

NOTA: 205 PTS

## INDICE

RESUMEN .....	1
PALABRAS CLAVES.....	1
INTRODUCCION.....	2
1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1 Formulación del problema.....	3
1.2 Justificación.....	3
1.3 Pregunta de investigación.....	3
1.4 Objetivos de la investigación .....	4
2 MARCO TEORICO.....	4
3 MARCO METODOLOGICO.....	9
3.1 MÉTODO PARA DESARROLLAR EL PLAN DE NEGOCIOS.....	10
3.2 TECNICOS DE RECOLECCION DE INFORMACION.....	11
3.3 METODOS PARA EL ANALISIS DE LA INFORMACION.....	12
4 ESTUDIO DE MERCADO .....	12
4.1 ANALISIS DEL SECTOR DE BEBIDAS VEGETALES EN ESTADOS UNIDOS.....	12
4.2 POTENCIAL DE MERCADO.....	13
4.3 ESTUDIO DE MERCADO PARA LA COMERCIALIZACION DE BEBIDAS A BASE DE ARROZ EN ESTADOS UNIDOS. ....	13
4.4 ANALISIS DE LA DEMANDA. ....	14
4.5 ANALISIS DE LA OFERTA .....	14
4.6 ESTRATEGIAS DE PRECIOS.....	15
4.7 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN .....	15
4.8 ESTRATEGIAS DE PROMOCION. ....	15
4.9 ESTRATEGIAS DE SERVICIOS.....	16
4.10 RELACIONES PUBLICAS.....	16
4.11 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO. ....	16
4.12 PROYECCION DE VENTAS. ....	16
5 ESTUDIO TECNICO Y OPERATIVO.....	16
5.1 DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE UNA PLANTA DE BEBIDAS VEGETALES: .....	16
5.2 ASPECTOS DE LOCALIZACIÓN:.....	17
5.3 SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS: .....	17
5.4 TAMAÑO: .....	17
5.5 ASPECTOS TÉCNICOS:.....	17
5.6 EQUIPOS Y MAQUINARIA:.....	17
5.7 CRONOGRAMA DE TRABAJO.....	18
5.8 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	19
6 ESTUDIO LEGAL.....	20

6.1	FORMA SOCIETARIA:.....	20
6.2	REGISTRO DE MARCA.....	20
6.3	Normatividad sanitaria (Origen) .....	20
6.4	Certificados y requisitos sanitarios (Origen).....	20
	6.4.1 Registro sanitario .....	20
	6.4.2 Certificado de Origen TLC USA - COL .....	21
6.5	Certificación HACCP: .....	21
6.6	FDA (Food and Drug Administration).....	21
	6.6.1 Norma 21 CFR 120 HACCP .....	21
	6.6.2 Etiquetado.....	22
	6.6.3 Registro .....	22
	6.6.4 Notificación previa de embarque .....	22
	6.6.5 Establecimiento y Mantenimiento de Registro. ....	22
	6.6.6 Detención Administrativa .....	22
7	ESTUDIO FINANCIERO .....	23
7.1	Estructura del capital .....	23
7.2	Clientes.....	23
7.3	Análisis financieros.....	23
7.4	Resultados Obtenidos .....	23
8	CONCLUSIONES .....	25
9	RECOMENDACIONES .....	25
10	BIBLIOGRAFIA.....	26
11	ANEXOS .....	28

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz DOFA.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 2 Cronograma de trabajo.....	19
Tabla 3 Presupuesto de inversión.....	19
Tabla 4 Matriz DOFA.....	23

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Principales orígenes importación de bebidas vegetales en Estados Unidos.....	13
Figura 2 Estrategias de distribución.....	15

---

## PLAN DE NEGOCIO- EXPORTACIÓN DE BEBIDAS DE ARROZ Y SUS VARIEDADES DESDE COLOMBIA A ESTADOS UNIDOS

---

### RESUMEN

Estados Unidos, es un país que donde el 40% de sus consumidores buscan alimentos naturales y saludables, los cuales se han comercializado actualmente diferentes líneas como la bebida de soya, bebida de almendras, bebida de coco y bebida de arroz original pero no la mezcla de varios cereales en una sola bebida. De este modo hace que tenga grandes ventajas transformadas en una oportunidad de negocio para el crecimiento de la empresa, teniendo en cuenta la oportunidad de compra de materia prima nacional brindando beneficio para el campesino. Por esta razón se realiza este estudio donde se buscará la mejor manera de exportar esta bebida, ofreciéndola a un mejor precio. Para poder verificar si es viable o no la exportación de la bebida, realizaremos un trabajo de investigación donde podrán observar el problema que planteamos, sus objetivos, marco teórico y metodológica. También se realizó una investigación de estudios de mercado, oferta, demanda, precio y se conoce un poco del proceso de la producción, exportación. Para ser viable este proyecto se realizó un presupuesto de inversión, un análisis financiero e investigación legal. Así observamos que es un negocio rentable y viable teniendo en cuenta que cuenta con una gran sostenibilidad.

### PALABRAS CLAVES

- Bebida de arroz y sus variedades
- Andina de Especialidades SAS
- Proceso de exportación a EE. UU.

## INTRODUCCION

En un mundo globalizado, el acceder a un mercado externo es una gran oportunidad para el crecimiento de una empresa, pero a la vez constituye un gran reto ya que en el proceso de internacionalización, la empresa productora no realiza solamente una operación de compra y venta de productos, sino que deberá realizar un autodiagnóstico en cuanto habilidades y competencias para adaptar los productos a nuevas exigencias de los mercados a los cuales se desea exportar y en procesos internos tales como capacidad de producción, financiera y la cadena de logística internacional.

**ANDINA DE ESPECIALIDADES SAS**, elabora una gran variedad de productos para la industria alimenticia, entre los cuales se encuentran las bebidas no lácteas a base de ingredientes como arroz, coco, almendra y avellana, las cuales son adecuadas para personas con patologías en las cuales deben seguir con dietas especiales entre las cuales se encuentran principalmente las personas diabéticas, celíacas e intolerantes a la lactosa, así como personas que han adoptado estilos de vida diferentes a las tradicionales como vegetarianos, veganos y personas que siguen dietas para bajar de peso; los motivos expuestos anteriormente han creado una tendencia creciente del consumo de dichos alimentos, tanto a nivel local como internacional.

En este documento se presenta el plan de negocio e investigación de mercado, para verificar la viabilidad de llevar a cabo la exportación de bebidas no lácteas a base de arroz hacia Estados Unidos.

# 1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

## 1.1 Formulación del problema

Estados Unidos, España, Canadá, Italia y Uruguay, son países con alta tasa de envejecimiento y padecimiento de enfermedades derivadas de los componentes de la sangre, como la Diabetes. Respecto a Estados Unidos, además presenta un alto porcentaje de la población que no son tolerantes a la lactosa.

En el mercado actual se observa que los productos que se están comercializando en los Estados Unidos son las bebidas de Soya, Almendras, Coco y arroz. Por estas razones se decidió realizar el proyecto de "Elaboración y Exportación de bebida de Arroz y sus variedades (Coco, Avellana y Almendra)" a EE. UU. haciendo una fusión de varios cereales.

Para poder determinar la demanda de este producto y a la vez la producción de Arroz, podemos apoyar a las pequeñas cooperativas de arroceros que hay en Colombia, dado que se priorizará este cereal local para la producción de las bebidas mencionadas.

Vamos a Exportar estos productos con el fin de Diversificar el mercado y mejorar la competitividad y posicionamiento, es un producto innovador ya que en Estados Unidos se comercializa la Bebida de arroz Original y con Vainilla, pero no con los cereales propuestos.

## 1.2 Justificación

Este plan de Negocios es importante para la compañía, porque al elaborar este producto se va a brindar la oportunidad de compra del arroz y los demás cereales a pequeñas cooperativas de agricultores, teniendo un bajo costo en la materia prima. También es importante porque vamos a ofrecer estas nuevas bebidas en los Estados Unidos, brindando variedad del producto por un precio menor o similar a las que se encuentran en el mercado (Soja, Almendra, Arroz original).

## 1.3 Pregunta de investigación

¿Es rentable y que beneficios obtendría al exportar bebidas de origen vegetal a estados EE. UU teniendo en cuenta que en el mercado local se comercializan productos similares?

#### 1.4 Objetivos de la investigación

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

Diseñar un Plan de Negocios para Andina de Especialidades donde se encuentre la estrategia de llegar al 40% de los consumidores de alimentos nutritivos, con nuestra bebida de Arroz en presentación UHT de diversos sabores como son (almendra, coco y avellana) aumentando la demanda del producto con un precio justo.

##### **Objetivos Específicos:**

- Definir el intercambio comercial más favorable para que el producto sea rentable en los EE. UU.
- Evaluar las oportunidades de exportación del producto teniendo en cuenta las preferencias del consumidor en el mercado de EE. UU.
- Realizar una Investigación de Precios de los productos similares que comercializan en diferentes supermercados de EE.UU y así poder brindar un producto diferente a un precio similar.

## 2 MARCO TEORICO

Bakalar, N. (2017). The New York Times. El estudio desarrollado, describe que las bebidas azucaradas ya no son tan destacadas en el mercado de consumo de los Estados Unidos, la investigación se basó en muestras tomadas a 18.000 niños y 27.652 adultos estadounidenses donde se les preguntaba qué tipo de bebidas habían consumido durante las últimas 24 horas, los resultados arrojaron que el consumo de los refrescos en adultos habían reducido en un 20% de acuerdo a estudios anteriores, concluyendo que prefieren tomar bebidas más saludables o agua. Bakalar, N. (2017). Los refrescos ya no son tan populares en Estados Unidos. *The New York Times*. (Almeida, 2017) Plan de Negocio para producir y exportar bebidas a base de Chía y frutas naturales a los Estados Unidos. El proyecto evalúa como los productos saludables son las nuevas tendencias de consumo en los Estados Unidos, el segmento del mercado objetivo fueron las personas con problemas de obesidad en este país. La investigación de mercado se desarrolló tanto de manera cualitativa y cuantitativa por



medio de entrevistas y encuestas; de esta manera las conclusiones más importantes de esta investigación son que Estados Unidos es un país con un gran potencial para desarrollar este tipo de ideas innovadoras, resaltando el consumo de productos naturales que ya es tendencia en medios de las personas con problemas de salud por obesidad o azúcar. Almeida, S. d. (2017). Plan de negocios para la producción y exportación de bebidas adelgazantes a base de Chía y frutas naturales. Quito, Ecuador. Centers for Disease Control and Prevention. National Diabetes Statistics Report, 2017. Atlanta, GA. Estudio del centro para el control y la prevención de enfermedades en que proporciona cifras actualizadas a nivel mundial de la incidencia de la diabetes en la población de los estadounidenses, concluyendo que del total de la población más del 10% son diabéticos y de este total, el 70% son mayores de 65 años.

(SÁNCHEZ, 2018). Plan de negocio y propuesta para la fabricación de bebidas naturales para exportarlos a Estados Unidos, por lo cual estudia las tendencias actuales del mercado, realizando un estudio completo de mercado, el estudio legal y organizacional indicando el registro de la marca, registro tributario, realizaron un análisis de sensibilidad unidimensional para determinar los efectos de las variables financieras y concluyendo que el proyecto es completamente viable. SÁNCHEZ, C. G. (2018). Plan de negocios para la producción y exportación de bebidas naturales. Lima, Perú.

Para este proyecto vamos a trabajar las 5 fuerzas del modelo de Michael Eugene Porter docente actual de Harvard, donde el objetivo es lograr maximizar los recursos y superar a la competencia como se observa en el diagrama de las 5 fuerzas (Ver anexo 1) . Donde se tiene en cuenta la visión la misión, los valores, la diferenciación y el enfoque del negocio. En el caso de la empresa Andina de especialidades contamos con la visión (Ver anexo 2), la misión (Ver anexo 3), el costo del producto en otras empresas (ver anexo 4). Recordemos que Porter garantiza el éxito de la compañía si se trabaja fuertemente en los siguientes aspectos:

- ❖ Actuar con total apego a la estrategia que se fijado desde el principio.
- ❖ Asignar a cada área los recursos adecuados que se necesitan para cada cosa.
- ❖ Hablar sobre los valores de la empresa mientras se pueda y los impulsos para poder seguir adelante con ello.

## 10 BIBLIOGRAFIA

- APA, N. (2020). *Técnicas de recolección de información en investigaciones cualitativas*. Obtenido de <https://normasapa.net/tecnicas-recoleccion-datos/>
- Bogotá, C. d. (2020). *Proceso General de Exportación en Colombia*. Obtenido de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14388/Gu%c3%ada%20Pr%c3%a1ctica%20Proceso%20general%20de%20exportaci%c3%b3n%20en%20Colombia%20%28002%29.pdf?sequence=6&isAllowed=y>.
- CLINIC, M. (18 de Febrero de 2018). *MAYO CLINIC*. Obtenido de MAYO CLINIC: <https://www.mayoclinic.org/es-es/healthy-lifestyle/nutrition-and-healthy-eating/expert-answers/functional-foods/faq-20057816>
- CNN. (18 de SEPTIEMBRE de 2019). *La mayoría de los niños pequeños no deben tomar leche de origen vegetal, según nuevas pautas de salud*. Obtenido de <https://cnnespanol.cnn.com/2019/09/18/la-mayoria-de-los-ninos-pequenos-no-deben-tomar-leche-de-origen-vegetal-segun-nuevas-pautas-de-salud/>
- DIAN. (2005). *Consultas arancel*. Obtenido de DIAN: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefPerfilMercancia.faces>
- DIAN. (2016). *Decreto 390 del 7 marzo 2016*. Obtenido de Nuevo estatuto aduanero: [https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/infoconsulta/Estatuto%20Aduanero/Decreto\\_390\\_del\\_07de\\_Marzo\\_de\\_2016.pdf](https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/infoconsulta/Estatuto%20Aduanero/Decreto_390_del_07de_Marzo_de_2016.pdf)
- GESTIÓN. (30 de JULIO de 2019). *Leche Vegetal, Mercado de leches vegetales en EE.UU. crece a tasa anual de 20%*. Obtenido de <https://gestion.pe/noticias/leche-vegetal/>
- Gestiopolis. (2020). *Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter/>
- Las 5 Fuerzas de Porter- Clave para el éxito de la empresa. (2020). Obtenido de <https://www.5fuerzasdeporter.com/>
- OCLA. (11 de OCTUBRE de 2018). *OCLA ORG*. Obtenido de <http://www.ocla.org.ar/contents/news/details/12677665-la-tendencia-del-consumo-de-leche-y-bebidas-alternativas>
- Prochile. (05 de 2017). *Estudio de mercado*. Obtenido de Estudio de mercado: [https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2011/09/Tendencia\\_EEUU\\_Alimentos\\_Funcionales\\_2017.pdf](https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2011/09/Tendencia_EEUU_Alimentos_Funcionales_2017.pdf)
- PROCOLOMBIA. (s.f.). *Guía para exportar bienes desde Colombia*. Obtenido de <https://www.colombiatrade.com.co/por-que-exportar/guia-para-exportar-bienes>
- SAS, A. D. (s.f.). *ANDINA DE ESPECIALIDADES SAS*. Obtenido de [www.andinafood.com](http://www.andinafood.com)
- Save, P. (2020). *Pick'n Save*. Obtenido de <https://www.picknsave.com/search?query=rice%20milk&searchType=predictive>
- SHOP, B. O. (2020). *BREADBERRY ONLINE SHOP*. Obtenido de <https://breadberry.com/#!/Brooklyn>
- StuDocue. (2020). *Recolección de datos cuantitativos*. Obtenido de <https://www.studocu.com/co/document/universidad-de-la-salle-colombia/investigacion-cualitativa/resumenes/capitulo-9-recoleccion-de-datos-cuantitativos/5634564/view>
- Vegano, B. y. (2020). *Las ventas de 'leche' de avena aumentan un 686% en los Estados Unidos*. Obtenido de Bueno y Vegano: <https://www.buenoyvegano.com/2020/03/25/las-ventas-de-leche-de-avena-aumentan-un-686-en-los-estados-unidos/>

WALMART. (2020). *WALMART*. Obtenido de [https://www.walmart.com/search/?cat\\_id=976759\\_976782\\_8649877&facet=food\\_form%3ALiquids&grid=true&query=beverage+vegetal](https://www.walmart.com/search/?cat_id=976759_976782_8649877&facet=food_form%3ALiquids&grid=true&query=beverage+vegetal)

WEGMANS. (2020). *WEGMANS*. Obtenido de WEGMANS: <https://www.wegmans.com/>

WIKIPEDIA. (16 de DICIEMBRE de 2019). *LECHE VEGETAL*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Leche\\_vegetal](https://es.wikipedia.org/wiki/Leche_vegetal)

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACION Y AGRICULTURA (2020) el papel de la FAO, obtenido de :  
<http://www.fao.org/food-safety/es/>

COMERCIO, C. D. (s.f.). *Constitucion de SAS*.

Comunicacion digital Levapan. (02 de 07 de 2019). *Intitucional Colombia*. Obtenido de <https://www.google.com/search?q=Certificado+HACCP%3A+es+obligatorio+en+colombia&oq=Certificado+HACCP%3A+es+obligatorio+en+colombia&aqs=chrome..69i57.6446j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

Corp, R. (s.f.). *Registrar Corp*. Obtenido de <https://www.registrarcorp.com/es/>

FDA. (s.f.). *U.S FOOD & DRUG*. Obtenido de <https://www.fda.gov/>

INVIMA. (s.f.). Obtenido de <https://camaratulua.org/registro-sanitario-invima/>

Legis. (16 de 05 de 2012). *Legis*. Obtenido de [http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/L/la\\_dian\\_pone\\_a\\_disposicion\\_certificado\\_de\\_origen\\_para\\_el\\_tlc/la\\_dian\\_pone\\_a\\_disposicion\\_certificado\\_de\\_origen\\_para\\_el\\_tlc.asp](http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/L/la_dian_pone_a_disposicion_certificado_de_origen_para_el_tlc/la_dian_pone_a_disposicion_certificado_de_origen_para_el_tlc.asp)

Procolombia. (s.f.). *Procolombia*. Obtenido de [https://procolombia.co/sites/default/files/guia\\_practica\\_en\\_la\\_fda.pdf](https://procolombia.co/sites/default/files/guia_practica_en_la_fda.pdf)

Superintendencia de Industria y comercio. (s.f.). Pasos para solicitar el registro de una marca.

VEGA, C. (s.f.). *¿Cuánto cuesta registrar una marca en Colombia?* Obtenido de <https://cardenasvega.com/index.php/cardenas-vega/boletin-intelectual/item/cuanto-cuesta-registrar-marca>

ANDINA DE ESPECIALIDADES SAS (2020). Websait: [www.andinafood.com](http://www.andinafood.com)