



**Plan Exportador de Cerveza Artesanal a Base de Quinoa**

**Juan Gabriel Castro Morantes**

**Código 20701823715**

*Universidad Antonio Nariño*

*Programa Comercio Internacional*

*Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*

*Tunja, Colombia*

*2022*

**Plan Exportador de Cerveza Artesanal a Base de Quinoa**

**Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:  
Indicar el título que se obtendrá como COMERCIANTE INTERNACIONAL**

**Juan Gabriel Castro Morantes**

**Código 20701823715**

**DIRECTOR:**

**Ricardo Augusto Carreño Estupiñán**

**Docente de Comercio Internacional**

*Universidad Antonio Nariño*

*Programa Comercio Internacional*

*Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*

*Tunja, Colombia*

*2022*

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

El trabajo de grado titulado  
**Plan Exportador a Base de Quinoa a Estados Unidos .**

Cumple con los requisitos para optar  
Al título de **COMERCIO INTERNACIONAL.**

---

Firma del Tutor

---

Firma Jurado

---

Firma Jurado

Tunja, 24 de mayo 2022

## *Tabla de Contenido*

Tabla de contenido.....	4
INTRODUCCIÓN.....	12
I. CAPÍTULO I.....	16
1. Estudios Preliminares.....	16
1.1. Estado del arte.....	16
1.2. Justificación.....	19
1.3. Planteamiento del problema.....	20
<b>1.3.1 Formulación del problema</b> .....	20
1.4. Objetivos.....	20
1.4.1. <b>General</b> .....	20
<b>1.4.2. Específicos:</b> .....	21
1.5. Marco referencial.....	21
<b>1.5.1. Marco Teórico</b> .....	21
<b>1.5.2. Marco legal</b> .....	22
1.6. Marco Conceptual.....	23
II. CAPITULO II.....	26
2. METODOLOGIA.....	26
<b>2.1 FUENTES DE INFORMACIÓN</b> .....	26
<b>2.2. TECNICA E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR INFORMACION</b> .....	26
<b>2.3. FUENTES INTERNAS DE DATOS SECUNDARIOS:</b> .....	31
III. CAPITULO III.....	31
• ESTUDIO DE MERCADO.....	31
3.1. PRODUCTO.....	31
<b>3.1.1. COMPOSICION QUIMICA</b> .....	31
<b>3.1.2. COMPOSICION FISICA.</b> .....	33
<b>3.1.3. PROCESOS DE FABRICACIÓN</b> .....	35
<b>3.1.4 PRESENTACION DEL PRODUCTO</b> .....	37
3.2. PARTIDA ARANCELARIA.....	38
3.3. SELECCIÓN DE MERCADOS.....	39

3.4.	Análisis de la Demanda .....	47
<b>3.4.1.</b>	<b><i>Información General De Los Estados Unidos</i></b> .....	47
<b>3.4.2.</b>	<b>Perfil Socioeconómico</b> .....	47
<b>3.4.3.</b>	<b><i>Comercio Internacional</i></b> .....	48
<b>3.4.4.</b>	<b><i>Comportamiento del consumidor</i></b> .....	51
<b>3.4.5.</b>	<b><i>Perfil del consumidor</i></b> .....	51
<b>3.4.6.</b>	<b><i>Tendencias del mercado</i></b> .....	52
3.5.	Análisis de la Oferta .....	53
3.5.1.	Oferta a nivel Internacional de Cerveza Artesanal.....	53
3.6.	SISTEMAS DE COMERCIALIZACION CERVEZA ARTESANAL.....	56
3.7.	PROYECCION DE MERCADO.....	57
<b>3.7.1</b>	<b><i>PROYECCION DE OFERTA Y DEMANDA</i></b> .....	57
<b>3.7.2</b>	<b>PROYECCION DE PRECIOS</b> .....	58
3.8	PRECIOS.....	58
CAPITULO IV .....		60
LOCALIZACION .....		60
4.1	Micro Localización de ORIGEN.....	60
4.2	MACROLOCALIZACION de Origen.....	61
4.3	Micro localización de DESTINO .....	62
4.4	MACROLOCALIZACION De Destino.....	63
4.5	LOGISTICA .....	65
<b>4.5. 1.</b>	<b><i>NORMAS DE ETIQUETADO</i></b> .....	65
<b>4.5.2.</b>	<b><i>Envase del Producto</i></b> .....	68
<b>4.5.3</b>	<b><i>EMPAQUE</i></b> .....	70
<b>4.5.4</b>	<b><i>EMBALAJE</i></b> .....	72
<b>4.5.5.</b>	<b><i>Unitarización de la mercancía</i></b> .....	73
4.6	Medios de transporte a Estados unidos.....	76
4.6.1	Medios marítimos.....	76
4.6.2	Servicios aéreos .....	84
<b>4.6.3</b>	<b><i>Definición de Medio a usar para la exportación de Cerveza.</i></b> .....	85
4.7	INCOTERMS .....	85

<i>4.1.1 Cambios en los Incoterm</i> .....	85
4.7.2. INCOTERMS ESCOJIDO PARA LA EXPORTACIÓN DE LA CERVEZA.....	86
4.8 MATRIZ DE DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL .....	87
<i>Tabla 10: MATRIZ DE DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL</i> .....	87
CONCLUSIONES.....	90
RECOMENDACIÓN. ....	91
ANEXOS .....	92
I. Bibliografía.....	94

## LISTA DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1 IMPORTACION DE CERVEZA ARTESANAL A USA .....</b>	<b>56</b>
<b>Ilustración 2 Localización de Siachoque (Boyacá) .....</b>	<b>61</b>
<b>Ilustración 3 Mapa del Departamento de Boyacá .....</b>	<b>62</b>
<b>Ilustración 4 MAPA DE TAMPA BAY Lugar Destino .....</b>	<b>63</b>
<b>Ilustración 5 MAPA DE FLORIDA, ESTADO DE DESTINO .....</b>	<b>64</b>
<b>Ilustración 6 Etiqueta Exigida en USA.....</b>	<b>67</b>
<b>Ilustración 7 Estiba para mercancía.....</b>	<b>74</b>
<b>Ilustración 8 Mercancía Instalada en Estiba .....</b>	<b>75</b>
<b>Ilustración 9 Contenedor para Cargar .....</b>	<b>75</b>
<b>Ilustración 10 INCOTERMS 2020.....</b>	<b>86</b>
<b>Ilustración 11 : Cotización .....</b>	<b>93</b>

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1: <b>ESTADOS UNIDOS</b> .....	39
<b>Tabla 2 FRANCIA</b> .....	40
Tabla 3 <b>CHINA</b> .....	43
<b>Tabla 4. COSTARICA</b> .....	44
<b>Tabla 5 COMERCIO INTERNACIONAL de USA</b> .....	49
<b>Tabla 6 EXPORTACION DE CERVEZA ARTESANAL A NIVEL MUNDIAL</b> .....	53
<b>Tabla 7 TABLA DE PRECIOS DE CERVEZA ARTESAL</b> .....	58
<b>Tabla 8</b> Rutas Navieras hacia a Estados Unidos.....	77
<b>Tabla 9</b> Líneas Navieras desde Colombia a Estados Unidos.....	84
Tabla 10: MATRIZ DE DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL.....	79
<b>Tabla 11:Cronograma</b> .....	93

**LISTA DE ANEXOS**

<b>Anexo 1: Cronograma .....</b>	<b>92</b>
<b>Anexo 2: Cotización en Origen.....</b>	<b>93</b>

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

Firma del presidente  
del jurado

---

Firma del jurado

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En el presente proyecto se realizó una serie de estudios que servirán para un proyecto de exportación de cerveza artesanal de quinua, donde se hizo un estudio de mercado, que conlleva a conocer el proceso de producción y a conocer proceso de elaboración del producto, en el estudio de mercado se determinó que el mercado objetivo serían los estados unidos del cual se analizó el comercio exterior para el proceso de exportación de cerveza de quinua a su territorio. de igual forma se analizaron factores importantes para el posicionamiento del producto tales como oferta, demanda y precios.

Finalmente se realizó el desarrollo una matriz de costos que permite tener una visión de los gastos en los que se podrían incurrir en el proceso de exportación, esto a partir de la búsqueda de información y cotizaciones en empresas dedicadas al comercio exterior.

Es así, que llego a la conclusión que el procesos que son relevantes para la exportación de cerveza artesanal son el análisis de oferta y demanda, el conocimiento de la producción de la cerveza, el lugar de origen de procedencia de la cerveza, el estudio riguroso de lugar de destino hacia dónde va nuestro producto, que requerimientos tiene este país para que pueda ser distribuido el producto como normas de etiquetado, envase; empaques y la unitarización para un buen proceso logístico, con la ayuda de la matriz logramos mirar los costos que se necesitan para lograr nuestra exportación de cerveza artesanal.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

In the present project, a series of studies were carried out that will serve for a project to export quinoa craft beer, where a market study was carried out, which led to knowing the production process and the product elaboration process, in the study Market analysis determined that the target market would be the United States, whose foreign trade was analyzed for the process of exporting quinoa beer to its territory. In the same way, important factors for the positioning of the product were analyzed, such as supply, demand and prices.

Finally, a cost matrix was developed that allows having a vision of the expenses that could be incurred in the export process, this from the search for information and quotes in companies dedicated to foreign trade.

Thus, I come to the conclusion that the processes that are relevant for the export of craft beer are the analysis of supply and demand, knowledge of the production of beer, the place of origin of the beer, the rigorous study of destination where our product is going, what requirements does this country have so that the product can be distributed such as labeling standards, packaging; packaging and unitization for a good logistics process, with the help of the matrix we managed to look at the costs that are needed to achieve our export of craft beer.

## **DEDICATORIA.**

*Quiero dedicar este trabajo a la Empresa QUINUA DE LOS ANDES por brindarme información valiosa para poder hacer el desarrollo de este proyecto de Exportación y de como la Quinoa y sus derivados pueden traer desarrollo eficaz para el Municipio de Soraca y Siachoque y el departamento de Boyacá, a todas las familias Campesinas que han hecho posible la Existencia del Cultivo de Quinoa en Boyacá y la Internacionalización de Cerveza de Quinoa.*

## **AGRADECIMIENTOS**

*Quiero Agradecer a la Universidad Antonio Nariño y a sus Profesores, en especial a la Profesora Omaira Agudelo, que hizo posible este proyecto, al profesor Ricardo Carreño por ser el guía en la ejecución de esta Tesis, a mi Familia en especial a mi Madre por ser la persona que se encargo de darme animo para el estudio de esta gran Carrera.*

## INTRODUCCIÓN

A partir de la necesidad de responder a los retos de la globalización y constante actualización del Comercio Internacional, es preciso incursionar en la realidad del mundo. Los negocios requieren un acompañamiento académico que aproveche las ventajas de los compradores internacionales, quienes conocen el gran valor nutricional de los cereales, como la quinua.

Teniendo presente que, en el departamento de Boyacá, se produce una excelente y sofisticada variedad de quinua, altamente reconocida por los consumidores internacionales, quienes además encuentran un valor agregado en las cervezas artesanales. Los productores de este cereal afrontan diferentes problemáticas, entre las que se encuentran la dificultad de lograr grupos asociativos estables, falta de asistencia técnica y de infraestructura, maquinaria y equipos para el proceso de transformación (Gobernación de Boyacá, 2010, p.7).

Es importante realizar una investigación, que evidencie los clientes potenciales por país, realice análisis cuantitativo de los costos requeridos para la exportación y los posibles mercados cautivos aprovechando las ventajas de los Acuerdos Internacionales Comerciales.

En el presente trabajo se realizará un pormenorizado estudio del producto, seguido del estudio de mercado, análisis financiero y de pertinencia logística para la exportación. Finalmente recomendaremos a nuestro juicio las estrategias que se deben implementar para llevar a feliz término nuestro producto en el mercado artesanal.

## I. CAPÍTULO I

### 1. Estudios Preliminares

#### 1.1. *Estado del arte*

Respecto a la exportación de cerveza artesanal a base de cereales, se encuentran diferentes estudios fundamentales para este estudio, pues suman aportes, insumos y recomendaciones para un plan de exportación objetivo y viable. A continuación, se presentan los principales estudios relacionados:

La innovación como un aliado fundamental de la exportación de Cerveza de Quinoa es importante tal como se menciona:

La relación entre Innovación e imitación de un producto y procesos que confirmen que la Economía de todos los países van en constante desarrolló en la presencia del comercio internacional, La innovación se origina fundamentalmente en los países del Norte mientras los del sur imitan sus productos en caso la fabricación de Cerveza Artesanal aprovechando que sus tecnologías fluyen hacia los países con menores salarios, en mayores tasas de ganancia así como las normas de protección y la propiedad Industrial. (LEON & URBANO 2013, pág. 23)

A partir de lo anterior, la Innovación se muestra como una herramienta fundamental para el desarrollo de la exportación de Cerveza Artesanal de Quinoa ya que gracias composición Organoléptica ayudaran hacer más competitivo en el mercado internacional.

- **Plan de exportación para cervecería artesanal:**

Este estudio evidencia un análisis de zonas geográficas, en el que se analiza un pool de 9 países, llegando a la conclusión de que Estados Unidos es el país que presenta las mejores cifras tanto en la industria de la cerveza en general, la cerveza artesanal, así como otros factores a considerar. Hace énfasis en características del mercado estadounidense, relacionadas con el esquema de 3 niveles de distribución: Importador-Mayorista/Distribuidor-

Minorista, estructura que invita a analizar los procesos de distribución más convenientes (*Carlos Benavides, 2016*).

Se tendrá en cuenta para el proceso de exportación la llegada de nuestro *PRODUCTO* a los Estados Unidos de Norteamérica, donde se puede aprovechar el Acuerdo Comercial *TLC* para la facilidad de ingreso, no obstante, se tendrá en cuenta los requerimientos de Entidades como la FDA.

- **Retos de la cadena logística colombiana frente a la elaboración y comercio de cerveza artesanal.**

Este estudio concluye la importancia de fortalecer el sistema de la cadena logística para potencializar no solo el acceso a 8 mejores materias primas (cebada, malta, levadura, lúpulo y Quinoa) sino la distribución a mayor cantidad de sectores, debido al crecimiento que ha tenido la cerveza artesanal entre los consumidores nacionales, así como la posible exportación del producto debido a la solicitud de potenciales clientes provenientes de Europa y Estados Unidos (*Álvaro Ángel, 2014*).

Es de vital importancia que se pueda tener en cuenta el crecimiento de la venta nacional que ayudaría en el posicionamiento de la Cerveza Artesanal en un mercado como el norteamericano y el europeo.

- **TLC Estados Unidos – Colombia: Oportunidades de negocio en el sector cervecero colombiano.**

Este trabajo analiza el sector cervecero colombiano y las oportunidades de importación de cerveza artesanal generadas por el TLC Estados Unidos-Colombia. También se describe la relación comercial entre Colombia y Estados Unidos durante el periodo comprendido entre los años 2000 y 2013 junto con la inflación y la tasa de desempleo. Para finalizar se realiza un pronóstico de la demanda y un modelo de inventarios para el posible importador y se brindan sugerencias en cuanto a la distribución de la cerveza artesanal (*Hernández & Loíza, 2013*).

En el proceso de exportación de la Cerveza Artesanal se tendrán en cuenta, los lineamientos y retos que se tengan a la hora de exportar hacia los Estados Unidos, que se

podría requerir para un acuerdo Comercial de entrada donde se pueda ayudar, a la entrada de un producto de innovación siendo competitivo para su mercado.

- **Estudio de factibilidad para la exportación de cerveza artesanal:**

Con el análisis y proyecciones tratados en el proyecto, el autor observa que el consumo de cerveza artesanal está creciendo y se están transformando las industrialmente tradicionales, razón por la cual es importante considerar su exportación y aumentar los esfuerzos que permitan su reconocimiento y publicidad en el mercado internacional (Arango, 2018).

La facilidad y aceptación que ha tenido la cerveza Artesanal es el impacto que hay en los mercados internacionales de la Cerveza de Quinoa, dando como producto innovador y por su composición organoléptica que puedan ser que sirva para internacionalizar el producto y pueda ser la forma de dar a conocer este producto milenario suramericano.

- **Estudio de exportación de cerveza artesanal a Polonia:** Este estudio hace importante énfasis en la historia de la cerveza artesanal, los principales desafíos y retos de su producción y comercialización. De igual manera identifica los principales destinos de las exportaciones de este tipo de productos en los últimos años, entre los que se encuentran son a Estados Unidos (81,58%), Australia (3.03%), Reino Unido (2.33%), Chile (2.17%), Canadá (2.07%) y China (1.37%) (Cancela et al, 2018).

Explorar el mercado europeo sería de una manera algo ejemplar, ya que es catalogado un mercado exigente pero aceptable con productos que tengan Innovación y sean productos que generen desarrollo social y empresarial que será un plus de nuestra marca cervecera.

- ***Plan de exportación de quinua y sus derivados a Estados Unidos*** El proyecto contempla la comercialización de productos de quinua de alta calidad con la finalidad de brindar al consumidor final una experiencia nutritiva y saludable a través de sus diversas presentaciones, plantea la comercialización hacia el mercado

de los Estados Unidos, pues existen una demanda y acogida de este tipo de productos (*Naomi et al, 2014*).

Sera un gran reto de explorar mercados internacionales como el norteamericano, teniendo como referencia que las personas conoce este gran producto de manera nutritiva dando a conocer un producto innovador que es una cerveza Artesanal, habiendo como referencia el mercado abierto del cereal en el país del Norte, con una gran expectativa de aceptación del producto por consumidores que les gusta las buenas bebidas.

## **1.2. Justificación**

La presente investigación se justifica desde el punto académico, en la medida que pone a prueba todos los conocimientos adquiridos durante la carrera de Comercio Internacional, en asignaturas como: Comercio Internacional I, Comercio Internacional II, Práctica Empresarial I, Práctica Empresarial II y Comercio Electrónico.

Desde el punto de vista científico es importante desarrollar un conocimiento nuevo, que engrandezca la discusión respecto al conocimiento de nuevos productos agroindustriales.

Es pertinente este trabajo pues constituye un aporte desde la academia al desarrollar conocimiento a los productores de quinua de la región.

Desde el Comercio Internacional, este tipo de investigaciones fortalecieron el quehacer académico, pues necesitan las competencias, deberes y habilidades, que fundamentan un estudio de exportación y es importante el desarrollo de nuevos productos investigativos, que generan un efecto multiplicador para los empresarios y desarrollo del sector. Por otro lado, fortalecer la producción de este cereal es fundamental para el desarrollo y reconocimiento del departamento, únicamente para el 2010 la producción de cereales fue de 58.900 toneladas en un área de 32.300 has sembradas, producción que aportó \$70.305.000.000 al PIB del Departamento (Gobernación de Boyacá, 2010, p.7).

Desde el punto de vista social, esta investigación pretende sumar un análisis y conclusiones importantes que aporten elementos a la comunidad productora de quinua y de sus productos derivados, pues reconoce que este producto es una alternativa a los cultivos tradicionales por diferentes factores en Boyacá. En primer lugar, la quinua se adapta a las variaciones climáticas y que no requiere el uso de agroquímicos, por tal razón respalda la sostenibilidad ambiental. En segundo lugar, los atributos reconocidos por la industria alimentaria

incentivan su consumo con el fin de aprovechar sus diferentes propósitos nutricionales y, en tercer lugar, las condiciones logísticas requeridas para su manejo posibilitan que las mujeres participen y hasta lideren las actividades del cultivo, postcosecha y comercialización, sumando así a disminuir las brechas de desigualdad de género en las comunidades rurales (Pineda y Martínez, 2015).

### ***1.3. Planteamiento del problema***

El departamento de Boyacá posee un gran potencial para la producción de quinua de la mejor calidad, la cual ha sido reconocida de manera más seria fuera del país y en el mercado interno, los productores tienen un gran inconveniente, pues entregan el producto a intermediarios restándole utilidad a su producción. Por otro lado, la asociatividad en los cultivos de quinua es muy débil, ya que por la inexistencia de una cadena productiva de Quinua y carecen de una estrategia conjunta a largo plazo (Montoya et al, 2005).

El problema principal consisten en que los productores no cuentan con el conocimiento para la realización de una exportación directa, lo que conduce a una desventaja significativa en el precio del producto en forma natural; resulta más importante darle un valor agregado a la quinua e incursionar en procesos agroindustriales, con la asesoría de las entidades como el ICA Invima, Ministerio de comercio, Ministerio de agricultura, Secretaría de Fomento Agropecuario y la academia, mediante los conocimientos adquiridos en la Universidad Antonio Nariño, para apoyar el proceso de dichos productores. En este sentido, la pregunta de investigación de este proyecto es:

#### ***1.3.1 Formulación del problema***

- ¿Qué procesos serán importantes para la exportación de cerveza artesanal a base de quinua a los mercados internacionales?

### ***1.4. Objetivos***

- 1.4.1. **General:** Realizar un Plan Exportador que sirva como herramienta de apoyo a los productores de quinua de Boyacá, en búsqueda de la internacionalización de la cerveza artesanal elaborada a base de este cereal.

#### **1.4.2. Específicos:**

- Caracterizar el mercado de la cerveza a base de quinua, así como la identificación de aspectos importantes de la oferta, la demanda y del sistema de comercialización del producto.
- Identificar el proceso logístico y vistos buenos para el éxito de la exportación de cerveza a base de quinua, desde el departamento de Boyacá al mercado destino.
- Evaluar financieramente el negocio de la cerveza artesanal a base de quinua, en el mercado destino de exportación, conforme a los cálculos de costos, ingresos y gastos de inversión.

#### **1.5. Marco referencial**

##### **1.5.1. Marco Teórico**

Las teorías presentadas en este apartado suman a la presente investigación en la medida que brindan el conocimiento suficiente, aportan información para desarrollar el plan de exportación, teniendo en cuenta conceptos académicos importantes para el desarrollo metodológico del documento. Por otro lado, esta revisión permite identificar y reconocer aportes importantes en relación con la compleja tarea del Comercio Internacional, la economía y los procesos de exportación.

- **Comercio Internacional:** “Es el conjunto de movimientos comerciales y financieros, y en general toda aquella operación cualquiera que sea su naturaleza, que se realicen entre naciones; es pues un fenómeno universal en el que participan las diversas comunidades humanas” (Osorio, 1995).
- **Teoría Clásica del Comercio Internacional:**  
El estudio del comercio exterior ha formado parte del cuerpo teórico de la economía. Aún y cuando el entorno económico, político y social en los que surgen los estudios de la corriente clásica es muy diferente a la realidad de nuestros días, el análisis del planteamiento clásico constituye el fundamento para la comprensión de la teoría y la lógica de los posteriores desarrollos de la teoría del comercio internacional. Dada esta perspectiva, el objetivo de este trabajo es analizar los fundamentos de la teoría clásica del comercio internacional y definir como se establece el patrón de especialización de los países (Laguna, 2015).

- **Mercantilismo:** “Es una forma de actividad comercial económica que basa su accionar en la práctica intensiva del comercio con fines de lucro y acumulación de riquezas, representada por metales preciosos como el oro y la plata.” (Portillo, 2010).
- **Teoría de la ventaja absoluta:**  
Propuesta por Adam Smith, menciona que los beneficios del comercio están basados en el principio de la ventaja absoluta, bajo el siguiente argumento: un país puede ser más eficiente que otro en la producción de algunos bienes y menos eficiente en la producción de otros e, independientemente de las causas de las ineficiencias, ambos se pueden beneficiar del intercambio si cada país se especializa en la producción del bien que produce con mayor eficiencia que el otro (Laguna, 2015)
- **Teoría de la ventaja competitiva.**  
Propuesta por David Ricardo, reconoce que las fuerzas del mercado asignarán los recursos de una nación a aquellos sectores donde sea relativamente más productivo. Es decir que una nación puede importar un bien que podría ser el producto de más bajo costo, si todavía es más productiva en la producción de otros bienes (Poster, 1982).
- **Teoría del Nuevo Comercio y la 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).

### 1.5.2. Marco legal

- **Decreto 2478 de 2018:** Por el cual se establecen los procedimientos sanitarios para la importación y exportación de alimentos, materias primas e ingredientes secundarios para alimentos destinados al consumo humano, para la certificación y habilitación de fábricas de alimentos ubicadas en el exterior o del sistema de inspección, vigilancia y control del país exportador.
- **Decreto 2478 de diciembre 28 de 2019.** “Por el cual se establecen los procedimientos sanitarios para la importación y exportación de alimentos, materias primas e ingredientes secundarios para alimentos destinados al consumo humano.
- **Decreto 1686 de 2012:** Por la cual se da el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, envase, almacenamiento y distribución de bebidas alcohólicas para el consumo humano.
- **Ley 101 de 1993:** otorga especial protección a la producción de alimentos, busca adecuar el sector agropecuario a la internacionalización de la economía, sobre bases de equidad, reciprocidad y conveniencia nacional.

### ***1.6. Marco Conceptual***

- **Arancel:** tarifa oficial que determina los derechos que se han de pagar en varios ramos, como el de costas judiciales, transporte ferroviario o aduanas.
- **Calidad:** se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos
- **Comercialización y/o distribución:** Es la parte esencial de las empresas, porque permite hacer llegar el producto o servicio al consumidor final, una buena comercialización es la que pone a disposición del cliente el producto en las cantidades y cualidades requeridas, en el lugar y momento apropiado, para darle la satisfacción que espera con su compra (SE, 2011).
- **Comercio internacional:** El comercio internacional es el intercambio de bienes y servicios entre países, los bienes pueden definirse como productos finales, productos intermedios necesarios para la producción de los finales o materias primas y productos agrícolas. (Cacholiades, 1992)

- **Cotización Internacional:** para presentar una cotización internacional es muy importante la construcción de una matriz de costos y distribución física internacional. Una Cotización Internacional es la estimación del precio de una mercancía en función de una negociación con fines de exportación. Como tal debe determinar el valor del bien o producto considerando los gastos de producción, exportación y dejando un margen de rentabilidad.
- **Cadena de abastecimiento:** abarcan los procesos de negocio, de talento humano, los organizacionales, de infraestructura física, de tecnologías y plataformas de información, permitiendo el flujo continuo de los procesos de servicio.
- **Costos:** Se refieren al monto total de dinero necesario para la producción de una cantidad específica de producto. Los costos de producción se refieren a los gastos fundamentales para obtener los factores de producción que son: tierra, trabajo, capital y gestión. Requeridos para producir un producto.
- **Estudio de mercado:** En este se analiza la reacción del medio externo con relación al producto de la empresa, se examinan las características de los consumidores y de la competencia, los segmentos de mercado, los métodos de compra y los medios por los cuales el producto llega al consumidor final, con el fin de facilitar decisiones acertadas en la comercialización. (Baca, 2001).
- **Empaque:** es la presentación comercial de un producto. Asegura que al transportar este no se dañe ni entre en contacto con el exterior para mantenerse limpio o fresco en caso de que sea un alimento. Además, el empaque logra la venta del producto, dando una buena imagen y distinción sobre otros productos similares.
- **Embalaje:** Embalaje: es una forma de empaque que envuelve, contiene, protege y conserva los productos envasados y/o empaquetados. El embalaje va más orientado a la protección del producto durante el transporte logístico.
- **Exportación:** Es básicamente todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor (el exportador) envíe como mercancía a un tercero (importador), para su compra o utilización. (Oca, 2010)
- **Gravamen:** Impuesto sobre el valor de una mercancía.

- **Incoterms:** son términos, de tres letras cada uno, que reflejan las normas de aceptación voluntaria por las dos partes —comprador y vendedor—, acerca de las condiciones de entrega de las mercancías y/o productos, regidos por la Cámara de Comercio Internacional (García, 2011).
- **Logística internacional:** La gestión logística internacional abarca el movimiento físico de los productos, pudiendo ser como materias primas desde su punto de origen, hasta la recepción por parte de los consumidores finales como producto terminado. (CECOEX, 2020).
- **Matriz de Costos:** es una herramienta que ofrece a los exportadores colombianos con el propósito de apoyarles en la realización del análisis de costos de Distribución Física Internacional; así mismo se presenta como una herramienta que apoya la toma de decisiones a los empresarios al iniciar un proceso de exportación ayudándoles a evaluar las diferentes alternativas en referencia al término de venta más apropiado para negociar, canales de transporte, tiempos y costos en general.
- **Plan Exportador:** El Plan Exportador es un documento que menciona todo el conjunto de todas las acciones a efectuar para vender los productos y servicios en el exterior, al mismo tiempo da una visión al futuro exportador de la potencialidad de dicho producto o servicio.
- **Producción agrícola:** Es el resultado, fruto o producto de la explotación de la tierra (agricultura) por la siembra y cosecha de vegetales en el campo para el consumo humano.
- **Proveedor:** persona física o jurídica que abastece de todo lo necesario, para la producción de bienes o servicios, a otra persona física o jurídica o empresa. Veamos su definición formal, como se contabiliza una compra a un Proveedor y la diferencia con un Acreedor.
- **Quinoa:** *Chenopodium quinoa*, conocida como quinua, quínoa o quinoa, es una hierba perteneciente a la subfamilia Chenopodioideae de las amarantáceas. Técnicamente se trata de una semilla, pero se conoce y se clasifica como un grano integral.

- **Seguro internacional:** es el valor de las pólizas de seguro de mercancías, un contrato consensual que garantiza la cobertura de la mercancía en una serie de casos que quedan fuera de lo establecido en la ley.
- **TLC:** Un **tratado de libre comercio (TLC)** consiste en un acuerdo comercial regional o bilateral para ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes de los diferentes continentes o básicamente en todo el mundo.

## II. CAPITULO II

### 2. METODOLOGIA

#### 2.1 FUENTES DE INFORMACIÓN

- Fuentes de Información Empresa- Universidad- Estado

Tenemos como referencia importante la recolección de datos a partir de la Universidad en la que gracias la Empresa que se encarga de la elaboración de la Cerveza de Quinoa que ayudaran en brindar información del producto:

#### 2.2. TECNICA E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR INFORMACION

Los datos son una colección de hechos, cifras, objetos, símbolos y eventos que han sido recopilados de diferentes fuentes. Las organizaciones se encargan de recolectar información en distintos momentos y de diferentes audiencias para tomar mejores decisiones.

Por ejemplo, antes de lanzar un nuevo producto, una empresa necesita recopilar información sobre la demanda, las preferencias de los clientes, los competidores, etc. En caso de que esto no suceda, el producto recién lanzado puede fracasar por muchas razones.

Aunque los datos son un activo valioso para toda organización, no sirven para nada hasta que se analizan o procesan para obtener los resultados deseados.

#### *Métodos y técnicas de recolección de datos*

Los métodos de recolección de datos son variados y la elección de uno de ellos depende esencialmente de la naturaleza de los objetivos y de las hipótesis formuladas. Para cada proyecto de investigación hay que diseñar y construir un instrumento y una técnica adecuados.

Los métodos y técnicas de recolección de datos pueden dividirse en dos categorías: métodos primarios de recolección de datos y métodos secundarios de recolección de datos.

Ejemplos de métodos de recolección de dato

### ***Métodos de recolección de datos primarios***

Los datos primarios se recolectan de la experiencia de primera mano y no se utilizan en el pasado. Esta información es específica, altamente auténtica y precisa.

Los métodos de recolección primarios pueden dividirse en dos categorías: métodos cuantitativos y métodos cualitativos.

### ***Métodos cuantitativos.***

Los métodos cuantitativos para la investigación de mercados y la previsión de la demanda suelen utilizar herramientas estadísticas. Aquí, la demanda se pronostica sobre la base de datos históricos.

Estos métodos y técnicas de recolección de datos primarios se utilizan generalmente para hacer pronósticos a largo plazo. Son altamente confiables, ya que el elemento de subjetividad es mínimo.

***Análisis de series cronológicas o temporales:*** El término se refiere a un orden secuencial de valores de una variable, conocido como tendencia a intervalos de tiempo iguales. Utilizando tendencias, una organización puede predecir la demanda de sus productos y servicios para el tiempo proyectado.

***Técnicas de suavizado:*** En los casos en que la serie temporal carece de tendencias significativas, se pueden utilizar técnicas de suavizado para eliminar una variación aleatoria de la demanda histórica. Esto ayuda a identificar patrones y niveles de demanda que pueden ser usados para estimar la demanda futura.

Los métodos más comunes utilizados en las técnicas de suavizado de la previsión de la demanda son el método de media móvil simple y el método de media móvil ponderada.

***Método Barométrico:*** También conocido como el enfoque de los indicadores principales, este método se utiliza para especular sobre las tendencias futuras en función de la evolución actual. Cuando un evento pasado se considera para predecir el evento futuro, el evento pasado actuaría como un indicador principal.

#### ***Métodos cualitativos:***

Los métodos de recolección de datos cualitativos son especialmente útiles en situaciones en las que no se dispone de datos históricos, no se necesitan números ni cálculos matemáticos.

La investigación cualitativa está estrechamente relacionada con palabras, sonidos, sentimientos, emociones, colores y otros elementos que no son cuantificables.

Estas técnicas se basan en la experiencia, el juicio, la intuición, las conjeturas, las emociones, etc.

Los métodos y técnicas de recolección de datos cuantitativos no proporcionan el motivo de las respuestas de los participantes, a menudo no llegan a las poblaciones subrepresentadas y pueden abarcar largos períodos de tiempo para recopilar los datos. Por lo tanto, es mejor combinar métodos cuantitativos con métodos cualitativos.

Estos son algunos de los métodos de recolección de datos cualitativos:

#### ***Encuestas:***

Las encuestas se utilizan para recopilar datos de la audiencia objetivo y recoger información sobre sus preferencias, opiniones, elecciones y comentarios relacionados con tus productos y servicios.

La mayoría de los programas de creación de encuestas a menudo ofrecen una amplia gama de tipos de preguntas para seleccionar.

También puedes utilizar una plantilla de encuesta ya preparada para ahorrar tiempo y esfuerzo. Las encuestas en línea se pueden personalizar según la marca de la empresa cambiando el tema, el logotipo, etc.

Existen diversos métodos de distribución de encuestas, como vía correo electrónico, sitio web, aplicación offline, código QR, redes sociales, etc. Dependiendo del tipo y la fuente de su audiencia, puede seleccionar el canal

Un panel de encuestas puede proporcionar estadísticas relacionadas con la tasa de respuesta, la tasa de finalización, los filtros basados en la demografía, las opciones de exportación y uso compartido, etc.

Una vez recopilados los datos, el software para encuestas puede generar varios tipos de informes y ejecutar algoritmos analíticos para descubrir información oculta.

### ***Sondeos:***

Los sondeos se componen de una pregunta de opción única o múltiple. Cuando se requiere tener un pulso rápido de los sentimientos de la audiencia, puedes ir a las encuestas. Debido a que son de corta duración, es más fácil obtener respuestas de la gente.

También se pueden integrar en varias plataformas. Una vez que los encuestados responden a la pregunta, también se les puede mostrar cómo se encuentran en comparación con las respuestas de los demás.

### ***Entrevistas:***

En este método, el entrevistador hace preguntas cara a cara o por teléfono a los encuestados. En las entrevistas cara a cara, el entrevistador hace una serie de preguntas al entrevistado en persona y anota las respuestas.

En caso de que no sea posible conocer a la persona, el entrevistador puede apoyarse en una entrevista telefónica.

A diferencia de los otros métodos de recolección de datos, este es adecuado cuando sólo hay unos pocos encuestados. Es demasiado largo y tedioso repetir el mismo proceso si hay muchos participantes.

### ***Técnica Delphi:***

En él, los expertos del mercado reciben las estimaciones y suposiciones de los pronósticos realizados por otros expertos de la industria. Pueden reconsiderar y revisar sus propias estimaciones e hipótesis sobre la base de la información proporcionada.

### ***Focus Group:***

Es otro de los métodos y técnicas de recolección de datos en donde un pequeño grupo de personas, alrededor de 8-10 miembros, se reúnen para discutir las áreas comunes del problema con un moderador que regula la discusión.

Cada participante aporta sus puntos de vista sobre el tema en cuestión. Al final de la discusión, el grupo llega a un consenso.

### ***Cuestionario:***

Un cuestionario es un conjunto impreso de preguntas, abiertas o cerradas, que los encuestados deben responder en función de sus conocimientos y experiencia con el tema.

El cuestionario es parte de la encuesta, mientras que el objetivo final de un cuestionario puede o no ser una encuesta.

### ***Métodos y técnicas de recolección de datos secundarias:***

Los métodos y técnicas de recolección de datos secundarios son los datos que se han utilizado en el pasado. El investigador puede obtener datos de las fuentes tanto internas como externas a la organización.

### **2.3. FUENTES INTERNAS DE DATOS SECUNDARIOS:**

- Estados Financieros
- Revistas
- Informe de ventas

#### **✓ Fuentes externas de datos secundarios:**

- Informes de los gobiernos
- Comunicados de prensa
- Revistas de negocios
- Bibliotecas
- Internet

La recolección de datos secundarios también puede incluir técnicas cuantitativas y cualitativas. Estos se encuentran fácilmente disponibles y, por lo tanto, son menos lentos y caros en comparación con los datos primarios.

Sin embargo, en el caso de los métodos secundarios de recogida de datos, no se puede verificar la autenticidad de los datos recogidos.

Aquí otros instrumentos para recopilar información que te pueden ser de utilidad.

Ahora que conoces los diferentes métodos y técnicas de recolección de datos, elige la que más se adapte a tu proceso de investigación y consigue la información necesaria para tu proyecto.

## **III. CAPITULO III**

- ***ESTUDIO DE MERCADO***

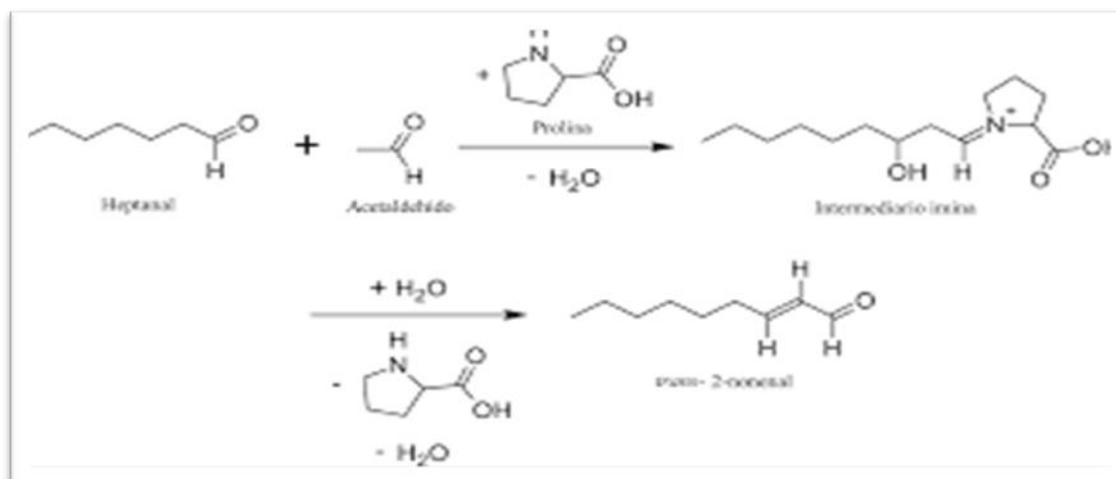
### **3.1. PRODUCTO**

#### **3.1.1. COMPOSICION QUIMICA**

La cerveza es una bebida alcohólica compleja elaborada con cebada (malta), lúpulo, QUINUA, agua y levadura. Químicamente, la cerveza puede considerarse como una solución de agua-etanol con un pH ácido (pH alrededor de 4,2) que contiene cientos de

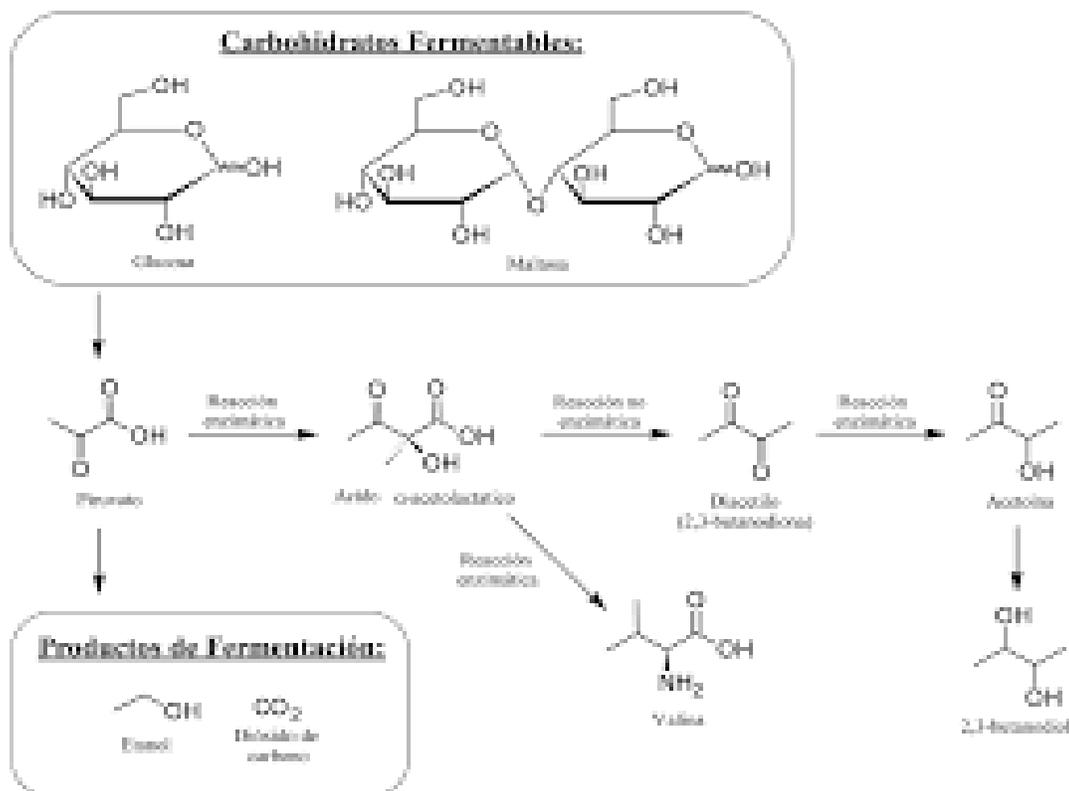
moléculas disueltas. Termodinámicamente, una botella de cerveza es un sistema cerrado que se esforzará por alcanzar un estado de energía mínima y de entropía máxima. En consecuencia, las moléculas pueden experimentar diferentes reacciones y cambiar su composición química durante el almacenamiento. Además, la degradación de las moléculas a concentraciones por debajo del umbral del sabor puede causar la pérdida de los sabores iniciales de la cerveza fresca. En este artículo discutimos las reacciones fundamentales y sus mecanismos en la cerveza desde su elaboración hasta su almacenamiento. (**MORALES-TOYO, M. 2018**)

**Ilustración 1 Composición Química De La Cerveza**



Autor: (Morales&Toyo,2018)

**Ilustración 2 Reacción de Fermentación de la Cerveza.**



Autor: (Morales&Toyo,2018)

### 3.1.2. COMPOSICION FISICA.

La cerveza es una bebida compleja con familias, estilos y categorías, pero hay cuatro atributos sensoriales básicos para la construcción de cualquier cerveza: Apariencia, aroma, sabor y sensación en boca, mismos que describimos a continuación.

#### *IV. Apariencia*

La apariencia de una cerveza depende principalmente de la malta. Dependiendo del grado de tostado que tenga ésta, así como de las características del proceso de elaboración, como el tiempo de hervor y reacciones de oscurecimiento no enzimático entre otras, el color de la cerveza puede cambiar.

La apariencia de una cerveza depende principalmente de la malta.

En apariencia también se toma en cuenta la espuma, causada por el número de burbujas de dióxido de carbono que explotan cuando suben a la superficie de la bebida. También se

pueden mantener permitiendo evaluar durante una competencia una buena receta, maceración y carbonatación que resulta en retención de espuma.

La espuma ayuda a liberar aromas presentes en la cerveza y ayuda a proteger su sabor.

## **V. Sabor**

Dulce, ácido, salado, amargo y umami son los cinco sabores básicos que percibe nuestra lengua. Todos están presentes en las decenas de estilos cerveceros que existen, pero dependiendo del estilo, su presencia varía. Dependiendo del estilo cervecero, el sabor puede cambiar.

Los sabores tostados, acaramelados, ahumados, a pan, a chocolate o a café provienen de la malta. Los sabores herbales, especiados, florales y cítricos provienen del lúpulo, mientras que los sabores derivados de la fermentación o de productos añadidos pueden ser afrutados, especiados o a diacetilo, es decir, sabores a nuez o a manteca.

## **VI. Aroma**

El aroma de una cerveza puede variar dependiendo del tipo de ingredientes que se utilicen. Por lo general, las maltas proporcionan el aroma a pan, tostados, café o caramelo, mientras que el lúpulo es responsable de los olores cítricos, herbales o frutales, principalmente. El lúpulo aporta a la cerveza aromas cítricos, herbales y frutales. La levadura también juega un papel importante ya que su síntesis genera subproductos durante la fermentación y maduración, como etanol y algunos estéres que evocan a la manzana verde, el plátano, la fresa o el maíz dulce. También puede producir aromas a especias y a madera.

## **VII. Sensación de boca**

Se refiere al cuerpo de una cerveza. También se habla de astringencia, temperatura, textura, picor por el ácido carbónico de la carbonatación y en general todas las sensaciones en la boca, pero siempre haciendo énfasis en el paladar, la lengua y los dientes. Parte de la sensación en boca de una cerveza es el picor que genera el ácido carbónico de la carbonatación.

Este puede ser descrito como ligero, fácil de beber, cremoso o pleno dependiendo del estilo cervecero. Se determina por el nivel de azúcares no fermentables, proteínas y dextrinas presentes en la cerveza.

### **3.1.3. PROCESOS DE FABRICACIÓN**

El proceso de elaboración de la cerveza puede variar ligeramente en función de las propiedades químicas de las que se quiera dotar a la bebida. Sin embargo, generalmente se siguen los mismos pasos básicos:

**Malteado:** el cereal usado para elaborar la cerveza, normalmente cebada, se deja en remojo en agua, con el objetivo de que germine y así se activen las enzimas presentes en el grano. A continuación, la cebada se tuesta en el horno. Del grado de tostado dependerá el color de la cerveza, logrando así cervezas más claras u oscuras.

**Molienda y maceración:** los granos de cereal se muelen y se mezclan con agua, formando un mosto rico en azúcares. La malta también se deja macerar en agua, a diferentes tiempos y temperaturas según las propiedades químicas deseadas.

**Filtración:** se separa el mosto de los restos de malta.

**Cocción:** para lograr el amargor y aroma de la cerveza, se hierve el mosto.

**Fermentación:** tras enfriar el mosto, se añade levadura, con el objetivo de que fermente y el azúcar se transforme en alcohol y CO<sub>2</sub>. Durante el proceso de fermentación se generan muchos de los compuestos químicos de la cerveza.

**Maduración:** para terminar, el líquido obtenido se deja madurar durante períodos de tiempo variables para que el aroma y el sabor conseguido se estabilice.

Cada uno de los componentes químicos de la cerveza aporta algo diferente y único a su sabor, por lo que la combinación de todos ellos debe estar en la proporción exacta para que los diferentes matices se complementen de forma armoniosa.

Su componente principal es agua, la cual forma entre el 85 y el 90 % de la cerveza. Sin embargo, es en el lúpulo donde se encuentran los componentes químicos que dotan a la cerveza de la acidez y amargor por la que se la distingue.

Concretamente, en la composición química de la cerveza destacan los compuestos orgánicos del lúpulo conocidos como alfa y beta-ácidos. Estos pueden ser diferentes en función del lúpulo y por eso este ingrediente es seleccionado estratégicamente para variar las propiedades químicas de la cerveza.

Los alfa-ácidos son los principales causantes del sabor de la cerveza. En cuanto a los beta-ácidos, es importante destacar que, aunque dotan a la cerveza de una amargura más penetrante, son compuestos químicos menos solubles en agua. Por eso cuanto más largo es el proceso de maduración de la cerveza, más amarga llega a ser.

Ambos compuestos son también responsables de otras propiedades químicas de la cerveza, como su capacidad antiséptica. Gracias a ellos la vida de la cerveza es tan larga y está a salvo de bacterias. Por el contrario, estos compuestos químicos se degradan ante la luz, produciendo sabores desagradables. Por ello, el proceso químico de la cerveza debe llevarse a cabo de forma muy cuidadosa. Además, también por eso las botellas de cerveza son opacas o de cristales oscuros.

Por otro lado, los ácidos esenciales presentes en el lúpulo también juegan un papel importante en la composición química de la cerveza. Son ellos los que aportan los aromas únicos y diferenciadores de cada tipo de cerveza. De hecho, ¿sabías que hay más de 250 tipos de aceites esenciales en los lúpulos? Imagínate la cantidad de matices que se pueden conseguir jugando con la química de la cerveza.

Por último, también debes saber que durante la fermentación se originan una serie de compuestos químicos que pueden dotar a la cerveza de un sabor afrutado. Se trata de los ésteres, que se forman cuando los compuestos orgánicos del lúpulo reaccionan con el alcohol. Hay una gran variedad de ésteres, que confieren a la cerveza diferentes aromas, como a manzana, plátano o piña.

Como puedes ver, la composición química de la cerveza no es algo sencillo. Entran en juego una gran variedad de compuestos químicos que, en función de su proporción en la fórmula final, y del proceso químico al que se les haya sometido confieren a la bebida de toques únicos y personales.

### Ilustración 3 Procesos de Elaboración de Cerveza.



Autor: (Morales&Toyo,2018)

### 3.1.4 PRESENTACION DEL PRODUCTO

#### Ilustración 4 PRESENTACION DEL PRODUCTO



*AUTOR: EMPRESA CERVECERIA HUNZAUA S.A.S*

**3.2. PARTIDA ARANCELARIA**

DIAN - MUISCA - ARANCEL	Perfil de la mercancía						
Consultas Arancel							
General	DATOS GENERALES						
Por medidas	Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
Por código de nomenclatura	ARIAN	2203.00.00.00			01-ene-2007	...	
Estructura nomenclatura	Descripción	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre Cerveza de malta.			01-ene-2007	...	
Índice alfabético arancelario	Unidad física	I - Litro			01-ene-2007	...	
Reglas generales de la nomenclatura	MEDIDAS						
▶ Por texto	Concepto	Importaciones	Exportaciones	Tránsito			
	Gravamen						
	IVA						
	Otras tarifas generales						
	Gravámenes por acuerdos internacionales						
	Medidas de protección comercial						
	Régimen de comercio						
	Bienes de capital						
	Índice Alfabético Arancelario						
	Notas de nomenclatura						
	Correlativas por apertura						
	Correlativas por cierre						
	Requisitos Específicos de Origen (REO)						

La cerveza artesanal de Quinua se clasifica en la subpartida arancelaria como Nivel De Nomenclatura **ARIAN 220300**, contando con un gravamen del 15%, con el IVA del 19%, teniendo un Gravamen de Acuerdos Internacionales, con Bolivia, Ecuador y Perú, del 0%, con Régimen de Importación del 0%, contando con los Documentos de Soporte, como el visto Bueno **Registro SANITARIOS** del **INVIMA** y de la **DIAN**, cumpliendo con requerimientos de descripción de **MERCANCIAS** como especificar Nombre de **PRODUCTO** y Características del mismo.

### 3.3. SELECCIÓN DE MERCADOS

Para la selección de mercados, se hizo una selección exhaustiva, en la que se escogió estos cuatro PAISES, se utilizó herramientas como TRADEMAP y también datos del BANCO MUNDIAL que fueron de vital importancia para la selección de Mercado, También fue importante el *Indicé Para Hacer Negocios* fundamentalmente es una herramienta para destacar un PAIS en este Caso ESTADOS UNIDOS siendo el País INDICADO ya que en la Evaluación se puede destacar Cualidades que pueden ayudar a La EXPORTACION DE CERVEZA y a la Apertura de nuevos negocios.

Tabla 1: ESTADOS UNIDOS

VARIABLE PAIS	P	ESTADOS UNIDOS		
		DATOS	C	R
<b>VARIABLES MACROECONOMICAS</b>				
PIB 2021	5%	20.953.030,00 billones USD	5	0,25
PIB PER CAPITA 2021	5%	63.593,4 USD	5	0,25
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	PUESTO 6	5	0,25
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	Desde la costa atlántica hay 13 navieras con 81 servicios directos, cuyos tiempos de tránsito se pueden encontrar desde los 7 días. La oferta se complementa con 144 rutas en conexión ofrecidas por 17 navieras con tiempos de tránsito desde los 9 días...Actualmente existen más de 10	4	0,28

		aerolíneas que prestan servicios de transporte de carga hacia Estados Unidos. Las conexiones se realizan principalmente en ciudades de Estados Unidos, El Salvador, México y Panamá.		
POBLACION 2020	5%	329.484.123	4	0,2
IDIOMA	9%	Ingles	4	0,36
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	5.977.170	5	0,25
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2016-2020	10%	4%	3	0,3
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2016-2020.	10%	2%	3	0,3
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2016_20202	10%	\$208USD	3	0,3
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	México, Países Bajos Bélgica, Irlanda y Canadá	2	0,08
ARANCEL GENERAL	10%	0,00%	5	0,5
ARANCEL PREFERENCIAL	15%	0,00%	5	0,75
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>			<b>4,07</b>

*Autor:(Elaboración Propia)*

**Tabla 2 FRANCIA**

	P	FRANCIA		
		DATOS	C	R
<b>VARIABLES MACROECONOMICAS</b>				

		2.630.317,73 billones de USD		
PIB 2021	5%		5	0,25
PIB PER CAPITA 2021	5%	39030,36 USD	4	0,2
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	PUESTO 32	3	0,15
		Desde la costa atlántica existen más de 22 rutas directas y en conexión ofrecidas por 9 navieras con tiempos de tránsito desde los 13 días. Los transbordos se realizan en puertos de Colombia, Reino Unido, Panamá, España y Francia. Desde Buenaventura hacia los puertos de Francia, existen 11 rutas, ofrecidas por 6 navieras, con tiempos de tránsito desde los 22 días. Las conexiones se realizan en puertos de	4	0,28
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	Panamá.		
POBLACION 2020	5%	67,39 millones	4	0,2
IDIOMA	9%	FRANCES	2	0,18
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	1.030.500	5	0,25

		1%		
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2016-2020	10%		3	0,3
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2016-2020.	10%	1%	3	0,3
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2016_20202	10%	23USD	2	0,2
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	Alemania, Italia, Bélgica, Estados Unidos y China	1	0,04
ARANCEL GENERAL	10%	3,60%	1	0,1
ARANCEL PREFERENCIAL	15%	4,20%	1	0,15
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>			<b>2,6</b>

*Autor:(Elaboración Propia)*

Tabla 3 CHINA

VARIABLE PAIS	P	CHINA		
		DATOS	C	R
<b>VARIABLES MACROECONOMICAS</b>				
PIB 2021	5%	14,72 billones USD	5	0,25
PIB PER CAPITA 2021	5%	10.500,40 USD	5	0,25
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	PUESTO 31	3	0,15
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	<p>Para carga marítima, más de 16 navieras ofrecen el acceso desde los puertos colombianos en la Costa Atlántica y Pacífica con destino a 46 puertos y ciudades en China. Desde la costa atlántica existen 8 navieras con más de 100 rutas directas y en conexión con tiempos de tránsito desde los 20 días. Los transbordos se realizan en puertos de Panamá, Corea del Sur, China. Desde Buenaventura hacia los puertos de China, existen más de 70 servicios directos y conexión ofrecidos por 12 navieras con tiempos de tránsito desde los 28 días. Las conexiones se realizan en puertos de Panamá, China, Corea del Sur.</p>	5	0,35

POBLACION 2020	5%	1,402 miles de millones	5	0,25
IDIOMA	9%	Chino- mandarín	2	0,18
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	695.086	5	0,25
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2016-2020	10%	-1%	1	0,1
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2016-2020.	10%	-1%	1	0,1
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2016_20202	10%	400USD	5	0,5
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	Japón, Corea del Sur, Estados Unidos, Australia y Alemania	1	0,04
ARANCEL GENERAL	10%	15,30%	1	0,1
ARANCEL PREFERENCIAL	15%	7,00%	1	0,15

**Tabla 4. COSTARICA**

VARIABLE PAIS	P	COSTA RICA		
		DATOS	C	R
<b>VARIABLES MACROECONOMICAS</b>				

		61.846.895		
PIB 2021	5%		2	0,1
PIB PER CAPITA 2021	5%	12140,85	2	0,1
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	PUESTO 74	2	0,1
		Desde la costa atlántica hay 6 navieras con 10 servicios directos, cuyos tiempos de tránsito se pueden encontrar desde los 2 días. La oferta se complementa con 19 rutas en conexión ofrecidas por 6 navieras con tiempos de tránsito desde los 3 días. Los transbordos se realizan en puertos de Colombia, Panamá, México, Jamaica y Perú. Desde Buenaventura hacia los puertos de Costa Rica no existen servicios directos. La oferta se complementa con 7 rutas, ofrecidas por 4 navieras, con tiempos de tránsito desde 7 días. Las conexiones se realizan en puertos de Panamá, Colombia y México.	5	0,35
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%			
POBLACION 2020	5%	5.128.000	3	0,15

IDIOMA	9%	ESPAÑOL	5	0,45
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	24.196	2	0,1
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2016-2020	10%	-5%	2	0,2
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2016-2020.	10%	-6%	2	0,2
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2016_20202	10%	180USD	3	0,3
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	Estados Unidos, China, Holanda, Bélgica, Alemania y Panamá	5	0,2
ARANCEL GENERAL	10%	0,00%	5	0,5
ARANCEL PREFERENCIAL	15%	0,00%	5	
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>			<b>2,75</b>

*Autor:(Elaboración Propia)*

### **3.4. Análisis de la Demanda**

Como pudimos apreciar en la anterior matriz se concluye que sería el país oprimado para poder hacer negocios sería **ESTADOS UNIDOS** de América, debido a sus cualidades para hacer negocios dejándonos unas buenas calificaciones que pueden ser de gran ayuda para la realización de futuros procesos de exportaciones con este país tan importante *comercialmente*.

También, un país que se quiso tener en cuenta fue el PAIS de Costa Rica ya que tienen una similitud en Variables que puedan servir para un proceso de exportación teniendo a favor cuestiones Culturales y de Idioma Similar, pero también faltantes en alguna de las variables hechas en las matrices.

#### **3.4.1. Información General De Los Estados Unidos**

Capital: Ciudad de Washington

Población: 332.183.000

Superficie: 9.831.510 km<sup>2</sup>

Moneda: dólares USA (1 EUR=1,0817 USD)

Religión: Mayoritariamente cristianismo

Ciudad más poblada: New York, New York (8,405,837 habitantes).

#### **3.4.2. Perfil Socioeconómico**

Estados Unidos es la primera economía del mundo por volumen de PIB. Su deuda pública en 2020 fue de 24.555.495 millones de euros, es el país más endeudado del mundo, con una deuda del 134,24% del PIB está entre los países con más deuda respecto al PIB del mundo. Su deuda per cápita es de 74.133 € euros por habitante, luego sus habitantes están entre los más endeudados del mundo.

La última tasa de variación anual del IPC publicada en Estados Unidos es de marzo de 2022 y fue del 8,5%.

Hay algunas variables que pueden ayudarle a conocer algo más si va a viajar a Estados Unidos o simplemente quiere saber más sobre el nivel de vida de sus habitantes.

El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de Estados Unidos, en 2021, fue de 58.533 € euros. Esta cifra supone que sus habitantes tienen un buen nivel de vida, ya que ocupa el puesto número 8 en el ranking de 196 países del ranking de PIB per cápita

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva nos muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los estadounidenses tienen una buena calidad de vida.

Si la razón para visitar Estados Unidos son negocios, es útil saber que Estados Unidos se encuentra en el 8º puesto de los 190 que conforman el ranking Doing Business, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.

En cuanto al Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en Estados Unidos ha sido de 67 puntos, así pues, sus habitantes tienen un bajo nivel de percepción de corrupción gubernamental.

En las tablas de la parte inferior de la página puede ampliar información sobre la economía y demografía de Estados Unidos y si quiere ver información sobre cualquier otro país puede hacerlo desde economía países

### ***3.4.3. Comercio Internacional***

Estados Unidos es el mayor importador del mundo y el segundo mayor exportador de bienes, así como también el mayor importador y exportador de servicios comerciales. Sin embargo, el comercio representó solo el 23,4% del PIB del país en 2020 (Banco Mundial). Las principales exportaciones de Estados Unidos en 2020 fueron aceites refinados de petróleo, seguidos de automóviles, circuitos electrónicos integrados, gases de petróleo y piezas y accesorios para automóviles. Las principales importaciones estadounidenses en 2020 incluyeron automóviles, máquinas de procesamiento automático de datos, dispositivos de sistemas telefónicos, medicamentos, aceites crudos y piezas de automóviles. Estados Unidos firmó 14 acuerdos de libre comercio recíprocos, 5 programas de comercio

preferencial, 51 acuerdos marco de comercio e inversión y 48 tratados bilaterales de inversión.

Los principales socios comerciales de Estados Unidos en 2020 fueron Canadá (17,8%), México (14,9%), China (8,7%), Japón (4,5%), Reino Unido (4,1%) y Alemania (4%); mientras que las importaciones provinieron principalmente de China (19%), México (13,7%), Canadá (11,5%), Japón (5,1%) y Alemania (4,9% - datos de Comtrade). Históricamente, Estados Unidos ha considerado que el comercio promueve el crecimiento económico, la estabilidad social, la democracia y la mejora de las relaciones internacionales. Sin embargo, en los últimos años la tendencia se ha invertido, pues surgieron varios conflictos comerciales (sobre todo con China, acusada de prácticas comerciales desleales).

**Tabla 5 COMERCIO INTERNACIONAL de USA**

Valores del comercio exterior	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Importación de bienes</b> (millones de USD)	2.251.351	2.408.476	2.614.221	2.567.445	2.407.527
<b>Exportación de bienes</b> (millones de USD)	1.454.607	1.546.273	1.663.982	1.643.161	1.431.610
<b>Importación de servicios</b> (millones de USD)	503.053	520.424	540.951	567.121	435.748
<b>Exportación de servicios</b> (millones de USD)	752.411	778.361	839.594	853.842	684.001

**Fuente: Organización Mundial del Comercio (OMC); Últimos datos disponibles**

Las relaciones comerciales entre Estados Unidos y China finalmente comenzaron a normalizarse hacia el final de la presidencia de Trump, con la firma por parte de ambos países del acuerdo comercial de fase uno Estados Unidos-China en Washington. Sin embargo, las relaciones comerciales no mejoraron mucho durante la presidencia de Biden.

La balanza comercial de Estados Unidos es estructuralmente negativa y el déficit ha seguido aumentando en los últimos años; en 2020 se estimó en un 3,1% del PIB (Banco

Mundial). En ese mismo año, las exportaciones de bienes se redujeron hasta los USD 1.431.000 millones, un 12,8% interanual, y las importaciones disminuyeron a un ritmo más lento (-6,2%, hasta los USD 2.407.000 millones). A pesar de ser un importador neto de bienes, Estados Unidos es un exportador neto de servicios. En 2020, las exportaciones de servicios ascendieron a 684.000 millones de dólares (-19,8% interanual) frente a 435.700 millones de dólares de importaciones (-23,2% interanual, datos de la OMC). Las últimas cifras de la Oficina de Análisis Económico de Estados Unidos muestran que en los diez primeros meses de 2021 el déficit de bienes y servicios aumentó en USD 161.700 millones (+29,7%) respecto al mismo periodo del año anterior. Las exportaciones aumentaron en USD 315.100 millones (17,9%) y las importaciones en USD 476.800 millones (20,7%).

**Tabla 6 Indicadores del Comercio de USA**

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

Indicadores de comercio exterior	2016	2017	2018	2019	2020
Exportación de bienes y servicios (en % del PIB)	11,9	12,2	12,3	11,8	10,1

*Fuente: Banco Mundial; Últimos datos disponibles*

#### **3.4.4. Comportamiento del consumidor**

Tres sectores particulares muestran los índices de crecimiento más agresivos: informática/matemática, comunidad/servicios sociales, y empleos de prácticas en salud. Se prevé que crezcan más del 20% en la próxima década. La construcción va al alza en EEUU: siete de las diez industrias con mayor crecimiento en el país están relacionadas con la construcción. Además, se reconoce un crecimiento del diseño de sistemas computacionales y servicios relacionados.

#### **3.4.5. Perfil del consumidor**

El gasto de consumo representa más de dos tercios de la actividad económica de EE. UU. El consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. El suministro de productos es muy diverso en Estados Unidos. El consumidor estadounidense es relativamente acomodado y muy diverso en sus intereses y gustos. Valora la comodidad en casa, la alimentación y los coches. Sin embargo, la recesión ha cambiado el panorama económico y parece que ha modificado radicalmente el comportamiento de los numerosos consumidores de EE. UU., que ahora están aprendiendo a vivir con menos productos de valor elevado. Los hogares "millennials" tienden más a comparar precios y buscar promociones que el consumidor estadounidense promedio. (SantaderTrade, 2020)

Se prevé que estos dos grupos, Baby boomers y Millennials, marcarán la pauta del consumo en los próximos años, puesto que los primeros cuentan con la riqueza suficiente para demandar productos de alta calidad, que mejoren la calidad de vida de su vejez, y los segundos, criados en un mundo tecnológico y altamente competitivo, tienen expectativas más altas frente a los bienes o servicios que consumen. (Legiscomex, 2013)

Otro aspecto que no se puede dejar de lado es el crecimiento de la población hispana, considerada hoy como el grupo étnico más influyente de EE UU. De acuerdo con la Oficina

de Censo de este país, en el 2010 había aproximadamente 50,5 millones de latinos, que hacen que el español sea la segunda lengua (12%) más hablada, después del inglés.

Los hispanos, comparados con otros habitantes de EE UU, gastan más en proporción a sus ingresos, en rubros como, vestuario de niños y bebés, vestuario y zapatos deportivos, servicios telefónicos inalámbricos, alimentos frescos, muebles y electrodomésticos.

- El 45% de los hogares hispanos ricos (más de USD99.000) viven en Nueva York, Los Ángeles, Houston, Miami y Chicago.

- El 47,3% son dueños de una casa.

- El 42,4% tiene cuenta de ahorros o depósitos a plazos.

- El 82% realizó compras a través de un sitio web en el último año.

- Casi el 40% efectúa compras por correo relacionadas con promociones de revistas.

- El 57% realizó una o dos compras telefónicas.

- El 15% ha efectuado por lo menos una compra durante el último año, mediante correo electrónico.

- El 58% opta por hacer compras directas, ya que prefiere tener un contacto real con los artículos antes de adquirir.

#### **3.4.6. Tendencias del mercado**

El mercado de la cerveza en Estados Unidos representa una industria extensa y dinámica con ventas aproximadas de 24 mil millones de litros y un crecimiento en valor del 2,6% en 2014. Este país es además el principal importador de cerveza a nivel mundial, en 2015 representó el 26% del volumen (14,3 millones de toneladas) y el 35% del valor total (4.744 millones de USD) de todas las importaciones de este producto. Es un mercado que tiende hacia una disminución en el volumen, pero un crecimiento constante en términos de valor, impulsado principalmente por una industria cervecera artesanal que ofrece productos de mayor valor agregado, un consumo más moderado y precios más elevados.

Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones costarricenses de cerveza, en 2015 representó el 26% del volumen y el 20% del valor comercializado. En total, tres empresas han realizado exportaciones a este mercado.

De manera específica, en 2015 el segmento de la cerveza artesanal significó el 12% del mercado total de la cerveza en Estados Unidos, es decir, alrededor de 2.869 millones de litros, con un crecimiento del 11% con respecto al año anterior. Para dimensionar estas

cifras, el crecimiento interanual indicado (276 millones de litros) es mayor a la producción total de cerveza

En la misma línea, la O de cervecías artesanales aumentó 21% (tasa anual compuesta) entre 2012 y 2015, mientras que las cervecías no artesanales disminuyeron en este período. Destacan las micro cervecías que representan el 22% del total de empresas.

La industria artesanal ha sido impulsada en gran medida por un perfil de consumidor millennial, de edades entre 25 a 44 años, con un nivel adquisitivo medio-alto, preparación universitaria y que buscan productos diferenciados e innovadores en elementos de sabor, ingredientes y empaque.

En términos de consumo, la época de mayor demanda es verano, especialmente en el mes de julio, mientras que disminuye en invierno. La variedad de cerveza artesanal preferida es del tipo Ale, especialmente la variedad IPA. Vermont, Colorado y Pennsylvania son los estados que más consumen cerveza artesanal, mientras que Florida, Alabama y Oklahoma son los de mayor crecimiento artesanal en los últimos años. A nivel de requisitos de acceso, la comercialización de bebidas alcohólicas en Estados Unidos está sujeto al cumplimiento de un canal de tres etapas: importador, distribuidor y minorista. Un mismo importador puede utilizar su licencia para operar en todo el país, pero debe obtener licencias independientes para cada estado si desea también distribuir.

### 3.4. Análisis de la Oferta

#### 3.5.1. Oferta a nivel Internacional de Cerveza Artesanal.

**Tabla 6 EXPORTACION DE CERVEZA ARTESANAL A NIVEL MUNDIAL**

EXPORTADOR	Valor exportado en 2020 (miles de USD)	Saldo comercial 2020 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2020	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)
Mundo	15163104	-514056	0	No medida	
México	4428018	4389468	4645111	Toneladas	953
Países Bajos	2111279	1623970	1827563	Toneladas	1155
Bélgica	1986616	1813339	1709977	Metros cúbicos	1162
Alemania	1288869	825263	1533094	Toneladas	841

Reino Unido	528582	-146099	462100	Toneladas	1144
Estados Unidos de América	513327	-5463843	379925	Metros cúbicos	1351
Francia	388528	-641972	536745	Toneladas	724
República Checa	307071	277255	521635	Toneladas	589
Irlanda	290903	5014	460004	Toneladas	632

**AUTOR: (TRADEMAP 2020)**

A nivel mundial podemos apreciar que México es un gran exportador de Cerveza Artesanal con 4389468 Toneladas, una cantidad alta comparada con países como Alemania, por su tradición Cervecera o por Estados Unidos de América por su capacidad Industrial y tradición, pero a nivel mundial, México ha apostado por dar a conocer su tradición cervecedera y de cómo puede ser reconocida mundialmente por su trabajo con la Cerveza y su calidad en su producto.

La Asociación de Cerveceros (BA) publicó su informe de crecimiento anual, el cual muestra que las ventas de cerveza artesanal han aumentado en un 4% y ahora representan el 13,2% del mercado cervecedero estadounidense. Este crecimiento del 4% se produce en el contexto de una disminución del 1% en el mercado de la cerveza en general. En términos de valor, la categoría de cerveza artesanal experimentó un crecimiento del 7% hasta alcanzar los \$27,6 mil millones, lo que representa una participación de mercado del 24,1%.

Sin embargo, BA advierte que los días de ‘crecimiento meteórico’ experimentados en el pasado han terminado, por lo que los cervecederos deben ajustar sus modelos de negocios y planificar sus estrategias en torno a un mercado más competitivo. La producción de cerveza artesanal ha aumentado considerablemente en los Estados Unidos en los últimos años. En 2014 hubo 3.814 establecimientos de cerveza artesanal, y en 2018 había 7.346.

«Ciertamente, una categoría que agrega un millón de barriles en participación bruta, incluso cuando la cerveza en general registró pérdidas de volumen en 2018, es una señal positiva. Pero ciertamente es un mercado de crecimiento más lento, incluso para una categoría en crecimiento como la artesanal, y un mercado más competitivo que el que hemos visto en el pasado. El nivel de crecimiento no es lo que ha sido, y eso va a plantear

desafíos para las cervecerías que construyeron su modelo de negocio alrededor de grandes segmentos de crecimiento y segmentos particulares en el mercado «.

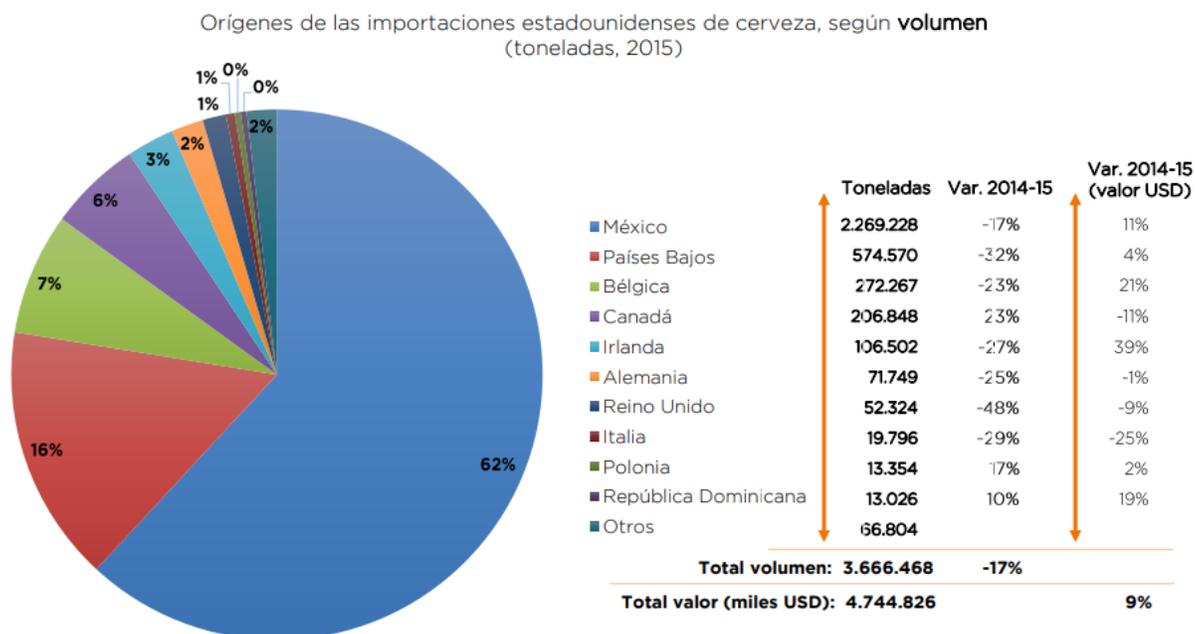
El crecimiento de la categoría el año pasado fue impulsado en gran medida por las cervecerías más nuevas, y aquellas en su segundo y tercer año. Los mercados que están experimentando un aumento constante continúan hacia el oeste, especialmente concentrados en California. Pero Nueva York, Texas y Florida también están mostrando fuerza cervecera.

El segmento artesanal se ha establecido en un patrón de crecimiento más maduro y es poco probable que regrese a los niveles de crecimiento meteórico observados durante la década pasada, indicó un vocero de la asociación de cerveceros.

Las exportaciones de cerveza a Estados Unidos han mostrado un comportamiento irregular durante los últimos años, mostrando un crecimiento sostenido durante el periodo 2014-2017 (CAGR 4,9%), pero con una caída en las ventas en 2018 del 34,3%, año en el que de igual forma se constituyó como el segundo destino de la cerveza nacional, con un monto de \$952,7 mil dólares. **(BEBERACH, DAILY,2019)**

**Ilustración 1 IMPORTACION DE CERVEZA ARTESANAL A USA**

**¿Cuál es el monto de las importaciones de cerveza de EEUU?**



**AUTOR: PROCOMER Costa rica (2020)**

Según el Grafico anterior podemos apreciar que México es el mayor exportador de Cerveza Artesanal hacia los Estado Unidos con un 62% de Participación, seguido de Países Bajos 16%, Bélgica con un 7% y Canadá con un 6%, teniendo de participantes del Comercio internacional de Cerveza Artesanal a Irlanda, Alemania, Reino Unido, Polonia y República Dominicana, teniendo partición del 3% y 2% respectivamente, teniendo un Total de Volumen 3.666.468 Toneladas de Producto que entran a los Estados Unidos, representado en un Valor 4.744.826 Dólares Anualmente.

**3.5. SISTEMAS DE COMERCIALIZACION CERVEZA ARTESANAL**

La distribución de bebidas alcohólicas se rige por el Three Tier System, que establece tres niveles por los que obligatoriamente ha de pasar el producto para llegar al consumidor final. Determinados estados mantienen un monopolio estatal para la distribución, y en algunos la venta se realiza en sus propios establecimientos

Por otro lado, los jóvenes generalmente salen los viernes y sábados por la noche, pero hay una tendencia creciente a salir el jueves por la noche también. Otra actividad que

ha ido en aumento es asistir a conciertos de música. Desde los grandes que generalmente se llevan a cabo en estadios o salones, hasta pequeños conciertos en bares y discotecas.

De otro lado existe un espacio poco explorado en Estados Unidos respecto al maridaje de cervezas, lo cual se presenta como una oportunidad con un gran potencial, gracias a la variedad y diversidad gastronómica reconocida mundialmente.

Al evaluar la oportunidad de ofrecer una opción de cerveza artesanal, teniendo en consideración lo antes mencionado sobre la tendencia y el potencial comparado con contextos regionales similares, se vio que existe espacio para proponer opción con características derivadas de las tendencias, preferencias, y percepciones de los consumidores.

### **3.6. PROYECCION DE MERCADO**

Uno de los países más importantes e influyentes en el segmento cervecero artesanal a nivel mundial es Estados Unidos, según “The Brewers Association”, el segmento cervecero artesanal ha logrado alcanzar en el año 2015, el 12.2% de participación del mercado, con un crecimiento anual de 12.8%, manteniendo un crecimiento histórico promedio del 10% (Chiroque y Gherzi, 2017, p. 17). A diferencia de Estados Unidos, donde la participación de mercado del segmento cervecero artesanal ya posee poco más de la décima parte del sector, en América Latina, la participación de mercado de este segmento no alcanza aún el 1%. Esta situación responde al fuerte posicionamiento que han logrado a través de los años las cervezas industriales, generando el bajo conocimiento sobre la Asociación de cerveceros artesanales más importante de Estados Unidos. segmento cervecero artesanal por parte de los consumidores.

#### **3.7.1 PROYECCION DE OFERTA Y DEMANDA**

Ofreciendo un producto de calidad que busca diferenciarse del mercado con un sabor diferente enfocado en tendencias más europeas donde se encuentra el mercado más desarrollado, aquí podemos destacar nuestra oferta de la siguiente manera: Para el mercado de mujeres aún muy pequeño pero que están dispuestas a consumir cerveza artesanal), cervezas de trigo y afrutadas tipo Lambic. “La cerveza de trigo y cebada de tipo Lambic se elabora principalmente en Bruselas (Bélgica) utilizando levaduras silvestres obtenida por

fermentación espontánea, por esta razón presenta un fuerte carácter ácido” (Cervezas Diferentes, 2018), IPAs afrutadas con características de colores a frutas y sabores cítricos y ácidos sin llegar a sensación de jarabe, resaltar el drink ability con carbonataciones altas, amargor y alcohol medios bajo.

Otros también más tradicionales con sabor a caramelo y chocolate. Para el mercado de varones que es la mayoría y que buscamos mantener, las cervezas tipo IPA con variedades a chicha de jora, achiote, belgas tipo Triple y Dubel caracterizadas por colores más oscuros entre rojos oscuros, negras, con amargor más pronunciado, alcohol más alto y menor carbonatación.

### 3.7.2 PROYECCION DE PRECIOS

Los precios de introducción para la cerveza artesanal en el brewpub serán de US\$ 7,99 para formatos de 330 ml. Los precios de introducción para la cerveza artesanal en los supermercados serán de para formatos de 330 ml. El mix de ventas será de 80/20 respectivamente. Los costos de las tarjetas de socio que darán acceso a consumir en el autoservicio costarán US\$10. Esto es opcional, existe la posibilidad de entregar tarjetas prestadas y devueltas al retirarse del local o compradas para que pueda ser usada en su próxima visita siendo recargadas en el local para el uso. Se debe pensar que a futuro será posible subir los precios, pero ese aumento debe ser gradual, además se debe mantener por siempre la calidad de servicio y del producto, la diversidad en presentación y sabores para fomentar la experiencia y repetición..

### 3.8 PRECIOS

**Tabla 7 TABLA DE PRECIOS DE CERVEZA ARTESAL**

LUGAR DE VENTA	PRODUCTO	PRECIO USD	PRECIO en COP
<i>Walmart</i>	Lagunitas IPA	<i>US\$1,96</i>	<i>\$7500</i>

			
<b>Walmart</b>	The Duck-Rabbit Amber Ale	US\$2,45	\$9200
			
<b>Walmart</b>	Dogfish Head	US\$1,47	\$5150
			

<p><b>Walmart</b></p>	 <p>Sierra Nevada Bigfoot</p>	<p>US\$2,29</p>	<p>\$8580</p>
-----------------------	--	-----------------	---------------

## **CAPITULO IV**

### **LOCALIZACION**

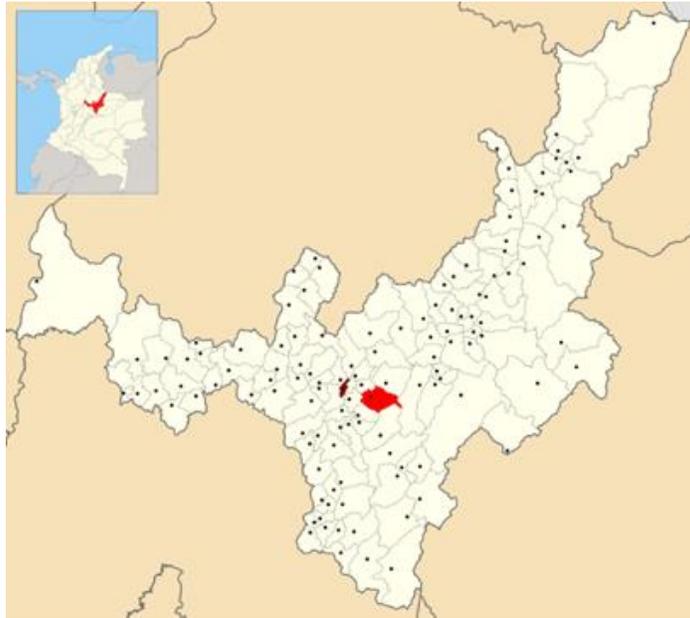
#### **4.1 Micro Localización de ORIGEN**

Siachoque es un municipio colombiano ubicado en la Provincia del Centro, en el departamento de Boyacá. Está situado a unos 21 km al oriente de la ciudad de Tunja.

El municipio limita por el norte con Toca, al sur con Rondón y Viracachá, al occidente con Soracá y Chivatá, y al oriente con Toca y Rondón.

La economía del municipio se basa en la agricultura y la minería. Entre los productos agrícolas se destacan la papa, el trigo, el maíz, la cebada, la avena, las arracachas, así como diversas hortalizas.<sup>6</sup> En cuanto a la minería se destaca la explotación de yeso, asfalto y carbón mineral. Adicionalmente el municipio cuenta con un desarrollo de actividades ecoturísticas centradas en camping, ciclo montañismo y pesca deportiva.

### ***Ilustración 2 Localización de Siachoque (Boyacá)***



Autor: WIKIPEDIA 2022

#### ***4.2 MACROLOCALIZACION de Origen***

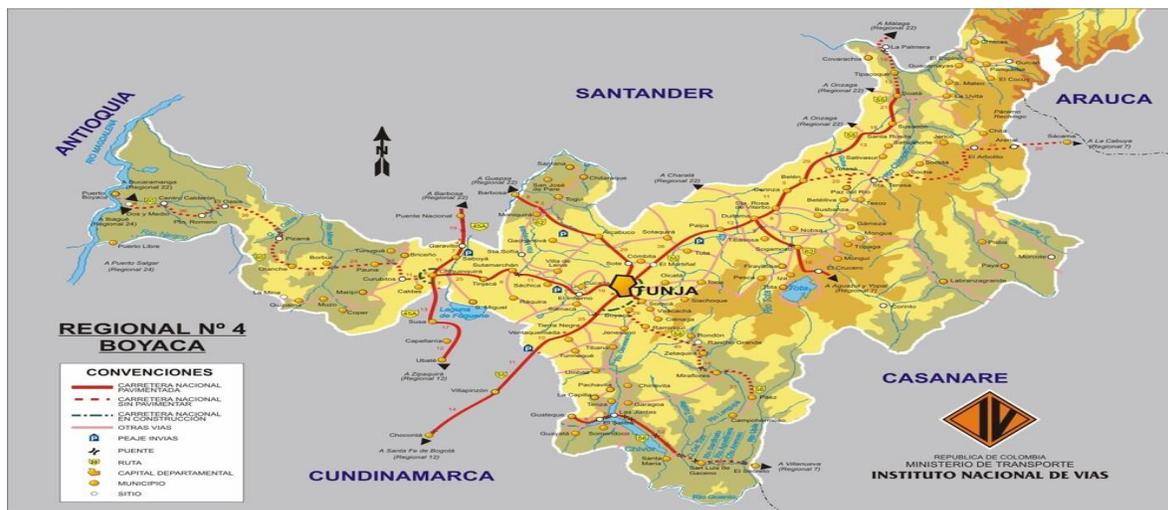
##### ***Boyacá:***

El departamento de Boyacá está situado en el centro del país, en la cordillera oriental de los Andes; localizado entre los 04°39'10" y los 07°03'17" de latitud norte y los 71°57'49" y los 74°41'35" de longitud oeste. Cuenta con una superficie de 23 189 km<sup>2</sup>, lo que representa el 2,03 % del territorio nacional. Limita por el norte con los departamentos de Santander y norte de Santander, por el este con los departamentos de Arauca, Casanare y con el país vecino de Venezuela, por el sur con Cundinamarca, y por el oeste con Cundinamarca, Caldas y Antioquia.

En el territorio de Boyacá se presenta una diversidad de accidentes geográficos que forman las regiones fisionómicas del valle del río Magdalena, la cordillera Oriental, el Altiplano Cundiboyacense y el piedemonte de los llanos orientales.<sup>23</sup> Gracias a ello, en el departamento se presentan todos los pisos térmicos con temperaturas desde los 35 °C en Puerto Boyacá, hasta temperatura bajo cero grados, en la Sierra Nevada de Güicán y El Cocuy,<sup>24</sup> las cuales presentan alturas de hasta 5.490 m y en el Páramo de Pisba con alturas de hasta 4.000 m.<sup>25</sup>

En el centro del departamento hay un área hondonada bañada por el río Gacheneca conocida como el desierto de la Candelaria, ubicada siete kilómetros al nororiente de Ráquira y en la cual se destaca el monasterio agustino construido en 1604.26 Al occidente del departamento se ubica el Territorio Vásquez en el valle del Magdalena Medio que se caracteriza por presentar alturas inferiores a 500 m s. n. m. y por constituir una región rica en petróleo.

*Ilustración 3 Mapa del Departamento de Boyacá*



AUTOR: INVIAS (2019)

#### **4.3 Micro localización de DESTINO**

**TAMPA:** es una ciudad de los Estados Unidos situada en el condado de Hillsborough, en la costa oeste de Florida y sede además del condado. Según censo de 2010, la población dentro de los límites de la ciudad alcanza la cifra de 335.709 habitantes,<sup>3</sup> ocupando la tercera posición en Florida, detrás de Jacksonville y Miami. Tampa forma parte del área metropolitana conocida como Tampa Bay o Área de la Bahía de Tampa, integrada a su vez por el conglomerado Tampa, San Petersburgo, Clearwater en el que viven un total de 2,5 millones de personas y que la convierte en la segunda mayor aglomeración urbana del estado y el tercer lugar en todo el Sudeste de Estados Unidos.

Tampa está localizada en la costa oeste de la Florida, entre los 27°58'15" Norte y los 82°27'53" Oeste (27.464640). La ciudad está rodeada por dos grandes masas de agua: Old Tampa Bay y Hillsborough Bay, dando lugar ambas a la bahía de Tampa, que se abre finalmente hacia el golfo de México. El río Hillsborough desemboca en la bahía de Hillsborough, pasando directamente frente al Downtown Tampa (Centro de la ciudad de Tampa) y abasteciendo a Tampa con sus principales fuentes de agua.

Según la oficina de censo de Estados Unidos (United States Census Bureau), la ciudad ocupa un área total de 441,9 km<sup>2</sup>. De ellos, 290,3 km<sup>2</sup> son terrestres y 151,6 km<sup>2</sup> (34.31%) ocupadas por agua.

*Ilustración 4 MAPA DE TAMPA BAY Lugar Destino*



AUTOR: MICHELLIN (2019)

#### **4.4 MACROLOCALIZACION De Destino**

La Florida:(denominación empleada sobre todo por hispanohablantes de EE. UU., así como cubanos y puertorriqueños)<sup>4</sup> es uno de los cincuenta estados que, junto con Washington D. C., forman los Estados Unidos de América, ubicado en la región meridional del país. Limita al occidente con el golfo de México y Alabama, al norte con Alabama y Georgia, al oriente con el océano Atlántico y al sur con el estrecho de Florida. Florida ocupa el puesto 22.º en cuanto a extensión y el tercero en cuanto a población.<sup>5</sup>

Jacksonville es la ciudad más poblada del estado y la ciudad más extensa por superficie en el territorio continental de los Estados Unidos (debido a la consolidación de Jacksonville con el condado de Duval). El Área Metropolitana de Miami es el área más urbanizada del estado. Tallahassee es la capital del estado. Regionalmente se divide en 3 zonas: Florida del Sur, Florida Central y Florida del Norte.

Actualmente el estado de Florida cuenta con una población de 19 317 568, de los cuales El 75 % son de rasgos blancos.

El 16 % son de rasgos africanos.

El 0,4 % son indígenas norteamericanos o nativos de Alaska.

El 2,4 % son de rasgos asiáticos.

El resto lo conforman personas de otras razas.

Hispanos<sup>20</sup> componen el 22,5% de la población.

La lengua oficial de Florida es el inglés. No obstante, sobre todo en el sur y debido al elevado número de hispanos, se habla mucho español. En mayo de 1993, el Consejo de Dade County (la región de Miami) incluso decidió autorizar el español como lengua oficial en la administración.

Más recientemente, la municipalidad de Doral, mediante resolución 13-048 de 18 de marzo de 2013, ha reconocido el español como «la segunda lengua oficial más usada y hablada en la ciudad».

### ***Ilustración 5 MAPA DE FLORIDA, ESTADO DE DESTINO***



AUTOR: MAPS OF WORD (2013)

#### 4.5 LOGISTICA

Las características del producto debemos tener en cuenta es en la forma de Logística, que podríamos en feliz término llevar a cabo desde la Fabricación y entrega del producto hacia su destino, tendremos la elaboración del producto y sus características definidas como los son

#### 4.5. 1. NORMAS DE ETIQUETADO COLOMBIA:

El Rotulado o etiquetado permanente. El rotulado o etiquetado permanente de las bebidas alcohólicas nacionales e importadas para consumo humano deben cumplir con los siguientes requisitos:

- La etiqueta o rótulo de las bebidas alcohólicas no debe describir o presentar el producto envasado de una forma falsa, equívoca o engañosa o susceptible de crear en modo alguno una impresión errónea respecto de su naturaleza o inocuidad del producto en ningún aspecto.
- En las etiquetas de las bebidas alcohólicas elaboradas en el territorio nacional, no podrán emplearse expresiones, leyendas o imágenes en idioma diferente al castellano que induzcan a engaño al público, haciendo pasar los productos como elaborados en el exterior. Cuando se tratare de protección de marca o fabricante, se podrá permitir alguna expresión en otro idioma.
- No podrán emplearse expresiones, leyendas o imágenes que sugieran, propiedades medicinales o nutricionales.

✓ **DECRETO NÚMERO 162 DE 2021 HOJA No. 17 de 25**

Continuación del decreto "Por medio del cual se modifica el Decreto 1686 de 2012"

- Los rótulos o etiquetas que se adhieran a los envases de las bebidas alcohólicas no se podrán remover o separar fácilmente de este.
- En el rótulo o etiqueta de las bebidas alcohólicas envasadas debe aparecer la siguiente información:
  - Nombre y marca del producto de acuerdo con la información contenida en el registro sanitario.
  - Nombre, ubicación y dirección del fabricante, hidratador o envasador responsable según corresponda o de la dirección corporativa, si se dispone de más de una planta, en cuyo caso la Identificación del lote debe garantizar la trazabilidad del producto. Para las bebidas importadas, sólo se requerirá nombre y ubicación geográfica (ciudad y país) del fabricante, hidratador o envasador.
    - Nombre, dirección y ciudad del importador, si es del caso.
    - Número del registro sanitario otorgado por el INVIMA.
    - Contenido Neto expresado en volumen.
    - Grado alcohólico expresado en grados alcohol métricos o en porcentaje en volumen a 2rfC.

**ESTADOS UNIDOS:** La industria alimentaria en EEUU (bebidas) se encuentra regulada por dos cuerpos normativos principales: Información nutricional Indicaciones (“libre de”, “natural”” light”) Estandarización de unidades Control de alérgenos Fuente: FDA } Federal Food, Drug, and Cosmetic Act } Code of Federal Regulations (Title 27. Part 25) b

(A) Requisitos generales para la industria (B) Requisitos específicos según producto

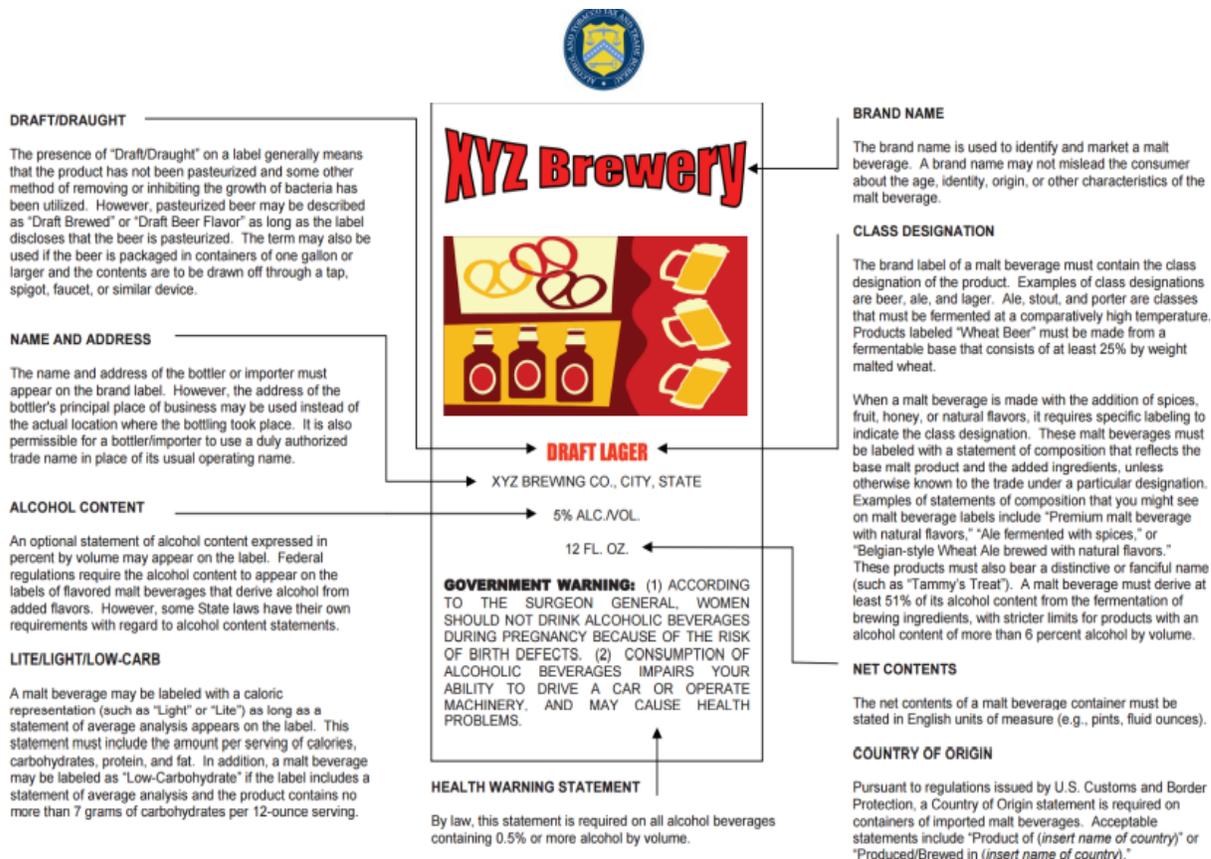
Bebidas alcohólicas: cerveza

(C) Requisitos de etiquetado

La industria alimentaria en EE. UU. (bebidas) se encuentra regulada por dos cuerpos normativos principales:

- Información nutricional
- Indicaciones (“libre de”, “natural”” light”)
- Estandarización de unidades
- Control de alérgenos

### Ilustración 6 Etiqueta Exigida en USA



**AUTOR: PROCOMER 2020**

Tabla 8: Información Logística

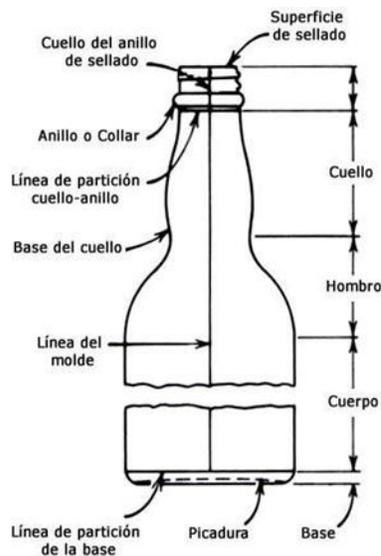
FUENTE: Elaboración Propia

Contenido neto	Envase	Cajas por Estibas	Estibas por contenedor	Cajas por contenedor
<b>0,72 m<sup>3</sup></b>	<b>480 botellas</b>	<b>10 cajas</b>	<b>1</b>	<b>1 caja</b>

#### 4.5.2. Envase del Producto

Las partes principales de la botella de vidrio con capacidad de 355 ml que se utilizara para el envasado del producto se detallan en el siguiente gráfico:

*Ilustración 8 Partes del envase.*



Las botellas de vidrio industriales constituyen uno de los tipos de envases de uso más comunes en la industria alimentaria, siendo una característica propia de estos recipientes el pequeño diámetro de la abertura o boca, lo que permite el envasado de productos líquido

El vidrio utilizado en la fabricación de botellas es de tipo sodo-cálcico, donde las características diferenciadoras de estos envases son: el color, el tipo de tapón-tapa aplicable (del que dependerá el tipo de boca a utilizar), así como la elección o no de cápsulas protectoras para su cierre.

Una de las ventajas que poseen las botellas de vidrio, es la mejor conservación del aroma del producto contenido, sobre todo en almacenamientos prolongados, ya que el vidrio es impermeable a los gases, vapores y líquidos.

Por otro lado, es químicamente inerte frente a líquidos y productos alimentarios no planteando problemas de compatibilidad. Otra característica es que es un material higiénico, que posee fácil limpieza y es esterilizable; así como inodoro, no transmite los gustos ni los modifica; es la garantía del mantenimiento de las propiedades orgalépticas y de sabor del alimento. Puede colorearse y aportar así una protección frente a los rayos ultravioletas que pudieran dañar al contenido; si se desea transparente permite controlar visualmente al producto.

Ilustración 7 Envase del Producto a Exportar



## CERVEZA BAVIERA

### BOCA CORONATO

CONTENIDO: 330 ml  
PESO: 235 grs.  
ALTURA: 224 mm  
DIAMETRO MAYOR: 60,50 mm  
DIAMETRO INT. BOCA: 18,30 mm  
ALTURA PICADA: s/p

BOTELLAS x PISO: 342  
NUMERO DE PISOS: 7  
BOTELLAS x PALLETS: 2394  
PESO x PALLETS: 608 kg.  
ALTURA PALLET: 1,76 mt.

COLOR DEL VIDRIO: ■

AMBAR CÓD. 17338

FUENTE: Google

### 4.5.3 EMPAQUE

*Tabla 9 Materiales para la Empacado de Cerveza*

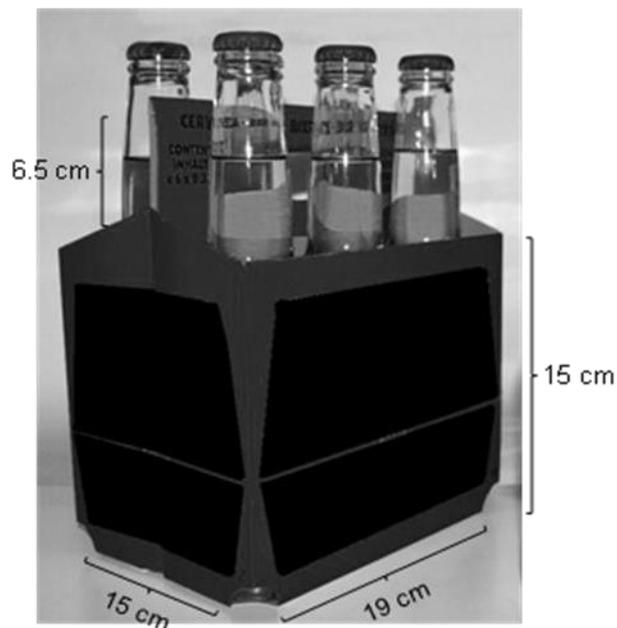
Materiales de Empaque	EMPAQUE	COSTO
<b>BOTELLA AMBAR</b>		<b>\$4565</b>
Etiquetas para Información		<b>\$850</b>

<p><b>Cajas Six Pack</b></p>		<p><b>\$2500</b></p>
<p><b>Cajas de Cartón</b></p>		<p><b>\$8850 cada una</b></p>

***Fuente: ELABORACION PROPIA***

La presentación es de 6 cervezas o “six”. A continuación, detallamos las medidas del empaque el cual será de cartón tipo caja plegadiza.

*Ilustración 8 Empaque*



FUENTE: Google

❖ **Empaques de cartón plegadizo.**

El cartón es una variante del papel. Se compone de varias capas de éste, las cuales, superpuestas y combinadas le dan su rigidez característica. Se considera papel hasta 65 gr/m<sup>2</sup>, mayor de 65 gr/m<sup>2</sup> se considera como cartón.

Algunos tipos de cartón (cartoncillos) son usados para fabricar empaques y envases, básicamente cajas de diversos tipos. La capa superior puede recibir un acabado diferente, llamado “estuco” que le confiere mayor vistosidad.

El cartoncillo (o cartón fino, de poco grosor) es un material ligero y compacto. Admite impresión gráfica de alta calidad en offset o huecograbado, que lo hace idóneo para fabricar cajas plegadizas las cuales son utilizadas como envases primarios del producto o bien como un envase secundario, contenedor de envases primarios, siendo este tipo de caja el elegido para el producto.

➤ **Calidad y características.**

Grosor y volumen son aspectos significativos en la elaboración del cartón. Al final, el producto debe soportar los pesos de las cargas, equipaje y los demás usos, manteniendo su forma. Generalmente están compuestos por dos o más capas para mejorar la calidad.

Para el nuestro producto en presentación de “six pack” se requiere una caja de cartón plegadizo con las dimensiones que se muestran en el estudio de mercado y, el grosor y otras características, serán determinadas por el proveedor que se elija.

#### **4.5.4 EMBALAJE**

Se debe usar material resistente que ofrezca la protección adecuada a los envases para impedir su deterioro exterior, a la vez que faciliten su manipulación, almacenamiento y distribución.

Los productos que se transportan fuera de su embalaje deben ser transportados protegiéndolos contra la lluvia.

##### **Embalaje interno**

Se Utilizan planchas de cartón que dividan los frascos para proteger el producto ante golpes y vibraciones. Estas serán de doble corrugado y tendrán un ancho

El embalaje de tener indicaciones en su parte exterior y deben estar en inglés (excepto el hecho en):

- Puerto de salida
- Manejo y precaución
- Marca de peso
- Puerto de entrada
- Número del paquete y tamaño de la caja
- Nombre del destinatario y número de orden
- Nombre del exportador
- País de origen.

Figura 8: Presentación del embalaje

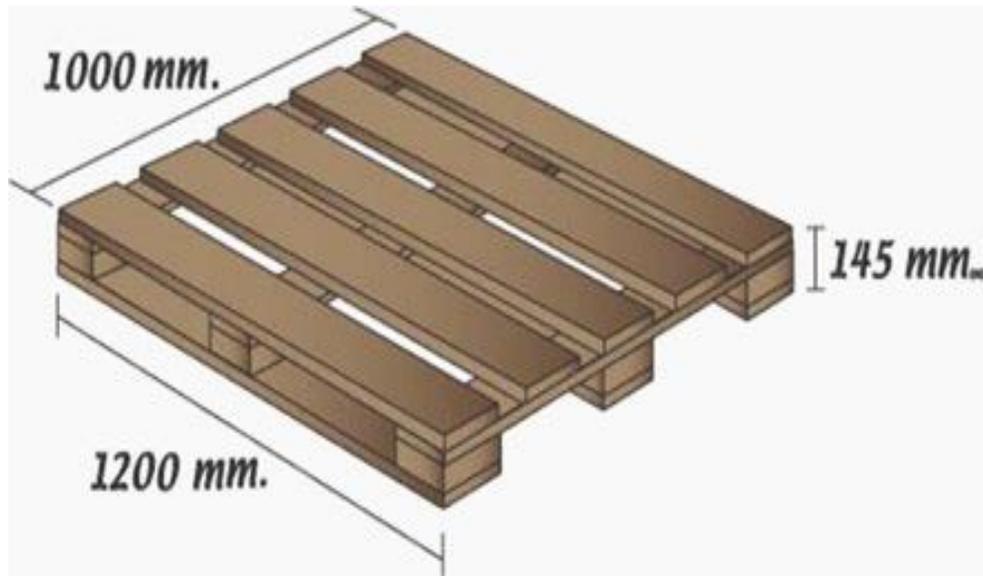
El transporte es una parte fundamental de la distribución física internacional, es por esto que es importante conocer cuál es el medio de transporte más adecuado para llevar la mercancía desde el punto de origen hasta el punto de destino, tomado en cuenta los tiempos y las exigencias del producto.

Diversos autores sostienen que el transporte, como servicio, debe facilitar y mantener el control sobre el flujo comercial de los productos y, simultáneamente, propiciar suficiente flexibilidad para reaccionar a los rápidos cambios en la demanda del mercado.

#### ***4.5.5. Unitarización de la mercancía***

El proceso de unitarización de la carga se realiza con el fin de dar mayor facilidad al momento de transportar la mercancía, es por esto por lo que para el transporte utilizara una estiba.

*Ilustración 9 Estiba para mercancía*



*Fuente: Google*

Para el proceso de cargue de la mercancía se realizan cálculos matemáticos para ver la forma como se puede tener una mayor optimización. Para este caso se utilizó el programa searates el cual es una herramienta que facilita este proceso.

*Ilustración 10 Mercancía Instalada en Estiba*



Carga Máxima 1000 kg

*Fuente: Google*

*Ilustración 11 Contenedor para Cargar*



*Fuente: Google*

El contenedor 20 pies es un contenedor cerrado y seco (dry container) que se utiliza para el transporte de carga general tanto en un barco como en un camión o en ferrocarril. Son herméticos y no llevan ningún tipo de ventilación o refrigeración. El contenedor de 20 pies tiene una capacidad en volumen de 33 metros cúbicos y una capacidad máxima de carga de unas 28 toneladas (28.000 kg).

#### ***4.6 Medios de transporte a Estados Unidos***

##### ***4.6.1 Medios marítimos***

Estados Unidos posee una infraestructura portuaria compuesta por más de 400 puertos y sub-puertos, de los cuales 50 manejan el 90% del total de toneladas de carga. Están localizados estratégicamente en los Océanos Pacífico y Atlántico. Algunos de los puertos estadounidenses se encuentran dentro del rango de los más grandes y de mayor movimiento de carga del mundo. Para la costa Este se destacan por la afluencia de navieras con servicio directo y regular los puertos de: Houston, Nueva York, Baltimore, Savannah, Jacksonville, Port Everglades, Miami, New Orleans y Charlestown. Por otro lado, en la costa Oeste se maneja la oferta de servicios desde Colombia, en su mayoría hacia los puertos de Los Ángeles y Long Beach. Desde la costa atlántica hay 13 navieras con 81 servicios directos, cuyos tiempos de tránsito se pueden encontrar desde los 7 días. La oferta se complementa con 144 rutas en conexión ofrecidas por 17 navieras con tiempos de tránsito desde los 9 días. Los transbordos se realizan en puertos de Colombia, Panamá, Estados Unidos, México, Jamaica, Honduras República Dominicana, Bahamas y Guatemala. Desde Buenaventura existen 50 rutas, ofrecidas por 8 navieras, con tiempos de tránsito desde los 14 días. Las conexiones se realizan en puertos de Panamá, Colombia y Estados Unidos. (ProColombia, 2021).

**Tabla 10** Rutas Navieras hacia a Estados Unidos

Puerto de Embarque	Naviera	Conexiones	Tiempo de tránsito aprox (días)	Frecuencia aproximada
Baltimore	Maersk Line	Packer Avenue Marine (PA, US) - Balboa Port Terminal, PA	17	2 semanas
Baltimore	Hamburg Sud	Callao	23	Semanal
Baltimore	Hapag-Lloyd	Norfolk, VA   US - Cagliari - Manzanillo, COL (MX)	57	Semanal
Baltimore	Evergreen Marine Corp.	Puerto Colón, PA	16	Semanal
Baltimore	Evergreen Marine Corp.	N. D	20	Semanal
Boston	Mediterranean Shipping Company	Puerto Cristobal, PA	24	Semanal
Boston	Mediterranean Shipping Company	Puerto Freeport, BA	5	Semanal

Puerto de Embarque	Naviera	Conexiones	Tiempo de tránsito aprox (días)	Frecuencia aproximada
Boston	Hamburg Sud	Los Angeles, US - Manzanillo, MX	22	Semanal
Boston	Hapag-Lloyd	Philadelphia, PA - Cartagena, Colombia - Manzanillo, COL (MX)	31	Semanal
Savannah	Evergreen Marine Corp.	Puerto Colón, PA	14	Semanal
Savannah	Mediterranean Shipping Company	Puerto Balboa, PA	20	Semanal
Savannah	MOL	N. D	20	Semanal
Savannah	Maersk Line	Manzanillo Terminal, PA	18	2 semanas
Savannah	Evergreen Marine Corp.	N. D	14	Semanal
Savannah	Hapag-Lloyd	Cagliari - Manzanillo, COL (MX)	55	Semanal
Los Angeles	Evergreen Marine Corp.	Puerto Colón, PA	15	Semanal

Puerto de Embarque	Naviera	Conexiones	Tiempo	Frecuencia
			de tránsito aprox (días)	aproximada
Los Angeles	MSC Line	Puerto Balboa, PA	15	Semanal
Los Angeles	MSC Line	P. Quetzal, Manzanillo	12	Semanal
Los Angeles	Maersk Line	Lazaro Cardenas, MC, MX	14	2 semanas
Los Angeles	Hapag-Lloyd	Manzanillo, COL (MX)	15	Semanal
Los Angeles	MOL	N. D	13	Semanal
Oakland	Evergreen Marine Corp.	Puerto Colón, PA	16	Semanal
Oakland	MSC Line	Puerto Balboa, PA	21	Semanal
Oakland	Maersk Line	Long Beach Ictf (CA, US) - LSA (CA, US) - Lazaro Cardenas (MC, MX)	18	2 semanas
Oakland	Hapag-Lloyd	Manzanillo, COL (MX)	16	Semanal
Oakland	MOL	N. D	15	Semanal
Miami	MSC Line	Puerto Balboa, PA	16	Semanal

Puerto de Embarque	Naviera	Conexiones	Tiempo de tránsito aprox (días)	Frecuencia aproximada
Miami	MSC Line	Puerto Cristobal, PA	16	Semanal
Miami	MSC Line	Puerto Freeport, BA	1	Semanal
Miami	Evergreen Marine Corp.	N. D	17	Semanal
Miami	MOL	N. D	9	Semanal
Miami	Hapag-Lloyd	Caucedo - Cartagena (Colombia) - Manzanillo, COL (MX)	35	Semanal
Jacksonville	MSC Line	Puerto Balboa, PA	18	Semanal
Jacksonville	MSC Line	Puerto Cristobal, PA	18	Semanal
Jacksonville	MOL	N. D	16	Semanal
Jacksonville	Maersk Line	Charleston Csx RwY (SC, US) - Charleston Terminal N598 (SC, US)	14	2 semanas

Puerto de Embarque	Naviera	Conexiones	Tiempo de tránsito aprox (días)	Frecuencia aproximada
Jacksonville	Hapag-Lloyd	LONDON GATEWAY PORT - Cartagena (Colombia) - Manzanillo, COL (MX)	58	Semanal
Port Everglades	MSC Line	Puerto Balboa, PA	15	Semanal
Port Everglades	MSC Line	Puerto Cristobal, PA	15	Semanal
Port Everglades	Maersk Line	Balboa Port Terminal, PA	10	2 semanas
Port Everglades	Hapag-Lloyd	Altamira, TAM - Cartagena (Colombia) - Manzanillo, COL (MX)	43	Semanal
Houston	MSC Line	Puerto Cristobal, PA	11	Semanal
Houston	Maersk Line	Caucedo Terminal, DO	20	2 semanas
Houston	Hapag-Lloyd	Cartagena (Colombia) - Manzanillo, COL	30	Semanal

			<b>Tiempo</b>	
<b>Puerto de Embarque</b>	<b>Naviera</b>	<b>Conexiones</b>	<b>de tránsito aprox (días)</b>	<b>Frecuencia aproximada</b>
		(MX)		
Seattle	Maersk Line	Maersk Yokohama Terminal, JP	44	2 semanas
Seattle	Hapag-Lloyd	Tacoma, WA - Manzanillo, COL (MX)	24	Semanal
Seattle	MSC Line	Puerto Balboa, PA	23	Semanal
Long Beach	Hapag-Lloyd	Manzanillo, COL (MX)	15	Semanal
Long Beach	MSC Line	Puerto Balboa, PA	17	Semanal
Mobile	Hapag-Lloyd	Charleston, SC - Cartagena (Colombia) - Manzanillo, COL (MX)	33	Semanal

			<b>Tiempo</b>	
<b>Puerto de Embarque</b>	<b>Naviera</b>	<b>Conexiones</b>	<b>de tránsito aprox (días)</b>	<b>Frecuencia aproximada</b>
Mobile	Maersk Line	Savannah Garden City Rails (GA, US) - Savannah (GA, US) - Manzanillo Terminal, PA	20	2 semanas
Tacoma	Hapag-Lloyd	Manzanillo, COL (MX)	22	Semanal
Portland, OR	Hapag-Lloyd	Manzanillo, COL (MX)	19	Semanal
Portland, OR	Maersk Line	Seattle (WA, US) - Maersk Yokohama Terminal, JP	46	2 semanas

Fuente: *Elaborado por Legiscomex.com con información de las navieras*

*Tabla 11 Líneas Navieras desde Colombia a Estados Unidos*



Fuente: (ProColombia , 2021)

#### **4.6.2 Servicios aéreos**

Estados Unidos cuenta con 13.513 pistas aéreas, donde varios son las más grandes y de mayor movimiento del mundo. La oferta de servicios directos desde Colombia se concentra en los Aeropuertos de John F. Kennedy International (Nueva York), Los Ángeles International, George Bush International (Houston), Memphis International Airport, Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport y Miami International Airport.

Actualmente existen más de 10 aerolíneas que prestan servicios de transporte de carga hacia Estados Unidos. Las conexiones se realizan principalmente en ciudades de Estados Unidos, El Salvador, México y Panamá.

#### ***4.6.3 Definición de Medio a usar para la exportación de Cerveza.***

La forma en que se transportará la mercancía será por medio multimodal ya que en primera medida se utilizará transporte terrestre que lleve el producto desde la empresa **QUINUA DE LOS ANDES** hasta el puerto de embarque que será en Barranquilla (Colombia), donde por vía marítima se transporta el producto hasta el puerto de TAMPA BAY (Estados Unidos). Finalmente, por vía terrestre se llevará la mercancía hasta su punto de destino final. Los costos de estas operaciones logísticas se relacionan a continuación:

#### ***4.7 INCOTERMS***

Los Incoterms (Términos de Comercio Internacional) son las condiciones internacionales de entrega de mercancías y productos.

Estos términos comerciales son utilizados en las transacciones internacionales para aclarar los costos y determinar las cláusulas comerciales, que generalmente se encuentran incluidas en el contrato de compraventa.

Estos lineamientos sirven para armonizar y regular las condiciones de envío y gastos relacionados con el manejo de mercancías o productos de un lado a otro.

En ese sentido, la entrega del producto puede ser de forma directa o indirecta, es decir, puede ser una entrega directamente en el destino o ser enviada por medio de algún intermediario, como algún servicio de paquetería.

Los Incoterms también definen quién es el responsable de gestionar la documentación ante las aduanas. Los Incoterms se encargan de indicar quien es responsable por los seguros y riesgos de las mercancías, un tema que suele ser controversial debido a que las distancias entre el comprador y el vendedor son grandes. Por todo ello, podemos enfatizar que los Incoterms definen y aclaran estas responsabilidades y sobre todo dan claridad al proceso.

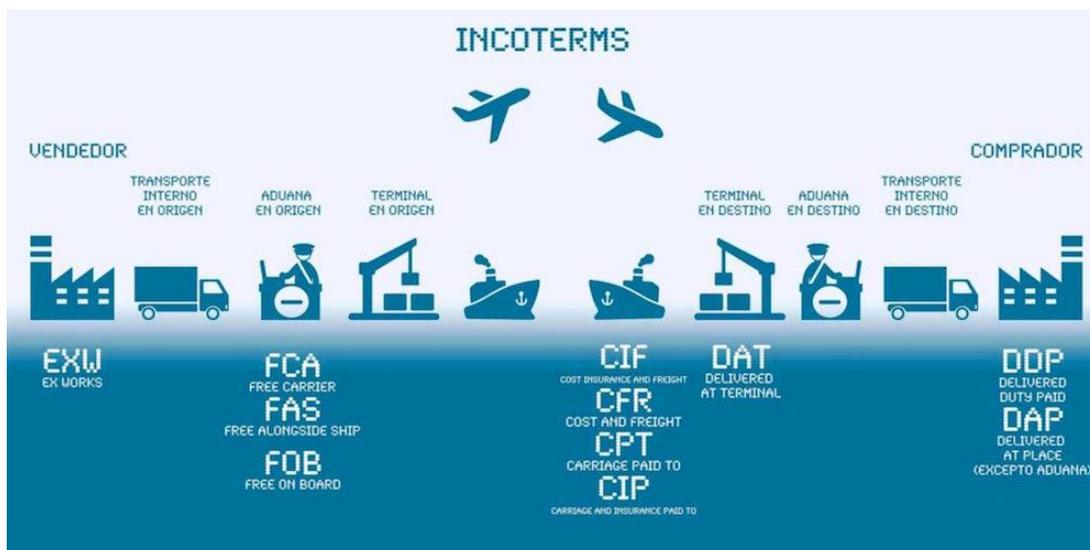
##### ***4.1.1 Cambios en los Incoterm***

Los principales cambios de los incoterms 2020 con respecto a los incoterms 2010 son:

Se sustituye el incoterm DAT (Delivered at Terminal), que desaparece, por DPU (Delivered at Place Unloaded). A efectos es solo un cambio de nombre, ya que las obligaciones y responsabilidades son las mismas, pero el nuevo nombre DPU permite pactar la entrega en cualquier lugar, no necesariamente en terminal, aunque también.

Se establecen nuevas condiciones en la contratación del seguro para los incoterms CIF y CIP. Para el transporte marítimo bajo el incoterm FCA, el comprador podrá pedir a la naviera o a su agente que emita el BL con la anotación “on board” para el vendedor.

**Ilustración 12 INCOTERMS 2020**



**AUTOR: CADENA DE SUMINISTROS 2020**

#### **4.7.2. INCOTERMS ESCOJIDO PARA LA EXPORTACIÓN DE LA CERVEZA**

Dado que el presente proyecto se hace desde la academia, se utilizará el incoterm Delivered Duty Paid/ Entregado con derechos pagados (DDP). Ya que este permite tener un manejo de todos los pasos necesarios para una exportación desde el punto de origen en la fábrica, hasta la bodega acordada en el lugar de destino. Cabe mencionar que el incoterm más utilizado dentro del comercio internacional cuando se transporta la mercancía marítima es el Free On Board/ Libre a bordo (FOB).

#### 4.8 MATRIZ DE DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL

Tabla 10: MATRIZ DE DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	I	PRODUCTO: Nombre Técnico o Comercial	CERVEZA DE QUI
	II	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	22.03.00.00.00
		POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)	0220300-08
	III	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA 	Una caja con 8 sixpack de Ce
	IV	VALOR POR UNIDAD COMERCIAL	USD\$1,50
	V	TIPO DE EMPAQUE	0,5centUSD\$
DIMENSIONES DEL EMPAQUE		60cmX40cmX20	
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	VI	ORIGEN: / PAÍS - PUNTO DE CARGUE	Siachoque Boya
	VII	DESTINO / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	Puerto de TAMP
	VIII	PESO TOTAL KG/TON	2500
	IX	UNIDAD DE CARGA	Kilogramos
	X	UNIDADES COMERCIALES	10 cajas
	XI	VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3	0,72 m3
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	XII	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	VALOR: DDP
	XIII	FORMA DE PAGO Y TIEMPO	30 días
	XIV	TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	4086

CONCEPTO COSTOS		MARÍTIMO
-----------------	--	----------

EXPORTACIÓN		Precios COP	Cost o Unit ario	Cost o USD	TIEMPO (DÍAS)
1	VALOR DE LA MERCANCIA	\$ 1.440.000,00	0,73	352,4 2	
2	ENVASE	\$ 888.000,00	0,45	217,3 3	
3	EMPAQUE	\$ 125.600,00	0,09	30,74	
4	EMBALAJE	\$ 87.700,00	2,15	21,46	
<b>A</b>	VALOR EXW	\$ 2.541.300,00	3,42	621,9 5	1,00
	<i>Costos Directos</i>				
3	UNITARIZACIÓN	\$ 30.000,00	0,02	7,34	
4	MANIPULEO LOCAL EXPORTADOR	\$ 70.000,00	0,04	17,13	
5	DOCUMENTACIÓN	\$ 475.000,00	0,24	116,2 5	
6	TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)	\$ 1.987.800,00	1,01	486,4 9	
7	ALMACENAMIENTO INTERMEDIO	\$ 37.746,35	0,02	9,24	5,00
8	MANIPUELO PREEMBARQUE	\$ 3.973,30	0,00	0,97	
9	MANIPULEO EMBARQUE	\$ 67.000,00	0,03	16,40	
10	BANCARIO	\$ 200.000,00	0,10	48,95	
11	AGENTES	\$ 300.000,00	0,15	73,42	
	<i>Costos Indirectos</i>		-		
12	ADMINISTRATIVOS - Costo Indirecto	\$ 155.000,00	-		
13	CAPITAL-INVENTARIO	\$ 3.751,42	0,00	0,92	
1	SEGURO***	\$ 37.157,71			

	4			0,02	9,09	
		<b>COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR</b>	<b>\$ 3.212.428,78</b>	1,64	<b>786,20</b>	
	<b>B</b>	VALOR: FCA.No Incluye Embarque	<b>\$ 5.686.728,78</b>	2,90	<b>1.391,76</b>	<b>6,00</b>
	<b>C</b>	VALOR: FAS No Incluye Embarque	<b>\$ 5.686.728,78</b>	2,90	<b>1.391,76</b>	<b>6,00</b>
	<b>D</b>	VALOR: FOB	<b>\$ 5.753.728,78</b>	2,93	<b>1.408,16</b>	<b>6,00</b>
<b>TRÁNSITO INTERNACIONAL</b>	1	TRANSPORTE INTERNACIONAL	\$ 853.311,00	0,44	208,84	
	<b>E</b>	VALOR CFR	<b>\$ 6.607.039,78</b>	3,37	<b>1.616,99</b>	<b>6,00</b>
	<b>F</b>	VALOR CPT	<b>\$ 6.607.039,78</b>	3,37	<b>1.616,99</b>	<b>6,00</b>
	1	SEGURO INTERNACIONAL	\$ 42.704,23	0,02	10,45	
	<b>G</b>	VALOR CIF	<b>\$ 6.649.744,01</b>	3,39	<b>1.627,45</b>	<b>6,00</b>
	<b>H</b>	VALOR CIP	<b>\$ 6.649.744,01</b>	3,39	<b>1.627,45</b>	<b>6,00</b>
	1	MANIPUELO DE DESEMBARQUE	\$ 67.000,00	0,03	16,40	
		<b>Costos indirectos</b>		-		
	2	CAPITAL-INVENTARIO	\$ 4.363,45	0,00	1,07	
		<b>COSTO DE LA DFI EN TRANSITO INTERNACIONAL</b>	<b>\$ 4.179.807,46</b>	2,13	<b>1.022,96</b>	
	<b>I</b>	VALOR DAP** No Incluye Desembarque	\$ 6.654.107,46	3,39	<b>1.628,51</b>	<b>6,00</b>
<b>J</b>	VALOR DAT	\$ 6.721.107,46	3,43	<b>1.644,91</b>	<b>6,00</b>	
<b>D</b>	1	TRANSPORTE LUGAR	\$ 1.130.943,00			

	CONVENIDO COMPRADOR		0,58	276,78	
2	ALMACENAMIENTO	\$ 37.746,35	0,02	9,24	5,00
<b>C</b>	<b>VALOR DAP***</b>	<b>\$ 7.822.796,81</b>	<b>3,99</b>	<b>1.914,54</b>	<b>11,00</b>
1	DOCUMENTACION	\$ 32.170,00	0,02	7,87	
2	ADUANEROS (IMPUESTOS)	\$ 0,07	0,61	292,94	
3	AGENTES	\$ 0,00	0,01	6,51	
4	BANCARIO	\$ 200.000,00	0,10	48,95	
	<b>Costos indirectos</b>		-		
5	CAPITAL-INVENTARIO	\$ 6.693,46	0,00	1,64	-
	SEGURO	\$ 60.511,81	0,03	14,81	
	<b>COSTO DE LA DFI PAÍS IMPORTADOR</b>	<b>\$ 6.871.424,97</b>	<b>3,50</b>	<b>1.682</b>	
<b>K</b>	<b>VALOR DDP TOTAL</b>	<b>\$ 9.345.724,97</b>	<b>4,77</b>	<b>2.287,26</b>	<b>11,00</b>

FUENTE: ELABORACION PROPIA A PARTIR DE MATRIZ DE PROCOLOMBIA

### CONCLUSIONES

✓ Los procesos que son relevantes para la exportación de cerveza artesanal son el análisis de Oferta y Demanda, el conocimiento de la producción de la cerveza, el lugar de ORIGEN de procedencia de la Cerveza, el estudio riguroso de Lugar de

Destino hacia dónde va nuestro Producto, que requerimientos tiene este país para que pueda ser distribuido el producto como normas de etiquetado, envase; empaques y la unitarización para un buen proceso logístico, con la ayuda de la matriz logramos mirar los costos que se necesitan para lograr nuestra exportación de cerveza artesanal.

✓ A partir de los Procesos anteriormente mencionados se identificó que el mercado que mayor beneficio ofrece a la Cerveza Artesanal de Quinoa es el Estados Unidos.

✓ Una vez realizada la matriz de distribución Física Internacional se determinó que el Valor DDP fue de USD2287.

✓ El transporte marítimo ha sido de elección para este proyecto de exportación debido que los costos Logísticos, son más económicos y se tiene acceso más fácilmente para empresas que están empezando este proceso.

## **RECOMENDACIÓN.**

- ❖ Tener en cuenta el tipo y forma de Embalaje propuestos en este proyecto para un futuro Proceso de Exportación
- ❖ Se recomienda hacer uso de la información de este proyecto de Exportación, ya que permitirá estar preparado para el proceso de Internacionalización de la Cerveza Artesanal de Quinua.
- ❖ Estar muy atentos con los requerimientos que se necesitan para la exportación de Cerveza, como el Registro INVIMA, Requerimientos Aduaneros, Facturas de Compra y de Venta y Empresas Logísticas que quiera llevar nuestro producto, como lo es el de Origen hasta la Navieras que lleve nuestro producto a su Destino.
- ❖ Tener en cuenta todo el Proceso Logístico hasta su llegada del Producto a lugar de Compra.
- ❖ Saber Usar las Herramientas de Logística muy Bien.

## **ANEXOS**

### ***Anexo 1: Cronograma***

*Tabla 12:Cronograma*

	<b>CRONOGRAMA TRABAJO DE GRADO 2022</b>			
	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>
<b>ENTREGA AVANCE ANTEPROYECTO</b>	<b>28 DE FEBRERO</b>			
<b>ENTREGA ANTEPROYECTO</b>		<b>15 DE MARZO</b>		
<b>ENTREGA PRIMER INFORME</b>		<b>30 DE MARZO</b>		
<b>ENTREGA SEGUNDO INFORME</b>			<b>15 ABRIL</b>	
<b>ENTREGA INFORME FINAL</b>				<b>30 ABRIL</b>
<b>DESIGNACION DE JURADOS</b>				<b>03 DE MAYO</b>
<b>SUSTENTACIÓN</b>				<b>25 DE MAYO</b>

Autor: Programa de Comercio Internacional

*Anexo 2:Cotización en Origen*

*Ilustración 13 : Cotización*

## Detalle de Cotización

Fecha: 11/05/2022

Valor total mercancía: COP\$ 2,541,000

Tipo de envío: PAQUETERIA

Origen	Destino	Unidades	Kilos Cobrados	Flete de manejo	Flete	Valor envío
SORACA - BOYACA	BARRANQUILLA - ATLANTICO	1	768	COP\$ 25,410	COP\$ 1,878,528	COP\$ 1,903,938

Rows per page: 10 1-1 of 1

\*El valor arrojado en esta cotización es un valor aproximado.  
\*El valor real será dado por nuestros Auxiliares Logísticos al momento de recoger el envío.

Flete de manejo: COP\$ 25,410

VALOR TOTAL ENVÍO: COP\$ 1,903,938

### \*Flete de manejo:

**Mensajería:** el valor del flete de manejo varía según el valor declarado por cada unidad de la mercancía y dependiendo del tipo de zona. Corresponde a: 0.6% para envíos urbanos; 1% para envíos regionales, nacionales y zonales. Y 2% para otros destinos o destinos especiales. El valor mínimo del flete de manejo por unidad es \$360. El valor máximo declarado de mercancía por unidad es de 4 SMMLV.

**Paquetería:** el valor del flete de manejo varía según el valor declarado por cada unidad de la mercancía y dependiendo del tipo de zona. Corresponde a: 0.6% para envíos urbanos con un mínimo de \$4,570 y 1% para envíos nacionales con un mínimo de \$6,480.

**\*Peso Volumen:** El peso volumen es el resultante de multiplicar las dimensiones de la unidad (largo x alto x ancho en mts., incluyendo espacios vacíos) por el factor de equivalencia que es 400 kg/m<sup>3</sup>. Esta variable es importante por que representa el espacio que ocupa un paquete en el vehículo.

**FUENTE: Empresa de Logística TCC**

## I. Bibliografía

Apuy, E. J. (2016). El mercado de la cerveza artesanal en Estados Unidos. *PROCOMER Costa Rica, Exportación*, 1–56. Retrieved from [https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/mercado-cerveza-artesanal-estados-unidos2020-01-02\\_15-38-02.pdf](https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/mercado-cerveza-artesanal-estados-unidos2020-01-02_15-38-02.pdf)

Ángel, Álvaro (2014). Retos de la cadena logística colombiana frente a la elaboración y comercialización de la cerveza artesanal. Universidad Militar Nueva Granada

Arango, Mario (2018) Estudio de Factibilidad Creación de una Cervecería Artesanal. Universidad del Valle.

Cancela, Christian., Pérez, abril., Rodríguez, Luis Manuel (2018). Exportación de cerveza a Polonia.

CECOEX. (2020). *¿Qué es la Logística Internacional? Importancia, Tipos y Cadena.*

García, O. L. (2011). *GUIA PRACTICA DE LOS INCOTERMS 2010.*

Gobernación de Boyacá (2010). Informe Política Sector Agropecuario.

Hernández, G., Loaiza, I (2013) TLC Estados Unidos – Colombia: Oportunidades de negocio en el sector cervecero colombiano. Universidad del Rosario.

Montoya, A., Martínez, L., & Peralta, J. (2005). Análisis de variables estratégicas para la conformación de una cadena productiva de Quinoa en Colombia. INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia., enero a junio

Osorio, Cristóbal (1995). Diccionario de Comercio Internacional, México.

Oca, J. M. (2010). *ECONOMIPEDIA.*

Laguna, Christian (2015). Fundamentos de la Teoría Clásica del Comercio Internacional

Portillo, Luis (2010). Historia Universal: El Mercantilismo.

Poster, Michael (1982). La ventaja competitiva de las naciones.

Roco, Carlos (2016). Plan de exportación para cervecería artesanal Weisser Universidad de Chile.