

Análisis de factores estratégicos para el proceso de exportación de hierbas aromáticas a los estados unidos

por:
José Joaquín Santos Orduz

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – unad
Escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios – ecacen
programa: maestría en administración de organizaciones

Bogotá, 03 de abril de 2020

Análisis de factores estratégicos para el proceso de exportación de hierbas aromáticas a los
estados unidos

por:
José Joaquín Santos Orduz

Proyecto aplicado para optar el título de
magíster en administración de organizaciones

Gustavo Adolfo Manrique Ruíz
director

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – unad
Escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios – ecacen
programa: maestría en administración de organizaciones

Bogotá, 03 de abril de 2020

Tabla de Contenido

1. Planteamiento del Problema	10
2. Objetivos	12
2.1 Objetivo General.....	12
2.2 Objetivos Específicos	12
3. Justificación	13
4. Introducción	15
5. Estado del Arte del Sector de Hierbas Aromáticas en Colombia	17
5.1 Generalidades del Sector de Hierbas Aromáticas en Colombia.....	17
5.1.1 Supartidas Arancelarias.	17
5.1. Principales Países Exportadores.	17
5.1.3 Producción Nacional de Aromáticas.....	19
5.1.4 Análisis de la Oferta.....	23
6. Factores Logísticos	25
6.1 Condiciones de Transporte.....	25
6.1.2 Temperatura Óptima y Humedad Relativa	25
6.1.3 Máxima Eficiencia y Efectividad en las Exportaciones	26
7. Requisitos que debe cumplir un exportador en caso de querer vender el producto con su propia marca.	27
7.1 Clasificación para exportar	27
7.1.1 Ubicación de la subpartida arancelaria	28
7.1.2 Procedimiento ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), para la solicitud del certificado de origen.	28
7.1.3 Solicitud de vistos buenos	30
7.1.4 Procedimientos Aduaneros para Despacho Ante la DIAN en el Trámite de exportación.	30
7.1.5 Procedimientos cambiarios (reintegro de divisas).....	31
8 Requisitos generales de producción, elaboración y comercialización de productos orgánicos, importados en los estados Unidos.....	31
8.1 Quien realiza las certificaciones orgánicas.....	31
8.1.1 Que se certifica.....	31
8.1.2 Procesadores.....	31
8.1.3 Comercializadores.....	32
8.1.4 Requisitos para terrenos	32

8.1.5 Producción Paralela.....	33
8.1.7 Fertilidad del suelo.....	33
8.1.8 Plagas, enfermedades y control de malezas.....	33
8.1.9 Registros.....	33
8.1.10 Componente social.....	33
8.1.11 Registros y requisitos mínimos de control.....	34
8.1.12 Normas técnicas de origen y los obstáculos al comercio.....	35
9 Factores de Exportación.....	38
9.1 Ruta Exportadora.....	38
9.1.1 Preparación Para Exportar.....	38
9.1.2 Potencial de Internacionalización y los Requisitos Para el Producto.....	38
9.1.3 Sub-partida Arancelaria del tomillo.....	39
9.1.4 Logística Internacional.....	40
9.1.5 Términos de Negociación (Incoterms 2010).....	40
9.1.6 Objetivos de los Incoterms.....	40
9.1.8 Los Incoterms más Adecuados.....	42
10 Seguros de Transporte del Producto.....	44
10.1 Alianzas de Transporte Internacional.....	44
10.1.1 Empresas Importadoras en Estados Unidos.....	44
10.1.2 Requisitos Sanitarios del INVIMA.....	46
10.1.3 Documentación Requerida Para la Entrada del Producto.....	47
10.1.4 Documentación Legal.....	51
10.1.5 Panorama del Comercio Exterior de Colombia.....	51
11 Cadenas de Distribución.....	52
11.1 Canal de Distribución.....	52
11.1.2 Productor-Exportador.....	53
11.1.3 Agente de Aduanas.....	53
11.1.4 Agente de Carga.....	54
11.1.5 Importador.....	54
11.1.6 Cliente.....	54
11.1.7 Sector Horeca.....	55
12 Análisis PESTEL.....	55
12.1 Análisis del Mercado.....	57
12.1.1 Exportadores Colombianos a los Estados Unidos.....	58
13 Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).....	60

13.1 Aspectos a tener en cuenta por parte de los exportadores	61
13.1.2 Plantas y terrenos.....	61
13.1.3 Construcción y diseño de plantas.....	62
13.1.4 Operaciones sanitarias.....	62
13.1.5 Control de plagas.....	62
13.1.6 Abastecimiento de agua.....	63
13.1.7 Procesos y controles.....	63
13.1.8 Distribución.....	63
14. Requisitos de Etiquetado Para el Ingreso de Alimentos a EE.UU.....	64
15. Demanda del Producto	65
16. Precio del Mercado.....	66
16.1 Características Para Acordar Precios	66
16.1.1 Factores de Promoción.....	67
16.1.2 Factores de Ventas	67
16.1.3 Factores de Distribución.....	68
16.1.4 Estrategia de Perceptibles.....	68
17 Conclusiones	70
18 Referencias Bibliográficas	73

Lista de Tablas

Tabla 1. Exportaciones e Importaciones Hierbas Aromáticas a Nivel Mundial.	17
Tabla 2. Ranking de Países Importadores y Exportadores.	18
Tabla 3. Evolución de las Importaciones de Especies en los Estados Unidos.	19
Tabla 4. Temperaturas de Almacenamiento.	26
Tabla 5. Perfil de la Mercancía.	39
Tabla 6. Principales Mayoristas Importadores de Hierbas Aromáticas en USA.	45
Tabla 7. Acuerdos Comerciales de Colombia.	48
Tabla 8. Análisis PESTEL.	55
Tabla 9. Exportadores de Aromáticas en Colombia.	58
Tabla 10. Relación de los Principales Competidores en Cuanto a la Producción de Plantas Aromáticas.	59
Tabla 11. Principales Exportadores de Colombia.	60

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Comportamiento del Mercado de Aromáticas.....	21
Ilustración 2. Cadena de Frio Para Exportar Productos Perecederos.	27
Ilustración 3. Proceso de Certificación Como Productor Orgánico	34
Ilustración 4.Incoterms 2010.	41
Ilustración 5. Incoterms Aéreos.....	43
Ilustración 6. Reglas Para Cualquier Modo o Modos de Transporte.	43
Ilustración 7. Formalización del Proceso de Exportación.	49
Ilustración 8. Trámites Aduaneros.....	50
Ilustración 9. Operación de Transporte del Comercio Internacional.....	50
Ilustración 10. Cadena de Distribución Internacional.	53

Lista de Graficas

Grafica 1. Exportaciones Colombia. Total, Sector.....	20
Grafica 2. Producción de Tomillo en Colombia en Toneladas.....	23
Grafica 3. Participación de Empresas Exportadoras de Romero y Tomillo.....	24
Grafica 4. Comparación Exportaciones por Departamento.....	24

Resumen

En la presente investigación se evalúan y formulan estrategias que permitan a los productores de hierbas aromáticas desarrollar los procesos de exportación, mediante el estado del arte sintetizado, junto con una metodología para el reconocimiento de factores logísticos, de características de los productos, proceso de exportación y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), para lo cual, se realiza un análisis situacional tanto de los procesos relacionados con la exportación, así como del mercado objetivo al que se pretende llegar.

Se proponen factores con los que las compañías del sector de hierbas aromáticas pueden diseñar un plan estratégico de negocios que le permita exportar a los Estados Unidos de manera directa y sin mediar intermediación alguna. Las estrategias diseñadas e implementadas serán la ruta con la que podrán alcanzar sus objetivos de exportación a mediano plazo, con el propósito de iniciar su diversificación de mercados internacionales como uno de sus objetivos más ambiciosos en el marco de su política empresarial.

Palabras Clave

Hierbas aromáticas, estrategias de negocios, exportación, diversificación.

1. Planteamiento del Problema

En Colombia, se cultivan alrededor de 400 especies de aromáticas y medicinales; para el 2017 la producción de plantas aromáticas superó las 20 mil toneladas, de acuerdo con cifras reportadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), solo durante 2017 las ventas al exterior de hierbas aromáticas lograron un crecimiento de 18%, ya que sumaron un total de US\$37,2 millones. (larepublica.co).

Los cultivos de hierbas aromáticas en Colombia han incrementado en los últimos años dado la alta demanda que tiene en los mercados internacionales tales como, Estados Unidos, Canadá y Alemania. Sus costos de producción permiten obtener buena rentabilidad por hectárea sembrada; los departamentos con mayor producción son: Antioquia, Cundinamarca y Valle del Cauca. Su uso se ha diversificado y hoy día es utilizado por la industria de alimentos, la industria de cosméticos para la fabricación de perfumes y lociones y la medicina para la fabricación de enjuagues bucales, antibióticos y otros.

Estados Unidos, es el principal importador de hierbas aromáticas a nivel mundial y Colombia, aun no hace parte de los diez países con mayor oferta de tomillo en el mundo a pesar de que cuenta con todos los climas y puede tener una producción durante todo el año a diferencia de sus competidores.

Actualmente Estados Unidos, con toda la importación que realiza, no alcanza a suplir ni siquiera en un 70% su demanda interna; esto, sumado a las preferencias arancelarias contempladas para este producto dentro del TLC suscrito, representa una gran oportunidad de negocio, toda vez que la exportación de tomillo en fresco es la presentación más demandada por EE. UU.

Igualmente, en los últimos años, los subproductos de las hierbas aromáticas, como lo es el aceite de tomillo, han ido creciendo en demanda a nivel mundial.

El tamaño del mercado de hierbas aromáticas en EE.UU., se valoró en USD 3.400 millones en 2015 y se proyecta que se expanda a una tasa compuesta anual de 9% durante el periodo de pronóstico. Se consumen más de 200 tipos de aceites esenciales en todo el mundo, donde el mercado de EE.UU., juega un papel crucial en la demanda general.

La expansión de las industrias de alimentos y bebidas y, el aumento de los ingresos disponibles de los consumidores, son algunos de los factores que se prevé que

contribuyan a la creciente demanda de sabores y fragancias producidos con aceites esenciales y aromáticos. Estas fragancias ofrecen estimulaciones en masajes, aromaterapia y otras técnicas de relajación. Esto significa que no es solo una oportunidad, sino también un gran reto, toda vez que lo obliga a generar estrategias de diversificación de productos y de mercados, con el fin de poder obtener el aceite de tomillo y así, atender el mercado de aceites y fragancias de EE.UU. Se proyecta que la creciente demanda de productos de cuidado personal de base biológica y agentes de limpieza aromáticos estimulará la demanda de productos de cuidado personal y cuidado del hogar.

Se espera que la fuerte demanda de alimentos y bebidas procesadas orgánicas contribuya al crecimiento de la industria mundial, así como el mayor uso de Sabores y fragancias en los países emergentes impulse el mercado de aceites esenciales y aromáticos de EE.UU., debido a la expansión de las industrias de uso final.¹

De acuerdo con lo anterior, surge la pregunta:

¿Cómo se pueden identificar factores estratégicos para los procesos de exportación de hierbas aromáticas a los Estados Unidos?

¹ Essential Oil Market Size, Share & Trends Analysis Report by Product (Eucalyptus, Lemon), By Application (Flavors, Fragrances), And Segment Forecasts, 2016 – 2024. Feb 2016. Recuperado de <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/us-essential-oil-market>

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Analizar los factores estratégicos para el proceso de exportación de hierbas aromáticas para la incursión en mercados de los Estados Unidos mediante la identificación de referencias documentales y normativas.

2.2 Objetivos Específicos

- ❖ Proponer un estado del arte del sector de hierbas aromáticas en Colombia con el fin de identificar su relevancia para el productor y exportador.
- ❖ Sintetizar los factores logísticos relacionados con el transporte y características de los productos.
- ❖ Identificar los factores de exportación necesarios para la comercialización internacional
- ❖ Resumir las cadenas de distribución que permitan evaluar alternativas efectivas para el productor y exportador
- ❖ Plantear la demanda del producto que evidencie la potencialidad que tienen los productores colombianos para incursionar en el mercado de los Estados Unidos

3. Justificación

El segmento de las plantas aromáticas que goza de mayor demanda en el mercado norteamericano, entre las que se destaca el tomillo, la menta, romero, orégano, cebollín y laurel. (Minagricultura, 2018).

Colombia es uno de los mayores productores de plantas aromáticas del mundo, esto a raíz de su ubicación geográfica, la diversificación climática, la cercanía con la línea ecuatorial lo cual le da un impacto positivo en las características en este tipo de plantas que por lo general se comercializan en fresco, producción permanente todo el año. Se estima que en Colombia se encuentran aproximadamente 400 especies de estas plantas aromáticas y medicinales con mayores características específicas como sabor, aroma y color, marcan grandes diferencias en comparación con la producción en los países con clima estacional, lo cual es también una fortaleza exportadora para Colombia que debe ser aprovechada por los empresarios en el país.

Según el Ministerio de Agricultura (2018), el 30% de la producción se destina para la industria farmacéutica, el 40% se destina para la industria alimentaria, y el 30% restante está destinado para la industria de la cosmética, entre las especies más comercializadas están: el laurel, el tomillo, la albahaca, el cebollín, la menta, el romero y el orégano.

Así mismo, afirma que el 75% de las exportaciones se hacen a los Estados Unidos, Inglaterra y Canadá, según este informe del min-agricultura el 80% de estas especies se comercializan en fresco, especialmente para la industria alimentaria y el 14% se envía en aceite para la medicina e industria cosmética y el restante 6% se envía deshidratado, y pulverizado para uso de la industria culinaria.

En el 2017 se exportaron 350 toneladas de tomillo a los Estados Unidos, 16 toneladas a Arabia Saudita y Canadá 19 toneladas, tan solo en el mercado interno la demanda fue de 20 toneladas aproximadamente, según el Ministerio de Agricultura (2018).

Colombia cuenta con las condiciones tanto climáticas como de asistencia técnica, legal y fitosanitaria para garantizar este tipo de cultivos en el agro colombiano, sin embargo, el gobierno debe fortalecer los programas científicos, tecnológicos y técnicos que

no solo garantice la producción, sino que también su comercialización en el mercado interno y externo mediante el diseño de políticas de estado que contribuyan al desarrollo e implementación de estrategias comerciales para fortalecer esta industria.

En el exterior hay un mercado insatisfecho que fácilmente puede ser aprovechado por los empresarios colombianos, siempre y cuando el gobierno nacional decida apoyar a los productores, para de esta manera garantizar la producción permanente del producto.

En coherencia con lo anterior, lo que pretende es aprovechar las oportunidades y facilidades que ofrece el tratado de libre comercio firmado por Colombia y Estados Unidos, con la intención de llegar a nuevos mercados lo cual será su mayor reto como estructura organizacional productiva y comercial de plantas condimentarias, aromáticas y medicinales, cultivadas como actividad económica principal, haciendo uso de las estrategias comerciales y visualizando estos nuevos mercados en su proceso de expansión organizacional.

En tal sentido es pertinente hacer un análisis de factores estratégicos que permita identificar información tanto de los procesos de exportación, como de identificación de posibles clientes y demás actores que intervienen en el intercambio comercial del producto.

Esto le permitirá al productor y exportador tener una mejor organización de la información a nivel de información procedimental relacionada con clientes, comercializadores y otros, con el fin de facilitar el manejo y análisis de la información y poder así, tomar decisiones más rápidas y que respondan a las reales exigencias de los diferentes mercados toda vez que, aunque Estados Unidos es el de mayor demanda de tomillo a nivel mundial, existen otros que a medida que la empresa se vaya posicionando, podría iniciar a atender tales como: Alemania y Canadá.

4. Introducción

Este Proyecto pretende definir las estrategias que permitan exportar hierbas aromáticas en fresco al mercado de Estados Unidos (EE.UU) , aprovechando su alta demanda en este mercado tan importante para Colombia, con el propósito de diversificar los diferentes mercados de la compañía, mediante el uso adecuado y pertinente de las herramientas tecnológicas en materia de producción y exportación del producto y así, implementar el proceso de exportación directamente como productor, evitando la intermediación en la cadena de abastecimiento, con el fin de poder competir no solo con calidad del producto, sino también con el precio

De igual manera, se busca identificar las estrategias metodológicas, herramientas y procesos, que permitan posicionar la marca tanto en el mercado local como internacional con el objetivo de proyectar el crecimiento de la empresa en el largo plazo.

El presente documento cuenta con el estado del arte del sector de las hierbas aromáticas en Colombia, donde se observan las generalidades, como son las partidas arancelarias, principales países exportadores, la producción nacional, el análisis de la oferta, mediante los cuales se observan los principales elementos que permitirán al productor y exportador comprender y ejemplificar estos elementos para su unidad productiva.

Así mismo, se observan factores logísticos, como las condiciones de transporte, temperatura óptima y humedad relativa, los que le permitirán determinar sus ventajas y cómo los puede implementar para sus procesos de exportación.

En coherencia con lo anterior, se identifican los factores de exportación, entre los cuales se verifica la ruta exportadora, la logística internacional, en la cual se aprecian los Incoterms como reglas para la negociación con los clientes importadores, seguros, alianzas de transporte internacional, empresas importadoras en Estados Unidos, los requisitos sanitarios del INVIMA, documentación para la entrada del producto, trámites aduaneros, documentación legal y el panorama de comercio exterior de Colombia.

Por otra parte, se identifican las cadenas de distribución, donde se destacan los canales de distribución en la que se involucran el exportador, agentes de aduanas, de carga,

importador, cliente y el sector HORECA, que se sintetizan para comprender su importancia y relacionamiento con un análisis PESTEL y un análisis del mercado, donde se observan también los exportadores colombianos a los Estados Unidos.

Se observan también factores relacionados con la demanda del producto, como es el precio, características para acordarlos, promoción, ventas, distribución y perceptibles, seguido de las conclusiones que validan la formulación de los objetivos.

5. Estado del Arte del Sector de Hierbas Aromáticas en Colombia

5.1 Generalidades del Sector de Hierbas Aromáticas en Colombia

En la última década el mercado internacional de hierbas aromáticas ha tenido un incremento constante de demanda a nivel mundial. Con crecimientos en las importaciones mundiales de hasta un 200% entre 2005 hasta 2015 y crecimientos en las exportaciones de hasta un 188% en el mismo periodo (United Nations Comtrade, 2015), el sector agrícola se posiciona como un sector dinámico y en constante crecimiento de la economía mundial. Como lo ilustra la tabla 1, la evolución año a año, tanto de las importaciones como de las exportaciones mundiales de estas plantas, continúa en una tendencia positiva.

Tabla 1. Exportaciones e Importaciones Hierbas Aromáticas a Nivel Mundial.

Importaciones y exportaciones 2001 - 2016, valores en billones de dólares.															
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Importaciones	2,7	2,7	3	3,3	3,1	3,3	4,1	4,9	4,7	5,8	7,7	7,2	7,5	8,9	9,4
Exportaciones	2,5	2,6	2,8	3,1	3	3,4	4,4	5,2	5,1	6	8,2	7,9	8,2	8,7	9,8

Fuente: United Nations, Comtrade, 2015.

5.1.1 Supartidas Arancelarias.

A continuación se indican las subpartidas arancelarias pertenecientes a sistema armonizado (nomenclador Común del MERCOSUR): **0910.40** Tomillo, hojas de laurel.

Las demás plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumeria, medicina o para usos insecticidas, paraciticidas, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o púlvverizados.

5.1.2 Principales Países Exportadores.

En la tabla 2, tomada de United Nations Commodity Trade Statistics Database, se enumeran los 15 principales países del mundo en importaciones y exportadores de hierbas aromáticas para 2015.

Tabla 2. Ranking de Países Importadores y Exportadores.

Principales países exportadores en 2015					Principales países importadores en 2015				
País	Valor (millones de USD)	Crecimiento promedio 2011-2015	Crecimiento 2014-2015	% Part mundial	País	Valor (millones de USD)	Crecimiento promedio 2011-2015	Crecimiento 2014-2015	% Part mundial
Total mundo	9838,5	4,7%	1,7%	100,0%	Total mundo	9352,4	5,0%	4,9%	100,0%
India	1701,0	4,5%	8,0%	17,3%	Estados Unidos	1669,3	11,1%	19,8%	17,8%
Vietnam	1435,6	15,5%	7,9%	14,6%	Alemania	618,4	8,2%	6,1%	6,6%
China	926,7	1,4%	-3,2%	9,4%	India	570,2	19,2%	19,8%	6,1%
Indonesia	564,5	4,5%	-14,6%	5,7%	Japón	371,1	1,5%	2,5%	4,0%
Madagascar	388,0	21,1%	56,1%	3,9%	Arabia Saudita	370,0	3,2%	10,8%	4,0%
Brasil	375,5	13,2%	2,8%	3,8%	Reino Unido	368,3	7,4%	3,7%	3,9%
Holanda	365,4	1,6%	-18,1%	3,7%	Holanda	356,1	1,2%	-12,7%	3,8%
Alemania	345,4	8,0%	4,7%	3,5%	Singapur	319,5	-0,7%	-11,5%	3,4%
Sri Lanka	344,5	12,2%	42,4%	3,5%	Emiratos Árabes Unidos	306,8	0,5%	-23,0%	3,3%
Singapur	264,9	-15,2%	-23,4%	2,7%	Francia	299,5	9,1%	11,5%	3,2%
España	254,7	4,8%	2,2%	2,6%	España	288,2	5,6%	13,9%	3,1%
Guatemala	246,4	-0,7%	0,4%	2,5%	Malasia	244,4	-3,6%	-20,4%	2,6%
Siria	191,7	6,1%	43,8%	1,9%	Canadá	193,5	10,5%	-1,8%	2,1%
Irán	173,7	-14,8%	18,8%	1,8%	México	187,7	5,3%	12,8%	2,0%
Malasia	162,3	6,0%	5,2%	1,6%	Bangladesh	168,9	10,6%	23,6%	1,8%

Fuente: United Nations, Comtrade, 2015.²

Estados Unidos, como principal país importador del mundo, se ha visto en la necesidad de buscar diferentes países proveedores de hierbas aromáticas para lograr suplir su demanda y poder maximizar la industria derivada de ciertas especias como las gastronómicas. En el 2016, Estados Unidos alcanzó importaciones de estas plantas condimentarias por \$USD 250, convirtiéndose en un país foco para los exportadores a nivel mundial.

² Traducción Propia

Tabla 3. Evolución de las Importaciones de Especies en los Estados Unidos.

País Exportador/ Fecha	2012	2013	2014	2015	2016
China	37.611.960	61.957.416	98.759.102	78.748.501	65.430.629
India	32.873.602	30.767.137	14.799.018	41.248.260	45.911.045
Turquía	17.772.534	24.652.014	23.931.459	23.856.704	25.136.242
España	21.737.523	15.884.081	19.528.370	19.360.112	18.549.451
Perú	6.945.418	6.696.544	13.923.482	12.822.022	13.896.071
Pakistan	8.826.399	8.390.121	10.836.348	11.724.545	14.320.337
México	5.239.858	5.008.822	5.092.507	5.071.071	7.293.852
Brasil	3.621.633	5.518.354	6.849.344	7.297.869	4.436.505
Nigeria	2.590.762	2.818.163	3.881.327	11.131.516	4.032.326
Tailandia	2.854.639	3.008.671	5.232.641	4.926.815	4.218.814
Otros	36.371.003	40.508.039	47.790.496	46.449.407	47.627.739
Total	176.445.331	205.209.362	250.624.094	262.636.822	250.853.011

Fuente: (INCOMEX, 2017)

5.1.3 Producción Nacional de Aromáticas.

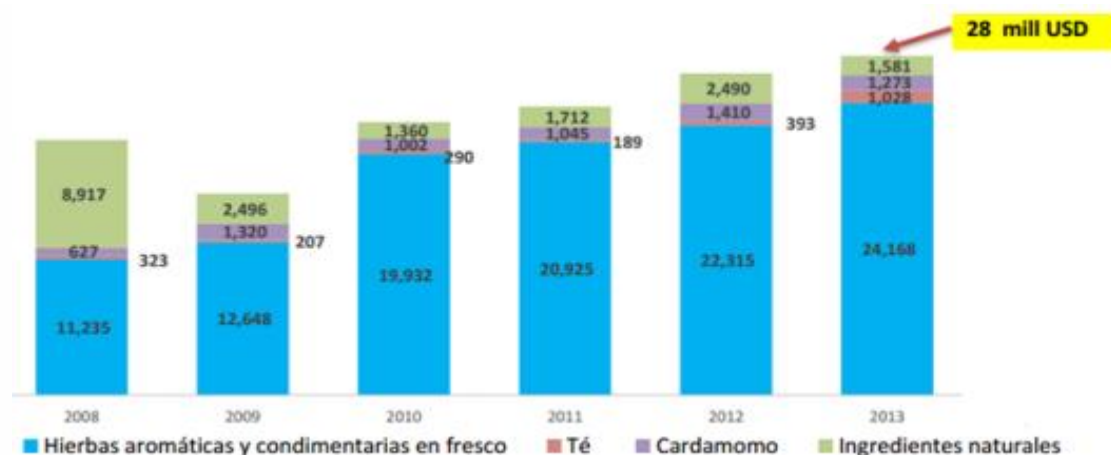
Las tendencias de consumo saludable en el mundo han contribuido al crecimiento de los cultivos de plantas aromáticas y herbales en Colombia, que tienen gran potencial en el mercado internacional y cuyo consumo local también ha subido.

Este hecho se evidencia en el aumento en el cultivo de este tipo de hierbas. De acuerdo con 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 especias con mayores incrementos son la albahaca, el cebollín, la menta, el laurel y el orégano, con una alta demanda en los destinos internacionales.

Colombia, aunque no logra participar en los 10 principales países exportadores hacia Estados Unidos, sí cuenta con las condiciones óptimas para empezar a participar en esta tendencia mundial. Su posición geográfica, sus condiciones climáticas, sus suelos y su posibilidad de compartir canal de exportación con el sector floricultor generan una gran ventaja competitiva frente a otros países, ya que esto permite la maximización de sus producciones, reducción de costos e incremento en la frecuencia de envíos. Sin embargo, a pesar de contar con estas fortalezas, Colombia únicamente alcanza una participación inferior al 1% en las exportaciones mundiales (Giraldo, 2014). Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, las exportaciones de hierbas aromáticas de Colombia

alcanzaron en 2013 valores de \$USD 28.000.000 equivalente al 85% de la producción de aromáticas a nivel nacional, como se puede observar en la tabla 5, mientras que el 15% de la producción restante es para demanda interna del país (Ministerio Agricultura y Desarrollo Rural, 2014).

Grafica 1. Exportaciones Colombia. Total, Sector.



Fuente: Ministerio Agricultura y Desarrollo Rural, 2014.

Del total de estas exportaciones, Estados Unidos se ha convertido en el principal comprador de hierbas aromáticas para el país, con crecimientos positivos en los últimos 5 años de aproximadamente 55% que aportan a la economía de Colombia y generan desarrollo.

Colombia, al ser un país rico en regiones con condiciones climáticas ideales para la siembra y cultivo de estas plantas, cuenta con una amplia variedad de hierbas aromáticas que le permiten ser un país competitivo en términos de amplitud del portafolio. “La hierbabuena, la albahaca, la limonaria, la manzanilla, el tomillo, el cidrón, la caléndula, el romero y el toronjil son, en orden de importancia, las hierbas de mayor venta en Colombia. En un segundo grupo en importancia por venta están la mejorana, el orégano, la ruda, el anís, la ortiga, el hinojo, la sábila y la canela” (Lozano, 2010).

Con aproximadamente 21 millones de hectáreas en todo su territorio, Colombia únicamente aprovecha en uso agrícola 4 millones de hectáreas, desaprovechando así la amplia oferta de suelos y variedad de climas. De este modo, se convierte en “uno de los países con mayor potencial de expansión para uso agrícola en el mundo” (Procolombia, 2016). La producción de Colombia de hierbas aromáticas se encuentra concentrada en 3

departamentos que representan el 48,3% de dicha exportación. Estos se encuentran distribuidos de la siguiente manera: “Antioquia 28,1%, Cundinamarca 16,2% y el Valle del Cauca 4%” (Ministerio Agricultura y Desarrollo Rural, 2016).

El departamento de Antioquia, como la principal región productora de este tipo de productos en el país, cuenta con condiciones óptimas para la producción de hierbas aromáticas. El municipio de Guarne, ubicado en el Oriente Antioqueño, se encuentra a 2.150 metros sobre el nivel del mar con temperaturas promedio de 17,6 grados centígrados (Alcaldía de Guarne, 2015), convirtiéndose así en un escenario ideal para la siembra y cultivo de hierbas aromáticas condimentarias como el tomillo y el romero, las cuales crecen en “alturas comprendidas entre 1.800 y 2.200 msnm” (Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural, 2014). Además, este municipio cuenta con una ubicación privilegiada no solo por sus condiciones térmicas, sus suelos y su alta población agrícola, sino por la cercanía con el Aeropuerto Internacional José María Córdoba, lo que le permite potenciar al máximo la exportación de sus recursos agrícolas.

Ilustración 1. Comportamiento del Mercado de Aromáticas.



Fuente: Procolombia/ Ministerio de Agricultura. 2018

De acuerdo con cifras reportadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), solo durante 2017 las ventas al exterior de hierbas aromáticas lograron un crecimiento de 18%, ya que sumaron un total de US\$37,2 millones.

El potencial del país se encuentra, de acuerdo con estudio realizado por Procolombia, en las ventajas climáticas y el uso de suelos que permite el cultivo de aproximadamente 400 especies de plantas aromáticas y medicinales.

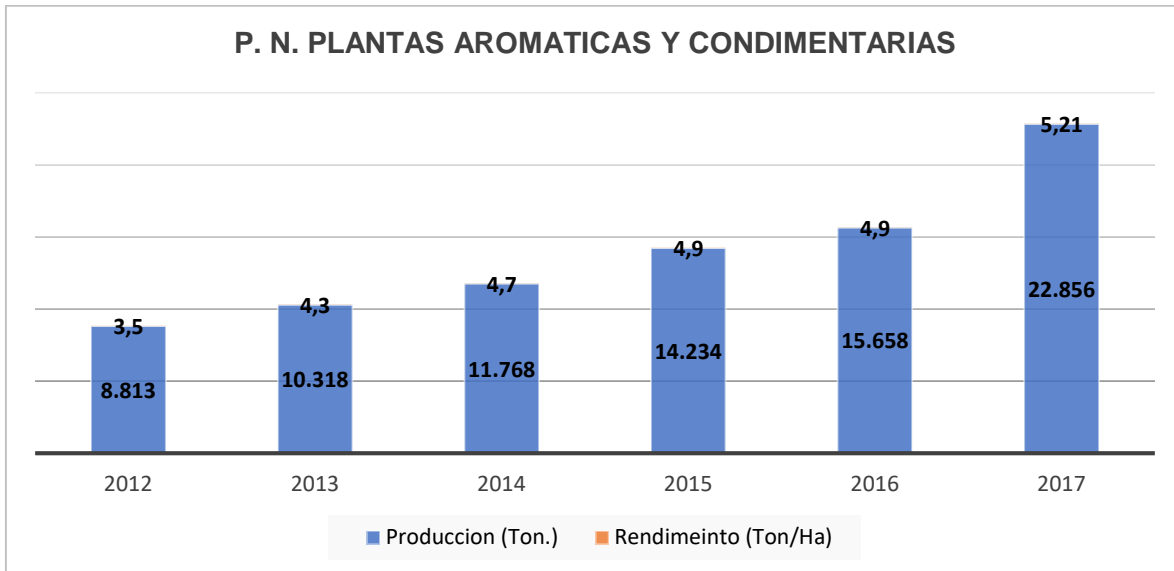
En particular, de acuerdo con la presidenta de la entidad, Flavia Santoro, “es un sector con gran potencial de crecimiento, primero porque Colombia cuenta con 130 especies altamente comercializadas en el mundo y capacidad de producir todo el año y porque la demanda internacional es cada vez mayor”. Esto abre oportunidades para diversos sectores.

Esto, si se tiene en cuenta que 30% de la producción de hierbas aromáticas va destinado a la industria farmacéutica, otro 40% tiene como objetivo la industria alimentaria, mientras que el restante 30% es usado en la elaboración de productos cosméticos.

Alejandro Villamil, gerente de la compañía Suaga Organics, destacó el crecimiento del mercado, pero advirtió que son productos de mucho cuidado, por las variaciones del clima como la lluvia o, por ejemplo, eventualmente una temporada de sequía. *“Este año hemos tenido factores poco favorables, sumado a que varios países tienen requisitos sanitarios que hacen necesario cumplir con diversos estándares”*, consideró Villamil quien, sin embargo, indicó que “cada cliente necesita diversas plantas, como en restaurantes, bares, lo que viene a determinar las variedades que se cultivan”.

Las zonas del país con mayor potencial están en el centro del país. Solo Bogotá concentra la mitad de la producción de hierbas que se registraron el año pasado, mientras que el resto de Cundinamarca capturó 32% de la producción que tiene como principal destino Estados Unidos, a donde llega 70% de las aromáticas locales. (Ministerio de Agricultura, 2018).

La producción nacional de hierbas aromáticas en los últimos seis años ha tenido un importante crecimiento en cuanto a % de producción como en el rendimiento por hectárea cultivada, como lo demuestra la siguiente gráfica según información del Ministerio de agricultura nacional. (Minagricultura , 2018)

Grafica 2. Producción de Tomillo en Colombia en Toneladas.

Fuente Propia. Obtenido de (Minagricultura, 2018)

<https://sioc.minagricultura.gov.co/PlantasAromaticas/Documentos/2018-12-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

En el municipio de Sylvania según el Plan de Ordenamiento Territorial (POT-2001), se contemplan una serie de proyectos agrícolas en los que, con el apoyo de las entidades técnicas como el ICA, SENA y demás, están prestas a prestarle todo el acompañamiento técnico y tecnológico que cada microempresario requiera para hacer que sus proyectos de emprendimiento sean lo más productivos posible.

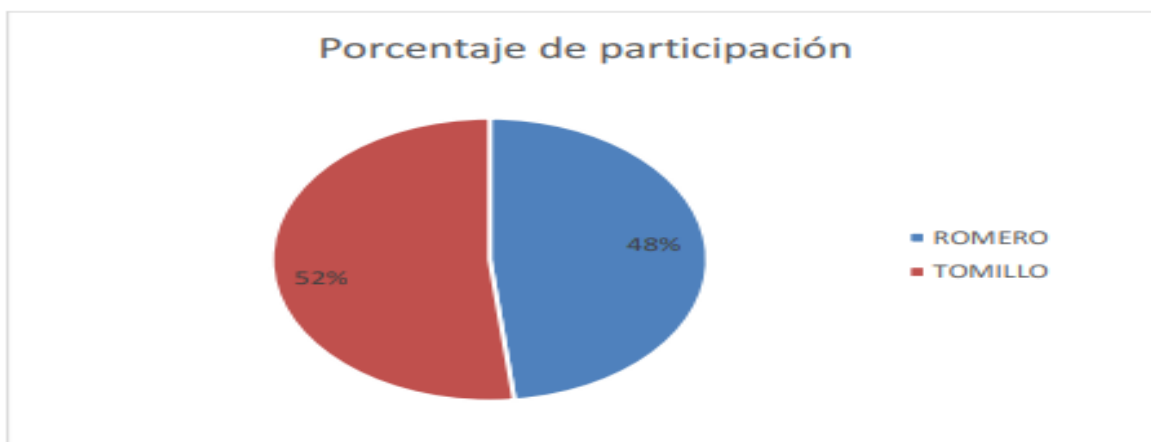
Por otro lado, el gobierno nacional ha implementado en su plan de gobierno el programa (Esquemas de pequeños exportadores 2019) con el propósito de facilitarle las cosas a los pequeños empresarios y que sus productos puedan llegar a los mercados internacionales. En el proyecto se contemplan aspectos importantes como la agilidad en los trámites, créditos con unas tasas de interés bajas entre convenios internacionales para la exportación de productos y servicios entre otros.

5.1.4 Análisis de la Oferta.

Según el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), en Colombia hay actualmente registradas 137 empresas exportadoras de tomillo y romero a nivel nacional, donde se

evidencia que el tomillo tiene una leve ventaja en temas de ofertantes de cuatro puntos en el porcentaje de participación en el mercado de estos 2 tipos de hierbas aromáticas.

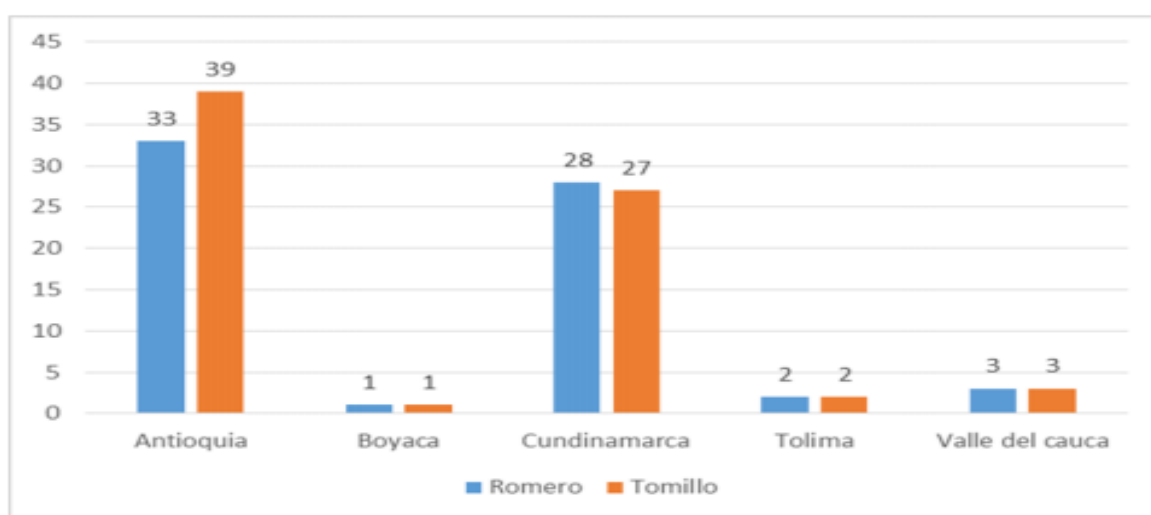
Grafica 3. Participación de Empresas Exportadoras de Romero y Tomillo.



Fuente: Elaboración propia, con base en (ICA, 2017).

Esta mínima diferencia, permite evidenciar que el mercado agrícola colombiano cuenta con una oferta importante para estos tipos de hierbas aromáticas en fresco. Profundizando en la distribución regional de las empresas exportadoras registradas a nivel nacional se logra encontrar que Antioquia y Cundinamarca son los departamentos con mayor número de empresas ofertantes y que Antioquia, como principal departamento exportador, tiene una participación del 51,8% de las empresas a nivel nacional, por encima de los demás departamentos.

Grafica 4. Comparación Exportaciones por Departamento.



Fuente ICA, 2017

Por otra parte, de acuerdo con la emisora Caracol.com (2019), también entre los principales departamentos en producción de hierbas aromáticas se encuentra Boyacá, gracias a su vocación agrícola, que pretende exportar hierbas como la albahaca orgánica, romero, tomillo y laurel, debido a que cuenta con 10 predios productores y una empresa empacadora y exportadora, así como el apoyo de entidades como el ICA, quienes garantizan la calidad sanitaria de los productos junto con sus exigencias de inocuidad.

6. Factores Logísticos

6.1 Condiciones de Transporte

La distribución debe ser rápida porque es un producto con una vida útil muy corta, por lo que se recomienda que el transporte debe tener las condiciones climáticas requeridas como, por ejemplo: los camiones frigoríficos o cualquier otro sistema que permita la conservación de la cadena de frío, la mayoría de estas plantas pueden mantenerse una semana en buenas condiciones, aunque otras plantas pueden durar entre 2 o 3 semanas y otras, meses.

La temperatura óptima de refrigeración es de 2 a 9° C, aunque para optimizar la calidad y la vida de almacenamiento, es necesario mantener una temperatura de 0°C con una humedad relativa superior al 95%. A esta temperatura la vida útil esperada es de unas 3 semanas, mientras que a 5°C se reduce a 2 semanas. En el caso de la albahaca, al ser muy sensible, se debe refrigerar por encima de los 10°C, ya que en caso contrario se ennegrece, haciendo que solo dure de 1 a 2 semanas. Ver tabla 4.

Generalmente el cliente brinda las especificaciones de acuerdo a los estándares de transporte que existen en el mercado y que las empresas internacionales de transporte manejan.

6.1.2 Temperatura Óptima y Humedad Relativa

6.1.3 El almacenamiento es a 0° C (32° F) con >95% de humedad relativa (RH) es necesario para optimizar la calidad y la vida de anaquel. La vida de anaquel esperada es de tres semanas a 0° C (32° F) y 2 semanas a 5° C (41° F).

Efecto de la temperatura con humedad relativa, relativa alta en la calidad visual de las hierbas culinarias frescas almacenadas por 10 días. La calidad visual fue valorada en una escala del 9 al 1, donde 9 es = excelente, 7 = a bueno, 5 es = pasable, 3 es = a malo y 1 es = a inusable, tal como se observa en la Tabla 4.

Tabla 4. Temperaturas de Almacenamiento.

Temperatura de Almacenamiento		
0° C (32° F)	10° C (50° F)	68° C (32° F)
9	8	7

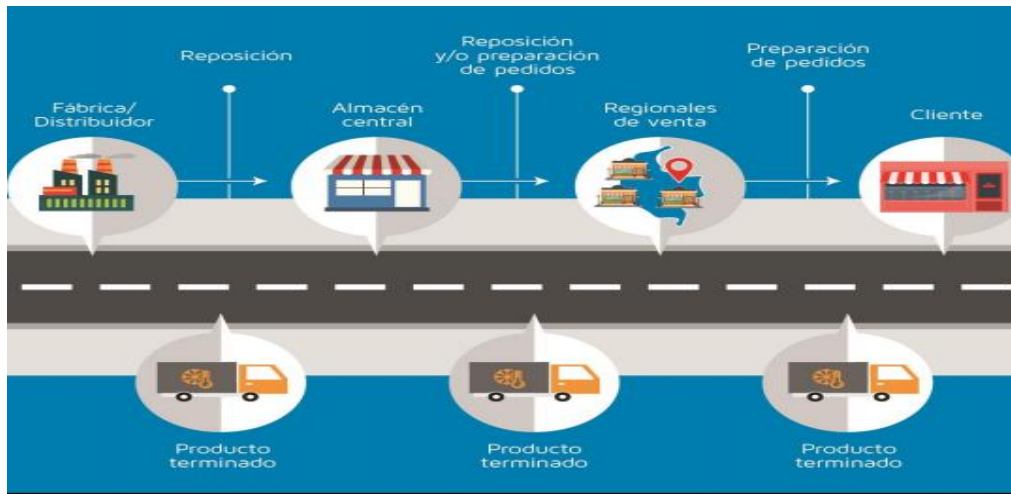
Fuente: Elaboración Propia

6.1.4 Máxima Eficiencia y Efectividad en las Exportaciones

La cadena de distribución internacional y la logística influyen en el costo del producto. Aspectos importantes como el control de temperatura, y conocimiento de las características y tiempos de conservación del producto, empaque acorde al producto para evitar cambios en la temperatura del producto, es importante la incorporación de tecnología que permita la trazabilidad de la temperatura de la mercancía en tiempo real, establecer acuerdos comerciales para consolidar la carga perecedera lo que puede ayudar a reducir los costos (Procolombia, 2016).

La cadena de frío es un proceso clave para la exportación de productos perecederos con calidad, estas recomendaciones son de vital importancia para la exportación del producto en cuestión, a continuación, mediante el uso de una imagen se establece la cadena de frío.

Ilustración 2. Cadena de Frio Para Exportar Productos Perecederos.



Fuente: Procolombia. 2016.

7. Requisitos que debe cumplir un exportador en caso de querer vender el producto con su propia marca.

El Gobierno Nacional mediante Decreto 2788 del 31 de agosto de 2004 de Min-hacienda, regulo el registro único tributario (RUT), este documento se constituye como el único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a las personas naturales o jurídicas sujetos de obligaciones administrativas controladas por la (DIAN), para que puedan adelantar las actividades de exportación, por lo que es obligatorio tramitar este registro en el que se debe especificar la actividad (exportador) Hay que tener en cuenta que el (RUT) sustituyo e incorporo entre otros el registro nacional de exportadores de bienes y servicios en Colombia.

7.1 Clasificación para exportar

Es indispensable tener definido el producto a exportar; es necesario identificarlo dentro de la categorización internacional de mercancías encontrándolo dentro de la clasificación arancelaria. La clasificación arancelaria es un sistema que categoriza las mercancías cuyos primeros seis dígitos se denominan subpartida arancelaria el cual identifica el producto en cualquier parte del país, a adicionalmente cada país en su arancel de aduanas le agrega otros dígitos que por lo general son cuatro para completar diez dígitos. (procolombia s.f.)

7.1.1 Ubicación de la subpartida arancelaria

Para localizar la subpartida arancelaria del producto a exportar cuenta con dos opciones; primero a través del arancel de aduanas, y segundo, con el apoyo informal del centro de información empresarial ZEIKY y de la biblioteca de Min-comercio. Es de aclarar que la DIAN es el único ente territorial autorizado para determinar la clasificación arancelaria según el decreto, 2685/99 Art.236 y la Resolución 4240/00 Art. 154 al 157 de la DIAN – División de arancel, Costo: Medio Salario Mínimo Legal Mensual). (encolombia.com, s.f.)

Para consultar la sub-partida arancelaria usted debe:

1. Para consultar la sub-partida arancelaria del producto en Colombia, primero ingrese a (www.dian.gov.co)
2. En el menú superior, seleccione “Transaccional”, luego de clic en el 2 ícono: Otros servicios y luego de clic en otros servicios informáticos.
3. La partida arancelaria podrá consultarse por estructura nomenclatura, dando clic en el nombre.
4. En la siguiente ventana podrá visualizar las secciones del arancel, determinadas por la clasificación de productos de acuerdo con su naturaleza, en donde cada uno está compuesto de capítulos, los cuales se desplegarán, encontrando la partida y posteriormente la sub-partida que se compone de 10 dígitos.

7.1.2 Procedimiento ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), para la solicitud del certificado de origen.

En el caso de que el comprador en el exterior exija el certificado de origen con el propósito de recibir preferencia arancelaria, o por iniciativa del productor, este último como productor del bien a exportar debe diligenciar una declaración juramentada por producto, esta declaración juramentada es diligencia en línea. Antes de iniciar con la solicitud de la declaración, el productor de la mercancía, persona natural o jurídica debe estar inscrita en el Registro Único Tributario (RUT) según la actividad económica que corresponda al producto objeto de la Declaración Juramentada de Origen. (Dian.gov.co, s.f.)

Recopilar la información sobre la producción y seleccionar el criterio de origen que corresponda, el productor deberá recopilar la información solicitada y con fundamento en las normas de origen según el acuerdo comercial correspondiente. (Dian.gov.co, s.f.)

Es importante aclarar que antes de la solicitud de la declaración juramentada de origen el productor (o la persona que a su nombre hará el procedimiento) deberá obtener una firma digital a cualquiera de los siguientes proveedores como son: Sistema De Gestión Electrónica SGE, Certicámaras, o Andes SCD. (Dian.gov.co, s.f.)

En el siguiente link se ingresa para el diligenciamiento de la declaración juramentada de origen <https://muisca.dian.gov.co/WebArquitectura/DefLogin.faces>, una vez se hace el procedimiento de “envío” de la declaración juramentada de origen, a través del sistema informático, con lo cual se entiende como presentada, hecho que lo habilita para solicitar la expedición de pruebas de origen a la DIAN. (muisca.dian.gov.co)

Según la (DIAN) mediante circular 0056 del 20 de diciembre de 2011, los Certificados de Origen pueden reclamarse en las Divisiones de Gestión de la Operación Aduanera de las siguientes ciudades:

- ❖ Bogotá, Calle 26 No. 106-39, 2° piso, Centro Administrativo de Carga (CAC)
- ❖ Barranquilla, Avenida Hamburgo Carrera 30, Edificio DIAN - piso 2°.
- ❖ Medellín, Carrera 52 No. 42-43, 2° piso, Alpujarra
- ❖ Cali, Carrera 3 No. 10-60, mezanine
- ❖ Cartagena, Manga 3ª avenida, Calle 28 No. 25-76
- ❖ Santa Marta, Carrera 1ª No. 10A-12, DIAN – Sociedad Portuaria
- ❖ Cúcuta, Avenida 7ª No. 19 N-21 Edificio Aduanas, vía aeropuerto
- ❖ Ipiales, Carrera 6 No. 15-23
- ❖ Bucaramanga, Calle 36 No. 14-05
- ❖ Buenaventura, Calle 3 No. 2-18
- ❖ Manizales, Calle 22 No. 23-17, Edificio Manuel Sanz
- ❖ Pereira, Carrera 15 No. 14-05, Edificio Pinares Plaza

Nota: la expedición de los certificados de origen no tiene costo.

7.1.3 Solicitud de vistos buenos

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

Para el caso de las hierbas aromáticas por ser productos exportados en la mayoría de los casos en fresco, se requiere de vistos buenos o permisos previos a la exportación, los cuales deben ser tramitados antes de la presentación de la declaración de exportación ante la DIAN. Entre los más comunes son: INVIMA (Medicamentos, Alimentos, Productos Cosméticos) y el ICA (Sanidad animal y vegetal), existen otros entes que expiden estos vistos buenos o permisos para otros productos como, por ejemplo: Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (Preservación Fauna y Flora Silvestre), Secretaría de Ambiente (Madera y Semillas), Inge-ominas (Piedras Preciosas, Esmeraldas y Metales Preciosos), Ministerio de Cultura (Arte, Cultura y Arqueología), etc. (encolombia.com, s.f.)

7.1.4 Procedimientos Aduaneros para Despacho Ante la DIAN en el Trámite de exportación.

Al momento de la exportación verifique los términos de negociación conocidos comúnmente como (incotems) si así lo requiere utilice el agente de carga (vía aérea) o agente marítimo al momento de la contratación del transporte internacional, y solicite acceso al sistema de información de la DIAN para diligenciar la solicitud de autorización de embarque directamente, esto en el caso de que la exportación no supere los USD\$10.000, ahora bien, si el valor de la exportación es superior a este monto debe realizar este procedimiento mediante una agencia de aduanas autorizada por la DIAN, tener en cuenta que este trámite se debe realizar ante la administración de aduanas por donde se va a despachar la mercancía anexando la siguiente documentación:

1. Factura Comercial
2. Lista de Empaque (si se requiere)
3. Registros Sanitarios o Vistos Buenos (sí lo requiere el producto)
4. Documento de Transporte
5. Otros documentos exigidos para el producto a exportar

7.1.5 Procedimientos cambiarios (reintegro de divisas)

Toda exportación por lo general genera la necesidad de la reintegración de las divisas, esto se hace mediante la intermediación bancaria como los bancos y demás entidades financieras, los exportadores deben realizar la venta de las divisas a los intermediarios ya mencionados, y solicitar y diligenciar el formulario declaración de cambio N° 2. (encolombia.com, s.f.)

8 Requisitos generales de producción, elaboración y comercialización de productos orgánicos, importados en los estados Unidos.

Producto “Orgánico”, “ecológico” o “biológico”, es un sistema de producción agrario sostenible en el tiempo, que, mediante el manejo racional de los recursos naturales sin el uso de productos químicos, ofrezca alimentos saludables y abundantes, y que conserve o aumente la fertilidad del suelo, la diversidad biológica y que así mismo, admita la identificación clara por parte de los consumidores, de las características importantes a través de un método de certificación que las avale

8.1 Quien realiza las certificaciones orgánicas.

Estas certificaciones las pueden dar entidades públicas y privadas, autorizadas por el ministerio de agricultura nacional. Las cuales son otorgadas mediante un certificado de conformidad una vez que se haya aprobado el pleno cumplimiento de la norma según los casos.

8.1.1 Que se certifica.

En primera instancia se certifica a los productores.

- Individuales y grupos de productores
- Productos, según el alcance de cada norma (fertilizante o material de protección vegetal)

8.1.2 Procesadores.

- Almacenes, procesos primarios, manufactura, oficinas de exportación, administración
- Productos, según importancia de cada norma.

8.1.3 Comercializadores.

Traders (Comerciantes), Todo producto que se comercialice bajo la denominación de “Producto Agropecuario Ecológico”, deberá estar certificado por un organismo de certificación autorizado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Adicional a ello, deberán cumplir con los requisitos establecidos en el Capítulo IX, de la resolución 187 2006, sobre almacenamiento y transporte. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural , 2006)

El ministerio de agricultura en la actualidad tiene habilitados a unos particulares para que les apoye en los procesos de certificación, para certificar los productos producidos en Colombia bajo el sello ecológico, como son:

- ✚ Agricultura ecológica en Estados Unidos; (**USDA organic regulation - USDA NOP**) <https://www.ams.usda.gov/rules-regulations/organic>
- ✚ La certificación permite la comercialización de sus productos ecológicos en Estados Unidos.
- ✚ CERTIFICADORA BIOTROPICO SAS (es la única certificadora ecológica 100% colombiana) <http://www.biotropico.com/web/>
- ✚ CERES COLOMBIA S.A.S <http://cerescolombia-cert.com/>
- ✚ ECOCERT COLOMBIA LTDA <https://www.ecocert.com/es/quienes-somos>

Estas certificaciones son identificadas por sellos o logotipos impresos en los envoltorios de los alimentos, estos sellos tienen el nombre de la certificación, el código de la autoridad y la leyenda, “Agricultura Ecológica” todo esto representa el cumplimiento de las normas propias de cada país.

8.1.4 Requisitos para terrenos

Todo campo o parcela cultivable y que la recolección de la cosecha sea destinada para la vender o marcada como “orgánico” no deberán tener sustancia prohibidas aplicadas durante un periodo de tiempo de tres años seguidamente preliminares a la recolección de la cosecha.

8.1.5 Producción Paralela

No se puede plantar cultivos convencionales o cultivar productos de la misma variedad o variedad diferente que no pueda ser fácilmente diferenciada, de los productos producidos de acuerdo con la metodología de producción orgánica en la misma unidad productiva.

8.1.6 Zonas de amortiguamiento

Las parcelas o las instalaciones de producción o almacenamiento de la unidad de producción orgánica deben estar bien separadas de las otras unidades no orgánicas, tales como: árboles, arbustos, surcos vacíos etc. Con el propósito de evitar la contaminación de los productos con sustancias no permitidas.

8.1.7 Fertilidad del suelo

Se deben implementar las prácticas de labranza y cultivos que conserven u optimicen la condición biológica del suelo con el fin de minimizar la erosión del suelo.

8.1.8 Plagas, enfermedades y control de malezas

- Las malezas, plagas y enfermedades se deben controlar mediante la combinación de:
 - control mecánico y/o máquina.
 - Mediante la rotación de los cultivos.
 - Cultivos intercalados o cultivos mixtos.
 - Selección de especies o variedades resistentes o tolerantes a las enfermedades.
 - Mediante la protección de enemigos naturales y el suministro de condiciones favorables a ellos (por ejemplo, cubiertas, nidos, liberación de predadores etc.)

8.1.9 Registros

Los productores deben llevar registros de los siguientes procedimientos:

- Registro de fertilización
- Registro de protección de plantas
- Registros de cosechas

8.1.10 Componente social

Según resolución 187 de 2006

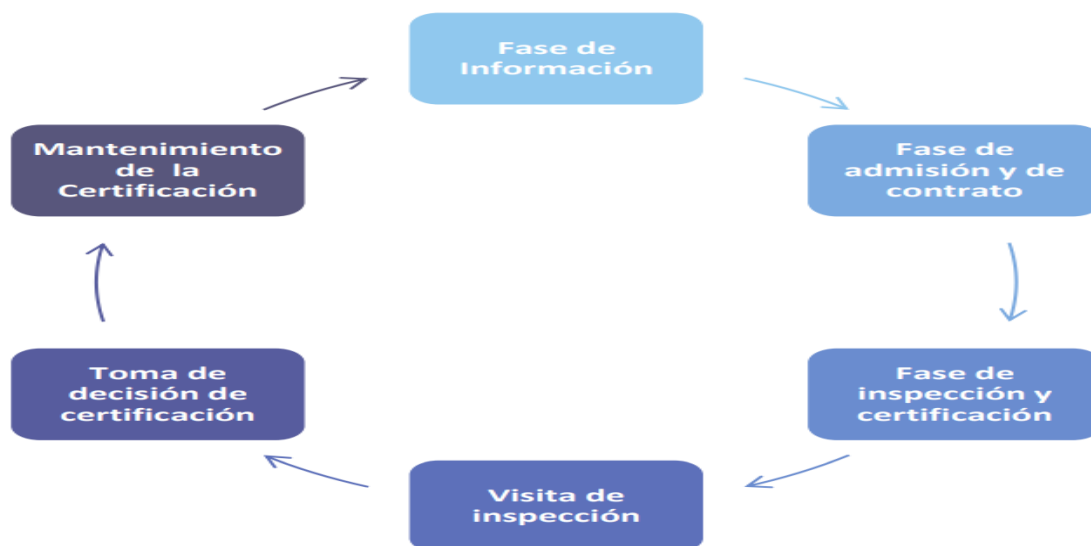
- Respetar los derechos de los trabajadores; Cumplimiento de la normatividad nacional vigente concernientes a SG-SST y bienestar laboral.
- Manejo de agua; se debe implementar planes de conservación, permisos de uso, calidad y manejo de vertimientos.
- Periodo de conversión; Todos los productos en producción, ingresan a transformación en un plazo no mayor a tres años.

8.1.11 Registros y requisitos mínimos de control.

Al iniciarse el proceso de certificación el organismo de control deberá crear un registro con los antecedentes de cada una de las unidades productivas mediante una inspección o informe inicial, que contemplará como mínimo:

- ✚ Nombre del establecimiento y datos personales del productor.
- ✚ Ubicación geográfica.
- ✚ Descripción de la unidad productiva y los segmentos en los que se divide, tales como área de producción, área de almacenamiento, transformación, envasado u otros.
- ✚ Identificación de los predios colindantes y tipo de actividades que realizan.
- ✚ Descripción de instalaciones y equipos
- ✚ Programa de limpieza y control sanitario de equipos, máquinas, elementos de transporte y depósitos a fin de evitar posibles contaminantes.

Ilustración 3. Proceso de Certificación Como Productor Orgánico



Fuente: <http://www.fedeorganicos.com/wp-content/uploads/2017/07/PROCESO-CERTIFICACION-ORGANICA-CONTROL-UNION-COLOMBIA.pdf>

8.1.12 Normas técnicas de origen y los obstáculos al comercio.

En las últimas décadas el número de normas o reglamentos técnicos diseñados por los países han aumentado de manera considerable, esto a raíz del aumento de los niveles de vida a nivel mundial, por lo que se ha hecho necesario la demanda de productos seguros y de alta calidad por parte de los consumidores, pero también por la alta contaminación del agua utilizada en todos los procesos de producción y conversión de los productos agroindustriales, especialmente los relacionados con la producción a escala en todo el mundo, pero también por la contaminación atmosférica y la contaminación del suelo lo que ha generado en las sociedades modernas a la búsqueda de productos para el consumo humano y que en el proceso de producción se impacte de manera positiva el medio ambiente. (Organización Mundial del Comercio (OMC) , 2016)

A raíz de la necesidad por dar cumplimiento a la normatividad y procedimientos técnicos de los distintos países los costos se han incrementado de manera exponencial tanto para los productores como para los exportadores, en primera instancia, por lo general deben traducir esos reglamentos extranjeros, la contratación de expertos que puedan explicar estos reglamentos, pero también en la mayoría de los casos se deben hacer grandes inversiones en la adaptación de las fincas e instalaciones de producción para ajustarlas según los requerimientos hechos por cada país y según el objetivo de mercado de cada productor o exportador. (Organización Mundial del Comercio (OMC) , 2016)

Estos costos adicionales que por lo general no están contemplados en los planes producción de los productores y exportadores, son uno de los factores por los que en la mayoría de los casos los empresarios desisten de comercializar sus productos en los mercados internacionales, también hay que tener en cuenta que en muchos casos la implementación de estas normas o reglamentos técnicos son implementados con el

propósito de proteger la producción nacional de cada país. (Organización Mundial del Comercio (OMC) , 2016)

Las normas y los reglamentos técnicos están diseñados para establecer las características específicas de los productos como son:

El empaque, la forma, el tamaño, el diseño, el rendimiento, las funciones, pero también la manera como se embala o etiqueta antes de sacarlo al mercado, incluso en algunos casos hasta la manera como se elabora el producto puede incluirse en esas características, en este caso según la (OMC 2016) es más conveniente la elaboración de los reglamentos técnicos y normas inherentes a los métodos y procesos de producción en vez de las características de los productos. (Organización Mundial del Comercio (OMC) , 2016)

Es importante tener en cuenta que el diseño de estas normas y reglamentos técnicos deben ser concertados entre los países interesados, por lo menos es lo que aconseja la (OMC) aunque este organismo es consciente de que cada país debe proteger la producción nacional para evitar la quiebra de la industria local, pero también para evitar el despido masivo de trabajadores por la importación no controlada de productos al país.

En Colombia existe una serie de reglas o especificaciones que dan línea sobre los requisitos que deben cumplir los productores, exportadores y comercializadores que quieran vender productos ecológicos, bien sea a nivel nacional como internacionalmente.

El estado colombiano mediante el instituto colombiano de normas técnicas y certificación (ICONTEC) establece en coordinación con la ISO a nivel internacional la creación de las normas según requerimientos del estado, con el fin de ser coherentes con las exigencias internacionales de las diferentes normas.

Entre las normas técnicas más importantes que rigen la producción de productos ecológicos están:

- 1) GTC 253: 2015, Guía para la adecuación y la comercialización de frutas, hierbas aromáticas culinarias y hortalizas frescas.
- 2) NTC 4772:2008 Calidad del agua, detección de recuento de escherichia coli y de bacterias coliformes.
- 3) NTC 5400:2012, Buenas prácticas agrícolas para frutas, hierbas aromáticas culinarias y hortalizas frescas. Requisitos generales.
- 4) NTC 5801:2018, Sistema de gestión de la innovación. Requisitos.
- 5) NTC512-1:2007, Industrias alimentarias, rotulado o etiquetado.

Mediante el siguiente link se pueden ver las normas anteriormente mencionadas:

<https://tienda.icontec.org/>

Normas establecidas por los estados unidos para el ingreso de productos ecológicos (importaciones)

A continuación, se relacionan algunas de las normas técnicas de origen más importantes establecidas en los Estados Unidos para la importación de productos orgánicos.

1. 205.271 Norma de práctica de manejo de plagas en instalaciones.
2. 205.206 Norma de práctica de manejo de plagas, malezas y enfermedades de cultivos.
3. 205.205 Norma de práctica de rotación de cultivos.
4. 205.201 Plan del sistema de producción y manejo orgánico
5. 205.203 Estándar de práctica de manejo de la fertilidad del suelo y el manejo de nutrientes del cultivo.

Las normas anteriores se pueden conseguir en el siguiente enlace.

Código Electrónico de Regulaciones Federales

<https://www.ecfr.gov/cgi->

[bin/retrieveECFR?gp=&SID=bd8c7133c3d8ea9dd75e31eaa425ae1&mc=true&n=pt7.3.205&r=PART&ty=HTML#se7.3.205_1201](https://www.ecfr.gov/cgi-bin/retrieveECFR?gp=&SID=bd8c7133c3d8ea9dd75e31eaa425ae1&mc=true&n=pt7.3.205&r=PART&ty=HTML#se7.3.205_1201)

Reglamentos orgánicos estadounidenses,

http://www.bolicert.org/files/REGULACION_NOP_USDA.pdf

9 Factores de Exportación

9.1 Ruta Exportadora

A continuación, se expone paso a paso el procedimiento que se debe realizar para proceder al proceso de exportación según lo indica Procolombia 2020.

9.1.1 Preparación Para Exportar

- Evaluar el potencial exportador, para lo cual se requiere evaluar la disponibilidad de producto con que se cuenta para exportar, y ofrecer únicamente solo lo que se esté en capacidad de producir de manera estable y permanente.
- Evaluar y ajustar la calidad del producto según los requerimientos del mercado, teniendo en cuenta las necesidades del cliente para lo cual se debe tramitar las certificaciones de calidad internacionales.
- Darle al producto un valor agregado como factor diferenciador frente a la competencia lo que genera un mayor potencial comercial.
- Contar con las condiciones necesarias para enfrentarse a los nuevos retos como el establecimiento de precios competitivos, pero también cumplir con los estándares de seguridad en la calidad del producto.
- Adecuación del producto según las necesidades y las condiciones de cada mercado, teniendo en cuenta barreras como la cultura, regulación, atributos físicos y de empaque del producto.
- Revisión del estado de la compañía en los aspectos administrativos, financieros, legales, de producción y la experiencia en el mercado nacional de acuerdo con los intereses de la internacionalización.

9.1.2 Potencial de Internacionalización y los Requisitos Para el Producto.

Posición arancelaria del producto **0910.91.00.00**, Con este número se puede:

- ✓ Analizar el comportamiento del producto en el mercado internacional.

- ✓ Conocer el arancel aduanero de los mercados de interés.
- ✓ Conocer otros requerimientos que puede tener el producto para ingresar a los mercados objetivo.

La DIAN establece los datos generales del producto en la que se identifica la posición arancelaria, con esta puede conocer los documentos de soporte para la exportación del producto como son los vistos buenos otorgados por las agencias nacionales como el ICA y el INVIMA entre otros (DIAN, 2020).

Tabla 5. Perfil de la Mercancía.

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	0910.91.00.00			01-ene-2017		
Descripción	Café, té, yerba, menta mate y especias jengibre, azafrán, cúrcuma, TOMILLO , hojas de laurel, curry, y demás especias. Las demás especias: Mezclas previstas en la nota 1 b) de este capítulo					
Unidad física	Kg- kilogramo			01-ene-2017		

Fuente: DIAN, 2020

9.1.3 Sub-partida Arancelaria del tomillo.

Como ejemplo y según (muisca.dian.gov.co s.f.) en el tratado de libre comercio entre Estados Unidos y Colombia bajo acuerdo 096, el gravamen es del 0.00% lo que

quiere decir, que no existe un arancel para el tomillo al momento de ingresar al mercado americano.

“Los aranceles de las mercancías originarias incluidas en las fracciones arancelarias en la categoría de desgravación A en la Lista de una Parte deberán ser eliminados completamente y dichas mercancías deberán quedar libres de aranceles en la fecha en que este Acuerdo entre en vigor” (Mincomercio , s.f.).

Sin embargo, según (muisca.dian.gov.co s.f.) el Café, té, yerba mate y especias Jengibre, azafrán, cúrcuma, tomillo, hojas de laurel, «curry» y demás especias. Mezclas previstas en la Nota 1 b), desde el 2017 están grabadas con IVA del 19% por kilogramo para la comercialización interna de este tipo de hierbas en el país.

9.1.4 Logística Internacional

La eficiencia y eficacia en las exportaciones. La cadena de distribución física internacional y la logística influyen de manera significativa en el costo final del producto, Colombia es un mercado de oportunidades, es un punto estratégico en el norte y Sur América, entre la Costa Este y Oeste de EE. UU y Asia, puertos y aeropuertos nacionales en los que se enlazan las más importantes navieras y aerolíneas del mundo, lo que quiere decir que Colombia es sin duda alguna un punto estratégico de la conectividad mundial. (Procolombia, 2019).

9.1.5 Términos de Negociación (Incoterms 2010)

Los Incoterms son un conjunto de reglas aplicables internacionalmente destinadas a facilitar la interpretación de los términos comerciales comúnmente utilizados en comercio exterior. Estos son desarrollados, mantenidos y promovidos por la Comisión de Derecho y Práctica Mercantil de la Cámara de Comercio Internacional (CLP-ICC). Que busca facilitar la venta de bienes a través de un lenguaje de términos de negociación universal. (Orlando Cifuentes Bolaños, 2012).

9.1.6 Objetivos de los Incoterms.

Es el establecimiento de una normatividad internacional para la interpretación de la terminología más usada en el comercio internacional, para evitar la incertidumbre derivada de las distintas interpretaciones de estos en los diferentes países. (Orlando, 2012)

9.1.7 Los Aspectos que Regulan los Incoterms.

Básicamente son cuatro aspectos los que regulan los Incoterms como son: condiciones de entrega de las mercancías, distribución de trámites documentales de la operación, transferencia de riesgos en la operación y la distribución de los gastos en la operación. (Orlando, 2012)

Para el comercio internacional existen diferentes modalidades de transporte de las mercancías, según las necesidades o requerimientos de los exportadores e importadores como se muestra en la siguiente imagen. (Orlando, 2012)

A continuación, se presentan los diferentes Incoterms establecidos internacionalmente, los Incoterms son las condiciones de negociación y normas internacionales. Para lo cual se requiere de asesoría profesional. (Orlando, 2012)

Ilustración 4. Incoterms 2010.

	Modo de Transporte	Empaque y Embalaje	Cargue	Transporte en país de origen	Aduana de Exportación	Manipulación en origen	Transporte Internacional	Seguro	Manipulación en destino	Aduana de Importación	Transporte en país de destino	Entrega al comprador
EXW C.M.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FCA C.M.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FAS Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FOB Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CPT C.M.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CIP C.M.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CFR Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CIF Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DAT C.M.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DAP C.M.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DDP C.M.	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

● C.M. Cualquier Modo Vendedor
 ● Comprador

Fuente: INCOTERMS 2010 Cámara de Comercio Internacional

Fuente: Procolombia, 2010

https://www.colombiatrading.com.co/sites/all/modules/custom/mccann/mccann_ruta_exportador/files/Incoterms.pdf

9.1.8 Los Incoterms más Adecuados.

El objetivo principal de los Incoterms es establecer los criterios acerca de la distribución de los costes, así como de la transmisión de los riesgos entre el comprador y el vendedor en el contrato de una transacción comercial internacional. (Orlando, 2012)

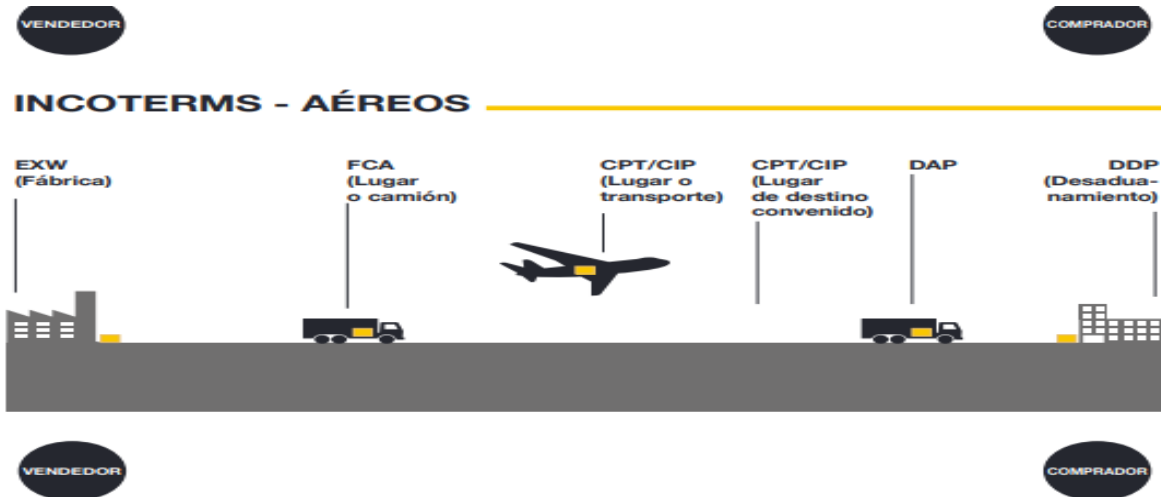
Es importante destacar que los Incoterms no se tratan de un esquema jurídico de obligatorio cumplimiento, sino que son una serie de condiciones estandarizadas y aceptadas tanto por el comprador como por el vendedor. Gracias a esta normalización, ambas partes son conocedoras en todo momento de los requisitos a los cuales deben atenerse. (Orlando, 2012)

Básicamente, los Incoterms se encargan de regular cuatro aspectos fundamentales en un contrato de compraventa internacional:

- **Entrega de mercancías.** Se trata de una obligación para el vendedor una vez acordada la transacción con la parte compradora. A su vez, existen dos tipos de entrega:
- **Directa.** Se define cuando la mercancía se traspasa directamente al comprador y se rige bajo los términos “E” y “D”. (Orlando, 2012)
- **Indirecta.** Se utiliza en caso de que los artículos se entreguen a través de un intermediario, un transportista o un transitorio. Los términos correspondientes a este tipo de entrega son los “F” y “C”. (Orlando, 2012)
- **Transmisión de los riesgos.** Este aspecto es fundamental dentro de los Incoterms, ya que se basa en que el traspaso de los riesgos (y en muchos casos también los gastos) tiene lugar en el lugar y en el momento definidos, según el contrato y el Incoterms correspondiente. (Orlando, 2012)
- **Distribución de los gastos.** Normalmente, el vendedor se hace cargo de todos los gastos necesarios para que la mercancía llegue a su destino en correctas condiciones, mientras que el comprador corre con los gastos restantes. (Orlando, 2012)
- **Trámites en la aduana.** Generalmente, el vendedor es quien se encarga de los documentos de exportación, excepto en el caso del Incoterms EXW (Ex Works, En Fábrica), que no cuenta con despacho aduanero de exportación y mediante el cual el comprador se hace responsable de la exportación. (Orlando, 2012)

En este caso, se suele contratar a un agente de aduanas o un transitorio en el país de expedición para que se encargue de la gestión de los trámites correspondientes. En el resto de Incoterms sí es necesario el despacho de aduanas, por lo que la exportación será responsabilidad del vendedor.

Ilustración 5. Incoterms Aéreos.



Fuente: Incoterms (2010)

Ilustración 6. Reglas Para Cualquier Modo o Modos de Transporte.

		PAIS, CIUDAD, LUGAR DE ORIGEN					TRANSPORTE PRINCIPAL		PAIS, CIUDAD, LUGAR DE DESTINO				
		Embalaje, verificación control	Licencias Autorización es otras formalidades	Carga al Camión o Contenedor en fábrica o almacén	Transporte interior país de origen. De fábrica puerto, a aeropuerto terminal o a transportista	Formalidad es aduaneras exportación	Costes manipulación terminal origen, Puerto aeropuerto, tir, Tren, Etc.	Transporte principal internacional	Seguro mercancía. Seguro mercancía	Costes manipulación terminal destino. Puerto aeropuerto tir, Tren, Etc.	Formalidades aduaneras importación. Arancel, Impuestos, interiores y especiales y tramites	Transporte interior país de destino. De puerto, aeropuerto o terminal a fábrica u operador logístico.	Recepción y descarga
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
REGLAS PARA CUALQUIER MODO O MODOS DE TRANSPORTE													
EXW. franco fabrica	A	Coste											
	Riesgo			A1									
FCA. Franco porteador.	B	Coste											
	Riesgo			B1	B2								
CPT. Transporte pagado hasta.	C	Coste											
	Riesgo						C1	C2					
CIP. Transporte y seguro pagado hasta	D	Coste											
	Riesgo						D1	D2					
DAP. Entrega en terminal	E	Coste											
	Riesgo								E1				
DDP. Entrega en terminal	F	Coste											
	Riesgo										F1		
DDP. Entregada derechos pagados	G	Coste											
	Riesgo									G1			

Fuente. Proexport. (2020)

10 Seguros de Transporte del Producto

Es indispensable el aseguramiento del producto ya que esto permite minimizar las pérdidas del producto por alguna circunstancia que se pueda presentar en el transporte del producto hacia el mercado objetivo.

Es importante conocer la trayectoria del recorrido de la carga que tiene el producto, el seguro de la carga debe ser del 110% el cual debe cubrir desde el punto de entrega hasta por lo menos el lugar de destino acordado y en la misma moneda acordado.

Los amparos del seguro, todo riesgo, amparo básico, amparo de guerra, (mar y cielos internacionales) y AMIT (Actos mal intencionados de terceros) (Procolombia, 2016)

10.1 Alianzas de Transporte Internacional

La identificación de aliados en los mercados tanto nacionales como internacionales son de vital importancia para enfrentar los retos del proceso de exportación, con estas alianzas se obtienen los siguientes beneficios:

- Mayor poder de negociación con los canales de distribución
- Reducción de costos en el tema de promoción
- Mayor rentabilidad o mejores condiciones en el proceso de negociación. (Procolombia, 2020).

En Colombia existen empresas transportadoras reconocidas internacionalmente que apoyan a los exportadores colombianos como DEPRISA, COORDINADORA, Copa Airlines, Servicios de envíos de Colombia 472, DHL, FEDEX entre otras.

10.1.1 Empresas Importadoras en Estados Unidos

Es importante la identificación de los importadores del producto en el mercado objetivo especialmente los mayoristas y comercializadores, por lo tanto y después de una

sería revisión de documentos se pudo encontrar los posibles clientes para el producto que se requiere exportar según la siguiente tabla.

Tabla 6. Principales Mayoristas Importadores de Hierbas Aromáticas en USA.

Empresa	Ciudad - Estado	Actividad
American Roland Food	New York - New York	Importador/Distribuidor
Goodness Gardens	New York - New York	Importador/Distribuidor
RFI Ingredients	Blauvelt - New York	Importador/ procesador
Adrian America Inc	Rahway - New Jersey	Importador/ procesador
International Foodsource	Dover - New Jersey	Importador
Jose´s Herbs and Produce Inc	Miami - Florida	Importador/ procesador/ Distribuidor
Rainforest spices	Miami – Florida	Importador
Mc Herbs LLC	Miami – Florida	Importador/Distribuidor
Boston Tomato	Boston – Massachusetts	Importador/ procesador/ Distribuidor
Goodness Greeness	Chicago – Illinois	Importador/Distribuidor
Morton & Bassett Spices	Novato – California	Procesador/ Distribuidor
Organic Planet, Inc	San Francisco – California	Importador
Starwest Botanicals	Rancho Córdoba – California	Procesador/ Distribuidor
Tripper, Inc	Oxnard – California	Importador
Whole Herb Company	Sonoma - California	Importador/ procesador
Nuevo Latino Natural Food Company	Boulder – Colorado	Importador
Oregon spice company	Portland – Oregon	Importador
Mountain Rose Herbs	Eugene – Oregon	Importador/ procesador/ Distribuidor

Fuente: Arango V. M., Franco Lara, E. (2017)

10.1.2 Requisitos Sanitarios del INVIMA

Acto administrativo expedido por el INVIMA, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, procesar, envasar, exportar y/o comercializar un alimento de alto riesgo en salud pública con destino al consumo humano.

Para lo cual el INVIMA certifica mediante la expedición del formulario único de solicitud de notificación sanitaria obligatoria para los productos.

Se requiere cumplir con las indicaciones dadas en el Artículo 34 de la Ley 1122 de 2007, en la que se verifican los siguientes aspectos:

- Evaluación de factores de riesgo
- Inspección, vigilancia y control de la producción y procesamiento de alimentos
- Inocuidad en la exportación
- Señalización e identificación en la cadena de distribución

Así mismo, para el caso de la exportación de hierbas aromáticas, de acuerdo con la Guía práctica para obtener el certificado sanitario de exportación y el certificado de inspección sanitaria de exportación (INVIMA, 2020), se identifican los trámites que deben adelantarse ante el INVIMA:

- Registro sanitario
- Notificaciones sanitarias obligatorias
- Vistos buenos
- Certificado de inspección sanitaria
- Certificado de exportación
- Inspección y certificación de alimentos y materias primas
- Inscripción de las instalaciones de cultivo, acopio y empaque

De igual manera, según la fuente arriba citada, es fundamental seguir el procedimiento para obtener el certificado sanitario de exportación:

- Reunir los documentos:
 - Recibo de consignación
 - Composición cualitativa y forma del producto

- Descripción del proceso de fabricación del producto
 - Especificaciones del producto y de las materias primas
 - Certificado de calidad de producto terminado y de las materias primas que fueron empleadas en la elaboración del producto
 - Autorización del titular del producto
 - Fotocopia de la cédula de ciudadanía (ampliada 150%)
 - Conocer la normatividad del país de destino
- Realizar el pago del certificado de exportación para alimentos (En 2020 tiene un valor aproximado de \$ 200.000)
 - Radicar los documentos
 - Notificarse del acto administrativo

10.1.3 Documentación Requerida Para la Entrada del Producto

- **Documento de importación.** En los procesos de importación, los gobiernos han implementado una serie de requisitos para que puedan entrar al país tanto productos como servicios una serie de requisitos con el objetivo de proteger la industria interna, en el caso de Colombia existe de la declaración de importación que se le exige al importador como uno de los requisitos para la entrada de productos al país
- **Documento de transporte.** Es el documento fluvial, aéreo, marítimo terrestre o ferroviario, que el transportador respectivo, el agente de carga internacional o el operador de carga multimodal, entrega como certificación del contrato de transporte recibido por la mercancía que será entregada al destinatario en el sitio de destino del producto en el mercado internacional.
- **Factura comercial.** La factura comercial es el documento base de la negociación comercial, ésta la redacta el vendedor, en esta se describen aspectos importantes como son: la inspección, forma de pago y el consignatario, este documento es usado para inspección de la aduana en los puntos de exportación e importación, como inspección por parte del comprador de la mercancía y el pago de la mercancía.
- **Lista de empaque.** Es el documento mediante el cual el exportador, el importador, el comprador, el transportista, la compañía de seguros y la aduana, pueden identificar las

mercancías y saber que contiene cada caja o bulto, para lo cual se usa una lista de empaque metódica que coincida con la factura comercial.

- **Certificado de origen.** Documento mediante el cual se acredita que los productos cumplen con el criterio de origen de un tratado, este documento se consigue con el fin de acogerse a las preferencias arancelarias determinadas en los tratados de libre comercio firmados por Colombia.
- **Declaración andina de valor.** Este documento lo emite el agente de aduanas o el operador económico el cual debe complementarse en dos hojas DV1 y DV1 bis, sirve para que el importador declare de manera fidedigna todos los elementos que van a servir de base para el cálculo de del valor en la aduana de la mercancía.
- **Sociedades de comercialización internacional.** Documento que contiene la descripción de la estrategia comercial a desarrollar en un mercado específico y el conjunto de todas las acciones que se deben realizar para lograr la comercialización de sus productos y/o servicios en el exterior.
- **Volúmenes disponibles para el mercado externo.** Abastecimiento del producto o materias primas (ventajas en precio, volumen, calidad o disponibilidad). Características de calidad del producto superiores a las de la competencia, y consistencia de la calidad en el tiempo.
- **Acuerdos comerciales.** De acuerdo con lo anterior y según el ministerio de comercio industria y turismo, Colombia en la actualidad tiene firmados y vigentes acuerdos comerciales con los grandes grupos comerciales, otros acuerdos suscritos, y otros en proceso de negociaciones como se relaciona a continuación en la siguiente tabla.

Tabla 7. Acuerdos Comerciales de Colombia.

VIGENTES	SUSCRITOS		A FUTURO
1. CAN (Perú, Ecuador, Bolivia, Venezuela)	1) Estados Unidos	1) Corea del Sur	1) Japón
2. MERCOSUR (Argentina, Paraguay, Uruguay y Brasil) Chile	2) EFTA (Islandia, Noruega)	2) Panamá 3) Turquía	2) Australia 3) Nueva Zelanda 4) Comunidad del Golfo
3. G2-México			5) Costa Rica

4. Triángulo Norte (Honduras, Guatemala y El Salvador)	3) Unión Europea		6) República Dominicana
5. Canadá			
6. EFTA (Suiza, Liechtenstein)			

Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2019).

En la formalización de los procesos de exportación del producto se establecen los criterios y formalidades que la empresa debe realizar para dicha formalización, se tiene en cuenta de manera sucesiva los siguientes aspectos:

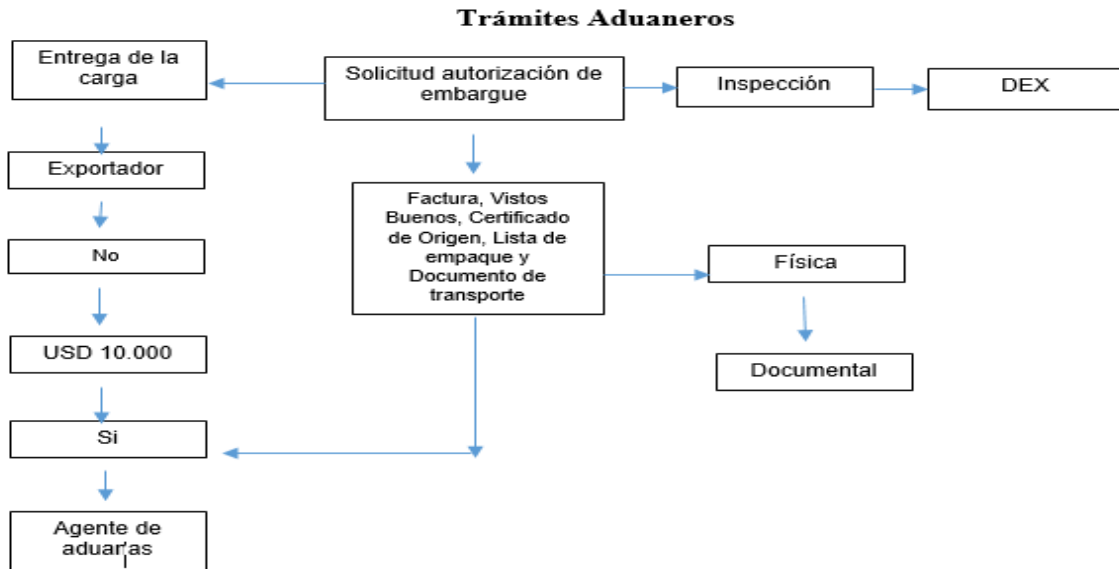
Ilustración 7. Formalización del Proceso de Exportación.



Fuente: Editor Alimentos (2015)

Es de obligatorio cumplimiento por parte de las empresas los siguientes requisitos o trámites aduaneros para poder exportar el producto a los mercados internacionales desde Colombia, los cuales se relacionan a continuación en la siguiente imagen. Adicional a lo anterior los exportadores deben hacer el registro de las divisas, mencionar cual será el medio de pago, cuál será el intermediario del mercado cambiario y la presentación de la declaración de cambio.

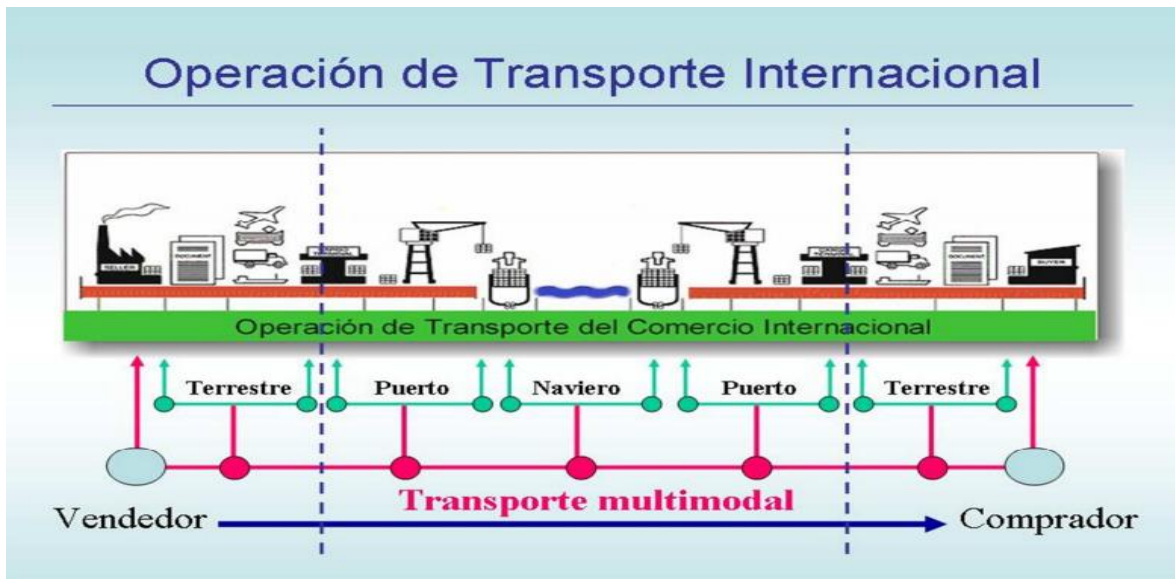
Ilustración 8. Trámites Aduaneros.



Fuente: Procolombia (2015)

Cada país es autónomo en cuanto a la reglamentación de sus políticas tanto de exportación como de importación, pero siempre teniendo en cuenta los tratados aduaneros internacionales con otros países, ya que es apenas obvio que cada país proteja su producción interna de bienes y servicios, a continuación, se relacionan los aspectos o requisitos que debe cumplir un empresario que quiera exportar bienes o servicios desde Colombia.

Ilustración 9. Operación de Transporte del Comercio Internacional.



Fuente: Cifuentes B., O., (2012).

10.1.4 Documentación Legal

Registro Único Tributario como exportador: Este documento es un requisito obligatorio para todas las compañías que pretenden iniciar un proceso de exportación de productos. (Anexo 3)

- ❖ **Declaración de exportación.** El formulario de declaración de exportación es un documento que es presentado a la aduana antes de la exportación de la mercancía. Este documento es utilizado por la aduana para cobrar cualquier impuesto y tasa, también es utilizado para proporcionarle datos estadísticos al gobierno.
- ❖ **Certificado de Origen.** El certificado de origen es un documento en el que básicamente se busca determinar el país de origen en donde fue fabricado el producto o mercancía, este documento permite acreditar el origen de la mercancía que pretende ingresar a un país.
- ❖ **Certificado de autorización de embarque.** Esta solicitud se debe presentar ante la administración de aduanas con jurisdicción en el lugar donde se encuentra la mercancía, mediante el servicio electrónico y utilizando el mecanismo de la firma digital según determinación de la DIAN.

10.1.5 Panorama del Comercio Exterior de Colombia

Según el DANE, en el periodo comprendido entre febrero de 2017 y enero de 2018, el total de las importaciones realizadas en el país registraron una variación de 17,2%, alcanzando los 38.222 millones de dólares. Por su parte, las ventas realizadas en el extranjero tuvieron una variación de -6,3%, alcanzando los 32.622 millones de dólares. (CVN 2018).

Las exportaciones por sectores presentaron las siguientes variaciones: Agropecuarios, alimentos y bebidas (27,0%); combustibles y productos de las industrias extractivas (13,2%); manufacturas (22,4%), y Otros sectores (-50,9%). Además, datos del DANE, muestran que las exportaciones totales de Colombia en enero de 2017 fueron de 2.785 millones y la variación fue 45,1 %; mientras que, para el mismo periodo del 2018 las

exportaciones estuvieron alrededor de los 3.200 millones de dólares con una variación anual del 14,6% (DANE, 2016).

Estos datos corresponden con el análisis de Investigaciones Económicas de Credicorp Capital (2016), quienes afirman que el crecimiento en las exportaciones se debe básicamente al buen comportamiento en el número de exportaciones no petroleras, ya que estas crecieron significativo.

Por su parte, las exportaciones en el periodo 2008 a 2017 experimentaron cambios significativos, se evidenciaron pérdidas significativas en las ventas externas en el sector industrial que presentaron las siguientes variaciones: 56,8% en 2008 y 45,6% en 2017; mientras tanto, el sector minero sumó un 10% de participación en ese mismo periodo con las siguientes cifras: 37,4% en 2008 y 47,2% en 2017.

11 Cadenas de Distribución

11.1 Canal de Distribución

La cadena de distribución de las hierbas aromáticas cuenta con varios eslabones para llegar al consumidor final, el productor es el comienzo de la distribución, quien es el encargado del producto desde la siembra, la recolección, refrigeración, almacenamientos y exportación del producto, después pasa por el agente de aduanas y el agente carga, encargados de la entrega del producto en estados unidos a un distribuidor o mayorista, encargado de la importación del producto y hacerlo llegar a los demás canales como minoristas, grandes superficies, restaurantes, hoteles y cafeterías (Arango V. Mariana & Franco L. Eduardo A., 2017).

Ilustración 10. Cadena de Distribución Internacional.



Fuente: Elaboración propia.

11.1.2 Productor-Exportador

Los productores (vendedores) nacionales son los encargados de la producción y venta del producto a un importador, para lo cual deben tener en cuenta los Incoterms en la modalidad FCA (Free Carrier).

El vendedor hace la entrega del producto al transportista seleccionado (transitorio, naviera, aerolínea, etc.) elegido por el comprador en el lugar convenido entre las partes (Incoterms y Comercio Internacional), por lo tanto, el transportador debe entregar el producto al transportador en el aeropuerto internacional El Dorado de la ciudad de Bogotá, o cual quiere otro aeropuerto que tenga vuelos internacionales, para transportar el producto vía aérea.

11.1.3 Agente de Aduanas

Intermediario autorizado por la DIAN encargado de garantizar que el producto que se exporta cumpla con los requerimientos legales, los costos generados son asumidos por el exportador. En Colombia, algunos de los más reconocidos agentes de aduanas son:

- Agencia Aduanera Siaco
- Agencia de Aduanas Acolcex
- Agencia de Aduanas Colvan S.A.
- Alpopular

- Colombia Trade
- Colombiana de Aduanas
- Grupo Coex
- Sia Trade

11.1.4 Agente de Carga

Es un tercero pagado por el importador encargado de la logística, tramites la optimización de los recursos y es el encargado de hacer el cargue y descargue del producto.

Este agente el encargado del transporte del producto por aire, agua y tierra, también se encarga de los trámites requeridos para el embarque y salida de la mercadería.

Algunos de los principales agentes de carga en Colombia son:

- Blu Logistics Colombia
- Kuehne + Nagel S.A.S.
- Panalpina S.A.S.
- Transborder S.A.S.
- Bemel S.A.S.

11.1.5 Importador

Por lo general es un mayorista encargado de recibir la mercancía en los estados unidos, el Incoterms FCA determina las siguientes obligaciones para el comprador, gastos y riesgos del transporte del producto, por lo tanto, debe tener el control sobre la carga, el exportador debe poner la mercancía en el lugar convenido entre las partes, mediante el contrato suscrito a disposición del importador. Para esto se recomienda revisar la tabla de los principales importadores que se ha planteado arriba.

11.1.6 Cliente

El mayorista hace la distribución a los principales mercados como son: Minoristas, vende el producto directamente al consumidor final o usuario.

Mercados grandes superficies, por medio de estos distribuidores se llega a los hogares como consumidores finales quienes compran el producto con el que elaboran los alimentos en sus casas.

11.1.7 Sector Horeca

Este sector en los Estados Unidos es uno de los principales escenarios para encontrar a los consumidores organizacionales potenciales para los productores colombianos; esto porque los hoteles, restaurantes y cafeterías requieren grandes cantidades de este tipo de plantas frescas para la preparación de alimentos y bebidas con los que atienden a sus clientes.

12 Análisis PESTEL

¿Cómo estos factores afectan el desempeño de la empresa productora? A continuación, se realiza el análisis PESTEL con el fin de identificar los factores que pueden afectar a la compañía en su desempeño como organización administrativa, financiera y operativa.

Tabla 8. Análisis PESTEL.

FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cambio de gobierno ❖ Estable y con políticas claras que favorezcan la economía ❖ Programas de gobierno que apoyen a las empresas ❖ Políticas fiscales, reducción de impuestos a cambio de generar 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cambio de gobierno, Inestable ❖ Políticas que no apoyen a la empresa ❖ Políticas fiscales en las que se le incrementen los impuestos a las empresas ❖ Inestabilidad o cambios adversos

<i>POLÍTICOS</i>	<p>empleo</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Estabilidad o mejoras en los acuerdos internacionales como los tratados de libre comercio firmados con otros países ❖ Estabilidad o reducción del conflicto tanto colombiano como internacionales 	<p>en los tratados de libre comercio firmados con otros países</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Aumento del conflicto interno colombiano o conflictos bélicos y comerciales internacionales
<i>ECONÓMICOS</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cambio del ciclo económico, Bonanza ❖ Políticas económicas en beneficio de la industria colombiana ❖ Políticas fiscales que beneficien y apoyen a la industria nacional ❖ Que el comportamiento de la inflación esté dentro de los márgenes positivos para la industria del país ❖ La alta tasa de desempleo permite la selección de personal idóneo para el desarrollo de la operación de la compañía ❖ Las tasas de interés deben estar acordes a la economía del país en proporciones estables reguladas por los entes de control en términos financieros ❖ Estabilidad en las tasas de cambio ❖ Existencia de unas políticas estables de financiación comercial para las compañías 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cambio del ciclo económico, crisis ❖ Políticas económicas en contravía de la industria nacional ❖ Políticas fiscales que no apoyen el crecimiento industrial y empresarial del país ❖ Que la inflación esté por encima o por debajo de los estados normales en favor de la economía nacional ❖ Si la demanda de empleo se reduce en porcentajes que pongan en peligro la estabilidad operativa administrativa y financiera a las empresas ❖ Si las tasas de interés supera los límites normales o permitidos de la economía nacional ❖ Inestabilidad en las tasas de cambio ❖ Inexistencia o inestabilidades en las políticas de financiación para las compañías
	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cambios en la cultura socioeconómica de la población 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cambio en hábitos de consumo ❖ Reducción del poder adquisitivo de

<i>SOCIALES</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mayor poder adquisitivo de la población ❖ Aumento en el nivel educativo de la sociedad ❖ Cambios en los hábitos de consumo 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ las personas ❖ Reducción del nivel educativo ❖ Cambios culturales socioeconómicos de la sociedad
<i>TECNOLÓGICOS</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Crecimiento de la innovación tecnológica ❖ Estabilidad en los costos de acceso a las nuevas tecnologías ❖ Acceso a las nuevas formas de producción para mejorar el rendimiento organizacional ❖ Facilidades de acceder a las nuevas formas de distribución (políticas de estado) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ No poder acceder a la innovación tecnológica ❖ Incremento irracional en los costos a las nuevas tecnologías ❖ No acceder a las nuevas formas de producción ❖ No poder acceder a las nuevas formas de distribución para poder competir
<i>ECOLÓGICOS</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ (Incremento del consumo ecológico ❖ Conciencia social ecológica 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cambio climático afecta cosechas ❖ Escasez de recursos ❖ Escasez de materias primas ❖ Aumento de la contaminación

Fuente: Elaboración propia (2019)

12.1 Análisis del Mercado

El mercado de las hierbas aromáticas a nivel mundial en el 2015 sobre pasaron los 9.300 millones de dólares, siendo Estados Unidos el país con la mayor demanda internacional con un 17.8% del total de las importaciones, seguido por países como Alemania, India los cuales representan el 30% de la demanda de hierbas aromáticas en el mercado mundial (Arango V. María & Franco L. Eduardo A., 2017)

El mercado norteamericano tubo desde el 2014 al 2015 un crecimiento del 19,8% mientras que a nivel mundial el crecimiento del mercado fue del 17,8%. A raíz de la alta demanda de las aromáticas, estados unidos ha tenido la necesidad de buscar diferentes proveedores de estas plantas para poder cubrir la alta demanda y poder maximizar la industria derivada de algunas hierbas como las gastronómicas y/o condimentarías,

convirtiéndose en el mercado objetivo para muchos exportadores en el mundo. (Arango V. María & Franco L. Eduardo A., 2017).

A pesar del crecimiento de la demanda a nivel internacional, Colombia aun no aparece entre los 10 principales exportadores de este tipo de plantas hacia los estados unidos, sin embargo, esto no quiere decir que no cuente con las condiciones óptimas para producir y exportar a tan importante mercado, su condición climática, posición geográfica, suelo y la posibilidad de compartir con los floricultores los canales de exportación generan una ventaja competitiva frente a la competencia, debido a que esto le permite reducir costos, maximización de la producción e incrementar la frecuencia de los envíos. Sin embargo y a pesar de lo anterior, la participación de Colombia es apenas del 1%, de las exportaciones mundiales. (Arango V. María & Franco L. Eduardo A., 2017).

El 85% de la producción de hierbas aromáticas y condimentarías son exportadas a los estados unidos, y el 15% restante es para el consumo interno del país, según el (Ministerio Agricultura y Desarrollo Rural, 2014) consultado por (Arango V. María & Franco L. Eduardo A., 2017). El crecimiento de las exportaciones hacia los estados unidos en los últimos 5 años ha sido del 55% aportando a la economía y al desarrollo del país.

12.1.1 Exportadores Colombianos a los Estados Unidos

Como ejemplo de productores para la exportación, a continuación, se relacionan algunas de las más importantes productoras, comercializadoras y exportadoras de plantas aromáticas y condimentarías, es de resaltar que en la actualidad son muchos los países que están incursionando en este tipo de cultivos por lo que las empresas que lo exportan cada vez son más a nivel mundial, debido a la gran demanda de estos en la industria de la culinaria, la medicina y la cosmética.

Tabla 9. Exportadores de Aromáticas en Colombia.

Razón Social	Países a los que Exporta	Dirección web
AROMASSENCE S.A.S.	Estados Unidos y Canadá	http://aromassencegroup.com/nosotros.html#nosotros

Suaga Organic Herbs	Estados Unidos, Canadá y Europa.	https://www.suaga.co/nosotros/
Agrosabores SAS	Estados Unidos, Canadá y Europa.	http://agrosabores.com/?page_id=8
AsocolHierbas	Estados Unidos y Canadá	http://asocolhierbas.blogspot.com/

Fuente: Elaboración: Propia (2019)

Colombia por ser un país que cuenta con una topografía diversificada y un clima apto para el cultivo de las plantas aromáticas, condimentarias y medicinales, en gran parte del territorio nacional y a raíz de la alta demanda especialmente en el mercado internacional, en la actualidad existen muchas empresas que están direccionando sus proyectos agrícolas al cultivo de estas plantas, según el ministerio de agricultura nacional el 90% son pequeños productores, los cuales venden su producción a los comercializadores internacionales quienes cuentan con la infraestructura adecuada y la tecnología para exportar los productos en las diferentes presentaciones según las necesidades del cliente.

A continuación, se relacionan los más grandes competidores en Colombia, entre los que se encuentran las empresas que surten a los almacenes éxito, Carulla, Olímpica entre otros.

Tabla 10. Relación de los Principales Competidores en Cuanto a la Producción de Plantas Aromáticas.

N°	EMPRESA	CIUDAD	DEPARTAMENTO
1	AROMASSENCE S.A.S.	Rio Negro	Antioquia
2	Suaga Organic Herbs SAS	Ubaté	Cundinamarca
3	Agrosabores SAS	Rio Negro	Antioquia
4	AsocolHierbas SAS	La ceja	Antioquia
5	Naturomar LTDA	Tabio	Cundinamarca
6	Granaroma SAS	Tabio	Cundinamarca
7	Granja Agroecologica El Mirador	Guacari	Valle del cauca
8	Cultivadores Santa Elena	Medellín	Antioquia
9	Asociación Aromas del Campo	El santuario	Antioquia
10	Agroaromas SAS	Chía	Cundinamarca
11	Agro Belchite SAS	Gachancipa	Cundinamarca

12	Romero y Menta SAS	Chía	Cundinamarca
13	Alfredo Beck SAS	Cajicá	Cundinamarca
14	Agrosaima SAS	Chía	Cundinamarca
15	Espicias y Aromáticas Biocanas SAS	Chía	Cundinamarca
16	Aromáticas y Especies Orgánicas La Esperanza SAS	Villa pinzón	Cundinamarca
17	Colsabila SAS	Pacho	Cundinamarca
18	Ever Green Herbs SAS	El rosal	Cundinamarca
19	La Finca Integractiva Arachna Medicnc SAS	Bogotá	Cundinamarca

Fuente: Elaboración propia 2019.

En Colombia existen muchísimas más empresas que en el momento están produciendo todo tipo de hierbas aromáticas y condimentarías, pero estas son como las más representativas y quiénes dominan el mercado.

En el campo de la exportación de las plantas aromáticas encontramos las empresas más importantes tanto en la producción como en la exportación y comercialización.

Tabla 11. Principales Exportadores de Colombia.

Nº	EMPRESA	CIUDAD	DEPARTAMENTO
1	AROMASSENCE S.A.S.	Rio Negro	Antioquia
2	Suaga Organic Herbs SAS	Ubaté	Cundinamarca
3	Agrosabores SAS	Rio Negro	Antioquia
4	AsocolHierbas SAS	La ceja	Antioquia
5	Naturomar LTDA	Tabio	Cundinamarca
6	Granaroma SAS	Tabio	Cundinamarca

Fuente: Elaboración propia 2019.

Las anteriores empresas son las más representativas en la producción, exportación y comercialización de este tipo de productos producidos en el campo colombiano.

13 Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)

Las BPM son políticas de higiene en la producción de alimentos, que se aplican a los edificios, instalaciones, personal, equipo y procesos de producción. Con el propósito de garantizar que los bienes comercializados en los Estados Unidos sean inocuos. Bien sea

para los procesadores internos o externos como los extranjeros que quieran exportar a los Estados Unidos tienen que cumplir con estas normas. (Berro, 2008)

13.1 Aspectos a tener en cuenta por parte de los exportadores

- ❖ **Control de enfermedades;** mediante un examen médico u observación de supervisión, con la que se demuestre que tiene, o parece tener, una enfermedad, o lesión abierta, incluidos forúnculos, llagas o heridas infectadas, o cualquier otra fuente anormal de contaminación microbiana por la cual existe un riesgo razonable.
- ❖ **Limpieza;** Todas las personas que trabajan en contacto directo con los alimentos, las superficies en contacto con los alimentos y los materiales de envasado de alimentos deben cumplir con las prácticas de higiene mientras estén de servicio en la medida necesaria para proteger contra la contaminación de los alimentos. Los métodos para mantener la limpieza incluyen, entre otros. (UU., 2019)
- ❖ **Mantener una limpieza personal adecuada,** (y desinfectar si es necesario para protegerse contra la contaminación con microorganismos indeseables).
- ❖ **Mantener guantes,** si se usan en la manipulación de alimentos, en condiciones intactas, limpias y sanitarias.
- ❖ **Usar redes para el cabello,** cintas para la cabeza, gorras, cubiertas para la barba u otras restricciones efectivas para el cabello.
- ❖ **Educación y formación.** El personal responsable de identificar fallas de saneamiento o contaminación de alimentos debe tener antecedentes de educación o experiencia.

13.1.2 Plantas y terrenos

Los métodos para el mantenimiento adecuado de los terrenos incluyen.

- ❖ Almacenar adecuadamente el equipo.
- ❖ Drenaje adecuado de áreas que pueden contribuir a la contaminación de los alimentos por infiltración.
- ❖ Eliminación de residuos de manera adecuada, de modo que no constituyan una fuente de contaminación en áreas donde los alimentos están expuestos.

13.1.3 Construcción y diseño de plantas.

Los edificios y estructuras de las plantas deberán ser adecuados en tamaño, construcción y diseño para facilitar el mantenimiento y las operaciones sanitarias con fines de fabricación de alimentos.

- ❖ Tomar las precauciones adecuadas para reducir la posibilidad de contaminación de alimentos, superficies de contacto con alimentos o materiales de empaque de alimentos con microorganismos, productos químicos, suciedad u otro material extraño.
- ❖ Uso de revestimientos protectores.
- ❖ Construir de tal manera que los pisos, paredes y techos puedan limpiarse adecuadamente y mantenerse limpios y en buen estado.
- ❖ Proporcionar una iluminación adecuada en las áreas donde se examinan, procesan o almacenan alimentos y donde se limpian los equipos o utensilios.
- ❖ Proporcionar ventilación adecuada o equipos de control para minimizar los olores y vapores (incluyendo vapor y humos nocivos) en áreas donde puedan contaminar los alimentos.

13.1.4 Operaciones sanitarias.

Mantenimiento general.

- ❖ Los edificios, accesorios y otras instalaciones físicas de la planta se deben mantener en condiciones sanitarias y se repararán lo suficiente como para evitar que los alimentos se adulteren.
- ❖ **Sustancias utilizadas en la limpieza y desinfección;** Los compuestos de limpieza y los agentes desinfectantes utilizados en los procedimientos de limpieza y desinfección deben estar libres de microorganismos indeseables.

13.1.5 Control de plagas

- ❖ No se debe permitir plagas en ninguna área de una planta alimenticia.
- ❖ Saneamiento de todas las superficies en contacto con alimentos.
- ❖ Almacenamiento y manipulación de equipos y utensilios portátiles limpios con el fin de evitar la aparición de algún tipo de plaga que pueda contaminar el producto.

13.1.6 Abastecimiento de agua.

El suministro de agua será suficiente para las operaciones previstas y se derivará de una fuente adecuada.

- ❖ Fontanería. Las tuberías deben tener un tamaño y diseño adecuados.
- ❖ El abastecimiento debe suministrar cantidades suficientes de agua a los lugares requeridos en toda la planta.
- ❖ Transportar adecuadamente las aguas residuales y los desechos líquidos desechables de la planta.
- ❖ Las instalaciones deben tener un drenaje adecuado del piso en todas las áreas donde los pisos están sujetos a una limpieza de tipo inundación o donde las operaciones normales liberan o descargan agua u otros desechos líquidos en el piso.
- ❖ Mantener las instalaciones en condiciones sanitarias.
- ❖ Mantener las instalaciones en buen estado en todo momento.
- ❖ Proporcionar puertas de cierre automático.

13.1.7 Procesos y controles.

Se emplearán operaciones de control de calidad adecuadas para garantizar que los alimentos sean aptos para el consumo humano y que los materiales de envasado de alimentos sean seguros y adecuados.

- ❖ Materias primas y otros ingredientes de calidad.
- ❖ Mantener alimentos refrigerados a 45 grados. F (7.2 ° C) o menos según sea apropiado para el alimento particular involucrado.
- ❖ El equipo, los contenedores y los utensilios utilizados para transportar, retener o almacenar materias primas deben contar las condiciones fitosanitarias apropiadas de manera que proteja los productos contra la contaminación fitosanitaria.

13.1.8 Distribución.

El almacenamiento y el transporte de alimentos terminados se realizarán en condiciones que protejan los alimentos contra la contaminación física, química y microbiana, así como contra el deterioro de los alimentos y el recipiente o empaque.

La legislación norteamericana que regula y contempla los requisitos de carácter general y obligatorios y que son aplicables a todos aquellos productos alimenticios procesados y frescos que van a ser distribuidos en este país.

A continuación, se describen los requerimientos a tener en cuenta al momento de las importaciones en este país.

- ❖ Registrarse en el censo de exportadores de la FDA, según lo establece la Ley contra el Bioterrorismo.
- ❖ Cumplir con la notificación previa establecida por la Ley contra el Bioterrorismo, la notificación se recibe después de realizar el registro en el listado o censo de la FDA.
- ❖ Asegurarse que los embalajes de madera cumplan con la normativa NIMF No.15. Se puede revisar en la Convención Internacional fitosanitaria (2009) Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias. Revisión de la NIMF 15 Reglamentación de la utilización del embalaje de madera utilizado en el comercio internacional.
- ❖ Cumplir con los requisitos de BPM establecidos por la FDA.
- ❖ Cumplir con los requisitos de etiquetado.
- ❖ Conocer los aranceles que deberá pagar el producto a la hora de ingresar a EE.UU. Para el tomillo el código arancelario es: **0910.91.00.00**, de acuerdo con la cadena hortofrutícola de Colombia (2006-2010).
- ❖ Registrar la marca en caso de tener interés en vender los productos con su propia marca. Para este procedimiento se debe verificar la existencia de la marca y nombre en crear empresa entidad adscrita a Cámara de Comercio y 64 a la superintendencia de Industria y Comercio.
- ❖ Cumplir con los requisitos del Programa Nacional de Productos orgánicos en caso de querer vender los productos como orgánicos. (Reyes P. Gina M. (2011).

14. Requisitos de Etiquetado Para el Ingreso de Alimentos a EE.UU.

Las buenas prácticas de manufacturación (BPM), hace parte de los requisitos que el FDA exige a las empresas procesadoras de alimentos que apliquen buenas practicas a las materias primas, al personal, junto a la infraestructura física como edificios e instalaciones, equipo y en los procesos de producción con fin de garantizar la inocuidad de los alimentos, bien sea para los procesadores locales como para las empresas que quieran exportar productos al mercado estadounidense.

La FDA aplica esta normatividad de etiquetado para los alimentos los cuales son requisitos indispensables para la gran mayoría de los alimentos preparados como las carnes, enlatados, congelados, cereales, postres, bocadillos y bebidas entre otros similares, la norma exige que estos productos deben exhibir dos tipos de etiquetado; general y nutricional, esta información de etiquetado general (General Food Labeling) debe estar en ingles utilizando las unidades de medida del sistema anglosajón (Estados Unidos). A adicional a lo anterior se debe detallar el país de origen del producto, el etiquetado general debe tener por lo menos la siguiente información:

Nombre común o usual del producto o alimento, cantidad exacta del contenido neto (peso volumen) nombre y lugar del establecimiento del fabricante distribuidor y la lista de completa de los ingredientes, enumerados de manera descendente a la cantidad presentada del producto.

Etiquetado Nutricional (Nutrition Laberling)

Las empresas han de suministrar toda la información sobre cada uno de los nutrientes que contenga cada uno de los productos y los componentes disímiles deben estar en un listado en el orden según la norma establecida, es importante tener en cuenta que los componentes voluntarios se deben presentar con un asterisco, los demás son de carácter obligatorio.

15. Demanda del Producto

El mercado de las hierbas aromáticas a nivel mundial en el 2015 sobrepasó los 9.300 millones de dólares, siendo Estados Unidos el país con la mayor demanda internacional con un 17.8% del total de las importaciones, seguido por países como

Alemania e India, los cuales representan el 30% de la demanda de hierbas aromáticas en el mercado mundial (Arango V. María & Franco L. Eduardo A., 2017).

El mercado norteamericano tuvo desde el 2014 al 2015 un crecimiento del 19,8% mientras que a nivel mundial el crecimiento del mercado fue del 17,8%. A raíz de la alta demanda de las aromáticas, estados unidos ha tenido la necesidad de buscar diferentes proveedores de estas plantas para poder cubrir la alta demanda y poder maximizar la industria derivada de algunas hierbas como las gastronómicas y/o condimentarias, convirtiéndose en el mercado objetivo para muchos exportadores en el mundo. (Arango V. María & Franco L. Eduardo A., 2017).

16. Precio del Mercado

El precio del producto en el mercado interno, en la central de abastos de la ciudad de Bogotá, Corabastos S.A. es de 11.000 pesos kilo. Ahora bien, el precio del producto en el mercado internacional se calcula con base a la libra americana que es de 450 gramos, tanto el tomillo como el romero son de alta demanda y alta oferta, por lo que el precio puede variar según condiciones negociadas con los mayoristas o el comprador, sin embargo, hay algunos factores que influyen en la variación del precio del producto como son: cantidad del producto, el reconocimiento en la calidad que tenga el productor, plazo de pago, las certificaciones influyen en la decisión del precio final del producto.

16.1 Características Para Acordar Precios

Los productores y comercializadores del producto saben que los precios de las hierbas medicinales y aromáticas se ven afectados más por la oferta que por la demanda de éstas, por lo que se requiere diseñar cronogramas para la producción, teniendo en cuenta las condiciones y tiempos de producción en los Estados Unidos, pero también es de vital importancia el aseguramiento tanto de la producción como de la comercialización.

De acuerdo con lo anterior, se debe propender que la producción sea a contrato entre las partes (productor y comercializador (es)) está es una estrategia que se está usando especialmente cuando el producto es exportado, es una figura legal que permite tener asegurada tanto la producción por parte del productor como la comercialización por parte

del distribuidor, es lo que en administración se conoce como “gana gana”, ya que las partes se benefician de esta estrategia o acuerdo comercial, el cual debe quedar por escrito.

16.1.1 Factores de Promoción

La estrategia de presentación del producto en el ámbito internacional se hace mediante la exhibición del producto en sus diferentes presentaciones haciendo uso, por ejemplo:

- Almacenes de cadena
- Tiendas naturistas
- Laboratorios
- Restaurantes

Para esto se requiere que el productor estime que la presentación del producto resalte las bondades al momento de consumir y/o hacer uso en las diferentes industrias en las que se emplea, como, por ejemplo: las propiedades, usos múltiples y producción orgánica entre otros.

16.1.2 Factores de Ventas

Es importante tener en cuenta que la promoción de ventas en este caso está enfocada a promocionar la marca en escenarios de amplia divulgación, ya que son más efectivos y permiten lograr una comunicación directa con los posibles clientes.

- **Ferias especializadas para el año 2020**

- Global Marketplace for Medicinal & Aromatic Plants. 4th edition. Fecha: 7 y 8 de octubre de 2020 en Nieuwegein, Holanda. <https://map-expo.com/>
- 2nd Global Summit on Herbals & Natural Remedies October 17-19, 2016 Kuala Lumpur, Malaysia <https://www.omicsonline.org/conferences-list/medicinal-aromatic-plants>
- Lands of Enchantment Herbal Con. May 21 - 24, 2020. Durango, CO. <https://www.enchantedlandsfaire.org/>

- Aromatic Arts Summit. June 26 - 28, 2020. Portland, OR.
<https://www.herbrally.com/events/all>
- Viridis Genii Symposium. July 17 - 20, 2020. Eatonville, WA.
<https://www.viridisgenii.com/>
- Breitenbush Herbal Conference. September 11 - 13, 2020. Detroit, OR.
<https://www.herbalconference.net/>
- **Revistas especializadas**
 - The Herb Quarterly. <http://www.herbquarterly.com/>
 - Traditional medicinals – Organic Herbal Wellness Teas.
www.traditionalmedicinals.com/
 - The herb society of America. <https://www.herbsociety.org/>
 - American Botanical Council. <http://abc.herbalgram.org/site/PageServer>
 - Repositorios de Websites y blogs de hierbas aromáticas.
https://blog.feedspot.com/herbal_blogs/

16.1.3 Factores de Distribución

La Distribución por cuenta propia es la mejor opción para el producto ya que garantiza que este llegue al consumidor final en las mejores condiciones posibles, mejor conservación, transporte más rápido, lugar preferente en el lugar de venta, minorista que aconseje al consumidor sobre el producto y un precio idóneo de venta.

Para el caso de la distribución del producto en fresco, se requiere que el transportador tenga la infraestructura técnica acondicionada como es el sistema de climatización, que cumpla con los requerimientos sanitarios que eviten la contaminación del producto con patógenos que puedan dañarlo o contaminarlo, desmejorando la calidad de este en el transporte.

16.1.4 Estrategia de Perceptibles

La imagen que las personas tienen de las empresas es una de las cosas más importantes y valiosas que se debe cuidar en una organización, ya que no es fácil ganar esa

confianza de los clientes y peor aún mantenerla, este reconocimiento se obtiene por la calidad de los productos, la puntualidad y cumplimiento en la entrega de los pedidos, la coherencia entre lo que se ofrece y lo que se entrega, la credibilidad, la confianza y seguridad que se pueda dar al cliente, de manera que el cliente sienta que además del producto está adquiriendo mucho más que el producto, también se está adquiriendo una serie de ventajas y beneficios, como salud, bienestar, seguridad entre otros.

Se debe definir una imagen que posicione a la empresa y transmita la idea de producto o calidad de servicio que se desea. La imagen ha de responder a unos conceptos de valor que se desean fijar en la mente del cliente potencial. Algunos de los elementos de imagen corporativa son el logotipo, la marca, los rótulos, etc.

El logotipo, por ejemplo, debe ser sencillo y fácil de reconocer para captar la atención del cliente, original para diferenciarse de otras empresas y destacar por contraste, homogéneo, con elementos coherentes entre sí, sin distorsiones ni variantes de realización, así como adecuado a criterios sociales y de tiempo.

Una de las más importantes estrategias de mercadeo en la actualidad es el marketing online, esta nueva estrategia hace parte indispensable en la comercialización de los productos en la actualidad, por ejemplo: el diseño de una página web en la que los clientes encuentren información de la empresa e información de los productos como datos importantes de eventos, lanzamiento de nuevos productos y mercados, entre otros.

Según portafolio, las ventas online se están convirtiendo en una práctica habitual y con una mayor penetración sobre el total de la población, se habla de 1.600 millones de usuarios en todo el mundo que han hecho compras en Internet, gastando casi 2 billones de dólares, cifra que se estima podría duplicarse para el 2020. (Portafolio.com , 2019)

Solo en Estados Unidos, el departamento de comercio reveló que este sector ya genera ventas por más de US\$500.000 millones anuales, lo mismo que ocurre en los países de la Unión Europea, región en la que en el 2018 se habrían superado los US\$600.000 millones. (Portafolio.com , 2019)

Según (portafolio.com 2019) En Colombia el comercio electrónico continúa creciendo, principalmente en la categoría de ‘compras’, que en 2018 tuvo un alcance promedio de 62,4%, un incremento de 5,7 % respecto a 2017. Lo siguen los ‘servicios de pago online’ con un 29,4% y los ‘viajes’ con un 25%. (Portafolio.com , 2019)

17 Conclusiones

Uno de los mercados objetivo más importantes del mundo son los Estados Unidos por ello, el sector de las hierbas aromáticas debe implementar estrategias comerciales, publicitarias, estrategias de producción y modernización en sus plantas de producción y de transformación para la puesta en marcha del proceso de exportación que les permitirá hacerlo directamente sin intermediarios en el proceso.

Para alcanzar este objetivo, es importante formular las estrategias, las herramientas tecnológicas y de innovación que faciliten los procesos de exportación del tomillo bajo los estándares, estrategias, mecanismos funcionales y los procesos relacionados con la logística, el transporte y las características específicas de la alta demanda en el mercado estadounidense, esto posibilita y aflora las oportunidades y posibilidades para acceder a los mercados internacionales.

La identificación de factores para exportar productos a los mercados internacionales permitirá y facilitará la implementación y puesta en marcha de las estrategias y políticas de exportación del tomillo, esto le dará una ventaja competitiva y comparativa frente a la competencia, pero especialmente unos mayores porcentajes en los márgenes de ganancia.

Según la información recolectada durante el desarrollo del proyecto se concluye que los pequeños productores y exportadores especialmente del sector de las hierbas aromáticas, no solo pueden si no que deben considerar la posibilidad de exportar su

producto al mercado estadounidense, por las oportunidades existentes debido a la alta demanda de este tipo de hierbas en ese mercado.

Queda claro entonces, que las generalidades en los procesos de exportación como las partidas arancelarias, las certificaciones de origen, las certificaciones ecológicas y demás componentes reglamentarios requeridos por los países, especialmente en el ámbito de la producción y comercialización de los productos ecológicos son de vital importancia en los mercados internacionales, ya que estos garantizan que los productos no están contaminados con patógenos que puedan causar daños a las personas al consumirlos.

Queda claro que los productores y los exportadores deben incursionar en la producción y comercializar de productos orgánicos, porque este tipo de productos gozan de una gran demanda en los mercados internacionales, un mercado que en la mayoría de los países no han podido satisfacer esta demanda, por diferentes razones, tal vez la más importante son los altos costos de puesta en marcha y adecuación de la infraestructura física como tecnológica, sin embargo, es importante resaltar que los altos costos de los productos ecológicos compensan de manera satisfactoria los altos costos de producción, es de resaltar que esta producción está más enfocada a los estratos más altos de las sociedades que gozan de un mayor poder adquisitivo que pueden y están dispuestos a adquirirlos sin importar su precio.

Otro de los aspectos importantes a tener en cuenta por parte de los productores y los exportadores es la implementación de una política de buenas prácticas de manufactura (BPM) porque proporcionan las garantías necesarias para la producción de productos inocuos para el consumo humano, incrementando por ende las ventas y aumentando el número de clientes, pero, además, es una buena forma de fidelizar a los clientes, pero, también es el medio para capturar nuevos clientes de estos productos.

En este documento los pequeños productores y exportadores pueden encontrar una guía que les indicara los procesos y procedimientos más importantes e indispensables para la producción y exportación de hierbas aromáticas, en este, se exponen los procesos, los requisitos y la documentación requeridos en Colombia como en los estados unidos, no solo para la producción y exportación de los productos comunes sino también para los productos ecológicos de alta demanda especialmente en los mercados internacionales.

18 Referencias Bibliográficas

Alcaldía de Fusagasugá (2019) Recuperado de:

<http://www.fusagasugacundinamarca.gov.co/NuestraAlcaldia/SaladePrensa/BIBLIOTECA%20POT%202019/4.%20DTS%20POT%202019%20FUSAGASUG%C3%81.pdf>

Alcaldía de Fusagasugá (2019) *Plan de Ordenamiento Territorial (POT) de Fusagasugá.*

Recuperado de: <http://www.fusagasugacundinamarca.gov.co/NuestraAlcaldia/SaladePrensa/BIBLIOTECA%20POT%202019/7.%20DOCUMENTO%20RESUMEN%20POT%202019%20FUSAGASUG%C3%81.pdf>

Arango V. Mariana & Franco L. Eduardo A. (2017). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de hierbas aromáticas en el municipio de Guarne.*

Recuperado de: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13142/Mariana_Arango_EduardoAntonio_Franco_2017.pdf?sequence=2

Arango V. Maria & Franco L. Eduardo A. (2017) *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de hierbas aromáticas en el municipio de Guarne.* Recuperado de:

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13142/Mariana_Arango_EduardoAntonio_Franco_2017.pdf?sequence=2

Academia (s.f.) *Declaración Andina del Valor.* Recuperado de:

https://www.academia.edu/16852191/560_Andina_del_Valor

Artecona Raquel & Steneri B. Carlos (2008) *La exportación de alimentos a Estados*

Unidos: principales desafíos para América Latina y el Caribe y guía de acceso a la información. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/1362/5068/1/S0800056_es.pdf

Arizio Osvaldo P. & Curioni Ana O. (2011) *Intercambio mundial y regional de especias en términos de valor, 1992-2011.* Recuperado de: www.scielo.org.co/pdf/rch/v8n1/v8n1a13.pdf

Asociación colombiana de facultades de ingeniería (2012) *Plan Estratégico 2013-2020.*

Recuperado de: https://www.acofi.edu.co/wpcontent/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf

Banrepcultural (s.f.) *Oferta y demanda*. Recuperado de:

https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Oferta_y_demanda

Bembibre C. (2010) *Definición de embarque*. Recuperado de:

<https://www.definicionabc.com/general/embarque.php>

Cámara de comercio de Bogotá (2017.) *Proceso General de Exportación en Colombia: 10*

Pasos Para Exportar; recuperado de: <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bistream/handle/11520/14388/Gu%C3%ADa%20Pr%C3%A1ctica%20Proceso%20Exportaci%C3%B3n%20de%20Bienes.pdf;sequence=1>

Cámara Santacruz de Tenerife (2016) *Marketing y Comercialización*. Recuperado de 2019

de: <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/marketing-y-comercializacion>

Carrión C. (2019)-*Gobierno Nacional prepara ‘Esquema de Pequeños Exportadores’ para fortalecer la Economía Naranja en el país*. Recuperado de:

<https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2019/190814-Gobierno-Nacional-prepara-Esquema-de-Pequeños-Exportadores-para-fortalecer-la-Economia-Naranja-en-el-pais.aspx>

Carrillo o. Mary I. (2018). *Inteligencia en los negocios*. Recuperado de:

<https://www.gestiopolis.com/inteligencia-de-negocios-que-es-y-su-implementacion/>

Cifuentes B. Orlando (2012) *Términos de Comercio Internacional “INCOTERMS”*.

Recuperado de:

Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos (2019). Recuperado de:

<https://hts.usitc.gov/?query=%20thyme>

Corneshop (s.f.) *Tomillo Deshidratado Bolsa*. Recuperado de:

<https://corneshopapp.com/products/7ong-lider-tomillo-deshidratado-bolsa-lider>:

Córdoba r. Humberto (2017) *Plan de negocio para la creación de la comercializadora de hierbas aromáticas orgánicas - Sabor de Orige*. Recuperado de:

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9784/C%C3%B3rdobaHumberto2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ecfr.gov (2020) Código Electrónico de Regulaciones Fedérale. Recuperado de:

https://www.ecfr.gov/cgi-bin/retrieveECFR?gp=&SID=bd8c7133c3d8ea9dd75e31eaaad425ae1&mc=true&n=pt7.3.205&r=PART&ty=HTML#se7.3.205_1201

Countinho, V. (2019). *Qué es Promoción en la mezcla de mercadotecnia*. Recuperado de 2019 de: <https://rockcontent.com/es/blog/promocion-en-el-marketing/>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE (2016). *Boletín Técnico, Encuesta Nacional Agropecuaria ENA-2016*. Recuperado de:

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/enda/ena/2016/boletin_ena_2016.pdf

Diario del exportador (2018) *Cómo llenar la Guía Aérea o Air Waybill*. Recuperado de:

<https://www.diariodelexportador.com/2016/11/como-llenar-la-guia-aerea-o-air-way-bill.html>

Cocuy Andrea (2013) *Declaración de importación*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/AN-DREACOCUY/declaracion-deimportacion20121>

Dirección Nacional de Impuestos y Aduanas Nacionales _ DIAN (2019) *Certificado de origen*. Recuperado de. <https://www.accounter.co/boletines/dian-certificado-de-origen.html>

Dian.gov.co (s.f.) *Servicios en línea musca*. Recuperado de:

<https://muisca.dian.gov.co/WebArquitectura/DefLogin.faces>

Dian.gov.co (s.f.) *Portafolio de Trámites y Servicios DIAN, Certificados de origen*.

Recuperado de:

<https://www.dian.gov.co/aduanas/aspectecmercancias/Documents/Pasos%20Certificados%20de%20Origen.pdf>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN (2019) –*Registro de las declaraciones de importación y exportación*. Recuperado de:

<https://www.dian.gov.co/dian/cifras/Paginas/registrodeclaracionesimpoexpo.aspx#InplvIewHash48ac6f424b5a4c9193f16254f1eea341=SortField%3DLinkFilenameNoMenuSortDir%3DAscWebPartID%3D%7B658716E1--D9C7--47AE--9AF3--4178A2744985%7D>

Diario del exportador (s.f.) *15 documentos utilizados para la exportación e importación en Perú*. Recuperado de: <https://www.diariodelexportador.com/2018/05/documentos-utilizados-para-la.html>

- Díaz Alejandra & Uría Rosario (2009) *Buenas Prácticas de Manufactura, Una guía para pequeños y medianos agroempresarios*. Recuperado de: <http://repiica.ica.int/DOCS/B0739E/B0739E.PDF>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN (2020). *Aranceles*. Recuperado de: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces>
- Editor Alimentos (2015)- *Formulación del Proceso de Exportación*. Recuperado de: <https://revistaalimentos.com/noticias/guia-rapida-para-entender-el-proceso-de-exportacion-de-alimentos/>
- Encolombia.com (s.f.) *Tramite de Exportación*. Recuperado de: <https://encolombia.com/economia/economiacolombiana/tramitedeexpo/>
- Fedeorganicos.com (2017) Proceso de certificación en productos agroindustriales. Recuperado de: <http://www.fedeorganicos.com/wp-content/uploads/2017/07/PROCESO-CERTIFICACION-ORGANICA-CONTROL-UNION-COLOMBIA.pdf>
- Ferre Jordi (2005) *La publicidad no convencional en la televisión generalista*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/28106808_La_publicidad_no_convencional_en_la_televisión_generalista
- Good new world (2018) *Factura comercial de exportación formato Word*. Recuperado de: <https://goodnewworld.com/6-factura-comercial-de-exportacion-formato-word/>
- Pedrosa S. (s.f.) *Oferta*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Google (2019) *Imágenes*, Recuperado de: https://www.google.com/search?biw=1920&bih=969&tbm=isch&sa=1&ei=CNBQXcalDKrt5gLa3ZjIBQ&q=bpa&oq=bpa&gs_l=img.3.0i6712j0i67j0i1012.2440.2440.4614...0.0.0.152.152.0j1.0...1.gwswizimg.20NOVNiW7vE&ved=0ahUKEwjGycTSpfzjAhWqtlkKHdouBlkQ4dUDCAY&uact=5
- González L. Rolando A. (s.f.) *Impacto de la Data Waterhouse e Inteligencia de Negocios en el Desempeño de las Empresas: Investigación Empírica en Perú, Como país en Vías de Desarrollo*. Recuperado de: https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/85876/GONZALES_Tesis%20Doctoral_FV.pdf
- Google map (2020) *Ruta Silvania -aeropuerto el dorado de Bogotá*. Recuperado de: <https://www.google.com/maps/dir/Silvania,+Cundinamarca/Bogot%C3%A1/@4.6>

516312,-74.299607,9.5z/data=!4m14!4m13!1m5!1m1!1s0x8e3f0ff275767b01:
 ;0x230bff6a5d 6ebb18!2m2!1d-74.3994432!2d4.3867287!1m5!;1m1!1s0x8
 e3f9bfd2da6cb29:0x239d635520a33914!2m2!1d-74.072092!2d4.7109886!3e0

Gutiérrez, H. (2017) *Las 4 P del marketing mix con ejemplos*. Recuperado de:

<https://entrepreneursfight.club/4-p-del-marketing-mix/>

Herrera, H. (2013). *Ficha de requisitos técnicos de acceso al mercado EE. UU.*

Recuperado de: <https://es.slideshare.net/hlarrea/bid-tomillo-fresco>

Informa Colombia (2019). Recuperado de: <https://www.informacolombia.com/directorio-empre-sas/informacion-empresa/vermora-sas>

icontec.org (2020) Clasificación internacional ICS. Recuperado de: Recuperado de:

<https://tienda.icontec.org/sectores.html>

Cifuentes B. Orlando (2012) *Términos de Comercio Internacional "INCOTERMS"*.

Recuperado

de: http://www.cccucuta.org.co/uploads_descarga/desc_5b19f8a63abb8f3c6185ba3045d30b85.pdf

Jumbo (2020) *Tomillo molido x 15 g*. Recuperado de:

<https://www.tiendasjumbo.co/tomillo-molido-x-15gr/p>

Jiménez D. (2018) *Tecnologías de la información y comunicación (TIC)*. Recuperado de:

<https://economipedia.com/definiciones/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic.html>

La republica.co (2018) *La producción de los cultivos de plantas aromáticas y especias crecieron 21% en 2017*. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/economia/la-produccion-de-los-cultivos-de-plantas-aromaticas-y-especias-crecieron-21-en-2017-2771263>

Legiscomex (2019) *Solicitud de autorización de embarque*. Recuperado de:

<https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/solicitud-autorizacion-embarque-602-2013.pdf>

López Ambrosio (2016). *Rendimiento y calidad de aceite de thymus vulgaris l., por efecto de hongos micorrízicos, rizobacterias y fitorreguladores*. Recuperado de:

<file:///C:/Users/usuario/Downloads/666-Otro-1213-1-10-20180810.pdf>

Mercado libre (2019) *Rollo plástico negro 3M calibre 4x210 metros*. Recuperado de:

<https://listado.mercadolibre.com.co/plastico-negro-por-metros>

- Ministerio de Agricultura (2014) *Cadena Plantas Aromáticas, Medicinales y Condimentarias*, recuperado de: <https://sioc.minagricultura.gov.co/PlantasAromaticas/Documentos/004-20-Documentos%20Competitividad%20Cadena/D.C.%20E2%80%93%202014%20Octubre%20-%20Taller%20Nacional.pdf>
- Mincit.gov.co (2012) *Circular 056 del 20 de diciembre de 2011, Expedición Certificados de Origen de Productos Colombianos con Destino a la Exportación*. Recuperado de: <http://www.mincit.gov.co/getattachment/servicio-ciudadano/tramites-y-servicios/determinacion-y-expedicion-de-certificados-de-orig/circular-056/circular056.pdf.aspx>
- Mincomercio (s.f.) *Listas de desgravación*. Recuperado de: <http://www.tlc.gov.co/TLC/media/media-TLC/Documentos/Bienes-agricolas-Colombia.pdf>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2019). *Acuerdos Comerciales de Colombia*. Recuperado de: <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/negociaciones-en-curso>
- Ministerio de Economía y Finanzas (Perú 2019) *¿Qué es un arancel?* Recuperado de: <https://www.mef.gob.pe/es/economia-internacional/politica-arancelaria/definiciones>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2006) *“Reglamento para la producción primaria, procesamiento, empaque, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación y comercialización de Productos Agropecuarios Ecológicos”*. Recuperado de: https://www.minagricultura.gov.co/tramites-servicios/Documents/Reglamento_para_la_produccion_Organica.pdf
- Ministerio de Agricultura (2018) *Cadena de Plantas Aromáticas, Medicinales, Condimentarias y Afines – PAMCA. Indicadores e instrumentos*. Recuperado de: <https://sioc.minagricultura.gov.co/PlantasAromaticas/Documentos/2018-12-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>
- Ministerio de Agricultura (2019) *Área, Producción y Rendimiento Nacional por Cultivo*. Recuperado de: <https://www.agronet.gov.co/estadistica/Paginas/home.aspx?cod=1>
- MERCA 2.0 (2015) *¿qué es valor agregado y cómo lo usan las empresas?* recuperado de: <https://www.merca20.com/que-es-valor-agregado-y-como-lo-usan-las-empresas/>

- Moré, E. & Melero, R. (2017) *Transformación de plantas aromáticas y medicinales*, Recuperado de 2019 de: <http://pam.ctfc.es/docs/ficha%20TRANSFORMACION%20PAM.pdf>
- muisca.dian.gov.co (s.f.) Perfil de la mercancía, datos generales, Recuperado de: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces>
- muisca.dian.gov.co (s.f.) *Gravámenes por acuerdos internacionales para importaciones – 0910910000*. Recuperado de: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefTarifasAcuerdoPopUp.faces?nomenclatura=37605&codNomenclatura=0910910000&componente=6®imen=1&fechaConsulta=20200410&modoPresentacionSeleccionBO=dialogo>
- neetwork.com (s.f.) *Qué es el telemarketing y cuáles son los beneficios que obtiene*. Recuperado de: <https://neetwork.com/que-es-el-telemarketing/>
- Open Cargo (2019) *Logística Internacional para una economía globalizada*. Recuperado de: <http://opencargo.es/es/incoterms.php>
- Organización Mundial del comercio OMC (2016) *Información técnica sobre los Obstáculos Técnicos al Comercio*. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tbt_s/tbt_info_s.htm47
- Portafolio.com (2019) *Comienza la reforma para el comercio electrónico mundial*, recuperado el 9 de agosto de 2019 de: <https://www.portafolio.co/economia/comienza-la-reforma-para-el-comercio-electronico-mundial-525852>
- Presidencia de la Republica (2019) *Gobierno Nacional prepara ‘Esquema de Pequeños Exportadores’ para fortalecer la Economía Naranja en el país*. Recuperado de: <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2019/190814-Gobierno-Nacional-prepara-Esquema-de-Pequeños-Exportadores-para-fortalecer-la-Economia-Naranja-en-el-pais.aspx>
- Procolombia (s.f.) *Guía Práctica para Obtener el Certificado de Origen*. Recuperado de: <https://procolombia.co/publicaciones/guia-practica-para-obtener-el-certificado-de-origen>
- Colombiatrade.com (s.f.) *¿cómo consultar la partida arancelaria en Colombia?* Recuperado de: <https://www.colombiatrade.com.co/contacto/preguntas-frecuentes/como-identifico-la-posicion-arancelaria>

- Procolombia (2017) *¿Está listo para Exportar?* Recuperado de: <http://www.colombiatrading.com.co/como-exportar/listo-para-exportar>
- Procolombia (2017) *Guía para exportar bienes desde Colombia*. Recuperado de: <http://www.procolombia.co/guia-para-exportar-bienes-desde-colombia>
- Procolombia (2019) *Productos negociados en el TLC*, Recuperado de: <https://tlc-eeuu.procolombia.co/abc-del-tlc/productos-negociados-en-el-tlc>
- Procolombia (2016) *Infraestructura logística y transporte de carga en Colombia*. Recuperado de: https://www.procolombia.co/rutaexportadora/sites/default/files/presentacion_logistica_de_colombia2016.pdf
- Procolombia (2016) *Recomendaciones logísticas*. Recuperado de: https://www.Procolombia.co/rutaexportadora/sites/default/files/recomendaciones_logisticas_0.pdf
- Procolombia (2016) *Cadena de frío para exportar productos perecederos*. Recuperado de: https://www.procolombia.co/ruta-exportadora/sites/default/files/documentos/Cartilla%20_Cadena%20_de%20_frio_2016.pdf
- Procolombia (2010) *Incoterms 2010*. Recuperado de: https://www.colombiatrading.com.co/sites/all/modules/custom/mccann/mccann_ruta_exportadora/files/Incoterms.pdf
- Procolombia (2016) *ABC Seguros de Transporte*. Recuperado de: <https://www.procolombia.co/ruta-exportadora/sites/default/files/documentos/abc-seguro-detransporte-internacional.pdf>
- Procolombia (s.f.) *Certificado de origen*. Recuperado de: <https://tlc-eeuu.procolombia.co/certificado-de-origen>
- Procolombia (s.f.) *Guía práctica, para conocer el proceso de exportación de bienes*. Recuperado de: https://procolombia.co/sites/default/files/guia_proceso_exportaciones_0.pdf
- Reyes P. Gina M. (2011) *Identificación de los requisitos indispensables para la exportación de albahaca (Ocimum Basilicum) al mercado de los Estados Unidos*. Recuperado de: https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1071&context=administracion_agronegocios

- Rodríguez R. Luz A. (2017) *Metamodelo Para Integración de Datos Abiertos Aplicado a Inteligencia de Negocios*. Recuperado de:
<http://di002.edv.uniovi.es/~cueva/investigacion/tesis/Tesis-LuzAndrea.pdf>
- Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal del Departamento de Agricultura de los estados unidos (2019) *Información de importación de sanidad vegetal*. Recuperado de: https://www.aphis.usda.gov/aphis/ourfocus/planthealth/import-information/permits/plants-and-plant-products-permits/fruits-and-vegetable-permit-information/ct_favir
- Servicios Globales de Marketing (SGM) (2016) *Marketing MIX 7PS*, servicios. Recuperado de: <https://www.marketingsgm.es/marketing-mix-servicios-las-7-ps/>
- Secretaria de economía del Perú (2012) *Comercialización*. Recuperado de:
<http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion>
- Sánchez J. & Sevilla A. (2017) *Publicidad*. Recuperado de. <https://economipedia.com/definiciones/publicidad.html>
- Significados (2018) *Significado de Marketing*. Recuperado de: <https://www.significados.com/marketing/>
- Sulser, R. &. (mayo de 2004). *Exportacion efectiva*. Recuperado de: https://books.google.com.co/books?id=xAUmAgalnHAC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q=definicion%20de%20mercado&f=false
- Trademap(2019)*Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*. Recuperado de: https://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProductCountry_TS_Graph.aspx?nvpm=3%7c842%7c%7c%7c%7c0910%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1
- Trenza A. (2018) *Análisis PESTEL, Que es y para qué sirve*. Recuperado de: <https://anatrENZA.Com/analisis-pestel/>
- Tovar Clarysabel (2017) *Investigación Sobre la Aplicación de Inteligencia Empresarial en la Gestión de las Pymes de Argentina*. Recuperado de: https://www.palermo.edu/economicas/cursos/pdf/pbr15/PBR_15_05_Tovar.pdf

- USDA-AMS National Organic Program (2013) *Reglamentos Orgánicos Estadounidenses, Actualizados al 3 de diciembre de 2013*. Recuperado de:
http://www.bolicert.org/files/REGULACION_NOP_USDA.pdf
- Vásquez P. & Manosalva C. Ivan A. (2014) *Sistema Soporte de Decisiones Basado en Inteligencia Empresarial Para Micro y Pequeñas Empresas de Distribución*. Recuperado de: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/1411/1/PROYECTO%20FINAL%20FINAL%20PARA%20BIBLIOTECA.pdf>
- Vega, J. (2018) *La producción de los cultivos de plantas aromáticas y especias crecieron 21% en 2017*. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/economia/la-produccion-de-los-cultivos-de-plantas-aromaticas-y-especias-crecieron-21-en-2017-2771263>
- Ventura Sergio (2015) *Que es la exportación*, recuperado de:
<https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/comercio-internacional/5666/que-es-la-exportacion/>
- Zeiky – Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior (2012) *Trámites Y Documentos Para Exportación*. Recuperado de: http://www.cccucuta.org.co/uploads_descarga/desc_1_ba301e18fd5aaa410703b089e02d9a3.pdf