

GUÍA DE EXPORTACIÓN PARA LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES Y
COMERCIALIZADORES DE PAN DE ARROZ DEL META AL MERCADO DE LOS
ESTADOS UNIDOS



ANDRES FELIPE BETANCUR RAMIREZ
NILSON ARANA SÁNCHEZ



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN - MBA
VILLAVICENCIO
2023

GUÍA DE EXPORTACIÓN PARA LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES Y
COMERCIALIZADORES DE PAN DE ARROZ DEL META AL MERCADO DE LOS
ESTADOS UNIDOS

ANDRES FELIPE BETANCUR RAMIREZ

NILSON ARANA SÁNCHEZ

Tesis de Maestría presentada como requisito para optar el Titulo de Magister en Administración -
MBA

Directores

Mg. MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Especialista en Administración de Negocios

Magister en Educación

Mg. JORGE ENRIQUE RAMÍREZ MARTÍNEZ

Especialista en Currículo y Pedagogía

Magister en Educación

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN - MBA

VILLAVICENCIO

2023

Autoridades Académicas

P. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O.P.

Rector General

P. Mauricio Antonio CORTÉS GALLEGO, O.P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA O.P.

Rector Seccional Villavicencio

P. Rodrigo GARCÍA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Seccional Villavicencio

Adm. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria General Seccional Villavicencio

Mg. MARIO FERNANDO PRIETO DELGADILLO

Decano de la Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias

Dedicatoria

A todas las personas que en el campo y en las fábricas participan en la cadena productiva que hace posible disfrutar de tan nutritivo y delicioso alimento. A quienes trabajan la producción de cada ingrediente y a quienes ponen su conocimiento, trabajo y sentimientos en la elaboración de nuestro pan de arroz.

Agradecimientos

A nuestras familias, por su apoyo y comprensión. A quienes nos acompañaron en cada clase durante estos años, por la amistad y la colaboración siempre dispuesta. A la planta docente de la maestría, por sus orientaciones y enseñanzas. A las amistades que animaron y motivaron.

Tabla de Contenido

	Pág.
Resumen.....	11
Abstract	12
1. Antecedentes teóricos	13
1.1. Exportaciones en Colombia	13
1.2. Apertura Económica	13
1.3. Exportación en el departamento del Meta	14
2. Marco Conceptual	23
3. Marco Legal	25
4. Situación organizacional Asociación de Productores y Comercializadores de pan de arroz del Meta	27
4.1. Descripción de las necesidades o problemas	30
4.2. Alcance y justificación.....	31
4.2.1. Alcance	31
4.2.2. Justificación	31
5. Objetivos	33
5.1. Objetivo general.....	33
5.2. Objetivos específicos	33
6. Metodología	34
6.1. Diseño de la investigación	34
6.2. Participantes	34
6.3. Instrumentos.....	34
6.4. Fuentes de información.....	34
7. Guía Exportación	36
7.1. Desarrollo.....	38
8. Estudio de mercado y localización de la demanda potencial-Perfil Estados Unidos	43
8.1. Segmentación.....	47
8.1.1. Primer semestre 2019.....	48
8.1.2. Primer semestre de 2020	48

9.	Cronograma.....	51
	Conclusiones	52
	Referencias bibliográficas.....	53
	Anexos	61

Lista de Tablas

Pág.

Tabla 1. <i>Mercado de horneados y productos elaborados con arroz</i>	21
Tabla 2. <i>Asociados ASPAMET</i>	28
Tabla 3. <i>Plan de trabajo clúster plan de arroz</i>	29
Tabla 4. <i>Posición Arancelaria</i>	40
Tabla 5. <i>Gastos consumo de los hogares</i>	44
Tabla 6. <i>Gastos consumo por categoría</i>	44
Tabla 7. <i>Indicadores de comercio exterior</i>	45
Tabla 8. <i>Previsiones de comercio exterior</i>	45
Tabla 9. <i>Previsiones de comercio exterior</i>	46
Tabla 10. <i>Principales proveedores</i>	46
Tabla 11. <i>Cronograma</i>	51

Lista de Figuras

Pág.

Figura 1. <i>Exportaciones departamento del Meta</i>	15
Figura 2 <i>Comercio exterior departamental</i>	15
Figura 3. <i>Exportaciones</i>	16
Figura 4. <i>Población latina en Estados Unidos</i>	47

Lista de Anexos

Pág.

Anexo A Focus Group Comercio Exterior	61
Anexo B Preguntas orientadoras Focus Group Comercio Exterior (7 y 26 de septiembre)	63
Anexo C Entrevista sobre la historia e importancia del pan de arroz	68
Anexo D Guía para la exportación de pan de arroz	71

Resumen

En este trabajo de grado se presentará una guía práctica para orientar a la Asociación de Productores de pan de arroz del Meta a exportar sus productos hacia los Estados Unidos de Norteamérica. Se realizaron diferentes visitas, entrevistas y grupos focales para determinar cuántas empresas quieren expandir su mercado, el nivel de preparación de cada empresa, así como la revisión de problemas y dificultades que tienen a la hora de empezar este proceso. Se encuentra que el 25% de las empresas asociadas, se encuentran trabajando en pro de llevar el pan de arroz hacia mercados extranjeros, han avanzado en materia de rotulado y empaques tanto en español como en inglés, registros Invima, producción en masa (más de 3000 unidades al día) y búsqueda de aliados comerciales. En este sentido, dos (2) de las cuatro (4) empresas participantes, han logrado realizar envíos aéreos exprés, los cuales no pueden pasar de 50 kg y elevan el costo de logística disminuyendo el margen de utilidad. Con la guía se incentiva a las empresas a exportar, ya que no solo se encuentran un manual para exportar, si no la experiencia de quienes lo han realizado para lograrlo de manera rápida y efectiva.

Palabras Clave: Exportación, pan de arroz, guía, Estados Unidos, mercado.

Abstract

This research project presents a practical guide to guide the Association of Rice Bread Producers of the Meta Department to export its products to the United States of America. Different visits, interviews, and focus groups were conducted to determine how many companies want to expand their market, the level of preparation of each company, and the problems and difficulties they had when starting this process. It is found that 25% of the associated companies are working to bring rice bread to foreign markets, have advanced in terms of labeling and packaging in Spanish and English, Invima records, mass production (more than 3,000 units a day), and search for commercial allies. In this sense, two (2) of the four (4) participating companies have managed to make express air shipments, which can be at most 50 kg, and raise the cost of logistics by decreasing the profit margin. The guide encourages companies to export since there is not only a manual to export but also the experience of those who have done it to achieve it quickly and effectively.

Key words: Export, rice bread, guide, United States, market.

1. Antecedentes teóricos

La Importancia de la Exportación para la Balanza Comercial de un País^{[1][SEP]}En Colombia, la exportación de productos agrícolas y manufacturados es un sector comercial crucial. Para atraer capital a la economía nacional, diversas asociaciones y organizaciones se han enfocado en la colocación de dichos productos en mercados globales. Según la teoría económica clásica, Depperu (1993) sostiene que las departamentos deben comercializar aquellos bienes/servicios cuyos costos de manufactura sean menores que los del destino para obtener beneficios económicos.

1.1. Exportaciones en Colombia

La historia del comercio exterior Colombiano se remonta a los años 1784-1793, donde se registró una composición de exportaciones de \$21,052,594, según datos de la aduana de Cartagena. Durante este período, el 9% de los ingresos eran manufacturados en Colombia, mayormente por “el cacao de la región de Cúcuta y pequeños asociaciones de algodón, añil, quina y tabaco”. La exportación del oro era la actividad más representativa en ese momento. Sin embargo, a finales del siglo XIX, la situación cambió, y se destacaron las exportaciones de café y tabaco. Para 1870, las exportaciones colombianas se valoraban en USD 11,000,000, cifra que cambió drásticamente en el siguiente siglo. En la primera mitad del siglo XX, el petróleo se convirtió en el segundo producto de exportación colombiano, según propuesto por Villar-Gómez y Esguerra-Umaña en 2007.

1.2. Apertura Económica

La apertura económica se refiere al proceso de eliminar barreras políticas y económicas para facilitar la interacción global, lo que impulsa el desarrollo de tecnologías, comunicaciones, bienes y servicios, así como mercados financieros y tangibles. En este artículo exploramos “los antecedentes más relevantes de este proceso en Colombia” y su impacto.

El Plan de Promoción de Importaciones (Plan Vallejo) fue creado en 1967 para fomentar la importación de materias primas y el crecimiento agrícola con el objetivo de exportar productos transformados o mejorados en Colombia. En 1972 se estableció el Abono Tributario, “un incentivo para los exportadores nacionales. En 1982, se aplicaron cambios flexibles para los productos

importados, lo que permitió que los productos de libre importación aumentaran del 10% al 80%. En 1991, se llevó a cabo una importante reestructuración del comercio exterior que incluyó la creación de diferentes instituciones para regular esta nueva apertura económica, la cual permitía una libre tendencia de capitales y divisas”. (Cárdenas, 2002)

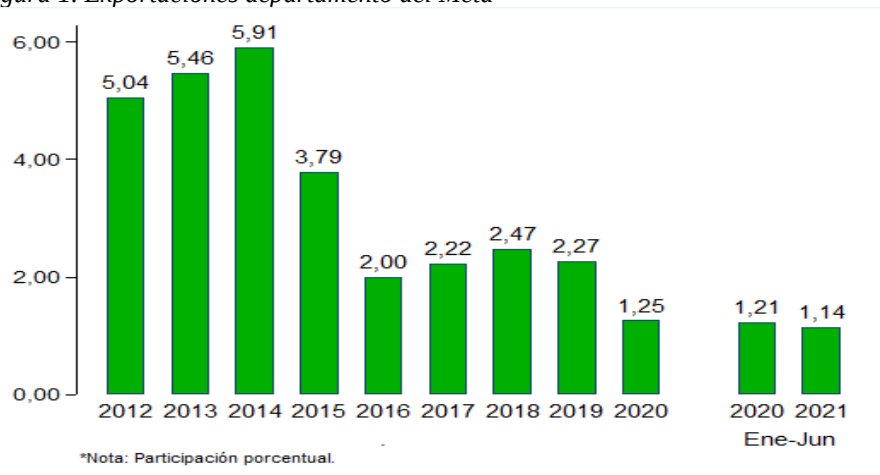
1.3. Exportación en el departamento del Meta

El departamento del Meta se ubica en el centro de Colombia y es conocido por ser un importante productor en el sector agrícola y agroindustrial. Aunque exporta una amplia variedad de productos, algunos de los más destacados son:

- La cebada, siendo un importante cultivo de exportación para la región.
- La palma aceitera, también importante en el sector agrícola.
- La carne de res, un producto significativo en la exportación agroindustrial.
- Los lácteos son característicos del departamento debido a su gran producción.

A pesar de que el Meta genera otros productos agrícolas y agroindustriales que se exportan a nivel mundial, en el último par de años su participación en las exportaciones nacionales ha disminuido a una media del 1.17%, como se puede observar en la Gráfica No. 1. Este valor representa un decremento de poco más del 50% del promedio entre los años 2012 al 2019, el cual fue de 3.4%, según los reportes del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2021).

Figura 1. Exportaciones departamento del Meta



Nota. Esta gráfica es tomada de Mincomercio (2019) para la realización de perfiles económicos departamentales en el año 2021.

En el año 2020, el 97% de las exportaciones del departamento del Meta pertenecían al sector minero-energético. Sin embargo, a partir de julio del 2021, se registró un crecimiento de 11.5% en las exportaciones, después de haber caído un 56.6% entre el 2019 y el 2020.

Figura 2 Comercio exterior departamental

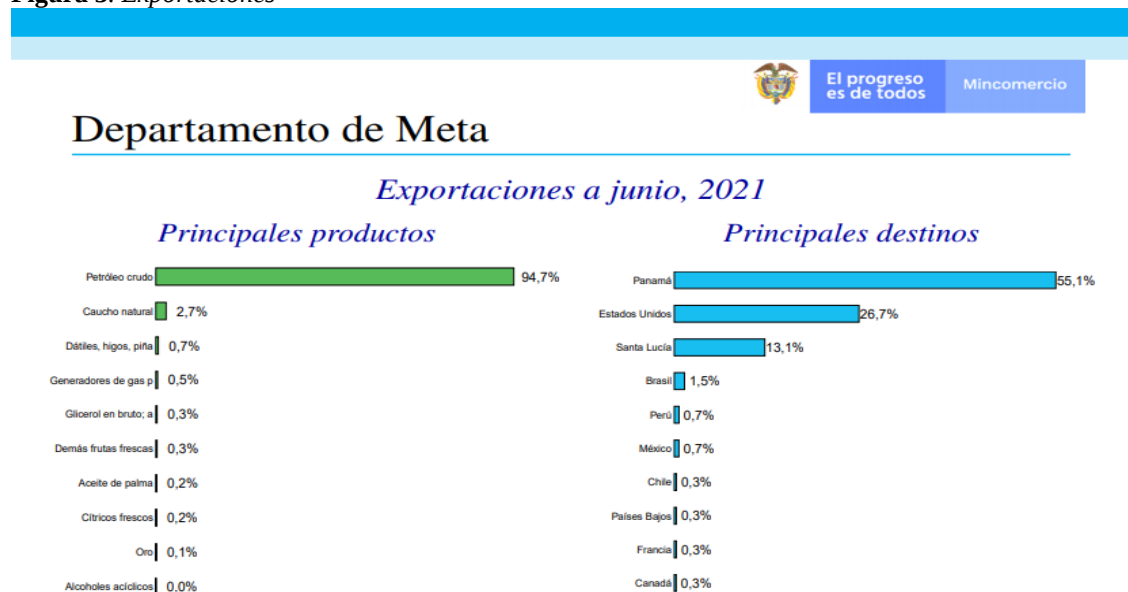
VI	Año completo				Año acumulado*			
	2019	2020	Var. % 20	Part. % 2020	2020	2021	Var. % 21	Part. % 2021
Total	895.895	389.012	-56,6	100,0	184.069	205.168	11,5	100,0
Minero - energético	881.417	378.510	-57,1	97,3	180.414	194.518	7,8	94,8
No Minero - energético	14.478	10.502	-27,5	2,7	3.655	10.650	191,4	5,2
Industria básica	6.364	7.741	21,6	2,0	2.650	5.756	117,2	2,8
Agropecuaria	1.217	1.738	42,8	0,4	764	2.515	229,2	1,2
Agroindustrial	3.242	517	-84,1	0,1	97	1.185	1.121,6	0,6
Maquinaria y equipo	3.571	357	-90,0	0,1	129	1.113	762,8	0,5
Industria liviana	54	140	159,3	0,0	14	66	371,4	0,0
Industria automotriz	0	0	0,0	0,0	0	15	Inf	0,0
Demás productos	30	9	-70,0	0,0	1	0	-100,0	0,0

Nota. Esta tabla es tomada de Mincomercio para la realización de perfiles económicos departamentales en el año 2021. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021)

La figura a continuación muestra las exportaciones de productos del Meta para junio de 2021. Los principales mercados internacionales son Panamá y Estados Unidos, que representan el 55.1% y 26.7% de las ventas, respectivamente. Aunque otros productos no son tan significativos en el mercado, Mascontainer (2019) informa que “las exportaciones de panadería y molinería

generaron \$149.5 millones de dólares a finales de 2019”, lo que supone un aumento del 18.6% en esta categoría.

Figura 3. Exportaciones



A junio de 2021, el petróleo crudo representó el 94,7 % de las exportaciones del departamento. El principal destino de las ventas externas de Meta fue Panamá.

Fuente: Exportaciones DANE - DIAN. Fecha de Publicación: 02 de agosto de 2021.

Nota. Tomado del Boletín económico. Exportaciones Departamento del Meta. Adaptado de (Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), 2021)

En el estudio de Mascontainer (2019), Flavia Santoro, presidenta de ProColombia, manifestó que:

Los productos agro-industriales” colombianos se han posicionado en el mercado internacional gracias a su calidad y diversidad, lo que refleja el alto nivel de la industria en el país. Ahora es importante motivar a los empresarios a exportar más y aprovechar las ventajas arancelarias en los destinos donde hay una numerosa comunidad colombiana, ya que la mayoría de ellos tienen acuerdos comerciales con Colombia. Observamos una gran oportunidad no solo de captar a “los colombianos residentes en el extranjero, sino también a los consumidores locales de cada país.

El mercado internacional ha sido conquistado por los productos de panadería colombianos, según Forbes Colombia (2021). En el año 2020, estos productos lograron “un crecimiento del 12% en ventas internacionales, lo que equivale a un aumento de 183 millones de dólares en 2019 a 205 millones de dólares”, según datos de ProColombia analizados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Según el Boletín OCEX (2020), el 94% de los jóvenes

estadounidenses consumen snacks diariamente durante su rutina escolar, de acuerdo a la publicación anual del Ministerio de Turismo del Perú (2020).

De acuerdo a la página de ProColombia en su sección de “Oportunidades de Negocios” denota que: “los productos favoritos de los estadounidenses son aquellos que están listos para cocinar o comer, son de alta calidad, fáciles de preparar y se ajustan a sus preferencias en cuanto a tamaño de porción, practicidad y sabor. Además, algunos restaurantes ofrecen la opción de comprar alimentos congelados para prepararlos en casa”. (Procolombia, 2021a).

Debido a esto, existe una gran posibilidad de diversificar rápidamente la oferta exportable en harinas, molinos y panaderías, ya que estos productos son fácilmente aceptados por otras culturas, incluyendo la estadounidense. (Procolombia, 2021a).

De acuerdo con el análisis realizado con la información, fuentes y datos disponibles en la Plataforma Passport, consultada desde el Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación – CRAI, se puede indicar que cada vez más el producto pan de arroz es conocido a nivel global. El mercado de horneados y productos colombianos elaborados con arroz en Estados Unidos ha tenido un aumento constante en las exportaciones dominado por productos como galletas y snacks de arroz, pero también hay un creciente interés en el arroz precocido y las mezclas de arroz para cocinar; en este sentido, en comparación con el mercado de pan de arroz, el de horneados y productos elaborados con arroz es mucho más grande.

El pan de arroz es un alimento que se consume principalmente en países de América Latina y Asia, y aunque su producción y comercialización son limitadas, ha habido un aumento en la demanda en los últimos años debido a su perfil nutricional y su popularidad como alimento sin gluten. Se prevee que el mercado de pan de arroz progrese en los próximos años

Comparado con otros países de la región, la producción de pan de arroz en Colombia es relativamente limitada, y se concentra en la Orinoquia, también conocida como los llanos orientales. Las principales zonas productoras de arroz son Casanare, Tolima, Huila y Meta. No obstante, en todo el país está surgiendo un creciente interés en la producción y comercialización de pan de arroz. (Gómez Galiano, 2021)

El pan de arroz es un alimento muy popular y versátil que se consume en todo el mundo, pero en Colombia, es especialmente valorado como una parte integral de la dieta diaria y una fuente de orgullo cultural. A medida que aumenta el interés en los alimentos sin gluten y la

demanda por productos más saludables, es probable que el mercado de pan de arroz siga expandiéndose tanto en Colombia como en otros países.

En los últimos años, en Colombia, la producción y comercialización del pan de arroz ha aumentado significativamente. A pesar de ser un mercado emergente, cada vez son más las empresas que se dedican a la elaboración y distribución de este producto en todo el país. Sorprendentemente, este producto ha sido incluido en los programas de alimentación escolar (PAE) (Ministerio de Educación Nacional (MEN), s.f) en diferentes departamentos siendo producido en ciudades como Bogotá o Medellín.

El pan de arroz es muy popular en Colombia gracias a sus beneficios nutricionales, ya que es una excelente fuente de carbohidratos complejos, fibra y proteínas, y su contenido de grasas es bajo. Al estar hecho con arroz, es también una opción sin gluten, lo que lo convierte en una opción ideal para las personas celíacas o intolerantes al gluten. En Colombia, varias empresas se dedican a la producción y venta de pan de arroz, entre las cuales se destacan Achiras Giganteñas, Arroz del Llano, Comestibles El Gavan y Rosquipan. Estas compañías ofrecen una amplia variedad de productos hechos con arroz, como pan, galletas y tortas.

Estudios realizados en Colombia han investigado el pan de arroz. En un artículo publicado en la revista científica "Food Science and Technology", se evaluó cómo la adición de harina de quinua y amaranto afecta la calidad nutricional y sensorial del pan de arroz. Los resultados demostraron que la calidad nutricional del pan mejoró significativamente, aumentando el contenido de proteínas, fibra y minerales. (López Cerón, 2020) Otro informe científico, publicado por el ILSI (The International Life Science Institute) y el FINUT (Fundación Iberoamericana de Nutrición), evaluó el uso de cereales de grano entero y la prevención de la diabetes tipo 2. Los resultados indicaron que el consumo de productos realizados con granos enteros como el pan de arroz en lugar de alimentos procesados o ultra procesados permitió una reducción significativa del índice glucémico, lo que sugiere que este producto podría ser beneficioso para el control de la glucemia en personas con diabetes. (International Life Science Institute (ILSI) , 2020) capítulo 8. A pesar de los beneficios del pan de arroz, algunos expertos han planteado preocupaciones sobre su contenido de metales pesados, pues al ser cultivado en suelos inundados, puede absorber alguno de estos materiales del agua y del suelo, lo que podría representar un riesgo para la salud en personas que consumen grandes cantidades de arroz o productos derivados de este cereal.

La producción de arroz se concentra principalmente en los departamentos del Tolima, Huila, Meta, Casanare, Córdoba, Cesar y Santander, con un total de 3,42 millones de toneladas en 2020 según la Encuesta Nacional de Arroz Mecanizado (ENAM) del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). En cuanto al mercado del pan de arroz, no existen datos específicos sobre su producción y comercialización en Colombia, aunque se pueden establecer algunas comparaciones entre ambos mercados.

En primer lugar, es importante destacar que el pan de arroz es un producto que se elabora a partir de arroz blanco o integral, que se muele y se mezcla con otros ingredientes para obtener una masa que se hornea en forma de roscas o galletas. Por lo tanto, la producción de pan de arroz depende directamente de la disponibilidad y calidad del arroz producido en cada región.

En segunda instancia, el mercado de pan de arroz en Colombia es todavía incipiente y se encuentra en una fase de crecimiento, aunque existen algunas empresas que producen y comercializan este producto, su presencia en el mercado es limitada siendo aun desconocida en varios departamentos del país. En tercer lugar, es posible afirmar que ambos mercados están interconectados y que la calidad y disponibilidad del arroz producido en cada región, son factores clave para el desarrollo del mercado de pan de arroz en el país.

El mercado del pan de arroz “ha experimentado un crecimiento significativo en todo el mundo, impulsado por la creciente demanda de productos sin gluten” y la conciencia sobre la importancia de una alimentación saludable. Según un informe de mercado publicado por Research and Markets en 2023, “se espera que el mercado global del pan de arroz alcance los 950 millones de dólares para 2027. Además, se pronostica una tasa de crecimiento anual compuesta del 6,4% entre 2020 y 2027”. (Research & Markets, 2023)

El mercado del pan de arroz se encuentra en una fase de crecimiento a nivel global, aunque la tasa de crecimiento varía según la región, según el mismo informe de Research and Markets, se espera que la región Asia Pacífico de mayor crecimiento en el mercado del pan de arroz durante el período 2020-2027, debido al aumento de la demanda de productos sin gluten en países como Japón, China y Corea del Sur. Por otro lado, se espera que América del Norte y Europa tengan una tasa de crecimiento más moderada, debido a la mayor madurez de los mercados y a la competencia de otros productos sin gluten como el pan de maíz.

A medida que aumenta la demanda de productos sin gluten, el mercado del pan de arroz se vuelve cada vez más competitivo, con la entrada de nuevos competidores y la diversificación de

la oferta de productos. Según el informe de Research and Markets, algunos de los principales actores del mercado global de pan de arroz son Lundberg Family Farms, Erawan Foods Public Company Limited, Santhika Rice Cakes, Inc., y Nishimoto Co., Ltd. Además, se espera que la oferta de productos de pan de arroz se diversifique en los próximos años, con la introducción de nuevos sabores y formatos, así como la inclusión de otros ingredientes saludables como semillas y frutos secos.

Lo anterior permite indicar que el mercado global del pan de arroz está experimentando un crecimiento significativo impulsado por la demanda de productos sin gluten y la creciente conciencia sobre la importancia de una alimentación saludable. Se espera que este mercado siga creciendo en los próximos años, especialmente en Asia Pacífico, aunque la competencia y la diversificación de productos también son factores importantes para tener en cuenta.

El pan de arroz es un producto muy popular en Colombia, especialmente entre las “personas que padecen enfermedades celíacas o intolerancia al gluten”. A continuación, presentamos un estado del arte sobre el pan de arroz en Colombia, basado en fuentes científicas y notas de prensa en medios de comunicación.

Según el “Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC)”, el pan de arroz se elabora con granos de arroz, queso y otros ingredientes. Este alimento sin gluten es bajo en grasas y calorías, lo que lo convierte en una opción saludable para quienes buscan cuidar su alimentación.

En Colombia, existen diversas empresas que se dedican a la producción y comercialización de pan de arroz, como la empresa caleña "Productos sin Gluten", que ofrece una amplia variedad de productos elaborados con harina de arroz, incluyendo panes, galletas, tortas y pizzas. Según un estudio publicado en la revista científica "Food Science and Technology" en 2019, el pan de arroz es un alimento con alto contenido en carbohidratos complejos, proteínas, fibra dietética y bajo contenido en grasas; además, el arroz utilizado en la elaboración del pan de arroz es rico en vitaminas B y minerales como el hierro y el calcio.

Diversos estudios han probado que el consumo de pan de arroz puede tener beneficios para la salud, especialmente para las “personas que padecen enfermedades celíacas o intolerancia al gluten” según el informe científico, publicado por el ILSI (The International Life Science Institute) y el FINUT (Fundación Iberoamericana de Nutrición), el consumo de pan de arroz puede mejorar la salud intestinal y reducir la inflamación en personas con enfermedad celíaca (International Life

Science Institute (ILSI) , 2020) capítulo 3. En los últimos años, el pan de arroz ha ganado popularidad en Colombia gracias a la cobertura mediática que ha recibido en medios de comunicación como El Tiempo, La República y Semana. En 2018, la revista "Don Juan" publicó un artículo sobre el pan de arroz y su creciente popularidad entre los colombianos que buscan una opción saludable y libre de gluten.

En consecuencia, el pan de arroz es un alimento cada vez más popular en Colombia, gracias a su valor nutricional y a su contenido sin gluten, según aumenta la conciencia sobre la importancia de una alimentación saludable, es probable que la demanda de productos como el pan de arroz siga creciendo en “Colombia y en otros países del mundo”. En Tabla No. 1 se evidencia comparativamente el mercado de horneados, pan de arroz y productos elaborados con arroz de origen colombiano en Estados Unidos:

Tabla 1. *Mercado de horneados y productos elaborados con arroz*

Producto	Año	Datos Relevantes	Mercado de Pan de Arroz
Galletas de arroz	2012	Las primeras marcas de galletas de arroz colombianas comenzaron a importarse a Estados Unidos.	“El pan de arroz no era un producto muy conocido en Estados Unidos” en 2012.
Arepas	2015	Las arepas colombianas comenzaron a ganar popularidad en Estados Unidos, gracias a la creciente presencia de la población hispana y latina en el país.	El pan de arroz no era un producto muy conocido en Estados Unidos en 2015.
Arroz con leche	2017	El arroz con leche, un postre tradicional colombiano, comenzó a comercializarse en algunos supermercados de Estados Unidos especializados en productos latinoamericanos.	El pan de arroz no es comúnmente utilizado como postre.
Pandebono	2018	El pandebono, un panecillo colombiano hecho a base de queso y almidón de yuca, comenzó a ganar popularidad en Estados Unidos y a ser comercializado en algunos supermercados especializados.	El pan de arroz es una alternativa sin gluten para el pan común en Estados Unidos.
Empanadas de arroz	2021	Las empanadas de arroz, un plato típico de la costa caribeña colombiana, empezaron a ser ofrecidas en algunos restaurantes colombianos en Estados Unidos.	El pan de arroz se utiliza para hacer sándwiches y como acompañamiento en las comidas en Estados Unidos.

Es importante destacar que el mercado de horneados y productos elaborados con arroz en Estados Unidos es relativamente nuevo y se ha desarrollado gracias a la creciente tasa de obesidad con la que cuenta el país norteamericano, encontrando, en los productos derivados de arroz una solución de bajo contenido calórico. Por otro lado, el mercado de pan de arroz es un mercado que no se ha establecido en Estados Unidos y no se ha desarrollado, es por eso que los productores llaneros ven una gran oportunidad en él. De acuerdo con el sitio web de estadísticas Statista sobre el mercado de productos horneados en Estados Unidos, informa que el mercado de productos horneados en este país tuvo “un valor de 53,6 mil millones de dólares en 2018, y se espera que alcance los 59,6 mil millones de dólares en 2023”. Si bien no hay datos específicos sobre el

mercado de productos horneados de origen colombiano en Estados Unidos, se prevee que este crecimiento general incluya también a los productos colombianos.

El “Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA)” informa que la producción de arroz en el mercado estadounidense ha mantenido una estabilidad en los últimos años. En el año 2020, se produjeron más de 10 millones de toneladas de arroz en el país. Los estados de “Arkansas, California, Louisiana, Mississippi, Missouri y Texas son los principales productores de arroz en los Estados Unidos”.

El consumo de arroz en Estados Unidos se mantiene estable, con un consumo per cápita de alrededor de 27,3 libras (12,3 kg) en el año 2020. Si bien el arroz no es un alimento tradicionalmente consumido en Estados Unidos, su popularidad ha crecido en las últimas décadas gracias al aumento de la población hispana y asiática en el país, así como al aumento de la popularidad de la comida étnica en general. (U.S Department Of Agriculture, 2023)

En consecuencia, el mercado de snacks horneados y productos elaborados con arroz de origen colombiano en Estados Unidos ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, en línea con el aumento de la población de origen colombiano y latinoamericano en el país. Si bien no hay datos específicos sobre este mercado, se espera que siga creciendo en el futuro a medida que aumente la demanda de alimentos étnicos y se expanda el mercado de productos snacks horneados en general.

2. Marco Conceptual

Para llevar a cabo esta consultoría, es importante tener un claro entendimiento de los conceptos básicos que contextualizan el nicho de mercado en estudio. Asimismo, se deben considerar ciertos “principios organizacionales que influyen en el contexto del desarrollo competitivo y económico del país”. Todo esto se detalla en esta sección.

Comercio Exterior. “Es la representación del canje, compra o venta, intercambio de bienes, servicio o mercancías entre dos partes, generalmente esta actividad se hace entre sociedades y es representativa geográficamente entre dos países como mínimo, lo cual se considera como un mecanismo de relaciones internacionales regulado por un conjunto de políticas instauradas por los gobiernos que intervienen en el proceso geográfico de la negociación”. (Krugman et al., 2015)

Clúster. Se comprende como una “asociación de empresas que laboran dentro de un mismo sector productivo o industrial, las cuales se enfocan en lograr un mayor beneficio común con colaboración estratégica de algunas instituciones del gobierno u organizaciones privadas, generalmente son grupos geográficamente referenciados dentro de una ubicación cercana y específica enmarcados por principios de competitividad, colaboración e innovación, su origen esta contextualizado desde la identificación de conglomerados industriales realizada por Alfred Marshall”. (Manene Cerragería, 2014)

Pan de Arroz. El producto es un tesoro culinario que ha sido “declarado Patrimonio Cultural de las Artes Culinarias del Departamento del Meta en el año 2016”. Este producto ha sido manufacturado desde hace más de 150 años en el municipio de San Martín de los Llanos, y ha sido moldeado por las tradiciones gastronómicas de la región. En el contexto económico actual, este producto ha impulsado una industria basada en la economía turística del departamento. (ViveElMeta, 2018). El pan de arroz es un alimento que se ha popularizado en los últimos años en Colombia, especialmente entre personas que buscan opciones de alimentos saludables y libres de gluten. Este producto, que se elabora a partir de arroz integral, se ha convertido en una alternativa interesante para aquellas personas que padecen de enfermedades como la celiaquía o que simplemente quieren llevar una alimentación más saludable.

El pan de arroz es un alimento popular en Colombia, especialmente en las regiones llaneras y costeras, se prepara con una mezcla de harina de arroz, queso, huevos y leche, y se puede

encontrar en panaderías y supermercados en todo el país. Hay una gran variedad de recetas y técnicas de preparación para el pan de arroz y muchos colombianos lo consideran un alimento básico en su dieta diaria. El pan de arroz se elabora mezclando harina de arroz con otros ingredientes como huevos, aceite, sal y levadura, la mezcla se hornea en forma de pan o galletas, y se obtiene un producto crujiente y sabroso que puede ser utilizado como sustituto del pan tradicional. (Gutiérrez, 2022)

ASPAMET. Es la “Asociación de Productores y Comercializares de Pan de Arroz del Meta, es una organización no gubernamental, tiene como objetivo social salvaguardar, preservar y fomentar la cultura y tradición que rodea la producción de Pan de Arroz en el Meta, generando un aporte al desarrollo económico de la región”. (Asociación de Productores y Comercializares de Pan de Arroz del Meta (ASPAMET), s.f)

Etapas del proceso de exportación. “Las etapas del proceso de exportación son: cierre comercial de la operación, envío de contrato e instrucciones documentarias, fabricación y embalaje del producto, nominación del transportista, recogida de la mercancía, transporte hasta el puerto, trámites de exportación, estiba y carga de la mercancía”. (Noatum Logistics, s.f).

3. Marco Legal

La Constitución Política de Colombia de 1991 establece en su Artículo 9 que “La soberanía nacional, el respeto a la autodeterminación de los pueblos y el reconocimiento de los principios del derecho internacional aceptados por Colombia son los fundamentos de las relaciones exteriores del estado” (Asamblea Nacional Constituyente, 1991, Constitución política de Colombia). Según el Artículo 226 de la Constitución, el Estado fomentará la internacionalización de las relaciones políticas, económicas, sociales y ecológicas, basándose en la equidad, la reciprocidad y la convivencia nacional.

Por otro lado, el Artículo 227 establece que el Estado incentivará la integración económica, social y política con otras naciones, especialmente con los países de América Latina y el Caribe. Se celebrarán tratados para crear organismos supranacionales y formar una comunidad latinoamericana de naciones basada en la equidad, la igualdad y la reciprocidad. (Constitución, 1991)

La ley podrá establecer elecciones directas para la constitución del Parlamento Andino y del Parlamento Latinoamericano". Estas leyes garantizan la regulación justa y equitativa de la participación de cualquier persona, a cualquier nivel y tipo, en los mercados internacionales en Colombia.

En Colombia, existen diversas leyes que regulan las exportaciones y el comercio exterior. “La Ley 67 de 1979 establece las normas generales que el presidente de la República debe seguir para fomentar las exportaciones a través de sociedades de comercialización internacional”. Además, la “Ley 48 de 1983 establece las normas generales que el gobierno nacional debe seguir para regular aspectos del comercio exterior en Colombia”. También, las Leyes 7 y 9 de 1991 dictan las normas generales que el gobierno nacional debe seguir para regular el comercio exterior del país, así como para la creación del Ministerio de Comercio Exterior, Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica.

A diferencia de otras formas de interacción y cooperación económica, la Organización Mundial del Comercio (OMC) ha establecido principios respecto de las alianzas regionales, incluidas preferencias arancelarias, alcance parcial y acuerdos comerciales. Colombia ha firmado estos acuerdos y sirven como base fundamental para “los acuerdos regionales. Según el artículo 3 del Decreto 390 de 2016, “exportación” se refiere al simple acto de salida de mercancías del

territorio aduanero nacional cumpliendo con las formalidades aduaneras”. Esto incluye la salida hacia una zona franca (un área internacional dentro del aeropuerto y las instalaciones portuarias) y zonas francas (Presidencia de la República de Colombia, 2016, Decreto 2147, Art. 104).

4. Situación organizacional Asociación de Productores y Comercializadores de pan de arroz del Meta

La Cámara de Comercio de Villavicencio ha registrado un total de: “34 empresas productoras y comercializadoras de pan de arroz en municipios del departamento del Meta. Según reportes de la entidad, esta industria aporta anualmente más de \$7.500 millones al departamento. En diciembre de 2011, se fundó la Asociación de Productores y Comercializadores de Pan de arroz del Meta (ASPAMET). Actualmente, esta organización sin fines de lucro cuenta con el 50% (17) de las empresas formales dedicadas a estas actividades en el departamento” (CCV, 2011).

Estas empresas, ubicadas en Villavicencio, Restrepo, Cumaral y San Martín, tienen afiliación activa y vigente con ASPAMET, que posee validez jurídica a la denominación social en este departamento.

ASPAMET es una organización conformada por productores y comercializadores de pan de arroz en la región del Meta, Colombia. Su misión principal es mejorar la producción y comercialización de este producto en la región, trabajando para asegurar que los productores reciban un precio justo. Asimismo, la asociación se enfoca en mejorar la calidad y seguridad de los productos para promocionarlos a nivel nacional e internacional. Mantener y proteger las prácticas culinarias tradicionales del pan de arroz en nuestra región es el objetivo social de nuestra organización. Al centrarnos en esta misión, no solo mejoramos la calidad de vida de nuestros miembros asociados, sino que también fomentamos el desarrollo económico en toda la cadena productiva.. En definitiva, ASPAMET trabaja arduamente para fortalecer la producción y comercialización de pan de arroz en la región del Meta, promoviendo la calidad, seguridad y tradición de este producto para mejorar la vida de sus productores y comercializadores.

En la siguiente tabla se pueden observar los 17 asociados que han trabajado junto con la Cámara de Comercio para obtener “recursos que se han utilizado en el análisis de mercados, la asistencia a ferias internacionales, el estudio de rutas competitivas, el desarrollo de productos y modelos de negocios. Gracias a estos esfuerzos, las empresas han logrado innovar en sus sabores, renovar sus empaques, establecer alianzas con la academia y el Invima para capacitar al personal” en buenas prácticas de manufactura (BPM) y obtener registros sanitarios.

Tabla 2. *Asociados ASPAMET*

No.	Empresas asociadas
1	La Catira
2	Naturela
3	El Estero
4	Lanzallamas
5	Lanzallamas 2
6	El Tornado
7	El Caney
8	Rozvi
9	San Martinero
10	El Alcaravan
11	El Catire
12	Los Fundadores
13	Rosquipan
14	El Gavan
15	La panadería
16	El llanerito
17	Roscas del Llano

En 2016, la asociación logró un gran avance al conseguir que el proceso de elaboración del pan de arroz del departamento del Meta fueran reconocidas como patrimonio cultural inmaterial departamental, según lo establecido en la ordenanza No. 924 del mismo año. En una entrevista para Villavicencio Turismo, el propietario de comestibles El Gavan mencionó que este logro adquirió ciertos compromisos, como la obligación de preservar la receta y todo lo relacionado con el producto, para evitar que desaparezca, tal como ha sucedido con otros productos en el Meta. (Villavicencio Turismo, 2018, párr. 5)

La Asociación de Productores y Comercializadores de Pan de Arroz del Meta, tiene como finalidad lograr los siguientes objetivos:

- Fomentar la colaboración y el trabajo en equipo entre los miembros de la cadena productiva del pan de arroz.
- Promover el desarrollo económico, social y cultural de los productores y comercializadores de pan de arroz del Meta, así como mejorar las condiciones de vida de los asociados y sus familias.
- Optimizar y renovar todos los procesos involucrados en la cadena productiva del pan de arroz, aplicando las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).
- Proteger y enriquecer las prácticas culinarias tradicionales del pan de arroz como patrimonio cultural e inmaterial.
- Fomentar y trabajar en la creación de una denominación de origen del pan de arroz del Meta para su administración y uso en el futuro.

Actualmente, está trabajando en conjunto con el Clúster del Pan de Arroz para mejorar su competitividad y optimizar sus procesos. El objetivo principal es lograr que sus productos sean vendidos a nivel nacional e internacional.

Es importante mencionar que, un clúster es un grupo de empresas y organizaciones que se asocian para mejorar su competitividad y lograr objetivos comunes. Los clústeres también pueden ayudar a las empresas a acceder a recursos y tecnologías valiosas, a establecer relaciones comerciales más sólidas y a mejorar la colaboración con otras empresas y organizaciones en la industria. En resumen, los clústeres pueden ayudar a las empresas a mejorar su competitividad y a lograr una posición más fuerte en el mercado.

En el caso de un “clúster de pan de arroz”, las empresas y organizaciones que producen y comercializan pan de arroz se unen para mejorar su posición en el mercado y lograr objetivos comunes, tales como aumentar la eficiencia y la calidad de sus productos, reducir los costos, promover sus productos y mejorar la seguridad alimentaria (Molina Ramírez y Gutiérrez Bermúdez, 2020).

En la Tabla siguiente se encuentra un paso a paso proveniente de la Cámara de Comercio orientado a establecer un plan de trabajo del clúster de pan de arroz que acerca a los asociados de ASPAMET a los mercados internacionales, es vital contar con la orientación adecuada para refinar la producción y cumplir con los procedimientos necesarios para garantizar que su producto llegue a todos los rincones del mundo. De tal forma que, esta tabla muestra los objetivos, las metas y las acciones proyectadas para el desarrollo de dicho plan.

Tabla 3. *Plan de trabajo clúster plan de arroz*

Ítem	Objetivo	Meta	Acción
1	Formalizar el ejercicio del fortalecimiento de las empresas ante la Cámara de Comercio y el Ministerio como Clúster de pan de arroz	Listado de las empresas	1. Entender quiénes van a constituirse como Clúster. Lista de empresas.
		Boletín informativo	2. Comunicar y sensibilizar a los empresarios la línea de trabajo que se ha llevado a cabo. 3. Realizar una reunión informativa.
		Documento elaborado	4. Construir el documento de formalización del documento.
		Documento socializado	5. Socializar el documento de formalización (reglas de juego).
		Documento final	6. Ajustar el documento para la firma del 8 de abril.

Tabla 3. Continuación

2	Desarrollar un plan estratégico para el Clúster de pan de arroz		1. Construir la matriz de diagnóstico interna y externa.
			2. Trabajar en el desarrollo de las líneas de acción del Clúster.
			3. Elaborar el plan de acción del Clúster constituido.
			4. Mapa de actores del Clúster.
			5. Proponer un modelo de gobernanza para el Clúster.
			6. Validar el modelo y ajustarlo.
3	Gestionar los primeros recursos y/o proyectos del Clúster		1. Construir la ruta de proyectos.
			2. Identificar las diferentes fuentes de financiación y los alcances.
			3. Gestionar ante los diferentes entes y fuentes de financiación.
4	Construir e implementar una estrategia de comunicaciones y relacionamiento		1. Establecer el desarrollo de marca.
			2. Definir los perfiles de redes.
			3. Desarrollar la parrilla de contenido.
			4. Entender los públicos a los cuales se llegará con el mensaje.
			5. Desarrollar unas acciones de MKD para posicionamiento del Clúster.
			6. Desarrollar una estrategia de venta de los servicios de Clúster y sus empresas.

Nota. Esta tabla es tomada de la Cámara de Comercio de Villavicencio (2023)

Hemos desarrollado una guía de exportación para ayudar a los asociados de ASPAMET a ingresar a los mercados internacionales. Aquí encontrará los lineamientos necesarios para mejorar la producción y cumplir con los procedimientos requeridos para llevar su producto a todas partes del mundo.

4.1. Descripción de las necesidades o problemas

Según el presidente de la Asociación de Productores y Comercializadores de Pan de Arroz del Meta, Diego Baquero, la industria panificadora de arroz de la región está luchando por satisfacer la creciente demanda del mercado estadounidense. Esto se debe a la falta de conocimiento sobre los procesos, trámites, condiciones legales y técnicas necesarias para exportar. Aunque el potencial de comercialización es millonario y ha generado el interés de empresarios norteamericanos, los actores de la industria han encontrado barreras operativas y de distribución directa, lo que dificulta la posibilidad de una transacción real.

A pesar de estos obstáculos, algunas empresas han logrado mejorar su capacidad de producción y optimizar su materia prima para obtener productos de calidad. No obstante, el desconocimiento del mercado y los aspectos legales relacionados han impedido que el primer contenedor de pan de arroz sea exportado. Por lo tanto, los asociados se ven obligados a vender sus productos en supermercados de bajo costo como Ara, D1 y Justo y Bueno. Esto conlleva plazos de pago de más de 90 días y descuentos que ponen en riesgo la industria.

4.2. Alcance y justificación

4.2.1. Alcance

La consultoría que ofrecemos abarca desde el análisis actual de la asociación, identificando a sus actores clave y su infraestructura comercial y productiva, hasta la creación de una guía para exportar a los Estados Unidos. Esta guía incluirá una sugerencia de la estructura organizacional necesaria para llevar a cabo la exportación. Es importante señalar que nuestra consultoría no incluye la evaluación de la implementación de la guía ni los resultados obtenidos.

4.2.2. Justificación

Ante la necesidad de aumentar las ventas, muchas empresas buscan expandirse en el extranjero. Sin embargo, antes de hacerlo, es importante comprender los requisitos de cada país en cuanto a peso, calidad, empaques, acuerdos comerciales, barreras arancelarias y otros factores. Para entrar de manera competitiva en los mercados extranjeros y gestionar adecuadamente los riesgos, es necesario crear una guía exportadora enfocada en aumentar las exportaciones de los productos ofrecidos.

La guía exportadora de ASPAMET busca impulsar la internacionalización de la empresa para que sus productos se exporten y se diversifiquen en todo el mundo, permitiendo así la expansión y presencia de la marca a través de nuevas líneas de negocio y distribución. Para lograrlo, es importante realizar un análisis de la situación actual de los asociados para obtener una visión inicial del sector, conocer el nivel de producción, ventas, clientes principales, capacidad instalada, calidad de los proveedores y variedad de sus productos.

Enfoque en la capacidad asociativa de cada empresa

Evaluar la capacidad asociativa de cada empresa es esencial para exportar grandes cantidades de un producto unificado. La revisión de los requisitos legales y técnicos necesarios para la exportación del producto permite filtrar las empresas capacitadas en el Meta para vender el producto de manera inmediata y cuáles necesitan realizar cambios en sus procesos, productos, empaques y estructura administrativa.

Identificación de empresas capacitadas

Por lo menos tres empresas ya cumplen con un diseño de empaque en inglés y español, además de tener los requisitos básicos de la ley de comida chatarra, que es uno de los requisitos de la norma americana. Hasta ahora, solo una empresa ha logrado exportar pequeñas cantidades de pan de arroz mediante envío express a un distribuidor local. Sin embargo, los costos de envío son altos para estas cantidades, encareciendo el producto al doble de su valor comercial en Colombia.

La guía exportadora de ASPAMET permitirá conocer el valor de las inversiones y gastos que se generarían al exportar los productos y ayudará a los empresarios a aprovechar las posibilidades de las comunicaciones actuales y los beneficios de sus productos. Así, podrán establecer relaciones comerciales directamente con los distribuidores, evitando intermediaciones y ampliando su mercado en cualquier rincón del mundo. Todo esto, sin dejar de lado que este sector ha sido uno de los más afectados por la pandemia.

5. Objetivos

5.1. Objetivo general

Construir la guía para exportar pan de arroz a Estados Unidos, para la Asociación de Productores y Comercializadores de Pan de Arroz del Meta (ASPAMET).

5.2. Objetivos específicos

- Mapear el mercado de productos iguales o similares al pan de arroz, en Estados Unidos.
- Sistematizar las condiciones legales y técnicas necesarias para la exportación de pan de arroz a dicho país.
- Diseñar un instructivo como guía para comercializar el pan de arroz del Meta en el exterior.

6. Metodología

6.1. Diseño de la investigación

La presente investigación es de tipo cualitativo-interpretativo, ya que, de acuerdo con Ricoy Lorenzo (2006), estos estudios buscan analizar y comprender los significados elaborados por los sujetos al respecto de sus realidades construidas mediante la interacción con otros en un contexto determinado, que, para este proceso de indagación, hace referencia a las realidades de los productores como personas naturales o como empresas pertenecientes a ASPAMET. En este sentido, se llevó a cabo un proceso de recolección de información de dichos productores, así como de los procesos de exportación, con el propósito de orientar a los empresarios en términos de documentación, normatividad e información. También se describieron los principales elementos que algunos de sus colegas han tenido en cuenta para el ingreso de los productos llaneros en Estados Unidos. (Ricoy Lorenzo, 2006)

6.2. Participantes

La presente investigación tuvo como participantes a tres (3) empresarios de la asociación: Rosquipan, Rosvi (rosquillas Villavicencio) y Comestibles el Gavan.

6.3. Instrumentos

Para el desarrollo de la presente guía se implementaron cuestionarios estructurados y semiestructurados, grupos focales realizados a los productores- expertos en exportación, así como entrevistas telefónicas, virtuales, presenciales, también se llevaron a cabo visitas In Situ.

6.4. Fuentes de información

Para el desarrollo de esta guía de exportación de pan de arroz se realizaron consultas en referentes asociados con el comercio exterior, las guías de exportación de Procolombia, así como, los ministerios de comercio, industria y turismo, también, hubo consultas en artículos sobre

exportación de productos a Estados Unidos, al igual que, información de la cámara de comercio sobre la asociación y los clústeres del Meta y datos de la actualidad exportadora de Colombia y sus departamentos.

Para la recolección de la información, se realizaron visitas a las empresas denominadas como: Rosquipan, Rosvi (rosquillas Villavicencio) y Comestibles el Gavan con el propósito de conocer el proceso productivo, preguntar por sus expectativas en el mercado colombiano y americano y evaluar con qué puntos brindan cumplimiento al plan exportador. En los meses de mayo y agosto se realizaron dos (2) grupos focales con los productores y con expertos en comercio exterior para definir la estructura de la guía y profundizar en los aspectos puntuales que se deben cumplir con el producto específico del pan de arroz. Se tiene programada una reunión con el grupo de comercio exterior para terminar de definir aspectos puntuales de términos de negociación e incoterms.

7. Guía Exportación

Es importante precisar que cada empresa deberá estar legalmente constituida ante Cámara de Comercio (CCV) y RUT actualizado como exportador y operar bajo régimen común para poder realizar procesos de exportación e importación y darle un mayor peso a sus ofertas y alianzas comerciales. Así lo dijo el profesor de la Universidad Santo Tomas, Alfonso Canónigo, en el grupo focal realizado con los expertos en exportación, enmarcando que, si además de estar constituidos, tienen página web, correo institucional y redes sociales, incrementa las posibilidades de cerrar negocios con empresas tanto colombianas como extranjeras. Y al contar con partidas arancelarias se pueden revisar los derechos e impuestos de aduana que tiene que pagar el producto para entrar en cualquier país; además, si incluye algunas condiciones o preferencias de acceso a los mercados por normativas o por tratados de libre comercio.

Es crucial asegurar la seguridad sanitaria de los alimentos que consumimos, incluyendo el pan de arroz. Para lograrlo, es necesario cumplir con todos los procesos necesarios para obtener los certificados de inocuidad y salubridad. De esta manera, garantizamos que el producto es seguro para el consumo de personas y animales. Las empresas de ASPAMET deben tener registro o notificación sanitaria dependiendo de los diferentes productos que procesan, ya que, si es de alto riesgo para la salud, se debe tener el registro y si es de bajo riesgo, es necesario contar con la notificación.

Para exportar pan de arroz a los Estados Unidos, es esencial que la cuajada utilizada en su producción esté registrada en el Invima y que se pueda rastrear desde el campo hasta su uso final. Según los exportadores, sin estos requisitos, la FDA (Agencia de Alimentos y Medicamentos) no permitirá que el producto ingrese al país. La FDA es la agencia gubernamental encargada de regular aspectos sanitarios en los Estados Unidos, como alimentos, medicamentos, equipos médicos y cosméticos.

Para exportar pan de arroz, los fabricantes, procesadores, empacadores y operadores de almacenamiento deben estar inscritos ante la FDA. Es posible obtener el registro de forma gratuita y en línea a través del sitio web <https://www.access.fda.gov/>. Este registro debe renovarse cada dos años, o en caso de cambio de propietario, dirección o fusión de empresas. En tales situaciones, es necesario cancelar el registro y solicitar uno nuevo.

Es importante tener en cuenta las exigencias de la FDA para el rotulado y etiquetado del empaque del pan de arroz a la hora de exportarlo. La guía de la FDA proporciona información detallada sobre el tamaño de la letra, el orden y tamaño de los separadores, y otros aspectos relevantes.

De acuerdo con la guía para la exportación de mercancías de Procolombia, antes de cualquier trámite aduanero (importación y/o exportación), es necesario establecer un contrato o acuerdo de compraventa internacional con el cliente que especifique los términos y condiciones tanto para el comprador como para el vendedor. Este contrato o acuerdo debe incluir uno de los estándares de negociación internacional conocidos como Incoterms, que estipulan costos, puntos de entrega, documentación y riesgos involucrados en la distribución física de bienes para el importador y exportador (Procolombia, s.f.). La Cámara de Comercio Internacional identifica dos tipos de Incoterms 2010: Multimodales y Marítimos. (Procolombia, 2010)

El termino de negociación que se seleccione se definirá de acuerdo a varios factores relacionados con el productos, y aspectos propios de la cadena logística, por esto es importante llegar a un acuerdo sobre el termino de negociación a utilizar para garantizar una exportación exitosa. Toda esta información se registra en la “Guía Práctica para conocer el Proceso de Exportaciones de Bienes”.

Si deseas empezar a exportar, es necesario que te inscribas en la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE). Para hacer esto, necesitarás obtener una firma digital distinta a la firma electrónica utilizada por la DIAN.

Una vez que hayas obtenido tu firma digital, puedes ingresar a la página web del VUCE y solicitar tu usuario. Deberás proporcionar la información solicitada por la plataforma, y luego se te asignará un usuario y contraseña para acceder a VUCE. (Flórez Carranza, 2019, pág. 55)

En esta ventanilla se pueden llevar a cabo diversos trámites, como “El registro de Productores Nacionales, la obtención de autorización electrónica previa para la exportación, la gestión de vistos buenos, el sistema de inspección simultánea y el registro ante la policía antinarcóticos” (Mahecha Cruz, 2019). Todos estos procesos están relacionados con la subpartida arancelaria. Es importante destacar que, para acceder a las exenciones o reducciones arancelarias aplicables a los diferentes tratados de libre comercio, es necesario obtener un certificado de origen. (Mahecha Cruz, 2019).

En el caso de exportaciones a Estados Unidos, es necesario solicitar una auto certificación que puede ser emitida directamente por el exportador. Para ello, se debe utilizar el formulario anexo “a los acuerdos comerciales establecidos con Estados Unidos, Canadá, Corea del Sur y el Triángulo Norte (Guatemala, El Salvador y Honduras)”. (Mahecha Cruz, 2019; Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), 2022)

Si el valor de exportación de productos no supera los 30.000 USD, los trámites se pueden realizar directamente. En caso contrario, se debe contratar una agencia de aduanas que lo represente ante los entes competentes. Es necesario preparar la documentación requerida para completar la exportación: “factura comercial (escrita en inglés y en moneda USD), packing list (inglés), visto bueno, certificado de origen”, y otros documentos necesarios (fichas técnicas, manuales, certificados, entre otros). La agencia aduanera se encargará de la Solicitud de Autorización de Embarque (SAE) ante la dirección seccional de aduanas del puerto o del aeropuerto correspondiente.

A los 30 días siguientes se debe realizar la entrada de la mercancía a la zona primaria, donde la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), procede a realizar las tres opciones de aforo aduanero: físico, documental o automático. Si el contenido de los documentos soporte, está conforme con lo declarado, la aduana autoriza el embarque y el agente aduanero firma y presenta la declaración de exportación. Se deberá guardar toda la documentación generada en cada proceso, ya que estos, son los que certifican su actividad exportadora, además sirven como soporte para respaldar el reintegro de divisas.

Según lo convenido con el cliente, deberán realizarle el pago de la mercancía en dolares y luego convertirlo a pesos colombianos, esta conversión es conocida como reintegro de divisas. Este proceso se realiza con el banco seleccionado para recibir el pago, quien le facilitará un formulario de declaración de cambio por exportación de bienes y que sirve para legalizar el ingreso de esa divisa ante el Banco de la República. (González, y Quijano, 2009)

7.1. Desarrollo

A continuación, se describe el procedimiento para la “exportación del pan de arroz en el departamento del Meta”:

Registro como exportador: el primer paso consiste en tramitar el RUT, el cual es expedido por la DIAN o SuperCADE. La DIAN es la entidad encargada de otorgar el Número de Identificación Tributaria (NIT) a individuos y empresas. Este registro tiene como objetivo mejorar la eficiencia en el cumplimiento de obligaciones fiscales y controlar cada actividad económica (Canal Institucional TV, 2022). Para adquirir el RUT en línea, se necesita un ordenador o teléfono móvil y una fotografía de ambos lados de la cédula de ciudadanía. Luego de esto, se procede a realizar los siguientes pasos para obtenerlo:

Cómo solicitar “la inscripción o actualización del RUT Persona Natural o Jurídica” en línea
Si deseas solicitar una cita virtual para realizar el proceso de “inscripción o actualización del RUT Persona Natural o Jurídica”, sigue estos sencillos pasos:

- Ingresa a www.dian.gov.co y selecciona la opción "Asignación de citas".
- Solicita una cita virtual seleccionando la opción correspondiente.
- Recuerda guardar el atajo de contacto que seleccionaste y el radicado que te proporcionará la página. Recibirás un correo electrónico de confirmación de la cita.
- Entra al enlace que encontrarás en el correo de recordatorio de cita y descarga el Formulario 001 del RUT Editable.
- Copia el correo electrónico correspondiente al punto de contacto que elegiste. El CIU se encuentra a través de la página de la Cámara de Comercio de tu ciudad.
- Envía los documentos solicitados por el asesor al correo electrónico entre los horarios de 9:00 -12:00, según corresponda.
- Un asesor rectificará la información y remitirá el documento final para su impresión, firma y escaneado. Este será el RUT original.

¡Listo! Ya has completado el proceso para solicitar “la inscripción o actualización del RUT Persona Natural o Jurídica” en línea.

Las personas jurídicas deben visitar las oficinas de la DIAN para obtener el RUT en persona, a menos que no puedan solicitarlo en línea. La buena noticia es que la DIAN ha habilitado una opción para pedir una cita a través de su sitio web. Es importante llevar una fotocopia del documento de identidad ampliada al 150% y responder a una serie de preguntas clave de identificación tributaria que realizará un funcionario de la DIAN. Una vez validados los datos, se entregará el RUT. Si eres una persona jurídica, se te pedirá que presentes un certificado de personería jurídica no mayor a 30 días. (Diario El Espectador, 2022).

Estudio de mercado y localización de la demanda potencial: Es relevante conocer el potencial del pan de arroz en el mercado de los Estados Unidos, por esto, Antes de aventurarse en un nuevo mercado, es importante “Para lograr una investigación exhaustiva, es importante considerar aspectos clave como la demanda del mercado, los indicadores económicos esenciales (precios, tipo de cambio, inflación, importaciones y exportaciones) y las prácticas comerciales comunes”, competidores, barreras de entrada, mecanismos de integración comercial, y tendencia en el mercado. (Hill et al., 2019)

Posición arancelaria: la posición arancelaria es 19.05: productos de panadería a base de sagú, yuca y achira.

Tabla 4. Posición Arancelaria

Código	Designación de mercancías
Sección IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados
Capítulo 19	Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería
Partida 1905	Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao; hostias, sellos vacíos de los tipos utilizados para medicamentos, obleas para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas, y productos similares.
1905.10	Pan crujiente llamado «Knäckebrot»
1905.20	Pan de especias
1905.30	Galletas dulces (con adición de edulcorante); barquillos y obleas, incluso rellenos («gaufrettes», «wafers») y «waffles» («gaufres»):
1905.40	Pan tostado y productos similares tostados
1905.90	Los demás

Nota. La subpartida arancelaria del pan de arroz es 1905.40.00.00: pan tostado y productos similares tostados. (LegisComex, 2022a)

Procedimientos de visto bueno para la exportación de pan de arroz: Para exportar pan de arroz, es necesario que el exportador esté registrado en la entidad encargada de controlar y otorgar el visto bueno. Antes de la exportación, el exportador debe obtener los vistos buenos y requisitos especiales necesarios, de acuerdo con las normas vigentes. Para obtener estos requisitos especiales, se deben realizar los siguientes trámites en Colombia:

- Certificado de inspección sanitaria para la exportación de alimentos (INVIMA)
- Certificado de venta libre (INVIMA)
- Certificado fitosanitario (ICA)

Es importante que se obtengan estos vistos buenos antes de la exportación y de acuerdo con las normas vigentes. Una vez obtenidos, se debe presentar la Solicitud de Autorización de Embarque en el sistema informático de la DIAN.

Términos de negociación Internacional – INCOTERMS: Antes de exportar cualquier producto, es fundamental establecer “un contrato o acuerdo de compraventa con el cliente, el cual debe detallar los términos y condiciones del negocio tanto para el vendedor como para el comprador” (LegisComex, 2023). En este documento, es necesario incluir el INCOTERM, pues estos establecen las responsabilidades durante las etapas de la exportación y la cobertura de riesgos relacionados con la cadena de suministro del pan de arroz para cada una de las partes. (LegisComex, 2023)

Registro en la Ventanilla Única de Comercio Exterior VUCE: La Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) fue establecida a través del Decreto No. 4149 de diciembre 10 de 2004. Su objetivo es permitir a los importadores y exportadores realizar trámites electrónicos relacionados con autorizaciones, permisos, certificaciones o vistos buenos previos, necesarios para llevar a cabo las operaciones específicas de importación y exportación. La VUCE utiliza la firma digital como medida de seguridad tecnológica y jurídica, mientras que el pago en línea acelera el proceso de pago.

La plataforma está conformada por cuatro (4) módulos: Importaciones, Exportaciones, Formulario Único de Comercio Exterior -FUCE- e Inspección Física Simultánea-SIIS. La VUCE ofrece a los usuarios los elementos necesarios para realizar trámites electrónicos de importación y exportación, garantizando agilidad, integridad, disponibilidad y confiabilidad en el proceso. Lo más importante, la plataforma asegura la seguridad de la información mediante el uso de la firma electrónica.

¿Desea obtener más información sobre la VUCE y los certificados digitales necesarios para utilizar esta plataforma? Visite el sitio web <http://www.vuce.gov.co/>.

Registro para determinación de origen o certificado de origen: El Certificado de Origen es un documento vital para demostrar el origen de los productos elaborados en Colombia y aprovechar las preferencias arancelarias que se han establecido en los acuerdos comerciales del país. Para realizar exportaciones, es necesario seguir los procedimientos aduaneros adecuados, que incluyen:

Verificar los términos de negociación una vez que la mercancía esté preparada.

Para el transporte internacional, se puede contratar un agente de carga o marítimo.

Realizar la Solicitud de Autorización de Embarque en la DIAN del puerto, aeropuerto o paso de frontera correspondiente.

Para exportaciones superiores a los 10.000 USD, es necesario contratar los servicios de una agencia de aduanas.

Existen diversos medios de pago internacional, como transferencias bancarias, cartas de crédito, letras avaladas y garantías Standby.

Para el reintegro de divisas, acuda a intermediarios del mercado cambiario, como bancos comerciales y otras entidades financieras. (Decreto 390 de la Presidencia de la República de Colombia, 2016)

Además, es fundamental conocer el perfil de los Estados Unidos como destino de exportación para el pan de arroz. En la siguiente sección se detallará esta información.

8. Estudio de mercado y localización de la demanda potencial-Perfil Estados Unidos

Los Estados Unidos poseen la economía más grande del mundo, con un valor de 20.9 billones de dólares en 2020, y representando el 24.6% del PIB global. Además, el país se ubica en el quinto lugar mundial en cuanto a PIB per cápita, con \$63.358.

El sector primario, que contribuye con el 1.8% del PIB, se destaca por su agricultura de alta tecnología y productividad. Los principales cultivos incluyen maíz, soja, carne de res, algodón, frutas y nueces.

Por su parte, el sector secundario, con el 15.1% del PIB, abarca diversas actividades, incluyendo la fabricación de maquinaria eléctrica y electrónica, productos químicos, maquinaria industrial, el sector agroindustrial y automotriz. La industria aeroespacial y farmacéutica también son importantes. El país es uno de los principales productores de gas natural licuado, aluminio y petróleo.

Finalmente, el sector terciario, que representa el 83.1% del PIB, se enfoca en servicios financieros, seguros, bienes raíces, alquiler, servicios de educación, salud y asistencia social, y turismo. (LegisComex, 2022b)

Se estima que el total de habitantes sea de 329.484.123, de los cuales el 82.7% corresponde a población urbana y el 17.3% a la rural. Su densidad poblacional es de 36 hab./km². Frente al sexo, se encuentra que el 50.2% son mujeres y el 49.2% hombres, con esperanza de vida en años de 81,4 y 76,3, respectivamente, según cifras del Banco Mundial CIA - World Factbook en 2015. El crecimiento natural es de 0.35% y la edad media es de 37.8 años, de forma que, la distribución poblacional en edades corresponde a: menos de cinco (5) años el 6.9%, entre 5 a 14 años el 13.3%, de 15 a 24 años el 14.1%, entre 25 a 69 años el 56.6%, más de 70 años el 9.1% y superior a 80 años el 3.8% (Organización de las Naciones Unidas (ONU), 2010).

Ahora bien, frente a la composición de los hogares, la edad media del jefe de la familia es de 45,0 años, “el total de hogares es de 116,7 millones y estos hogares en promedio están conformados de a 2,6 personas; en este sentido, en porcentaje se encuentra que los hogares conformados por una (1) persona corresponde al 26,7%, los de dos (2) al 32,8%, los que tienen entre tres (3) a cuatro (4) personas al 29,5% y aquellos con más de cinco (5) personas el 11,0% (Organización de las Naciones Unidas (ONU), 2013).

La diversidad étnica de los Estados Unidos según la Oficina del Censo de los Estados Unidos (U.S. Census Bureau) es la siguiente: los estadounidenses de origen europeo o del Medio Oriente representan más del 73% de la población, mientras que más del 17,6% tienen raíces

hispanas o latinas. Por otro lado, el 12,7% son afroamericanos, el 5,4% son asiáticos, y los nativos americanos y de Alaska representan alrededor del 1% de la población. Los nativos de Hawái y otras islas del Pacífico representan el 0,2% de la población. Por otro lado, se precisa que de acuerdo con City Population, el estado con mayor número de residentes es Nueva York con 8.336.900, seguido de Los Ángeles con 3.979.600, Chicago con 2.694.000, Houston con 2.320.300, Phoenix con 1.681.000, Filadelfia con 1.584.100, San Antonio con 1.547.300, San Diego con 1.423.900, Dallas con 1.343.600 y San José con 1.021.800. (Santander Trade Markets, 2023c)

En concordancia con la CEPAL La paridad del poder adquisitivo se refiere al número de unidades monetarias necesarias de un país para adquirir la misma cantidad de bienes y servicios en el mercado local que se podrían adquirir con los USD en los Estados Unidos., de forma que, en unidad monetaria local-USD, se encuentra que, en los años 2019, 2020, 2021, 2022 y 2023 es de 1,00 (para estos dos últimos años los datos son estimados). Frente al consumo de los hogares, la Tabla No. 5 muestra para los años 2018, 2019 y 2020 y la Tabla No. 6 evidencia los gastos de consumo por categoría en % para el año 2017. (Comision economica para america latina y el caribe (CEPAL, 2016)

Tabla 5. Gastos consumo de los hogares

Gastos de consumo de los hogares	2018	2019	2020
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD, precio constante de 2000)	13.245.220	13.535.240	13.023.386
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	2,9	2,2	-3,8
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD, precio constante de 2000)	40.525	41.225	39.527

Nota. Esta tabla es tomada de World Bank, (2022a)

Tabla 6. Gastos consumo por categoría

Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales	2017
Salud	21,8%
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	19,0%
Bienes y servicios varios	14,1%
Transporte	9,5%
Ocio y cultura	9,0%
Hoteles y restaurantes	6,9%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	6,4%
Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar	4,1%
Ropa y calzado	3,1%
Educación	2,2%
Comunicación	2,1%
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	1,8%

Nota. Esta tabla es realizada con base en los datos de la OCDE , (2022)

En los Estados Unidos, la forma de gobierno se basa en una república federal y una democracia representativa. Hay tres ramas de gobierno que tienen igual poder. Además, los Estados Unidos se componen de 50 estados que son en gran medida autónomos y semi-soberanos. La economía de los Estados Unidos es de ingresos elevados y es considerada como la primera potencia exportadora mundial. A pesar de tener un alto nivel de endeudamiento, es miembro de la OCDE y del G8. Según el índice de desarrollo humano, que mide “la esperanza de vida, el nivel de educación, el acceso a carreras profesionales, las culturas” y otros aspectos, los Estados Unidos tienen una puntuación de 0,915 sobre 1, lo que los ubica en el puesto 8 de 188 en la clasificación mundial.

Así pues, las Tablas No. 7 y 8 muestran los indicadores de comercio exterior para el lapso entre 2016 a 2020 y las previsiones de comercio exterior para los años 2021, 2022, 2023, 2024 y 2025.

Tabla 7. Indicadores de comercio exterior

Indicadores de comercio exterior	2016	2017	2018	2019	2020
Comercio exterior (<i>en % del PIB</i>)	26,5	27,2	27,5	26,3	23,4
Balanza comercial (<i>millones de USD</i>)	-749.801	-799.340	-880.302	-864.332	-915.573
Balanza comercial (incluyendo servicios) (<i>millones de USD</i>)	-481.172	-513.785	-579.939	-576.865	-681.707
Importación de bienes y servicios (<i>crecimiento anual en %</i>)	1,5	4,4	4,1	1,2	-8,9
Exportación de bienes y servicios (<i>crecimiento anual en %</i>)	0,4	4,1	2,8	-0,1	-13,6
Importación de bienes y servicios (<i>en % del PIB</i>)	14,6	15,0	15,2	14,5	13,3
Exportación de bienes y servicios (<i>en % del PIB</i>)	11,9	12,2	12,3	11,8	10,1
Importación de bienes y servicios (<i>en % del PIB</i>)	14,6	15,0	15,2	14,5	13,3
Exportación de bienes y servicios (<i>en % del PIB</i>)	11,9	12,2	12,3	11,8	10,1

Nota. Adaptada con información obtenida del Banco Mundial., (2022b)

Tabla 8. Previsiones de comercio exterior

Previsiones de comercio exterior	2021	2022 (e)	2023 (e)	2024 (e)	2025 (e)
Volumen de las exportaciones de bienes y servicios (Variación porcentual anual)	5,4	8,2	4,4	3,6	3,5
Volume of imports of goods and services (Annual % change)	14,1	8,7	4,1	2,1	2,0

Nota. Esta tabla es realizada a partir de la información dispuesta en IMF, World Economic Outlook , (Fondo Monetario Internacional (FMI), 2023);

Estados Unidos es miembro de varias organizaciones internacionales que se enfocan en la cooperación económica. Algunas de ellas son: “G-7, G-10, G-20, APEC (la Cooperación Económica Asia-Pacífico), OMC (la Organización Mundial del Comercio), FMI (el Fondo Monetario Internacional), OCDE (la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos), CCI (la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo)”, entre otras. De manera que, las Tabla No. 9 y 10 comprenden las previsiones del comercio exterior y los principales proveedores a nivel mundial.

Tabla 9. *Previsiones de comercio exterior*

Clientes principales	2020 (% de las exportaciones)
Canadá	17,8%
México	14,9%
China	8,7%
Japón	4,5%
Reino Unido	4,1%
Alemania	4,0%
Corea del Sur	3,6%
Países Bajos	3,2%
Brasil	2,5%
Francia	2,0%

Nota. Adaptada con información obtenida del Comtrade, de las, (Organización de las Naciones Unidas (ONU), 2022)

Tabla 10. *Principales proveedores*

Principales proveedores (% de las importaciones)	2020
China	19,0%
México	13,7%
Canadá	11,5%
Japón	5,1%
Alemania	4,9%
Vietnam	3,5%
Corea del Sur	3,3%
Suiza	3,1%
Irlanda	2,7%
India	2,2%

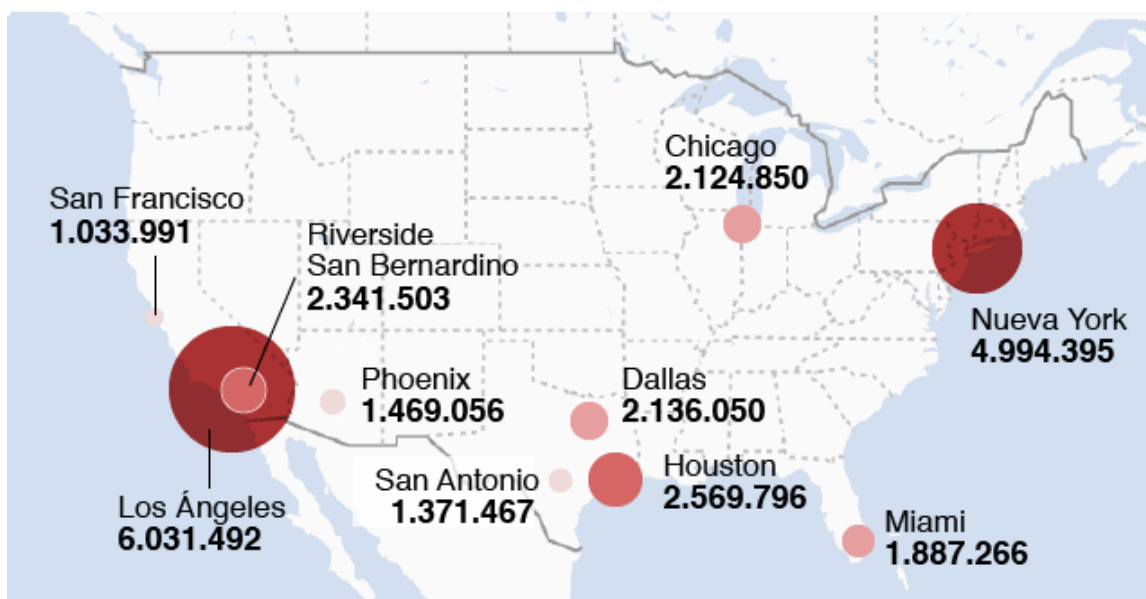
Nota. Esta tabla es realizada con base en la información suministrada por Comtrade de las, (Organización de las Naciones Unidas (ONU), 2022)

8.1. Segmentación

De los más de 325 millones de habitantes de los Estados Unidos, cerca de 59 millones son de ascendencia latina, lo que representa el 18% de la población. La mayoría de los latinos en los Estados Unidos son de origen mexicano (más del 60%), mientras que Puerto Rico, Cuba, El Salvador y la República Dominicana les siguen en número. Otras representaciones latinas son Guatemala, Colombia, Honduras, Ecuador, Perú, Nicaragua, Venezuela, Argentina, Panamá, Chile, Costa Rica, Bolivia, Uruguay y Paraguay, aunque en menor medida. Los diez estados con la mayor población latina son California, Texas, Florida, Nueva York, Illinois, Arizona, Nueva Jersey, Colorado, Nuevo México y Georgia. ¿Pero cuáles son las ciudades estadounidenses con la población latina más grande? La figura No. 4 proporciona una descripción de los habitantes latinos en los Estados Unidos.

Figura 4. *Población latina en Estados Unidos*

Ciudades de EE.UU. con mayor población latina



Fuente: Oficina del Censo de Estados Unidos

BBC

Nota. Adaptado de la oficina del censo de Estados Unidos (BBC News Mundo, 2019)

Ahora bien, se analizó el comportamiento de la posición arancelaria en los primeros 6 meses de los años 2019 y 2020, de forma que, En Colombia, la posición arancelaria

****1905400000**** es utilizada para exportar achiras, junto con otros productos similares tostados. A continuación, se detallan los resultados obtenidos:

8.1.1. Primer semestre 2019

Durante el 2020, se registró una cifra de \$936.230 dólares (FOB) en exportaciones de productos colombianos. De las 16 empresas exportadoras, las cinco principales fueron:

1. *Bimbo de Colombia SA: \$659.553 dólares (FOB)*
2. *CI Soexcol SAS: \$66.960 dólares (FOB)*
3. *Achiras del Huila Ltda: \$64.726 dólares (FOB)*
4. *Carlos A Castañeda y Cia Sca: \$61.620 dólares (FOB)*
5. *Productos Seba Seba SAS: \$43.597 dólares (FOB)*

Los envíos se realizaron a 11 países, siendo los cinco principales:

1. *Estados Unidos: \$774.582 dólares (FOB)*
2. *Ecuador: \$103.113 dólares (FOB)*
3. *España: \$22.983 dólares (FOB)*
4. *Canadá: \$15.569 dólares (FOB)*
5. *Panamá: \$8.394 dólares (FOB)*

Los cinco principales clientes en el extranjero fueron:

1. *Abraco Group LLC (Ubicado en Estados Unidos): \$556.440 dólares (FOB)*
2. *Bimbo Ecuador SA (Ubicado en Ecuador): \$103.113 dólares (FOB)*
3. *Soexcol Imp Distributors (Ubicado en Estados Unidos): 48.685 dólares (FOB)*
4. *Grace Kennedy Foods USA (Ubicado en Estados Unidos): 47.520 dólares (FOB)*
5. *Dinas Distribution Corp (Ubicado en Estados Unidos): 43.597 dólares (FOB)*

8.1.2. Primer semestre de 2020

En el periodo del año actual, las exportaciones colombianas de snacks se han valorado en \$1'157.359 dólares (FOB), aumentando un 23,62% en comparación con las exportaciones del

mismo periodo del año anterior, que sumaron \$936.230 dólares. Esta cifra se compone de los envíos de 17 empresas exportadoras, siendo las cinco principales:

1. *Bimbo de Colombia SA: \$850.500 dólares (FOB)*
2. *Carlos A Castañeda y Cia Sca: \$88.788 dólares (FOB)*
3. *Achiras del Huila Ltda: \$74.911 dólares (FOB)*
4. *CI Soexcol SAS: \$47.675 dólares (FOB)*
5. *CI Laymar Ltda: \$35.195 dólares (FOB)*

En cuanto a los destinos de exportación, se realizaron envíos a ocho países, siendo los cinco principales:

1. *Estados Unidos: \$1'023.980 dólares (FOB)*
2. *España: \$49.561 dólares (FOB)*
3. *Ecuador: \$46.083 dólares (FOB)*
4. *Canadá: \$14.878 dólares (FOB)*
5. *Aruba: \$9.880 dólares (FOB)*

En lo que respecta a los clientes en el extranjero, los cinco principales fueron:

1. *Abraco Group LLC Ubicado en Estados Unidos, con compras valoradas en \$774.901 dólares (FOB)*
2. *Soexcol Imp Distributors Ubicado en Estados Unidos, con compras valoradas en \$47.675 dólares (FOB)*
3. *Grace Kennedy Foods USA Ubicado en Estados Unido, con compras valoradas en \$46.351 dólares (FOB)*
4. *Bimbo Ecuador SA(Ubicado en Ecuador, con compras valoradas en \$46.083 dólares (FOB)*
5. *Jota Jota Alimentos Global SL. Ubicado en España, con compras valoradas en \$42.436 dólares (FOB)*

Durante la última década, el consumo de snacks ha aumentado en los Estados Unidos. Según Foodtech (2020), el 95% de la población del país consume snacks salados diariamente, de los cuales el 70% los come dos o más veces al día. El mercado de snacks salados tiene un valor aproximado de \$12 mil millones, y se espera que crezca un 28% para el año 2022, alcanzando un valor de \$15.3 mil millones.

En 2018, los snacks salados representaron el 8% de los nuevos productos lanzados. Los snacks más populares son aquellos que contienen carne, con un 30% de las ventas, seguidos por las palomitas de maíz con el 22% y los snacks de queso con el 21%. Además de los snacks salados, las barras de nutrición y rendimiento también tienen un gran valor, con una estimación de alcanzar los \$7.7 mil millones para el año 2022.

9. Cronograma

En la tabla siguiente se presenta el cronograma desarrollado en esta investigación:

Tabla 11. *Cronograma*

Mes	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio
Actividades							
Realizar visitas y entrevistas a las empresas							
Investigar sobre productos similares al pan de arroz en el mercado americano							
Investigar los requisitos técnicos y legales							
Sistematizar información							
Diseñar la guía de exportación							
Realizar correcciones e impresión de la guía							
Realizar entrega							

Conclusiones

Al realizar la guía de exportación para la asociación de productores de pan de arroz hacia Estados Unidos, se logra resumir de manera detallada y explícita la información necesaria para que las empresas puedan llevar a cabo de manera adecuada una exportación, teniendo en cuenta todos los pasos que se deben realizar para cumplir con todos los trámites involucrados en el comercio exterior ante el Estado colombiano. Además de los procesos requeridos para ser una empresa exportadora y lograr la internacionalización del producto, cumpliendo con la documentación, vistos buenos, certificados, y demás procesos necesarios según su partida arancelaria. Así mismo, con esta guía pueden entender y escoger las modalidades y los términos de negociación que se pueden utilizar dependiendo de cada empresa y sus diferentes necesidades, con esto, se logra propiciar una visión amplia de todo el compendio de actividades que se deben cumplir para exportar desde Colombia hasta EE.UU.

En este mundo cada vez más globalizado, la comprensión del comercio exterior permite a los empresarios acceder de manera adecuada a todos los incentivos que otorga el gobierno, impulsando la competitividad, eficiencia y calidad de los procesos y productos, para que estos logren traspasar las barreras nacionales e internacionales cumpliendo con todos los estándares solicitados por mercados grandes y exigentes.

Referencias bibliográficas

- Asamblea Departamental del Meta. (29 de noviembre de 2016). Ordenanza 924 de 2016. *Por medio de la cual se declara Patrimonio cultural inmaterial departamental las prácticas tradicionales culinarias del pan de arroz del departamento del Meta y se dictan otras disposiciones.* <https://asambleameta.micolombiadigital.gov.co/proyectos-de-ordenanzas/ordenanza-924-de-2016>
- Asamblea Nacional Constituyente. (7 de Julio de 1991). Constitución Política de Colombia [Const]. <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125>
- Asociación de Productores y Comercializadores de Pan de Arroz del Meta (ASPAMET). (s.f). ¿Que es Aspamet? <https://sites.google.com/view/asociacion-aspamet/Acerca-de-Aspamet>
- Baquero, D. (julio de 2021). conociendo el negocio del pan de arroz de comestibles el Gavan. (N. Arana Sánchez, & F. Betancur, Entrevistadores)
- BBC News Mundo. (3 de noviembre de 2018). *Latinos en Estados Unidos: los mapas que muestran de qué países vienen y en qué ciudades.* <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-45999060>
- BBC News Mundo. (29 de enero de 2019). *Latinos en Estados Unidos: las 10 ciudades en las que viven más hispanos.* <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-47036609>
- Cámara de Comercio de Villavicencio (CCV). (2021). *Registro de empresas.* CCV.
- Canal Institucional TV. (30 de junio de 2022). Guía para tramitar el RUT por internet este 2023. <https://www.canalinstitucional.tv/especial/como-sacar-rut-internet>
- Comision economica para america latina y el caribe (CEPAL). (2016). *Conceptos de las paridades de poder adquisitivo.* cepal.org: https://www.cepal.org/sites/default/files/project/files/pci-conceptos-paridades-poder-adquisitivo_0.pdf
- <https://www.canalinstitucional.tv/especial/como-sacar-rut-internet>
- Congreso de la República de Colombia. (26 de diciembre de 1979). Ley 67 de 1979. *fomentar las exportaciones a través de las sociedades de comercialización internacional.* Diario Oficial No.35.443. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1618487>
- Congreso de la República de Colombia. (20 de diciembre de 1983). Ley 49 de 1983. *por la cual se expiden normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular aspectos del comercio exterior colombiano.* Diario Oficial No.36.421.

[https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1602720#:~:text=LEY%2048%20DE%201983&text=\(diciembre%2020\)-,por%20la%20cual%20se%20expiden%20normas%20generales%20a%20las%20cuales,apectos%20del%20comercio%20exterior%20colombiano.](https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1602720#:~:text=LEY%2048%20DE%201983&text=(diciembre%2020)-,por%20la%20cual%20se%20expiden%20normas%20generales%20a%20las%20cuales,apectos%20del%20comercio%20exterior%20colombiano.)

Congreso de la República de Colombia. (16 de enero de 1991). Ley 7 de 1991. *regular el comercio exterior del país, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica*,. Diario Oficial No.39.631. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1563050#:~:text=Autor%C3%ADzase%20al%20Gobierno%20Nacional%20para,para%20su%20efectividad%20se%20dicten.>

Congreso de la República de Colombia. (17 de enero de 1991). Ley 9 de 1991. *por la cual se dictan normas generales a las que deberá sujetarse el Gobierno Nacional para regular los cambios internacionales y se adoptan medidas complementarias*. Diario Oficial No.39.634. [https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1565811#:~:text=\(enero%2017\)-,por%20la%20cual%20se%20dictan%20normas%20generales%20a%20las%20que,y%20se%20adoptan%20medidas%20complementarias.&text=De%20las%20normas%20generales%20en%20materia%20de%20ca](https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1565811#:~:text=(enero%2017)-,por%20la%20cual%20se%20dictan%20normas%20generales%20a%20las%20que,y%20se%20adoptan%20medidas%20complementarias.&text=De%20las%20normas%20generales%20en%20materia%20de%20ca)

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE),. (2021). *Información: Perfiles económicos Departamentales. Departamento del Meta. Exportaciones a junio 2021*. Oficina de Estudios Económicos. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2021). *Boletín Técnico. Encuesta Nacional de Arroz Mecanizado (ENAM)*. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/arroz/boletin_ENAM_IIssem21.pdf

Diario El Espectador. (3 de noviembre de 2022). *¿Cómo sacar el RUT por internet?* <https://www.elespectador.com/economia/como-sacar-el-rut-por-internet/>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). (2022). *Cartilla pruebas de origen en las exportaciones colombianas. UAE DIAN. Proceso cumplimiento de obligaciones aduaneras*

- y cambiarias. Ministerio de Hacienda y Crédito Público.
<https://www.dian.gov.co/aduanas/aspectecmercancias/Documents/CT-COA-0068.pdf>
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). (s.f). *Certificados de Origen*.
<https://www.dian.gov.co/aduanas/aspectecmercancias/Documents/Pasos%20Certificados%20de%20Origen.pdf>
- Embajada de EE.UU en Colombia. (2018). *Tratado de promocio del comercio Estados Unidos - Colombia*. <https://co.usembassy.gov/es/fta-es/>
- Flórez Carranza, A. R. (2019). Guía de apoyo para identificar documentación y procesos requeridos en una exportación e importación para los clientes de Transcointer SAS. [Trabajo de grado, Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB)]. Repositorio.
https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/14812/2019_Tesis_Florez_Carranza_Ariel_Ricardo.pdf?sequence=1
- Fondo Monetario Internacional (FMI). (4 de diciembre de 2023). *Publications: World Economic* [imf.org: https://www.imf.org/en/Publications/WEO](https://www.imf.org/en/Publications/WEO)
- Forbes Colombia. (5 de marzo de 2021). *Exportaciones de panes, galletas y obleas colombianas crecieron 12 % en 2020*. <https://forbes.co/2021/03/05/negocios/exportaciones-de-panes-galletas-y-obleas-colombianas-crecieron-12-en-2020>
- Gómez Galiano, A. (07 de enero de 2021). *Producción y mercado del arroz en Colombia*. [redagricola.com: https://redagricola.com/produccion-y-mercado-del-arroz-en-colombia/](https://redagricola.com/produccion-y-mercado-del-arroz-en-colombia/)
- Gutiérrez, J. C. (11 de abril de 2022). *Pan de arroz, el patrimonio gastronómico de los Llanos Orientales*. Radio Cadena Nacional de Colombia.
<https://www.radionacional.co/cultura/gastronomia/llanos-orientales-pan-de-arroz-patrimonio-gastronomico>
- Guzmán Alvis, A. (2016). *El pan de Arrzo - Sanmartinero: Delicia de la gastronomía sanmartinera*. <http://canalllanero.blogspot.com/2014/09/el-pan-de-arroz-sanmartinero.html>
- Hill, C., Hult, T., Wickramasekera, R., & Mackenzie, K. S. (2019). *Global business today : Asia-Pacific perspective*. McGraw-Hill Education.
- International Chamber of Commerce (ICC). (2020). *Incoterms 2020*.
<https://www.tibagroup.com/incoterms-2020/?lang=es>.

- International Life Science Institute (ILSI) . (2020). *Papel de los cereales de grano entero en la salud. Informe científico - tecnico FINUT 02*. Fundación Iberoamericana de Nutrición (FINUT). https://www.finut.org/wp-content/uploads/2021/01/Informe-Papel-de-los-CGE-en-la-salud_compressed.pdf
- Juárez, C. (7 de mayo de 2020). *La snackificación revoluciona la forma de comer*. <https://thefoodtech.com/industria-alimentaria-hoy/la-snackificacion-revoluciona-la-forma-de-comer/>
- LegisComex. (2022a). *Arancel Aduanero*. <https://login.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/login?url=https://www.legiscomex.com>
- LegisComex. (2022b). Estudio de mercado y localización de la demanda potencial-Perfil Estados Unidos. <https://login.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/login?url=https://www.legiscomex.com>
- LegisComex. (2022c). *Producto de panadería en EE.UU*. https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/Est_panaderia_EEUU.pdf
- LegisComex. (2023). *Solicitud de permisos de exportación o vistos buenos*. https://www.legiscomex.com/Documentos/procesoexpo_paso10
- López Cerón, A. K. (2020). Obtención de un producto de panadería a partir de la sustitución parcial de harina de trigo por harina de quinoa (*Chenopodium quinoa willd*) y amaranto (*Amaranthus hipochondriacus*)". [*Trabajo de grado, Universidad Politécnica Estatal del Carchi*]. Repositorio. <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/1338>
- Mahecha Cruz, L. Y. (2019). Actualización del protocolo de exportación de Fedepanela - Anexo 2. [*Trabajo de grado, Fundación Universitaria del Area Andina*]. Repositorio. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3970/Anexo%202.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Manene Cerragería, L. M. (2014). Clúster: Definición, objetivo, beneficios y desarrollo. <https://actualidadempresa.com/cluster-definicion-objetivo-beneficios-y-desarrollo/>
- Martínez Martelo, D. (2009). Plan estratégico exportador a Centroamérica del Centro de Educación Continuada de la Universidad del Norte. [*Tesis de Maestría, Universidad del Norte*]. Repositorio. <https://manglar.uninorte.edu.co/handle/10584/142#page=1>

- MasContainer Logistica & Trade News. (2019). *Colombia: Exportaciones de panadería y molinería registraron US\$ 149,5 millones al finalizar el 2019*. <https://www.mascontainer.com/colombia-exportaciones-de-panaderia-y-molineria-registraron-us-1495-millones-el-2019/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2020). *Snacks con chía son preferidos por estudiantes en Estados Unidos*. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/Comunicaciones/Boletines_Ocex/Ocex_Miami/miami_boletin26.html
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (1999). *Manual de Normas de Comercio Exterior*. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=3d3d6f13-5746-40f4-bc7f-bc80a518c799>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2021). *Perfiles Económicos Departamentales. Departamento de Meta*. <https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/perfiles-economicos-por-departamentos>
- Ministerio de Educación Nacional (MEN). (s.f). *Programa de alimentación escolar*. <https://www.mineduacion.gov.co/1621/w3-printer-235135.html#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20PAE%3F,del%20Sistema%20General%20de%20Participaciones>
- Molina Ramírez, D. A., & Gutiérrez Bermúdez, M. J. (2020). *Análisis del impacto del clúster del pan de arroz en el desarrollo socioeconómico del Departamento del Meta. [Trabajo de grado, Universidad Santo Tomás]*. Repositorio. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/28117>
- Noatum Logistics. (s.f). *¿Cuáles son las etapas del proceso de exportación?* <https://www.noatumlogistics.com/es/cuales-son-las-etapas-del-proceso-de-exportacion/>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2010). *División de Población, Perspectivas de Estados Unidos*. Departamento Asuntos Económicos y Sociales.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2013). *Demografía y Composición de hogares en los Estados Unidos*. ONU.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2022). *Datos detallados de comercio global*. Comtrade. <https://comtradeplus.un.org/>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD). (2022). *Household spending*. [data.oecd.org: https://data.oecd.org/hha/household-spending.htm](https://data.oecd.org/hha/household-spending.htm)

Presidencia de la República de Colombia. (10 de diciembre de 2004). Decreto 4149 de 2004. *por el cual se racionalizan algunos trámites y procedimientos de comercio exterior, se crea la Ventanilla Unica de Comercio Exterior y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial No.45.762. [https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1542580#:~:text=DECRETO%204149%20DE%202004&text=\(diciembre%2010\)-,por%20el%20cual%20se%20racionalizan%20algunos%20tr%C3%A1mites%20y%20procedimientos%20de,y%20se%20dictan%20otras%20disposicion](https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1542580#:~:text=DECRETO%204149%20DE%202004&text=(diciembre%2010)-,por%20el%20cual%20se%20racionalizan%20algunos%20tr%C3%A1mites%20y%20procedimientos%20de,y%20se%20dictan%20otras%20disposicion)

Presidencia de la República de Colombia. (23 de diciembre de 2016). Decreto 2147 de 2016. *por el cual se modifica el régimen de zonas francas y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial No.50.096. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30030246>

Presidencia de la República de Colombia. (7 de marzo de 2016). Decreto 390 de 2016. *por el cual se establece la regulación aduanera*. Diario Oficial No.49.808. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/30036079>

Procolombia. (2010). Incoterms 2010. [colombiatrader.com.co: https://www.colombiatrader.com.co/incoterms-2010](https://www.colombiatrader.com.co: https://www.colombiatrader.com.co/incoterms-2010)

Procolombia. (2021a). Mapa de Oportunidades. *Estados Unidos - Productos de panadería y molinería Portal de Exportaciones*. <https://www.colombiainvierte.com.co/mapa-oportunidades>

Procolombia. (2021b). Estados Unidos - Productos de panadería y molinería. <https://www.colombiatrader.com.co/oportunidades-de-negocio/estados-unidos-productos-de-panaderia-y-molineria>

Procolombia. (2021b). Estados Unidos - Productos de panadería y molinería. <https://www.colombiatrader.com.co/oportunidades-de-negocio/estados-unidos-productos-de-panaderia-y-molineria>

Procolombia. (2022). *¿Qué es la VUCE?* <https://www.colombiatrader.com.co/preguntas-frecuentes/que-es-la-vuce-0>

Procolombia. (s.f). *¿Qué es y cómo registrare ante la FDA?* <https://www.colombiatrader.com.co/preguntas-frecuentes/que-es-y-como-registrare-ante-la-fda>

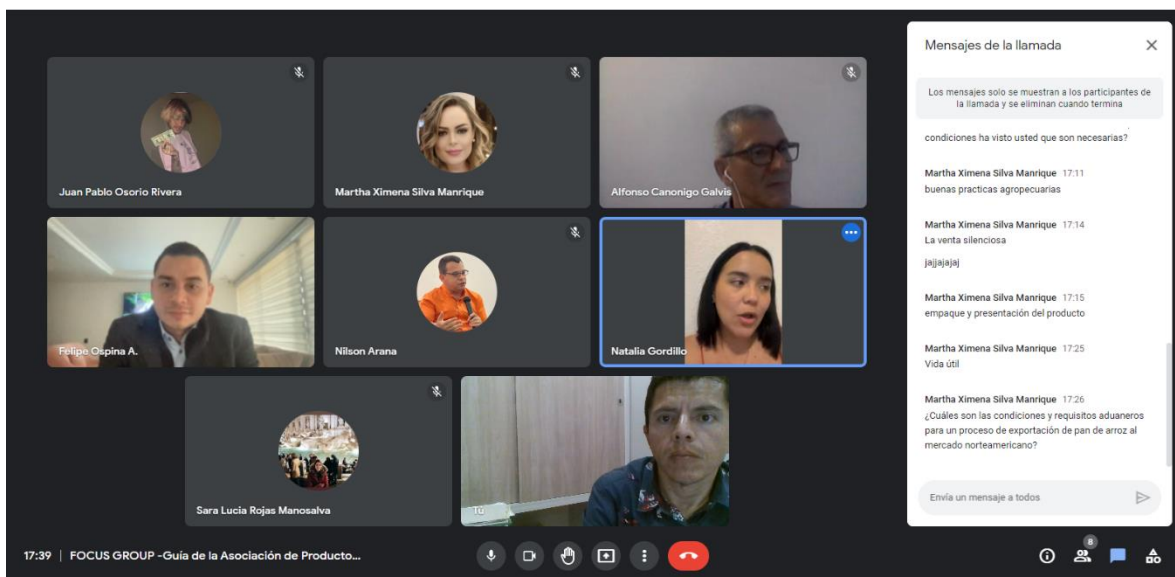
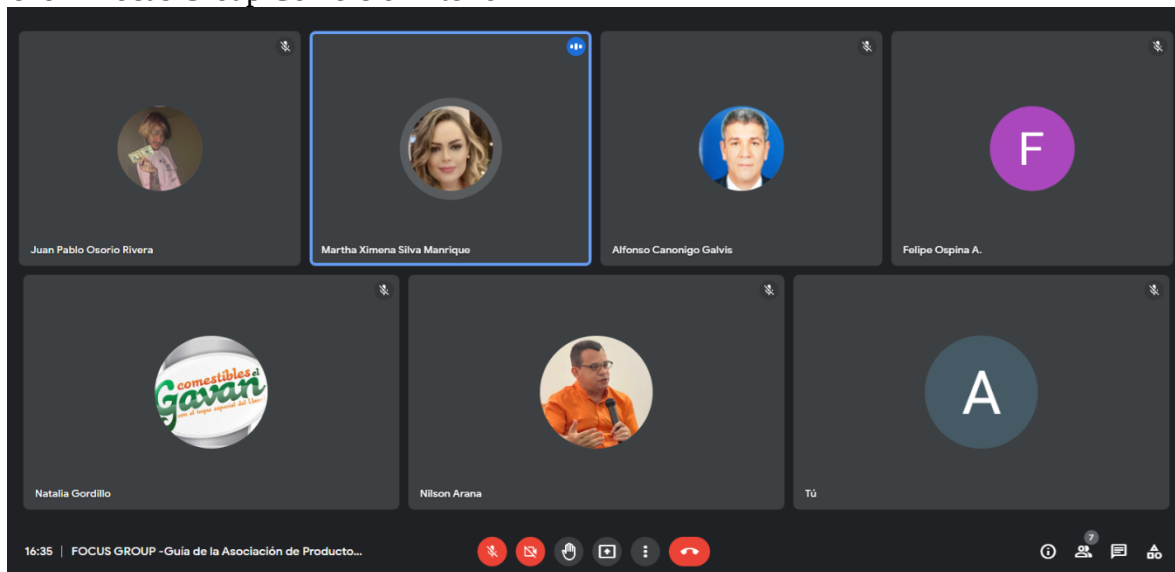
Procolombia. (s.f). *Guía para exportar bienes desde Colombia*. <https://www.colombiatrader.com.co/por-que-exportar/guia-para-exportar-bienes>

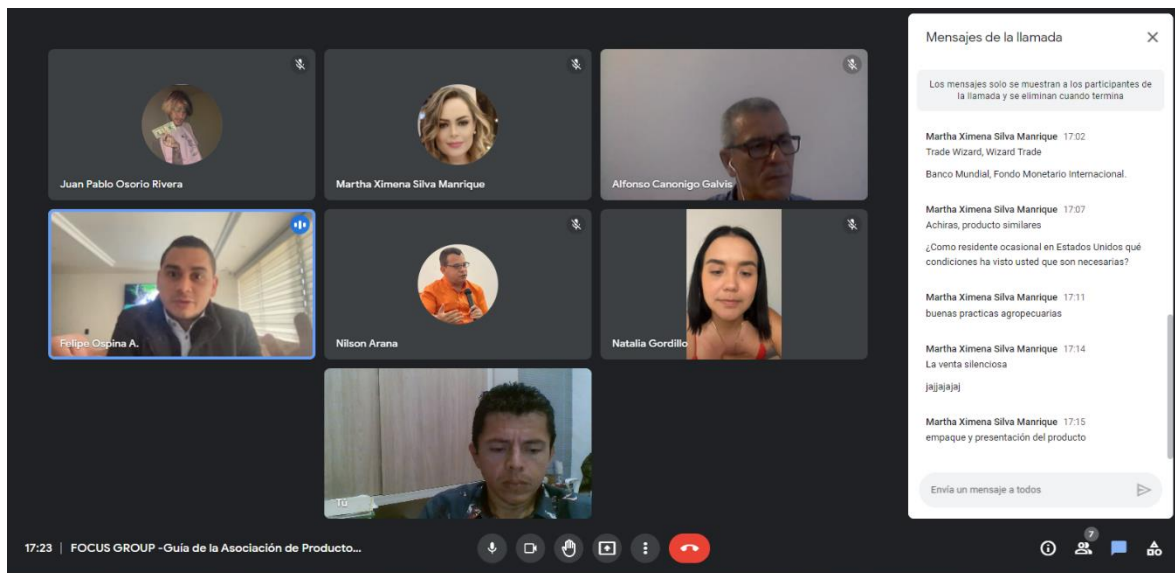
- Procolombia. (s.f). *Inicie su proceso exportador - Mentor exportador*.
<https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/proyectos-para-la-internacionalizacion/mentor-exportador>
- Procolombia. (s.f). *Términos de negociación Internacional - INCOTERMS*.
<https://www.colombiatrade.com.co/por-que-exportar/guia-para-exportar-bienes>
- Research and Markets. (2023). *Global Packaged Rice Snacks Market by Type (Rice Cakes, Rice Crackers, Rice Crisps), Distribution Channel (Convenience Stores, Online Retail Stores, Supermarkets/Hypermarkets) - Forecast 2023-2030*.
<https://www.researchandmarkets.com/report/rice-snack#cat-pos-16>
- Ricoy Lorenzo, C. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Educação. Revista do Centro de Educação*, 31(1), 11-22.
<https://www.redalyc.org/pdf/1171/117117257002.pdf>
- Salazar Benítez, H. (2022). Formalización empresarial: propuesta simplificada para solicitar el certificado de existencia y representación legal para micronegocios como persona natural y jurídica. *Anexo. Procedimiento simplificado para obtener el registro mercantil en la cámara de comercio*. [Trabajo de grado, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. Repositorio. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/14650>
- Santander - Trade Markets. (2023a). *Cifras del comercio exterior en los Estados Unidos*.
<https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/cifras-comercio-exterior>
- Santander - Trade Markets. (2023b). *Herramientas y recursos para ayudar a tu empresa a expandirse globalmente*. <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>
- Santander - Trade Markets. (2023c). *Estados Unidos: Presentación general*.
<https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/presentacion-general>
- Tirado Mejía, Á. (2019). *Introducción a la Historia Económica de Colombia*. Editorial Universidad de Antioquia. .
- Traslaviña Monroy, S. F., Niño Torres, A. P., & Niño Torres, Á. M. (2021). Revisión histórica de empresas productoras de pan de arroz en la orinoquía colombiana. *Revista Espacio I+D*

- Innovación más Desarrollo*, X (27), 7-27.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31644/imasd.27.2021.a01>.
- Treid. (20 de noviembre de 2020). *¿Sabes cuál es la principal empresa productora de achiras en Colombia?* <https://www.treid.co/post/sabes-cual-es-la-principal-empresa-productora-de-achiras-en-colombia>
- U.S Departament Of Agriculture. (27 de septiembre de 2023). *Rice Sector at a Glance. Economic Research Service*. <https://www.ers.usda.gov/topics/crops/rice/rice-sector-at-a-glance/>
- Villar-Gómez, L., & Esguerra-Umaña, M. d. (2007). El comercio exterior colombiano en el siglo XX. En J. Robinson, & M. Urrutia, *Economía colombiana del siglo XX, un análisis cuantitativo*. Fondo de Cultura Económica, Banco de la República.
<https://repositorio.banrep.gov.co/handle/20.500.12134/5376>
- Villavicencio Turismo. (11 de junio de 2018). *El Pan de Arroz, patrimonio cultural del Meta*.
<https://villavicencio-turismo.com/el-pan-de-arroz/>
- ViveElMeta. (26 de diciembre de 2018). Pan de arroz, un producto con historia llanera.
<https://www.viveelmeta.com/pan-de-arroz-un-producto-con-historia-llanera-1789/>
- World Bank. (2022a). *Final consumption expenditure (current LCU) - United States*.
<https://data.worldbank.org/indicator/NE.CON.TOTL.CN?locations=US>
- World Bank. (2022b). *Exports of goods and services (BoP, current US\$)*.
<https://data.worldbank.org/indicator/BX.GSR.GNFS.CD>

Anexos

Anexo A Focus Group Comercio Exterior





Anexo B Preguntas orientadoras Focus Group Comercio Exterior (7 y 26 de septiembre)

1. ¿Qué condiciones y características debe tener una empresa o un productor que desee comercializar pan de arroz en Estados Unidos?

Natalia Gordillo: Empaque y etiquetado, por el tipo de producto.

Certificaciones en general, implementar haccp y bpm.

La norma no exige estar certificado, pero es importante tenerlo implementado.

Tener registro Invima.

Encontrar el nicho de mercado específico (mercados latinos).

Crear la empresa en usa. Id number, impuestos, cuenta bancaria en usa etc. Abrieron una LLC (sas), importarse directamente el gavan usa a el gavan Colombia.

Venden en Vallarta en san José de california a través de un tercero. Exporta vía aérea.

Alfonso Canónigo: Preparación e identidad de la empresa. El nombre y la preparación del marketing que aporta una empresa de experiencia.

2. ¿Dónde puedo obtener información económica, política y de comercio exterior sobre mi producto?

Felipe Ospina: Legiscomex (privado con un costo) registro de las exportaciones con la partida arancelaria, registros de ventas, forma de exportación, exportador, importador, valor fob, fecha, etc., Trademap (gratis) análisis más macro porque es gratis. Después hacer la parte comercial, enviar un correo al importador con la oferta.

Alfonso Canónigo: euromonitor muy buena herramienta, passport, banco país, procolombia.

3. Natalia Gordillo. ¿Desde su experiencia como profesional y productora de pan de arroz, cuáles son los requisitos para exportar a Estados Unidos? Y ¿Como residente ocasional en Estados Unidos qué condiciones ha visto usted que son necesarias?

Natalia Gordillo: Se hicieron cargo de toda la cadena de suministro de la cuajada, compraron ganado, buenas prácticas agropecuarias de ganadería, leche, cuajada con las

características necesarias para el producto y tener la trazabilidad necesaria requerida por Invima para exportar. La macarena empresa de cuajada.

En el mercado de los snacks es un tema muy visual, cambiar los empaques respecto al mercado a donde se dirige. En usa los colores mate. Cambios en los ingredientes para no tener sellos negros de sodio.

4. ¿Desde su conocimiento y experticia qué le recomendaría a un empresario que desee exportar pan de arroz al mercado norteamericano?

Natalia Gordillo: Vida útil, mínimo un año. Pero el pan de arroz solo dura 3 meses.

5. ¿Cuáles son las condiciones y requisitos aduaneros para un proceso de exportación de pan de arroz al mercado norteamericano?

Proceso de exportación se guían en dos empresas para ayudar con los dex y otra documentación. Agencia de carga internacional, hace reservaciones para la carga aéreas o marítima, consiguen contenedores, el transporte interno, y la segunda es la agencia aduanera, hace la documentación de la exportación, la recomendación es buscar las dos mejores agencias para que sea fácil y rápido.

Ser régimen común, facturar electrónicamente, y registrar el código exportador en la Dian el 22, actualice los dos, el exportador y el importador. Registrarse en la polca, y el ulce.

Hacer bien el check list, revisar bien antes de enviar para que no se hagan requerimientos después y multas, y revisar la parte cambiaria.

Registro con la FDA se debe tener el importador, o dirección en usa donde llegue la correspondencia.

Certificado de venta libre apostillado.

Registro sanitario alto riesgo y notificación sanitaria bajo riesgo.

6. ¿Qué es una clasificación arancelaria y cuál es su importancia?

¿A qué se debe que la clasificación arancelaria del pan de arroz corresponda a productos ***Pan tostado y productos similares tostados***?

7. ¿Qué requisitos debe cumplir este producto en el mercado norteamericano?

Natalia Gordillo: certificado de libre venta, FDA, Invima. Etiquetado de FDA. Pagaron a una empresa para que revisaran el etiquetado a una empresa en Bogotá que presta servicios de distribución y de revisión.

Alfonso Canónigo: registro sanitario, visto bueno FDA, factura comercial, empaque gris en inglés, empaque adecuado, certificado de origen.

8. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que representan cada uno de los términos de negociación para la exportación de este producto?

Alfonso Canónigo: Exwork lo dejo puesto en mi planta. Recomendando transporte aéreo cca, ctp, cip, para empezar, no ofrecer puesto allá.

Natalia: no escogen los clientes el producto en Colombia, porque no saben el manejo que se le da a el pan de arroz, por eso siempre lo han puesto en el puerto. Mínimo un pallet de 3000 o 4000. Si es menos de eso pues subimos el precio. Se ha intentado que quede más duro, pero siempre el cliente se queja.

9. ¿Recomienda usted realizar la distribución del producto a través de canales directos o indirectos? ¿Por qué?

Natalia: primero por intermediarios, de manera indirecta, no se tenía el conocimiento del mercado ni el manejo. Cada estado tiene diferentes impuestos. Toca definir bien donde se abre la empresa y que impuestos toca pagar en cada lado.

Alfonso: depende del mercado o del producto. Cada estado tiene normas diferentes, es mejor entrar siempre con alguien que si conozca el mercado.

10. ¿Cuáles son los vistos buenos que se requieren para el proceso de exportación de este producto a Estados Unidos?

Certificaciones Hccap y bpm. Concepto Invima, fda, libre venta.

11. ¿Qué se necesita para realizar el certificado de origen del pan de arroz con el mercado de Estados Unidos y qué beneficios representa para el exportador?

Alfonso: Certificado de origen, determina procedencia, se saca con la dian, el TLC con usa dice que lo elabora el exportador.

Natalia: Denominación de origen: proteger el producto de la región, la asociación lo está buscando, pero aún no se saca. Se necesitan recursos. Generaría un plus al ser exportado.

12. ¿Desde sus áreas de conocimiento (Comercio exterior y derecho aduanero), explique cuál es la documentación necesaria para realizar el proceso de exportación y que deben tener en cuenta los productores para ello?

Alfonso: Factura comercial en dólares, cumpliendo normas de facturación, certificado de origen, lista de empaque, documento de transporte, vistos buenos. Tengo que estar inscrito como exportador, código, 10, 22, rut, cc, ced representate legal, certificaciones bancarias, mandato a la aduana, a la aerolínea, y policía, escrito ante la polca, inscribirse ante la sociedad portuaria.

13. ¿Es necesario que todos los actores de la cadena de valor estén certificados en procesos de calidad para la exportación del producto?

Alfonso: aun no esta tan normalizado en el mercado gringo.

Natalia: aún no ha sido obligatorio, pero ya hay algunas empresas que lo están exigiendo. Hay muchos certificados, pero por el momento en el mercado donde puede llegar el pan de arroz no ha sido obligatorio. Tener certificaciones verdes y ambientales, da un plus enorme.

14. ¿En cuanto al etiquetado y al packing qué condiciones y requisitos deben cumplirse?

Natalia: revisar tamaño de letra, y negrillas, ejemplo la palabra leche. Debe verse muy claro que contiene leche. Cantidades en gramos y en porcentaje, separadores negros, decir cuanto añade de azúcar. Empaque todo en inglés. Debe ir el exportador, y el importador. Subingredientes de la margarina, y cuajada. Contiene leche y soya.

15. ¿Qué condiciones debo tener en cuenta respecto a la selección de los diferentes medios de transporte?

¿Cuál es la diferencia entre los diversos medios de transporte?

16. ¿Qué debo tener en cuenta respecto al régimen cambiario y la negociación de venta del producto?

17. En orden de importancia y considerando que la exportación es un proceso, cuál es la estructura, pasos y procesos que se deben tener en cuenta para la exportación de productos.

18. ¿Qué recomendaciones le haría usted a un exportador?

Natalia: Tipo de cambio, manejo de cuentas, ya que se negocia la tasa de cambio con el banco, embalaje y empaque.

Alfonso: conocer cliente, mercado, qué hacer cuando me pagan en otra moneda.

Anexo C Entrevista sobre la historia e importancia del pan de arroz

1. ¿Qué se sabe sobre fecha y lugar de elaboración del primer pan de arroz?

San Martín. 300 años. para compartir no vender. en Restrepo x sal.

DB: fecha exacta no se tiene, cuando empezamos el proceso para la declaratoria de patrimonio cultural inmaterial se contrató un antropólogo para buscar las raíces del pan de arroz, pero aun así no se logró establecer una fecha exacta. Se sabe que fue hace más de 300 años en San Martín, tierra donde se establecieron los primeros españoles y trajeron consigo el arroz, ya que esta era una tierra dedicada al maíz por excelencia. Esto dio origen a su mezcla con cuajada, y nacieron los amasijos los cuales intercambiaban por sal en sus recorridos hasta restrepo.

2. ¿Qué antecedentes hubo? ¿Algún producto antecesor?

EG: Se hacían amasijos en forma de media luna primero con maíz y después con arroz.

3. ¿Cuál fue su presencia en la dieta o alimentación diaria o cotidiana en la región?

EGG: Se regalaban de casa en casa este producto y lo transportaban en canastos, lo comían de media tarde o de cena. era muy importante en semana santa.

4. ¿Alguna relación directa con las faenas llaneras u otras costumbres regionales?

EGG: Se les entregaba a los vaqueros para sus largas travesías, tanto como para alimentación propia como para intercambiar por otros productos necesarios para la ganadería.

5. ¿Cuáles son los hitos en la evolución de su fabricación o comercialización?

hornos de adobe a hornos de gaveta. nace el tostado. industrialización. empaquetado. tamaño de la rosca. varios innovadores. Cada empresario

EGG: hay varios hitos, en la cocción pasaron de horno de adobe a horno de gaveta, fue aquí cómo nace el pan de arroz tostado, después pasa a hornos rotatorios hoy en día lo que permite la masificación. en la manera de comercializarlo y transportarlo, antes era en canasto, después de empaca en unidades y se vende al por mayor y al detal.

DB: al pasar a los hornos de gaveta permite que se produzcan más de dos mojes diarios. Hubo mejoras a nivel productivo que llevó a la producción en línea como la adquisición

y modificación de maquinaria antes utilizada para hacer achiras, se puede decir que con la boquilla para sacar varias líneas al tiempo llegó la revolución industrial al pan de arroz. La mayoría de estos cambios liderados por Germán Gordillo a nivel de producción en línea y mejoras en maquinaria.

NG: Cada casa o familia productora ha incluido nuevos cambios que hacen que todos mejoren, en materia de empaque y presentación se han tenido cambios representativos que han llevado a entrar a todos los mercados, grandes superficies y que se tengan ahora nuevos sabores y presentaciones. lo que nos impulsa a llegar a mercados extranjeros y esperar que nuestras líneas de producción algún día sean robotizadas alcanzando producciones de 20-30 mojes al día.

6. ¿Qué partes del proceso de elaboración se conservan intactas?

la molienda es la misma, ahora usamos maquinaria industrial para esto, pero es el mismo proceso que se hacía hace años con molinos manuales. El armado de la rosca también es manual en casi todas las empresas productoras.

7. ¿Cómo fue el proceso para la declaratoria de patrimonio regional?

La iniciativa nace del Gaván y Rosquipan. diputada. primera unidad del gremio.

DB:La iniciativa nace del Gaván y Rosquipan buscando la denominación de origen, para lograrla le plantearon la idea a la asociación y tocaron puertas en todas partes de los entes gubernamentales. donde encontraron ayuda de una diputada (eli baquero), quien ayudó a consolidar el proyecto. Se consiguieron los fondos para darle forma al mismo y salió la declaratoria, ahora están esperando la denominación de origen.

8. ¿Qué elementos, atributos o características representan al pan de arroz?

NG:la mezcla de cuajada con arroz que da vida a este snack que combina con todo.

9. ¿Qué representa el pan de arroz para la cultura Llanera?

EGG:Un pequeño fiambre que se llevaba como parte de su comida ante las extenuantes jornadas de vaquería o los largos caminos para la compra o intercambio de productos de la época.

10. ¿Qué y cuáles son los beneficios del consumo del pan de arroz?

EKG: bajo en grasas trans o saturadas. libre de gluten. horneado, no frito. poco nutritivo, pero sin daños. bajo en azúcar, alto en sodio.

NG: lo pueden consumir los celíacos y los enfermos de cáncer.

DB: rozvi logró una nueva receta que le disminuye su alto contenido de sodio y con la nueva ley de las comidas chatarra logramos que no tengan sellos negros, se midió bromatológicamente en laboratorio.

Anexo D Guía para la exportación de pan de arroz





Guía para exportar Pan de Arroz

Es importante que cada empresa esté legalmente constituida ante la Cámara de Comercio y tenga su Registro Único Tributario (RUT) actualizado como exportador y operar bajo régimen común para poder realizar operaciones tanto de exportación como importación.



Tip

Si además de estar constituidos tienen página web, correo institucional y redes sociales incrementa las posibilidades de cerrar negocios con empresas tanto colombianas como extranjeras.

Las empresas deben tener notificación sanitaria de que el pan de arroz es de bajo riesgo para la salud, expedida por Invima.

La cuajada usada en la producción del pan de arroz debe contar con registro Invima y con evidencia de su trazabilidad desde el campo hasta su uso final.

Para la exportación del pan de arroz se debe estar inscrito ante la FDA, el acrónimo de Food and Drug Administration (Agencia de Alimentos y Medicamentos), agencia del gobierno de Estados Unidos que se encarga de regular todo lo relacionado con el ámbito sanitario (alimentos, medicamentos, equipos médicos, cosméticos).

Obtener el registro FDA es gratuito y se puede hacer online al ingresar a la página web:

<https://www.access.fda.gov/>

por parte de los fabricantes, procesadores, empacadores y operadores de almacenamiento.

Este registro es bianual y se requiere obtener de nuevo cuando el establecimiento se mude o cambie de dueño. Se necesita cancelar el registro y solicitar uno nuevo.

La guía de la FDA trae toda la información para diseñar el empaque y que cumpla con todos los requerimientos de ley, desde el tamaño de la letra hasta el orden y tamaño de los separadores. Toda la información se encuentra en la página de la FDA:

<https://www.accessdata.fda.gov/>

Previo a cualquier procedimiento aduanero (importación o exportación) es necesario celebrar un **contrato o acuerdo de compraventa internacional** con el cliente que precisa los términos y condiciones tanto para el vendedor como para el comprador. Este contrato o acuerdo incluirá una de las normas de negociación internacional INCOTERMS, que estipulan costos, punto de entrega, documentación y riesgos involucrados en la distribución física de la mercancía para el importador y el exportador.

Al momento de exportar es necesario inscribirse en la ventanilla única de comercio exterior VUCE.

Para lo cual se debe: >>>





a) Adquirir firma digital (diferente a la firma electrónica para la DIAN)

b) Realizar el trámite contactando alguna de las entidades autorizadas para tal fin, como por ejemplo Certicámara, GSE -Gestión de Seguridad Electrónica S.A-, ANDES SCD, entre otros.

c) Luego, ingrese a la VUCE a través de la página

www.vuce.gov.co

para solicitar su usuario aportando la información que la plataforma le solicite.

d) Al final el sistema le otorgará un usuario y contraseña para acceder a los servicios de la VUCE.

e) En esta ventanilla, llenando el formulario único de comercio exterior, se realizan los trámites de subpartida arancelaria (Registro de Productores Nacionales, trámite electrónico de autorización previa de exportación, acceso a entidades gubernamentales vinculadas con la gestión de vistos buenos, sistema de inspección simultánea, registro ante Policía antinarcóticos, entre otros).

Ante la DIAN, tramitar el certificado de origen para poder acceder a las exenciones o reducciones arancelarias vigentes en los diferentes tratados de libre comercio.

Si la exportación de los productos es menor a 30.000 dólares americanos los trámites se pueden realizar de manera directa, si superan ese monto, todo se debe realizar por medio de una agencia de aduanas que lo guiará y representará ante los entes competentes.

Ya con la mercancía lista debe preparar los siguientes documentos:

- Factura comercial (escrita en inglés y en moneda USD)
- Visto bueno
- Certificado de origen
- Demás documentos necesarios o exigidos por el importador (fichas técnicas, manuales, certificados, por ejemplo).

Este material se le aporta a su agente aduanero, quien gestiona la **Solicitud de Autorización de Embarque SAE**, ante la dirección seccional de aduanas del puerto o del aeropuerto donde vaya a realizar el embarque.

En los 30 días siguientes se debe realizar la entrada de la mercancía a la zona primaria, donde la DIAN procede a realizar las tres opciones de aforo aduanero, físico, documental o automático.

Si el contenido de los documentos soporte está conforme con lo declarado, la aduana autoriza el embarque y el agente aduanero firmará y presentará la **Declaración de Exportación DEX**.



Tip

Recuerde siempre guardar toda la documentación generada en cada proceso ya que estos son los que certifican su actividad exportadora, además sirven como soporte para respaldar el reintegro de divisas.



Según lo acordado con el cliente en el extranjero, éste hará el pago de la mercancía en dólar americano, y luego se convierte ese monto de dinero a peso colombiano, esta conversión es conocida como reintegro de divisas. Este proceso lo realiza con el banco escogido para recibir el pago, quien le facilitará un formulario de declaración de cambio por exportación de bienes y que sirve para legalizar el ingreso de esa divisa ante el Banco de la República.

Registro como exportador:

El primer paso consiste en **tramitar el Registro Único Tributario** el cual es expedido en cualquier oficina de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

La DIAN asigna un Número de Identificación Tributaria o NIT para reconocer de forma individual a las personas o empresas.

Para sacar el RUT por internet, debe tener en su celular o computador, una foto por ambas caras de su cédula; y cumplir los siguientes pasos:

Ingrese a:

www.dian.gov.co

y seleccione la opción Asignación de citas

a) Solicite su cita virtual escogiendo Inscripción o Actualización RUT Persona Natural o Jurídica.

b) Debe tener presente el punto de contacto que seleccione y el número de proceso que le arrojará la página. A su correo electrónico llegará un mensaje confirmando la cita.

c) A esta dirección de correo electrónico envíe el Formulario diligenciado y fotocopia de su cédula escaneada.

d) Envíe los documentos que le solicite el asesor al correo electrónico asignado antes de las 9 a.m. o 12 p.m., dependiendo del caso.

e) El asesor verificará los datos proporcionados y le enviará el documento final para que lo imprima, firme y escanee. Esta será la versión original de su RUT.

Cómo sacar el RUT de manera presencial en las oficinas de la DIAN

Las personas jurídicas son las únicas que se tienen que acercar a las oficinas de la DIAN para hacer este trámite

Un funcionario de la DIAN le hará una serie de preguntas que son clave para la identificación tributaria, y así una vez validados estos datos, procederán a entregarle el RUT.

Para el caso de las personas jurídicas, se les exigirá su certificado de personería jurídica no mayor a 30 días.

La subpartida arancelaria del pan de arroz es 1905400000.





Andrés Felipe Betancur y Nilson Arana

Procedimiento de visto bueno

La exportación de pan de arroz exige que el exportador se encuentre inscrito en la entidad encargada de su control o del otorgamiento del visto bueno, siendo así, el exportador deberá tramitar ante la autoridad correspondiente y obtener con anterioridad a la exportación, los vistos buenos o requisitos especiales que requiere el pan de arroz para ser exportado, teniendo en cuenta las normas vigentes.

Estos vistos buenos y trámites específicos en Colombia para exportar pan de arroz son:

- Certificado de Inspección sanitaria para la exportación de alimentos. (INVIMA)
- Certificado de venta libre. (INVIMA)
- Certificado fitosanitario. (ICA)



Estos vistos buenos se deben tramitar y obtener con anterioridad a la realización de la exportación de conformidad con las normas vigentes.

Luego de tramitarlos, debe presentar la Solicitud de Autorización de Embarque ante el sistema informático de la DIAN.

Términos de negociación Internacional - INCOTERMS

Previo a cualquier exportación, es necesario celebrar un contrato o acuerdo de compraventa con el cliente que precisa los términos y condiciones, tanto para el vendedor, como para el comprador. En este

contrato o acuerdo incluirá una de las normas de negociación internacional INCOTERMS, los cuales estipulan costos, puntos de entrega, documentación y riesgos involucrados en la distribución física del pan de arroz, para el importador y el exportador.

Procedimientos aduaneros para despacho ante la DIAN

- Cuando tenga lista la mercancía verifique términos de negociación.
- Puede utilizar un agente de carga o marítimo para la contratación de transporte internacional.
- En la DIAN del Puerto, Aeropuerto o Paso de Frontera, puede tramitar la Solicitud de Autorización de Embarque.
- Si la exportación tiene un valor superior a USD30.000 este procedimiento se debe hacer a través de una Agencia de Aduanas.

Medios de pago

Hay diferentes medios de pago internacional: transferencias bancarias, cartas de crédito, letras avaladas, garantías Standby.

Procedimientos cambiarios o reintegro de divisas

Debe reintegrar las divisas a través de los intermediarios del mercado cambiario, como son: bancos comerciales y otras entidades financieras.



Guía para exportar Pan de Arroz

