

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE MATE DE COCA CON INGRESO AL MERCADO  
CHINO**

**CRISTIAN ALBERTO GIL PENAGOS**

**Monografía para optar por el título de Especialista en Negocio Internacionales e  
Integración Económica**

**Orientador:**

**Pedro Miguel Montero González**

**Político**

**FUNDACION UNIVERSIDAD DE AMÉRICA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESPECIALIZACION EN NEGOCIOS INTERNACIONALES E INTEGRACIÓN  
ECONÓMICA  
BODOTA D.C.**

**2021**

## NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

---

---

Firma del Director de la Especialización

---

Firma del calificador

Bogotá D.C febrero de 2021

## **DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD**

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro

Dr. Mario Posada García Peña

Consejero Institucional

Dr. Luis Jaime Posada García-Peña

Vicerrectora Académica y de Investigaciones

Dra. María Claudia Aponte González

Vicerrector Administrativo y Financiero

Dr. Ricardo Alfonso Peñaranda Castro

Secretaria General

Dra. Alexandra Mejía Guzmán

Decano Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Dr. Marcel Hofstetter Gascón

Directora Especialización en Negocios Internacionales e Integración Económica

Dra. Luz Rocío Corredor González

Las directivas de la Universidad de América, Los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas Expuestos en el presente documento. Estos Corresponden únicamente al autor.

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este proyecto hecho con trabajo y dedicación a mis padres, mi abuela, mi hermana y mi pareja quienes siempre me han apoyado a lo largo de mi crecimiento personal y profesional, aportando y depositando su confianza en mí.

## **AGRADECIMIENTOS**

Gracias a la Universidad de América por los conocimientos brindados como profesional en ingeniería de petróleos y la formación como especialista en negocios internacionales e integración económica, de igual forma quiero agradecer a mi mentor inicial Desiderio López quien me asesoro durante este trabajo, para finalizar quiero dar un agradecimiento especial a mis padres María Consuelo Penagos y Luis Alberto Gil, mi hermana Andrea Gil Penagos y mi pareja Paula Fernanda Riaño quienes me apoyaron durante todo mi proceso depositando su confianza en mí.

## TABLA DE CONTENIDO

	pág.
RESUMEN .....	11
ABSTRAC .....	12
INTRODUCCIÓN .....	13
OBJETIVOS .....	15
<b>Objetivo General</b> .....	<b>15</b>
<b>Objetivos Específicos</b> .....	<b>15</b>
1. MARCO TEÓRICO .....	16
<b>1.1. Teoría Nueva del Comercio Internacional</b> .....	<b>16</b>
<b>1.2. Paul Krugman</b> .....	<b>16</b>
<b>1.3. Economías de escala y estructura del comercio</b> .....	<b>17</b>
<b>1.3.1. Economías de escala estáticas internas a la firma</b> .....	<b>17</b>
<b>1.4. Teoría del nuevo comercio y geografía económica</b> .....	<b>18</b>
<b>1.5. Plan de Negocio</b> .....	<b>20</b>
<b>1.6. Modelo de CANVAS</b> .....	<b>20</b>
2. METODOLOGIA .....	23
3. HOJA DE COCA.....	25
<b>3.1. Distribución Geográfica</b> .....	<b>26</b>
<b>3.2. Mate de Coca</b> .....	<b>27</b>
<b>3.2.1. Propiedades del Mate de coca</b> .....	<b>27</b>
<b>3.3. Estudios de productividad</b> .....	<b>28</b>
<b>3.3.1. Rendimiento de cultivos y permisos</b> .....	<b>28</b>
<b>3.3.2. Industria de la hoja de coca en Colombia</b> .....	<b>29</b>
<b>3.3.3. El Mate de Coca, Te de Coca o Infusión de coca</b> .....	<b>29</b>
<b>3.4. Proceso general de una Exportación</b> .....	<b>31</b>
<b>3.5. Importación de té según país donde provienen</b> .....	<b>32</b>

3.6.	<b>Marcas de Té domesticas de china</b>	33
4.	<b>ASPECTOS LEGALES Y PROCEDIMENTALES SOBRE EL MATE DE COCA</b>	34
4.1.	<b>Normativa Sobre El Uso De La Hoja De Coca De Forma Medicinal Y Científica</b>	34
4.2.	<b>Normativa nacional</b>	34
4.3.	<b>Fortalecimiento en las oportunidades de industrialización de la hoja de coca en Colombia</b>	37
4.4.	<b>Normativa para la exportación</b>	37
4.5.	<b>Proceso para crear empresa en Colombia</b>	40
4.6.	<b>Persona natural</b>	41
4.7.	<b>La persona jurídica</b>	41
4.8.	<b>Requisitos para importar un producto a china</b>	41
4.8.2.	<b>Normas de etiquetado</b>	42
4.8.3.	<b>Entidades que regulan el ingreso de alimentos procesados a china:</b>	42
5.	<b>APLICACIÓN DEL MODELO CANVAS</b>	43
5.1.	<b>Red de partners</b>	43
5.2.	<b>Actividades Clave:</b>	43
5.3.	<b>Recursos clave:</b>	44
5.4.	<b>Propuesta de valor:</b>	44
5.5.	<b>Relaciones con los clientes:</b>	45
5.5.1.	<b>Segmento De clientes:</b>	45
5.6.	<b>Canales de distribución:</b>	45
5.7.	<b>Asociaciones clave:</b>	45
5.8.	<b>Fuentes de ingresos:</b>	46
5.8.1.	<b>Costos:</b>	46
5.9.	<b>Canales de comunicación:</b>	46
6.	<b>VIABILIDAD FINANCIERA DE LA EXPORTACIÓN DE MATE DE COCA DESDE COLOMBIA A CHINA</b>	47
6.1.	<b>Producción de Mate de coca:</b>	47
6.2.	<b>Proyección de Ventas:</b>	47
6.2.1.	<b>Los hábitos de consumo:</b>	47
6.2.2.	<b>Población China</b>	48
6.2.3.	<b>Importaciones de China respecto al Té:</b>	48

<b>6.3. Consideraciones Iniciales:</b> .....	<b>48</b>
<b>6.4. Inversión</b> .....	<b>49</b>
<b>6.5. Costos de Producción:</b> .....	<b>50</b>
<b>6.6. Gastos</b> .....	<b>51</b>
<b>6.7. Evaluación financiera</b> .....	<b>52</b>
<b>6.7.1. Tasa interna de oportunidad (TIO)</b> .....	<b>52</b>
<b>6.7.2. Tasa interna de retorno (TIR)</b> .....	<b>52</b>
<b>6.7.3. Valor Actual Neto (VAN)</b> .....	<b>52</b>
<b>7. CONCLUSIONES</b> .....	<b>54</b>
<b>8. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>56</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>57</b>
<b>GLOSARIO</b> .....	<b>59</b>

## LISTA DE TABLAS

	<b>pág.</b>
Tabla 1. Resultados base seca (250 gramos) de coca y otras plantas	27
Tabla 2. Iniciativas de industrialización de la hoja de coca	29
Tabla 3. Principales orígenes de importaciones de té	32
Tabla 4. Marcas de té domésticas en China	33
Tabla 5. Marcas de té importadas a China	33
Tabla 6. Consideraciones iniciales	48
Tabla 7. Continuación tabla 6	49
Tabla 8. Cantidades e inversión necesaria para el proyecto	49
Tabla 9. Continuación tabla 8	50
Tabla 10. Costos de producción	50
Tabla 11. Continuación tabla 9	51
Tabla 12. Gastos	51

## RESUMEN

El té de coca, también conocido como mate de coca, es un tipo de té de hierbas que se obtiene a partir de las hojas secas y puras de la planta de coca remojándolas en agua caliente para que los Fito nutrientes sean extraídos de la hoja. La planta de coca es originaria de América del Sur, particularmente de la cordillera de los Andes. Los beneficios potenciales del té de coca pueden incluir pérdida de peso y producción de energía, y se ha utilizado para aumentar la inmunidad y para aliviar la indigestión y el mal de altura.

El propósito de la investigación se centra principalmente en la exportación de Mate de Coca con apertura en el mercado chino, como producto innovador en el sector, estudiando las características técnicas que deben observarse en el proceso de producción, envasado, transporte, exportación y comercialización del mate de coca teniendo en cuenta la inclusión de las poblaciones indígenas, como ente fundamental en la producción de la hoja de coca por tradición cultural y ampliación en la economía.

Los productos derivados de la hoja de coca demuestran grandes beneficios y ventajas sobre la salud, la digestión, la energía, entre otros; es por esta razón que el plan de negocios presentado en el proyecto, es un ejemplo de cómo se demuestra algunos criterios de la nueva teoría del comercio internacional, en donde se habla del grado de especialización en la producción de bienes diferenciados y el cómo esto genera una ventaja comparativa en el mercado internacional, beneficio que se obtiene con la innovación de productos en los mercados internacionales.

Finalmente se propone una estructura de empresa realizado mediante el modelo de CANVAS, y un análisis financiero de la viabilidad del proyecto en donde se demuestra una proyección positiva mediante el Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno.

**Palabras Clave:** Plan De Exportación, Mate De Coca, Hoja De Coca, Mercado Chino.

## ABSTRAC

Coca tea, also known as mate de coca, is a type of herbal tea that is obtained from the dry and pure leaves of the coca plant by steeping them in hot water so that the phyto-nutrients are extracted from the leaf. The coca plant is native to South America, particularly the Andes mountain range. The potential benefits of coca tea can include weight loss and energy production, and it has been used to boost immunity and to relieve indigestion and altitude sickness

The purpose of the investigation is mainly focused on the export of Mate de Coca with opening in the Chinese market, as an innovative product in the sector. The technical characteristics that must be observed in the production, packaging, transport, export and commercialization process of coca tea is studied, taking into account the inclusion of indigenous populations, as a fundamental entity in the production of the coca leaf by cultural tradition and expansion in the economy.

The products derived from the coca leaf show great benefits and advantages on health, digestion, energy, among others; It is for this reason that the business plan presented in the project is an example of how some criteria of the new theory of international trade are demonstrated, where the degree of specialization in the production of differentiated goods and how this generates a comparative advantage in the international market, benefit that is obtained with the innovation of products in the international markets.

Finally, a company structure is proposed using the CANVAS model, and a financial analysis of the viability of the project where a positive projection is demonstrated through the Net Present Value and Internal Rate of Return.

**Keywords:** Export Plan, Coca Mate, Coca Leaf, Chinese Market.

## INTRODUCCIÓN

Hablar de comercio internacional hace referencia la actividad económica que remite al intercambio de bienes y servicios entre dos o mas países, directamente relacionado a la oferta y la demanda en donde las partes implicadas logren sus objetivos.

Dentro de esta actividad participan dos partes, una que vende (exportadores) y otra que compra (importadores), permitiendo que con un adecuado estudio en el comercio se logre una rentabilidad satisfactoria.

Las economías que participan en el comercio internacional se denominan economías abiertas. China es uno de los principales países interesados en una economía global abierta, de acuerdo a lo pronunciado por el presidente o jefe de estado Xi Jinping, en el 2019 en la apertura de la segunda Exposición Internacional de Importación de China.

Por otro lado Colombia en busca de su crecimiento y desarrollo comercial, ha tenido un manejo adecuado de sus exportaciones, y se ha dado a conocer como una zona estratégica para el intercambio de bienes y servicios gracias a sus zonas portuarias. Siendo uno de sus principales destinos de exportación China con una participación de (\$2,02 miles de millones).

Este mercado es tan importante que se ha venido investigando a detalle todo lo relacionado con el mercado Chino y su desarrollo con el fin de poder aumentar las exportaciones a este destino. Teniendo en cuenta que uno de los factores principales para la comercialización en los distintos países se centra en el acogimiento del área cultural, se evidencia como un tema de estudio para abrir y garantizar el mercado de bienes y servicios. Encontrando de esta manera diversidad de tradiciones y supersticiones que han pasado a través de las generaciones. Una de las más importantes es la tradición de tomar el té, algo que es a pesar del paso del tiempo es de las tradiciones que se ha conservado con más fuerza, debido a la relación directa que se le da con diferentes beneficios sobre la salud.

Aunado a lo anterior es importante destacar que en los países fronterizos con la cordillera de los Andés incluyendo a Colombia se siembra la planta de coca; la cual debido a sus múltiples beneficios en las estructuras de sus componentes ha sido empleada en productos cotidianos, siendo el té uno de los más destacados. Cuenta con propiedades en sus hojas similares y según estudios mejores que las del conocido té verde proveniente de China, de la cual se está produciendo un té comercializado de forma regional, por esta razón cabe cuestionar ¿Cuál es la viabilidad del plan de exportación del mate de coca producida por la cultura indígena Nasa a China, teniendo en cuenta la reglamentación y requisitos necesarios para obtener los diferentes permisos y licencias para el proceso legal?

Este trabajo es una guía investigativa que propone la innovación de la exportación del Mate de coca a China. Dentro de su desarrollo se abordarán temas acerca de la normatividad necesaria para las exportaciones de Colombia y China. Adicional a ello, se realizará un estudio de mercado investigativo Chino con el fin de determinar la acogida del producto.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Evaluar la viabilidad del plan de exportación del mate de coca producida por la cultura indígena Nasa a china, teniendo en cuenta la reglamentación y requisitos necesarios para obtener los diferentes permisos y licencias para el proceso legal.

### **Objetivos Específicos**

1. Identificar los requisitos en el proceso de aprobación de la producción y comercialización internacional del mate de coca, apoyándonos en las etnias indígenas.
2. Explorar los aspectos legales y procedimentales vigentes en China sobre la importación de mate de coca.
3. Determinar la viabilidad financiera de la exportación de mate de coca desde Colombia a China.

# 1. MARCO TEÓRICO

## 1.1. Teoría Nueva del Comercio Internacional

Cuando se hace referencia a la nueva teoría del comercio internacional, se entiende como un conjunto de modelos económicos de comercio internacional, La NTC nos dice que existen dos tipos de modelos de comercio exterior, en donde las economías escala y la competencia son los principales elementos.

Según Steinberg citado por (Zamudio Lascarro, 2019) dice que los mercados se mueven por medio de diferentes teorías por las tendencias que se produjeron en el momento de la investigación de las mismas, esta teoría se basa en que los países desarrollados comercializan productos con valores agregados y los países en desarrollo comercializan los productos sin manufactura (pág. 23).

Por lo anterior se puede asumir que la teoría no es aplicada a la realidad puesto que los países están en reestructuraciones, además existe un apoyo mutuo para que el desarrollo sea constante sin discriminación entre países desarrollados y los no desarrollados. Steinberg cita a Krugman afirmando que “en vez de producir un bien por sí mismo, un país puede producir otro bien e intercambiarlo por el bien deseado (...) Cuando un bien es importado es porque esta “producción” indirecta requiere menos trabajo que la producción directa” de esta forma los países se apoyan bajo la ventaja comparativa de cada uno” (pág. 24).

## 1.2. Paul Krugman

Paul Krugman ganó el premio Nobel gracias a las investigaciones realizadas sobre los patrones comerciales y la localización de la actividad económica. Economías de Escala y Estructura del Comercio Krugman del Nuevo Comercio y la Teoría de Geografía Económica.

Mayorga Sánchez & Martínez Aldana, (2008), citan en su artículo a (EFE, Estocolmo 2008), en donde dice que la “Nueva teoría del comercio” formulada en 1979, permitió superar la explicación del economista británico David Ricardo, vigente desde principios del siglo XIX,

que reducía el comercio internacional a las diferencias entre países básicamente. Esos planteamientos de Ricardo, se perfeccionaron en las décadas de los 20 y los 30 del siglo XX por parte de los suecos Eli Heckscher y Bertil Ohlin, que a su vez no fueron suficientes para explicar la dominación progresiva del comercio internacional por países con condiciones semejantes y que, a su vez, se plasmaron en tres artículos, según la Real Academia Sueca de la Ciencia: uno de 1979, otro de 1980 y otro de 1991. De ahí partieron las teorías de vez transaban los mismos productos (pág. 79).

Krugman basado en la conceptualización de las economías escala crea su propia teoría, en la cual se enfatiza que a mayor producción representa una disminución de costos, lo que favorece a su vez la oferta de productos creando un beneficio al consumidor.

La integración de los citados planteamientos concluyó en la formulación de la especialización y la producción a gran escala con bajos costos y oferta diversificada, denominándose la teoría de la “nueva geografía” económica, gestada desde 1979 por el mismo nobel y desarrollada posteriormente (Mayorga Sánchez & Martínez Aldana, 2008, pág. 78).

### **1.3. Economías de escala y estructura del comercio**

El principal objeto por el que las empresas se han preocupado a lo largo de la globalización y el aumento de los mercados internacionales, es la naturaleza de las economías de escala. Helpman y Krugman (1985, Cap. 2) “adoptan una clasificación para así poder diferenciar entre”:

- Economías de escala estáticas de carácter tecnológico internas a la firma
- Economías externas estáticas
- Economías de escala dinámicas

#### ***1.3.1. Economías de escala estáticas internas a la firma***

Las economías de escala estáticas internas a la firma pueden clasificarse, a su vez, en dos grandes categorías. La primera de ellas se refiere a la existencia de una curva de costes medios decrecientes en la producción de bienes relativamente homogéneos, asociada a la presencia de

costes fijos considerables (básicamente relacionados con procesos productivos altamente mecanizados), indivisibilidades y otras características de los procesos productivos, A ellas nos referiremos como economías de escala tradicionales. La segunda se relaciona no tanto con la escala de producción de la firma como un todo, sino con el grado de especialización en la producción de bienes diferenciados; por este motivo, es mejor referirse a esta categoría como "economías de especialización". En este caso, no se requiere de una planta muy grande para producir un diseño o modelo de un producto particular, pero cada uno de ellos está sujeto a costes decrecientes. Bajo estas condiciones, la productividad dependerá no tanto del tamaño de las firmas sino de su grado de especialización. Aunque ambos fenómenos pueden presentarse en una misma firma, es mejor concebirlos como casos enteramente diferentes. (Ocampo, 1991, pág. 41)

#### **1.4. Teoría del nuevo comercio y geografía económica**

La necesidad de explicar el comportamiento real del comercio internacional, llevó a Paul Krugman a investigar sobre nuevas teorías que complementan planteamientos ortodoxos y heterodoxos sobre el comercio internacional. Dentro de estas teorías tradicionales se encuentra las hipótesis de Adam Smith en relación a las ventajas absolutas, teoría surgida a mediados del siglo XVII, fundamentada en que los países deben especializarse y exportar aquellos bienes en los cuales posee una ventaja absoluta, es decir, en cuya relación valor de producción/trabajo fuera menor en relación con otros países, en una situación en la que los bienes se intercambian entre sí en proporción al tiempo de trabajo relativo incorporado en ellos (Appleyard y Field, 2003).

David Ricardo refuerza la teoría de Smith con la postulación del modelo Ricardiano, en el cual se hace referencia a una ventaja comparativa, con lo cual se explica cómo en un mercado de competencia perfecta, donde los vendedores son precio aceptantes, lo cual muestra que no hacen diferencia en el precio del producto debido a que no es una fracción importante del mercado. Por lo mencionado anteriormente se puede concluir que el único factor de producción es el trabajo, pudiendo hablar de ventaja comparativa si un país en la producción de un bien o producto si el costo de oportunidad en la producción es inferior frente al de otros países.

Mayorga Sánchez & Martínez Aldana, (2008), citan en su documento a Paul Krugman y Maurice Obstfeld en donde se plantea que este modelo posee cuatro debilidades con relación al mundo real: el Modelo Ricardiano predice un grado de especialización extremo que no se observa en la realidad, es decir, que los países se especializan en la producción de bienes y servicios en donde posean mayores ventajas comparativas, pero en el mundo real cada país produce una variedad diversificada de productos para exportar y para abastecer su propia demanda; el modelo hace abstracción de los efectos del comercio internacional sobre la distribución de la renta en cada país, con lo cual predice que los países siempre ganan con el comercio. En la realidad, las barreras de entrada a las importaciones como los aranceles, y los subsidios de los gobiernos a las exportaciones, hacen que exista mayores ventajas para los países que aplican este tipo de mecanismos proteccionistas, así que el comercio no siempre es benéfico para ambas partes; el modelo no otorga ningún papel a las diferencias de recursos entre países como causa del comercio, es decir, no tiene en cuenta otros factores productivos, como la tecnología, la tierra, la cualificación del personal, la ubicación geográfica, entre otros. Por último, el Modelo Ricardiano ignora la inclusión de las economías de escala como causa del comercio, lo que lo hace ineficaz para explicar los grandes flujos comerciales entre naciones aparentemente similares. (pág. 81).

Podemos concluir que en países como lo es Colombia, un país con ausencia de la preservación cultural y en donde la legislación ambiental es débil, se depende mucho del mercado, y como tal hay que regularlo, pero para esto se necesita una mayor iniciativa en los sectores económicos y políticos para proteger los sectores fundamentales para el desarrollo del País.

Sin embargo, como afirma Guevara , (2007) en un mercado internacional integrado y gobernado por una soberanía fragmentada, los factores de producción móviles podrían fácilmente emigrar de las jurisdicciones que imponen altos costos o regulaciones, por tanto, se debe tener en cuenta que la competitividad nacional depende no sólo de los costos, y los inversionistas podrían sentirse incómodos con unas reglas de procedimientos, no muy favorables a las organizaciones o empresas (pág. 86).

## **1.5.Plan de Negocio**

Balanko Dickson citado por Pedraza Gómez, (2019) afirma que un plan de negocio es un documento formal elaborado para capturar y comunicar la dirección planeada y las maniobras que se requieren para que el negocio alcance su meta más importante: rentabilidad. De la misma forma, es considerado un mapa para guiar al negocio, a su propietario y a sus empleados en su viaje al éxito (pág. 20).

## **1.6.Modelo de CANVAS**

Se le conoce como Business Model Canvas (BCM o Lienzo del Modelo de Negocio), y fue propuesto por el suizo Alexander Osterwalder en 2009. Este modelo correlaciona 9 módulos en un matriz lo cuales son según el libro Value proposition design lista los 9 módulos que son necesarios para analizar la matriz.

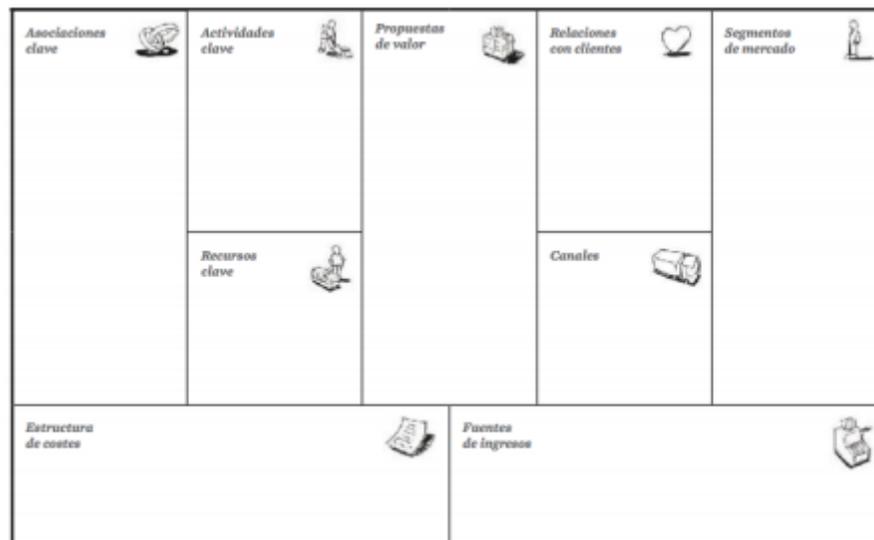
- Segmentos del mercado
- Propuestas de valor
- Canales
- Relaciones con clientes
- Fuentes de ingresos
- Recursos clave
- Actividades clave
- Asociaciones clave
- Estructura de costes

La innovación se denomina como aquel cambio aplicando nuevas ideas a un producto o mercado, creando valor a las empresas, los clientes y la sociedad, cambiando o renovando modelos obsoletos para adaptarlos a un modelo de mercado actual. Tal como se pretende realizar con la hoja de coca, que ha generado gran controversia, pero tiene un gran potencial de innovación en

diversos productos, entre los cuales este trabajo se enfoca en el mate de coca, tomando sus propiedades en el punto más puro, teniendo un control sobre su cultivo y producción.

## Figura 1

*Plantilla para el lienzo del modelo de negocio*



*Nota:* Tomado de (Osterwalder & Pigneur, 2016, pág. 44)

En el diagrama 4 se explica las secciones del modelo CANVAS:

1. Segmento de clientes se aprovechar para conocer el mercado a atender.
2. Propuesta de valor se utilizará para solucionar los problemas y satisfacer las necesidades del mismo.
3. Canales es la comunicación entre la empresa y el cliente.
4. Relaciones con los clientes hace referencia a la forma como nos vamos a comunicar con los clientes.
5. Fuentes de ingresos se refiere a que productos serán los que nos proveerán los ingresos.
6. Recursos clave son los recursos (materia prima, recurso humano, recurso monetario, maquinaria, etc.) necesarios para que toda la operación, indispensable para producir la fuente de ingresos.

7. Actividades clave hace referencia a las actividades que son necesarias (logística, aspectos técnicos, educación de personal, etc) para una operación exitosa.
8. Asociaciones clave se refiere a todas las relaciones necesarias en donde se lleva una excelente relación con entidades para no entorpecer ningún proceso.
9. Estructuras de costes se refiere a los costos por producto producido. Por medio de este modelo se evaluará el PNE (Plan de negocios de exportación) propuesto por el autor. (Osterwalder & Pigneur, 2016, pág. 44)

## 2. METODOLOGIA

Este es un documento realizado mediante una investigación descriptiva no experimental de tipo transeccional, se procura observar los fenómenos tal y como se dan en su contexto real, analizando y evaluando tanto aspectos y variables en un solo momento de tiempo presente.

Para llevar a cabo el desarrollo del proyecto se plantea una metodología que permita dar solución a cada uno de los objetivos propuestos a partir de un avance continuo hasta la resolución del objetivo final.

Inicialmente se realizó la búsqueda de información del tema definido para obtener conocimiento, una vez identificado el tema se procedió a investigar acerca de los tipos de modelos de planeación para realizar el trabajo, posteriormente se definió que se trabajaría con el modelo de CANVAS, en vista de que permite analizar la viabilidad de un proyecto mediante su desarrollo y analizarlo de forma individual caso a caso o de forma general.

El primer paso, es el estudio técnico para identificar la normatividad y procesos a seguir para el cultivo y la producción del mate de coca con el fin de exportarlo hacia China, se analizó también los requisitos de empaque y como se puede transportar la mercancía para tener en cuenta en el plan de negocio los factores que pueden afectar la operación. Posterior al estudio técnico se procederá a realizar el estudio de mercado y conocer cuáles serán nuestros posibles compradores, para poder realizar un análisis de inversión y financiero teniendo en cuenta la situación de los dos países.

Para finalizar, con el fin de reforzar el plan de negocios, el objetivo específico se realizó con el apoyo del Modelo Business CANVAS y el Marketing Mix. Secundando la identificación de variables específicas tanto para el mercadeo, los clientes, la oferta de productos y/o servicios, la infraestructura necesaria y el análisis financiero.

Para la búsqueda y recuperación de información relacionada sobre la hoja de coca, su industrialización y los factores externos que afectan la producción del mate de coca, se obtuvo la

bibliografía por medio de las bases de datos, paginas oficiales o páginas de asociaciones disponibles en la biblioteca virtual de la Fundación Universidad de América y Google Académico, verificando que la información sea verídica, con el propósito de obtener la máxima cantidad de información sobre el comportamiento del mercado y la situación de cada país. De forma paralela conocer los costos que se incurren en el proceso para realizar este PNE (Plan de negocios internacional)

### 3. HOJA DE COCA

La hoja de coca es un producto que se presenta en Colombia desde la época prehispánica y a lo largo del tiempo se ha ido posicionando en cinco regiones del país. Por otra parte, esta hoja ha tenido diferentes controversias para su cultivo por diferentes razones, siendo la principal el nexo que desde hace un tiempo ha tenido con el narcotráfico.

Por la razón mencionada anteriormente este tipo de productos a nivel internacional tiene un numero de regulaciones y son muy pocas las empresas y países con los cuales se ha llegado a trabajar con productos derivados de la coca. Tal como se hace referencia en el marco teórico Guevara, (2007), dice “los inversionistas podrían sentirse incómodos con unas reglas de procedimientos, no muy favorables a las organizaciones o empresas” (pág. 86), lo que dificulta no solo la industrialización de un proyecto derivado de la hoja de coca, sino su exportación y comercialización.

Entre las Características morfológicas que la planta desarrolla, éstas alcanzan una altura que varía entre los 0.5 y los 2.5 m, con un ciclo de vida que puede extenderse hasta los 15 años, crece en óptimas condiciones en los valles interandinos y en la denominada selva alta o ceja de selva principalmente en terrenos que se encuentran entre los 500 y 2000 metros sobre el nivel del mar (DIRECO, 1988). La siembra puede hacerse de forma casi rústica, en terrenos que no requieren mucha preparación, ni demasiado abono, se adapta a climas cuya temperatura oscila entre los 18 a 25 °C, con una humedad de 80% a 90%. (Obregón Lujerio , 2010, pág. 17)

Se ejecutará el plan de negocios de exportación de mate de coca y se ejecutará el plan de negocios para construir un proyecto que haya sido evaluado como factible, por lo que para ejecutar el proyecto se debe implementar o seguir el MNE (Export Business Model).

Las empresas multinacionales deben tener experiencia adquirida de otras empresas para poder adoptarlos y desarrollar los planes de negocio en estudio, aumentando así sus posibilidades de éxito. Por otro lado, para complementar el modelo de negocio exportador también se debe

considerar la teoría del comercio internacional, ya que para el PNE (plan de negocio exportador) se deben considerar tanto variables internas como externas.

La coca (*Erythroxylum coca* Lamarck), una planta originaria del Colombia, Perú y Bolivia, su denominación proviene de la palabra aymara “khoka”, de dicha voz se originan “cuca”, “cochua” y “koka”; aunque sus antecedentes milenarios permiten suponer que en algún momento fue conocida en casi todas las regiones de la América india (Abruzzese, 1990: 17). También crece en forma silvestre en Ecuador, Argentina, Brasil y Panamá. Con motivo de su comercialización la coca fue trasladada a otras zonas, particularmente al Sureste y Suroeste de Asia (Obregón Lujerio , 2010, pág. 17)

Como afirma (Sanchez Troyano & Restrepo , 2018) durante décadas, Colombia ha enfrentado el reto de promover el desarrollo y la paz en sus regiones cocaleras y detener el flujo de coca para fines ilícitos. En todo este tiempo, el país rara vez ha considerado la posibilidad de promover el desarrollo con coca, en parte porque el discurso nacional e internacional sitúa al cocalero como uno de los causantes del narcotráfico. La industrialización de la hoja de coca: un camino de innovación, desarrollo y paz en Colombia busca visibilizar otra perspectiva, concibiendo a la coca como un producto agrícola con amplias oportunidades de industrialización en el marco de las leyes nacionales e internacionales. Este documento explora el potencial de la coca en aplicaciones tan variadas como la nutrición, la medicina natural, el cuidado personal, y la agro-industria sin olvidar los mercados históricos de usos culturales (pág. 12).

### **3.1.Distribución Geográfica**

“Cinco regiones colombianas son los centros históricos de producción, donde la hoja de coca se cultiva, transforma y consume cotidianamente desde tiempos prehispánicos hasta el presente, de norte a sur” (Sanchez Troyano & Restrepo , 2018), éstas son:

- La Sierra Nevada de Santa Marta en el departamento del Magdalena
- La región de Soatá en el departamento de Boyacá, cerca de Bogotá
- Tierradentro y el Macizo colombiano en el departamento del Cauca

- El piedemonte caqueteño, en los departamentos del Huila y Caquetá
- La Amazonía colombiana, en los departamentos del Putumayo, Caquetá, Amazonas, Guaviare, Vaupés y Guainía.

### 3.2.Mate de Coca

El té de coca, también conocido como mate de coca, es un tipo de té de hierbas que se hace usando las hojas secas y puras de la planta de coca remojadas en agua caliente para que los fitonutrientes sean extraídos de la hoja. La planta de coca es originaria de América del Sur, particularmente de la cordillera de los Andes. Los beneficios potenciales del té de coca pueden incluir pérdida de peso y producción de energía, y se ha utilizado para aumentar la inmunidad y para aliviar la indigestión y el mal de altura.

#### 3.2.1. *Propiedades del Mate de coca.*

...los valores nutritivos de la coca llegan a asumir una importancia singular. Si, entre el pueblo de las comunidades rurales y de los pueblos pequeños de los departamentos serranos del país la verdadera desnutrición es una rareza esto podría deberse, por lo menos en parte, al papel de la coca en la dieta. De que la coca contribuya directamente a que el individuo tenga una dieta balanceada, parecería haber poca duda. (Duke James, 1975).

**Tabla 1**

*Resultados base seca (250 gramos) de coca y otras plantas*

PARÁMETRO	UNIDAD	BASE SECA				
		COCA <sup>6</sup>	LENTEJAS	FRÍJOL	MAÍZ	PLÁTANO
Proteína cruda	%	20.2	23.5	22.5	8.4	3.1
Fósforo	Mg	1400	411	351	0.25	23
Calcio	Mg	1600	70	97	6	29
Potasio	Mg	1.10	837	387	267	104
Hierro	Mg	55.8	8.2	7.5	1.7	3.9

*Nota:* En la tabla anterior se refleja el resultado del estudio realizado en la investigación nutricional tomado de Sanchez Troyano , D. L., & Restrepo , D. (2018). La industrialización de la hoja de coca. new york: open society fundation. Fundación Sociedad Abierta, 224 West 57th Street, New York, NY 10019 USA. <https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/c5b0b8cf-0c94-4040-bb45-93535b685a9c/path-to-innovation-evelpment-and-peace-in-colombia-es-20180521.pdf>

## 4. ESTUDIO TÉCNICO DE LA EXPORTACIÓN

El propósito de la investigación se centra principalmente en la exportación de Mate de Coca, como producto innovador en el sector, estudiando las características técnicas que deben observarse en el proceso de producción, envasado, transporte, exportación y comercialización del mate de coca teniendo en cuenta la inclusión de las poblaciones indígenas, como ente fundamental en la producción de la hoja de coca por tradición cultural y ampliación en la economía.

### 4.1. Estudios de productividad

“En Colombia debido a la alta regulación y complejidad de la dinámica alrededor de los cultivos ilícitos generados a partir de la hoja de coca, existen ciertas restricciones en cuanto al cultivo, movilidad de recursos y variabilidad de lotes. Por lo cual los estudios de productividad generados alrededor de la hoja de coca son realizados en forma conjunta entre UNDOC ( Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito) y el gobierno colombiano” (UNDOC, 2013, pág. 7), para estimar la capacidad de producción de la hoja de coca y lo referente con la eficiencia de extracción para subproductos. Así mismo es esencial determinar las características en los sistemas productivos en las unidades agropecuarias con coca-UPAC y plantear los beneficios de la regulación en cuanto a la mitigación de daños ambientales generados por el uso de pesticidas y vertimiento de productos químicos en el cultivo de coca para fines ilícitos.

#### 4.1.1. Rendimiento de cultivos y permisos

A partir del mes de junio del 2003, el proyecto se implementó un sistema de “medición de los rendimientos de las cosechas de amapola de opio y la planta de coca” elaborado por la Sección Científica y el Programa de Monitoreo de Cultivos Ilícitos de las Naciones Unidas de ONUDD – Viena, en noviembre del año 2001, cuya aplicación y manejo requiere de cortos periodos de permanencia en campo. (UNDOC, 2013, pág. 16)

Aunque el reconocimiento de los derechos culturales crea un espacio para la coca, dos actos regulatorios bloquean la industrialización de la coca. Primero, la circular del INVIMA V.C.M-601-

0294-07 donde se informa que los productos elaborados con hoja de coca no se pueden comercializar en el territorio nacional. (UNDOC, 2013, pág. 16)

#### 4.1.2. *Industria de la hoja de coca en Colombia*

En Colombia existen un pequeño número de empresas encargadas de transformar la hoja de coca en productos nutricionales, empresas que están ligadas con lazos culturales. (UNDOC, 2013, pág. 16)

**Tabla 2**

*Iniciativas de industrialización de la hoja de coca*

AÑO	ORIGEN ÉTNICO	INICIATIVAS	PRODUCTOS
1993	Indígena	Coca Nasa	Galletas, aceites, condimentos, hoja seca, harina, bebidas, licores
1995	Indígena	Koka Sana	Infusiones
1998	Indígena	Yutuk Nasa	Cremas, hoja, condimentos
2000	Mestizo	Sierra Nevada de Santa Marta – varias iniciativas	Chocolates, galletas
2002	Mestizo	Eco Jardín	Gel y aceites esenciales
2003	Mestizo	Hayu Guas	Harina, galletas, complementos alimenticios
2003	No relevante	SENA	Harina, abonos compostados, abonos líquidos, bases para alimentos
2003	Mestizo	Mama Coca	Papel de coca, artesanías
2000s	Indígena	Comunidades indígenas amazónicas – varias iniciativas (ej. comunidad Huitoto)	Mambe (hoja de coca pulverizada)

**Nota:** Tomado de (Sanchez Troyano & Restrepo , 2018)

#### 4.1.3. *El Mate de Coca, Te de Coca o Infusión de coca*

El té de coca, es un tipo de té de hierbas que se hace usando las hojas secas y puras de la planta de coca una vez trituradas de forma fina remojándolas en agua caliente para que los fitonutrientes sean extraídos de la hoja. Los beneficios potenciales del té de coca pueden incluir pérdida de peso y producción de energía, y se ha utilizado para aumentar la inmunidad y para aliviar la indigestión y el mal de altura. (Sanchez Troyano & Restrepo , 2018, pág. 25)

4.1. 3.a. Servicios: Pérdida de peso debido a los efectos de los alcaloides que contiene, aumentando de esta manera la lipólisis y la degradación de los ácidos grasos obteniendo energía para el cuerpo ya que contiene compuestos como la inulina que proporcionan un efecto estimulante sobre el cuerpo aumentando la energía y concentración, adicional a ello el té está asociado con la reducción del malestar gastrointestinal incluyendo náuseas, vómito y diarrea. (UNDOC, 2013, pág. 20)

4.1. 3.b. Empaque: Para la venta del producto se debe tener en cuenta el empaque, debido a que debe conservar calidad y presentación llamativa para el consumidor que represente los orígenes y beneficios. Entre las características más importantes a tener en cuenta es la protección y contenido del producto (temperatura y humedad), facilidad de almacenamiento, consumo y disposición final. A si mismo se debe pensar en condiciones adecuadas para la exportación y correcto manejo. (UNDOC, 2013, pág. 20)

4.1.3.c. Embalaje: Se identifica la manipulación, condiciones de manejo, composición, ingredientes y requisitos legales del producto con el fin de que cumpla los requerimientos necesarios para ser exportado a china y aceptado en su mercado. (UNDOC, 2013, pág. 21)

4.1.3.d. Transporte: Además de asegurar buenas condiciones, se debe estimar la ruta de transporte y sus costos desde el destino de origen, es decir desde el lugar en que se ha cultivado la planta, el lugar en donde ha surgido la transformación de hoja de coca a mate de coca, empacamiento, transporte hasta el puerto de embarcación, con los requisitos y permisos pertinentes, y uno de los puntos más importantes el transporte del puerto marítimo en Colombia hasta China. (UNDOC, 2013, pág. 21)

Una vez llegado el producto a china se establece para la venta en un lugar bien sea establecimientos de té e infusiones en china o supermercado para la venta; esto se realiza una vez estudiado el mercado y negociado directamente con el comprador

#### **4.2. Proceso general de una Exportación**

1. Estudio de mercado y localización de la demanda
2. Inscripción del registro único tributario
3. Registro ante la cámara de comercio y obtenido del NIT
4. Costeo
5. Solicitud de la cotización internacional
6. Aceptación de la cotización y establecimiento del medio de pago
7. Preparación del producto a exportar
8. Remisión de factura y confirmación de la carta crédito
9. Contratación del transporte seguro
10. Solicitud de permisos de exportación o vistos buenos
11. Trámites ante el ministerio, industria y comercio
12. Diligenciamiento por parte del declarante autorizado de la solicitud de Autorización de embarque
13. Autorización y despechado de la mercancía
14. Diligenciamiento de la declaración de cambio y venta de divisas a intermediario cambiario

(LEGIXCOMEX, 2020, pág. 4)

### 4.3.Importación de té según país donde provienen

**Tabla 3**

*Principales orígenes de importaciones de té*

<b>PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD ( Gr )</b>	<b>MONTO CIF (US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO</b>
Taiwán	17,105,092	10,565,310	43.92%
Corea	11,203,562	6,493,432	28.76%
EE.UU.	2,173,627	3,974,346	5.58%
Hong Kong	6,369,437	3,617,367	16.35%
Japón	526,114	1,414,083	1.35%
Australia	203,717	322,548	0.52%
Tailandia	261,360	221,161	0.67%
Alemania	94,656	197,769	0.24%
Malasia	351,603	170,147	0.90%
Austria	113,335	104,326	0.29%
Suecia	48,256	103,511	0.12%
Filipinas	61,289	88,190	0.16%
Franca	78,011	80,290	0.20%
Bulgaria	57,420	49,741	0.15%
Bélgica	24,107	44,416	0.06%
España	23,196	35,480	0.06%
Suiza	6,174	30,568	0.02%
Rusia	26,376	28,695	0.07%
Turquía	57,139	26,523	0.15%
Polonia	23,219	21,233	0.06%
Corea del Norte	32,264	15,170	0.08%
China	18,582	14,006	0.05%
Italia	11,217	10,540	0.03%
Pakistán	16,474	7,613	0.04%
Canadá	6,618	7,600	0.02%
México	10,973	7,383	0.03%
Costa Rica	7,056	6,499	0.02%
Kazajstán	19,760	5,562	0.05%
Eslovenia	5,194	5,037	0.01%
<b>Total Importado</b>	<b>38,948,596</b>	<b>27,694,314</b>	<b>99.97%</b>

*Nota:* Tomado de chilealimentos. (2009) . Estudio de mercado [https://chilealimentos.com/medios/Servicios/noticiero/%20EstudioMercado%20cuyuntura2009/te/shanghai té 2009 julio prochile.pdf](https://chilealimentos.com/medios/Servicios/noticiero/%20EstudioMercado%20cuyuntura2009/te/shanghai_té_2009_julio_prochile.pdf)

#### 4.4. Marcas de Té domesticas de china

Tabla 4

Marca	Tamaño (gr)	Carrefour SH & BJ	Metro SH
Huiyuan	200	Y 3.1- Y3.2	
	250	Y 1.0	NA
	500	Y 2.3- Y2.55	NA
	1000	Y 10.6- Y12.0	Y 10.5
	1250	Y 13.8- Y14.7	Y 14
	2000	Y 19.3- Y21.6	Y 21.5
	200 gr *24	Y 68.4- Y 70.8	NA
	200 gr *12	NA	Y 39.9
Wahaha	1800	Y 24.0- Y24.5	Y 22.99
Nongfu Spring	600	Y 3- Y3.9	NA
	1000	NA	Y 10.8
Uni-President	2000	Y Y 6.7	
Master Kang	500	Y Y 2.6	

Nota: Tomado de Chilealimentos (2009). Estudio pdf. en <https://cutt.ly/Lk2HtXa>

#### 4.5. Marcas de té importadas a china

Tabla 5

Brands	Size (gr)	Carrefour SH & BJ	Metro SH
PRONACA	250	Y 1.0	NA
	450	Y 2.3- Y2.8	NA
	1000	Y 10.8- Y12.0	Y 10.5
	1250	Y 5.6- Y5.9	Y 14
	2000	Y 19.3- Y21.6	Y 21.5
	200 gr *24	Y 68.4- Y 70.8	NA
	200 gr *12	NA	Y 39.9
TEASHOP	600	Y 3	NA
	1000	NA	Y 10.8
YERBAL	250	Y 4.9- Y5.4	
	1000	Y 10.6- Y12.5	
	1800	Y 19.5- Y24.5	Y 22.99
MUSE	600	Y Y 11.5	
	1000	Y 12.6- 15.2	
	2000	Y 22.5	
hindu	450	Y 2.0	

Nota: Tomado de Chilealimentos (2009). Estudio pdf. en <https://cutt.ly/Lk2HtXa>

## **5. ASPECTOS LEGALES Y PROCEDIMENTALES SOBRE EL MATE DE COCA**

### **5.1. Normativa Sobre El Uso De La Hoja De Coca De Forma Medicinal Y Científica**

En 1961 se realizó una convención de estupefacientes la cual fue realizada en Viena, Colombia fue uno de los países en firmar la “Convención Única” con la mayoría de los países del mundo, en la cual se cataloga la hoja de coca como estupefacientes.

“La Convención exceptúa los usos “médicos y científicos” de la prohibición, pero no los define. También permite la producción de bases des-alcaloinizadas para las industrias alimenticias y textiles”. (Sanchez Troyano & Restrepo , 2018, pág. 28)

Por esta razón la producción debe limitarse según ASONALCANNA, (2019):

- Tener un organismo de fiscalización e implementación de la Convención.
- Tramitar anualmente los cupos de cultivo y de consumo ante la UNODC/JIFE.
- Tener un sistema de licencias / controles.
- Reportar periódicamente a UNODC/JIFE.
- Gestionar los permisos de exportación e importación.
- Realizar Inspección y auditoría a establecimientos. (pár. 8)

### **5.2. Normativa nacional**

En Colombia, la ley 30 de 1986, conocida como el “Estatuto Anti-Narcóticos”, establece el Consejo Nacional de Estupefacientes (CNE). Esta es la entidad encargada de regular el cultivo de plantas empleadas en la producción de narcóticos. De este modo, parecen quedar proscritas todas las actividades fuera del control del CNE, incluidos todos los aspectos del cultivo tradicional, desde la posesión de semillas, la siembra, el cuidado de las plantas, hasta cualquier actividad relacionada (Ceballos Bedoya, 2009, pág.40).

Con el acuerdo político que condujo a la desmovilización del M-19 (grupo armado de Colombia), el resultado de la asamblea nacional constituyente de Colombia es la nueva constitución política

de 1991. En la cual se reconoce la multiculturalidad, lo que generó un reconocimiento en los usos modernos y alternativos de la hoja de coca en territorios indígenas. Por otra parte, este reconocimiento entra en contradicción con la Convenciones prohibicionistas internacionales. (Sanchez Troyano & Restrepo , 2018, pág. 32)

## Figura 2

### *Actos legislativos y jurisdiccionales relevantes a la coca en Colombia (1920–2015)*



1920	<b>Ley 11:</b> Esta ley permitía libremente la siembra de arbusto de coca y otros cultivos hoy considerados ilícitos, pero restringía el consumo a la formulación médica.
1936	<b>Código Penal:</b> No penalizaba el cultivo de coca, ni el consumo de alcaloides, pero sí lo hacía con el tráco de estupefacientes.
1946	<b>Ley 45:</b> Extiende la represión al cultivo y conservación de coca.
1947	<b>Decreto 0896:</b> Prohibió que se utilizara la hoja de coca como moneda.
1961	<b>Convención contra el tráco de estupefacientes:</b> Artículo 27, cuando sea para extraer elementos saporíferos, usados en la producción de bebidas y alimentos.
1986	<b>Ley 30:</b> Se adopta el estatuto de estupefacientes.
1988	<b>Convención de las Naciones Unidas de Viena:</b> Establece un espacio de legalidad a los cultivos de coca de las comunidades indígenas.
1989	<b>Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo:</b> Establece una especial protección a la identidad cultural de los pueblos indígenas, lo cual incluye respeto a sus costumbres y tradiciones.
1991	<b>Constitución Política de Colombia:</b> Asamblea Nacional Constituyente, reforma la Constitución y abre espacios de diálogo y concertación con las comunidades.
1993	<b>Ley 67:</b> Ratifica la Convención Única de 1988.
1994	<b>Sentencia C-176:</b> Se declara exequible la Convención Única de Estupefacientes por la Corte Constitucional.
1997	<b>Ley 397:</b> El consumo de la hoja de coca puede entenderse como parte del patrimonio cultural inmaterial de los pueblos indígenas.

**Nota:** Tomado de (Sanchez Troyano & Restrepo , 2018)

### Figura 3

Continuación figura 2 “Actos legislativos y jurisdiccionales relevantes a la coca en Colombia (1920–2015)”

2000	<b>Código Penal:</b> En su artículo 375 se establecen las sanciones para plantaciones.
2002	<b>Resolución No. 001 de la Asociación de Cabildos Juan Tama” Municipio de Inzá, Cauca:</b> Resuelve Otorgar al Resguardo de Calderas en la zona de Tierradentro, Cauca, el permiso para la utilización de la hoja de coca producida en los territorios indígenas, para la producción de aromáticas.
2003	<b>Sentencia 383:</b> Consulta previa y fumigaciones. Corte Constitucional.
2006	<b>Resolución 1478 del Ministerio de Protección Social:</b> Art. 6. Incluye en la lista de sustancias objeto de monopolio del estado a la Hoja de Coca y sus derivados.
2007	<b>Circular INVIMA V.C.M-601-0294-07:</b> Se informa que: “los productos derivados de la Coca (Te, aromáticas, galletas, gaseosas, dulces, etc.) elaborados y comercializados en los resguardos indígenas, NO pueden ser comercializados ni publicitados en el resto del territorio nacional”.
2007	<b>Resolución 940 Ministerio de Protección Social:</b> Modica la Resolución 1478 del 10 de mayo de 2006 y determina que la sustancia objeto del monopolio del estado es la cocaína con fines terapéuticos, sacando de la lista la hoja de coca y sus derivados.
2010	<b>INVIMA Alerta Sanitaria 001:</b> Advierte a la población colombiana que se abstenga de consumir y comercializar productos de té, aromáticas, galletas o cualquier alimento que contenga entre sus ingredientes hojas de coca.
2011	<b>Corte Constitucional C-882:</b> Derecho al Uso ancestral de la hoja de coca.
2012	<b>Corte Constitutional T 477:</b> Uso de marcas.
2015	<b>Consejo de Estado. Sala de lo Contencioso Administrativo:</b> Se decide la acción de nulidad frente a la alerta sanitaria 001 del 23 de febrero de 2010.

*Nota:* Tomado el 15 de enero de 2021 de la investigación realizada por (Sanchez Troyano & Restrepo , 2018). Las figuras 2 y 3 resumen los mayores actos legislativos y jurisdiccionales relevantes a la coca en Colombia.

### **5.3.Fortalecimiento en las oportunidades de industrialización de la hoja de coca en Colombia**

De acuerdo al análisis del marco normativo colombiano para la industrialización de la hoja de coca, existen una serie de factores tanto que favorecen como que limitan la producción y comercialización de esta planta.

La hoja de coca ha sido eliminada del listado de sustancias controladas sujetas al control y monopolio de estado. Sin embargo, aún no es una sustancia libre de control, aunque no existen sanciones por su uso. Otro punto a favor es que no existe ninguna ley que proteja ni prohíba la transformación (no-narcótica) de los productos derivados de la hoja de coca.

El Estado permite el cultivo de coca en territorios indígenas y la comercialización de productos de coca en todo el país (desde el 2015), basado en el modelo constitucional multicultural que defiende el uso tradicional de la hoja de coca como parte de la identidad cultural indígena. (Sanchez Troyano & Restrepo , 2018, pág. 33)

### **5.4.Normativa para la exportación**

Es indispensable para llevar a cabo este plan de negocios, conocer las normativas y regulaciones vigentes y efectivas del como exportar. Este ámbito es muy importante ya que se deben seguir los procedimientos establecidos por la Dian (administración General de Impuestos y Aduanas), para cualquier exportación.

Legis Comex afirma que para realizar una exportación se deben seguir los siguientes pasos:

- Estudio de mercado y localización de la demanda: exportador, Min comercio y Proexport.
- Registro ante la cámara de comercio y la DIAN (RUT) y obtención del nit: cámara de comercio y DIAN.
- Envío de la cotización, aceptación y establecimiento del medio de pago: exportador y comprador o importador.
- Remisión de la factura y confirmación de la carta crédito si es el caso: exportador y banco.

- Contratación del transporte y seguro: Exportador o importador según el termino de negociación utilizado.
- Tramitación de requisitos, Permisos o autorizaciones, en este caso del ICA.
- Conocer la posición arancelaria del producto.
- Expedición del certificado de origen: exportador y Min comercio.
- Diligenciamiento del documento de exportación, DEX agencia de aduana o declarante. Revisar anexo A para ver formato DEX
- Presentación del DEX y los documentos soporte (documento de transporte, factura comercial, etc) ante la DIAN: Agencia de aduanas o declarante.
- Revisión documental y física de la mercancía: DIAN y demás autoridades competentes.
- Autorización y despacho de la mercancía: DIAN, exportador y transportador.
- Reintegro del pago de la exportación y diligenciamiento de la declaración de cambio: exportador y banco. (LEGIXCOMEX, 2020, pár. 2)

En Colombia se debe tener un RUT (Registro Único Tributario) figura (4) y cámara de comercio para estar oficialmente legalizado. Además, se deben cumplir una serie de requisitos para poder exportar, enfatizando que si la empresa no es un gran exportador se requiere contratar a un agente aduanero, el cual será el encargado de realizar en nombre de la agencia de aduanas la exportación.

**Figura 4**

Ejemplo formato RUT (Registro Único Tributario)

		<b>Formulario del Registro Único Tributario</b> Hoja Principal				<b>001</b>	
Ciudad: <input type="text"/>				4. Nitro: <input type="text"/>			
5. Número de identificación		6. CPE		12. Dirección secundaria		14. E-mail electrónico	
<b>IDENTIFICACION</b>							
24. Tipo de constituyente		25. Tipo de documento		26. Número de identificación		27. Fecha expedida	
Lugar de expedición 28. País		29. Departamento		30. Ciudad/Municipio			
31. Primer apellido		32. Segundo apellido		33. Primer nombre		34. Otros nombres	
35. Razón social							
36. Nombre comercial				37. Sigla			
<b>UBICACION</b>							
38. País		39. Departamento		40. Ciudad/Municipio			
41. Dirección principal							
42. Correo electrónico		43. Código postal		44. Teléfono 1		45. Teléfono 2	
<b>CLASIFICACION</b>							
Actividad económica				Clasificación			
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades		51. Código	
46. CPE		47. CPE		48. CPE		49. CPE	
Responsabilidades, Calidades y Atributos							
50. CPE							
Deligados voluntarios				Importadores			
52. CPE				53. CPE			
<b>IMPORTANTE:</b> Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario...							
54. Aprobado		55. CPE		56. CPE		57. Fecha	
La información suministrada en este formulario...				Con garantía de sus verificaciones...			
Firmado:				Firmado:			

*Nota:* Tomado de (DIAN, 2021). link:<https://muisca.dian.gov.co/WebRutMuisca/visor/formularios/f1/v4/h01.html>

## 5.5. Proceso para crear empresa en Colombia

El procedimiento para crear empresa según la DIAN es:

1. Tomar la decisión de crear empresa, tener claro las razones como plan de vida, necesidad, oportunidades, etc.
2. Definir su idea de negocio, en este caso la idea de negocio está definida y la empresa deberá crearse como productor, vendedor y exportador de mango u otras frutas o vegetales que podrían llegar a sembrar en el terreno.
3. Diseñar un modelo de negocio, Definir los recursos necesarios para iniciar y conocer perfectamente quien es su competencia.
4. Iniciar la operación de su empresa, implementar lo investigado.
5. Se debe definir si es persona natural o jurídica. En este caso persona jurídica debido que supera los montos los que podría facturar una persona natural.
6. Se debe formalizar como establecimiento de comercio.
7. Finalmente formalizar la matrícula mercantil. (Camara De Comercio, 2020, párr. 3)

De acuerdo a el Grupo Bancolomía, (2018), el proceso para constituir una empresa en Colombia, lo cual es necesario para incursionar en la industrialización de la hoja de coca (párr. 1):

1. Verificar la disponibilidad del nombre de la empresa en el siguiente link [http://versionanterior.rues.org.co/RUES\\_Web/Consultas](http://versionanterior.rues.org.co/RUES_Web/Consultas).
2. Consultar la clasificación por actividad económica.
3. Elegir tipo de sociedad a constituir.
4. Diligenciar formulario de registro y matricula en la Cámara de Comercio y pagar su respectivo valor económico.
5. Inscribir el RUT ante la DIAN y obtener el NIT.
6. Verificar el estado de los trámites.
7. Realizar los trámites ante la notaría pública de constitución de la sociedad obteniendo las copias respectivas.
8. Tramitar la escritura pública en caso de contar con más de 10 trabajadores o hasta 500 SMLV en activos fijos al momento de la constitución.
9. Abrir una cuenta bancaria en cual se deposita el capital de la empresa.

10. Inscribir los libros de comercio ante la Cámara de Comercio dependiendo de la sociedad constituida.

### **5.6. Persona natural**

Es la misma persona que va a comercializar, pero ante el gobierno adquiere facultades para que legalmente pueda comercializar y desarrollar una actividad mercantil formalmente, siempre actúa por su nombre y podría utilizar un nombre diferente si registra un establecimiento de comercio, la persona natural se identifica con su número de cedula y la DIAN le asigna un NIT que es el número de cedula más un dígito al final ej. 1015465977-5. La persona natural responde con su patrimonio propio. (Camara De Comercio, 2020, párr. 2)

### **5.7. La persona jurídica**

Es una persona diferente a los individuos que la conforman, es decir, una empresa tiene tres socios pero crean una persona jurídica (La empresa), la persona jurídica no puede actuar como un solo socio si alguno lo requiriera, se deberá hacer la decisión en común acuerdo con el fin de que la persona jurídica actúe como tal frente a la cámara de comercio y cualquier actividad comercial que esta realice a través de un representante legal o sus suplentes con la finalidad que una persona natural represente la persona jurídica, este representante legal es nombrado por los socios para que los represente no necesariamente tiene que ser uno de los socios el representante legal. Esta se identifica con un certificado de existencia y representación legal y el NIT que le dió la DIAN, La persona jurídica posee su propio patrimonio el cual siempre será diferente al patrimonio de cada socio y por lo tanto para el cumplimiento de obligaciones se cita a la sociedad para que responda. (Zamudio Lascarro, 2019, pág. 44)

### **5.8. Requisitos para importar un producto a china**

Para la importación del mate de coca a China es necesario que el producto sea certificado por la Administración General de Calidad, Supervisión, Inspección y Cuarentena de la República Popular China (AQSIQ), la cual exige que todos los productos para consumo humano estén acompañados del certificado Fitosanitario emitido por Senasa.

### **5.8.2. Normas de etiquetado**

La inspección de etiquetado para los productos de consumo alimenticio e efectúan junto a los procedimientos de cuarentena.

Normativa Agroalimenticia China – ICEX, Julio 2010

La norma general de etiquetado de alimentos GB7718-2003.

El contenido de toda la parte de etiqueta debe estar en el idioma chino exceptuando la marca comercial, se pueden incluir otras lenguas, pero el único requisito es que este en el lenguaje chino, donde el tamaño de las lenguas extranjeras no puede ser superior al de la letra del idioma chino, las letras y símbolos chinos deben tener un tamaño mínimo de 1,8 mm cuando la superficie de envase sea superior a 20cm<sup>2</sup>. El etiquetado es únicamente obligatorio en el envase exterior.

### **5.8.3. Entidades que regulan el ingreso de alimentos procesados a china:**

- AQSIQ
- Ministerio de comercio MOFCOM
- Ministerio de agricultura CNFM
- SAC
- CNCA Administración nacional de certificación y acreditación china

## 6. APLICACIÓN DEL MODELO CANVAS

Para el plan de negocios se construyó el modelo de CANVAS de la siguiente manera:

### 6.1.Red de partners

La red de partners se basará en los supermercados y empresas dominantes e internacionales que operan en china tales como:

- CR Vanguard <http://www.crvanguard.com.hk/>
- Lianhua <http://www.lianhua.todayir.com/>
- Wal-Mart <http://www.wal-martchina.com/>

### 6.2.Actividades Clave:

Para que el proyecto es necesario evaluar técnicamente y legalmente la aprobación del INVIMA para la comercialización de productos derivados de la hoja de coca, teniendo en cuenta el marco financiero y normativo respecto al proyecto analizado en los tres objetivos específicos.

Algunas de las actividades clave para realizar el proyecto de exportación de mate de coca son:

- Buscar un aliado estratégico en el mercado chino de aromáticos y té.
- Establecer una excelente relación con el cliente potencial y una negociación evaluando los aspectos culturales para ella.
- Crear una empresa productora de la hoja de coca en mate aprovechando las poblaciones indígenas para el tema cultural.
- Realizar un embalaje correspondiente
- Revisar la normatividad y exigencias chinas para el etiquetado y empaque mencionado en el capítulo (5).
- Tramitar las autorizaciones, certificados y permisos fitosanitarios consiguiendo el consentimiento del INVIMA para la comercialización internacional de productos derivados de la coca.
- Elegir un Buen transporte para trasladar el producto desde la sierra hasta el puerto de buenaventura.

- Buscar y elegir la naviera correspondiente para llevar la mercancía desde Colombia a china al puerto de Shanghái.

Posteriormente es importante tener en cuenta el cliente potencial el cual será el encargado de hacer llegar a sus manos la mercancía utilizando algunas actividades claves tales como:

- Salida del Buque que está siendo enviado desde el puerto de Buenaventura.
- Entrega de la mercancía en el puerto de Shanghái.
- Transporte del puerto hasta el cliente.

### **6.3. Recursos clave:**

Los recursos clave se evidencian en el capítulo (4) estudio técnico de exportación porque se muestra la norma técnica que reglamenta las características de los predios e infraestructura necesaria para la producción y exportación del mate de coca.

Este plan de negocio tiene dos recursos clave, para empezar, necesitamos una propuesta de valor técnica y comprobada para adquirir el permiso de comercialización de productos derivados de la hoja de coca, tal como lo es el mate, otorgado por el INVIMA y requerido para el ingreso del producto a china, el segundo recurso clave es el capital debido a que se requiere un alto nivel de inversión, tal como se menciona en el marco teórico una ventaja comparativa además de tener un producto en específico, a mayor producción se genera una reducción de costes. Adicionalmente tener en cuenta el pago de transportes de la sierra a el puerto de Buenaventura, debido a que puede llegar a ser más costoso que el mismo transporte a China, conseguir un agente aduanero quien realice los tramites, conseguir la naviera para la exportación, entre otros costos.

### **6.4. Propuesta de valor:**

El enfoque de este plan de negocios está enfocado en las comunidades Indígenas de la sierra nevada de santa marta, puesto que son los productores experimentados de la hoja de coca. Permitiendo mitigar los inconvenientes en la etapa inicial de producción e inversión, además de

tener una aprobación ya otorgada por el INVIMA para su producción por estas etnias culturales. De esta forma podemos lograr la satisfacción de las necesidades de los inversionistas.

### **6.5.Relaciones con los clientes:**

La forma en que se comunicara con los clientes es vía digital, utilizando todas las herramientas ofimáticas disponibles con los que se sienta cómodo el cliente internacional, por otro lado, en la era digital existen redes sociales por las cuales se puede tener una comunicación asertiva con el cliente y de fácil acceso, teniendo en cuenta las diferencias de horarios, y diferencias interculturales para programar las negociaciones o acuerdos con los clientes.

#### **6.5.1. Segmento De clientes:**

- CR Vanguard.
- Lianhua
- Wal-Mart

### **6.6.Canales de distribución**

- Transporte desde la sierra nevada de Santa Marta al puerto de Buenaventura.
- Exportación del mate de coca vía marítima desde Colombia a China.
- Transporte desde el puerto de China a los supermercados Posesionados en la venta de Té.

### **6.7.Asociaciones clave:**

- INVIMA
- Líneas navieras
- Proveedores
- DIAN
- ICA
- Clientes
- Puertos

## **6.8.Fuentes de ingresos:**

La fuente de ingreso será la producción de la hoja de coca en mate y venta del mismo, esta fuente de ingreso se evidencia en el flujo de caja. Otra fuente de ingreso es el aprovechamiento de las ferias en China la cual otorga premios a productos de innovación y en pro del desarrollo cultural.

### **6.8.1. Costos:**

- Transporte.  
Sierra nevada de Santa Marta-Buenaventura  
Transporte Naviera puerto a puerto
- Materia Prima
- Materiales de trabajo, de siembra y de cultivo.
- Empaque y Etiquetado.

## **6.9.Canales de comunicación:**

Siempre serán entre la empresa y el cliente no está evidenciado en el documento ya que el trabajo está realizado para aplicarlo a cualquier empresa y no a una en específico.

El Modelo de negocio de CANVAS permite predecir de cierta forma lo que se va realizar, como y donde con el objetivo de obtener una mayor seguridad y perfección en el plan de exportación de mate de coca, adicionalmente es una muy buena manera de llegar o determinar nuestros futuros clientes potenciales.

## **7. VIABILIDAD FINANCIERA DE LA EXPORTACIÓN DE MATE DE COCA DESDE COLOMBIA A CHINA**

### **7.1. Producción de Mate de coca:**

Un escenario ideal sería la producción de 58.500 unidades de cajas de 15 bolsas de mate, cultivadas y realizadas por una sola empresa, por lo anterior se hablará de la empresa ideal que se requiere para realizar el proyecto.

Esto significa que la empresa tendrá tres subdivisiones importantes, la primera se encargara del cultivo y recolección de la hoja de coca en bruto para llevarla a la planta de producción, donde se pondrán al sol y desalcalonizará un porcentaje, para así poder pasar al proceso de triturado y empacado en bolsas de aromáticos, con sus respectivas etiquetas, para pasar al área de calidad y así comenzar el proceso de comercialización o de cargue de transporte.

Por lo anterior podemos concluir que al tratarse de un proyecto teórico con fundamentos verídicos, se puede demostrar si el proyecto es rentable, para utilizarse como un atractivo de inversionistas en un sector innovador con un gran musculo financiero de manera local, que desee expandir sus inversiones y operaciones cubriendo nuevos mercados empezando por el mercado chino.

### **7.2. Proyección de Ventas:**

Existen múltiples razones por las cuales se podría afirmar con datos teóricos que mensualmente se puede vender un contenedor mensual a los clientes potenciales (supermercados) como lo son:

#### **7.2.1. Los hábitos de consumo:**

Existe un estudio realizado por mercado de Prochile sobre las bebidas aromáticas, té, entre otros productos alimenticios como jugos naturales, en donde se afirma que la gran mayoría de personas en China, bien sea por tradiciones culturales o de salud, consume té tales como su té verde con cualidades médicas y digestivas, como lo es el mate de coca, también en su cultura

existen festivales y actividades que aumentan el consumo de este tipo de productos en este mercado, lo que nos hace llegar a la conclusión que al momento de exportar un contenedor a un cliente potencial como lo son los supermercados dándonos un acceso directo a los clientes finales, fácilmente se venderían estas 68700 unidades teniendo en cuenta que china es uno de los países con mayor población a nivel mundial lo que probablemente a futuro generaría un aumento en la demanda de nuestro producto.

### **7.2.2. Población China:**

Como Ramirez Salazar, (2015) cita en su investigación el estudio de Index Mundi, con datos de la Cia World Fact Book, de la demografía de China estos podrían ser los principales consumidores del producto del Mate de Coca consultado en febrero de 2021, “La población China tiene personas entre 15-64 años ocupando el 73,6%, una de las principales características por las que se considera a China como un mercado atractivo es por su población que alcanza a sobrepasar los 1000 millones de personas” (pág. 48).

### **7.2.3. Importaciones de China respecto al Té:**

Finalmente es importante asegurar la proyección de las ventas de un contenedor de mate de coca a un supermercado de China en cuanto a sus importaciones de aromáticos y té la cantidad en dólares y Kg de productos es muy elevada, por ende, afirmar que se pueden exportar 68.700 cajas de mate de 15 bolsas cada una es viable.

### **7.3.Consideraciones Iniciales:**

**Tabla 6**

<b>Consideración</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>
Periodo Cultivo	50	días
Periodo Floración	70	días
Tiempo de desalcalonizado	12	días

**Nota:** Factores a tener en cuenta para iniciar el proyecto

**Tabla 7***Continuación tabla 6*

Extracto producido	15	gr
Triturado	3	días
Precio de venta	\$ 35.500	COP por caja de 5 und

**Nota:** Factores a tener en cuenta para iniciar el proyecto**7.4. Inversión****Tabla 8***Cantidades e inversión necesaria para el proyecto*

<b>Elemento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Total</b>
Licencia de fabricación de productos derivados de la hoja de coca para uso nacional basándonos en el Permiso del Cannabis	1	\$ 22.764.909
Tarifa evaluación min salud	1	\$ 4.488.389
Licencia de uso de semillas para siembra basados en el cannabis medicinal	1	\$ 9.714.353
Licencia de uso de Hoja de coca	1	\$ 33.988.265
Pago especialista plan de cultivo	1	\$ 15.000.000
Pago abogado por trámites	1	\$ 60.000.000
Página web	1	\$ 15.000.000
Invernadero moderno	1	\$ 1.081.580.000
Bodega de almacén	1	\$ 2.000.000
area de secado	1	\$ 25.000.000
area de triturado	1	\$ 40.000.000
sistema de detección de intrusos	1	\$ 2.900.000

**Nota:** Elaboración propia, la tabla anterior resume las cantidades requeridas inicialmente estimadas para comenzar con el proceso de producción.

**Tabla 9***Continuación tabla 8*

planta de energía	1	\$ 3.000.000
Extintores	6	\$ 474.000
sistema de riego inteligente	1	\$ 11.000.000
Software financiero	1	\$ 15.000.000
computadores	5	\$ 10.000.000
escritorios	5	\$ 3.000.000
sillas ergonomicas	5	\$ 4.000.000
lector de huella	2	\$ 1.000.000
puerta de seguridad	3	\$ 8.000.000
Circuito cerrado de vigilancia	1	\$ 2.500.000
Phmetro	12	\$ 1.000.000
Equipo de Molienda	1	\$ 1.500.000

**Nota:** La tabla anterior resume las cantidades requeridas inicialmente estimadas para comenzar con el proceso de producción.

### 7.5.Costos de Producción:

**Tabla 10**

Semestral		
Elemento	Cantidad	Precio (COP)
Semillas	60480	\$ 30.240.000
Impuestos por area de trabajo	1	\$ 15.000.000

**Nota:** Análisis de costos del proyecto

**Tabla 11***Continuación tabla 9*

Fertilizante	7870	\$ 76.204.800
Fertilizante tipo 2	1560	\$ 46.967.000
Careta para fumigar	10	\$ 3.100.000
Traje para Fumigar	10	\$ 650.000
Guantes	1	\$ 40.000
Overoles	10	\$ 550.000
Botas	10	\$ 492.000
Costos de Agua	-	\$ 10.000.000
Costos de Luz	-	\$ 1.500.000
Arriendo semestral 10 hectareas	-	\$ 12.000.000
Empresa vigilancia 1 celador	6	\$ 13.200.000
Empresa auditora	1	\$ 12.000.000
Director de operaciones	1	\$ 113.900.000
Agronomo	1	\$ 90.587.000
Ingeniero Químico	1	\$ 65.000.000
Obreros	10	\$ 100.000.000

*Nota:* Análisis en donde se evidencia lo posibles costos de producción del proyecto.

## 7.6.Gastos

**Tabla 12**

SEMESTRAL		
ELEMENTO	CANTIDAD	PRECIO
Arriendo oficinas	1	\$ 5.000.000
Gerente general	1	\$ 190.000.000
Director financiero	1	\$ 115.000.000
Director comercial	1	\$ 113.000.000
Asesor legal	1	\$ 113.000.000
Contador	1	\$ 49.000.000

## 7.7. Evaluación financiera

### 7.7.1. Tasa interna de oportunidad (TIO)

Es lo mínimo que un inversionista está dispuesto a aceptar, por lo cual este proyecto propone un TIO del 30%.

### 7.7.2. Tasa interna de retorno (TIR)

Esta tasa es la que muestra el beneficio neto que proporciona la inversión en función a un porcentaje anual, me permite determinar los valores de beneficios y costos lo que produce que el VAN sea igual a 0. Si el TIR es igual o sobrepasa el costo estimado de oportunidad, permite recuperar de la inversión los gastos de explotación y de capital.

Ecuación 1. Tasa Interna de Retorno

$$VAN = 1 - \sum_{n=0} \frac{FNCK}{(1 + TIR)^K}$$

TIR: Tasa interna de Retorno

VAN: Valor actual neto

FNC: Flujo neto de caja

N: Número de períodos de duración del proyecto

K: Diferentes períodos tomados en años (Mora, 2004)

El proyecto arroja un TIR del 285% lo que da entender mayores utilidades para el inversionista.

### 7.7.3. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN de la inversión es una suma algebraica de valores actuales de los flujos netos de caja asociados a la inversión. Si es positivo de debe aceptar la inversión si es negativa se debe rechazar.

Ecuación 2. Valor Actual Neto

$$VAN = INVERSIÓN - \sum \frac{FNC}{(1 + i)^n}$$

VAN: Valor neto actual

FNC: Flujo neto de caja

i: Tasa de interés

n: Número de períodos de duración del proyecto (Mora, 2004)

## 7. CONCLUSIONES

- Los productos derivados de la hoja de coca demuestran grandes beneficios de salud, digestión, energía, entre otros, además este plan de negocios es un ejemplo de como se demuestra algunos criterios de la nueva teoría del comercio internacional, en donde se habla del grado de especialización en la producción de bienes diferenciados y el cómo esto genera una ventaja comparativa en el mercado internacional, beneficio que se obtiene con la innovación de productos en los mercados internacionales.
- Colombia es uno de los pocos países a nivel mundial en donde por su tierra, altura y diferentes condiciones, permiten llevar a cabo el cultivo de la hoja de coca, por su ubicación geográfica también es un beneficio en cuanto a costos de producción, además de que tiene un recorrido histórico en la generación de estos cultivos creando una ventaja comparativa, como aspecto relevante este proyecto permite no solo generar un pan de negocio con apertura a un nuevo mercado sino también generar un apoyo en la regulación de los cultivos ilícitos de la hoja de coca en el país.
- Colombia cuenta con una legislación estricta según la comunidad internacional, pues si tiene algunos vacíos legales, también está en pro del desarrollo cultural, como lo son las etnias indígenas, en este plan de negocio se enfatiza mucho en la inclusión de las comunidades indígenas por diferentes motivos, el conocimiento del desarrollo de este tipo de cultivos, como optimizar las propiedades benéficas de la hoja de coca producida en mate, pero además porque tienen un proceso legal avanzado con el INVIMA para la comercialización de productos derivados de la coca. Como se menciona en el marco teórico respecto a la teoría del nuevo comercio internacional y geografía económica propuesta por Krugman, existen inversionistas podrían sentirse incómodos con unas reglas de procedimientos, no muy favorables a las organizaciones o empresas, un ejemplo de esta teoría es algunas inconsistencias que permitan generar la comercialización de productos de coca medicinales o de desarrollo científico.

- Los valores obtenidos por el TIR y VAN nos permiten concluir que la viabilidad del proyecto en tema de costos y análisis financiero es viable, demostrando un gran potencial en la incursión de la industria cocalera, implementando su producción y comercialización mediante el uso de equipos especializados de calidad, con rendimientos altos. Como observación existen algunos detalles, por lo que se recomienda profundizar debido a que no están incluidos en este documento.

## 8. RECOMENDACIONES

- Inicialmente para este proyecto se debe conseguir un asesoramiento legal de calidad, para la solicitud de los permisos, autorizaciones, y permisos, para enviar la solicitud a las entidades correspondientes.
- Se elabora un proceso de selección de personal de calidad, y se capacita las comunidades indígenas para poder elaborar un plan de cultivo conciso. Es indispensable un Ingeniero químico enfocado en la parte de conservación de los nutrientes, para no perder la calidad en el producto final.
- Elaborar un plan de negocio más robusto para presentar a fondos de inversión, con el fin de obtener el capital requerido para la puesta en marcha del proyecto. Indispensable hacer parte de ruedas de negocio internacionales.
- Realizar inclusión de las etnias indígenas permitiendo mitigar la normatividad tan exigente del procesamiento de la hoja de coca.
- Realizar una base de datos de posibles clientes potenciales con el fin de asegurar la salida de la producción de la cosecha antes de colocar el proyecto en marcha.
- Realizar la tramitología en china para el ingreso de productos para el consumo humano, teniendo en cuenta las etiquetas y el idioma.
- Estar siempre al tanto de las posibles actualizaciones de la legislación sobre la hoja de coca y sus cultivos, para poder abrir el mercado a nuevos países por medio de la exportación.

## BIBLIOGRAFÍA

- ASONALCANNA. (2019). Asociación Colombiana de industrias del cannabis . (ASONALCANNA) PowerPoint, Bogotá, Colombia .
- Alvarez Jaramillo, J. F., Botero Rivero, J. F., Suarez Daza, D., Suarez Daza, R., & Zapata Castaño, G. (2011). Análisis de la industria del té y las aromáticas en Colombia. (Trabajo de grado administración de empresas, Universidad del Rosario). Repositorio digital <http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/3347>
- Camara de Comercio Bogotá –CBB- (2009). CCB. <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>
- Departamento de Impuestos y Aduana Nacional –DIAN- . (2014). RUT. link:<https://muisca.dian.gov.co/WebRutMuisca/visor/formularios/f1/v4/h01.html>
- Grupo Bancolombia. (2018). como construir empresa en colombia: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios-pymes/actualizate/legal-y-tributario/como-constituir-tu-empresa>
- Guevara , E. (2007). El futuro de las organizaciones . Academia española .
- Legixcomex. (2020). procedimiento para exportar desde colombia [http://legal.legis.com.co/document/Index?obra=rex&document=rex\\_4d87e3da5b3940608551d540bee54963](http://legal.legis.com.co/document/Index?obra=rex&document=rex_4d87e3da5b3940608551d540bee54963)
- Mayorga Sánchez, J. Z., & Martínez Aldana, C. (2008). PAUL KRUGMAN Y EL NUEVO COMERCIO INTERNACIONAL.( universidad libre de Bogotá.
- Mayorga Sánchez, J. Z., & Martínez Aldana, C. (2008). "Paul krugman y el nuevo comercio internacional". Rev. Investig Criterio Libre. vol. 8. 73-86.[online]. Disponible en: file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-PaulKrugmanYElNuevoComercio Internacional-4547087%20(1).pdf
- Mora, A. (2004). Matemáticas Financieras . Grupo Guía S.A.Obregón Lujerio , A. F. (2010). Transformación de la hoja de coca (*Tesis Doctoral*, Universidad Nacional de Trujillo. Repositorio digital Google académico. file:///C:/Users/HP/Downloads/Tesis %20 Doctorado%20-%20Abner%20Obreg%20C3 %B3n%20Lujerio.pdf
- Ocampo, J. A. (1991). Las Nuevas Teorías del Comercio. Pensamiento iberoamericano.
- Osterwalder , A., & Pigneur. (2016). Generación de modelos de negocio. Centro Libros PAPF, S. L. U.
- Pedraza Gómez, P. J. (2019). Plan de negocios de la exportación de miel de abejas a Alemania (monografía de posgrado, Fundación Uiversidad América). Repositorio digital de

Bibliotecas Lumieres: file:///C:/Users/HP/Documents/cristian/anteproyecto/desiderio%20miel%20de%20avejas.pdf

Ramirez Salazar, W. G. (2015). Plan de exportación de champús al mercado Chino (trabajo de grado, comercio exterior, Universidad Piloto de Bogotá Colombia). Biblioecas trabajos de grado digitales: <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/429/Plan%20de%20exportaci%c3%b3n%20de%20champ%c3%bas%20al%20mercado%20chino.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Real Academia Española. (1984). *RAE*. Obtenido de RAE: <https://dle.rae.es/?id= HKkTPcg>

Rivera Encínas , M. T. (2016). Efectividad del uso del mate de coca en la reducción del estrés laboral en administrativos de una universidad, *Rev. Horizonte Medico*. Vol.16 no.3 [online]. Disponible en : [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1727-558X201600300004&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1727-558X201600300004&script=sci_arttext&tlng=pt)

Sanchez Troyano , D. L., & Restrepo , D. (2018). La industrialización de la hoja de coca. new york: open society fundation. Fundación Sociedad Abierta, 224 West 57th Street, New York, NY 10019 USA. <https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/c5b0b8cf-0c94-4040-bb45-93535b685a9c/path-to-innovation-velopment-and-peace-in-colombia-es-20180521.pdf>

UNDOC. (2013). Sistema integrado de monitoreo de cultivos ilicitos SIMCI. Monitoreo de coca 2013. Legis S. A: <http://www.odc.gov.co/Portals/1/publicaciones/pdf/oferta/simci/simci04022014-produccion.pdf>

Zamudio Lascarro, F. A. (2019). Plan de negocios de exportacion de mango desde colombia, (monografía de grad negocios internacionales e integración económica, Fundación *Universidad america*). *Repositorio de bibliotecas digital Lumieres*: <http://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/7459/1/782166-2019-II-NIIE.pdf>

## GLOSARIO

**Comercialización:** Son todas las acciones requeridas para vender un producto o servicio.

**Mercado:** Desde la referencia económica es el contexto donde se interactúan los agentes de oferta, demanda, compra y venta de bienes y servicios.

**Plan De Negocios:** Es una herramienta que de forma general describe una oportunidad de negocio, abordando puntos clave y estrategias para elevar las probabilidades de éxito al momento de su ejecución.

**Modelo CANVAS:** Es un modelo por el cual se evalúan planes de negocio creado por alex ostewalder en el 2005, este consiste en 9 bloques los cuales desarrollan la infraestructura, lo financiero, los clientes y la oferta. (Osterwalder & Pigneur, 2016)

**Agricultura:** “Conjunto de técnicas y conocimientos relativos al cultivo de la tierra.”

**Inversión:** Compra realizada en un negocio donde se espera el retorno del dinero invertido.

**Asociaciones Clave:** Es la red de proveedores, clientes y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio en forma de alianzas estratégicas.

**Actividades Clave:** Son las acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione como para crear y ofrecer una propuesta de valor, entre otros.

**Innovación:** Consiste en generar valor agregado a un producto o servicio usando como medio, modelos de negocio o estrategias nuevas.

**Fuente:** las palabras en este glosario fueron consultadas de la página web de la (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA) en enero del 2021.