

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PLAN DE NEGOCIOS QUE PERMITA LA
EXPORTACIÓN DE HIERBAS AROMÁTICAS A NUEVA YORK - ESTADOS UNIDOS.**

NOTA: 3.1 PTS

MODALIDAD DE GRADO – PLAN DE NEGOCIO.

DIANA KATHERINE RODRÍGUEZ FLÓREZ – CÓDIGO 1121610022

JOHANNA ANDREA RANGEL NÚÑEZ – CÓDIGO 1621020678

JULIE ANDREA MUÑOZ PEÑA – CÓDIGO 1721022596

MÓNICA ANDREA KARAN BENÍTEZ – CÓDIGO 1511026336

MAIRA ALEXANDRA GUTIÉRREZ CALDERÓN - CÓDIGO. 102124032

**POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO
NEGOCIOS, GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD
PROGRAMA: NEGOCIOS INTERNACIONALES**

BOGOTÁ D.C.

2020

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	5
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
1.1. IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD A RESOLVER	7
2. JUSTIFICACIÓN.....	8
3. SOLUCIÓN PROPUESTA.....	9
4. VENTAJAS COMPETITIVAS	10
5. OBJETIVOS.....	10
5.1. OBJETIVO GENERAL	10
5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	10
6. MARCO REFERENCIAL	11
6.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	11
6.2. MARCO TEÓRICO	13
6.3. MARCO METODOLÓGICO	17
7. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD	18
7.1. ESTUDIO DE MERCADO.....	18
7.1.1. Comportamiento de la demanda.....	18
7.1.2. Comportamiento de la oferta.....	20

7.1.3.	Precio de las hierbas aromáticas o productos relacionados.....	21
7.1.4.	Estimación de la demanda futura.	21
7.2.	ESTUDIO TECNICO.....	22
7.2.1.	Tamaño óptimo de la planta.	22
7.2.2.	Localización	23
7.2.3.	Cronograma de trabajo	23
7.2.4.	Presupuesto de inversión.....	24
7.3.	ESTUDIO LEGAL	27
7.3.1.	TLC con estados unidos	27
7.3.2.	Requisitos exigidos por el gobierno colombiano	27
7.3.3.	Requisitos exigidos por Estados Unidos.	29
7.4.	ESTUDIO FINANCIERO	30
7.4.1.	Análisis financiero.....	30
7.4.2.	Opciones de financiamiento.	33
8.	CONCLUSIONES	34
9.	ANEXOS.....	35
10.	REFERENCIAS.....	36

TABLA DE TABLAS

Tabla 1: Antecedentes de la investigación	11
Tabla 2: Pasos para la exportación en Colombia.	14
Tabla 3: Cronograma de trabajo estándar para la compañía.	23
Tabla 4: Presupuesto de inversión para el área administrativa.	24
Tabla 5: Presupuesto de inversión para la maquinaria requerida.	25
Tabla 6: Presupuesto de la materia prima por caja de 12 bolsitas.....	25
Tabla 7: Presupuesto de la mano de obra requerida.....	26
Tabla 8: Requisitos legales para exportar de Colombia.	27
Tabla 9: Indicadores del proyecto	32

TABLA DE ILUSTACIONES

Ilustración 1: Presentación de la hierba aromática para la exportación	9
--	---

TABLA DE GRAFICAS

Grafica 1: Flujo acumulado del proyecto	31
Grafica 2: Evaluación del margen bruto, utilidad neta sobre ventas y gastos operacionales sobre las ventas.....	31

INTRODUCCIÓN

La producción de hierbas aromáticas es muy común en el país, debido a que en las plazas de mercado, tiendas naturistas y Supermercados de pequeñas y grandes superficies se encuentran con mucha facilidad, siendo adquirido por los compradores por los múltiples beneficios que tienen sobre la salud. De la misma manera en países como Estados Unidos existe una tendencia entre los americanos de llevar un estilo de vida saludable por lo que cada año demandan hierbas aromáticas para poder realizar te, donde el suministro del mismo proviene de importaciones, representando una oportunidad de exportación hacia el mercado americano.

Por consiguiente, se estudiará en el presente plan de negocio la posibilidad de exportar hierbas aromáticas a Estados Unidos enfocándose en la ciudad de Nueva York, identificando los requisitos que el mercado necesita y determinando las ventajas competitivas que tiene la compañía con respecto al mercado y que lo diferencia de los competidores.

Adicionalmente, se realizará una revisión teórica sobre trabajos de investigación relacionadas que han aportado sobre los procesos de exportación de hierbas aromáticas dentro de los antecedentes de la investigación, luego con un marco teórico en el cual se sustenta el plan de negocio tomando como base el problema planteado y un marco metodológico el cual determinara el paso a seguir para desarrollar el plan de negocio, la descripción de la población y un análisis de información que se realizara.

Finalmente, se realizaran los estudios de factibilidad bajo el marco del mercado, analizando el comportamiento de la demanda, la oferta y los precios relacionados con las hierbas aromáticas, estimando de esta manera la demanda potencial futura y su comparación con la

oferta, luego se analizara técnicamente los aspectos operáticos que son necesarios dentro del proceso de producción, el tamaño optima de la planta y su distribución, además de aspectos como localización, identificación de equipos y maquinarias para el proceso productivo que permita la exportación, acompañado de un análisis financiero el cual evaluara la viabilidad del proyecto exportador, todo lo anteriormente expuesto cumpliendo con los requisitos legales donde se describirán las normas que exige Colombia y Estados Unidos para realizar el proceso de exportación que influyan o limitan el desarrollo del plan de negocios

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD A RESOLVER

En Estados Unidos las ventas totales de hierbas aromáticas y aquellas hierbas parecidas para la preparación del té, ha incrementado su consumo en los últimos años rondando aproximadamente en US\$10.000 millones, por esta razón según las cifras de La Asociación del té en los Estados Unidos el producto se ofrece en bolsitas y cajas en los supermercados convencionales, en hojas sueltas en tiendas especializadas e incluso se está incorporando en platos y postres (Nuñez, 2014)

Lo anterior representa una oportunidad para los productores de hierbas aromáticas; debido a las condiciones del clima, suelo y ubicación geográfica con las que cuentan algunas zonas del país, proporcionando hierbas aromáticas de alta calidad para el mercado extranjero.

Por lo tanto, para las empresas colombianas al realizar exitosamente el proceso exportador, debe tener en cuenta las exigencias del cliente procurando que el arribo de la mercancía en el país de destino dure lo menos posible, lo anterior representan costos logísticos el cual debe ser fruto de una negociación por parte del cliente estadounidense,

En este orden de ideas el presente informe se sustenta bajo la siguiente pregunta problema. ¿Es viable en términos de mercado, técnico, legal y financiero un plan de negocios que permita exportar hierbas aromáticas a Nueva York - Estados Unidos?

2. JUSTIFICACIÓN

En Colombia existe un mercado establecido para la producción y comercialización de hierbas aromáticas, por este motivo es importante para las empresas o asociaciones acceder a los mercados internacionales para ampliar su capacidad productiva y generar más ingresos, lo anterior conlleva a certificarse en buenas prácticas en su proceso productivo con el fin de llevar una negociación internacional más efectiva con el cliente.

Lo anterior no es sorpresa dado que, según las cifras del Ministerio de Agricultura, la producción de plantas aromáticas y especias logró 20.366 toneladas en 2017, con un crecimiento de 21% con relación al año anterior. Las especies con mayores incrementos son la albahaca, el cebollín, la menta, el laurel y el orégano, con una alta oferta en los destinos internacionales (B., 2018)

Por lo tanto, la viabilidad de un plan exportador exige una serie de estudios de mercado, técnico, legal y financiero el cual determinara un plan de trabajo interno con el fin de realizar un proceso de exportación exitoso, el cual los resultados del trabajo servirán como referencia de buenas prácticas para estimular la exportación entre el aparato productivo y del nacimiento de ideas de negocio desde la academia con el propósito de tener una base sólida para poder llevar a cabo un proceso de emprendimiento a nivel internacional.

3. SOLUCIÓN PROPUESTA

El producto ofrecido son hierbas aromáticas el cual tendrá la siguiente presentación para la exportación:

Ilustración 1: Presentación de la hierba aromática para la exportación



FUENTE: (La Teresita - Piensa en ti naturalmente, s.f.)

De esta manera el producto dará solución a las necesidades del cliente estadounidense debido a que exige un producto con componentes naturales y antioxidantes dado que su consumo mejora la salud cardiovascular, la prevención de diabetes, el control de la obesidad y la reducción del colesterol, además de que el consumo del producto se encuentra asociado a la vida saludable, relacionándolo con palabras como “relajante”, “sin calorías”, “sin preservativos”, “orgánico” y “refrescante” (Nuñez, 2014).

4. VENTAJAS COMPETITIVAS

- La empresa cuenta con un sistema logístico especializado para el proceso de exportación de las hierbas aromáticas, brindando un servicio ágil y asegurando los tiempos de entregas pactados con el cliente.
- Al producir las hierbas aromáticas se contará con la supervisión de profesionales competentes y profesionales quienes son los encargados de asegurar la máxima calidad del producto.
- Las hierbas aromáticas ofrecidas son 100% natural, es decir libre de químicos, respondiendo efectivamente con las necesidades del cliente que exige las propiedades medicinales y los efectos positivos en la salud, derivados del producto.

5. OBJETIVOS

5.1.OBJETIVO GENERAL

Estudiar la factibilidad de un plan de negocios que permita la exportación de hierbas aromáticas a Nueva York - Estados Unidos.

5.2.OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Describir el producto hierbas aromáticas relacionando los beneficios a las necesidades identificadas explicando su ventaja competitiva frente a diferentes opciones en el mercado.

- Explicar el método a seguir para el desarrollo del plan de negocio, la descripción de la población considerada, las técnicas de recolección de la información y su correspondiente análisis de la información.
- Estudiar la factibilidad del plan de negocio en aspectos como el estudio de mercado, técnico, legal y financiero.

6. MARCO REFERENCIAL

6.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Tabla 1: Antecedentes de la investigación

TITULO	AUTOR (ES)	¿Cómo LO HIZO?	PRINCIPALES CONCLUSIONES
Plan de negocio para le creación de empresa exportadora de Hierbas aromáticas hacia Alemania (año 2018).	Alba Rocío Cajamarca Larrota Julieth Alexandra López Martínez. Carlos Santiago Peña Ortiz.	Se realizaron los siguientes análisis: <ul style="list-style-type: none"> • Del sector. • Del macroentorno • Del microentorno. • DOFA • Riesgos y oportunidades. Además se realizó un estudio de mercado, técnico y financiero	Alemania es un país con una buena oportunidad para abrir mercado de hierbas aromáticas, esto debido al alta demanda. Según Agronet (2014) entre los años 2012 y 2016 se han exportado 20.618 millones de toneladas de estas plantas de las cuales un 75% fueron hacia Estados Unidos, 10% Canadá, 10% a Inglaterra y 5% otros destinos.
Estrategias de competitividad para los	Juliana Andrea	Se plantean estrategias de competitividad con respecto al Plan de negocios verdes y su relación con	Las estrategias de competitividad están conducidas de los proyectos de gobierno en los países y otras

productores de plantas medicinales en Colombia (año 2019).	Acevedo Duran	la cadena PAMCA, competitividad en la cadena PAMCA y las estrategias de competitividad de la cadena PAMCA en Colombia	entidades de comercio internacional, esto deja ver lo atractivo en términos monetarios que puede llegar a ser este tipo de proyectos de comercialización de hierbas aromáticas para Colombia.
Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de hierbas aromáticas en el municipio de Guarne. (año 2017).	Mariana Arango Vélez Eduardo Antonio Franco Lara.	Se realizaron los siguientes estudios y análisis: <ul style="list-style-type: none"> • Estudio del entorno y análisis sectorial. • Estudio de mercado. • Estudio técnico. • Inversión a realizar. • Análisis legal y administrativo. • Análisis financiero. • Análisis de riesgos 	El porcentaje de producción de hierbas aromáticas en Colombia ha ido creciendo y a su vez la demanda a nivel mundial ha crecido hasta un 200% en la última década; Estados Unidos siendo el principal importador. Por lo que este estudio permitió la evaluación de una oportunidad de mercado hacia el mercado norteamericano.
Análisis de oportunidades para la comercialización de plantas medicinales y aromáticas (año 2019)	Deisy Poveda Trespalcios.	El trabajo se dividió en los siguientes capítulos: <ul style="list-style-type: none"> • Caracterización del mercado en Colombia. • Flujo comercial de las plantas medicinales y aromáticas en el mundo. • Identificación del mercado objetivo para la comercialización de plantas medicinales y aromáticas. 	Aprovechando el plan nacional de negocios verdes de mercado de plantas medicinales y aromáticas frente a otros grandes productores como China, India, República Árabe Siria, Bulgaria, Irán y Egipto. Se concluye que un socio comercial podría ser Reino Unido teniendo en cuenta los gravámenes, también por las rutas comerciales para introducir el producto.

Plan de negocio para la creación de la comercializadora de hierbas aromáticas orgánicas – Sabor de origen (año 2017).	Humberto Córdoba Ramírez	Se realiza un análisis del sector y de la compañía, acompañado de un análisis técnico y administrativo	Plan de negocio está dado para el procesamiento y comercialización de hierbas aromáticas, comprometido con la implementación de buenas prácticas de producción encaminadas a garantizar calidad en nuestros productos, soportadas en la certificación de producción orgánica de los diferentes entes a nivel mundial.
---	--------------------------	--	---

FUENTE: Elaboración propia sobre la base de información (Alba Rocio Cajamarca Larrota, Julieth Alexandra Lopez Martinez, Carlos Santiago Peña Ortiz, 2018) , (Duran, 2019) , (Mariana Arango Velez, 2017), (Trespacios, 2019) , (Ramirez, 2017)

6.2.MARCO TEÓRICO

Con el fin de implementar un plan de exportación hacia los Estados Unidos, es necesario tener como referencia diferentes investigaciones relacionadas que den fundamento al plan de negocio que permita exportar a los Estados Unidos.

En Colombia el proceso de exportación se sustenta en el artículo 3 del Decreto 390 de 2016¹ (Gobierno de Colombia, 2016) que define el proceso como la salida de mercancías del territorio aduanero nacional cumpliendo con las formalidades aduaneras, de esta manera siguiendo la regulación actual de Procolombia el cual es la entidad encargada de promover el

¹ Decreto 390 de 2016 “Por el cual se establece la regulación aduanera”
Artículo 3: Definiciones.

Turismo, la inversión extranjera en Colombia, las exportaciones no minero energéticas y la imagen del país, siendo esta entidad la que brinda la metodología del proceso exportador, siendo de esta manera los siguientes pasos que debe seguir la empresa:

Tabla 2: Pasos para la exportación en Colombia.

PASO	DESCRIPCIÓN
Creación de la empresa	La constitución de la empresa legitima la actividad de la exportación de bienes colombianos. Para realizar el proceso se recomienda acercarse a la Cámara de Comercio más cercano.
Registro como exportador	<p>En Colombia cualquier empresa o persona natural que pretenda realizar exportaciones debe tener los siguientes registros vigentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Registro Único Tributario – RUT habilitado por parte de la DIAN, y si ya cuenta con el documento verificar que se encuentre registrado como exportador. • Para ejecutar operaciones de importación / exportación obligatoriamente debe pasarse al régimen común, por lo cual debe tramitar ante la DIAN la resolución de facturación (ahora es responsable de declarar IVA, facturación, retenciones, exógena, entre otros). • Estar inscrito ante MUISCA y contar con una firma electrónica (DIAN).
La clasificación arancelaria	Debe tener claro el producto que se va a exportar e identificarlo dentro de la categorización internacional de mercancías, encontrándolo dentro de la clasificación arancelaria.

Solicitud de vistos buenos	Según el producto, el cumplimiento de este requisito tendrá que ver con la protección de la salud humana y animal ya que certifica la inocuidad y salubridad de los productos para uso o consumo de los seres humanos y animales; así como la restricción o control por parte de nuestro país sobre ciertos materiales, productos o de mercancías.
Selección de mercados	Se debe perfilar los posibles mercados para el producto, teniendo claro cuál o cuáles de los productos se desea exportar, es importante realizar una investigación sobre las características y aspectos del mercado externo del país a exportar.
Términos de negociación internacional – INCOTERMS	Previo a cualquier procedimiento aduanero (importación y/o exportación), es necesario celebrar un contrato o acuerdo de compraventa internacional con el cliente, precisando los términos y condiciones, tanto para el comprador como para el vendedor. En este contrato o acuerdo incluirá una de las formas de negociación, estipulando los costos, punto de entrega, documentación y riesgos involucrados en la distribución física de la mercancía, para el importador y exportador.
Registro ante la ventanilla única de comercio exterior – VUCE	<p>Ante el registro deberá previamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquirir previamente la firma digital (diferente al de la DIAN), por lo que debe realizarse el trámite contactando alguna de las entidades autorizadas por la ONAC (artículo 160 Decreto Ley 019 de 2012) para tal fin. • Luego de ingresar a la plataforma se puede efectuar algunos trámites asociados a una subpartida arancelaria (registro de productores

	nacionales, tramite electrónico de autorización previa de exportación, acceso a entidades gubernamentales vinculados a la gestion de vistos buenos, sistema de inspección simultánea, registros ante policía antinarcoáticos, etc.).
Registro para determinación de origen o certificado de origen (si es el caso)	Las exenciones o reducciones arancelarias otorgadas en las negociaciones de los acuerdos de libre comercio, exigen la expedición de certificado de origen para gozar de estas preferencias. Si es el caso debe diligenciar previamente la Declaración juramentada de determinación de origen (un formulario por cada producto) en la página web de la DIAN.
Procedimiento aduanero de exportación de bienes.	Si el monto de las mercancías que exportara es mayor a 30.000 USD (valor FOB), debe realizar este procedimiento necesariamente a través de una agencia de adunas que esté autorizado por la DIAN, quien lo representara ante la autoridad aduanera y le guiara detalladamente en el siguiente proceso.
Documentos de la exportación	<ul style="list-style-type: none"> • Factura comercial, lista de empaque, vistos buenos, certificado de origen y demás documentos que se utilizó para la exportación • Documento de transporte (conocimiento de embarque, guía aérea cartaporte). • Declaración de exportación

FUENTE: (PROCOLOMBIA, 2018)

Conociendo los pasos para realizar la exportación es importante realizar un alistamiento dentro de la compañía, realizando un estudio de viabilidad, primero es importante realizar un

estudio de mercado que citando a Randall es la recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones del marketing, lo anterior teniendo en cuenta las cuatro etapas, que según Kotler primero se debe realizar el establecimiento de los objetos del estudio y definición del problema que se intenta abordar, segundo la realización de investigación Exploratoria, tercero la búsqueda de información primaria y cuarto el análisis de los datos y presentación del informe (Rodriguez, 2016).

Por su parte, un estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización optima de la planta, ingeniero del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal (ucipfg, s.f.), adicionalmente se debe realizar un estudio legal que según Sapag es la base de la representación de la empresa en términos legales, donde se incorporan todos los aspectos organizacionales que se encuentran en el marco legal de un proyecto (Universidad Interamericana para el desarrollo, s.f.) y finalmente es importante referenciar un estudio financiero el cual es la interpretación de la información contable de una empresa u organización con el fin de diagnosticar su situación actual y proyectar su desenvolvimiento futuro (Roldan, s.f.)

6.3.MARCO METODOLÓGICO

Para el proyecto se realizará una investigación de mercados con el objetivo de analizar los canales de distribución más importantes que existen en Nueva York - Estados Unidos con el fin de comprender las segmentación y preferencias requeridas por la persona que compra el producto que favorezcan el ingreso al mercado estadounidense.

En este orden de ideas el tipo de investigación a realizar es cualitativa dado que se realizará la obtención de datos no cuantificable para realizar un análisis de los distribuidores mayoristas estadounidenses, identificando de esta manera las principales variables en el momento de elegir uno o varios distribuidores del producto.

De esta manera para estudiar esta información se utilizará el método de análisis documental, el cual se realizará la selección de diferentes artículos y estudios de mercado presentadas por Instituciones públicas y entidades especializadas la cuales sean de fuentes confiables, tomando como población objeto de estudio a las distribuidoras mayoristas estadounidenses que operen dentro de la ciudad de Nueva York.

Cuando finalmente se obtengan los datos de estudio se realizará un análisis de los canales de distribución más importantes en los Estados Unidos con los nombres de las empresas distribuidoras más importantes y dominantes en el mercado con el fin de realizar la negociación con el distribuidor, definiendo de esta manera los requisitos de calidad que cumplan con las expectativas del comprador estadounidense.

7. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD

7.1.ESTUDIO DE MERCADO

7.1.1. Comportamiento de la demanda

Teniendo en cuenta el resumen demográfico del Instituto Especializado del Té en Estados Unidos, se puede afirmar que el 48,6% de los hombres consumen hierbas aromáticas en bebidas

como él te, mientras que las mujeres representan una posición mayoritaria en el mercado con un 53,2%, adicionalmente los grupos de edades más representativos para el consumo del producto son entre los 30 y 39 años con un 23,1% siguiéndole una participación importante de los grupos de edades entre los 20 y 29 años con un 19,4% , consumiendo el producto principalmente dentro de sus hogares como parte de la cena o en el almuerzo, adquiriéndolo principalmente en un supermercado o tiendas especializadas de bolsas de té para preparar en casa (teausa.org, s.f.).

En Nueva York aproximadamente existe una población total de 19.440.500 (Worldpopulationreview, 2020) donde la población comprendida entre los 20 y 39 años principalmente se encuentra interesado en buscar productos naturales y saludables.

Desde el punto de vista del cliente directo, se busca llegar a distribuidores en Nueva York como Target, CTown Supermarkets, Wegmans, Trader's Joe y Food Bazaar Supermarket que se encuentran ubicados en zonas como Manhattan y Brooklyn, que se caracterizan por la compra de grandes cantidades de productos básicos de la canasta familiar y su gran capacidad de almacenamiento, siendo un gran medio para llegar al mercado estadounidense, especialmente en Nueva York.

Adicionalmente, en el mercado estadounidense alrededor del 80% de todos los hogares estadounidenses usan las hierbas aromáticas para servirse en bebidas calientes o frías en cualquier momento y en cada ocasión, afirmando que en un día alrededor de 159 millones de Americanos están consumiendo hierbas aromáticas preparadas en te (Tea Association , 2020), cumpliendo los estándares de calidad que pide el cliente Americano los cuales principalmente exige en términos de color, aroma, sabor, porcentaje de humedad restante en el té, además de que el cliente toma en cuenta la condición de la hoja, el origen y la fecha de la cosecha (Seves cups, 2015).

7.1.2. Comportamiento de la oferta

Colombia tiene un gran potencial en áreas de cultivo de uso de hierbas aromáticas, lo anterior permitiéndole satisfacer la demanda estadounidense que exige un producto natural y fresco, lo anterior se logra atendiendo los requerimientos de calidad del producto del país americano.

De esta manera, con respecto a la competencia directa el mercado de hierbas aromáticas en Estados Unidos se encuentra dominado por Argentina, Canadá, China, India, Vietnam, Sri Lanka, Malawi, Alemania, Indonesia y México (Shahbandeh, 2020)

En Estados Unidos existen lugares especializados para el consumo de té, donde los consumidores están dispuestos a pagar el precio que sea con tal de disfrutar la sensación de un buen te. Siguiendo con el modelo Starbucks que masifico el consumo de café, también existe un aumento en Nueva York de tiendas especializadas que tienen como propuesta de valor los utensilios para preparar el té para consumirlos, otras cadenas como Argo Tea y David's tea ofrecen clases de cómo preparar los tés con sabores populares como el de menta, manzanilla o jazmín, junto con otros novedosos como el de coco y lavanda, además que contienen frutas deshidratadas y mezclas de varios sabores como topins para acompañarlos (PROCOMER, s.f.).

Adicional a las tiendas especializadas en ventas de té en Nueva York, se observa que los canales de distribución más importantes en Estados Unidos son las grandes superficies, nombrando a Wegmans, Trader's Joe las cuales son las cadenas de Supermercados más populares en Nueva York controlando gran parte del mercado y convirtiéndolos en líderes de ventas en el país. Adicionalmente existen las tiendas Discount que se encuentran ubicados principalmente en la zona de Brooklyn.

Las superficies nombradas anteriormente han sido exitosas en el mercado dado que ofrecen una gran variedad de productos, servicio al cliente y excelente calidad, enfocándose en la política del producto, diseño de la tienda, estructura organizacional y mejora continua, adicionalmente los distribuidores de los productos juegan un papel importante dado que abastecen los establecimientos comerciales el cual puede ser un canal de penetración importante en el mercado, exigiendo principalmente sostenibilidad y un buen precio del producto.

7.1.3. Precio de las hierbas aromáticas o productos relacionados.

El precio de los téis y de las bebidas aromáticas depende de la variedad, la cantidad y la presentación si se trata de un producto orgánico o no, y del lugar donde se vende el producto. De esta manera algunos supermercados venden cajas de 12 unidades de téis orgánicos que cuestan en promedio USD2.5. En cambio, una botella individual del mismo producto en tiendas de autoservicio cuesta alrededor de USD1.30, casi 80 centavos más cara (PROCOMER, s.f.).

En este orden de ideas el mercado de las hierbas aromáticas a precio internacional, es decir el precio que está dispuesto a pagar para adquirir el producto es de un precio estimado por kilo de hierbas aromáticas en el mercado mayorista de Estados Unidos entre US\$15 – US\$36 (Elizalde, 2013).

7.1.4. Estimación de la demanda futura.

Teniendo en cuenta el aumento de la demanda de las hierbas aromáticas en Estados Unidos muestran un potencial del mercado que se encuentra en crecimiento, debido a la gran

variedad de especies aromáticas en Colombia (aproximadamente 6000 especies), de las cuales solo se cultivan 160 especies, por lo tanto, la inversión en este tipo de negocio es rentable para las empresas y a su vez para los inversionistas.

Contrastando con la oferta del producto se observa en el panorama nacional (teniendo en cuenta a Colombia) un aumento de las fuerzas productivas aunando esfuerzos en invertir en tecnificación y control de la calidad en el proceso productivo, lo anterior con el fin de acceder a una mayor inversión privada o pública, permitiéndole aumentar su capacidad y variedad de producción de plantas aromáticas, siendo un producto fuertemente demandado internacionalmente.

Adicionalmente la tendencia del mercado estadounidense se dirige al consumo de productos más sanos, exigiendo una producción más limpia para el consumidor final, siendo fuertemente solicitado por industrias farmacéuticas, cosméticas, gran superficies como Supermercados y los empresarios de la industria culinaria gourmet de todo el mundo (Luisa Fernanda Estrada Pineda, 2017)

7.2.ESTUDIO TECNICO

7.2.1. Tamaño óptimo de la planta.

Se proyecta exportar en el primer año 200.000 cajas de hierbas aromáticas de albahaca (dependiendo de las ventas del mes) a \$2.000 colombianos, teniendo como meta incrementar las ventas en un 8% con respecto al año inmediatamente anterior.

7.2.2. Localización

El centro de producción y sede administrativa se ubicará en la ciudad de Bogotá en la localidad de Fontibón que es el lugar donde se encuentran las industrias, con un espacio para la producción de 200 m², espacio que contara con la instalación de las áreas requeridas (administrativa, espacio para el total de la materia prima, el área de producción donde se encontrara la maquina empacadora y selladora) donde se ejecutaran las actividades necesarias para obtener el producto terminado donde se le asignara su lugar dentro de las instalaciones.

7.2.3. Cronograma de trabajo

Tabla 3: Cronograma de trabajo estándar para la compañía.

PROCESO	DESCRIPCION
Cotización	Se cotiza en términos de precio, tiempos de entrega, calidad y diferentes requisitos del cliente, adjuntando documentos como cámara de comercio, RUT y certificación bancaria.
Compra y almacenamiento	Cuando no exista solicitud de pedido, pero la producción continua se almacena el producto de tal forma que los lotes que vencen primero estén en las primeras filas, por el contrario, cuando exista orden de pedido se procede a realizar el proceso de entrega.
Empaque y alistamiento.	Se procede a empacar en el empaque primario del producto, luego en cajas de cartón corrugadas para el alistamiento en las estibas, además de verificarse

	que las cajas se encuentren las cantidades requeridas con el fin embalar las estibas para el proceso de exportación.
Proceso de exportación	Inicia cuando la materia prima ya se encuentra embalada y estibada, de esta manera es responsabilidad del Coordinador de mercados pactar con el cliente el termino de negociación para las dos partes formalizado en un contrato de compraventa internacional especificando los términos del proceso logístico de exportación (INCOTERMS).

FUENTE: Elaboración propia.

7.2.4. Presupuesto de inversión.

7.2.4.1. Para el área administrativa.

Tabla 4: Presupuesto de inversión para el área administrativa.

ITEM	VALOR UNITARIO	CANTIDADES REQUERIDAS	VALOR PROYECTADO.
Escritorios básicos de oficina	\$500.000	6	\$3.000.000
Sillas de oficina	\$200.000	6	\$1.200.000
Teléfono fijo	\$100.000	3	\$300.000
Portátiles	\$2.000.000	6	\$12.000.000
Impresora funcional	\$700.000	3	\$2.100.000

FUENTE: Elaboración propia.

7.2.4.2. Maquinaria requerida.

Tabla 5: Presupuesto de inversión para la maquinaria requerida.

ITEM	VALOR UNITARIO	CANTIDADES REQUERIDAS	VALOR PROYECTADO.
Maquina empacadora sobre + Hilo + Etiqueta. ²	\$10.000.000	2	\$20.000.000
Mesa metálica de manipulación	\$400.000	5	\$2.000.000

FUENTE: Elaboración propia.

7.2.4.3. Materia prima por caja x 12 bolsitas.

Tabla 6: Presupuesto de la materia prima por caja de 12 bolsitas

INSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO X UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
Albahaca	Kg	\$15.000	0,02	\$300
Papel filtro	Mts	\$200	0,7	\$140
Hilo	Mts	\$30	2	\$60
Etiqueta	Und	\$25	12	\$300
Caja	Und	\$250	1	\$250
Termoencogible	Mts	\$70	0,15	\$10,5

² **NOTA:** Se necesita una maquina empacadora sobre + Hilo + Etiqueta, donde esta máquina realizara el proceso de medir la cantidad determinada en cada sobre y llenarlo, sellar, ensartar el hilo, pegar la etiqueta y cortar los sobres automáticamente, aportando una producción máxima de 30 a 50 bolsas por minuto

Corrugado	Unidad	\$2.800	0.006	\$16,8
TOTAL DE MATERIA PRIMA POR CAJA				\$1.077,3

FUENTE: Elaboración propia.

Lo anterior teniendo en cuenta un estricto control de inventario del producto terminado, determinando la cantidad fija en la que se encuentra y la cantidad que es requerida para llegar al control en el costo por unidad y costo de almacenamiento de la materia prima.

7.2.4.4. Mano de obra.

Tabla 7: Presupuesto de la mano de obra requerida

CARGO	SALARIO MENSUAL	NUMERO DE PERSONAS	PRESUPUESTO PROYECTADO
Gerente General	\$3.000.000	1	\$3.000.000
Coordinador de mercados y planta.	\$2.000.000	1	\$2.000.000
Coordinador administrativo y financiero	\$2.000.000	1	\$2.000.000
Asistente de Gerencia	\$1.500.000	1	\$1.500.000
Asistente de Coordinación de mercados y planta	\$1500.000	1	\$1.500.000
Asistente administrativa y financiera	\$1.500.000	1	\$1.500.000
Operarios	\$1.000.000	7	\$7.000.000
TOTAL		13	\$18.500.000

FUENTE: Elaboracion propia.

7.3.ESTUDIO LEGAL

7.3.1. TLC con estados unidos

El 12 de Octubre de 2011 el Congreso de los Estados Unidos aprueba el TLC con Colombia, hecho que fue seguido por la sanción de la ley aprobatoria por parte del presidente Obama el mismo día. Así se dio inicio a la etapa de implementación normativa del acuerdo en Colombia, el cual fue aprobada por el Gobierno Colombiano mediante el Decreto 993 del 15 de Mayo de 2012, mediante el cual se promulga el Acuerdo de promoción comercial entre la Republica de Colombia y los Estados Unidos de América, sus cartas adjuntas y sus entendimientos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. , s.f.).

De esta manera los beneficios aplicables con respecto a las hierbas aromáticas son la eliminación de las barreras arancelarias, posibilitando ofrecer mejores precios y opciones de compra.

7.3.2. Requisitos exigidos por el gobierno colombiano

Tabla 8: Requisitos legales para exportar de Colombia.

NORMA	DESCRIPCIÓN DE LA NORMA
Constitución política de Colombia	Constituye en el marco legal superior Colombiano e indica bases de funcionamiento del comercio exterior de bienes y servicios.

Ley 7 de 1991 “Ley marco de comercio exterior”	Por el cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica, se confieren unas autorizaciones y se dictan otras disposiciones (CONGRESO DE COLOMBIA, 1991).
Ley 9 de 1991 “Ley marco de cambios internacionales”.	Por el cual se dictan normas generales a las que deberá sujetarse el Gobierno Nacional para regular los cambios internacionales y se adoptan medidas complementarias (Banco de la Republica de Colombia. , 1991).
Circular externa No 0170 del 10 de Octubre de 2002 de la DIAN.	Se indica el procedimiento que deberá seguir los usuarios del servicio aduanero y cambiario, para prevenir, detectar, controlar y reportar operaciones sospechosas que puedan estar vinculadas con el lavado de activos (DIAN, 2002)
Decreto 4149 de 2004: Ventanilla Única de Comercio Exterior	Por el cual se racionalizan algunos trámites y procedimientos de comercio exterior, se crea la ventanilla única de Comercio Exterior y se dictan otras disposiciones (MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. , 2004).
Ley 962 de 2005	Artículo 60: Revisión e inspección física. Para la revisión e inspección física y manejo de carga en los puertos, aeropuertos y zonas fronterizas, de la mercancía que ingrese o salga del país, la DIAN conjuntamente con las entidades que por mandato legal deban intervenir en la inspección y certificación de la misma, proveerá los mecanismos necesarios para dicha revisión, inspección y manejo, se

	realicen en una única diligencia cuya duración no podrá exceder de un día calendario y cuyo costo será único (CONGRESO DE COLOMBIA, 2005).
Decreto 4927 de 2011 “Por el cual se adopta el arancel de aduanas”.	Con el fin de identificar la partida arancelaria del producto se utiliza el presente decreto para señalar la sección, capítulo, partido y subpartida en el cual se rija el producto a exportar (MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO., 2011)
Resolución 187 de 2006 del Ministerio de Agricultura.	Por el cual se adopta el reglamento para la producción primaria, procesamiento, empaçado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación, comercialización y se establece el sistema de control de productos agropecuarios ecológicos (MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL, 2006)
Decreto 390 de 2016	Por el cual se establece la regulación aduanera. (Gobierno de Colombia, 2016)

7.3.3. Requisitos exigidos por Estados Unidos.

Los requerimientos para que los productos lleguen a los Estados Unidos debe cumplir con las reglas de la Agencia de protección y Adunas de Estados Unidos (Customs and Border Protection – CBP) aplicado a cualquier producto extranjero que desee ingresar a los Estados Unidos, de esta manera para obtener el permiso de la entidad los importadores y su mercancía deben tomar necesariamente los pasos de entrada, examinación, evaluación, clasificación y liquidación. Generalmente, los derechos arancelarios corresponden a un porcentaje que se aplican

a el valor imponible de las mercancías importadas, algunos artículos se les impone un tasa específica para su revisión (por pieza, libra o kilogramo), mientras que otras a una tasa compuesta, (una combinación de un porcentaje y tasas específicas) (FindLaw For Legal Professionals, 2016).

Adicionalmente se debe tener en cuenta los productos que se encuentran prohibidos o con algunas restricciones para que entren a los Estados Unidos, en donde se encuentran algunos productos agrícolas, armas, explosivos, implementos de guerra, drogas, cosméticos, servicios médicos, entre otros (U.S Customs and Border Protection , s.f.).

7.4.ESTUDIO FINANCIERO

7.4.1. Análisis financiero.

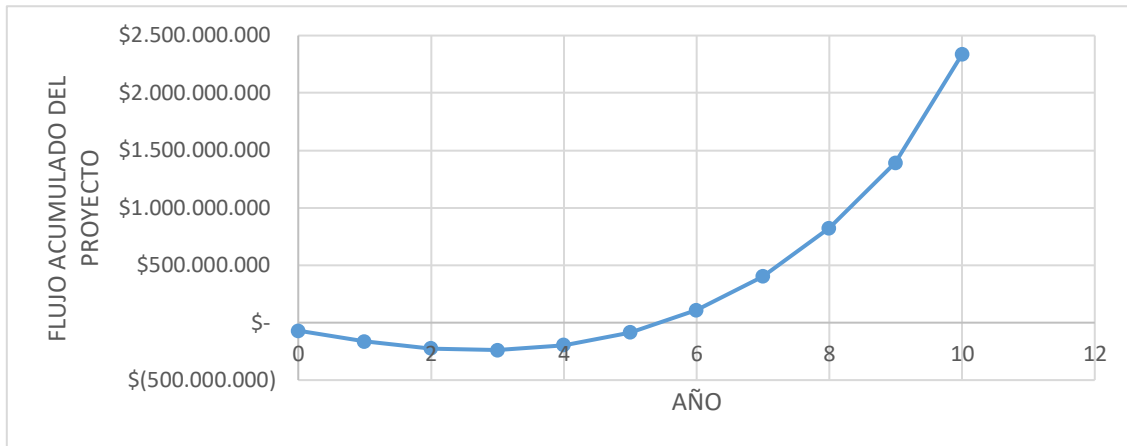
Para la realización del flujo de caja se determinó un periodo de evaluación de 10 años, incluyendo variables determinísticas y probabilística, las depreciaciones y el apalancamiento financiero, que en conjunto permiten identificar la viabilidad financiera del proyecto³, de esta manera el proyecto se evaluó por medio de indicadores como el valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR), el periodo de recuperación de la inversión (PRI) y la relación beneficio costo (RBC), lo anterior con el fin de ofrecer un escenario más realista para el proyecto.

De esta manera, tal como se observa en la Grafica 1 la evaluación del flujo acumulativo del proyecto el cual durante los primeros cinco años el proyecto presente un flujo negativo con respecto a la inversión inicial, pero teniendo una tendencia positiva desde el año 6 el cual

³ **NOTA:** Para visualizar el flujo de efectivo proyectado a 10 años se recomienda ver el anexo 1: Flujo de efectivo del proyecto.

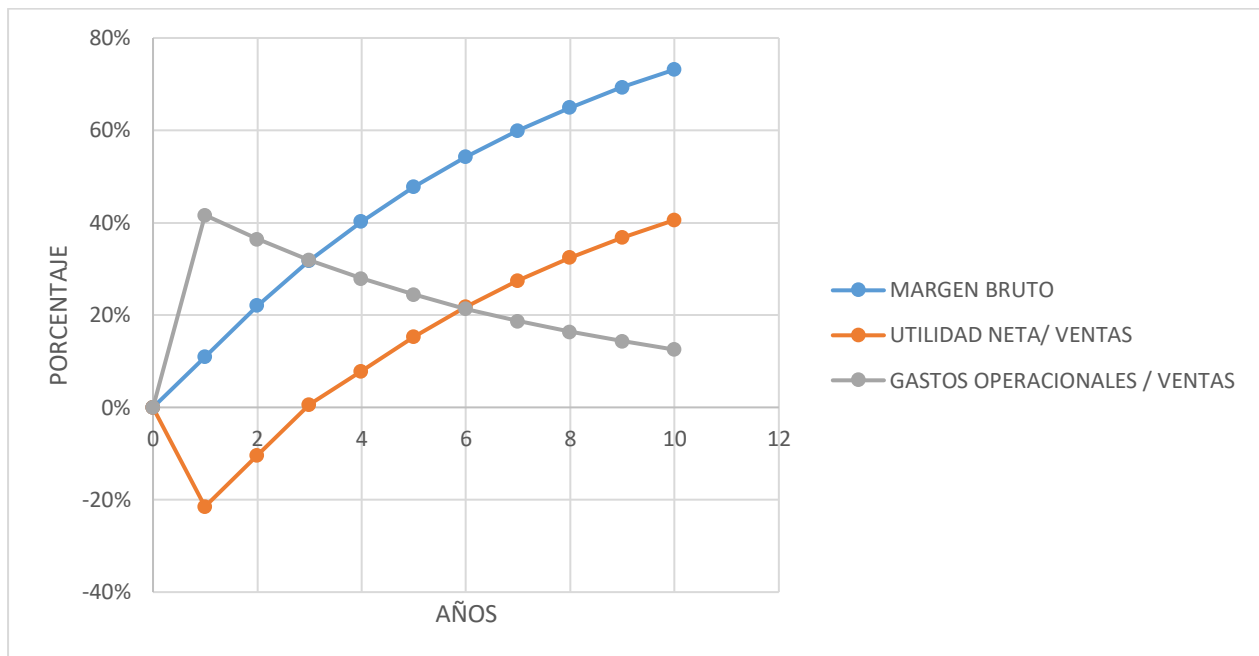
presenta variaciones positivas, indicando que desde ese momento se recupera la inversión hasta el final de la evaluación del proyecto, teniendo en cuenta que todos los pronósticos determinados se cumplan fielmente o no tengan ninguna desviación con respecto a lo planeado.

Grafica 1: Flujo acumulado del proyecto



FUENTE: Elaboración propia

Grafica 2: Evaluación del margen bruto, utilidad neta sobre ventas y gastos operacionales sobre las ventas



FUENTE: Elaboración propia.

Adicionalmente, como se observa en la gráfica 2 el comportamiento del margen bruto es positiva significando que la estrategia de precios del producto es eficaz y que se está administrando eficientemente los costos de ventas en el proyecto, de esta manera con el margen de utilidad neta en el primer año de ejecución del proyecto presenta una variación negativa de - 21,49% lo cual es un indicador normal dado que el emprendimiento en la exportación se encuentra iniciando, presentando una recuperación del mismo a través del tiempo alcanzando márgenes positivos desde el tercer año de ejecución del proyecto reflejando la capacidad de la empresa para traducir las ventas en ganancias para los accionistas, y por último el comportamiento de los gastos operacionales se observa un alto índice de gasto con respecto a las ventas desde el primer año, teniendo de esta manera una tendencia negativa durante toda el tiempo de evaluación del proyecto, manteniendo esta tendencia si el porcentaje pronosticado del aumento de las ventas no presenta variación negativa a través del tiempo de ejecución real del proyecto.

Tabla 9: Indicadores del proyecto

INDICADOR	VALOR PROYECTADO	ANÁLISIS
Valor presente neto	\$943.371.000	Es conveniente realizar la inversión dado que el rendimiento durante el periodo de 10 años maximizando la inversión e incrementando su valor equivalente al valor presente neto.
Tasa interna de retorno	40%	El porcentaje de beneficio del proyecto es positivo, dado que en cada periodo se reinvierte a una tasa equivalente al costo

		de oportunidad y generando riqueza teniendo en cuenta los 10 años de evaluación del proyecto.
Relación Beneficio / costo	14,42	Dado que el resultado es positivo significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos, trayendo de esta manera un beneficio para el proyecto
PayBack (periodo de recuperación)	6 años	En el sexto año del proyecto se observará el retorno del proyecto desde la inversión inicial hasta el momento, es decir el valor de la inversión inicial sea superado por el resultado.

FUENTE: Elaboración propia.

7.4.2. Opciones de financiamiento.

En Colombia existen diferentes entidades financieras las cuales ofrecen diferentes líneas de crédito para el financiamiento de nuevos proyectos, de esta manera se eligen las siguientes entidades financieras:

BANCOLDEX es un banco de desarrollo que promueve el crecimiento empresarial y el comercio exterior de Colombia, fomentando las exportaciones, apoyando la productividad y la competitividad con énfasis en las MIPYMES (BANCOLDEX, s.f.), tomando un préstamo por \$100.000.000 con el fin de cubrir las necesidades iniciales que se requieren para el funcionamiento y desarrollo del proyecto, pactando un plazo total de 10 años donde se pagara el crédito, con una tasa de interés a la DTF efectiva anual vigente más el 4% , siendo para el año 2020 una tasa de interés de 5,6 E.A.

Por otro lado, también existe la opción de financiamiento de crédito con el FONDO EMPRENDER, el cual ofrece financiación de iniciativas empresariales de universitarios o

profesionales, teniendo en cuenta los requisitos de la adjudicación del crédito, el cual puede ordenar la devolución total o parcial de los recursos, suspender, reducir la entrega de recurso si el proyecto incumple con lo pactado con la entidad. De esta manera la tasa de interés es igual a la DTF efectiva anual vigente a la fecha en el que se crea la obligación del pago y se le adiciona un 4%, teniendo cuenta que si se incurre en mora se deberá pagar el correspondiente interés moratorio.

8. CONCLUSIONES

En Colombia existe un alto potencial con respecto a las hierbas aromáticas debido a que las empresas se encuentran realizando grandes esfuerzos para ser competitivas en el mercado internacional y en la mejora de sus procesos internos, satisfaciendo las exigencias del cliente estadounidense, asegurando un producto libre de conservantes, orgánico y refrescante al uso, influyendo fuertemente en la presentación del producto hacia el cliente.

El mercado internacional de las hierbas aromáticas para acceder al cliente estadounidense es altamente competitivo, exigiendo a la empresa exportadora un producto que se acople a las certificaciones y buenas practicas que cumplan con las expectativas del cliente estadounidense.

Producto de la investigación de mercados de tipo cualitativo, por medio de un análisis documental se analizaron los canales de distribución más importantes que existen en Nueva York - Estados Unidos, siendo los principales canales los Supermercados de grandes superficies, tiendas de descuento, tiendas especializadas que venden hierbas aromáticas y negocios locales

estilo cafeterías donde se puede degustar el té junto con otros productos como acompañante, encontrándose en las zonas de Brooklyn y Manhattan, siendo el medio por el cual se realizara la penetración en el mercado.

Teniendo en cuenta las bases del estudio técnico el cual determino el tamaño óptimo de planta, maquinaria, mano de obra, materia prima requerida y el costo promedio por cada exportación, se concluye que realizando la proyección a 10 años el proyecto es viable dado que la tasa interna de retorno, el valor presente neto y la relación costo beneficio es positiva, lo anterior manteniendo o superando la proyección de venta de 200.000 cajas de hierbas aromáticas al año con un aumento del 8% año tras año, permitiendo de esta manera una recuperación de la inversión inicial desde el sexto año de operación.

9. ANEXOS

Anexo 1: Flujo de efectivo del proyecto

10. REFERENCIAS

- Alba Rocio Cajamarca Larrota, Julieth Alexandra Lopez Martinez, Carlos Santiago Peña Ortiz. (2018). *Plan de negocio para la creacion de empresa exportadora de hierbas aromaticas hacia Alemania.* Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/6453/3/2018_exportacion_aromaticas_alemania.pdf
- B., J. P. (15 de Septiembre de 2018). *La produccion de los cultivos de plantas aromaticas y especias crecieron 21% en 2017.* Obtenido de <https://www.larepublica.co/economia/la-produccion-de-los-cultivos-de-plantas-aromaticas-y-especias-crecieron-21-en-2017-2771263>
- Banco de la Republica de Colombia. . (17 de Enero de 1991). *Nuevo Estatuto Cambiario* . Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/paginas/LEY09DE1991CONHIPERVINCULOS-1.pdf>
- BANCOLDEX. (s.f.). *¿Quienes somos?* Obtenido de <https://www.bancoldex.com/sobre-bancoldex/quienes-somos>
- Bonilla, W. (28 de Octubre de 2015). *Colombia, segundo exportador de hierbas condimentarias a EE.UU.* Obtenido de <https://www.radionacional.co/noticia/actualidad/colombia-segundo-exportador-de-hierbas-condimentarias-a-eeuu>
- CONGRESO DE COLOMBIA. (16 de Enero de 1991). *Ley 7 de 1991.* Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=67199>

CONGRESO DE COLOMBIA. . (08 de Julio de 2005). *Ley 962 de 2005*. Obtenido de <http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/leyes/Documents/Juridica/Ley%20962%20de%2008%20de%20julio%20de%202005.pdf>

DIAN. (10 de Octubre de 2002). *Circular Externa No 0170*. Obtenido de https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj__LjG1dzsAhWnwVkkHSsuA3YQFjABegQIAxAC&url=https%3A%2F%2Fwww.uiaf.gov.co%2F%3Fidcategoria%3D112%26download%3DY&usg=AOvVaw0-Fa-b2NBVN2_HAbZe3aqK

Duran, J. A. (2019). *Estrategias de competitividad para los productos de plantas medicinales en Colombia*. Obtenido de <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/927/AcevedoDuran-JulianaAndrea-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Elizalde, J. D. (Noviembre de 2013). *Plan de exportacion de hierbas aromaticas de Zamorano a Miami - Estados Unidos*. Obtenido de <https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/1820/1/AGN-2013-T023.pdf>

FindLaw For Legal Professionals. (2016 de Mayo de 2016). *US Import Requirements*. Obtenido de <https://corporate.findlaw.com/litigation-disputes/u-s-import-requirements.html>

Gobierno de Colombia. (07 de Marzo de 2016). *Decreto 390 de 2016*. Obtenido de https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/infoconsulta/Estatuto%20Aduanero/Decreto_390_del_07de_Marzo_de_2016.pdf

Kennedy, E. (04 de Abril de 2017). *Trends in U.S. Tea Imports: 1991 - 2015*. Obtenido de https://scholarworks.wmich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3888&context=honors_theses

La Teresita - Piensa en ti naturalmente. (s.f.). Obtenido de <https://lateresita.co/productos/kit-cuidate/>

Luisa Fernanda Estrada Pineda, Y. U. (2017). *Estudio de prefactibilidad financiera para la produccion de plantas aromaticas, medicinales y condimentarias bajo condiciones de produccion organica en sistemas de siembra urbanos en Medellin.*

. Obtenido de http://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/1079/2/Esumer_aromaticas.pdf

Mariana Arango Velez, E. A. (2017). *Estudio de factibilidad para la creacion de una empresa de hierbas aromaticas en el municipio de Guarne.* Obtenido de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13142/Mariana_Arango_EduardoAntonio_Franco_2017.pdf?sequence=2&isAllowed=y

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. (31 de Julio de 2006). *Resolucion 187 de 2006.* Obtenido de <https://www.ica.gov.co/getattachment/efc964b6-2ad3-4428-aad5-a9f2de5629d3/187.aspx>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. . (s.f.). *Acuerdo de promocion comercial entre la Republica de Colombia y Estados Unidos de America. .* Obtenido de <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/acuerdo-de-promocion-comercial-estados-unidos>

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. . (10 de Diciembre de 2004). *Decreto 4149 de 2004.* Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwju8aOp1tzsAhVQp1kKHxkGC0EQFjABegQIBBAC&url=htt>

p%3A%2F%2Fhistorico.presidencia.gov.co%2Fprensa_new%2Fdecretoslinea%2F2004%2Fdiciembre%2F10%2Fdec4149101204.pdf&usg=AOvV

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. (26 de Diciembre de 2011).

Decreto 427 de 2011. Obtenido de <http://conalgodon.com/wp-content/uploads/2016/06/Decreto-4927-de-2011-MCIT.pdf>

Munguia, F. E. (16 de Octubre de 2017). *El poder de las hierbas aromaticas* . Obtenido

de <https://elpoderdelconsumidor.org/2017/10/poder-las-hierbas-aromaticas/>

Núñez, E. (11 de Abril de 2014). *¿Por que hay un boom del te en los Estados Unidos?*

Obtenido de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/04/140411_nutricion_te_popularidad_eeuu_finde_en

PROCOLOMBIA. (19 de Junio de 2018). *Guia practica para conocer el proceso de*

exportacion de bienes. Obtenido de <https://procolombia.co/publicaciones/guia-practica-para-conocer-el-proceso-de-exportacion-de-bienes>

PROCOMER. (s.f.). *La demanda nortamericana por el te y aguas aromaticas sigue*

incrementando . Obtenido de https://www.legiscomex.com/Noticias/La_demanda_norteamericana_por_el_t%C3%A9_y_aguas_ arom%C3%A1ticas_sigue_incrementando-70585

Ramirez, H. C. (Octubre de 2017). *Plan de negocio para la creacion de la*

comercializadora de hierbas aromaticas organicas - Sabor de origen. . Obtenido de

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9784/2017humbertocordoba.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Rodriguez, I. H. (26 de Enero de 2016). *El estudio de mercado en las empresas*. .
Obtenido de <http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/>
- Roldan, P. N. (s.f.). *Analisis financiero*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-financiero.html>
- Seves cups. (08 de Noviembre de 2015). *Quality Standards for Specialty Tea*. Obtenido de <https://sevencups.com/2015/11/minimum-quality-standards-for-specialty-tea-part-one/>
- Shahbandeh, M. (30 de Marzo de 2020). *Amount of U.S tea imports from selected countries of origin in 2018 (in 1000 metric tons)*. . Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/194266/us-tea-imports-from-selected-countries-of-origin-since-2007/>
- Tea Association . (2020). *Tea Fact Sheet - 2019-2020*. Obtenido de http://www.teausa.com/teausa/images/Tea_Fact_Sheet_2019_-_2020_PCI_update_3.12.2020.pdf
- teausa.org. (s.f.). *Specialty Tea Institute*. Obtenido de <http://www.teausa.org/teausa/images/2012/02/ppdemo1.pdf>
- Trespalacios, D. P. (2019). *Analisis de oportunidades para la comercializacion de plantas medicinales y aromaticas*. . Obtenido de <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/1207/PovedaTrespalacios-Deisy-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- TvAgro. (29 de Marzo de 2016). *Produccion y comercializacion de hierbas aromaticas - TvAgro por Juan Gonzalo Angel*. . Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=1Zz3LSCzidQ>

U.S Customs and Border Protection . (s.f.). *Prohibited and Restricted Items* . Obtenido de
<https://www.cbp.gov/travel/us-citizens/know-before-you-go/prohibited-and-restricted-items>

ucipfg. (s.f.). *EL ESTUDIO TECNICO*. Obtenido de
https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf

Universidad Interamericana para el desarrollo. (s.f.). *Evaluacion de proyectos de inversion* . Obtenido de
https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/AN/PI/S12/PI12_Lectura.pdf

Worldpopulationreview. (2020). *New York Population 2020*. Obtenido de
<https://worldpopulationreview.com/states/new-york-population>