano, paralelo a esto, se estudia cómo llevar este producto a mercado nuevos, presentando una acogida estable en el consumidor sin tener perjuicios de salud en el futuro.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La problemática que se estudiará en el plan de negocios, se basará en la poca oferta en el mercado de bebidas que activen el cuerpo de manera natural, teniendo en cuenta que actualmente el consumidor encuentra en el mercado bebidas disponibles que contiene mayores niveles de cafeína, azúcares y componentes químicos, por lo que puede producir efectos no beneficiosos para la salud del consumidor. En razón a esto, en este estudio se presenta como solución al problema la oferta de una bebida energética a base de panela en el mercado de Estados Unidos, con la particularidad de ser una bebida natural que no contendrá ningún tipo de sustancias químicas, cafeína ni preservativos, haciéndola una opción muy refrescante y saludable para el consumidor.

En este contexto, es importante resaltar que este tipo de bebidas con endulzantes naturales se vuelve una buena alternativa para las personas que cuentan con jornadas extensas de trabajo, deportistas, jóvenes que requieren revitalizar su cuerpo, y en mantener una vida más saludable, lo que nos llevó a enfocarnos en las necesidades de consumo de energizantes del ciudadano corriente de Nueva York, que se caracteriza por tener un ritmo de vida muy dinámico, por dormir poco y por sus esfuerzos enfocados en la supervivencia urbana y en mejorar sus condiciones de vida.

Paralelo a lo anterior, el consumidor debe tener presente que en algunas ocasiones estas bebidas energéticas de la línea tradicional presentan sus productos como una solución mágica y poderosa para que el cliente o consumidor crea que puede resolver todos sus problemas cotidianos de rendimiento físico de manera mágica y sin consecuencias lesivas para su salud, lo que termina siendo anuncios engañosos, como lo acontecido con una de las marcas que es referente en el mercado con su anuncio “Red Bull te da alas”, en contra de la cual en el año 2013 se presentó una demanda colectiva en Estados Unidos, la cual llevó a que la compañía pagara una indemnización por publicidad engañosa. En este sentido, resulta imperioso como necesidad de los consumidores que las empresas productoras de bebidas energéticas naturales implementen nuevos métodos de imagen y publicidad para mejorar la competitividad del producto en el mercado, incluyendo mejoras saludables en estas bebidas para no ser perjudiciales en la salud

pública, con lo que mejoraría su imagen publicitaria y el consumidor cuida o mejora su salud cardiovascular.

En concordancia con lo anterior, es importante resaltar que la mayoría de bebidas energéticas que vemos en el mercado, su máxima composición está basada en la cafeína, siendo peligrosa para la salud (ocu.org, 2016), provocando enfermedades cardíacas, de ansiedad e insomnio. De igual manera, estudios basados en bebidas energéticas realizados por la [Asociación Americana del Corazón](#) (as.com, 2019), afirman que este tipo de bebidas tienen riesgos de salud, alterando la actividad eléctrica del corazón y elevando la presión arterial, por lo que afectan peligrosamente a las personas que tienen problemas cardiovasculares. Por lo descrito anteriormente, se cuenta con una oportunidad de negocio para ofertar un producto natural, mitigando los efectos secundarios de las bebidas energéticas tradicionales, llevando al desarrollo de investigaciones de productos naturales alimenticios.

Según cifras de la Federación Nacional de Productores de Panela (Fedepanela), el auge mundial en el consumo de panela y productos base de la misma Panela tuvieron un Crecimiento de 300% en los últimos cinco Años en exportaciones. Hace cinco años Colombia vendía al mercado externo menos de 2.000 toneladas, el año pasado se comercializaron 4.000, lo que nos da una muy buena oportunidad de aceptación en el mercado de EEUU.

Teniendo presente el problema de las bebidas energéticas, estas pueden llegar a generar una adicción en el consumidor por sus altos niveles de consumo de cafeína, siendo un alcaloide como ingrediente principal de la bebida y afectando la actividad eléctrica del corazón y elevando la presión arterial, según estudios de la [Asociación Americana del Corazón](#) mencionados con anterioridad, por consiguiente, este plan de negocio plantea mejorar el consumo alimenticio de los neoyorquinos con bebidas energéticas a base de panela como un sustitutivo saludable natural.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Será comercial y financieramente viable ofrecer al mercado de consumidores de bebidas energéticas de Nueva York una opción más saludable y refrescante a base de panela, siendo un producto natural, que no contiene ningún tipo de sustancia química, ni preservativos?

JUSTIFICACIÓN

Identificado el problema de las bebida energética, con este estudio se determina que el consumo de estas bebidas ha tenido un crecimiento en adolescentes y jóvenes americanos, en el año 2016 se proyectó un incremento de consumo en un 5.5% en jóvenes entre los 20 y 30 años, y un 1.4% en los adolescentes menores de 20 años y un 1.2% en los adultos, según un estudio realizado por la FDA (Food and Drug Administration - 2016). Esto implica que los jóvenes y adolescentes son los mayores consumidores de este tipo de bebidas. Al mismo tiempo, la Revista Estadounidense de Medicina Preventiva, revela que los estudios indican que los jóvenes que consumen bebidas energéticas y las mezclan con alcohol pueden contar con un riesgo alto de intoxicación en comparación con los que solo consumen alcohol sin cafeína, por lo que ha llevado a varios Estados a suspender la venta de estas bebidas energéticas.

Una vez analizados los estudios anteriormente mencionados, y conociendo las propiedades de la panela, se puede afirmar que lo recomendable para la bebida energizante es el uso de la panela como endulzante, en la medida que puede disminuir los efectos secundarios en la salud de los consumidores, siempre y cuando no se presente un consumo excesivo, que pueda perjudicar los sistemas cardiovascular y nervioso, considerando que la panela es un endulzante natural, por ser extraída del jugo de caña de azúcar, basando su valor nutricional en potasio, calcio, hierro, proteínas e hidrocarburos de carbono, mejorando la salud y energía del consumidor, por eso al ingerir esta bebida minimiza los efectos secundarios en la salud del comprador. De otro lado, se puede determinar que la producción de panela en Colombia es atractiva para la compra de este producto en el mercado internacional, logrando una alta competitividad frente a productos sintéticos, y resaltando la elaboración artesanal de la panela, proceso que genera valor agregado a los productores paneleros colombianos.

OBJETIVO GENERAL

- Identificar un plan estratégico en el mercado de EEUU, el cual nos lleve a establecer la sostenibilidad y posicionamiento de la bebida energética natural a base de panela, que proporciona beneficios a la salud, conservando todos los nutrientes de la caña, tales como: vitamina C, hierro, calcio, magnesio y potasio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la demanda del mercado neoyorquino, proporcionando una bebida energética que contribuya con beneficios a la salud de los consumidores.
- Determinar el mercado que consume bebidas energéticas por medio de un análisis para conocer los perfiles de los consumidores de bebidas energéticas, y así ubicarlos en un segmento de mercado específico.
- Proponer estrategias para aumentar el consumo de la bebida energética a base de panela, teniendo como punto de partida la innovación y actualización continua.

ANTECEDENTES

Durante un largo tiempo nuestro país se ha enfocado en la exportación de productos al exterior, con el fin de motivar a las industrias colombianas a mejorar cada vez sus productos para darnos a conocer más en el exterior todo lo que tiene que ver con la producción colombiana. Es por esto que vemos como ha crecido la exportación de la panela en sus diversas presentaciones, donde Colombia ha tenido un crecimiento exponencial de un 30,3% con la llegada de la pandemia, identificando como principales destinos Estados Unidos y España (semana, 2020), mencionando los países que Colombia exporta panela: Estados Unidos, España, Corea del Sur y Alemania, producto que puede ser convertido en base de innovación para productos más elaborados, pero siempre manteniendo la calidad de un recurso natural, a raíz de este crecimiento vemos que empresas como Maria Panela Energy Drink ha desarrollado un producto a base de panela con otros componentes como guaraná y parte de la cereza del café, generando estrategias en el mercado Colombiano para dar a conocer el producto a los consumidores de este tipo de bebidas.

En un trabajo de investigación de la Universidad San Ignacio de Loyola de Perú - 2018, se menciona que la producción y comercialización de una bebida energizante a base insumos naturales, presentó un crecimiento importante en los últimos años en el mercado de bebidas no alcohólicas. La categoría de energéticas tuvo un crecimiento de 3.7 % en el 2015 y mantiene una constante del 4% a partir del 2017. Este crecimiento se presenta por la tendencia de consumo de este tipo de bebidas que contienen ingredientes como: Taurina, cafeína y guaraná (con gran contenido de cafeína), cuya promesa es proveer energía a través de su consumo. Lo que genera que personas con grandes cargas laborales, mucha actividad física o cansancio extremo opten por elegirlos. (Sergio Jacuve, 2018).

La Universidad de Antioquia en Medellín presentó un artículo sobre los efectos, benéficos y perjudiciales para la salud de estas bebidas energéticas, además de saber qué tanto conocimiento se tiene sobre los componentes de estas bebidas.

La conclusión de este estudio es que no existen trabajos que demuestran efectos benéficos, pero si mucha evidencia sobre sus eventos adversos por el consumo. (SCIELO, 2017)

Las empresas de nuestro país nos han servido como referencia sobre el proyecto de elaboración y exportación de las bebidas energéticas, debido que cuentan con una amplia experiencia en este negocio alimenticio, satisfaciendo las experiencias del consumidor, debido a los diversos productos que impulsan al mercado colombiano, son las siguientes compañías:

Quala S A.: Compañía multinacional colombiana dedicada a la producción y comercialización de productos a la categoría de bebidas, golosinas y congelados, como referencia a la bebida energética cuentan con el producto VIVE100. (Quala , 2021)

Bavaria S.A.: Empresa Colombiana de bebidas cerveceras, en el año 2005 firmo acuerdo de fusión con la empresa SABMiller PLC, segunda compañía productora de cervezas. (bavaria, 2021)

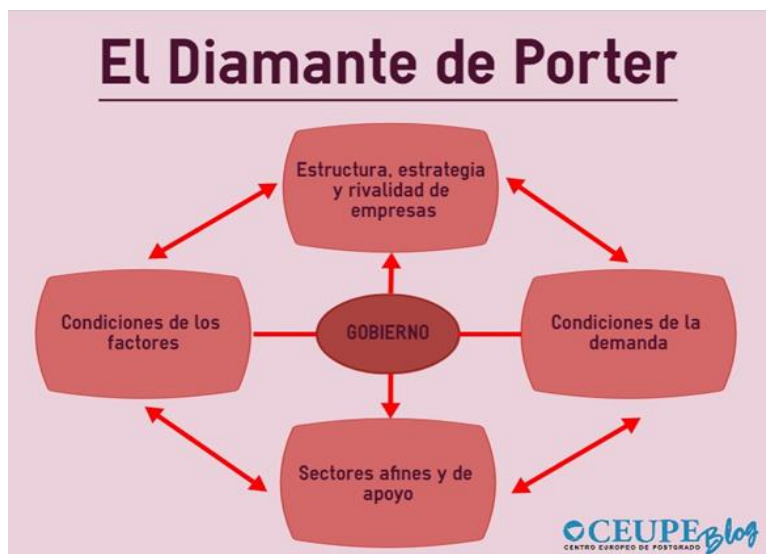
Colombia es un mercado en crecimiento para bebidas de valor agregado, procesadas y envasadas, esto se debe en gran parte a la expansión de los minoristas, con instalaciones de almacenamiento, y refrigerado; situación de la cual los productores se beneficiarán.

MARCO TEÓRICO

DIAMANTE DE PORTER

El diamante de Porter sugiere que existen razones concretas para que cada país, región, localidad, sector de la economía o empresa sean más competitivos que otros. Es decir, analiza los factores que generan ventajas competitivas que permiten que, por ejemplo, una marca se consolide como la primera de su campo.

Figura 1. Diamante de Porter



Fuente: <https://www.ceupe.com/blog/el-diamante-de-porter.html>

Analizaremos la competitividad de nuestro producto basado en modelo del Diamante de Porter, según sus componentes como elementos esenciales:

- **Condiciones de los factores**

En las condiciones de los factores encontramos que varios componentes se involucran como son la mano de obra, la dotación de recursos, la infraestructura entre otros. De igual manera es muy importante la capacidad asertiva en las respuestas y las buenas relaciones que la empresa tenga con el medio que lo rodea. En ocasiones las empresas logran un alto posicionamiento por sus propias ideas logrando ventajas frente a otras compañías.

- **Condiciones de la demanda**

Para crear ventajas competitivas es importante tener en cuenta que los clientes saben del producto y son exigentes ante cada situación, por ello la compañía tiene que satisfacer las necesidades de esa demanda, anticiparse a lo que ellos podrían querer o necesitar y así garantizar nuevas y mejores alternativas de comercialización.

- **Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas**

En cuanto a la estrategia, estructura y rivalidad de las empresas, se ve como las demás compañías originan nuevas ventajas competitivas al pretender posicionar su producto frente al de otras compañías y buscar los mismos o mejores resultados, eso también ayuda a mejorar la calidad del producto y a tener nuevas e innovadoras competencias que ayudaran a aumentar el rendimiento de la productividad.

- **Sectores afines y auxiliares**

En cuanto a este sector es la competitividad que se encuentran dentro de los sectores de la economía. Si hablamos de una empresa es la competencia que pueden llegar a tener sus miembros para poder alcanzar metas de productividad.

Según lo mencionado anteriormente, la bebida será más competitiva por ser un producto netamente natural y el cual da la misma energía que las bebidas sintéticas que son producidas con productos artificiales, debido a esto los productores colombianos puede llegar a especializarse en la producción de las bebidas energéticas de productos naturales como valor agregado a este tipo de bebida alimenticia, superando a otros países que se dedican a esta actividad económica y así expandir la bebida a través del comercio internacional, como se puede observar en el modelo de la ventaja comparativa.

Modelo que nos aporta conceptos básicos fundamentados en las teorías del comercio internacional, demostrando que los países cuentan con tendencias a especializarse en la producción de productos específicos, utilizando menos recursos respecto a la competencia que elabora el mismo producto, reduciendo costos y siendo más eficientes en la elaboración del producto final. (economipedia, 2021)

La bebida a base de panela puede ser mezclada con otras bebidas como el alcohol sin que traiga efectos secundarios a la salud del consumidor. Por lo que llevar este producto al mercado neoyorquino les llevará más beneficios naturales y energía que ellos requieren para tener un día lleno de actividad sin detenerse; igualmente, este producto puede llegar a la población joven y

mayores sin tener ningún tipo de complicaciones en su salud, por lo que esta bebida no hace daño a la salud y si se convierte en un alimento nutritivo y refrescante.

DISEÑO METODOLÓGICO

Este plan de negocios se ejecutó por medio de un estudio mixto, debido a que se combinan estrategias cualitativas como cuantitativas, realizados a través de la ejecución de cuatro estudios los cuales son: estudio de mercado, estudio legal, estudio técnico y estudio financiero.

- **DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

Se basa en recolección de información general del mercado de EEUU en el consumo de bebidas energéticas y cómo podemos posicionarnos como productor de bebida energética a base de panela en el mercado de Nueva York, nos basaremos en estadísticas de consumo de la población americana basadas en la oficina del censo USA gov (census, 2020) de la cual podemos contar con datos poblacionales, demográficos, estudios económicos y de consumo.

Para realizar un estudio legal sobre la internacionalización de producto bebidas energéticas a base de panela, debemos contar con un amplio conocimiento de las normas, leyes y controles de las autoridades nacionales como las del país al cual se va a exportar el producto, que para nuestro caso es Estados Unidos el mercado a incursionar, para el conocimiento legal de la exportación de producto debemos conocer las entidades que regulan el comercio exterior en Colombia, como lo son la DIAN, Ministerio de Industria y Comercio, para tener pleno conocimiento sobre que normas debemos trabajar y que procedimientos se deben aplicar, igualmente las entidades que regulan el comercio internacional de Estados Unidos para los alimentos es la FDA (Food and Drug Administration), entidad que indica los lineamientos para la importación.

Partiendo de los requisitos legales del producto, se debe conocer inicialmente la partida arancelaria de exportación, la cual nos indica:

Citado de Legis Comex: "Partida: 22.02 Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas, excepto los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la partida 20.09

Conociendo la partida arancelaria de exportación 2202.99.00.00, la cual se encuentra en el arancel de aduanas de acuerdo al *Decreto 2153 del 26 de Diciembre del 2016*, esta posición arancelaria nos indica que solicitudes legales se requieren para la exportación de producto los cuales se mencionaran a continuación:

Citado de Legis Comex (Arancel-Legis, 2021)

Requisitos para la exportación de bebidas en Colombia:

1. Condiciones básicas de higiene para bebidas energéticas
2. Inscripción ante el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima
3. Presentación y actualización de empresas exportadoras ante la Policía Antinarcóticos a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior, VUCE
4. Sistema Integrado de Apoyo al Control de Impuestos al Consumo (Sianco)

Estos son los requisitos mínimos que se requieren para el trámite de exportación de las bebidas energéticas, proceso que es controlado por la Dirección de Impuesto y Aduanas Nacionales – DIAN.

• **MEDICIÓN DE POBLACIÓN**

Se inició a través de la obtención de un segmento del mercado, tomando como referencia la población de adolescentes, estudiantes universitarios y profesionales que tiene jornada laborales extensas en los EEUU (Liga Contra el Silencio, 2020), por ser la población más consumidora de este tipo de bebidas, con esto se define el público objetivo al que se dirigirá la estrategia. Esto tiene lugar en el hecho de que la investigación es exploratoria y no tiene ningún fin

probabilístico, recopilando de esta manera una serie de características demográficas totalmente diferentes y por ende gustos diversos sobre los productos, que para el caso son las bebidas energéticas.

La población hispana en Estados Unidos representa gran importancia para esa economía, específicamente en el consumo de bienes y servicios demandados por este nicho de mercado; el hispano residente en EEUU ha crecido 25.3% representado en un 18% de la poblacional total del país (CNN Español, 2019), y muchas compañías estadounidenses y extranjeras ven al hispano la capacidad económica y tendencias a aprovechar, por ello se ve un potencial en el producto escogido para este tipo de población, que conoce el sabor de la panela y las diferentes formas de consumo de esta.

- **RECOLECCIÓN DE DATOS**

Se identifica que para la exportación de producto a base de panela debemos conocer su partida arancelaria para conocer todos los requisitos requeridos por el producto para su comercialización en donde inicialmente se debe conocer la partida de exportación, con eso al momento de la importación en Estados Unidos se contará con una subpartida base para el ingreso y conocimiento de los requisitos legales que se requieren en el proceso de la legalización del producto en dicho país, una vez analizada la partida arancelaria de exportación, se debe indicar cómo será el envío del producto y que proceso logístico se debe seguir para salvaguardar el buen estado del producto, con el fin de no sufrir daños en el proceso de embarque, para contar con la protección requerida se debe contar con el proceso de las cuatro E: Empaque, Envase, Embalaje y Etiquetado (Cámara de Comercio de Bogota, 2019), mejorando la eficiencia y eficacia con la que se garantiza una gestión adecuada en el envío de la bebida para que no sufra ningún tipo de daño y contaminación.

La importancia de implementar la estrategia en el mercado del sistema de las 4-E, dando la protección en la movilización y transporte con el fin de minimizar el riesgos de daño de las

mercancías, y maximizando la eficiencia del proceso de exportación para el traslado de las mercancías a cualquier parte del mundo llegando en óptimas condiciones al consumidor final.

Con la implantación de estas técnicas las empresas podrán llegar a reducir el impacto ambiental con empaques de menor consumo energético, para ser competitivos en el mercado manteniendo un balance entre la eficiencia y los costos, impactando en la experiencia del consumidor el cual podrá determinar el éxito o fracaso del producto basado en la imagen, presentación y confort que se ofrece en el diseño del producto final.

ESTUDIO DEL MERCADO

DEMANDA:

El estado de New York cuenta con la mayor población del territorio americano con más de 8,6 millones de habitantes, convirtiéndose en el centro financiero del país, liderando el mercado de la moda, tecnología y entretenimiento, la población que habita actualmente este territorio es de 8.622.186 personas. (De acuerdo con la información brindada por (libretilla))

Tabla 1: Ciudades más Pobladas de EEUU

	Ciudad	Estado	Población
1.	Nueva York	Nueva York	8 622 357
2.	Los Ángeles	California	4 085 014
3.	Chicago	Illinois	2 670 406
4.	Houston	Texas	2 378 146
5.	Phoenix	Pensilvania	1 743 469

Fuente: <https://libretilla.com/ciudades-mas-grandes-estados-unidos/>

Nueva York cuenta con una economía diversa basada en centros económicos alrededor del mundo, turismo, comercio internacional debido al puerto con el que cuenta esta ciudad para el crecimiento de la actividad económica, al cual se puede ingresar directamente la bebida energética a la gran manzana. (Costasur, New York, 2019)

Estilo de vida del Neoyorquino.

Puede llegar a ser obvio que los neoyorkinos no son personas que se alimenten a base de perritos calientes y de hamburguesas. Pero más allá de eso, lo curioso es que apenas comen ese tipo de comida basura y son unos apasionados de las sopas y de las ensaladas. Es más, existen varias cadenas o restaurantes dedicados exclusivamente a este tipo de comidas. Por ejemplo: *Hale and Hearty Soup* y *Just Salad*.

El café es su bebida de compañía y les encanta saborearla por la calle. Sin embargo, a la hora de comer necesitan un respiro y sentarse para comer tranquilamente. Es decir, muy rara vez, ver a un neoyorkino comiendo un trozo de pizza o algo similar por la calle mientras camina, alimentos que pueden ir acompañados de una refrescante bebida energética a base de panela en el sitio donde este consumiendo alimentos.

Las personas que consumen bebidas energizantes ingieren unas 200 calorías diarias, considerablemente más que lo que aportan otras bebidas, como las gaseosas", dijo Sara Bleich, de la Escuela de Salud Pública T. H. Chan de Harvard, Boston.

En American Journal of Preventive Medicine, el equipo de Bleich analizó información obtenida de 9911 adolescentes, 12.103 jóvenes y 11.245 adultos de mediana edad en el período 2003-2016 durante las encuestas nacionales de salud bianuales

El 5,5% de los jóvenes (20-39 años) dijo que consumía bebidas energizantes en el 2016 versus el 0,5% en el 2003. El aumento fue menor en los adolescentes: el consumo pasó del 0,2% en la primera encuesta al 1,4% en la última, mientras que en los adultos lo hizo del 0 al 1,2%. (Medicine, American Journal of Preventive, 2019)

Tabla 2, PIB EEUU

Nueva York				Nueva York	
Cuentas Nacionales - Gobierno					
PIB Trim Per Capita [+]	I Trim 2018	65.532€	65.532€	I Trim 2018	PIB Trim Per Capita [+]
PIB anual [+]	2019	1.547.039M.€	1.547.039M.€	2019	PIB anual [+]
PIB Per Capita [+]	2019	79.164€	79.164€	2019	PIB Per Capita [+]
PIB Trimestral [+]	I Trim 2018	1.283.828M.€	1.283.828M.€	I Trim 2018	PIB Trimestral [+]
Mercado Laboral					
Tasa de desempleo [+]	Junio 2020	15,7%	15,7%	Junio 2020	Tasa de desempleo [+]
Socio-Demografía					
Densidad [+]	2018	138	138	2018	Densidad [+]
Tasa bruta de divorcios [+]	2016	2,68‰	2,68‰	2016	Tasa bruta de divorcios [+]
Tasa bruta de nupcialidad [+]	2016	7,45‰	7,45‰	2016	Tasa bruta de nupcialidad [+]
% Riesgo Pobreza [+]	2018	11,1%	11,1%	2018	% Riesgo Pobreza [+]
Población [+]	2018	19.542.209	19.542.209	2018	Población [+]
IDH [+]	2015	0,941	0,941	2015	IDH [+]

Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/paises/usa-estados/comparar/usa/nueva-york>

El estado de Nueva York tiene la tercera economía más grande de los Estados Unidos, solo detrás de Texas y California. La economía de Nueva York es tan grande que ocuparía el lugar 15° o 16° de la economía más grande del mundo debido a sus diversas fuentes de economía como lo son:

1. Servicios financieros
2. Health Care
3. Servicios profesionales y técnicos
4. Comercio al por menor
5. Fabricación
6. Servicios educativos

Su centro metropolitano de la firma, la ciudad de Nueva York, es la economía urbana regional más grande del país. La ciudad de Nueva York es el principal centro de trabajo para banca, finanzas y comunicaciones en los Estados Unidos. Nueva York es también un importante centro de fabricación y puerto de embarque, y tiene un sector tecnológico próspero. Hay más libros, revistas y periódicos publicados en Nueva York que en cualquier otro estado del país. En resumen, las principales industrias en Nueva York no solo están impulsando la economía del estado; están liderando la carga a escala nacional y global.

Competencia Indirecta:

DOÑA PANELA:

LA CORPORACIÓN PANELERA DOÑA PANELA LTDA.: empresa dedicada al diseño, desarrollo, producción y comercialización de endulzantes y bebidas refrescantes e hidratantes naturales instantáneas, elaboradas a base de jugo de caña panelera, la compañía representa el 39% de la producción nacional de panela.

A pesa que esta compañía se dedica a la producción y comercialización de panela, su enfoque de mercado es basado en las infusiones de panela en forma de cubo ideal para ser mezclado con cualquier bebida para dar el endulce acorde al consumidor.

Competencia Directa:

Bebida energizante natural de panela

Bebida energizante natural a base de panela (Azúcar de caña sin refinar) y fruta, con todos sus beneficios nutricionales y enriquecidos con vitaminas, minerales y guaraná.

Red Bull

La estrategia de la compañía Red Bull fue crear un mercado globalizado de bebidas energéticas, copando mercados como Estados Unidos y China, compitiendo con 100 marcas reconocida a nivel mundial, los mercados claves que ha conquistado esa bebida son América del Norte y Asia-Pacífico, actualmente esta marca ha decrecido en las ventas en Asia-Pacífico debido a la fuerte competencia.

Monster

Esa marca de bebidas energéticas ha incursionado en el mercado de las bebidas energéticas con precios más bajos e innovando con nuevos sabores, posicionando la marca en el puesto 25 a nivel global de este mercado.

OFERTA:

La panela es azúcar sin refinar ni centrifugar (NCS1), es un edulcorante nutritivo natural. Es un producto concentrado del jugo de la caña de azúcar (*Saccharum officinarum* L) producido mediante evaporación y secado de la caña para permitir la retención de los componentes esenciales de la caña de azúcar: minerales, vitaminas, aminoácidos, proteínas y antioxidantes. La panela es un valorado producto alimenticio en muchos países productores de caña de azúcar en Latinoamérica, El Caribe, Asia y África. ((*European Journal of Nutraceuticals and Functional Foods*, 2013)).

La evolución de las bebidas energéticas en el mercado ha dejado de ser un nicho de mercado para convertirse en una tendencia global, disparando las ventas de estos productos por encima de las bebidas tradicionales, esta tendencia de crecimiento lleva al mercado a inducir propuestas innovadoras que vaya más allá de las bebida energética tradicional sin que esta pierda su fuerza de venta en el mercado, por lo que se puede proponer nuevas bebidas energéticas naturales dirigida a consumidores que quieran alimentarse con algo distinto a lo ya conocido.

El consumidor busca función específica de la bebida energética que lo ligue a las actividades que hace en su vida cotidiana como el deporte, estudio, trabajo y hasta un juego online, por lo que requiere de energía revitalizando su estado físico y mental, el cual gusta alimentarlo con bebidas naturales o productos saludables que no afecte su sistema nerviosos, por lo que el propósito de la bebida energética a base de panela en el mercado oferente, será una buena opción de consumo aportando vitaminas y energía al consumidor final.

ESTUDIO TÉCNICO

Proceso Logístico de exportación de bebida energizante

Para dar inicio al proceso logístico conoceremos características importantes de nuestro producto a exportar, la bebida energética como ingrediente principal que es la panela, para la transformación y comercialización del producto final la cual es la bebida energizante a base de panela.

Las características del producto bebidas natural energizantes a base de panela, podemos destacar los siguientes aspectos de este componente natural que nos provee el jugo de la caña de azúcar:

- Fácil utilización como endulzante sin necesidad del proceso de ebullición para disolverse
- Favorece a la prevención de enfermedades crónicas
- No se mezcla con ningún otro producto para obtener el dulce
- La panela da nutrientes naturales como: Vitamina C, Hierro, Calcio y Potasio
- Aporta nutrientes y energía mejorando el desarrollo de procesos metabólicos
- Regula el ritmo cardiaco estabilizando el organismo antes de una actividad física

Inicialmente se debe conocer la partida de exportación, con eso al momento de la importación en Estados Unidos se contará con una subpartida base para el ingreso y conocimiento de los requisitos legales que se requieren en el proceso de la legalización del producto en dicho país.

DIAN - MUISCA - ARANCEL		Perfil de la mercancía					
Consultas Arancel							
General							
Por medidas							
Por código de nomenclatura							
Estructura nomenclatura							
Índice alfabético arancelario							
Reglas generales de la nomenclatura							
▶ Por texto							
		DATOS GENERALES					
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg	
ARIAN	2202.99.00.00			01-ene-2017	...		
Descripción	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas, excepto los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la partida 20.09. - Las demas - - Las demas			01-ene-2017	...		
Unidad física	l - Litro			01-ene-2017	...		

Figura 2, Perfil mercancía (MUISCA, s.f.)

Ya analizada la partida arancelaria de exportación, se debe indicar cómo será el envío del producto y qué proceso logístico se debe usar para salvaguardar el buen estado del producto con el fin de no sufrir daños en el proceso de embarque, para contar con la protección requerida se debe contar con el proceso de las tres E (Envasado, Embalaje y Empaque), y el alquiler de un contenedor de 40'HQ, por tener mayor capacidad de almacenamiento en m3 y la protección que le puede dar al producto, así tener más capacidad de envío de unidades y reducción de costos en los fletes.

Tabla 3, Proceso de las 4E




Envasado:	Embalaje:	Empaque:
<p>El envase para utilizar será un recipiente metálico en lata para mayor conservación de producto y la lata es un producto amigable con el medio ambiente ya que se puede reciclar.</p> 	<p>Podemos embalar la bebida energizante de panela en Six pack (6 unidades) con eso facilita la manipulación y el apilamiento de las bebidas para su movilización.</p> 	<p>Se puede reformar el apilamiento de las latas de la bebida energética con un empaque de cartón a alrededor, con eso proteger la lata que llegue a ser golpeada en su manipulación y transporte.</p> 

Figura 3, Envasado, Embalaje y Empaque

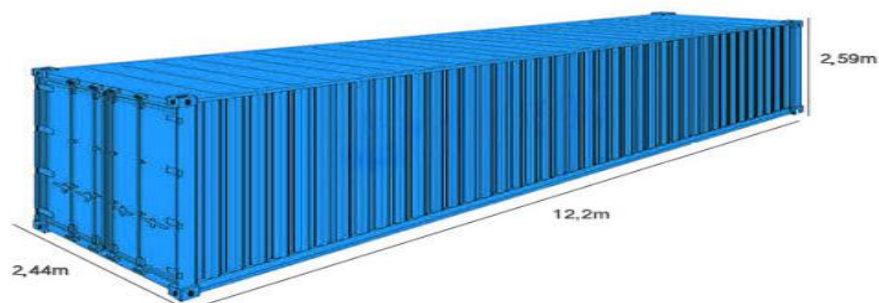


Figura 4, Contenedor

La consolidación de la carga será enviada toda en un mismo contenedor para garantizar que viaje solo la nuestra. Una vez se cuente con el contenedor lleno de las bebidas energéticas de panela se procede con el proceso de DFI (Distribución Física Internacional) para hacer llegar nuestro producto a su destino final a Estados Unidos, por lo que podemos trabajar sobre el incoterms que ayude a equilibrar las responsabilidades entre el exportador e importador.

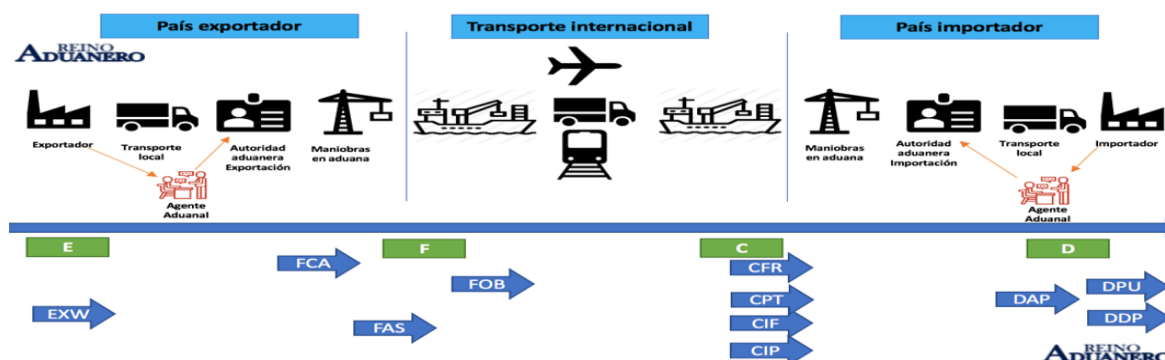


Figura 4, Fuente: <https://reinoaduanero.mx/incoterms/>

Una de las mejores opciones del envío de nuestro producto es vía marítima, debido que el producto no sufrirá daños con la sal marina del océano ya que cuenta con una buena conservación y protección.

En este proceso se ha tenido la oportunidad de hacer una observación directa en proceso de exportación de estos tipos de bebidas a diferente parte del mundo, en el que se utiliza lo descrito en el proceso logístico, y en el cual los exportadores han tenido beneficios y rentabilidad en los costos de la DFI por lo que hace atractivo para la búsqueda de nuevos negocios.

Identificaremos los posibles costos que se tendrán el proceso de exportación, el cual nos provee de información para determinar si es positivo ejecutar el trámite logístico y expandir la comercialización del producto hacia otros territorios internacionales, como se evidencia en la siguiente matriz de cotos:

Tabla 4, Matriz de Costos de Exportación

Se requieren 3 contenedores de 40 pies par el transporete	VALOR UND. EN PESOS	CANT.	VALOR TOTAL EN \$	VALOR UNIDAD EN US\$	TASA DE CAMBIO Vigencia 313/05/2021 - 6/06/2021 <i>Fuente: Dian-Junio 2021</i>	VALOR TOTAL US\$	TIEMPO DE PROCESO EN DIAS
LATAS VACIAS	\$ 150,00	50000	\$ 7.500.000,00	\$ 0,04	\$ 3.729,02	\$ 2.011,25	
TIEMPO EMPAQUE Y EMBALAJE							
MARCADO DE LATAS	\$ 180,00	50000	\$ 9.000.000,00	\$ 0,05	\$ 3.729,02	\$ 2.413,50	2
PRECIO DE LA BEBIDA	\$ 1.200,00	50000	\$ 60.000.000,00	\$ 75,00	\$ 3.729,02	\$ 16.090,02	
TOTAL PRECIO DEL LA BEBIDA	\$ 1.530,00	50000	\$ 76.500.000,00	\$ 0,41	\$ 3.729,02	\$ 20.514,77	
UTILIDAD DEL 30%	\$ 459,00	50000	\$ 22.950.000,00	\$ 0,12	\$ 3.729,02	\$ 6.154,43	
SUELDO ENCARGADO COMEX	\$ 24,00	50000	\$ 1.200.000,00	\$ 0,01	\$ 3.729,02	\$ 321,80	
EXW	\$ 2.013,00	50000	\$ 100.650.000,00	\$ 0,54	\$ 3.729,02	\$ 26.991,01	
COSTO DE TRANSPORTE INTERNO	\$ 246,00	50000	\$ 12.300.000,00	\$ 0,07	\$ 3.729,02	\$ 3.298,45	2
SEGURO INTERNO 0.7 % SOBRE EXW	\$ 14,09	50000	\$ 704.550,00	\$ 0,00	\$ 3.729,02	\$ 188,94	
MANIPULEO DE LA CARGA	\$ 10,00	50000	\$ 500.000,00	\$ 0,00	\$ 3.729,02	\$ 134,08	
PESAJE Y CUBICAJE	\$ 2,68	50000	\$ 134.244,72	\$ 0,00	\$ 3.729,02	\$ 36,00	
BODEGAJE EN CARTAGENA	\$ 5,97	50000	\$ 298.321,60	\$ 0,00	\$ 3.729,02	\$ 80,00	1
DOCUMENTO DE EXPORTACION (DEX)	\$ 0,30	50000	\$ 15.000,00	\$ 0,00	\$ 3.729,02	\$ 4,02	1/2,
CERTIFICADO DE ORIGEN	\$ 0,24	50000	\$ 12.000,00	\$ 0,00	\$ 3.729,02	\$ 3,22	1 1/2
COMISION AGENTE 0.45% SOBRE VALOR EXW	\$ 9,06	50000	\$ 452.925,00	\$ 0,00	\$ 3.729,02	\$ 121,46	
DOCUMENTO DE TRANSPORTE (B/L)	\$ 2,98	50000	\$ 149.160,80	\$ 0,00	\$ 3.729,02	\$ 40,00	
UNITARIZACION Y CONSOLIDACION	\$ 3,40	50000	\$ 170.000,00	\$ 0,00	\$ 3.729,02	\$ 45,59	
DILIGENCIAMIENTO DE DOCUMENTOS EN ORIGEN	\$ 1,30	50000	\$ 65.000,00	\$ 0,00	\$ 3.729,02	\$ 17,43	2
VALOR FAS	\$ 2.309,02	50000	\$ 115.451.202,12	\$ 0,62	\$ 3.729,02	\$ 30.960,20	
MOVIMIENTO PARA INSPECCION	\$ 44,75	50000	\$ 2.237.412,00	\$ 0,01	\$ 3.729,02	\$ 600,00	1
VALOR FOB DE LA MERCANCIA	\$ 2.353,77	50000	\$ 117.688.614,12	\$ 0,63	\$ 3.729,02	\$ 31.560,20	
FLETE INTERNACIONAL	\$ 335,61	50000	\$ 16.780.590,00	\$ 0,09	\$ 3.729,02	\$ 4.500,00	
VALOR CFR	\$ 2.689,38	50000	\$ 134.469.204,12	\$ 0,72	\$ 3.729,02	\$ 36.060,20	
TIEMPO TRANSITO INTERNACIONAL							6
SEGURO INTERNACIONAL	\$ 16,48	50000	\$ 823.820,30	\$ 0,00	\$ 3.729,02	\$ 220,92	
VALOR CIF	\$ 2.705,86	50000	\$ 135.293.024,42	\$ 0,73	\$ 3.729,02	\$ 36.281,12	
RECARGOS POR AMS	\$ 1,49	50000	\$ 74.580,40	\$ 0,00	\$ 3.729,02	\$ 20,00	
RECARGO POR BAF	\$ 3,36	50000	\$ 167.805,90	\$ 0,00	\$ 3.729,02	\$ 45,00	
CARRIER SECURITY (POR CONTENEDOR)	\$ 1,57	50000	\$ 78.309,42	\$ 0,00	\$ 3.729,02	\$ 21,00	
VALOR DPU	\$ 2.712,27	50000	\$ 135.613.720,14	\$ 0,73	\$ 3.729,02	\$ 36.367,12	
COSTO ADUANA DE DESTINO	\$ 17,53	50000	\$ 876.319,70	\$ 0,00	\$ 3.729,02	\$ 235,00	4
INLAND	\$ 67,12	50000	\$ 3.356.118,00	\$ 0,02	\$ 3.729,02	\$ 900,00	
VALOR DAP	\$ 2.796,92	50000	\$ 139.846.157,84	\$ 0,75	\$ 3.729,02	\$ 37.502,12	
COSTOS IMPORTACION ADUANA 0% ADVALOREM CON APLICACIÓN DE CERTIFICADO DE ORIGEN	\$ -	50000	\$ -	\$ -	\$ 3.729,02	\$ -	
COSTO TOTAL DDP	\$ 2.796,92	50000	\$ 139.846.157,84	\$ 0,75	\$ 3.729,02	\$ 37.502,12	
VALOR BEBIDA EN NEW YORK	\$ 2.796,92	50000	\$ 139.846.157,84	\$ 0,75	\$ 7.458,04	\$ 37.502,12	20 DIAS

Fuente: Elaboración Propia con guía práctica Cámara de Comercio

Esta matriz permite ver los costos que se generarán en el proceso de exportación, llegando a contratar a los mejores proveedores como agente de aduana, navieras, operadores, transportadoras, entre otros actores que se involucrarán para llevar buen término la exportación desde Colombia a los Estados Unidos.

Se puede observar el principal beneficio como exportadores en nuestro proceso son los costos bajos, tal como se puede apreciar en la matriz no son elevados y están acorde a los precios logísticos del mercado según podemos compáralo en ProColombia (ProColombia, 2021).

Se presentan los requisitos que se debe tener en cuenta para exportar e importar el producto de bebidas energéticas, como se enuncia a continuación:

- Se debe inscribir en el registro único como exportador, actividad que debe estar especificada en el Registro Único Tributario (RUT) (DIAN, 2014).
- Es importante que se registre ante la Ventanilla Única de Comercio Exterior, para hacer los procedimientos pertinentes ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (declaración juramentada y certificado de origen para acceder a preferencias arancelarias).
- Estados Unidos se divide en regiones noreste, medio oeste, sur y oeste americano y nueve subregiones, con patrones de consumo particulares. Es decir, en cada lugar hay unas normas, requisitos y políticas de mercado que pueden variar.
- Quien exporte a Estados Unidos debe competir con productos y servicios no solo por su precio, sino por la calidad, el cumplimiento y el tiempo de entrega.
- Estados Unidos ofrece una base de datos para el comercio exterior en donde brinda promociones de las exportaciones en ese país. Se pueden revisar en www.commerce.gov o www.trade.gov para conocer de manera más detallada el mercado estadounidense.

Estados Unidos maneja unas exigencias técnicas para todo el sector agroalimentario y se debe cumplir con todas las normas y trámites que exige la FDA (Food and Drug Administration), son obligatorias e inexcusables.

Para dar cierre al ciclo de exportación a Estados Unidos de la Bebida Energizante a Base de Panela, el procedimiento de importación en este territorio da inicio con la presentación de la notificación de entrada del producto a la aduana y a sus vez notifica a la FDA, entidad que determina si el producto puede ser admitido o si requiere de toma de muestras para ser examinado, en caso que la FDA no haga la inspección se procede con los pagos de los aranceles que halla a lugar y se autoriza el ingreso para para ser comercializado el producto. Pero si la FDA decide inspeccionar la carga tomando muestra para la realización de pruebas, el responsable de la carga deberá dejarla en un deposito manteniéndola sin ningún tipo de alteraciones hasta ser contacto de la FDA, si todo sale en buenos términos en la inspección se libera la carga para el pago de aranceles y comercialización, por otra parte si no es superada la inspección y los productos no cumple los requisitos mencionados establecidos la FDA da aviso de detención y audiencia, el importador solicitara reacondicionamiento del producto, en este trámite si la FDA niega la entrada del producto exigiera al importador que lo reexporte o los destruya.



ESTUDIO LEGAL

Para realizar un estudio legal sobre la internacionalización de producto bebidas energéticas a base de panela, debemos contar con un amplio conocimiento de las normas, leyes y controles de las autoridades nacionales como las del país al cual se exportar el producto, que para nuestro caso es Estados Unidos el mercado a incursionar.

Partiendo de los requisitos legales del producto se debe conocer inicialmente la partida arancelaria de exportación, la cual nos indica:

Citado de Legis Comex: "Partida: 22.02 Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas, excepto los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la partida 20.09

2202.99.00.00 --Las demás"

Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	2202.99.00.00			01-ene-2017	...	
Descripción	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas, excepto los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la partida 20.09. - Las demas - - Las demas			01-ene-2017	...	
Unidad física	I - Litro			01-ene-2017	...	

Fuente:<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces>

ces

Marco Normativo

De acuerdo al **Decreto 2674 del año 2013** se establecen los requisitos sanitarios que deben cumplir las persona naturales y jurídicas para el ejercicio de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos, permiso o registro sanitario de alimentos según el riesgo en salud pública con el fin de proteger la vida y salud de las personas. (Minsalud, 2013), igualmente mediante la **Resolución 4150 de 2009** del Ministerio de la Protección Social tiene como objetivo establecer el reglamento técnico y de etiquetado a través del cual se señalan los requisitos que deben cumplir las bebidas energizantes para consumo humano que se fabriquen, procesen, envasen, almacenen, transporten, distribuyan, comercialicen, expendan, importen o exporten en el territorio nacional, con el fin de proteger la vida, la salud y la seguridad humana y, prevenir las prácticas que puedan inducir a error o engaño al consumidor. (Invima, 2009)

Las bebidas energizantes deben contar con Registro Sanitario expedido por el Invima el cual tiene una vigencia de diez años y puede ser renovada antes que expire la vigencia.

este registro nos da el aval para que nuestros consumidores cuenten con toda la confianza que el producto está fabricado bajo los estándares dados por las autoridades gubernamentales, igualmente la entidad Fedepanela dará la confianza para que los campesinos fabriquen la panela con los mejores estándares de calidad, destina más del 50% de los recursos del parafiscal para el Programa de Asistencia Técnica y Extensión Rural, y así poder contratar con ellos para la compra de la materia prima (panela) y contar con una excelente fabricación del producto.

Ya que este producto está destinado a incursionar en el mercado New York – Estados Unidos, actualmente Colombia cuenta con un acuerdo económico más conocido como Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos, el cual fue aprobado el 12 de octubre de 2011, entrando en vigencia desde el 15 de mayo de 2012, acuerdo donde muchas empresas Colombianas cuentan con beneficios arancelarios para ingreso de diversos productos a los Estados Unidos, por lo que el producto de bebida energizante cuenta con el beneficio arancelario de un 0% en el momento de la importación en los Estados Unidos. El Certificado de Origen se obtiene presentando una solicitud a través de la proforma de la DIAN por la que se deben suministrar los datos de representación legal de la compañía que se presentara como exportador obteniendo una declaración juramentada de origen, hecho que lo habilita para solicitar la expedición de pruebas de origen a la DIAN, documento que de ser acompañado por una factura comercial y diligenciamiento de los formularios que están en la plataforma ya finalizado este proceso al usuario se le otorga un número de radicado en la cual puede hacer seguimiento para la obtención del certificado de origen final que se obtiene en 1 día hábil aprobado, documento que consta que el producto fue fabricado y despachado desde su país de origen Colombia.

Ya identificadas y conocidas las normas colombianas para la exportación de la bebida energizante a base de panela a Estados Unidos, se estudiará la normatividad americana para el ingreso del producto a este país.

Regulaciones de Alimentos:

Las regulaciones de importación de alimentos de los Estados Unidos se rigen bajo diferentes organismos y con un reparto muy específico de competencias. Las siguientes son las principales agencias federales involucradas en la regulación y control de la importación de alimentos: La Environmental Protection Agency (EPA); La Food and Drugs Administration (FDA), que pertenece al Department of Health and Human Services (HHS); El Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS), que pertenece al United States Department of Agriculture (USDA) El Food Safety and Inspection Service (FSIS), que pertenece al United States Department of Agriculture (USDA); y El Alcohol and Tobacco Trade And Tax Bureau (TTB), que pertenece al United States Department of the Treasury. (Comercio y Aduanas, 2012)

* Registro Las instalaciones que produzcan, procesen, envasen o almacenen alimentos para consumo humano o animal deben registrarse ante la FDA. Usted puede encontrar información adicional y solicitar el registro en: (FDA s.f).

* Inocuidad del producto. Esto incluye asegurarse de que cualquier ingrediente agregado, si alguno, sea permitido. Además, el producto debe ser manufacturado bajo las buenas prácticas que le apliquen tales como las Buenas Prácticas de Manufactura, Empaque y Almacenamiento de Alimentos (21 CFR 110). (FDA s.f).

* El contenido de residuos de pesticidas, metales, contaminantes químicos y toxinas naturales. La FDA controla el cumplimiento de los límites y tolerancias establecidos para pesticidas en los diferentes productos alimenticios. La regulación sobre el control de residuos queda contenida en 21CFR170.19. Sin embargo, es la Environmental Protection Agency (EPA) quien determina cuáles son los pesticidas permitidos y sus tolerancias. Los límites y tolerancias están regulados en la Parte 180 del Título 40 del CFR (40CFR180). (FDA s.f).

* Los aditivos directos e indirectos y los colorantes. Irradiación de alimentos. El uso de aditivos en alimentos queda regulado en 21CFR170 a 189. Se incluyen aditivos directos (añadidos a los alimentos) e indirectos (sustancias o artículos en contacto con alimentos, como por ejemplo envases y embalajes). La base de datos de aditivos autorizados en EE.UU. a nivel federal (con o sin restricciones) (FDA s.f).

* Productos Enlatados Acidificados o de Baja Acidez Si su producto tiene una actividad de agua mayor a 0.85, no requiere refrigeración y tiene un pH mayor a 4.6, o si se le añade algún ingrediente para modificar su pH a menos de 4.6; podría considerarse un producto de baja acidez o acidificado. Existen requisitos adicionales para estos productos. Estos requisitos incluyen, entre otros, un registro adicional del establecimiento, y someter el proceso de producción o manufactura al Centro de Inocuidad Alimentaria y Nutrición (CFSAN). Puede encontrar más información, incluyendo instrucciones para registrar el establecimiento del procesador y el proceso de manufactura, (FDA s.f).

* Etiquetado El producto tiene que cumplir con los requisitos de etiquetado de la FDA. Ver en ingles el siguiente link (FDA s.f) Comunicación de incidentes sanitarios en productos agroalimentarios (“Reportable Food Registry”): Desde septiembre de 2009, toda empresa con actividad en el área de la alimentación y cuyos productos se comercialicen en EE.UU. (afecta a exportadores también), deberá notificar a la FDA de forma inmediata cualquier incidente que la empresa considere que potencialmente podría afectar a la seguridad del alimento. Esta notificación se debe hacer a través del portal que la FDA ha habilitado para tal efecto: (FDA s.f)

Las exigencias técnicas que requiere la FDA en los productos, es que sea inocuo (seguro), este libre de contaminación (microbiana, química, suciedad, etc) que haya sido manufacturado bajo buenas prácticas, esté etiquetado apropiadamente y cumpla con las reglas y procedimientos administrativos y requeridos (previo registro), por lo que existen normativas sobre 168.000 productos, los cuales se deben analizar caso por caso, teniendo en cuenta el producto existe y el organismo que la regule.

Se debe realizar un “prior notice” o aviso previo, que es informar a la Aduana de Estados Unidos de que va arribar un producto, este aviso se debe hacer antes de que se haga el envío, se puede realizar electrónicamente, pero el recibido de confirmación debe acompañar la entrega del producto.

El producto de bebidas energizantes, el cual está dentro de (Ingredientes, aditivos y colores) debe estar aprobado por la FDA o GRAS (generalmente reconocidos como inocuos) y el registro completó se debe comprobar en el apartado Everything added fo food in the United States. (TLCEEUU)

ESTUDIO FINANCIERO

Teniendo en cuenta que Colombia es el segundo país productor de panela, podemos proveernos directamente con nuestros campesinos y obtener las materias primas para la elaboración de la bebida energizante a base de panela, el gobierno colombiano cuenta con entidades encargadas de ofrecerles a los productores los servicios de financiamiento como Bancoldex, Findeter, Finagro, para poder desarrollar dichos procesos.

Un inconveniente que se tiene en el momento de acceder a estas ayudas económicas es la variación de las tasas de interés, las cuales incrementarían enormemente el valor inicial del crédito, no obstante, los agricultores podrán acogerse a beneficios de bancos de segundo piso que les ayudaría a rebajar estos intereses, hasta un 50% de la tasa referente a los bancos de 1er piso debido que esta tasa es subsidiada por el estado, para dar beneficios de financiamiento al pequeño y mediano agricultor.

Por medio de un flujo de caja se podrá evaluar la rentabilidad de la exportación del producto a los Estados Unidos, con un periodo de 1 a 5 años con el fin llegar a exportar en mayor proporción dependiendo el nivel de ventas.

Teniendo presente el IPC del año 2020, del 1,97%, se tendrá un incremento en el mercado del 1.8% y una tasa de cambio de dólar con fecha (30 de octubre 2020) de \$ 3.849,53, la cual nos puede ayudar para las operaciones monetaria internacional, cifras que nos ayudan si el proyecto es viable y rentable. De este análisis se proyecta una Tasa interna de retorno TIR de 2.7% mayor al costo de capital y el valor actual neto de \$ 139.165.647, esto nos demuestra que la inversión va a generarle ganancias, por lo tanto, se comprueba que el indicador del beneficio es mayor a 0, con un 1,49% de índice de rendimiento, como se muestra en el flujo de caja proyectado a 2024:

Valor Agregado

Después del análisis de los costos de exportación de la bebida energizante a base de panela hacia los Estados Unidos de acuerdo a la presentación de la matriz de costos por la que podemos determinar rubros en los cuales se puede presentar reducción de costos, como en los fletes, aduana e impuestos en el lugar de la importación y los cuales nos hace volver el producto más atractivo en el mercado.

Una propuesta de valor es integrar nuevos productos, combinando variedad de sabores naturales, innovando el producto con el fin de obtener mayores ventas e incrementando las ganancias.

A mediano plazo es necesaria la modernización de nuevas tecnologías en el proceso productivo para mayores rendimientos, además de contar con personal idóneo y capacitado para la ejecución y manejo.

Es importante proyectar las ventas y por eso durante un periodo de 5 años esto sería:

La proyección anual se incrementa de acuerdo con el IPC.

Mostraremos la curva de aprendizaje respecto al ingreso que se obtendrá anualmente.

CONCLUSIONES

De análisis realizado en el presente trabajo de investigación, se concluye que la propuesta de ofrecer en el mercado de bebidas no alcohólicas una bebida energética a base de panela, producida localmente es un proyecto que objetivamente promete ser muy exitoso, desde el punto comercial como financiero, teniendo en cuenta en primer lugar que la materia prima para la producción de la bebida es de fácil adquisición en nuestro país; en segundo lugar, que entraría a competir y posicionarse con una gran ventaja inicial y es que a diferencia de las demás bebidas energéticas, la bebida a base de panela es de origen natural, contiene vitaminas y minerales que en conjunto hacen un gran aporte nutricional al consumidor, y tiene el efecto positivo de no generar dependencia ni efectos negativos en el estado de salud de los consumidores; y en tercer lugar, este proyecto resultaría muy viable en términos económicos, considerando que conforme al flujo de caja operacional y la matriz de costos de exportación observamos que los costos de producción y exportación son bajos, y la proyección de ganancia de las ventas del producto permitirían la consolidación y crecimiento del proyecto.

De igual manera, es importante resaltar que haber identificado las necesidades de consumo de las bebidas energéticas y la capacidad adquisitiva de los consumidores, a través del estudio de mercado, que incluyó un análisis de las ciudades más pobladas y mediciones del PIB de Estados Unidos, permitió determinar que el mercado idóneo para ofrecer y posicionar el producto es el estado de Nueva York, que en adición a los indicadores referidos, resultó atractivo por los hábitos y costumbres de sus habitantes, así como el hecho que ya tienen arraigada una cultura de consumo de bebidas que les permiten energizarse mental y

físicamente para el desarrollo de sus actividades cotidianas, de modo que el gran reto del proyecto sería dar a conocer a través de una estrategia publicitaria directa y honesta, basada en esos beneficios antes mencionados, que diferencian a la bebida energética a base de panela de las demás bebidas energéticas de la línea tradicional, para que el consumidor se interese en adquirir el producto y se posicione la marca.

De otro lado, se resalta que en la exportación se puede observar el proceso de envasado, embalaje y empaque, siendo el primero de este amigable con el medio ambiente, en cuanto al embalaje se facilitará el proceso de manipulación de la bebida para su movilización y el empaque será útil como elemento protector al momento de ser transportada y distribuida. Este proceso se le llama las 4E.

Así las cosas, este trabajo nos da la oportunidad de conocer la dinámica comercial del mercado de las bebidas energéticas de cualquier tipo, de manera nacional e internacional, por lo que nos ayuda a tener una amplia visión de cómo puede moverse la empresa con la distribución del producto en un mercado tan complejo como lo es el norte americano, debido que su mercado local ya cuenta con marcas de bebidas con mayor recordación; adicional a eso, cumplen con altas exigencias técnicas que les impone su gobierno; de modo que con estas marcas se debe competir con un producto de alta calidad, conociendo en amplio detalle y perfeccionando todo el proceso de exportación a fin de lograr la oportunidad en las entregas y finalmente implementar grandes estrategias de mercado.

Bibliografía

(European Journal of Nutraceuticals and Functional Foods. (2013).

(s.f), I. M. (2015). *mediosdepagointernacional*. Obtenido de analisis mensaje swift:

<http://www.mediosdepagointernacional.es/credito-documentario/casopracticomensajeswift>

2009, R. 4. (30 de 10 de 3009). *invima.gov.co*. Obtenido de *invima.gov.co*:

<https://www.invima.gov.co/documents/20143/441425/Resolucion+4150+de+2009+Bebidas+energizantes.pdf/d9c05d45-d5f8-39da-7e80-9b07c5cca50a>

Arancel-Legis. (2021). [https://arancel-legis-com-](https://arancel-legis-com-co.loginbiblio.poligran.edu.co/Subpartidas/ResultadoBusqueda?id=102477)

[co.loginbiblio.poligran.edu.co/Subpartidas/ResultadoBusqueda?id=102477](https://arancel-legis-com-co.loginbiblio.poligran.edu.co/Subpartidas/ResultadoBusqueda?id=102477). Obtenido de

[https://arancel-legis-com-](https://arancel-legis-com-co.loginbiblio.poligran.edu.co/Subpartidas/ResultadoBusqueda?id=102477)

[co.loginbiblio.poligran.edu.co/Subpartidas/ResultadoBusqueda?id=102477](https://arancel-legis-com-co.loginbiblio.poligran.edu.co/Subpartidas/ResultadoBusqueda?id=102477)

as.com. (01 de 06 de 2019).

https://as.com/deporteyvida/2019/06/01/portada/1559401509_204258.html. Obtenido de

https://as.com/deporteyvida/2019/06/01/portada/1559401509_204258.html

B, I. (2021).

bavaria. (2021). <https://www.bavaria.co/>. Obtenido de <https://www.bavaria.co/>

Blita.com. (2019).

Cámara de Comercio de Bogota. (12 de 2019).

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14382/Gu%C3%ADa%20Pr%C3%A1ctica%20Sistema%20de%20Empaque%20Envase%20Embalaje%20y%20Etiqu>

eta%20para%20una%20Exportaci%C3%B3n%20%28002%29.pdf?sequence=5&isAllowed=y. Obtenido de

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14382/Gu%C3%ADa%20Pr%C3%A1ctica%20Sistema%20de%20Empaque%20Envase%20Embalaje%20y%20Etiqueta%20para%20una%20Exportaci%C3%B3n%20%28002%29.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

census. (2020). <https://www.census.gov/>. Obtenido de <https://www.census.gov/>

CNN Español. (01 de 08 de 2019). [https://cnnespanol.cnn.com/2019/08/01/la-poblacion-](https://cnnespanol.cnn.com/2019/08/01/la-poblacion-hispana-en-ee-uu-llego-a-un-nuevo-pico-pero-crece-cada-vez-mas-lento-segun-estudio/)

[hispana-en-ee-uu-llego-a-un-nuevo-pico-pero-crece-cada-vez-mas-lento-segun-estudio/](https://cnnespanol.cnn.com/2019/08/01/la-poblacion-hispana-en-ee-uu-llego-a-un-nuevo-pico-pero-crece-cada-vez-mas-lento-segun-estudio/).

Obtenido de <https://cnnespanol.cnn.com/2019/08/01/la-poblacion-hispana-en-ee-uu-llego-a-un-nuevo-pico-pero-crece-cada-vez-mas-lento-segun-estudio/>

Comercio y Aduanas. (Mayo de 2012). *Comercio y Aduanas*. Obtenido de Guía para Exportar:

[https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/objetivo-exportacion/#:~:text=El%20Objetivo%20de%20la%20Exportaci%C3%B3n,-](https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/objetivo-exportacion/#:~:text=El%20Objetivo%20de%20la%20Exportaci%C3%B3n,-Comercio%20y%20Aduanas&text=Exportar%20puede%20ser%20una%20manera,hom%C3%B3logos%20que%20no%20lo%20son.)

[Comercio%20y%20Aduanas&text=Exportar%20puede%20ser%20una%20manera,hom%C3%B3logos%20que%20no%20lo%20son.](https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/objetivo-exportacion/#:~:text=El%20Objetivo%20de%20la%20Exportaci%C3%B3n,-Comercio%20y%20Aduanas&text=Exportar%20puede%20ser%20una%20manera,hom%C3%B3logos%20que%20no%20lo%20son.)

Costasur, New York. (2019). <https://new-york.costasur.com/es/economia.html>.

Costasur, New York. (s.f.). <https://new-york.costasur.com/es/economia.html>.

DIAN. (Octubre de 2014). *Dian.gov.co*. Obtenido de [Dian.gov.co](https://www.dian.gov.co):

<https://www.dian.gov.co/impuestos/personas/RUT/Ingreso%20al%20Servicio%20en%20L%C3%ADnea%20para%20la%20Actualizaci%C3%B3n%20en%20el%20RUT%20de%20Personas%20Naturales%20y-o%20Personas%20Jur%C3%ADdicas%20V%201.0.pdf>

DIAN. (10 de 214). *dian.gov.co*. Obtenido de [dian.gov.co](https://www.dian.gov.co):

<https://www.dian.gov.co/impuestos/personas/RUT/Ingreso%20al%20Servicio%20en%20>

L% C3% ADnea% 20para% 20la% 20Actualizaci% C3% B3n% 20en% 20el% 20RUT% 20de%
20Personas% 20Naturales% 20y-o% 20Personas% 20Jur% C3% ADdicas% 20V% 201.0.pdf

economipedia. (2021). <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-comparativa.html>.

Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-comparativa.html>

expansion, D. (s.f.). <https://datosmacro.expansion.com/paises/usa-estados/comparar/usa/nueva-york>.

EXPORTADOR, D. E. (08 de 2016). *Diario el exportador*. Obtenido de Diario el exportador:

https://www.diariodelexportador.com/2016/08/protocolo-y-cultura-de-negocios-en_26.html

FDA s.f. (s.f.). *s.f.* Obtenido de

<http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/FoodFacilityRegistration/default.htm>

Invima. (30 de 10 de 2009). <https://www.invima.gov.co/>. Obtenido de

<https://www.invima.gov.co/documents/20143/441425/Resolucion+4150+de+2009+Bebidas+energizantes.pdf/d9c05d45-d5f8-39da-7e80-9b07c5cca50a>

libretilla, I. (s.f.). <https://libretilla.com/ciudades-mas-grandes-estados-unidos/>.

Liga Contra el Silencio. (29 de 01 de 2020). <https://ligacontraelsilencio.com/2020/01/29/bebidas-energizantes-consumo-que-crece-sin-regulacion/#:~:text=Los%20adolescentes%20y%20los%20estudiantes,opina%20el%20doctor%20Carlos%20Torres>.

energizantes-consumo-que-crece-sin-

regulacion/#:~:text=Los%20adolescentes%20y%20los%20estudiantes,opina%20el%20doctor%20Carlos%20Torres. Obtenido de

<https://ligacontraelsilencio.com/2020/01/29/bebidas-energizantes-consumo-que-crece-sin-regulacion/#:~:text=Los%20adolescentes%20y%20los%20estudiantes,opina%20el%20doctor%20Carlos%20Torres>.

Medicine, American Journal of Preventative. (18 de 04 de 2019).

Medicine, American Journal of Preventive. (2019).

Minsalud. (22 de 07 de 2013). *www.minsalud.gov.co*. Obtenido de

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf>

MUISCA. (s.f.). *MUISCA DIAN*. Obtenido de MUISCA DIAN:

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces>

Noticia. (s.f.). <https://www.20minutos.es/noticia/3744926/0/red-bull-te-da-alas-anuncios-anuncios-indemnizar-consumidores-creyeron-demanda/>.

obsbusiness.school. (2021). <https://www.obsbusiness.school/>. Obtenido de

<https://www.obsbusiness.school/blog/la-direccion-de-empresas-no-se-entiende-sin-el-diamante-de-porter>

ocu.org. (25 de 01 de 2016). <https://www.ocu.org/alimentacion/cafe/noticias/cafeina-bebidas-energeticas>. Obtenido de <https://www.ocu.org/alimentacion/cafe/noticias/cafeina-bebidas-energeticas>

Pop-Facts, N. (2011).

ProColombia. (15 de 01 de 2021). <https://procolombia.co/simulador-de-costos>. Obtenido de

https://www.google.com/search?q=simulador+de+costos+procolombia&rlz=1C1CHBF_eS0922CO922&oq=simualador+de+costos+&aqs=chrome.1.69i57j0i1319.11723j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Quala . (2021). <http://www.quala.com.co/>. Obtenido de <http://www.quala.com.co/>

Romero Ivàn. (2004). *Ivàn, Romero*.

SCIELO. (27 de Noviembre de 2017). *SCIELO.ORG.CO*. Obtenido de Practicas y Estilos de

Vida: <http://www.scielo.org.co/pdf/penh/v19n2/0124-4108-penh-19-02-00181.pdf>

semana. (25 de 10 de 2020). [https://www.semana.com/empresas/confidencias-on-](https://www.semana.com/empresas/confidencias-on-line/articulo/cuanta-panela-exporto-colombia-durante-la-pandemia/304613/)

[line/articulo/cuanta-panela-exporto-colombia-durante-la-pandemia/304613/](https://www.semana.com/empresas/confidencias-on-line/articulo/cuanta-panela-exporto-colombia-durante-la-pandemia/304613/). Obtenido

de <https://www.semana.com/empresas/confidencias-on-line/articulo/cuanta-panela-exporto-colombia-durante-la-pandemia/304613/>

Sergio Jacuve, L. R. (2018). (*PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA ENERGIZANTE A BASE INSUMOS NATURALES – “KALLPA”*). Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3829/3/2018_Jacuve-Avalos.pdf

SICEX. (10 de Septiembre de 2019). *SICEX.COM*. Obtenido de SICEX.COM:

<https://sicex.com/bebidas-energeticas-el-segmento-mas-dinamico-en-el-mercado-de-bebidas/>

TLCEEUU. (s.f.). *Lista de Requisitos para exportar a Estados Unidos*. Obtenido de

https://tlceeuu.procolombia.co/sites/default/files/guia_de_requisitos_de_la_fda_para_exportar_alimentos_a_los_estados_unidos.pdf