



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

TEMA:

**Análisis de la Factibilidad Económica para la Exportación de Cerveza
Artesanal al Mercado Colombiano, Caso Rambla**

AUTORES:

Ordoñez Vizueta, Michael André

Parra Pesantes, Giovanni André

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

TUTORA:

Ing. Rodríguez Bustos, Andrea Johanna, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

10 de septiembre del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Ordoñez Vizueta, Michael André y Parra Pesantes, Giovanni André**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTORA

f. _____

Ing. Rodríguez Bustos, Andrea Johanna, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

Guayaquil, 10 de septiembre del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Ordoñez Vizueta, Michael André**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Análisis de la Factibilidad Económica para la Exportación de Cerveza Artesanal al Mercado Colombiano, Caso Rambla** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 10 de septiembre del 2020

EL AUTOR

f. _____
Ordoñez Vizueta, Michael André



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Parra Pesantes, Giovanni André**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Análisis de la Factibilidad Económica para la Exportación de Cerveza Artesanal al Mercado Colombiano, Caso Rambla** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 10 de septiembre del 2020

EL AUTOR

f. _____
Parra Pesantes, Giovanni André



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Yo, Ordoñez Vizueta, Michael André

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de la Factibilidad Económica para la Exportación de Cerveza Artesanal al Mercado Colombiano, Caso Rambla**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 10 de septiembre del 2020

EL AUTOR:

f. _____
Ordoñez Vizueta, Michael André



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Yo, Parra Pesantes, Giovanni André

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de la Factibilidad Económica para la Exportación de Cerveza Artesanal al Mercado Colombiano, Caso Rambla**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 10 de septiembre del 2020

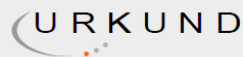
EL AUTOR:

f. _____
Parra Pesantes, Giovanni André

REPORTE DE URKUND

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Análisis de la Factibilidad Económica para la Exportación de Cerveza Artesanal al Mercado Colombiano, Caso Rambla**, presentado por los estudiantes **Ordoñez Vizueta, Michael André; Parra Pesantes, Giovanni André** fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



Urkund Analysis Result

Analysed Document: michael.ordonez_giovanny.parra.docx (D78461368)
Submitted: 9/1/2020 6:17:00 PM
Submitted By: andrea.rodriguez06@cu.ucsg.edu.ec
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Andrea".

A second handwritten signature in blue ink, identical to the one above.

Ing. Rodríguez Bustos, Andrea Johanna, Mgs.
TUTORA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y la Santísima Virgen por haberme dado la gracia de la perseverancia y fuerzas en este largo caminar universitario. A mi madre, pilar fundamental de mi vida por sus palabras de amor y ejemplo de lucha, mi abuelita que en todo momento de su vida me inspiró a ser y dar lo mejor y a mi papá, que a la distancia siempre me dio su apoyo paternal.

Agradezco también a mi compañero y amigo Giovanni, por haber dado lo mejor por lograr terminar este trabajo juntos. A mis mejores amigos Anthony y Tania, por siempre estar para mí en los momentos de mayor necesidad y a las amigas que me dio la universidad, Madelyne, Karol y Lisbeth.

Por último, pero no menos importante, a mi tutora Ing. Andrea Rodríguez por la paciencia y virtud de la enseñanza que comparte junto con todos los profesores que tuve en mi carrera profesional.

Michael André Ordóñez Vizueta

AGRADECIMIENTO

Con mucho gozo y alegría le agradezco a Dios, su presencia y amor infinito ha sido una gran bendición a lo largo de mi vida, gracias por haberme dado fuerzas cuando sentía que todo estaba perdido.

Agradezco a mis padres, Giova Grande y Blanquita por toda la confianza, paciencia y amor. Lo más importante son sus consejos de vida que me dan para superarme en cada obstáculo en el que me encuentre. Nunca olviden que todas mis victorias son de ustedes y para ustedes.

Mi agradecimiento a mi novia por toda la fe y amor que deposito en mí, gran parte de este logro te lo debo a ti. Siempre estuviste y sé que siempre estarás para mí. Agradezco a mi primo Carlos Antonio y su esposa Estefanía por brindarme su ayuda con sus conocimientos para llevar a cabo este trabajo de titulación.

A mi compañero y amigo Michael, gracias por su compromiso total para lograr este objetivo que tanto anhelábamos.

A mi tutora Ing. Andrea Rodríguez, mi total gratitud por el soporte y sus enseñanzas a lo largo del semestre.

Giovanny André Parra Pesantes

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación se lo dedico en primer lugar a Dios, por ser mi guía e inspiración en todo momento de mi vida. A mi madre, Gisella, por haberme acompañado cada día incondicional y amorosamente. A mi abuelita Nelly, que estoy seguro que desde el cielo me bendice y celebra junto a mí. A mi hermano Diego para que, en lo posible, vea en mi un ejemplo y luche toda su vida para lograr lo que se proponga.

Para Roberto, por sus palabras de apoyo; mis tíos Bolívar y Blanca por su ayuda y amor, mis primos y amigos que estuvieron a mi lado en todo momento.

Michael André Ordóñez Vizueta

DEDICATORIA

Dedico todo este largo camino de carrera universitaria a los amores de mi vida Giovito y Blanquita, este logro es para ustedes, es el comienzo de nuevos proyectos de los cuales sé que estarán siempre junto a mí para lograrlos.

A mis abuelitos Toni, Moisés y Blanca que con su ejemplo de paciencia, valentía y amor incondicional me enseñaron desde muy niño a ser lo que soy hoy en día, sé que desde el cielo están muy orgullosos de esta etapa que estoy superando.

Sin olvidar a mi lita Margarita, la mujer que no se rinde nunca; sé que estas muy orgullosa de tu Pepe.

Aaroncito, mi mejor can y amigo; este gran paso es para ti, me acompañaste durante diez años y es que de ti aprendí que, si me caigo 100 veces, pues 101 veces tengo que levantarme.

A mi novia por su apoyo, amor incondicional y paciencia estuvo junto a mi para superarme como persona y no rendirme.

Giovanny André Parra Pesantes



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Rodríguez Bustos, Andrea Johanna, Mgs.
TUTORA

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

f. _____

Ing. Echeverría Bucheli, Mónica Patricia, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA

f. _____

Lcdo. Layana Ruíz, Javier, Mgs.
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Ordoñez Vizueta, Michael André	10
Parra Pesantes, Giovanni André	10

**Ing. Rodríguez Bustos, Andrea Johanna, Mgs.
TUTORA**

Tabla de Contenido

Introducción	2
Capítulo I: Generalidades de la Investigación.....	4
Antecedentes	4
Historia de la Cerveza.	4
Planteamiento del Problema.....	7
Sistematización del Problema	8
Formulación del Problema	8
Pregunta General.	8
Preguntas Específicas.	8
Justificación.....	8
Delimitación	10
Objetivos	10
Objetivo General.	10
Objetivos Específicos.	10
Capítulo II: Fundamentación Teórica	11
Marco Teórico	11
Teoría del Consumidor.....	11
Teoría de la Ventaja Competitiva.....	11
Modelo de Negocio.	12
Propuesta de Valor.	12
Teoría del Comercio Exterior.....	13
Teoría de la Asociatividad.....	13
Teoría del Comercio Justo.....	14
Marco Legal	14
Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad.....	14
Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura Ecuador.	15
Ley de Defensa del Artesano.....	17
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.	18
Marco Referencial	19
Caso Referencial Número 1: Sánchez Bier.	19
Caso Referencial Número 2: Bajamar.....	20

Caso Referencial Número 3: Plan de Exportación para Cervecería Artesanal Weisser.....	20
Caso Referencial Número 4: Elaboración de una Guía de Exportación de Cerveza Artesanal a Santiago de Chile.	21
Marco Conceptual	22
Cerveza Artesanal.	22
Ingredientes.	22
Tipos y Estilos de Cerveza.	25
Capítulo III: Fundamentación Metodológica	29
Enfoque de la Investigación	29
Enfoque Cuantitativo.....	29
Alcance de la Investigación.....	30
Alcance Descriptivo.	30
Diseño de la Investigación	31
Diseño No Experimental.	31
Método de la Investigación	32
Método Deductivo.....	32
Población y Muestra.....	32
Análisis de la Población.	32
Cálculo de la Muestra.....	33
Capítulo IV: Estudio Técnico.....	33
Características del Producto	33
Características de la Cerveza Artesanal Stout.....	33
Proceso de Elaboración de la Cerveza Stout	35
Molturación de la Malta.	35
Maceración.	35
Filtrado	36
Ebullición.	37
Enfriamiento del Mosto.....	37
Fermentación.....	38
Embotellamiento.	38
Maquinaria	38
Planta de Producción.....	39
Capítulo V: Análisis del Mercado	40

Descripción del Mercado	40
Colombia.	40
Segmentación de Mercado	40
Competencia.....	41
Competidores Directos.....	41
Competidores Indirectos.	41
Factores de Decisión de Compra.....	42
Factores Culturales.	42
Factores Sociales.	42
Factores Personales.	43
Factores Psicológicos.	43
Necesidades del Consumidor	43
Necesidades.	43
Acuerdos Comerciales.....	44
Cinco Fuerzas de Porter	45
Poder de Negociación de los Proveedores.	45
Poder de Negociación de los Clientes.....	45
Amenaza de Nuevos Competidores.	46
Amenaza de Productos Substitutos.	46
Rivalidad entre los Competidores.	47
Marketing Mix.....	47
Marca.....	47
Producto.	48
Precio.....	50
Plaza.	50
Promoción.	51
Plan de Exportación	53
Proceso Logístico.	53
Arancel e Impuestos.	55
Requisitos para el Ingreso del Producto a Colombia	56
Impuesto al Consumo en Colombia.	56
Registro Sanitario.....	57
Licencia de Venta.....	57
Reglamento Técnico.....	57

Contenido Técnico.	58
Rotulación.	58
Costos.	60
Proceso de Exportación	62
Embalaje.....	62
Incoterm.	65
Capítulo VI: Ambiente Administrativo.....	67
Registro Único Artesanal	67
Empresa.....	67
Beneficios Legales para los Artesanos.....	68
Beneficios Bancarios.....	69
Estructura Organizacional	69
Jefe de Operaciones.....	70
Jefe Administrativo.	70
Jefe de Ventas y Distribución.....	70
Operador Cervecerero.	71
Operador Logístico.....	71
Sueldos y Salarios.	72
Misión.....	72
Visión	72
Valores	72
FODA	73
Fortalezas.	73
Oportunidades.	73
Debilidades.....	74
Amenazas.	74
Capítulo VII: Análisis Descriptivo y Estudio Financiero	74
Análisis Descriptivo	75
Encuestas.	75
Estudio Financiero.....	81
Inversión Inicial.....	81
Sueldos y Salarios.	84
Costos Variables.....	85
Costos Fijos Directos e Indirectos de Producción.....	86

Capital de Trabajo.	87
Capacidad de Producción.	87
Balance Inicial.	88
Proyección de Costos de Producción.	89
Proyección de Ventas.	89
Balance General.	89
Estado de Resultado.	90
Flujo de Caja.	91
TMAR, TIR Y VAN.	92
Capítulo VIII: Conclusiones y Recomendaciones	93
Conclusiones	93
Recomendaciones	94
Anexos.....	95
Referencias	108

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Maquinaria</i>	39
Tabla 2 <i>Capacidad de Producción</i>	60
Tabla 3 <i>Tipo de Contenedor</i>	64
Tabla 4 <i>Sueldos</i>	72
Tabla 5 <i>Plan de Inversión</i>	81
Tabla 6 <i>Plan de Financiamiento</i>	82
Tabla 7 <i>Datos de la Deuda</i>	83
Tabla 8 <i>Amortización de la Deuda Mensual</i>	83
Tabla 9 <i>Sueldos y Salarios</i>	84
Tabla 10 <i>Mano de Obra Indirecta</i>	85
Tabla 11 <i>Mano de Obra Directa</i>	85
Tabla 12 <i>Costos Fijos</i>	85
Tabla 13 <i>Costo de Materia Prima Directa</i>	86
Tabla 14 <i>Costos de Materia Prima Indirecta</i>	86
Tabla 15 <i>Capital de Trabajo</i>	87
Tabla 16 <i>Capacidad de Producción</i>	87
Tabla 17 <i>Costo Unitario</i>	88
Tabla 18 <i>Balance Inicial</i>	88
Tabla 19 <i>Proyección de Costos de Producción</i>	89
Tabla 20 <i>Proyección de Ventas</i>	89
Tabla 21 <i>Balance General</i>	89
Tabla 22 <i>Estado de Resultado</i>	90
Tabla 23 <i>Flujo de Caja Proyectado a Cinco Años</i>	91

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Cálculo de la Muestra.....	33
<i>Figura 2.</i> Receta.....	34
<i>Figura 3.</i> Proceso de Elaboración de Cerveza Artesanal.....	35
<i>Figura 4.</i> Plano de Planta de Producción Rambla	39
<i>Figura 5.</i> Marca.....	48
<i>Figura 6.</i> Presentación Botella de 330ml.....	48
<i>Figura 7.</i> Etiqueta	49
<i>Figura 8.</i> Marcas de Supermercados en Bogotá	50
<i>Figura 9.</i> Partida Arancelaria.....	55
<i>Figura 10.</i> Costos de Embarque en Aduana.....	61
<i>Figura 11.</i> Empaques	62
<i>Figura 12.</i> Empaque Terciario.....	64
<i>Figura 13.</i> Tipo de Contenedor.....	64
<i>Figura 14.</i> Incoterm Free on Board.....	66
<i>Figura 15.</i> Organigrama.....	71
<i>Figura 16.</i> Primera Pregunta de Encuesta.....	75
<i>Figura 17.</i> Segunda Pregunta de Encuesta.....	75
<i>Figura 18.</i> Tercera Pregunta de Encuesta	76
<i>Figura 19.</i> Cuarta Pregunta de Encuesta.....	76
<i>Figura 20.</i> Quinta Pregunta de Encuesta	77
<i>Figura 21.</i> Sexta Pregunta de Encuesta	77
<i>Figura 22.</i> Séptima Pregunta de Encuesta	78
<i>Figura 23.</i> Octava Pregunta de Encuesta.....	78
<i>Figura 24.</i> Novena Pregunta de Encuesta.....	79
<i>Figura 25.</i> Décima Pregunta de Encuesta.....	79
<i>Figura 26.</i> Décima Primera Pregunta de Encuesta	80
<i>Figura 27.</i> Décima Segunda Pregunta de Encuesta.....	80
<i>Figura 28.</i> Décima Tercera Pregunta de Encuesta.....	81

Resumen

El presente trabajo de titulación se requiere determinar la factibilidad económica para la exportación de cerveza artesanal al mercado colombiano, caso Rambla, a través de un análisis de exportación, indicando los posibles factores que pueden afectar al proceso directa e indirectamente.

En base al estudio de mercado y las encuestas realizadas a los ciudadanos de Bogotá- Colombia que determinan el consumo y la aceptabilidad de una nueva cerveza artesanal en el mercado, acorde a los gustos y preferencias de los consumidores el motivo porque la comercialización en Colombia ha aumentado, como también el Ecuador el exponencial en el desarrollo del emprendimiento, mismas que se prefieren que las sean de su estado natural en comparación a la cerveza industrial con distintos estilos que resultan económicos y saludables.

El mercado colombiano se determinó por ser un país el cual se destaque el consumo de la cerveza artesanal, el cual hay un cercamiento por frontera además de poseer costos aduaneros bajos.

Dar un enfoque investigativo al proyecto como guía para temas relacionados con las exportaciones de cervezas artesanales con la finalidad de apoyar a los emprendedores a tomar la decisión de expandirse a otros mercados extranjeros, posicionar su marca y puedan incrementar sus ventas.

Finalmente, con un estudio financiero, se determinó que la exportación de cerveza artesanal a la ciudad de Bogotá – Colombia es factible y rentable.

Palabras Claves: *Cerveza Artesanal, Factibilidad, Exportación, Colombia, Mercado, Economía.*

Abstract

The present work of titling is required to determine the economic feasibility for the export of craft beer to the Colombian market, Rambla case, through an export analysis, indicating possible factors that may affect the process directly and indirectly.

Based on market research and surveys conducted on the citizens of Bogotá-Colombia that determine the consumption and acceptability of a new craft beer in the market, according to the tastes and preferences of consumers the reason why marketing in Colombia has increased, as well as Ecuador the exponential in the development of entrepreneurship, which are preferred to be of their natural state compared to industrial beer with different styles that are economical and healthy. The Colombian market was determined by being a country that highlights the consumption of craft beer, which there is a border fence in addition to having low customs costs.

Give a research approach to the project as a guide for issues related to craft beer exports in order to support entrepreneurs to make the decision to expand to other foreign markets, position their brand and increase their sales.

Finally, with a financial study, it was determined that the export of craft beer to Bogota - Colombia is feasible and profitable.

Keywords: *Craft Beer, Feasibility, Export, Colombia, Market, Economy.*

Introducción

La cerveza artesanal es una bebida que busca rescatar e interpretar la diversidad de estilos que hay alrededor del mundo, desarrolla una cultura cervecera por la que se generen procesos innovadores y bebidas llenas de aromas, sabores e identidad. El objetivo es ampliar la cartera con distintas opciones de elección para los consumidores con la finalidad de que exista una cerveza adecuada para diferentes tipos de maridaje, clima o momento. Cada cervecero desarrolla su propia fórmula o receta para conseguir la ideal. Es por esto, que se encuentran diferentes gustos aún dentro del mismo tipo de cerveza. Esto determina que sea un producto más caro que la cerveza industrial.

El presente proyecto se basa en el análisis de la factibilidad para la exportación de cerveza artesanal Rambla en el mercado colombiano, buscando un crecimiento en sus ventas nacionales e incursionar en un mercado internacional. La idea surgió durante la previa revisión de un país el cual se destaque la venta de cervezas artesanales y exista alta participación de consumidores. En Colombia funcionan 151 cervecerías artesanales, de un total de 195 micro cervecerías que lucen como emprendimientos que buscan ofrecer ciertas diferencias en el mercado que domina la histórica cervecería nacional (Domínguez, 2018). Por lo tanto, Ecuador podría introducirse en el mercado Colombiano junto con la marca Rambla dado que el mismo es un mercado potencial y en constante crecimiento.

Rambla es un emprendimiento basado en la creación de una cerveza artesanal que se caracteriza en utilizar materias primas de alta calidad. Rambla busca un posicionamiento en un mercado extranjero donde se evaluará la aceptación de este. La venta en distintos canales de distribución y la situación actual de la empresa con la finalidad de introducir el producto con éxito en el mercado colombiano mediante un estudio de mercado, un análisis FODA que permita evaluar las oportunidades y

ventajas que tiene Rambla, incluyendo un análisis financiero que determine la factibilidad del proyecto y la aceptación de este para ser competitivo dentro del mercado cervecero artesanal en Colombia.

En la actualidad, las cervezas artesanales han ido ganando terreno en la poderosa industria cervecera. Las cervezas artesanales se basan en la Ley de Pureza Alemana del año 1516 que indica que sólo se puede elaborar cerveza con agua, cebada malteada y lúpulo. Posteriormente se han incluido las levaduras en el proceso de elaboración (The Beer Times, 2018).

Colombia es un país soberano, se ubica al noroccidente de Suramérica. Tiene una superficie terrestre de 1'141,748 km² lo que lo convierte en el séptimo país más grande de toda América; y el 26° más grande de todo el mundo (Encolombia, 2020). Acorde con el Banco mundial (2018), Colombia cuenta con 50'372,424 habitantes es el 28° país más poblado del mundo.

El peso colombiano es la unidad monetaria que circula en Colombia desde 1810, año que reemplazó al real. El organismo gestor de la moneda es el Banco Nacional de la República de Colombia creado en 1880. Su abreviación formal es COP, informal es COL\$ y localmente se utiliza el signo peso \$ (Global Exchange, 2015).

En cuanto a la economía de Colombia, se prevé en el 2020 crecer un 3%, más que el promedio de la región. Colombia ha sido históricamente un gran consumidor de bebidas alcohólicas, una tradición que hoy en día se conserva ya que con 48 litros anuales de consumo por persona. Colombia ha llegado a ser el tercer mayor consumidor de cerveza a nivel de toda América Latina, siendo superado solo por Brasil con 64.9 litros y México con 52.1 litros de acuerdo con cifras de Euro monitor (El Espectador, 2018). En Colombia la cerveza se encuentra dentro del segmento de bebidas alcohólicas más consumidas en Colombia con una participación del 66.1%,

sus principales motivos de alto consumo. Además de ser una bebida de fácil acceso es su bajo precio. En el país se ha visto un crecimiento del consumo de cerveza artesanal; un estudio de la cadena de cerveza artesanal Beer Pub calculó que un colombiano en promedio gasta un millón de pesos colombianos anuales en la misma (Flórez, 2018).

Capítulo I: Generalidades de la Investigación

Antecedentes

Historia de la Cerveza.

El origen de la cerveza desde de 4 mil A.C, en la zona de la Mesopotamia del Oriente Medio, los babilonios trabajaban en cultivo de la tierra y la fabricación de la cerveza en una tabla de arcilla, esto inicialmente era una fórmula de elaboración. La cerveza de cebada proviene de Europa trasladándose desde Armenia, Georgia y el sur de Rusia hasta Bohemia, Alemania, Bélgica y las Islas Británicas, donde se convertiría en aquella cerveza que conocemos en la actualidad (Ministerio de Cultura Argentina, 2018).

Hace mucho tiempo atrás, los chinos elaboraban una cerveza llamada Kiu a base de cebada, espelta, arroz, mijo y trigo, mientras que en América utilizaban maíz en lugar de cebada. En la antigua Britania elaboraban cerveza a base de trigo malteado antes de que se introduzca la cebada en la antigua Britania. (Expogourmet Magazine, 2020)

La cerveza industrial y la artesanal se diferencian por las proporciones y el proceso de elaboración. Las materias primas utilizadas en el proceso de producción son de menor cantidad en proporción que las cervezas industriales, mismas que utilizan conservantes no naturales. Las cervezas artesanales no utilizan ningún aditivo artificial

y el proceso es manual desde el molido de la malta hasta el embotellamiento no sufre otro proceso de filtración adicional que merme sus cualidades organolépticas.

De acuerdo con Danais (2012) indicó:

Las primeras semillas de cebada fueron traídas de Colombia en 1539, a mediados de 1825, se elaboró la cerveza artesanal en cantidades apreciables correspondiente a pequeñas cervecerías en Bogotá, Bucaramanga, Cali, Ibagué, Málaga, entre otros. En este periodo la compañía productora de Bogotá fundada en 1885 cambia la razón social por cervecería Guzmán y luego a cervecería inglesa, la cual fue comprada por Leo Kopp, convirtiéndose en la primera cervecería adquirida por Bavaria S.A quien se convirtió en la empresa dominante del sector en 1889, para ser cerrado en 1914. La nueva razón social fue Tivoli Leo S. Kopp's Bogotá y en sus terrenos Leo Koop fundó, en 1896, la Fábrica de Vidrios Fenicia, que fue vendida en 1947, para dar inicio a Cristalería Peldar. En 1893 se fundó, en la población de Málaga, la Cervecería de Juan José Valderrama, conocida como Cervecería La Violeta. Esta cervecería artesanal produjo la cerveza negra La Violeta, llamada por los consumidores como la perra loca. (p. 1)

En todo el continente americano se produjeron diferentes tipos de bebidas artesanales fermentadas. En Colombia inicialmente se encuentra la chicha y el guarapo que eran bebidas usualmente elaborada del maíz, aunque también se utilizaron para fabricarla otras plantas autóctonas como patata, piña, yuca y quinua. Estas bebidas eran fabricadas de forma rudimentaria y artesanal. A principios del siglo XX se comienzan a producir también de forma semiindustrial. En 1948 la producción de chicha se convirtió en una significativa industria causando una guerra que se efectuó desde el principio del siglo XX por la falta de higiene y la evasión de impuestos entre

otros, llevando a miles de fábricas que elaboraban más de doscientos millones de litros anuales de chicha en todo el país al cierre o a la fabricación clandestina (Danais, 2012).

La última cervecería independiente, Cervecería Andina logró continuar sus operaciones hasta 1975 sin interferencia de Bavaria, pero en ese año el dueño del conglomerado de Bavaria compró la mayoría de sus acciones, por lo tanto, Bavaria llegó a ser dueña de casi la totalidad del mercado colombiano sin competidores relevantes durante muchos años. El grupo Santo Domingo vendió a Bavaria y a todas las empresas cerveceras que en el exterior eran pertenecientes al grupo SAB- Miller. La industria cervecera colombiana en la actualidad está conformada por 35 pequeñas cervecerías que tienen la modalidad que empezó en 1992 cuando se fundó la primera en Cajicá, pero adquirió fuerza y posición mediante los Pubs. Entre los más destacados se encuentran Bogotá Beer Company, Cervecería Colón, Cervecería Inducerv y una de las más recientes, Tres Cordilleras. Las empresas en mención no compiten con las economías a escala de Bavaria sino que se dedicaron a crear una cultura nueva cervecera en el país: el culto a la cerveza artesanal (Bavaria, 2017).

Actualmente, existe un auge de la cerveza artesanal y una consecuente proliferación de empresas que se dedican a la elaboración de esta la cual se prepara con agua, malta, lúpulo y cebada, pero sin conservantes que afecten su sabor.

En el Ecuador se fomenta el apoyo a los diferentes emprendimientos incluso existe una plataforma “Copa Cerveza Ecuador” que es una iniciativa enfocada en visualizar y reconocer a los cerveceros caseros y las cervecerías profesionales del territorio ecuatoriano y países hermanos, así mismo busca servir como plataforma de fraternidad y unión entre los mismos enfocado en brindar capacitación a cualquier persona interesada en ingresar en el mundo de la cervecería artesanal. (Copa Cervezas del Ecuador, 2018). Ecuador impulsa la economía en el sector industrial y artesanal,

actualmente maneja una cadena de diferentes marcas artesanales donde las más reconocidas en el mercado son: La Tierrita, La Cervecita Alemán y Jodoco Belgian Brew.

Planteamiento del Problema

En los últimos años, ha existido un auge en el mercado de la cervecería nacional especialmente en la considerada cerveza artesanal la cuál es apreciada por muchos consumidores por su sabor más exquisito, debido a sus ingredientes naturales sin aditivos ni conservantes.

A lo largo de la historia, Ecuador se ha caracterizado por ser un país agrícola y petrolero con el continuo cambio de la matriz productiva, es decir exportar bienes o servicios distintos a los que ya se venden y agregarles valor a dicha producción.

Actualmente la cerveza artesanal Rambla es procesada en Guayaquil- Ecuador y se distribuye localmente, a pesar de que cuenta con una gran demanda a nivel local se busca la oportunidad de exportarla a un mercado con una demanda parecida a la nuestra, en este caso de estudio se ha considerado al mercado colombiano al enfocarse en la cerveza de estilo Stout.

Dentro del mercado colombiano, la cerveza artesanal se mantiene en la cúspide de las bebidas alcohólicas de acuerdo con los resultados que presenta Bavaria la principal compañía productora de esta bebida en el país. Y una de las tendencias más destacadas es la premiumización de este mercado pues a los colombianos les están gustando cada vez más las marcas de categorías más altas. De acuerdo con información de la compañía, los ingresos que en el país tuvo Bavaria; la compañía filial de la multinacional ABInBev tuvieron un crecimiento del 8,4%, mientras que en términos de volumen el incremento total fue de 3,2% (Dinero, 2019).

Siendo la marca Rambla, una empresa que se está expandiendo a nivel local de manera aceptable se busca obtener obtener posición mediante la innovación de sabores que actualmente ofrece en distintos segmentos de clase social.

Sistematización del Problema

Análisis de la factibilidad para la exportación de Rambla, cerveza artesanal, al mercado colombiano.

Formulación del Problema

Pregunta General.

¿Cuáles son los factores por analizar para la exportación de Rambla, cerveza artesanal, al mercado colombiano?

Preguntas Específicas.

1. ¿Qué factores afectarían al proceso de exportación de la cerveza?
2. ¿Cómo es el mercado internacional cervecero?
3. ¿Cómo se fundamenta la investigación?
4. ¿Cuál es la factibilidad financiera del proyecto?

Justificación

El presente trabajo está enfocado en la exportación de la cerveza artesanal Rambla, la misma se encuentra en la búsqueda de introducir su marca en el mercado colombiano. En el desarrollo de la investigación, se plantearán estrategias que ayuden a cumplir con los objetivos presentados realizando un estudio de mercado en el sector de la producción del producto.

Según las líneas de investigación dispuestas por la carrera de Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe de la Universidad Católica de Santiago de

Guayaquil, el presente estudio de factibilidad se encuentra adherido a la línea de investigación número tres que trata sobre análisis de modelos de financiamientos alternativos y no tradicionales que puedan ser aplicados por empresas ecuatorianas.

De acuerdo con el Plan Nacional para el Buen Vivir (2017), el estudio de factibilidad se ve enfocado en base al objetivo número cinco que dispone impulsar la productividad y competencia para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

Es importante realizar este análisis de factibilidad debido a que el país se encuentra inmerso en la decisión de cambiar la matriz productiva y convertirse en un país exportador de productos finales y no tradicionales. Así mismo exportar productos no convencionales de la balanza comercial significa buscar nuevos lugares en donde no se ha explorado, no se ha invertido y no se ha intentado crear productos finales exportables con marca de reconocimiento internacional (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012). Ser pionero en este tipo de exportación abre una gran gama de oportunidades, no solo para el inversionista sino también para el país; el alcance del desarrollo económico generará que más artesanos se interesen en crear productos finales exportables con marca de reconocimiento internacional.

Mediante un emprendimiento es importante la identificación de nuevas oportunidades de negocio para Rambla, analizando específicamente la posibilidad de exportar la cerveza artesanal donde el segmento de consumidores conlleva a un crecimiento del 7% a 10% en las principales ciudades de Colombia como Bogotá, Medellín y Cali (Loaiza & Hernández, 2013).

En la actualidad, Ecuador impulsa a las personas a emprender y a navegar en distintos ámbitos tanto de producción como comerciales de importación y exportación; misma actividad que sería una manera de abarcar más mercado que permita que haya

movimiento de capital mejorando las relaciones internacionales y cumplir con las necesidades del mercado junto con la participación del país en un mercado internacional.

Delimitación

En el presente proyecto se evalúa las siguientes delimitaciones:

- a) Temporal: Se tomará en consideración las tendencias de los gustos y preferencias de los consumidores correspondiente al mercado cervecero de Bogotá, Colombia desde el año 2015 hasta el 2020.
- b) Espacial: El presente trabajo se desarrollará en la ciudad de Guayaquil, Ecuador con proyección hacia Bogotá, Colombia con los consumidores potenciales de cerveza artesanal.
- c) Teórico: Se proporcionará y se implementarán teorías del consumidor, ventaja competitiva, comercio exterior, asociatividad, comercio justo, modelo de negocio y propuesta de valor.

Objetivos

Objetivo General.

Determinar la factibilidad para la exportación de Rambla, cerveza artesanal, al mercado colombiano.

Objetivos Específicos.

- 1) Analizar los posibles factores que pueden afectar al proceso de exportación de cerveza artesanal.
- 2) Realizar investigación del mercado colombiano de cervezas artesanales para determinar la aceptación del producto.

- 3) Determinar la fundamentación teórica de la investigación.
- 4) Demostrar viabilidad financiera del proyecto.

Capítulo II: Fundamentación Teórica

En este capítulo, se definirá los principales fundamentos teóricos conceptuales y referenciales que complementen el trabajo de investigación para lo cual la delimitación de este servirá para tener una mejor comprensión y aplicación al proyecto investigativo.

Marco Teórico

Teoría del Consumidor.

Según Ibáñez (2015) la teoría del consumidor trata sobre los individuos que se basan en un objetivo implícito y no observable para el resto de la población, el consumidor elige de una manera racional una canasta de bienes para satisfacer sus preferencias.

Debido al nivel de preferencia que tendrá el consumidor por un determinado bien o servicio se podrá estimar hasta cuánto puede llegar a gastar en los mismos y cuan satisfactorio estará. Todo esto se conoce como los gustos o preferencias que tiene un consumidor por diferentes cestas de productos, la cual destinará una mayor inversión o tiempo invertido.

Teoría de la Ventaja Competitiva.

Según Porter (1985):

La ventaja competitiva crece fundamentalmente debido al valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un

nivel superior se debe a la capacidad de ofrecen precios más bajos con relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (p. 3)

Las ventajas competitivas descritas por Porter ayudan a que toda empresa logre encontrar en que diferenciarse a la competencia y fidelizar al consumidor con sus productos o servicios.

Modelo de Negocio.

Según Rodríguez (2014) el modelo de negocio es un guion de la estrategia de la empresa y su implementación, en el cual se recogen los siguientes elementos: selección de sus clientes, definición y diferenciación de sus productos y/o servicio.

Toda empresa busca la manera en la cual poder llegar a su mercado meta, la forma en la cual lo realizan constituye un tipo de modelo de negocios para lograr tener un movimiento adecuado en un entorno particular.

Un modelo de negocio también debe de ser capaz de adentrarse a cambios que se den en el macroentorno en el cual se desenvuelve, tanto estratégicos como tácticos y esto se realiza prestando especial atención a las necesidades de sus clientes.

Propuesta de Valor.

“La propuesta de valor va ligada estrictamente a la estrategia de marketing que se desea aplicar, y es el método a través del cual se define los aspectos de un producto o servicio que un cliente puede necesitar” (Becerra, 2018, p. 5).

En un mercado competitivo, una propuesta de valor es absolutamente necesaria e importante para generar un valor agregado a los productos ofertados; esto permitirá

sobrepasar las expectativas del consumidor y llevará a incrementar sus ganancias en consecuencia al alto porcentaje de productos vendidos.

Teoría del Comercio Exterior.

El Comercio Exterior, o también conocido como Comercio Internacional, hace mención al intercambio de bienes o servicios entre dos o más países/ regiones entre sí. En la actualidad hay algunas teorías que tratan de explicar el origen o necesidad del Comercio Exterior, entre ellas la más tradicional es la ventaja absoluta de Adam Smith.

La Teoría de la Ventaja Absoluta planteada por Adam Smith destaca la importancia del libre comercio para que las naciones puedan incrementar sus riquezas, basándose en el ejemplo de que ninguna familia trataría de producir en casa un bien que incurriera en un costo mayor que comprarlo.

Según López (2015):

El comercio internacional tiene como premisa colocar mercancía en todos los rincones del mundo, su objetivo es claro y preciso: generar riquezas, es decir, quienes incurren en el comercio internacional Estados u Organizaciones Comerciales buscan llevar un satisfactor económico al país del que son originarios. (p. 3)

Debido a esto, se puede deducir que el comercio exterior es vital para que países que no pueden producir determinados bienes o, sus costos serían más elevados, lograr satisfacer sus múltiples necesidades mediante intercambios internacionales.

Teoría de la Asociatividad.

Según Monroy & David (2010) la asociatividad se entiende como un mecanismo de cooperación entre pymes, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial decide voluntariamente

participar en un esfuerzo conjunto con otros participantes para la búsqueda de un objetivo común.

Debido a la asociatividad en las empresas, se genera un impulso en oportunidades comerciales e industriales para lograr una reducción en sus costos que permitan poseer más habilidades e incrementar su participación en nuevos mercados.

Teoría del Comercio Justo.

El comercio es la herramienta en la cual se realiza el intercambio de bienes o servicios por un valor establecido o un trueque. El origen del comercio era ayudar a la población a cubrir sus necesidades con algún bien que no posea, pero este se fue desconfigurando debido a la injusta distribución de recursos propios o naturales.

Según Vaca (2018):

El comercio justo es un enfoque alternativo al comercio convencional internacional y otra forma de relación entre productores en desventaja y consumidores responsables, reduciendo la cadena de intermediarios con el precio de compra que está en función de los costos de producción para permitir al productor alcanzar un nivel de vida razonable. (p. 1)

Marco Legal

Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad.

De acuerdo con la ley del sistema ecuatoriana se establece un marco jurídico para evaluar mediante controles la conformidad del cumplimiento y los compromisos internacionales, mismos que contribuyen a regirse de los principios y las políticas con la finalidad de obtener una acreditación que permita a mejorar los estándares de calidad en los productos del Ecuador protegiendo al consumidor contra las malas prácticas de calidad y competitividad de los consumidores.

Art. 4.- Son objetivos de la presente Ley:

- a) Regular el funcionamiento del sistema ecuatoriano de la calidad.
- b) Establecer los mecanismos e incentivos para la promoción de la calidad en la sociedad ecuatoriana.
- c) Establecer los requisitos y los procedimientos para la elaboración, adopción y aplicación de normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad.
- d) Garantizar que las normas, reglamentos técnicos y los procedimientos para la evaluación de la conformidad se adecuen a los convenios y tratados internacionales de los que el país es signatario.
- e) Garantizar seguridad, confianza y equidad en las relaciones de mercado en la comercialización de bienes y servicios, nacionales o importados. (Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, 2010, p. 2,3)

Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura Ecuador.

A continuación, se presenta el certificado de buenas prácticas de la manufactura en Ecuador orientado al registro de documentos generales que los manufactureros se deben de regir como la higiene de la manipulación, preparación, elaboración envasado y presentación de los productos destinados a la compra y al consumo de la sociedad, con la finalidad de garantizar que los productos son fabricados en condiciones sanitarias adecuadas mediante el documento de vigilancia y control de los alimentos procesados.

Art. 201.- El titular de la Notificación Sanitaria o titular del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura debe disponer en su establecimiento de toda la documentación presentada en la notificación y en la inscripción de cada alimento procesado y de la siguiente documentación:

a. Las especificaciones fisicoquímicas y microbiológicas del alimento procesado que respalde la información nutricional del producto, en documento original, con nombre, firma y cargo del técnico responsable del análisis emitido por un laboratorio acreditado.

b. La justificación del estudio de estabilidad del alimento procesado, de acuerdo con el instructivo emitido por la Agencia para el efecto.

c. Contrato o convenio que avale la vinculación por cualquier modalidad relación de dependencia o prestación de servicios profesionales del representante técnico.

Art. 202.- La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria-ARCSA establecerá el plan anual de control posterior en base en la Ley Orgánica de Salud, su Reglamento General de aplicación, reglamentos expedidos por la Autoridad Sanitaria Nacional y Normativa Técnica Sanitaria expedida por la Agencia.

Art. 203.- Para efectos de análisis de control de la calidad e inocuidad, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA podrá tomar muestras en cualquier de las etapas de producción, comercialización, expendio y consumo de los alimentos.

Art. 204.- Es responsabilidad de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria-ARCSA asegurar la cadena de custodia de las muestras, garantizando que el traslado de estas se realice en condiciones óptimas.

Art. 207.- La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria-ARCSA, en el término de 72 horas a partir de la fecha del muestreo,

procederá a notificar al titular de la Notificación Sanitaria sobre el muestreo, adjuntando una copia del acta respectiva para la devolución respectiva.

Art. 208.- Los análisis para el control de calidad e inocuidad de los alimentos procesados se realizarán en los laboratorios de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria-ARCSA o en los laboratorios acreditados por la autoridad competente y autorizados por la Agencia.

Art. 209.- Aunque los resultados de los análisis de control de inocuidad y calidad sean favorables para un determinado alimento, éste podrá ser analizado hasta por dos ocasiones al año; en caso de alimentos de alto riesgo epidemiológico, podrán ser muestreados y analizados cuantas veces sea necesario, si se encontrará incumplimientos a las condiciones bajo las cuales se otorgó la Notificación Sanitaria. (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2017, p. 53)

Ley de Defensa del Artesano.

La ley de defensa del artesano atribuye a la actividad de la economía del país, por lo tanto, es importante que los comerciantes comprendan las oportunidades de crecimiento del negocio mediante estos artículos para entender y acatar las responsabilidades laborales y tributarias descritas en los distintos cuerpos legales con éxito al desarrollo del sector artesanal.

Dentro del presente código se denotan los siguientes artículos:

Art. 17.- El Estado prestará a los artesanos eficiente ayuda económica mediante:

a) La exoneración de los impuestos a la renta del capital con el concurso del trabajo y adicionales de dicho impuesto, del impuesto a los

capitales en giro y del impuesto al valor agregado IVA en calidad de sujetos pasivos y sustitutivos.

b) La importación en los términos más favorables que establezca la correspondiente Ley, de los materiales e implementos de trabajo de los artesanos, salvo los de lujo.

c) La exoneración del impuesto a las exportaciones de artículos de producción artesanal.

d) La concesión de préstamos a largo plazo y con intereses preferenciales a través del Banco Nacional de Fomento y de la banca privada, para cuyos efectos la Junta Monetaria dictará la regulación correspondiente. (Ley de Defensa del Artesano, 1997, p. 4)

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones busca regular el proceso en las diferentes etapas de comercialización de los productos.

En el art. 4 se establece los siguientes fines:

a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente.

b. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas.

c. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la

matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores.

d. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables.

e. Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo.

f. Fomentar y diversificar las exportaciones.

g. Facilitar las operaciones de comercio exterior.

h. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010, p. 6,7).

Marco Referencial

En el siguiente marco referencial se detallará los siguientes casos relacionados con la cerveza artesanal.

Caso Referencial Número 1: Sánchez Bier.

El presente caso referencial, es la cerveza ecuatoriana llamada Sánchez Bier misma la cual es una cerveza que contienen 40% de trigo malteado y conlleva un proceso de triple fermentación con la finalidad de tener el carácter ácido tipo de la cerveza se fermenta con la misma levadura de las cervezas de trigo alemanas. En la maduración 2-4 °C se adiciona cerezas 100% naturales, el proceso dura 45 días su gasificación es natural y se realiza en botella. (Homo Cervecerus, 2019). Sus diferentes estilos son Cerveza Artesanal Premium conocida como Sour Ale Cerveza, clásica, especial y experimental.

Sus estilos más reconocidos son:

- Belgian Ale Rubia.
- Indian Pale Ale IPA.
- Oatmeal Stout Negra.
- D'Altbier Roja.
- Hefe Weissbier Trigo.

Caso Referencial Número 2: Bajamar.

El siguiente tipo de cerveza hace referencia a la llamada Bajamar - Cerveza artesanal de Guayaquil que entró al mercado en junio del 2017, viene de la mano de una de las cervecerías que tuvo un auge en el último año (Homo Cervecerus, 2019). Sin duda alguna, está imprimiendo un sello característico: cervezas de estilos clásicos, pero fáciles de beber y bien elaboradas. Lo que se determina que es la sencillez en donde han fundado sus fortalezas, es una cerveza refrescante, con el amargor justo.

Estilos de cerveza:

- Lager.
- American Pale Ale.
- Weissbier.

Caso Referencial Número 3: Plan de Exportación para Cervecería Artesanal Weisser.

La siguiente tesis tuvo como tema “Plan de Exportación para Cervecería Artesanal Weisser” y el objetivo general comprende en generar un Plan de Negocios para la cervecería Weisser para el ingreso a un país a determinar con el propósito de aprovechar crecer en ventas y expandir la empresa internacionalmente. En el mismo se concluyó que la exportación de cerveza artesanal Weisser al mercado de Estados

Unidos es rentable bajo la propuesta entregada con la finalidad de crecer en ventas y finalmente expandirse internacionalmente permitiendo además reducir capacidad ociosa de la planta y se evaluó también la estrategia de entrar al mercado estadounidense con la instalación de una filial de la propia empresa lo cual permite importar y a la vez vender al por mayor a los minoristas llegando a eliminar los intermediarios de la cadena (Benavides, 2016).

Caso Referencial Número 4: Elaboración de una Guía de Exportación de Cerveza Artesanal a Santiago de Chile.

El otro ejemplo de tesis tuvo como tema “Elaboración de una Guía de Exportación de Cerveza Artesanal a Santiago de Chile”. El objetivo general se determinó en la elaboración de una guía de exportación de la cerveza artesanal de la empresa Pinshi Paceña hacia el mercado Santiago de Chile en el que se dé a conocer los requerimientos, requisitos y procesos necesarios para llevar al producto desde La Paz Baja California Sur hacia el mercado Sudamericano; tomando en cuenta el diseño, creación y comercialización del producto. Como ejemplo determinó que la elaboración de un plan de exportación representa un gran reto pero con la adecuada investigación y obtención de datos e información se puede ayudar a las empresas interesadas en la exportación de sus productos a tener un nuevo mercado interesado en su producto más allá del mercado local; gracias a las amables y siempre positivas respuestas de la empresa La Pinshi Paceña se pudo recaudar la información de manera directa sobre los métodos de producción del producto, su forma de operar y de sus distribuidores para así poder empezar la realización del plan (García, 2018).

Marco Conceptual

Cerveza Artesanal.

Las cervezas artesanales se elaboran con 4 elementos básicos como cebada, agua, lúpulo y levadura. Las cervezas artesanales no utilizan aditivos artificiales, el proceso de elaboración de esta es manual es por este motivo que se hace atractivo en su sabor y su presentación por consecuente las diferencias en sus proporciones de acuerdo con el tratamiento de la materia prima y su proceso de elaboración en sus etapas principales tales como:

- a) Obtención de azúcar a partir de granos de cereal.
- b) Cocción.
- c) Fermentación.
- d) Carbonatación.

Ingredientes.

Para realizar la fabricación de las cervezas artesanales se requieren los siguientes ingredientes principales agua, malta, lúpulo y levadura.

Agua.

El agua para la elaboración de cerveza es el principal ingrediente en el suministro ya que afectaran directamente el sabor de una cerveza. La presencia de sulfato de calcio CaSO_4 o carbonato de calcio CaCO_3 le puedan brindar a la cerveza un sabor distinto como atragante o amargo, Calcio Ca^{+2} y magnesio Mg^{+2} en cantidades considerables producirán sabores metálicos. Sodio Na^+ en exceso podría dar a la cerveza un sabor salado. El cloruro Cl^- , solo o combinado con sodio darán a la cerveza un sabor más concentrado. Un pH alto en el macerado causa pocas tasas de extracción, y tiende a oscurecer el mosto y filtrar más taninos en la maceración. Los

sulfatos refuerzan el amargor y la sequedad del lúpulo mientras que los cloruros otorgan una textura y refuerzan el dulce. Probablemente el agua para elaborar cerveza más emulada sea la de Burton-On-Trent correspondientes a la Pale Ale como Bass. Tiene una gran cantidad de sulfatos y calcio, además de una buena cantidad de cloruros. Esto la convierte en un agua ideal para ales ligeras. Otra agua para cerveza altamente replicada es la de Pilsner, esta fuente de agua es especialmente deficiente en calcio, sulfatos entre otros; ambas representan los extremos en los tipos de agua para elaborar cerveza. El agua de Burton es excesivamente dura y el agua de Pilsner es extremadamente suave (The Beer Times, 2016).

Malta.

La malta es un producto a base de cereales como trigo, cebada, centeno y avena. La malta es la base de la cerveza y es la que aporta los azúcares necesarios para la fermentación, así como color y cuerpo. Durante el proceso de malteado, los granos son calentados a diferentes temperaturas para brindarles diferentes sabores. Entre más se tuesten los granos menos azúcar tendrán para generar alcohol. Por lo tanto, usualmente se divide en las siguientes categorías:

- Maltas Base: Para el cuerpo, alcohol y granos tostados con gran poder enzimático. Dentro de las maltas base más conocidas se encuentran las maltas Pilsner, Pale Ale, Múnich y Vienna.
- Maltas Especiales: Con poco poder enzimático para darle el color y sabor en pequeñas cantidades dependiendo del estilo.
- Maltas Mixtas: Con un proceso de horneado intenso pero que conservan propiedades enzimáticas suficiente para utilizarla como base o como aditivo, como las maltas de cristal y de caramelo (Coellar, 2015).

Lúpulo.

El lúpulo es una planta de la familia de las cannabáceas primas de la Cannabis Sativa y oriunda de Europa, Asia Occidental y Norteamérica. El mismo proviene de las flores femeninas llamadas conos donde residen glándulas de lupulina. La lupulina es una resina de color amarillo que se transforma durante el proceso de elaboración de la cerveza dándole los aromas sabores y la capacidad de conservación antibacterianas ayudando a estabilizar posterior al proceso de formación y retención de espuma.

Sus principales componentes son:

- **Ácidos Alfas:** Conjunto de resinas que le dan el amargor a la cerveza.
- **Ácidos Beta:** Son resinas con bajo poder de amargos, pero pueden generar sabores no deseados y astringencia en la cerveza.
- **Ácidos Esenciales:** Son los responsables de otorgar aroma y sabor para cada variedad de lúpulo, pero representan del 0,5 al 3% de su masa.
- **Taninos:** Encargados de inhibir el crecimiento bacteriano, favoreciendo el desarrollo saludable de levadura durante la fermentación ayudando a la conservación de la cerveza.

Levadura.

La levadura es un hongo unicelular que se produce por gemación donde se desarrolla una yema o estructura, la mayoría de los estilos de cerveza su utilizan de tipo Saccharomyces como ingrediente de la cerveza consumen azúcar y la transforman en alcohol y dióxido de carbono.

Existen tres tipos básicos de levadura:

Levadura de Fermentación Alta.

Son las que se encuentran en la naturaleza y trabajan a temperaturas de 12 °C a 24 °C para situarse en la superficie durante la fermentación.

Levadura de Fermentación Baja (lager).

Estas levaduras trabajan a temperaturas de entre 7 °C y 13 °C y se sitúan en el fondo del mosto durante la fermentación, razón por la cual se denominan levaduras lager de fermentación baja.

Levadura de Fermentación Espontánea.

En las llamadas cervezas de fermentación espontánea no se selecciona un tipo específico de levadura, sino que se permite que todas las levaduras en suspensión en el aire se introduzcan en el mosto (The Beer Times, 2020).

Tipos y Estilos de Cerveza.

Aspecto.

Se caracterizan basado en los rasgos visuales como el color y la turbidez. Es una clasificación fácil para distinguir entre los diferentes tipos de consumidores, por ejemplo: cervezas rubias, ámbar o negras, así como turbias o claras.

Método de Elaboración.

Técnicas específicas de fabricación, por ejemplo, las cervezas ahumadas, que permite que el humo de leña impregne de aroma al grano. También doble malta que rinden de acuerdo con el porcentaje de alcohol.

Cervezas Ale.

Son aquellas que tienen levaduras que permanecen en cerca del mosto al final del proceso de fermentación, por eso son denominadas con fermentación alta por el tipo de levadura, la cual se utiliza también en la fabricación del pan y del vino. Su temperatura óptima corresponde entre los 15 °C y los 25 °C, por lo que se dice con frecuencia que realiza una fermentación en caliente permitiendo que se desarrolle en ambientes fríos; se fermentan entre una semana o dos. Fueron las cervezas más consumidas y comercializadas en todo el mundo y se diferencian de su complejidad y una amplia gama de aromas afrutados.

Algunos de los estilos más representativos del grupo de las Ales son las Cervezas de Trigo como la Pale Ale, Robust, Brown y Stout.

Cervezas de Trigo.

Son elaboradas a base de trigo malteado. Sin embargo, como la malta de trigo no posee las suficientes enzimas que se necesitan para transformar el almidón en azúcar es común combinarla con malta de cebada para poder lograr una fermentación completa. Muestran un color que va desde el dorado pajizo hasta casi blanco, tienden a consumirse en el verano por su carácter refrescante, pero en la actualidad debido a su amplia difusión se comercializan en todo el año. Entre ellas se encuentra la Weiss de Alemania, la Weizen con mayor proporción de trigo hasta el 70% típica en Baviera-Alemania y la Witbier de procedencia Bélgica hecha con mayor sabor a grano.

Cervezas Pale Ale.

Son elaboradas con una gran proporción de mallas pálidas, pero a pesar de ello pueden variar en el color desde el dorado profundo hasta el ámbar son pálidas comparados a las otras categorías de cervezas de color oscuro y menor gusto a

caramelo. Pale Ale es un tipo de cerveza que incluye todas las cervezas de categoría amargas provenientes de naciones inglesas. Por otra parte, algunos fabricantes establecen una sutil diferencia entre las cervezas English Pale Ale y las Bitter asegurando que las primeras poseen un mayor nivel de ésteres, así como una carbonatación superior y una espuma de alta persistencia. Se realizó una versión de cervezas Brown Ale y Stout caracterizada por un elevado contenido de amargor y alta graduación.

Cerveza Brown.

Posee un color marrón casi negro. En boca muestra moderada cantidad de alcohol y notas torrefactas utilizan altas cantidades de malta chocolate y otros granos oscuros.

Cerveza Robust.

Posee ingredientes más compuestos y con mayor presencia en los aromas y granos tostados y chocolate. Tienen espuma marrón claro con relativa buena retención. Los lúpulos de esta cerveza y sus levaduras pueden poseer una variante del estilo Porter inglés, misma que fue acogida en los cerveceros en la región báltica. Este tipo de cerveza se fermentan como una lager, muestran una característica de las cervezas oscuras y ricas en aroma de malta y chocolate.

Cerveza Stout.

La característica más resaltante de las cervezas Stout reside en el grado de tostado extremo de las diversas mallas de cebada empleadas en su elaboración.

La mayoría alcanza un color negro intenso, con una espuma densa y cremosa. El aroma muestra intensas notas de chocolate.

A continuación, se mencionan las cinco más populares:

Dry Stout.

Muestra las características principales de las Stout como son el típico aroma a mallas bien tostadas y una espuma persistente y cremosa. Sin embargo, constituye la variante más ligera.

Sweet Stout.

Corresponde a una Stout inglesa, pero con menor grado de alcohol y de color ámbar con un sabor moderadamente dulce.

Almea Stout.

Su característica principal es el agregado de avena al mosto de malta con espuma persistente, fina y cremosa, así como en un gran cuerpo y cierta complejidad. Puede ir desde moderadamente dulce hasta muy seca. En sus inicios se le consideraba una bebida altamente nutritiva, por lo que era recomendada para madres lactantes y personas con deficiencias en la alimentación.

Foreign Extra-Stout.

Originalmente eran Stouts de alta densidad fabricadas para el mercado tropical con un amargor intenso.

American Stout.

Provenientes de las variedades americanas de levaduras utilizadas, su color es de color marrón oscuro a negro intenso.

Es una cerveza de alta densidad y un elevado tenor de lúpulos que los ingleses inicialmente crearon para exportar al imperio ruso. Se dice que su popularidad en la corte Imperial dio origen a su nombre (González, 2017).

Capítulo III: Fundamentación Metodológica

En este capítulo se dejará establecido el enfoque, metodología y diseño de la investigación, el cual ayudará a aclarar las preguntas de investigación dadas en el presente trabajo de titulación y determinar las variables correctas con instrumentos de recolección de datos.

Enfoque de la Investigación

Según Dzul (2017) la investigación es un proceso riguroso, cuidado y sistematizado en el que se busca resolver problemas. Es organizado y garantiza la producción de conocimiento o de alternativas de solución viable.

Un enfoque cualitativo trata sobre recoger información que se basa en observar situaciones naturales para proceder a la interpretación de los resultados dados mediante desarrollo de preguntas o hipótesis en el proceso de recolección de datos.

Por otro lado, el enfoque cuantitativo es aquel que ayuda a medir y contestar las preguntas de investigación formuladas con aporte de valores numéricos a través de encuestas o entrevistas para verificar estudios estadísticos.

El presente trabajo de titulación se basará en el enfoque cuantitativo, el cual permitirá al proyecto conocer de manera más acertada a los consumidores colombianos mediante encuestas que ayudan a medir el interés del cliente con respecto a la cerveza artesanal.

Enfoque Cuantitativo.

Del Canto y Silva (2013) afirman que el enfoque cuantitativo se basa en usar la recolección de datos para lograr probar hipótesis en base a medición numérica y el análisis estadístico, esto permitirá establecer patrones de comportamiento y probar teorías puesto que la información es recogida de manera estructurada y sistemática.

Mediante el uso de encuestas online, el presente trabajo de titulación intentará demostrar la viabilidad financiera y económica de exportar la cerveza artesanal Rambla al mercado colombiano para establecer patrones de comportamiento y demostrar las teorías mencionadas en apartados anteriores.

Alcance de la Investigación

El alcance de una investigación revela el resultado que se obtendrá a partir de dicho estudio mediante métodos que se deben seguir para obtener los resultados esperados. El alcance de la investigación puede ser descriptivo, exploratorio, correlacional y explicativo.

Para García (2011) todos los alcances son significativos y muy valiosos, una misma investigación puede abarcar fines exploratorios, en su inicio y terminar siendo descriptiva, correlacional y hasta explicativa, todo depende del grado de desarrollo del conocimiento respecto al tema.

Alcance Descriptivo.

Según Grajales (2000) el alcance descriptivo busca desarrollar una representación del fenómeno estudiado a partir de sus características. Describir en este caso es sinónimo de medir variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades o grupos bajo análisis.

La investigación descriptiva permite la convergencia de dos o más características con el fin de determinar la composición o proceso de fenómenos y poder tener una interpretación correcta de los resultados.

En el presente trabajo de titulación, se realizará bajo esta premisa, debido a que ayudará a conocer la realidad del consumidor de cerveza artesanal colombiano sin que

el investigador se vea involucrado en el proceso y los resultados sean más claros al momento de analizar la factibilidad de su exportación.

Diseño de la Investigación

Según Besse (1999) el término diseño de investigación está asociado al cuerpo de las discusiones que hicieron de la metodología un dominio con aspiraciones disciplinarias.

El diseño de la investigación ayudará al investigador a planear la manera de cómo conseguir respuestas a sus interrogantes especificando la naturaleza de las comparaciones a efectuarse en la recolección de datos.

Diseño No Experimental.

Según Dzul (2017) el diseño no experimental es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos.

De este modelo, emergen conceptos o variables que ya sucedieron o se dieron sin intervención directa del investigador sin poder ser manipuladas o controladas durante todo el proceso de investigación para llegar a determinar la veracidad del proyecto.

Tipo Transversal.

“El diseño no experimental transversal es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos”. (Hernández, 2003, p. 31)

Este tipo de diseño ayudará a la recolección de información en un determinado tiempo, que servirá en la población colombiana a estudiar.

Método de la Investigación

Método Deductivo.

El método deductivo está basado en el razonamiento donde se permite pasar de principios generales a hechos particulares.

Según Bernal (2012) el método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.

Este método es considerado debido a que se investigará desde la perspectiva general de la exportación de cervezas artesanales a Colombia para proceder a unificar la información recopilada y determinar el alcance de la factibilidad del proyecto.

Población y Muestra

Análisis de la Población.

Colombia tiene un total de habitantes de 50'372,424 (Banco Mundial, 2020), mientras que en Bogotá es de 7'743,955 millones de habitantes.

Cálculo de la Muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra en base a la población finita se usará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

<p>N = Total de la población n = Número de elementos de la muestra Z = Nivel de confianza p = Probabilidad a favor q = Probabilidad en contra e = Error de muestreo aceptable</p>
--

DATOS:	
N =	7743955
Z =	95% = 1,96
p =	50% = 0,5
q =	(1-p) = (1-0,5) = 0,5 = 50% = 0,5
e =	5% = 0,05
n =	?

$$n = \frac{7743955 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (7743955 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{7437294,382}{19360,8454}$$

$$n = 384$$

Figura 1 Cálculo de la Muestra

Capítulo IV: Estudio Técnico

Características del Producto

El siguiente capítulo se enfocará en el proceso de producción de la elaboración de la cerveza artesanal Stout.

Características de la Cerveza Artesanal Stout.

Para la elaboración de la cerveza artesanal de estilo Stout considerando una producción de 2 semanas donde se utilizarán los siguientes ingredientes:

RECETA		
Agua Total - 165 litros	Densidad Original 1.090 kg/m ³	APV 8.91%
Volumen final de 100 litros	Densidad final 1.024 kg/m ³	Amargor: 57.66 IBU Color: 76.27 EBC
INGREDIENTES		
<ul style="list-style-type: none"> - Malta Pale 88% 7.28 kg - Malta Crystal 6% 0.54 Kg - Cebada Tostada 3% 0.36 Kg - Malta Chocolate 2% 0.20 Kg - Malta Black 2% 0.22 Kg - 2 sobres de levadura seca Safale U-04 o líquida Wyeast 1028 London Ale 		
MACERADO		
<ul style="list-style-type: none"> - Relación de empaste 3 litros de agua por cada kg de malta - Agua para el macerado 115.68 litros - Maceración simple a 67°C durante 60 minutos - Volumen que ocupa el macerado 141.52 litros 		
HERVIDO		
<ul style="list-style-type: none"> - Volumen de mosto en olla 110 litros - Densidad antes del hervido 1.083 kg/m³ - Tiempo de hervido 60 minutos <p style="text-align: center;">Lúpulos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Challenger 75 minutos para 38 IBU - Kent Golding 30 minutos para 22 IBU <p style="text-align: center;">Otros</p> <ul style="list-style-type: none"> - Protofloc 1 cucharadita 15 minutos del final del hervido 		
FERMENTACIÓN		
Fermentar a 19°C durante 10 días luego trasvasar a secundario entre 3-5°C para clarificar.		
EMBOTELLADO		
Embotellar con 6g/l de azúcar de mesa y dejar 2 semanas a 19°C para fermentación en botella. Acondicionar durante 4 semanas a 12°C		

Figura 2 Receta

Proceso de Elaboración de la Cerveza Stout

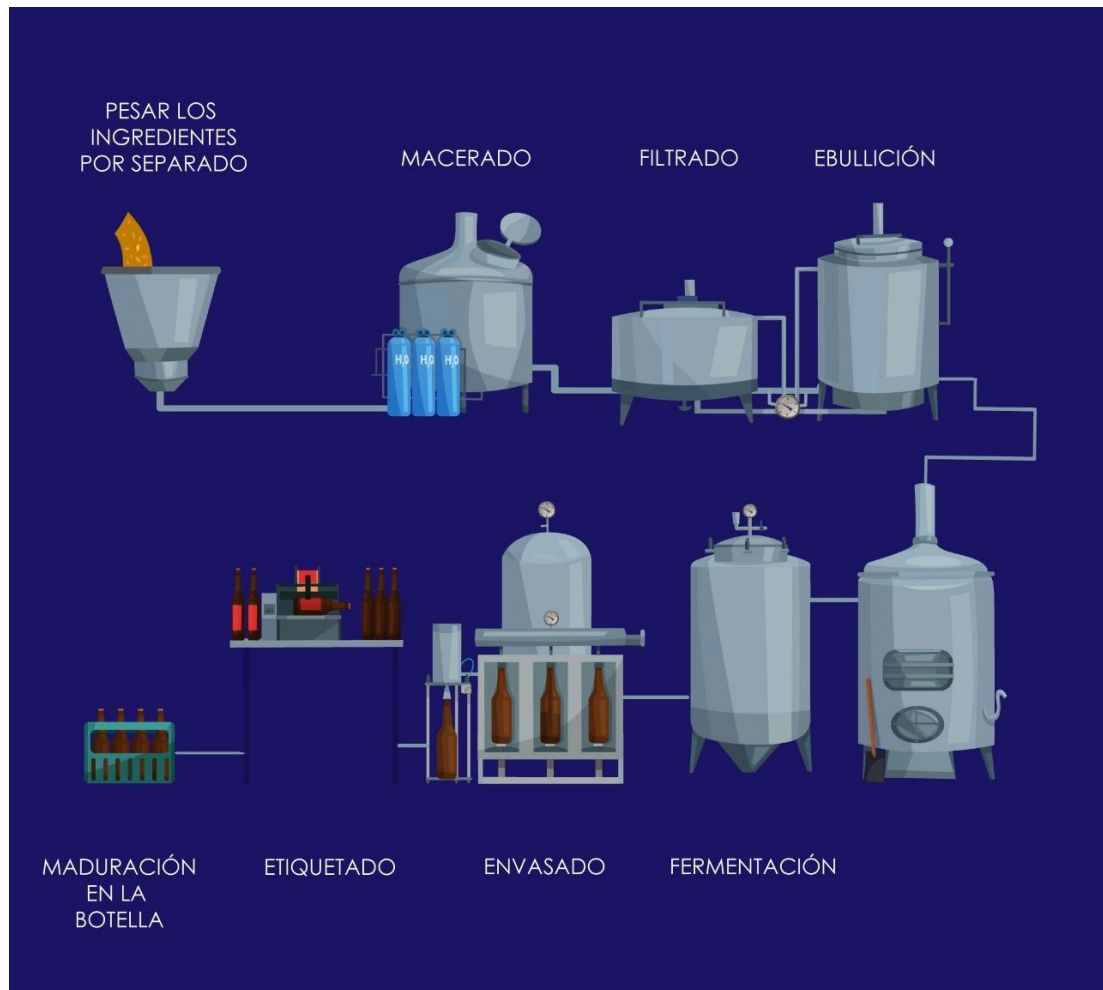


Figura 3 Proceso de Elaboración de Cerveza Artesanal

Molturación de la Malta.

El proceso de molturación consiste en desmenuzar el grano de la malta y molerlo para exponer el almidón de las enzimas evitando extraer la cáscara o envoltura con la finalidad que sirva de filtro en la operación de clarificación y convertir la harina en fina. Una molienda adecuada puede ofrecer 30% cáscara - 10% grano grueso - 30% grano fino - 30% harina.

Maceración.

El objetivo de este procedimiento es dejar actuar a las enzimas para que generen azúcar desde el almidón y pH en temperatura óptimos para cada estilo. Se

considera como la fase más importante del proceso de la elaboración de la cerveza en donde se extrae la malta y la mayor cantidad de extracto para obtener la mejor calidad del producto, será transformado en almidón contenido en la malta con transformación enzimática donde el proceso de maceración consiste en 67 °C durante 60 minutos y el resultado al finalizar este proceso es un mosto azucarado. El agua se calienta y se mantienen en esta temperatura a través del vapor. El agua para el macerado es de 115.68 litros en relación del empaste 3 litros de agua por cada kg de malta. En esta fase se decide el grado alcohólico en este estilo de cerveza corresponde al 8.91% en función de la concentración del azúcar. Esto dependerá de la cantidad de malta empleada, de la temperatura y del tiempo de maceración utilizado, que darán más o menos azúcares fermentables para ser transformados en alcohol durante la fermentación, desdoblado el almidón contenido de malta en azúcares. Se necesitan de varias enzimas que son producidas de manera natural durante el proceso de malteado, para finalizar el volumen total que ocupa el macerado es de 141.52 litros.

Filtrado

Posterior a la maceración se procede a filtrar el mosto, que contiene varias partículas en suspensión que serán un obstáculo para la fermentación. Para ello, se recircula el mosto en la olla de maceración durante un tiempo. Durante el recirculado, los granos se asientan y ayudarán en el proceso de filtrado. Una vez alcanzado el aclaramiento deseado se traspa este primer mosto a la olla donde será hervido posteriormente. Luego se realiza un lavado de granos a una temperatura de 78 grados y se obtiene un segundo mosto después de una recirculación de este. El segundo mosto se agrega al primer mosto hasta alcanzar la densidad deseada.

Ebullición.

El mosto obtenido se hierva enérgicamente en el hervidor para estabilizar la enzima y condensar las proteínas. La esterilización de la harina molida de la malta es obtenida por la ebullición, misma que contribuyen a la estabilidad y calidad de la Stout. El lúpulo del mosto de la malta se realiza durante esta fase. Consiste en añadir los lúpulos a la mezcla en ebullición. Concluida esta parte del proceso, la cerveza tendrá un amargor de 57.66 IBU; incluyendo el sabor y aroma que quiera transmitir la cerveza. Este proceso dura aproximadamente dos horas.

Enfriamiento del Mosto.

Se separan los restos del lúpulo y las partículas sólidas durante la evolución. Este proceso de clarificación se realiza mediante un macerador-hervidor, este movimiento crea un remolino que arrastra las partículas sólidas hacia el centro y hacia el fondo del macerador-hervidor con un volumen de mosto en olla de 110 litros, la densidad antes del hervido es de 1.083 kg/m^3 para botar estas partículas en el fondo del equipo y que sean extraídas por medio de la válvula. Después de haber hervido el mosto y realizada la separación de las partículas sólidas de $95 \text{ }^\circ\text{C}$, durante los 60 minutos de tiempo de hervido antes de pasar a la fermentación, se debe realizar este proceso de manera rápida para disminuir las probabilidades de contaminación y que las levaduras trabajen bien. El mosto caliente es enviado al intercambiador de calor, donde luego es enfriado hasta los $25\text{-}30 \text{ }^\circ\text{C}$ por medio de agua, mientras se calienta por el efecto de intercambio de calor entre el mosto y el agua. Posteriormente, se enfriará hasta los $22 \text{ }^\circ\text{C}$ necesarios para que las levaduras trabajen de manera óptima durante la fermentación.

Fermentación.

Para empezar esta etapa, el mosto se oxigena para permitir el crecimiento de la levadura, es añadida al fermentador para iniciar el proceso de fermentación que consiste en la transformación de los azúcares del mosto en alcohol y anhídrido carbónico. Para que la levadura trabaje en condiciones óptimas, necesita una temperatura adecuada que varía entre los 18 y 24 °C entre 5 y 7 días para los tipos de cervezas elaboradas por Rambla. Esta temperatura se mantendrá constante por medio de la circulación del agua, en este proceso se emite calor que debe ser eliminado para no alterar los sabores y las características de la Stout, la segunda fermentación y maduración es en frío entre 3 °C – 5 °C para clarificar de manera natural. Al finalizar este proceso, se eliminan los sólidos que han precipitado en el fondo de la válvula.

Embotellamiento.

Finalizado el periodo de frío, la cerveza se encontrará lista para proceder al embotellamiento. Para esto, los envases deben ser esterilizados y luego secados. Se procede a guardar y embotellar con 6 g/l de azúcar de mesa y dejar reposar 2 semanas con una temperatura de 19 °C para que transforme los azúcares del mosto añadido en el paso anterior, en gas carbónico, responsable de las burbujas de la cerveza, luego, se acondiciona durante 4 semanas a 12 °C. Esta fermentación en botella, en la que hay todavía levadura, hace que las cervezas sigan desarrollando su carácter en la botella y pueda durar el tiempo de guarda, mismo que durará entre 3 semanas y varios meses.

Maquinaria

Para el proceso de producción de la cerveza artesanal se utiliza la siguiente maquinaria en el cuadro a continuación:

Tabla 1
Maquinaria

Maquinaria Utilizada en la Producción de Cerveza Artesanal			
Maquinaria	Unidad	Costo	Total
Sistema de Molturación	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Sistema de Cocción y Maceración	1	\$ 5.300,00	\$ 5.300,00
Extractores	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Climatización	1	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00
Sistema de Purificación de Agua	1	\$ 680,00	\$ 680,00
Sistema de Refrigeración	1	\$ 3.700,00	\$ 3.700,00
Máquina Etiquetadora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Sistema de Fermentación	1	\$ 1.247,00	\$ 1.247,00
Total			\$ 14.227,00

Planta de Producción

Rambla cuenta con una planta de 120 m² para la producción, comercialización de cerveza artesanal, se encuentra ubicado en Cooperativa Quiquis SL 14- Mz A1.

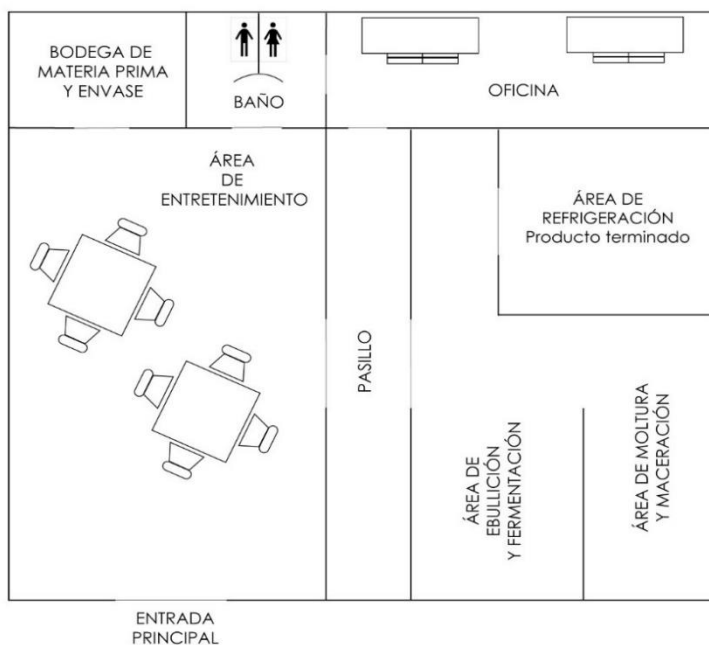


Figura 4 Plano de Planta de Producción Rambla

Capítulo V: Análisis del Mercado

Este capítulo servirá para analizar la oferta y demanda existente en el mercado colombiano, con los resultados obtenidos se podrá analizar la viabilidad del proyecto de estudio.

Descripción del Mercado

Colombia.

Colombia es un país ubicado en América del Sur, que tiene costas sobre los océanos Pacífico y Atlántico. Su territorio es de 1´141,748 kilómetros cuadrados a los cuales se suman la plataforma marina y submarina, el castellano es el idioma oficial, pero la Constitución reconoce que las lenguas indígenas son también oficiales en sus territorios (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, 2016, párr. 7).

Según el Ministerio de Comercio Exterior (2019) Colombia es la cuarta economía de América Latina y la 39ª a escala mundial, actualmente participa en un 0.19% de las exportaciones del planeta y un 3.5% de las de América Latina.

Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado ayudará a reconocer y dividir el mercado según características semejantes de un grupo de personas para que la oferta sea optimizada y eficaz.

El presente trabajo de titulación está enfocado hacia hombres y mujeres entre 18 y 60 años, ubicados en la ciudad de Bogotá. Colombia con un poder adquisitivo medio y medio alto, demuestra la prevalencia de gustos hacia las bebidas alcohólicas, en especial la cerveza artesanal.

Debido a que la cultura cervecera en Colombia ha incrementado en los últimos años, es indispensable encontrar y permanecer perenne en la mente del consumidor, siendo el sector de la cerveza artesanal un nicho de mercado en auge en toda la región.

Existen algunos sabores que prefieren los colombianos al momento de disfrutar una cerveza, según Barrios (2019) uno de ellos es la cerveza de base de limón y licor de café.

Competencia

Conocer la competencia es un factor importante para desarrollar un plan de negocios estable al momento de ingresar a un nuevo mercado.

Competidores Directos.

Los competidores directos son las cervecerías industriales, siendo la cervecería Bavaria la más grande de Colombia y una de las más grandes del continente con un crecimiento del 8,4% el 2018 e ingresos de 8.600 millones de dólares (Bavaria, 2019, párr. 6).

Las cervecerías artesanales son también competidores directos, según el Colectivo Colombiano de Cerveceras Artesanales (2019) existen 255 empresas de ese tipo de las cuales el mayor porcentaje se encuentra en Bogotá.

Competidores Indirectos.

Colombia es un país en el cual sus habitantes destinan una gran cantidad de sus ingresos al consumo de bebidas alcohólicas, siendo estas la cerveza, el ron, el aguardiente o la chicha las principales.

Según el Diario El País (2019) la cerveza representa el 70% de las ventas de alcohol en el país, siguiéndole tragos como el aguardiente y ron. Dentro del rubro de

cerveza, las cervezas artesanales han incrementado en un 54% su participación en el mercado.

Factores de Decisión de Compra

Para un correcto análisis de que incentiva al consumidor a momento de adquirir un bien o servicio es importante conocer sus necesidades, deseos o motivaciones que lo impulsan a cubrir su necesidad. Para una correcta planeación estratégica se tomará en cuenta los siguientes factores:

Factores Culturales.

Según Escalante (2016) la cultura es el factor determinante más elemental de los deseos y la conducta de una persona. Incluye los valores, las percepciones, las preferencias y las conductas básicas que una persona aprende de la familia y otras instituciones importantes.

Es necesario comprender que estos factores vienen influenciados por el sector o región en la cual habita el consumidor y estará íntimamente motivado a adquirir bienes que estén ligados a sus preferencias.

Factores Sociales.

Según Escalante (2016) los factores sociales influyen en la conducta de un comprador. Los grupos de referencia de una persona, familias y amigos, organizaciones sociales, asociaciones profesionales afectan poderosamente las elecciones del producto y de la marca.

Los factores sociales están influenciados por la sociedad o personas que se encuentran relacionadas entre sí con los mismos gustos.

Factores Personales.

Según Escalante (2016) los factores personales están vinculados a la edad, la etapa del ciclo de vida familiar, la ocupación, las circunstancias económicas, el estilo de vida, la personalidad y otras características personales del comprador.

Los factores personales determinan el estado de ánimo en el cual el cliente se encuentra para poder cubrir sus necesidades.

Factores Psicológicos.

Según Escalante (2016) los factores psicológicos, como la motivación, la percepción, el aprendizaje y las actitudes proporcionan una perspectiva distinta para entender cómo funciona la mente de los compradores.

Los factores psicológicos son variables mentales, positivas o negativas según la percepción del producto, el cual se verá reflejado en la decisión de compra.

Necesidades del Consumidor

Según Ibáñez (2015) las necesidades del consumidor trata sobre los individuos que se basan en un objetivo implícito y no observable para el resto de la población, el consumidor elige de una manera racional una canasta de bienes para satisfacer sus preferencias.

Esto significa que, para toda organización, conocer las necesidades existentes en los diferentes sectores es de vital importancia para la aceptación del bien o servicio a venderse.

Necesidades.

Según Maslow (1943), los seres humanos tienen cinco tipos diferentes de necesidades: fisiológicas, seguridad, social, estima y autorrealización.

La necesidad es la sensación de que hace falta algo, sea de carácter fisiológico o psicológico el cual se desaparece una vez que se satisface dicha necesidad.

Acuerdos Comerciales.

Ecuador y Colombia son países vecinos que a lo largo de su historia han mantenido una relación comercial muy estrecha, siendo países que integran algunas comunidades internacionales.

La Comunidad Andina de Naciones fue fundada en 1969 donde la integran estos dos países junto con Perú y Bolivia donde se reúnen voluntariamente con el objetivo de alcanzar un desarrollo integral, más equilibrado y autónomo, mediante la integración andina, suramericana y latinoamericana (SENAE, 2017, párr. 9).

Ecuador y Colombia también forman parte de MERCOSUR, el cuál fue formado para fortalecer el proceso de integración de América Latina, a fin de alcanzar los objetivos previstos, mediante la concertación de acuerdos abiertos a la participación de los demás países miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración que permitan la conformación de un espacio económico ampliado (Organización de Estados Americanos, 2010).

Según el Servicio de Aduanas del Ecuador (2017) describe a la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños con los siguientes principios y valores comunes:

“El respeto al derecho internacional; la igualdad soberana de los Estados; el no uso ni la amenaza del uso de la fuerza; la democracia; el respeto a los derechos humanos; el respeto al medio ambiente, tomando en cuenta los pilares ambiental, económico y social del desarrollo sustentable.” (p.70).

Cinco Fuerzas de Porter

Las cinco fuerzas de Porter es una herramienta que ayuda a determinar la rentabilidad y conocer el entorno en el cual una organización desea entrar aprovechando las oportunidades o detectar posibles amenazas mediante los siguientes puntos.

Poder de Negociación de los Proveedores.

Los proveedores, en cualquier tipo de negocio, son piezas claves en el funcionamiento de una empresa, ya que sin ellos no se podría operar.

La cantidad de proveedores para la materia prima; malta, lúpulo levaduras, es moderada el poder de negociación se considera alto. Antes de elegir el proveedor es importante tener claras las condiciones, ya que pueden ser cruciales para el devenir de la empresa. Estas condiciones podrían ser el plazo de pago lineamientos de distribución y abastecimiento según cronograma.

Poder de Negociación de los Clientes.

El estudio de este trabajo de investigación está dirigido al mercado colombiano en la ciudad de Bogotá, siendo esta una de las ciudades más cerveceras es necesario establecer puntos de ventas con fácil acceso y distribución.

Los consumidores y vendedores tienen un poder de negociación parecido, aunque haya una gran variedad de productos sustitutos en el mercado y el cliente podrá decidir cuál bien adquirir también hay numerosas marcas de cervezas artesanales y el poder sobre el precio y condiciones de ventas las impone el vendedor, es decir la empresa. El poder de negociación se considera medio.

Amenaza de Nuevos Competidores.

La amenaza de nuevos competidores está íntimamente ligada al nivel de dificultad para lograr incursionar en el mercado, cuantas menos barreras haya para entrar, mayor será la amenaza. Las barreras pueden ser inversión inicial, fidelidad de los clientes y canales de distribución.

En el mercado colombiano, la cerveza es una de las bebidas alcohólicas emblemáticas y con mayor acogida y ya hace algún tiempo, la cerveza artesanal ha ido cogiendo fuerza dentro de dicha industria, volviéndose un mercado cada vez más exigente y competitivo.

Poniendo en consideración las barreras de entrada, la inversión inicial no es tan alta, tomando en cuenta las maquinarias y materia prima a usarse. La fidelidad de los clientes es un factor clave debido a la alta competencia de marcas de cervezas que se encuentran en el mercado ya posicionadas y de procedencia nacional, siendo así que los canales de distribución son el eje principal para la prosperidad de la marca. El poder de amenaza se considera medio.

Amenaza de Productos Substitutos.

Los productos sustitutos son aquellos que pueden satisfacer las mismas necesidades que otros. Hay factores importantes a considerar en la influencia de esta amenaza como el precio, disponibilidad, facilidad de cambio y lealtad de los clientes.

En el sector cervecero artesanal, la mayor amenaza es la cerveza industrial pero también tipos de bebidas alcohólicas como aguardiente, ron y chicha.

En el mercado de la cerveza tradicional, los clientes suelen inclinarse hacia una marca, ya sea por tradición o precio. Sin embargo, en el mercado de la cerveza artesanal, los clientes suelen ir cambiando, pues cada cerveza artesanal es diferente.

Las bebidas como el aguardiente o la chicha son muy comunes en bares o fiestas tradicionales ya que es de fácil acceso por el precio y su gusto en la sociedad colombiana. El poder de amenaza se considera alto.

Rivalidad entre los Competidores.

Según la Revista Diners (2018) en Colombia hay unas 250 cervecerías artesanales, siendo Bogotá la ciudad con el 40% que acapara el mercado. Esto advierte sobre una fuerte competencia en el sector y la necesidad de crear un producto con costos bajos, excelente calidad/sabor y un canal de distribución eficaz.

Para tratar de obtener una ventaja con los competidores cercanos y aumentar las ventas es necesario un plan de marketing directo y elocuente. Mediante una campaña de publicidad se muestran los beneficios de la cerveza en estudio y el factor diferencial del resto.

Este punto es la convergencia de todos los análisis estudiados anteriormente dentro de las Fuerzas de Porter, dado que con una amenaza de nuevos competidores y con alta gama de productos sustitutos la empresa debe luchar para convertirse en un referente en el sector. El poder de rivalidad se considera alto.

Marketing Mix

Marca.

La marca de la empresa con la que se exportará el producto a Colombia es Rambla fabricado en Guayaquil.



Figura 5 Marca

Producto.

El producto con el que se ingresará al mercado colombiano es la Cerveza Artesanal Rambla estilo Stout. La presentación del envase, se utilizará una botella de vidrio color Ámbar con capacidad de 330ml.



Figura 6 Presentación Botella de 330ml

Etiqueta.

La etiqueta es lo que identifica al producto, es un factor determinante para la venta en el proceso del mercadeo, y es la encargada tanto de proyectar la imagen del producto como de su fabricante. La etiqueta debe de ser persuasiva con un logotipo promocional.

En Colombia de acuerdo con lo expuesto anteriormente se le debe de agregar lo siguiente a la etiqueta:

“El exceso del alcohol es perjudicial para la salud” que debe ocupar como mínimo la décima parte de la etiqueta y “Prohíbese al expendio de bebidas embriagantes a menores de edad”

La etiqueta es una etiqueta adhesiva full color en ilustración en 4 colores + barniz UV resistente a la humedad y frio, sirve como mecanismo de seguridad, dándole una excelente imagen al producto a través de un material altamente brillante y la misma no permitirá que la etiqueta se deteriore a través del tiempo.



Figura 7 Etiqueta

Precio.

El precio de la cerveza se consideran los gastos fijos y variable en la actividad de producción de esta, que determina que la cerveza en unidad tiene un costo de \$1,16, versus el precio unitario de la cerveza por botella de 330ml Brown Pale Ale en Bogotá es \$4,00 mientras el four pack tiene un costo de \$14,00 y la caja de 24 unidades en exportación desde Ecuador hasta Colombia el precio de venta al distribuidor será de \$1,56, excluyendo los costos logísticos que el comprador deberá cancelar en origen para retirar la mercadería.

Plaza.

La comercialización y el mercado objetivo para la venta de las cervezas se efectuará a través de los distribuidores mayoristas en la ciudad de Bogotá, con la finalidad de llegar al consumidor de una manera más efectiva y ágil.

Los supermercados o markets más concurridos de Bogotá son Jumbo, Carulla y Éxito mismas que conforman las cadenas de supermercados más reconocidas dentro del país. Además, son supermercados dirigidos para la clase media-alta mismo que está dirigido el presente proyecto.



Figura 8 Marcas de Supermercados en Bogotá

Adicionalmente, los encuestadores arrojaron resultados mayores a 43%, donde mayormente se efectúa la compra de bebidas alcohólicas son en los supermercados.

Promoción.

Rambla en la actualidad posee una alta promoción local, dado que la estrategia de marketing y publicidad ha sido muy selectiva durante estos dos últimos años debido a que se ha buscado posicionar en los restaurantes y bares que mantienen un alto auge y target, mismo que también suelen ser lugares turísticos como Mami-T y El Mar, Anderson Express, Market Jr. y Maestre del Rio ubicados en Puerto Santa Ana, Bar los 80's ubicado en Urdesa, Wingers ubicado en Aventura Plaza y Sonesta, Vive La Vie y Patico Delimarket ubicados en Plaza Lagos y Johnnie Pines ubicado en Plaza Navona siendo Guayaquil y Samborondón donde la marca Rambla es consumida por muchos turistas.

Dado que el mercado objetivo para distribuir la cerveza en Colombia son los supermercados, para la exportación del producto la promoción inicialmente será de manera digital. Actualmente Rambla cuenta con una página en Instagram y Facebook, por lo tanto, se solicitará realizar campañas publicitarias y post publicitarios para gozar de estos beneficios en el exterior.

Posteriormente, en caso de que la cerveza de estilo Stout tenga reconocimiento y posición en Colombia, se analizará la opción de proceder con la creación de una página web de Rambla, que permitirá a los consumidores obtener la información de otros productos y beneficios con la finalidad de atraer a los consumidores a consumir la cerveza en el exterior.

Por otra parte, se planea participar en las ferias más reconocidas de cerveza en Bogotá -Colombia como las siguientes:

- Expocerveya: Es un evento organizado por los supermercados del Grupo Éxito y Carulla en el centro comercial Unicentro, donde los visitantes, turistas y consumidores encuentran más de 200 referencias de 17 países y disfrutar de

múltiples variedades de bebidas preferidas por los colombianos, hasta el presente año no se ha dado a conocer en esta feria, una marca de cerveza procedente de Ecuador (Andrés Cardona, 2019).

- Oktoberfest: Se une con un concurso de trajes típicos del festival bávaro y se realiza en el Centro de Eventos Autopista Norte, Bogotá, km 19 autopista Norte y el precio de las entradas varía el precio por día en 23.000 COP, por atracciones ilimitado 30.000 COP, y por cada atracción entre 6.000 a 8.000 COP.
- El Festival Cervecerero Artesanal: Es una feria atractiva turística donde cada fabricante de cerveza artesanal obtiene su propia copa, y otorgan medallas de oro, plata y bronce a las mejores cervezas en dos grandes categorías. La primera, la de cervecería artesanal en estilo libre cervezas de empresas pequeñas envían sus muestras y son juzgadas de acuerdo con el estándar internacional del Beer Judge Certification Program, "BJCP", la otra es la de cervezas caseras, hechas por personas que las elaboran al gusto y que tienen en este encuentro una oportunidad de competir.
- La Celebración de Club Colombia: es conocida como las marcas que preparan cada año un festejo que se suma al Oktoberfest, es un encuentro donde combina no solo la cerveza sino también el arte y la música, ya que hay artistas invitados y las entradas son desde 85.800 COP.

Todos estos medios de promoción se encontrará una oportunidad donde se establezca una relación comercial más cercana y personalizada con los distribuidores y consumidores donde a su vez se verá la oportunidad de abarcar otros mercados que conlleven al éxito de la marca Rambla a un mercado internacional.

Plan de Exportación

Proceso Logístico.

En Colombia, los requisitos para los importadores, productores y exportadores de cerveza son complejos debido a la existencia de la más grande empresa que mantiene el monopolio de este producto como adquirida recientemente por SABMiller y esta a su vez por AB InBev.

Para comenzar con el proceso de exportación se debe cumplir con lo siguiente:

Certificado Digital para la Firma Electrónica.

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- Banco Central del Ecuador.
- Security Data.

Registro como Exportador.

Para proceder con el registro se debe de crear el registro en el portal de ECUAPASS, mediante lo siguientes documentos:

- Ruc de la empresa.
- Certificado digital para la firma electrónica.

En el portal se permite:

1. Actualizar base de datos.
2. Crear usuario y contraseña.
3. Aceptar las políticas de uso.
4. Registrar firma electrónica.

En el boletín 73-2019, el cual se encuentra en los instructivos de sistemas que indican el paso a paso sobre el registro de usuario en el portal ECUAPASS, como la

declaración juramentada de origen del producto para exportar, la cual puede ser realizada electrónicamente presentando la información requerida (SENAE, 2017).

Declaración Aduanera de Exportación.

El transporte de la cerveza artesanal a Bogotá será FOB de acuerdo con la liquidación de gastos presentada. La exportación iniciará con la Declaración Aduanera de Exportación DAE en el sistema ECUAPASS, la misma es amparado a una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración con un vínculo legal y obligaciones por cumplir con la SENAE - Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante.
- Descripción de mercancía por ítem de factura.
- Datos del consignante.
- Destino de la carga.
- Cantidades.
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que se digitan en la DAE por medio del sistema ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite).

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y se almacena

antes de proceder a la exportación, una vez se cargue el documento en el sistema se notifica el canal de aforo asignados, mismos que pueden ser aforos automáticos, documental y físico intrusivo.

- Canal de Aforo Automática: Es cuando la autorización de salida para que se embarque la mercancía será automática al momento del ingreso de la carga a los depósitos o bodega temporales.
- Canal de Aforo Documental: Se designa al funcionario a cargo del trámite al momento del ingreso de la carga al depósito temporal o zona primaria, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y se procederá al cierre si no existieren novedades. Es preciso indicar que, en caso de existir una observación al trámite, será registrada mediante el esquema de notificación electrónico. Una vez cerrada la DAE cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.
- Canal de Aforo Físico Intrusivo: Se designa a un funcionario para que realice una inspección física de la carga comprobando con la documentación electrónica y digitalizada enviada en la DAE (SENAE, 2017).

Arancel e Impuestos.

Arancel.

Partida Arancelaria: 2203.00.00.00

Código Nomenclatura	Descripción
2203.00.00.00	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre Cerveza de malta

Figura 9 Partida Arancelaria

Impuestos.

Para esta posición arancelaria aplica un gravamen de 15% sobre el valor CIF y 16% de IVA para la nacionalización. El código arancelario para la Cerveza Malta es 2203.00.00.00, para el cual la tarifa es de 0% por ser Ecuador y Colombia, países miembros de la Comunidad Andina (CAN).

El Registro Único Tributario (RUT), es la clasificación del mecanismo para ubicar, identificar y clasificar a los ciudadanos según sus obligaciones administrativas que son controladas por La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). Es indispensable contar con el RUT para hacer exportaciones en el país especificando esta actividad.

Requisitos para el Ingreso del Producto a Colombia

Impuesto al Consumo en Colombia.

La base gravable para el impuesto al consumo de productos extranjeros es el valor en aduana de la mercancía incluyendo los gravámenes arancelarios, adicionado con un margen de comercialización equivalente al 30% del impuesto. El impuesto al consumo se liquida y paga en el momento de la importación.

Los fabricantes o quien coloque su marca son los responsables del cumplimiento de los requisitos establecidos para dichos productos, por lo tanto, deberán garantizar la correspondencia entre la cantidad o el contenido enunciado del producto hasta el momento de su comercialización a los destinatarios finales. Las cantidades deben de dar certeza sobre el contenido de un producto.

En relación con la responsabilidad social que practican los agentes que participan en la cadena de producción y suministro de bebidas alcohólicas existen varios requisitos que deben de cumplir para obtener la aprobación que indica el

gobierno de Colombia por medio de los siguientes organismos que ayudan a proteger la vida y la salud de los habitantes.

En el caso de la importación de cerveza artesanal, intervienen los siguientes organismos:

Registro Sanitario.

La medida de control en donde el Instituto Nacional de Vigilancia de medicamentos y Alimentos (INVIMA), entidad adscrita al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural verifica que el solicitante cumpla con los estándares de calidad e inocuidad de los productos que se importan, movilizan o exportan del territorio colombiano para confirmar que no vaya a afectar la salud de los consumidores, de esta manera faculta al titular a proceder con la elaboración, comercialización, poder envasar, procesar y vender los productos que lo requieren de acuerdo con la normativa estipulada (Decreto 1686, 2012, p. 31).

Licencia de Venta.

La licencia avala la libre comercialización de las bebidas alcohólicas en cualquier establecimiento o canales de distribución autorizado en Colombia.

Reglamento Técnico.

Corresponde a los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, almacenamiento, distribución, logística, comercialización, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano (Decreto 1686, 2012).

Contenido Técnico.

El producto debe contener toda la información real y datos nutricionales, que busca la prevención ante los riesgos de consumo. Por esto, se establece la necesidad de incluir un contenido técnico en el rotulado o etiquetado sobre calorías totales y de grasa, proteína, grasa saturada, carbohidratos, fibra, colesterol, sodio, grasas, azúcares, vitaminas A y C, hierro y calcio (Resolución No. 00000333, 2011).

Rotulación.

Las cervezas que se importen a Colombia deben de ser entregadas bajo la información precisa, evitando que los consumidores generen una imagen diferente a las características reales del producto junto con la presentación del envasado de una manera falsa o engañosa para crear una imagen errónea del producto, en relación con su naturaleza o inocuidad. Por lo expuesto las cervezas deben presentar rótulos o etiquetados permanente de las bebidas alcohólicas nacionales e importadas para consumo deben cumplir con los siguientes requisitos:

Las etiquetas 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.

Los rótulos o etiquetas que se adhieran a los envases de las bebidas alcohólicas no se podrán remover o separar fácilmente de este.

Se prohíbe en el rótulo o etiqueta, el uso de adhesivos para declarar la fecha de vencimiento, grado alcohólico y utilizar rótulos sobrepuestos o ilegibles.

El rótulo o etiqueta de las bebidas alcohólicas deben de contener la siguiente información:

- Nombre y marca del producto de acuerdo con la información contenida en el registro sanitario.

- Nombre, ubicación y dirección del fabricante, 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.
- Nombre, dirección y ciudad del importador, de ser necesario.
- Número del registro sanitario otorgado por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA.
- Contenido Neto en Unidades del Sistema Internacional de Medidas.

Las Leyendas:

Las leyendas obligatorias que deben incluirse en los envases de toda bebida alcohólica importada:

- "El Exceso de Alcohol es Perjudicial para la Salud". Esta leyenda debe ocupar, como mínimo, la décima parte del área de la etiqueta, ubicada en la cara principal de exhibición y estar dispuesta en el extremo inferior de la misma con caracteres fácilmente legibles por su tamaño y tipo de letras, de tal manera que, contrasten con el fondo sobre el cual estén impresos. En ningún caso, se permiten tamaños ni contrastes que hagan perder el sentido preventivo de esta exigencia.
- "Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad".
- Los productos que se hidraten o envasen en el país a partir de graneles nacionales, o que se elaboren en el país, deben indicar claramente en la etiqueta sin abreviaciones en forma destacada "Industria colombiana" o "Hecho en Colombia" o "Elaborado en Colombia".
- Grado alcohólico expresado en grados alcohol métricos o en porcentaje en volumen a 20°C.

- No podrán emplearse leyendas o imágenes que sugieran propiedades medicinales o nutricionales.
- El número o código del lote de producción puede registrarse en el material de envase, tapa, rótulo o etiqueta permanente. Dicha descripción, se puede hacer mediante una indicación en clave (códigos numéricos, alfanuméricos, barras, perforaciones), en un lugar visible y legible. Cuando sea del caso, se acepta como lote, la fecha de vencimiento.

Las muestras sin valor comercial que ingresen al país deben contener en su rótulo, empaque, envase y/o etiqueta la leyenda “muestra sin valor comercial, prohibida su venta”.

Tratándose de bebidas alcohólicas importadas, se permitirá el uso de un rótulo complementario, con el fin de declarar las leyendas obligatorias establecidas en el presente artículo, así como el número del registro sanitario otorgado por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima; nombre; dirección y ciudad del importador (Decreto 1686, 2012, p. 29,30).

Costos.

Tabla 2
Capacidad de Producción

Capacidad de Producción (unidades)			
	Producción por Lote	Mensual	Anual
Litros	1822	5466	65592
MI	1822000	5466000	65592000
Botellas 330ml	5521	16564	198764

La cerveza artesanal tiene una presentación en botella de 330ml. Produce por lote mensualmente 5466 litros que corresponde a 16564 botellas para la venta.

Costos de Embarque en Aduana.



Gastos de Exportación			
Manejo y Administración	1	110	110
Consolidación	14,68	85	1247,78
THC FCL	14,68	305	4477,32
Transmisión de Datos FCL	1	50	50
Handling FCL	1	100	100
		Sub-Total	\$ 5.985,10
		Impuesto	\$ -
(1.)	Total		\$ 5.985,10
		Valor FOB	\$ 19.214,24
		(1.)+(2.)	\$ 25.199,34
		Flete Marítimo	\$ 800,00
Total Costo Seguro y Flete			\$ 6.785,10

Figura 10 Costos de Embarque en Aduana

El costo unitario de la caja de 24 unidades es \$28,80 en el contenedor de 20'' FCL se puede embarcar hasta 1380 cajas. Solo en el caso de que el comprador solicite que el vendedor gestione el flete y le sea incluido en el costo del producto, el flete marítimo desde el puerto de Guayaquil a Colombia – Buenaventura varían entre \$800 y \$1200 por contenedor acorde a una cotización enviada por Panalpina.

El comprador deberá pagar el 5% de la factura total en origen que es el ISD y el arancel es del 0% debido a que Ecuador y Colombia son países miembros de la Comunidad Andina (CAN).

Acorde a la partida arancelaria del producto a exportar, el comprador deberá pagar a través de una liquidación de tributos que se encuentra en anexos, que determinará los tributos aduaneros a pagar una vez arribe la carga a puerto (FODINFA e impuesto sobre las ventas, IVA). El FODINFA será el 0.5% del valor de la factura más el seguro, por otra parte, el seguro lo cancela el comprador mediante algún servicio que tenga contratado para asegurar sus cargas. Los otros gastos que se cancelan para sacar el producto del puerto son costos de naviera, vistos buenos de Bill

of Lading, bodegaje, transporte, manejo de carga, todos estos costos mencionados se cancelan en origen debido al término de negociación FOB.

Proceso de Exportación

Embalaje.

Definir el embalaje o el empaque adecuado en una exportación permitirá al exportador tener la tranquilidad de que comprador recibió el producto en óptimas condiciones tal como salió de la planta de producción.

Para la exportación se determinó los siguientes empaques:

- Primario: Botella 330ml.
- Secundario: Separadores de cartón (largueros y transversales).
- Terciario: Cajas de cartón.



Figura 11 Empaques

Empaque Primario.

Corresponde al primer empaque de la cerveza artesanal que es una botella de 330 ml de vidrio, mismo que está en contacto directo con su contenido, protegiéndolo.

Empaque Secundario.

El empaque secundario serán los separadores de cartón que servirán para separar las botellas y facilitar su protección y traslados con la finalidad de evitar que se golpeen entre ellas, será utilizado como refuerzo para el envase primario facilitando su transporte y manipulación hasta que arriben a la bodega del cliente.

Debido a que se espera distribuir el producto a grandes superficies y supermercados el empaque puede ser fabricado con material reciclado ya que la función de este lo permite.

Empaque Terciario.

Al tener un empaque frágil como son las botellas de vidrio, este empaque debe de ser resistente y manipulable para el traslado y almacenamiento posterior, hasta que se produzca la venta al público y colabora en la cadena logística evitando que sufran daños la presentación del producto. En el caso de que se distribuyera en puntos de venta al por mayor se mantienen agrupados y almacenados por un tiempo hasta su traslado.

Las cajas de cartón suelen mantener tamaños estandarizados para poder albergar packs de 12 a 24 botellas por lo general y tienen unas dimensiones que facilitan su paletización, disponen de una buena resistencia para golpes, pero aún mejor contra el aplastamiento. De tal manera, sostienen más cajas encima sin problemas.

La caja seleccionada es fabricada en cartón ondulado de color marrón Rejilla separadora en cartoncillo con las siguientes características:

- Material Caja: cartón ondulado de una onda 3mm plus.
- Color del Cartón: Exterior e interior marrón.
- Medidas Interiores (largo x ancho x alto): 37 x 25 x 23 cm.

- Medidas Máximas de Botella: Diámetro 60 mm y altura máxima 230mm.



Figura 12 Empaque Terciario

Tabla 3

Tipo de Contenedor

Tipo de Contenedor	Total de Cajas	Total de Unidades
Contenedor 20fcl	1380	33120

Por otra parte, el producto se lo exportará en un contenedor full de 20'' que tiene capacidad para cargar 20 pallets de madera de 1.10 x 1.10 o de 1.20 x 0,90.



Figura 13 Tipo de Contenedor

Incoterm.

A continuación, se detallará el proceso para transportar el producto al país destino Bogotá–Colombia.

Términos de Negociación Internacional.

Los incoterms o términos internacionales de comercio corresponden las normas de aceptación voluntaria por el comprador y el vendedor acerca de las condiciones de negociación para la entrega de los productos.

Se usan para aclarar los costos de las transacciones comerciales internacionales, en base a las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la posición del transporte internacional de mercancías. Estas reglas están avaladas por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional.

La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional es el órgano jurídico en el ámbito del derecho mercantil internacional, que tiene como objetivo la reforma de la legislación mercantil a nivel mundial para modernizar y armonizar las reglas del comercio internacional.

Se manejará la exportación de la cerveza artesanal marítimo en termino FOB Free on Board / Franco a Bordo; en español, porque este término limita la responsabilidad del exportador. Los costos en incoterm FOB es el valor de la mercancía puesta a bordo del medio de transporte acordado, en el punto de embarque convenido, con todos los gastos, derechos y riesgos a cargo del vendedor (Santander, 2020).

El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte ni de seguro, sin embargo, si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo. Si

el comprador lo solicita, el vendedor deberá contratar el transporte, pero a riesgos y expensas del comprador. Se pone a la disposición la mercancía en el puerto de embarque asignado y a bordo del buque seleccionado por el comprador de acuerdo con la negociación con la naviera, posterior se efectúan los tramites de aduana de la exportación en caso de que fueran necesarios, en una negociación FOB, el vendedor cumple con la obligación de la entrega cuando la mercancía está en el buque.

El comprador debe seleccionar el buque, y en base a la negociación para el flete y el seguro propio o asignado en la naviera, y se encarga de las formalidades hasta la llegada de la mercancía. Asume así todos los gastos y riesgos de pérdida o de deterioro que pueden suceder durante en tránsito de la carga desde el momento en que fue entregada. El comprador deberá asumir los costos en el caso de que el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de la mercancía, siempre y cuando la mercancía se haya declarado. El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado (Santander, 2020).



Figura 14 Incoterm Free on Board

El plazo de entrega desde Ecuador a Colombia es de 7 días marítimo y terrestre son de 6 días debido a se tiene que realizar el proceso de desaduanización en Ipiiales, los costos no varían considerablemente, sin embargo, al momento de elegir vía terrestre los términos cambiarían a CFR que a diferencia del FOB se debe gestionar el valor de flete y debe ser asumido por el vendedor.

La documentación que se debe tener es la siguiente:

- Factura Comercial.

- Lista de Empaque.
- Registro sanitario o Vistos Buenos.
- Bill of Lading cuando es marítimo, y cuando es terrestre.
- Certificado de origen emitido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Capítulo VI: Ambiente Administrativo

Registro Único Artesanal

El artesano que quiera obtener un préstamo de BanEcuador para contar con capital de trabajo o adquirir activos fijos como pequeña maquinaria, cuenta con una línea crediticia que puede financiar hasta el 100% de su proyecto, con un monto de hasta 60 mil dólares.

El plazo de los préstamos puede ser de hasta 10 años y a un interés del 11%, con pagos determinados en función del flujo de caja de la actividad productiva artesanal, sea esta mensual, trimestral, semestral o anual (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2019).

Empresa

La empresa fue creada como emprendimiento, el cual se vio la necesidad de satisfacer un mercado mediante un producto artesanal de buena calidad que brinde un sabor al gusto de los consumidores. La razón social para realizar la exportación de la

cerveza Stout a la ciudad de Bogotá es Rambla Beer Factory con RUC 0922505649001 dirigida a la fabricación y venta de cerveza artesanal.

Beneficios Legales para los Artesanos

La ley está dirigida a los trabajadores que aportan significativamente al desarrollo productivo del país innovando y realizando un crecimiento en la matriz productiva del mismo; los beneficios artesanales que son brindados por la Ley de Defensa del Artesano, son normas que regulan la actividad productiva artesanal, garantizando el principio constitucional de igualdad, inalienabilidad e intangibilidad de los trabajadores, cuyo objetivo es beneficiar la actividad del trabajador artesanal, involucrándolo de manera directa al desarrollo económico y competitivo del país. En el artículo 9 de la Ley de Fomento del Artesano se presenta los siguiente:

1. Exoneración de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos, materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesarios para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales.

2. Exoneración total de los derechos, timbres, impuestos y adicionales que graven la introducción de materia prima importada dentro de cada ejercicio fiscal, que no se produzca en el país y que fuere empleada en la elaboración de productos que se exportaren, previo dictamen favorable del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca.

3. Exoneración total de los impuestos y derechos que graven la exportación de artículos y productos de la artesanía.

4. Exoneración total de los impuestos a los capitales en giro.

6. Exoneración de los impuestos que graven las transacciones mercantiles y la prestación de servicios, de conformidad con la Ley.

8. Exoneración de impuestos arancelarios adicionales a la importación de envases, materiales de embalaje y, de acuerdo con el Reglamento, similares, cuando las necesidades de los artículos o producción artesanal lo justifiquen, siempre que no se produzcan en el país.

11. Las personas naturales o jurídicas acogidas a esta Ley percibirán hasta el 15% en general como Abono Tributario o sobre el valor FOB de las exportaciones, y, como adicional, por razones de difícil acceso a mercados externos, licencias, permisos previos, competencia en el mercado, costos y fletes y lo que representan los nuevos mercados, hasta el 10% de los porcentajes que se establecieren legalmente.

12. Exoneración de los impuestos, derechos, servicios y demás contribuciones establecidas para la obtención de la patente municipal y permisos de funcionamiento (Ley de Fomento Artesanal, 2003, p. 3).

Beneficios Bancarios.

La concesión de préstamos a largo plazo y con intereses preferenciales a través del Banco Nacional de Fomento y de la banca privada, para cuyos efectos la Junta Monetaria dictará la regulación correspondiente. Los montos de los créditos se fijarán considerando especialmente la actividad artesanal y el número de operarios que tenga a su cargo el taller (Ley de Defensa del Artesano, 1997, p. 4).

Estructura Organizacional

La empresa es un negocio pequeño conformado por tres personas al ser una idea de emprendimiento alineado a lo artesanal.

Jefe de Operaciones.

El jefe de operaciones es el representante legal, mismo que a su vez es el encargado de planificar, coordinar y ejecutar el lote de producción de la cerveza artesanal. Realiza y supervisa todo el proceso de fabricación dándole seguimiento a las actividades de preparación de los ingredientes en la planta. Adicionalmente, gestiona la eficacia de los procesos en base a la capacidad de producción y que los mismos se cumplan con los estándares de calidad como seguridad requeridos hasta llegar a su proceso de refrigeración.

Jefe Administrativo.

Es el encargado de realizar las labores administrativas, tales como clasificación recepción y diligenciar trámites de documentos y labores de la oficina, realiza los controles tributarios y legales con la finalidad de manejar el funcionamiento y rendimiento de Rambla, lleva inventarios y hace las reposiciones o pedidos necesarios para abastecer la planta, es el encargado de llevar la contabilidad de la empresa.

Jefe de Ventas y Distribución.

Define la estrategia comercial y de posicionamiento de la marca Rambla, ejecuta la conexión entre los puntos de distribución y contribuye al desarrollo del negocio mediante la innovación y el marketing con el propósito de incrementar las ventas y enfrentar exitosamente los desafíos del mercado como la competencia. Provee la correcta presentación del producto hacia el público, da a conocer sus características hasta captar la atención de los consumidores, realiza la investigación de los mercados objetivos y las negociaciones de los puntos de venta.

Operador Cervecerero.

El operador cervecero es el responsable de velar y ayudar a en el proceso de producción de la cerveza. Es el que asiste en las labores del jefe de producción para evitar los posibles errores de calidad, verifica que el tiempo en todos los procesos se cumplan y la cerveza artesanal cumpla con las características y el rendimiento necesario para cumplir con los estándares de calidad.

Operador Logístico.

El operador logístico es el responsable de los procesos de recolección, almacenamiento y transporte de las cervezas entre otras funciones en la empresa, es el encargado de mejorar los procesos de las etapas de la cadena de suministro. El transporte de la cerveza es la tarea principal asignada al operador logístico misma que evalúa las condiciones del transporte y la logística entre los plazos de entrega para asegurar que la carga llegue a su destino final en óptimas condiciones.

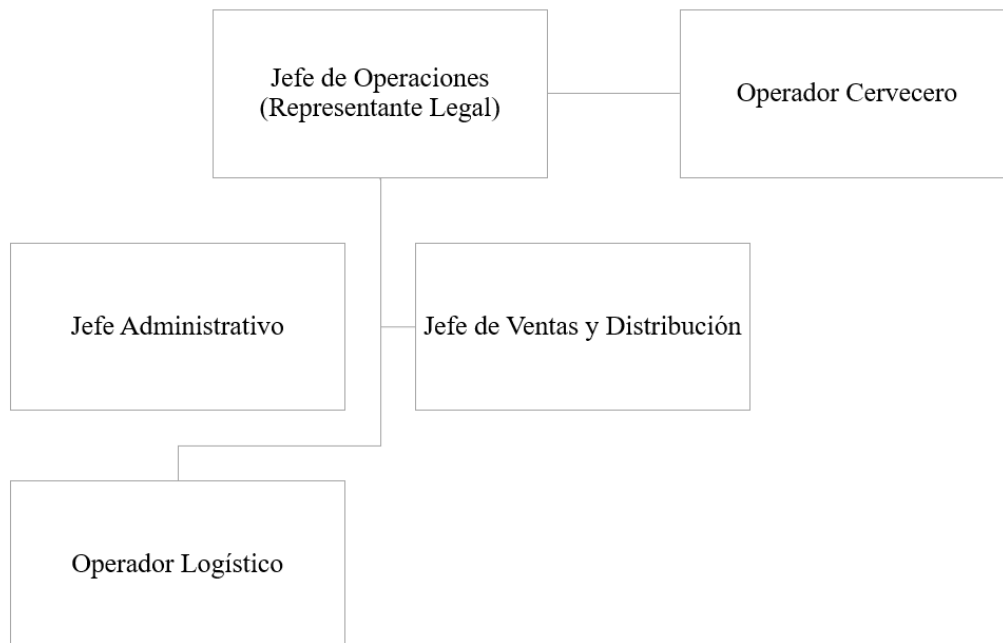


Figura 15 Organigrama

Sueldos y Salarios.

Tabla 4
Sueldos

Cargos	Sueldo mensual	Base imponible	Aporte Personal	Total a Recibir
Jefe Administrativo	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 89,78	\$ 860,23
Jefe de Operaciones (Representante Legal)	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 103,95	\$ 996,05
Jefe de Ventas y Distribución	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 80,33	\$ 769,68
Operador	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 51,98	\$ 498,03
Operador	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 362,20
Total:	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00	\$ 363,83	\$ 3.486,18

Misión

Elaborar y comercializar cervezas artesanales con altos estándares de calidad, variedad de estilos y precios competitivos en el mercado nacional e internacional.

Visión

Ser una empresa cervecera artesanal que se posicionará como líderes en el mercado nacional a corto plazo, capaz de satisfacer las necesidades de los clientes de la industria artesanal fomentando la innovación y desarrollo de la marca.

Valores

- **Excelencia:** Ser una empresa con los mejores estándares de calidad y seguimiento a los procesos utilizando buenas maquinarias, materias primas para la fabricación de las cervezas artesanales y ofrecer un producto único.
- **Integridad:** Actuar siempre con honestidad y preservar los valores de todos los que conforman el negocio.
- **Responsabilidad:** Ser una empresa que rinda con cumplimiento en base a los objetivos de ventas planteadas y el rendimiento de las actividades que promuevan la venta de los productos que no perjudiquen el entorno ambiental, social.

- **Confianza:** Asegurar el cumplimiento en los tiempos de entrega de los productos a nuestros clientes, darle seguimiento al abastecimiento de los utensilios, empaques y materias primas, entregar un producto con una presentación y producto adecuado para evitar reclamos y devoluciones de producto.

FODA

Fortalezas.

- La marca es reconocida y el producto comercializado a nivel nacional.
- Conocimiento de las características de los productos.
- Capacidades creativas para nuevos productos.
- El producto es de buena calidad y sabor.
- Portafolio con variedades de cerveza.
- Potencial de crecimiento.
- Experiencia en canales de distribución.

Oportunidades.

- Posición de una marca nueva e innovadora en el mercado colombiano.
- Colombia se asemeja a Ecuador con la culturas y costumbres.
- Colombia es un país que abarca un alto consumo de cerveza artesanal.
- Cercanía de Colombia y Ecuador por sus fronteras.
- El clima de Bogotá favorece al consumo de una cerveza.
- Colombia es un país donde hay turismo concurrente.
- No existen barreras arancelarias con Colombia para productos importados.
- Colombia es un país cafetero, y el estilo Stout que se quiere exportar posee estas características con un valor agregado.

- Colombia al momento no importa cerveza artesanal de Ecuador.

Debilidades.

- La situación actual del país por la pandemia COVID-19 dificultan los procesos de exportación.
- El sector industrial y económico se ha visto afectado por la pandemia COVID-19.
- Baja capacidad de producción para competir con empresas artesanales con procesos de fábrica a gran escala.
- Baja inversión en marketing y publicidad.

Amenazas.

- Alta competencia de las distintas marcas de cervezas artesanales ya posicionadas en el mercado.
- Crisis económica en Colombia a causa del COVID-19.
- El cierre de frontera a casusa de la pandemia ha causado la reducción de las exportaciones.
- Poca experiencia en el mercado extranjero.
- Los colombianos son fieles a la marca conocida.
- Controles y reglamentos del consumo de cervezas artesanales.
- Cambio en políticas gubernamentales para protección de la producción local.

Capítulo VII: Análisis Descriptivo y Estudio Financiero

Este capítulo está dividido en dos análisis: descriptivo y financiero, los cuales servirán para conocer los gustos y preferencias del mercado objetivo encuestado y la viabilidad financiera del mismo.

Análisis Descriptivo

En el análisis descriptivo se procederá a analizar las 384 encuestas realizadas en Bogotá, Colombia para poder tener una correcta visión del producto a exportar.

Encuestas.

Mediante las encuestas realizadas a los ciudadanos en Bogotá, con relación a las cervezas artesanales, se procedieron a encuestar mediante 13 preguntas, las cuales fueron compartidas mediante la plataforma de Google Forms, que servirán como base para la toma de decisiones y posible ingreso al mercado anteriormente mencionado.

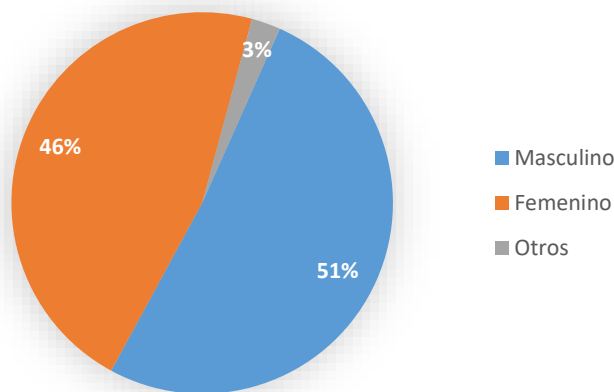


Figura 16 Primera Pregunta de Encuesta

En la primera pregunta, se consulta el género del encuestado, se puede contemplar que el consumo de cerveza es parejo, ligeramente superior por hombres con un 51% versus a las mujeres con 46%.

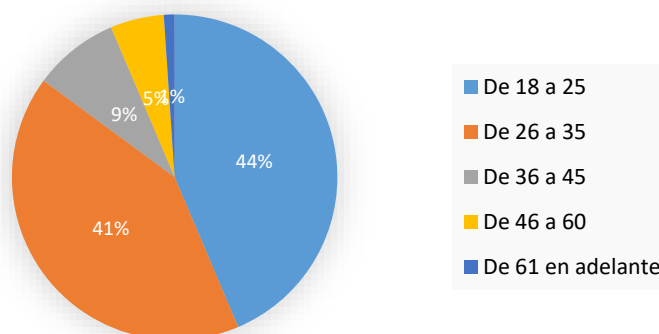


Figura 17 Segunda Pregunta de Encuesta

En la segunda pregunta, se consulta el rango de edad de los encuestados, las edades de entre 18 a 25 años representan un 44% ligeramente superior del rango de 26 a 35 años con un 41%, esto indica que la cerveza artesanal es más frecuente entre personas de la generación Y y Z.

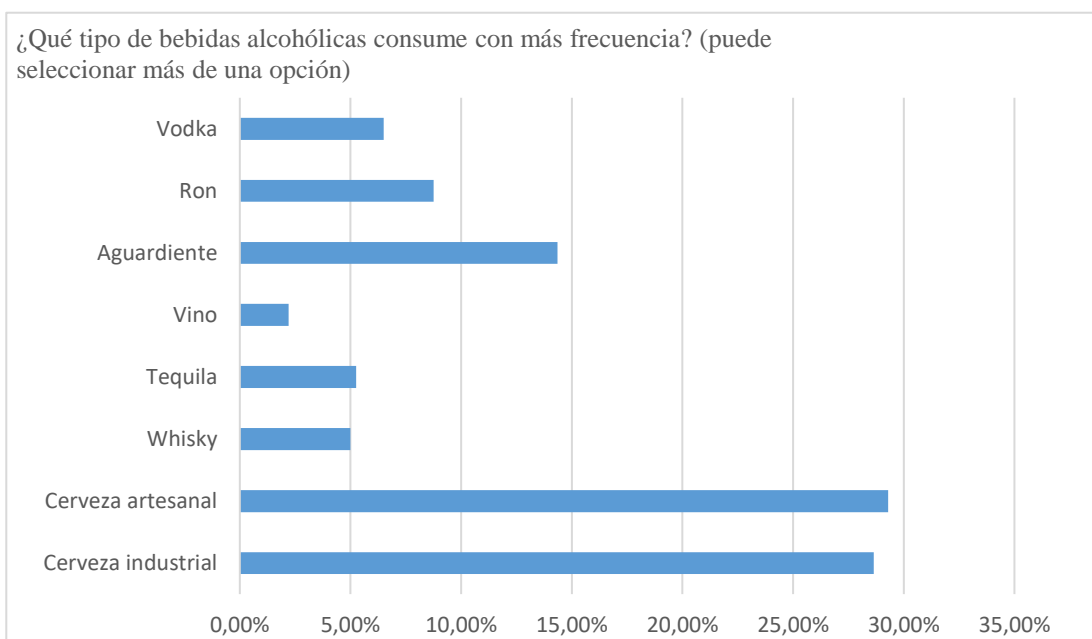


Figura 18 Tercera Pregunta de Encuesta

En la tercera pregunta, se consulta el tipo de bebidas alcohólicas que se consumen más, la cerveza es la que mayor porcentaje tiene, dividido en la artesanal con un 29.30% y la industrial con un 28.65% lo que denota que el consumo de cerveza artesanal tiene acogida en el mercado colombiano.

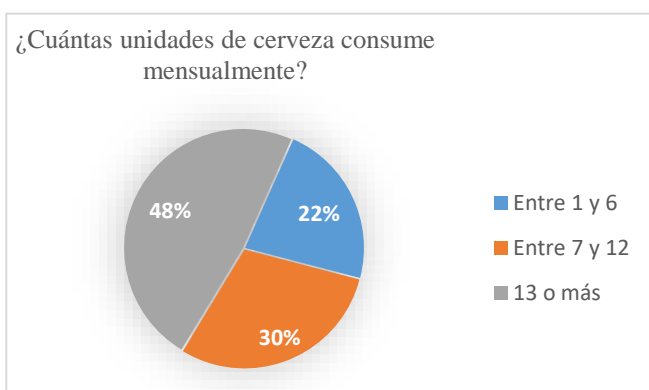


Figura 19 Cuarta Pregunta de Encuesta

En la cuarta pregunta, que refiere a cuántas unidades de cerveza consumen mensualmente, los resultados arrojan que el 48% consumen más de 13 cervezas al mes, esto indica que el consumo de cerveza es frecuente entre los colombianos.

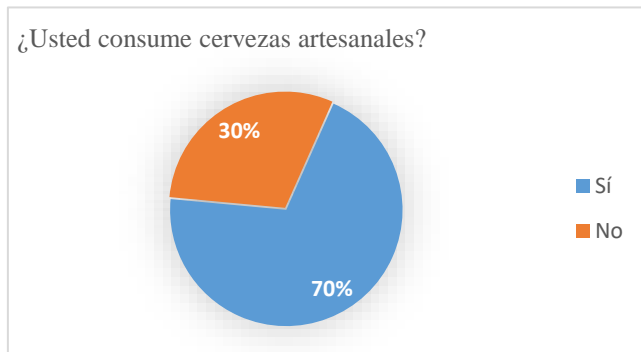


Figura 20 Quinta Pregunta de Encuesta

En la quinta pregunta, que trata sobre si consumen cervezas artesanales, los resultados arrojan que el 70 % si la consumen.

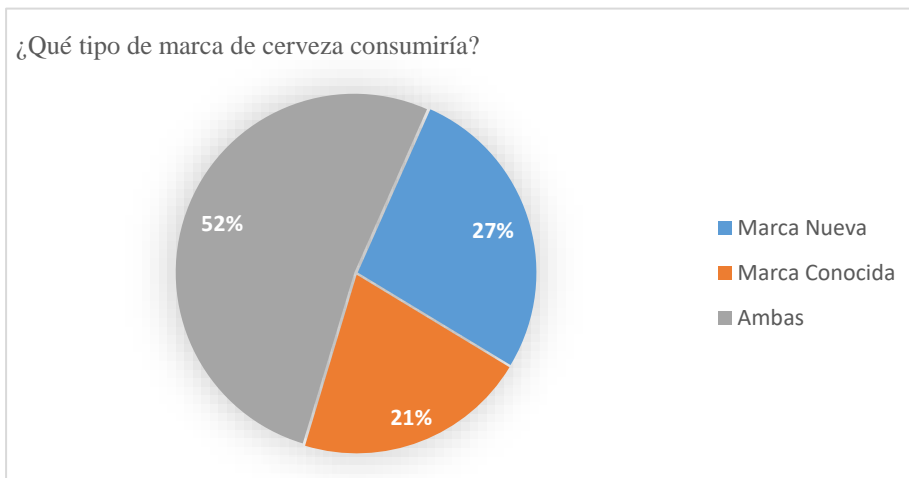


Figura 21 Sexta Pregunta de Encuesta

En la sexta pregunta, que trata sobre el tipo de marca de cerveza que consumirían, los encuestados indican con un 52% que consumirían tanto cervezas de una marca nueva como una ya conocida, lo que significa que la marca podría posicionarse fácilmente dentro del mercado.

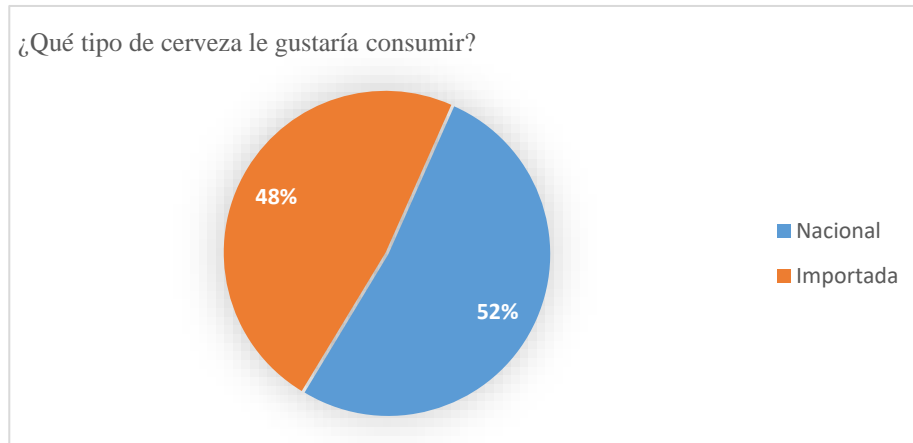


Figura 22 Séptima Pregunta de Encuesta

En la séptima pregunta, la encuesta arroja una cierta paridad en el tipo de cerveza que prefieren los encuestados. Un 48% la prefiere importada y un 52% la nacional.

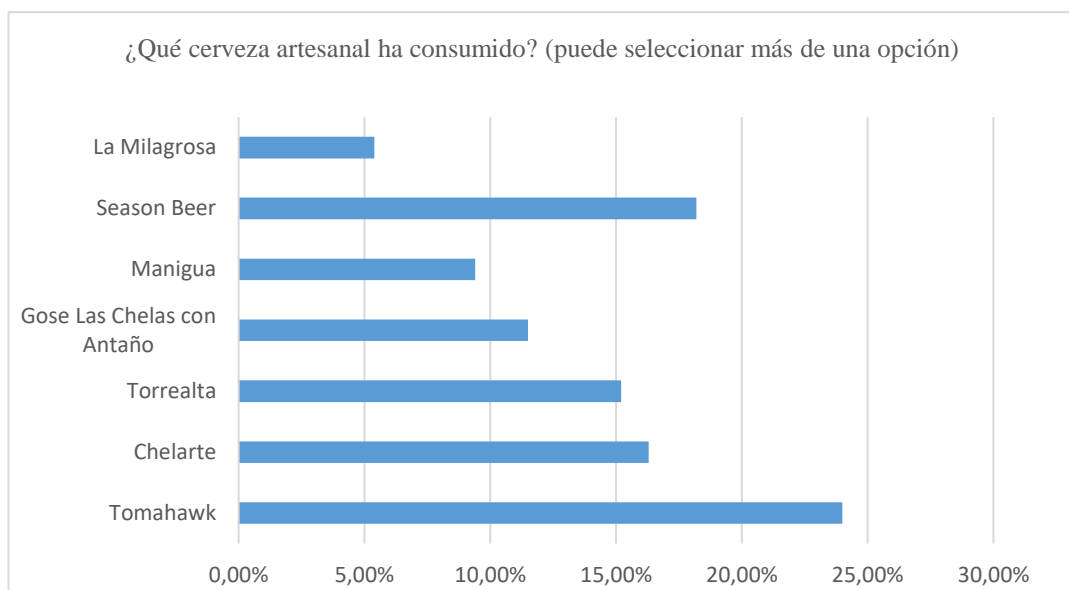


Figura 23 Octava Pregunta de Encuesta

En la octava pregunta, que trata sobre las cervezas que han consumido los bogotanos, la cerveza de marca Tomahawk es la mayor conocida con un 24%, seguida de Season Beer con un 18.2%. La menos conocida es La Milagrosa, con un 5.4% del total de las encuestas.

¿En qué lugar compra la cerveza habitualmente?
(puede seleccionar más de una opción)

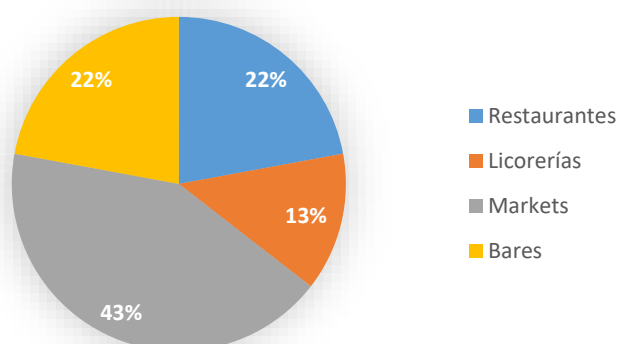


Figura 24 Novena Pregunta de Encuesta

En la novena pregunta, sobre en qué lugar consumen habitualmente la cerveza, el 43% prefiere los markets lo que podría ser el punto de distribución de la exportación de la cerveza Rambla, adicionalmente se presentó una igualdad del 22% entre los bares y restaurantes lo que determina el segundo de distribución posterior al inicio de la comercialización de la cerveza en Colombia.

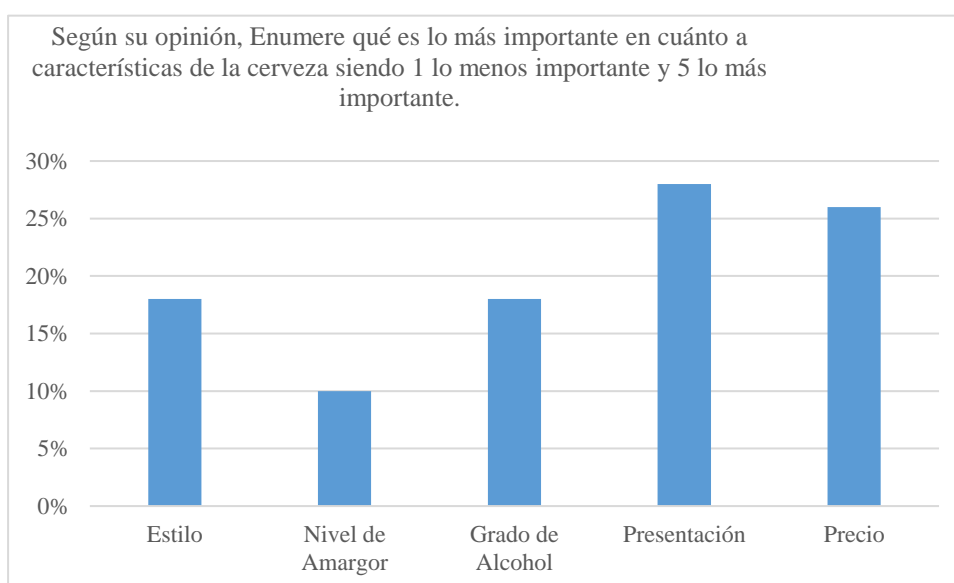


Figura 25 Décima Pregunta de Encuesta

En la décima pregunta, donde se analiza lo más importante en cuánto a características de la cerveza siendo 1 lo menos importante y 5 lo más importante, la presentación de la cerveza representa un 28% junto con el precio de esta con un 26%.

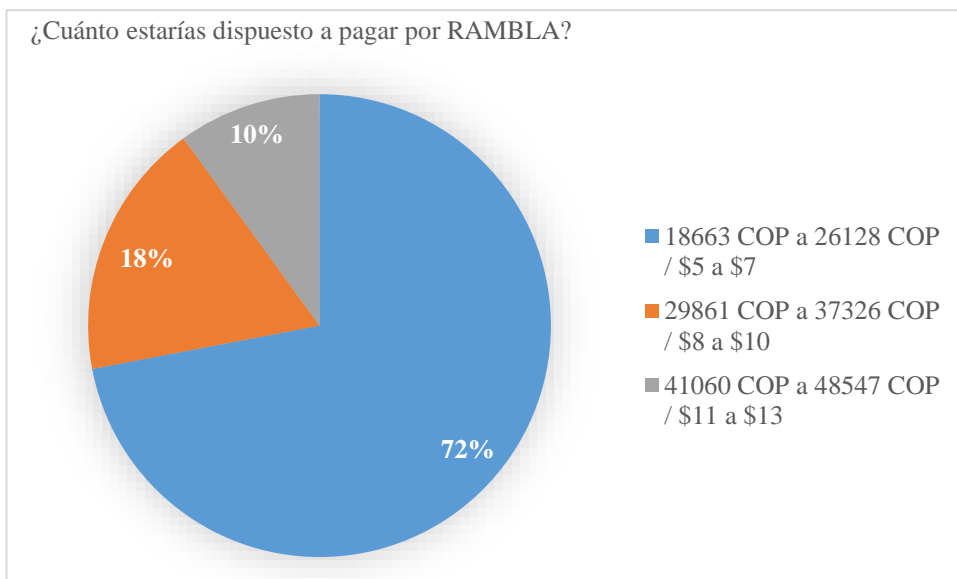


Figura 26 Décima Primera Pregunta de Encuesta

En la décima primera pregunta, que indica los precios a pagar por la cerveza artesanal Rambla, los bogotanos en un 72% están dispuestos a pagar entre \$5 a \$7 unitarios por cerveza, mismo que se encuentra dentro del rango determinado.

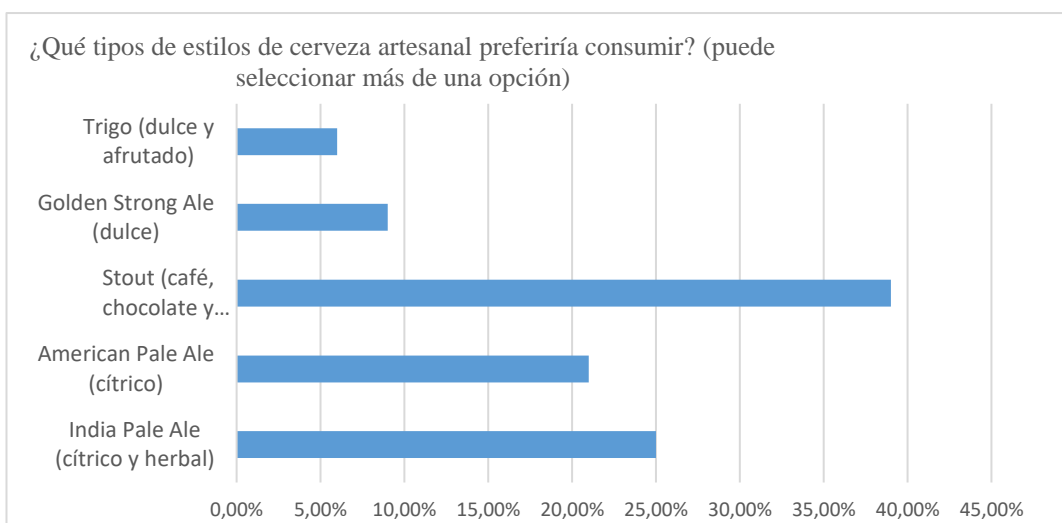


Figura 27 Décima Segunda Pregunta de Encuesta

En la décima segunda pregunta, que indica los diferentes tipos de cerveza artesanal que prefieren consumir, los bogotanos en un 39% prefieren el estilo Stout (café, chocolate y afrutado), este estilo les gusta por el sabor que este denota y representa parte de cultura de Colombia.

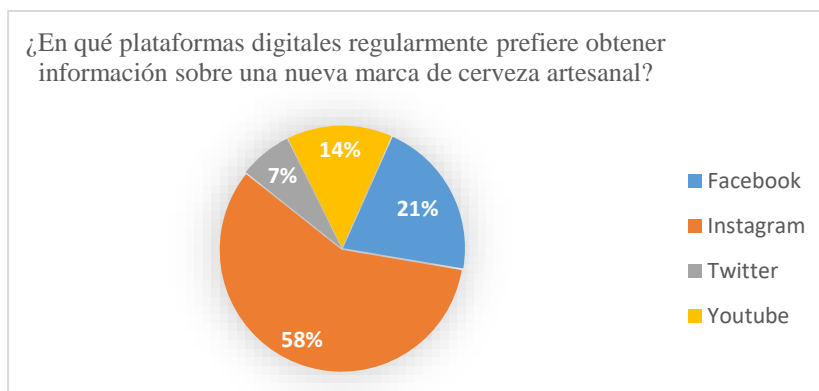


Figura 28 Décima Tercera Pregunta de Encuesta

En la décima tercera pregunta, que se consulta mediante qué red social se desea recibir información de Rambla, la más aceptada es Instagram con un 58% como una de las redes sociales que más publicidad y manejo tiene por los usuarios del rango de edad expuesto en la pregunta número dos.

Estudio Financiero

El estudio financiero sirve para comprobar la viabilidad del proyecto al exportar cerveza artesanal a Bogotá, Colombia mediante distintos cuadros económicos.

Inversión Inicial.

Tabla 5

Plan de Inversión

Plan de Inversión				
Denominación	Cantidad	Precio Unitario	Sub-Total	Total
Caja – Bancos	1	\$ 180,00	\$ 180,00	
Capital de Trabajo	1	\$ 14.861,67	\$ 14.861,67	
				\$ 15.041,67
Equipos de Computo	Cantidad	Precio Unitario	Sub-Total	Total
Computadora Portátil HP 250 G7	1	\$ 550,00	\$ 550,00	
Impresora Multifunción Epson Wi-Fi	1	\$ 270,00	\$ 270,00	
				\$ 820,00
Suministros de Oficina	Cantidad		Sub-Total	Total

		Precio Unitario		
Papelería	3	\$ 6,00	\$ 18,00	
Block de Factura	2	\$ 18,00	\$ 36,00	
				\$ 54,00
Maquinaria	Cantidad	Precio Unitario	Sub-Total	Total
Sistema de Molturación	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
Sistema de Cocción y Maceración	1	\$ 5.300,00	\$ 5.300,00	
Extractores	2	\$ 200,00	\$ 400,00	
Climatización	1	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	
Sistema de Purificación de Agua	1	\$ 680,00	\$ 680,00	
Sistema de Refrigeración	1	\$ 3.700,00	\$ 3.700,00	
Máquina Etiquetadora	1	\$ 250,00	\$ 250,00	
Sistema de Fermentación	1	\$ 1.247,00	\$ 1.247,00	
				\$ 14.227,00
Arriendo Local	Cantidad	Precio Unitario	Sub-Total	Total
Adecuaciones	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
				\$ 1.500,00
Constitución de la Compañía	Cantidad	Precio Unitario	Sub-Total	Total
Adquisición de Token	1	\$ 27,00	\$ 27,00	
Certificado de Firma Electrónica para Exportador	1	\$ 22,00	\$ 22,00	
				\$ 49,00
Inversión Inicial				\$ 31.691,67

Con una inversión inicial de \$31.691,67, como se muestra en el gráfico superior, se considera la cantidad de dinero necesaria para la exportación de Rambla al mercado colombiano. Este capital será obtenido mediante el siguiente plan de financiamiento:

Tabla 6
Plan de Financiamiento

Plan de Financiamiento		
Descripción	Porcentaje	Monto
Capital Propio	50%	\$ 15.845,83
Préstamo BanEcuador	50%	\$ 15.845,83
Total Financiamiento		\$ 31.691,67

El financiamiento del proyecto está dividido en capital propio y préstamo bancario. El capital propio, 50% de la inversión, será un monto de \$15.845,83 mientras que el préstamo será mediante BanEcuador con el otro 50% de la inversión.

La tasa de interés para créditos bancarios que cobra BanEcuador es de 11.25%, este valor es el que se cobra para artesanos, siendo de los más bajos del mercado y con un plazo de pago máximo de 10 años.

Tabla 7

Datos de la Deuda

Datos de la Deuda: BanEcuador - Préstamo (Artesano)			
Capital (c)	\$ 15.845,83		
Interés Anual (i)	11,25%	Interés Mensual (i)	0,9375%
Plazo Años (n)	4 Meses		48
Pago Anual	\$5.134,82	Pago Mensual	\$411,47

Con la tasa de interés del 11,25%, se considera un lapso máximo de cuatro años de pagos con cuotas mensuales de \$411,47.

Tabla 8

Amortización de la Deuda Mensual

Periodo	Pago	Interés	Amortización	Saldo
0				\$ 15.845,83
1	\$411,47	\$ 148,555	\$262,92	\$ 15.582,92
2	\$411,47	\$ 146,090	\$265,38	\$ 15.317,54
3	\$411,47	\$ 143,602	\$267,87	\$ 15.049,67
4	\$411,47	\$ 141,091	\$270,38	\$ 14.779,29
5	\$411,47	\$ 138,556	\$272,91	\$ 14.506,37
6	\$411,47	\$ 135,997	\$275,47	\$ 14.230,90
7	\$411,47	\$ 133,415	\$278,06	\$ 13.952,85
8	\$411,47	\$ 130,808	\$280,66	\$ 13.672,18
9	\$411,47	\$ 128,177	\$283,29	\$ 13.388,89
10	\$411,47	\$ 125,521	\$285,95	\$ 13.102,94
11	\$411,47	\$ 122,840	\$288,63	\$ 12.814,31
12	\$411,47	\$ 120,134	\$291,34	\$ 12.522,97
13	\$411,47	\$ 117,403	\$294,07	\$ 12.228,91
14	\$411,47	\$ 114,646	\$296,82	\$ 11.932,08
15	\$411,47	\$ 111,863	\$299,61	\$ 11.632,48
16	\$411,47	\$ 109,054	\$302,42	\$ 11.330,06
17	\$411,47	\$ 106,219	\$305,25	\$ 11.024,81

18	\$411,47	\$ 103,358	\$308,11	\$ 10.716,70
19	\$411,47	\$ 100,469	\$311,00	\$ 10.405,69
20	\$411,47	\$ 97,553	\$313,92	\$ 10.091,78
21	\$411,47	\$ 94,610	\$316,86	\$ 9.774,92
22	\$411,47	\$ 91,640	\$319,83	\$ 9.455,09
23	\$411,47	\$ 88,641	\$322,83	\$ 9.132,26
24	\$411,47	\$ 85,615	\$325,86	\$ 8.806,40
25	\$411,47	\$ 82,560	\$328,91	\$ 8.477,49
26	\$411,47	\$ 79,476	\$331,99	\$ 8.145,50
27	\$411,47	\$ 76,364	\$335,11	\$ 7.810,39
28	\$411,47	\$ 73,222	\$338,25	\$ 7.472,14
29	\$411,47	\$ 70,051	\$341,42	\$ 7.130,73
30	\$411,47	\$ 66,851	\$344,62	\$ 6.786,11
31	\$411,47	\$ 63,620	\$347,85	\$ 6.438,26
32	\$411,47	\$ 60,359	\$351,11	\$ 6.087,14
33	\$411,47	\$ 57,067	\$354,40	\$ 5.732,74
34	\$411,47	\$ 53,744	\$357,73	\$ 5.375,01
35	\$411,47	\$ 50,391	\$361,08	\$ 5.013,94
36	\$411,47	\$ 47,006	\$364,46	\$ 4.649,47
37	\$411,47	\$ 43,589	\$367,88	\$ 4.281,59
38	\$411,47	\$ 40,140	\$371,33	\$ 3.910,26
39	\$411,47	\$ 36,659	\$374,81	\$ 3.535,45
40	\$411,47	\$ 33,145	\$378,33	\$ 3.157,12
41	\$411,47	\$ 29,598	\$381,87	\$ 2.775,25
42	\$411,47	\$ 26,018	\$385,45	\$ 2.389,80
43	\$411,47	\$ 22,404	\$389,07	\$ 2.000,73
44	\$411,47	\$ 18,757	\$392,71	\$ 1.608,02
45	\$411,47	\$ 15,075	\$396,40	\$ 1.211,62
46	\$411,47	\$ 11,359	\$400,11	\$ 811,51
47	\$411,47	\$ 7,608	\$403,86	\$ 407,65
48	\$411,47	\$ 3,822	\$407,65	\$ -0,00
\$ 3.904,741				

Sueldos y Salarios.

Tabla 9
Sueldos y Salarios

Cargos	Sueldo Mensual	Base Imponible	Aporte Personal	Total a Recibir
Jefe Administrativo	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 89,78	\$ 860,23
Jefe de Operaciones (Representante Legal)	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 103,95	\$ 996,05
Jefe de Ventas y Distribución	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 80,33	\$ 769,68
Operador	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 51,98	\$ 498,03
Operador	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 362,20
Total:	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00	\$ 363,83	\$ 3.486,18

La empresa Rambla Beer Factory considera para su producción cinco personas dentro de su talento humano, en la tabla superior se consideran los sueldos mensuales netos a recibir.

Tabla 10
Mano de Obra Indirecta

Mano de Obra Indirecta		
Cargos	Cantidad	Total
Jefe Administrativo	1	\$ 950,00
Jefe de Operaciones (Representante Legal)	1	\$ 1.100,00
Total MOI		\$ 2.050,00

Tabla 11
Mano de Obra Directa

Mano de Obra Directa		
Cargos	Cantidad	Total
Jefe de Ventas y Distribución	1	\$ 850,00
Operador	1	\$ 550,00
Operador	1	\$ 400,00
Total MOD		\$ 1.800,00

Mediante el recuadro de sueldos y salarios anteriormente citado, se puede desglosar la mano de obra directa e indirecta, sumando así \$3.850.

Costos Variables.

Tabla 12
Costos Fijos

Denominación	Cantidad	Valor Mensual	Valor Anual
Costos Fijos		\$ 805,00	\$ 8.520,00
Gastos Generales	Unidades	\$ 555,00	\$ 5.520,00
Servicios Básicos	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Servicio de Internet	1	\$ 35,00	\$ 420,00
Suministros de Oficina	1	\$ 25,00	\$ 300,00
Transporte	1	\$ 95,00	\$ 1.140,00
Gastos Publicitarios		\$ 250,00	\$ 3.000,00
Publicidad Redes Sociales	1	\$ 250,00	\$ 3.000,00

Los costos fijos considerados están divididos en gastos generales y publicitarios. Los gastos generales ascienden a \$555 en los cuáles se consideran servicios básicos, de internet, transporte y suministros de oficina mientras que en los gastos publicitarios se considera publicidad en redes sociales por \$250. Con un total de costos fijos de \$805 mensuales.

Costos Fijos Directos e Indirectos de Producción.

Tabla 13

Costo de Materia Prima Directa

Costos de Producción			
Materia Prima Directa			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total al Mes
German Pale Ale	1050	\$ 0,50	\$ 525,00
Crystal	165	\$ 0,33	\$ 54,45
Chocolate	180	\$ 0,24	\$ 43,20
Black Malt	45	\$ 0,45	\$ 20,25
Challenger	9	\$ 3,52	\$ 31,68
East Kent Goldings	9	\$ 4,60	\$ 41,40
Levadura Seca Safale	102	\$ 9,26	\$ 944,52
Agua tratada	7500	\$ 0,16	\$ 1.200,00
Total Materia Prima			\$ 2.860,50

La materia prima directa necesaria para la producción asciende a costos de \$2.860,50.

Tabla 14

Costos de Materia Prima Indirecta

Materia Prima Indirecta			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total al Mes
Botellas (Incluido Tapas)	16564	\$ 0,20	\$ 3.312,73
Etiquetas	16564	\$ 0,04	\$ 579,73
Caja de Cartón por 24 botellas	690	\$ 0,40	\$ 276,00
Largueros	2070	\$ 0,03	\$ 64,17
Transversales	3450	\$ 0,03	\$ 106,95
Total Costos Indirectos			\$ 4.339,57

La materia prima indirecta necesaria para la producción asciende a costos de \$4.339,57.

Capital de Trabajo.

Tabla 15

Capital de Trabajo

Capital de Trabajo Operativo	
Materiales Directos	\$ 2.860,50
Materiales Indirectos	\$ 4.339,57
Mano de Obra Directa	\$ 2.625,95
Total del Capital de Trabajo Operativo	\$ 9.826,02
Días del Periodo	30
Capital de Trabajo Operativo Diario	\$ 327,53
Días del Ciclo del Capital de Trabajo (días de cobro + días de inventario)	40
Requerimiento de Capital de Trabajo Operativo	\$ 13.101,37
Capital de Trabajo Administrativo	
Sueldos y Salarios	\$ 860,23
Suministros	\$ 25,00
Gasto de Servicios Básicos	\$ 435,00
Total del Capital de Trabajo Administrativo	\$ 1.320,23
Días del periodo	30
Capital de Trabajo Administrativo Diario	\$ 44,01
Días del Ciclo del Capital de Trabajo (días de cobro + días de inventario)	40
Total del Requerimiento de Capital de Trabajo Administrativo	\$ 1.760,30
Requerimiento de Capital de Trabajo Total	\$ 14.861,67

El capital de trabajo necesario mensual es de \$14.861,67, donde se consideran los distintos costos y gastos en el proceso de producción. Los días del ciclo de capital de trabajo para el respectivo proceso de cobro e inventario es de 40.

Capacidad de Producción.

Tabla 16

Capacidad de Producción

Capacidad de Producción (unidades)			
	Producción por Lote	Mensual	Anual
Litros	1822	5466	65592
MI	1822000	5466000	65592000
Botellas 330ml	5521	16564	198764

En la planta de producción de Rambla, se puede producir 5466 litros de cerveza por lote mensualmente. Con una presentación en botellas de 330ml, se calculan 16564 cervezas artesanales por lote mensualmente para su comercialización.

Tabla 17
Costo Unitario

Costo por Botella 330ml		
Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima	\$ 2.860,50	\$ 34.326,00
Mano de Obra Directa	\$ 3.050,00	\$ 36.600,00
Costos Indirectos	\$ 950,00	\$ 11.400,00
Materia Prima Indirecta	\$ 4.339,57	\$ 52.074,89
Servicios Básicos e Internet	\$ 435,00	\$ 5.220,00
Costo de Producción	\$ 11.635,07	\$ 139.620,89
Costo de Exportación	\$ 6.785,10	\$ 81.421,23
Gastos Administrativos	\$ 555,00	\$ 6.660,00
Gastos de Publicidad	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Costo Indirecto	\$ 7.590,10	\$ 91.081,23
Costo Total	\$ 19.225,18	\$ 100.741,23
Unidades de Producción	16564	198764
Botella de Cerveza 330ml	\$ 1,16	\$ 0,51
Costo Unitario	\$ 19.225,18	\$ 198.764,14

El costo por botella de 330 ml es de \$1,16. Estos se desglosan en materia prima directa e indirecta, servicios básicos y costos de producción considerados para su exportación.

Balance Inicial.

Tabla 18
Balance Inicial

RAMBLA				
Balance Inicial al 01 de enero de 2020				
Activo Corriente		\$ 234,00	Pasivo Corriente	\$ 3.188,65
Caja	\$ 180,00		Cuentas por Pagar a Corto Plazo	\$ 3.188,65
Suministros de Oficina	\$ 54,00			
Activos Fijos		\$ 15.267,00	Pasivo a Largo Plazo	\$ 12.017,18
Equipos de Computo	\$ 820,00		Cuentas por Pagar a Largo Plazo	\$ 12.017,18
Maquinarias	\$ 14.227,00			
Adecuaciones	\$ 220,00		Patrimonio	\$ 15.205,83
		\$ 49,00	Capital	\$ 15.205,83
Activos Diferidos				
Gastos de Constitución	\$ 49,00			

Capital de Trabajo	\$ 14.861,67		
Total Activos	\$ 30.411,67	Total Pasivo y Patrimonio	\$ 30.411,67

Proyección de Costos de Producción.

Tabla 19

Proyección de Costos de Producción

Descripción	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Unitario	\$ 1,16	\$ 1,16	\$ 1,20	\$ 1,24	\$ 1,28	\$ 1,32
Ventas al Distribuidor	16.564	198.764	218.640	240.504	264.554	396.832
Ventas Totales	\$19.225,18	\$230.702,12	\$261.870,66	\$ 297.250,16	\$ 337.409,53	\$ 522.265,29

Los costos de producción del presente proyecto se contemplan mensual y anualmente en un período de cinco años. La variación anual se considera mediante el método de promedio simple con un porcentaje de inflación de bebidas alcohólicas en Colombia de 4,42%.

Proyección de Ventas.

Tabla 20

Proyección de Ventas

Descripción	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio de Venta al Distribuidor	\$ 1,56	\$ 1,56	\$ 1,63	\$ 1,70	\$ 1,78	\$ 1,85
Ventas al Distribuidor	16.564	198.764	218.640	240.504	264.554	396.832
Ventas Totales	\$ 25.839,27	\$310.071,27	\$356.168,11	\$409.117,95	\$469.939,59	\$736.095,40

En el siguiente cuadro, se contempla las estimaciones de ventas en el lapso de cinco años con las variaciones en volúmenes de 10% con respecto al año anterior, contemplando una venta de \$1,56 lo cual permite incursionar en el mercado colombiano siendo competitivos en dicho mercado.

Balance General.

Tabla 21
Balance General

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos					
Activo Corriente					
Caja	\$7.004,05	\$14.107,57	\$22.618,00	\$32.780,23	\$82.098,44
Suministros de Oficina	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
Total Activos Corrientes	\$7.304,05	\$14.407,57	\$22.918,00	\$33.080,23	\$82.398,44
Activo Fijo					
Equipos de Cómputo	\$820,00	\$820,00	\$820,00	\$820,00	\$820,00
Maquinarias	\$14.227,00	\$14.227,00	\$14.227,00	\$14.227,00	\$14.227,00
Otros activos					
(-) Depreciación Acumulada	\$1.696,03	\$1.696,03	\$1.696,03	\$1.422,70	\$1.422,70
Total Activos Fijos	\$13.350,97	\$13.350,97	\$13.350,97	\$13.624,30	\$13.624,30
Activos Diferidos					
Gastos de Constitución	\$49,00	\$49,00	\$49,00	\$49,00	\$49,00
(-) Amortización Acumulada	\$3.352,16	\$4.150,03	\$4.616,91	\$5.136,31	\$0,00
Total Activos Diferidos	-\$3.303,16	-\$4.101,03	-\$4.567,91	-\$5.087,31	\$49,00
Total Activos	\$17.351,85	\$23.657,51	\$31.701,06	\$41.617,22	\$96.071,74
Pasivos	\$15.845,83	\$12.493,67	\$8.764,39	\$4.615,57	\$0,00
Pasivo Corriente	\$15.845,83	\$12.493,67	\$8.764,39	\$4.615,57	\$0,00
Patrimonio					
Capital Propio	-\$6.628,52	-\$3.741,57	-\$48,32	\$4.403,20	\$23.709,57
Utilidad del Ejercicio	\$9.038,38	\$16.561,57	\$25.538,88	\$36.220,50	\$80.402,40
Reserva Legal	\$903,84	\$1.656,16	\$2.553,89	\$3.622,05	\$8.040,24

Total Patrimonio	\$3.313,70	\$14.476,15	\$28.044,45	\$44.245,75	\$112.152,22
Total Pasivo y Patrimonio	\$19.159,53	\$26.969,82	\$36.808,84	\$48.861,32	\$112.152,22

Estado de Resultado.

Tabla 22

Estado de Resultado

	Año 1		Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ingresos/Ventas	\$ 310.071,27		\$ 356.168,11	\$ 409.117,95	\$ 469.939,59	\$ 736.095,40
(-) Costo de Ventas	\$ 230.702,12		\$ 261.870,66	\$ 297.250,16	\$ 337.409,53	\$ 522.265,29
(=) Utilidad Bruta	\$ 79.369,15	26%	\$ 94.297,45	\$ 111.867,79	\$ 132.530,06	\$ 213.830,11
(-) Gastos Operativos						
Sueldos	\$ 51.011,40		\$ 52.274,19	\$ 53.568,25	\$ 54.894,34	\$ 56.253,25
Servicios Básicos	\$ 5.220,00		\$ 5.481,00	\$ 5.755,05	\$ 6.042,80	\$ 6.344,94
Suministros de Oficina	\$ 300,00		\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65
Gastos de Publicidad	\$ 3.000,00		\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52
(=) Total Gastos Operativos	\$ 59.531,40		\$ 61.220,19	\$ 62.961,55	\$ 64.757,30	\$ 66.609,37
(-) Depreciación	\$ 1.696,03		\$ 1.696,03	\$ 1.696,03	\$ 1.696,03	\$ 1.696,03
(=) Utilidad Operacional	\$ 18.141,71		\$ 31.381,22	\$ 47.210,21	\$ 66.076,72	\$ 145.524,71
(-) Intereses	\$ 1.782,66		\$ 1.405,54	\$ 985,99	\$ 519,25	\$ 0,00
(=) Utilidad antes de Reparto y Participación	\$ 16.359,06		\$ 29.975,68	\$ 46.224,22	\$ 65.557,47	\$ 145.524,71
(-) 15% Reparto trabajadores	\$ 2.453,86		\$ 4.496,35	\$ 6.933,63	\$ 9.833,62	\$ 21.828,71
(=) Utilidad Antes de Impuestos	\$ 13.905,20		\$ 25.479,33	\$ 39.290,58	\$ 55.723,85	\$ 123.696,00
(-) 35% Impuesto a la Renta	\$ 4.866,82		\$ 8.917,77	\$ 13.751,70	\$ 19.503,35	\$ 43.293,60
(-) Utilidad Neta	\$ 9.038,38	2,91%	\$ 16.561,57	\$ 25.538,88	\$ 36.220,50	\$ 80.402,40

Flujo de Caja.

Tabla 23

Flujo de Caja Proyectado a Cinco Años

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ingresos/Ventas	\$310.071,27	\$356.168,11	\$409.117,95	\$469.939,59	\$736.095,40
(-) Salidas/Costo de Ventas	\$230.702,12	\$261.870,66	\$297.250,16	\$337.409,53	\$522.265,29
(=) Utilidad Bruta	\$79.369,15	\$94.297,45	\$111.867,79	\$132.530,06	\$213.830,11
(-) Gastos Operativos	\$59.531,40	\$61.220,19	\$62.961,55	\$64.757,30	\$66.609,37
(-) Depreciación	\$1.696,03	\$1.696,03	\$1.696,03	\$1.696,03	\$1.696,03
(=) Utilidad Operacional	\$18.141,71	\$31.381,22	\$47.210,21	\$66.076,72	\$145.524,71
(-) Intereses	\$1.782,66	\$1.405,54	\$985,99	\$519,25	\$0,00
(=) Utilidad antes de Reparto y Participación	\$16.359,06	\$29.975,68	\$46.224,22	\$65.557,47	\$145.524,71
(-) 15% Reparto trabajadores	\$2.453,86	\$4.496,35	\$6.933,63	\$9.833,62	\$21.828,71
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$13.905,20	\$25.479,33	\$39.290,58	\$55.723,85	\$123.696,00
(-) 35% Impuesto a la Renta	\$4.866,82	\$8.917,77	\$13.751,70	\$19.503,35	\$43.293,60
(=) Utilidad Neta	\$9.038,38	\$16.561,57	\$25.538,88	\$36.220,50	\$80.402,40
(+) Depreciación	\$1.696,03	\$1.696,03	\$1.696,03	\$1.696,03	\$1.696,03
(-) Inversión Inicial	\$31.691,67				
(-) Capital de Trabajo	\$14.861,67				
(+) Préstamo Bancario	\$15.845,83				
(-) Amortización de Capital	\$3.730,36	\$4.150,03	\$4.616,91	\$5.136,31	\$0,00
(=) Flujo de Caja del Período	-\$30.707,50	\$7.004,05	\$14.107,57	\$32.780,23	\$82.098,44
(=) Flujo de Caja Acumulado	-\$ 23.703,45	-\$ 9.595,88	\$ 13.022,12	\$ 45.802,35	\$ 127.900,79
TMAR	12,00%				
TIR	55,93%				
VNA	\$ 78.276,74				

TMAR, TIR Y VAN.

Con los valores calculados en los cuadros anteriores, se calcula la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR) con una inflación colombiana del 3.80% y el riesgo de la inversión de 8.20% dando una TMAR del 12%.

Con una proyección a cinco años del flujo de caja, se obtiene un valor positivo del VNA de \$78.276,74, valor superior a 0 y una TIR del 55.93% valor superior a la TMAR, se obtiene la conclusión que el proyecto es viable financieramente.

Capítulo VIII: Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Habiendo finalizado el presente trabajo de investigación se emiten las siguientes conclusiones de acuerdo con los objetivos específicos planteados:

De acuerdo con el primer objetivo específico, el cual es analizar los posibles factores que pueden afectar al proceso de exportación de cerveza artesanal, se indica que a raíz de la pandemia mundial a causa del Covid-19, las fronteras y exportaciones se encuentran paralizadas por temor a contagios, que el comprador acepte los términos de negociación con el incoterm FOB el cual se hará responsable de la mercadería hasta su lugar de destino.

En el segundo objetivo específico, que trata sobre realizar investigación del mercado colombiano de cervezas artesanales para determinar la aceptación del producto, se pudo visualizar según las encuestas realizadas en Bogotá, la cerveza va dirigida a un mercado de hombres y mujeres de entre 18 y 25 años que prefieren la cerveza industrial y artesanal por sobre bebidas como el aguardiente, ron o vodka. El precio que están dispuestos a pagar por cerveza tipo stout es de \$5 a \$7 que se pueda conseguir en markets y restaurantes.

En el tercer objetivo específico, el cual sirve para determinar la fundamentación teórica de la investigación se demostró que las teorías empleadas para una correcta orientación permitieron una visión clara de modelos de negocios, sus ventajas y desventajas competitivas y valores agregados hacen a la cerveza aceptable en el mercado colombiano.

Por último, en el cuarto objetivo específico, se comprobó la viabilidad financiera del proyecto. Mediante una inversión inicial de \$31.691,67 la cuál es recuperable al

cuarto año de labores y con una TIR del 55.93%, mayor que la TMAR que es de 12% se concluye que el proyecto es viable.

Recomendaciones

Para el primer objetivo se recomienda, analizar los costos de la exportación post COVID-19 y evaluar el comportamiento después de la pandemia, buscar oportunidades de reducción de costos y de recursos.

Para el segundo objetivo se recomienda, en base a la encuesta realizada; se deberá analizar la opción de abarcar más puntos de distribución y no solo focalizar la venta del producto a mayoristas. Así mismo se recomienda, evaluar la posibilidad de habilitar una planta pequeña de cerveza artesanal para crecer en producción con la finalidad de abarcar más mercado y a su vez obtener experiencia en un mercado extranjero.

Para el tercer objetivo se recomienda, verificar el cambio de las políticas gubernamentales para protección de la producción local y los registros sanitarios.

Para el cuarto objetivo se recomienda, incrementar la capacidad de producción para reducir los costos unitarios del producto y así poder realizar envíos de contenedor full de 20' haciendo más atractivo la negociación por términos FOB para que el comprador reduzca sus costos de importación.

Anexos

Encuesta

1. Género

- a) Masculino
- b) Femenino
- c) Otro

2. Rango de edad

- a) De 18 a 25
- b) De 26 a 35
- c) De 36 a 45
- d) De 46 a 60
- e) De 61 en adelante

3. ¿Qué tipo de bebidas alcohólicas consume con más frecuencia? (puede seleccionar más de una opción)

- a) Cerveza tradicional
- b) Cerveza artesanal
- c) Whisky
- d) Tequila
- e) Vino
- f) Aguardiente
- g) Ron
- h) Vodka

4. ¿Cuántas unidades de cerveza consume mensualmente?

- a) Entre 1 y 6
- b) Entre 7 y 12
- c) 13 o más

5. ¿Usted consume cerveza artesanal?

- a) Si
- b) No

6. ¿Qué tipo de marca de cerveza consumiría?

- a) Marca nueva
- b) Una marca ya conocida
- c) Ambas

7. ¿Qué tipo de cerveza le gustaría consumir?

- a) Nacional

b) De importación

8. ¿Qué cerveza artesanal ha consumido? (puede seleccionar más de una opción)

- a) Tomahawk
- b) Chelarte
- c) Torrealta
- d) Gose Las Chelas Con Antaño
- e) Manigua
- f) Season Beer
- g) La milagrosa

9. ¿En qué lugar compra la cerveza habitualmente? (puede seleccionar más de una opción)

- a) Restaurantes
- b) Licorerías
- c) Markets
- d) Bares

10. Según su opinión, Enumere qué es lo más importante en cuánto a características de la cerveza siendo 1 lo menos importante y 5 lo más importante.

- a) Estilo (sabor) ()
- b) Nivel de amargor ()
- c) Grado de alcohol ()
- d) Presentación ()
- e) Precio ()
- f) Marca ()

11. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por RAMBLA?

- a) 18663 COP a 26128 COP / \$5 a \$7
- b) 29861 COP a 37326 COP / \$8 a \$10
- c) 41060 COP a 48547 COP / \$11 a \$13

12. ¿Qué tipos de estilos de cerveza artesanal preferiría consumir? (puede seleccionar más de una opción)

- a) India Pale Ale (cítrico y herbal)
- b) American Pale Ale (cítrico)
- c) Stout (café, chocolate y afrutado)
- d) Golden Strong Ale (dulce)
- e) Trigo (dulce y afrutado)

13. ¿En qué plataformas digitales regularmente prefiere obtener información sobre una nueva marca de cerveza artesanal?

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) Twitter
- d) Youtube



FACTURA COMERCIAL/ COMMERCIAL INVOICE

FACTURA PROFORMA / PROFORMA INVOICE NUMBER	No. 001-002-00002034	PARTIDA ARANCELARIA	2203.00.00.00
FECHA / DATE	04/11/2020	MONEDA / CURRENCY	USD
Condiciones de entrega;		FOB	
Condiciones de Pago:		15 días	
REMITENTE / SHIPPER CI o RUC Benalcazar Parra Carlos Antonio Rambla Beer Factory 0922505649001		CONSIGNATARIO / CONSIGNEE	
CONTACTO / CONTACT Giovanny Parra		CONTACTO / CONTACT	
DIRECCION / ADDRESS Ubicado en Cooperativa Quisquis SL 14- Mz A1.		DIRECCION / ADDRESS Colombia- Bogotá	
TELEFONO / PHONE		TELEFONO / PHONE +55 (49) 3221-6090	
PAIS / COUNTRY	CIUDAD / CITY	PAIS / COUNTRY	CIUDAD / CITY
Ecuador	Guayaquil	Colombia	Bogota
UNIDADES UNITS	DESCRIPCION COMPLETA COMPLETE DESCRIPTION	VALOR UNITARIO	SUB TOTAL
1380	Cerveza Artesanal Stout	\$32,40	\$44.712,00
1380	TOTAL		
		TOTAL EXW	\$ 44.712,00
		COSTOS DE EMBARQUE	\$ 110,00
		TOTAL FOB	\$ 44.822,00
		FLETE	
		TOTAL CFR	

NOMBRE/NAME

FIRMA / SIGNATURE



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	028-2020-40-00745498
---------------	----------------------

Información de general

Código del distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01778840
Fecha de Aceptación	01/12/2020 12:20:52		

Información de Exportador

Nombre del exportador	BENALCAZAR PARRA CARLOS ANTONIO	Teléfono del exportador	2822347
Dirección del exportador	COOPERATIVA QUISQUIS SL 14- MZ A1		
Número de documento de	RUC-0922505649001	Ciudad del exportador	GUAYAQUIL
CIU	ELABORACIÓN DE BEBIDAS MALTEADAS	Número de documento de declarante	
Nombre del declarante			
Dirección del declarante			
Código de forma de pago	A PLAZO (MENOS DE 30 DIAS)	Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE

Información de carga

Puerto de carga	GUAYAQUIL	Puerto privado desde donde embarca	--NULL--
Puerto de llegada o de destino	BUENAVENTURA	Fecha de la carta de	01/12/2020
Nombre del consignatario			
Dirección del consignatario			
Ciudad del contribuyente	BOGÓTA	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacén de lugar de	[05909272] FERTISA,FERTILIZANTES,TERMI	Medio de transporte	MARITIMO
País de destino final	COLOMBIA		

Totales

Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transaccion	4578	Cantidad de ítem	1
Peso neto total	10200	Peso total	10493
Cantidad total de bultos	17	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	10493	Cantidad total de unidades comerciales	10200
Código de la mercancía de despacho urgente		Código de solicitud de aforo	NO
Fecha de primer ingreso	04/12/2020	Fecha de primer embarque	

Firma del Contribuyente

1 de hoja /2 total de hojas

Firma del Declarante



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Item

No. Item	Codigo. Subpartida	Codigo. Complementario	Codigo. Suplementario	Descripcion de Mercancias	Pais de Origen	Peso Neto	Cnatidad de U.Comerciales
1	2203000000	0000	0000	CERVEZA DE MALTA STOUT	ECUADOR		

Despacho precedente

Numero de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item
---------------------	---------------------	----------------	--------------------	-----------------------	-------------

Observaciones de oce - item

Numero de Item	Numero de Secuencia	Tipo Observacion	Contenido
----------------	---------------------	------------------	-----------

Documentos

Numero de item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emisión
0	CARTA DE GASTOS	OTROS	01/11/2020	01/10/2020
0	GYE787033	CONOCIMIENTO DE EMBARQUE/GUIA AEREA/CARTA DE PORTE	05/11/2020	05/10/2020
0	NO	EXPORTACION TIENE DESTINO FINAL, TERRITORIOS O USEN INTERMEDIACION DE PERSONAS DOMICILIADAS EN PARAISOS FISCALES O REGIMENES FISCALES PREFERENTES CONSIDERADAS ASI POR EL SRI	04/10/2020	04/10/2020
0	021020190117907535730	FACTURA ELECTRONICA	01/12/2020	01/12/2020
0	001-002-00002034	FACTURA COMERCIAL	04/12/2020	04/11/2020

Firma del Contribuyente

2 de hoja /2 total de hojas

Firma del Declarante



1. PAÍS EXPORTADOR		2. PAÍS IMPORTADOR	
ECUADOR		COLOMBIA	
3. N/O	4. NALADISA	5. DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERÍAS	
1	2203.00.00.00	CERVEZA DE MALTA	
6. DECLARACIÓN DE ORIGEN			
DECLARAMOS que las mercancías indicadas en el presente formulario correspondientes a la factura Comercial No. 001-002-00002034 de 2020-11-04 cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) de Cartagena No. Decisión 416 de conformidad con el siguiente desglose:			
3. N/O	7. NORMAS (3)		
1	Decision 416, Cap. II, Art. 2, Lit. c.;		
8. FECHA		9. RAZÓN SOCIAL DEL EXPORTADOR O PRODUCTOR	
AÑO	MES	DÍA	SYGLA COLOMBIA LTDA N.I.T. 830071604
2020	07	23	
		10. FIRMA Y SELLO DEL EXPORTADOR O PRODUCTOR	
11. OBSERVACIONES			
12. CERTIFICACIÓN DE ORIGEN			
Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de _____			
a los _____ 01 días del mes de diciembre de 2020			
_____ NOMBRE, FIRMA Y SELLO ENTIDAD CERTIFICADORA			
NOTAS			
(1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.			
(2) Especificar si se trata de un Acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando número de este. En esta columna se indicará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.			
(3) En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por número de orden. El formulario no podrá presentar tachaduras, rapaduras o enmiendas.			

Cotización Nro.	CB-2019002- RAMBLA-LOG-BOG.GYE
Empresa	Rambla Beer Factory
Atentamente	GIOVANNY PARRA
RUC / CI	
Valido Desde	15/08/2019
Valido Hasta	30/09/2020

Incoterm	FOB
Tipo de mercancía	General No Extra dimensionada
Peso	POR CONFIRMAR
PRODUCTO	
Unidades	

FLETE INTERNACIONAL						
ORIGEN	PAIS DESTINO	DESTINO	LCL	CONT 20	CONT 40	
			TURBO - Capacidad 4 pallets	SENCILLO - Capacidad Hasta 20 pallets	PATINETA - Capacidad Hasta 20 pallets	TRACTOMULA - Capacidad Hasta ton
ECUADOR	COLOMBIA	BOGOTÁ	768	800	1200	1390
Subtotal otra moneda						USD
Tipo cambio al día						USD
Total						USD

GASTOS EN ORIGEN					
Concepto	Unidad	Valor Unidad	Mínimo	Total	Moneda
(0500) Export Customs Declaration	En Buenaventura	250.00		solo si aplica	USD
(3000) Loading / Off Loading Charge	En Buenaventura por contenedor	120.00		120.00	USD
(3520) Storage charge	ALMACENAJE - 0.35 % DEL VALOR CIF + IVA 19% adicional 16% por regalías del valor total del almacenaje			se factura como reembolso	USD
(4130) VAT	19%			22.80	USD
Nota : * TOCANCIPÁ A IPIALES 1 A 2 DIAS APROXIMADOS EN RUTA * PASO DE FRONTERA 1 a 2 DIAS APROX (CON TODOS LOS DOCUMENTOS DEL CLIENTE AL DIA) * TULCAN A GUAYAQUIL 2 DIAS				Subtotal otra moneda	USD
				Tipo cambio cotización	
				Total	142.80 USD

SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGO Y SEGURO							
Prima (3500)	0.35%	Emisión	10.00	Mínimo	35.00	Tipo de carga	General

SERVICIO NO INCLUYE
1. Certificados u cualquier otro trámite con una entidad tercera 2. Almacenajes, Demorajes, Tasas, Multas, inspecciones etc 3. Otros pagos a terceros 4. Estos pagos a terceros serán facturados como reembolsos con todos los soportes específicos 5. Seguro de mercadería tramo Internacional ni local (oferta de servicio por separado, ver detalle de la propuesta)

NOTAS IMPORTANTES

- El BAF/FSC es un recargo que esta sujeto a cambios sin previo aviso, por lo cual se debe re-confirmar el flete al momento del embarque. El GRI / Peak Season dependerá de la temporada y deberá ser considerado como adicional
- A todos los servicios antes mencionados deben agregarse el 12% por concepto de IVA. Excepción Gastos en Origen y Flete Internacional.
- Considerar que el tiempo de transito es aproximado, ya que pueden surgir retrasos por transbordos, congestiones en puertos o aeropuertos, mal tiempo, situación de fuerza mayor u otros factores que se encuentran fuera de nuestro alcance directo.
- Los valores cotizados, corresponden a las dimensiones y pesos provistos, por lo que pueden variar de acuerdo a pesos y dimensiones finales

CONDICIONES GENERALES PANALPINA :

Panalpina trabaja de manera estricta bajo las Normas modelo de la FIATA (Federación Internacional de Asociaciones de Transitarios).
 Mayores detalles Usted podrá encontrar en el siguiente link:
http://www.panalpina.com/content/www/ecu/en/home/terms-and-conditions/_jcr_content/contentParSys/download/downloadId/normas_modelo_de_la_spolder.download/FIATA_Spanisch%20Ecuador.gdf

Cordialmente,
 PANALPINA ECUADOR S.A.



PROCARSA
Productora Cartonera S. A.

COTIZACION

FECHA:	Guayaquil, Julio 01 del 2020	FORMA DE PAGO:	60 DIAS						
CLIENTE:	RAMBLA BEER FACTORY	7 DIAS	7 DIAS						
DIRECCION:	Cooperativa Quiquis SL 14- Mz A1.	ARTES Y DISEÑOS:	POR CUENTA DE PROCARSA						
CONTACTO:	Ing. Giovanni Para	FLETE:	POR CUENTA DE PROCARSA						
VALIDEZ DE OFERTA:	A PARTIR DE SU PROXIMA ORDEN	CYRELES:	POR CUENTA DE PROCARSA						
		TROQUEL:							
		IVA:	NO INCLUYE						
MASTER	CANTIDAD	PRODUCTO	TIPO DE CAJA	IMPRESION	MEDIDAS	TEST	COLOR	P. UNIT	
0109-22890	1.000	CAJA CON REFUERZO ONDULADO DE UNA ONDA 3MM PLUS C KRAFT 37 x 25 x 23 cm.	Rejilla separadora	SI	37 x 25 x 23 cm.	200C	4	\$	0,400
OBSERVACIONES: PRECIOS NO INCLUYEN IVA NI CLISES NUEVOS O CAMBIOS									
_____ REPRESENTANTE COMERCIAL					_____ DIRECCION COMERCIAL				
Planta Duran: Km 0 1/2 Vía Duran Tambo Tel: (593-4) 3 723 800 / 4 2 800 901 Movil: 993 9 9 223 9205 E-mail: angelita.ullao@procarso.com.ec					Oficina Quito: Av. Amazonas y Japón, Edif: Ambiana Bco. Machala 8vo Piso: 06/8-3, frente al parque La Carlota Tel: (593-) 2 269 943 / 2 248 814 / 2 269 741 E-mail: diego.salos@procarso.com.ec				



REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



NÚMERO RUC: 0922505649001
APELLIDOS Y NOMBRES: BENALCAZAR PARRA CARLOS ANTONIO

NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO
CALIFICACIÓN ARTESANAL: 086615 NÚMERO: S/N

FEC. NACIMIENTO: 21/04/1989 FEC. INICIO ACTIVIDADES: 10/06/2008
FEC. INSCRIPCIÓN: 10/06/2008 FEC. ACTUALIZACIÓN: 11/07/2019
FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA: FEC. REINICIO ACTIVIDADES:

ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL

C11030101 ELABORACION DE BEBIDAS MALTEADAS COMO: CERVEZAS CORRIENTES DE FERMENTACION ALTA, NEGRAS Y FUERTES, INCLUIDA CERVEZA DE BAJA GRADUACION.

DOMICILIO TRIBUTARIO

Provincia: GUAYAS Canton: GUAYAQUIL Parroquia: GUAYAQUIL Numero: SOLAR 8 Interseccion: MANZANA 200 Referencia: CDLA. PUERTO AZUL - A 2 CUADRAS DE LA IGLESIA CATOLICA Email: carlos_benalcazar69@hotmail.com Celular: 0980915058

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

* DECLARACIÓN SEMESTRAL IVA

Son derechos de los contribuyentes: Derechos de trato y confidencialidad, Derechos de asistencia o colaboración, Derechos económicos, Derechos de información, Derechos procedimentales; para mayor información consulte en www.sri.gov.ec. Las personas naturales cuyo capital, ingresos anuales o costos y gastos anuales sean superiores a los límites establecidos en el Reglamento para la aplicación de la ley de régimen tributario interno están obligados a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE) y sus declaraciones de IVA deberán ser presentadas de manera mensual. Recuerde que sus declaraciones de IVA podrán presentarse de manera semestral siempre y cuando no se encuentre obligado a llevar contabilidad, transfiera bienes o preste servicios únicamente con tarifa 0% de IVA y/o sus ventas con tarifa diferente de 0% sean objeto de retención del 100% de IVA.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	2	ABIERTOS	2
JURISDICCIÓN	\ ZONA 8\ GUAYAS	CERRADOS	0



Código: RIMRUC2019002578067
Fecha: 07/10/2019 19:49:42 PM



REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



NÚMERO RUC: 0922505649001
APELLIDOS Y NOMBRES: BENALCAZAR PARRA CARLOS ANTONIO

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

No. ESTABLECIMIENTO: 001	Estado: ABIERTO - MATRIZ	FEC. INICIO ACT.: 10/06/2008
NOMBRE COMERCIAL:	FEC. CIERRE:	FEC. REINICIO:

ACTIVIDAD ECONÓMICA:

ACTIVIDADES DE ALQUILER DE BIENES INMUEBLES A CAMBIO DE UNA RETRIBUCIÓN O POR CONTRATO (VIVIENDA).

PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES.

EDUCACIÓN DE TERCER NIVEL, DESTINADO A LA FORMACIÓN BÁSICA EN UNA DISCIPLINA O A LA CAPACITACIÓN PARA EL EJERCICIO DE UNA PROFESIÓN, CORRESPONDEN A ESTE NIVEL EL GRADO DE LICENCIADO Y LOS TÍTULOS PROFESIONALES UNIVERSITARIOS O POLITÉCNICOS

ELABORACIÓN DE BEBIDAS MALTEADAS COMO: CERVEZAS CORRIENTES DE FERMENTACIÓN ALTA, NEGRAS Y FUERTES, INCLUIDA CERVEZA DE BAJA GRADUACIÓN O SIN ALCOHOL.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: GUAYAS Canton: GUAYAQUIL Parroquia: GUAYAQUIL Ciudadela: COOP QUISQUIS MZ A1 SL14 Calle: 2 PJ Numero: 37 Interseccion: NO Referencia: A 2 CUADRAS DE LA FACSO Manzana: 0033-14 Piso: 0 Kilometro: 7 Telefono Domicilio: 042292422 Email: carlos_benalcazar69@hotmail.com Email principal: carlos_benalcazar69@hotmail.com

No. ESTABLECIMIENTO: 002	Estado: ABIERTO - OFICINA	FEC. INICIO ACT.: 28/06/2019
NOMBRE COMERCIAL: RAMBLA BEER FACTORY	FEC. CIERRE:	FEC. REINICIO:

ACTIVIDAD ECONÓMICA:

C11030101 ELABORACION DE BEBIDAS MALTEADAS COMO: CERVEZAS CORRIENTES DE FERMENTACION ALTA, NEGRAS Y FUERTES, INCLUIDA CERVEZA DE BAJA GRADUACION.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: GUAYAS Canton: GUAYAQUIL Parroquia: TARQUI Calle: COOPERATIVA QUISQUIS Numero: SL14 Interseccion: MZ A1 Referencia: 2 CUADRAS ATRAS DE LA UNIVERSIDAD FACSO Piso: 0 Email Contador / Asesor: ramblacervezaartesanal@gmail.com Celular: 0969710557 Email principal: carlos_benalcazar69@hotmail.com



Código: RIMRUC2019002578067

Fecha: 07/10/2019 19:49:42 PM

REGISTRO ÚNICO ARTESANAL
RUA No. 0922505649001
MINISTERIOS DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD
SUBSECRETARIA DE DESARROLLO DE MIPYMES Y ARTESANÍAS

CONSIDERANDO:

Que, entre las competencias de ésta Cartera de Estado se encuentran la regularización, formalización, fomento productivo, consolidación de capacidades, acceso a mercados y financiamiento, por parte de los actores que conforman el sistema productivo Nacional;

Que, el Registro Único Artesanal (RUA) es una herramienta informática de administración y gestión de la información del sector Artesanal, dirigida a fomentar las actividades productivas de los actores públicos y privados que lo conforman;

CONCEDE:

El Registro Único Artesanal a **BENALCAZAR PARRA CARLOS ANTONIO**, con RUC/ RISE No. **0922505649001** quien ejerce personalmente la actividad de **Cervecería** en el taller de su propiedad, denominado **RAMBLA BEER FACTORY**, ubicado en **COOPERATIVA QUISQUIS No. SL 14 y MZ A1** en la parroquia **GUAYAQUIL** del cantón **GUAYAQUIL**, provincia de **GUAYAS**.

El presente Registro, otorga el acceso a los programas de formación, capacitación, asistencia técnica y acceso a financiamiento público y privado, que mantiene en ejecución el Ministerio de Industrias y Productividad.

Dado en Quito, Distrito Metropolitano, **13 de junio de 2019**



SUBSECRETARIO(A) DE DESARROLLO DE MIPYMES Y ARTESANÍAS
MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD





REPÚBLICA DEL ECUADOR
MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA

CERTIFICADO DE NOTIFICACIÓN SANITARIA No. 24717-ALN-0120

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria certifica que el

Producto denominado : RAMBLA CERVEZA ARTESANAL STOUT

A solicitud de : BENALCAZAR PARRA CARLOS ANTONIO, GUAYAQUIL - ECUADOR

Titular : BENALCAZAR PARRA CARLOS ANTONIO, GUAYAQUIL - ECUADOR

Elaborado por : RAMBLA BEER FACTORY, GUAYAQUIL - ECUADOR

Marca : RAMBLA

CUP : ALB11580BOT

Tipo de Alimento : Bebidas (excluidas las lácteas), incluye hielo de consumo

Envase : Externo : N/A

Interno : ENVASE DE VIDRIO DE SILICATO SODOCALCICO O-I 330 ML S-BOTL CERVEZA
TAPA CORONA 26 PRY-OFF EN LAMINA TFS BARNIZADA EN COLOR ORO/D.P.,
ORG. INT., DRY BLEND PVC CRISTAL
BARRIL DE ACERO INOXIDABLE SUS 304 2B CON GROSOS DE CUERPO DE 1.5
MM Y CON GROSOS DEL FONDO Y PARTE SUPERIOR DE 1.8 MM

Contenido : 330 ml, 20 l, 30 l

Forma de Conservación : En refrigeración

Grado Alcohólico: 8%

Fórmula de Composición/Lista de Ingredientes (En Orden Decreciente)

Ingredientes	% (Porcentaje)
Agua	72,40%
Malta de cebada	27,10%
Lúpulo	0,40%
Levadura	0,10%
	100%

Período de Vida Útil : 180 días

Solicitud No. : 16815040201900000005P

Fecha de Emisión : 09/01/2020

Venta : Libre

Ciudad de Emisión : QUITO

Fecha de Vigencia : 09/01/2025

Documento firmado Electrónicamente

**Leonardo Da Silva
Saralegui**

**Coordinador General
Técnico de Certificaciones**

Referencias

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. *Normativa Técnica Sanitaria para Alimentos Procesados.*, Pub. L. No. ARCSA-DE-067-2015-GGG, 59 (2017).
- Andrés Cardona. (2019, octubre 11). *Expocerzas*. Recuperado de <https://www.valoraanalitik.com/2019/10/11/bogota-se-prepara-para-recibir-la-cuarta-edicion-de-expocerzas-este-ano-duplica-su-espacio/>
- Banco Mundial. (2018). Colombia | Data. Recuperado 23 de mayo de 2020, de Colombia website: <https://datos.bancomundial.org/pais/colombia>
- Banco Mundial. (2020). Indicadores del desarrollo mundial—Google Public Data Explorer. Recuperado 15 de junio de 2020, de https://www.google.com/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9_&met_y=sp_pop_totl&idim=country:COL:VEN&hl=es&dl=es
- Bavaria. (2017, diciembre 22). Historia Bavaria Cervecería de Barranquilla. Recuperado 23 de mayo de 2020, de <https://www.bavaria.co/acerca-de-nosotros/historia-bavaria>
- Bavaria. (2019, abril 1). Resultados 2018 [Text]. Recuperado 7 de julio de 2020, de Bavaria website: <https://www.bavaria.co/resultados-2018>
- Becerra Ruiz Rafael. (2018, junio 4). ¿Cómo crear una propuesta de valor? Recuperado 1 de junio de 2020, de AB Tasty website: <https://www.abtasty.com/es/blog/como-crear-una-propuesta-de-valor/>
- Benavides, C. E. R. (2016). *Plan de Exportación para Cervecería Artesanal Weisser*. Universidad de Chile, Santiago de Chile.
- Bernal, C. A. (2012). *Metodología de la investigación*. 322.

- Besse, J. (1999). El diseño de investigación como significativo: Exploraciones sobre el sentido. Recuperado 15 de junio de 2020, de <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-148.htm>
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.*, Pub. L. No. 0, 134 (2010).
- Coellar, L. (2015, octubre 11). Tipos de malta y su utilización en la cerveza. Recuperado 2 de junio de 2020, de <https://www.cerveza-artesanal.co/tipos-de-malta-y-su-utilizacion-en-la-cerveza/>
- Copa Cervezas del Ecuador. (2018). Copa Cervezas Ecuador. Recuperado 23 de mayo de 2020, de <https://cervezasecuador.org/nosotros/>
- Danais, R. (2012, mayo 16). Historia de la cerveza en Colombia-Historia de la Cocina y la Gastronomía. Recuperado 29 de mayo de 2020, de <https://www.historiacocina.com/es/cerveza-colombia>
- Decreto 1686.*, Pub. L. No. 48517, 40 (2012).
- Del Canto, E., & Silva Silva, A. (2013). Metodología cuantitativa: Abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales. *Revista de Ciencias Sociales*, 0(141). <https://doi.org/10.15517/rsc.v0i141.12479>
- Dinero. (2019, enero 4). Hábitos de consumo de los colombianos en cerveza. Recuperado 23 de mayo de 2020, de Dinero website: <https://www.dinero.com/empresas/articulo/habitos-de-consumo-de-los-colombianos-en-cerveza/269066>
- Diners. (2018, septiembre 4). Cervecerías artesanales en Colombia: El club de la resistencia. Recuperado 28 de junio de 2020, de Revista Diners | Revista Colombiana de Cultura y Estilo de Vida website:

https://revistadiners.com.co/gastronomia/58906_cerveza-artesanal-el-club-de-la-resistencia/

Domínguez, J. C. (2018, febrero 6). Cervezas artesanales en Colombia buscan más participación en el sector. *Los artesanales quieren más del mercado cervecero*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/cervezas-artesanales-en-colombia-buscan-mas-participacion-en-el-sector-178578>

Dzul Escamilla, M. (2017). Aplicación básica de los métodos científicos. Recuperado 15 de junio de 2020, de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo website: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf

El Espectador. (2018, octubre 18). *Colombia, el tercer país que más toma cerveza en la región*. Recuperado de <https://www.elespectador.com/economia/colombia-el-tercer-pais-que-mas-toma-cerveza-en-la-region-articulo-818769>

El País. (2019). Estas son las bebidas alcohólicas que más consumen los colombianos. Recuperado 7 de julio de 2020, de <https://www.elpais.com.co/colombia/estas-son-las-bebidas-alcoholicas-que-mas-consumen-los-colombianos.html>

Encolombia. (2020, febrero 14). Colombia, Características de Colombia, Geografía. *Colombia*. Recuperado de <https://encolombia.com/educacion-cultura/geografia/colombia/colombia/>

Escalante, J. L. (2016, diciembre 7). Los principales factores que influyen en la conducta del consumidor. Recuperado 10 de julio de 2020, de Blog Marketing Link—Universidad del Pacífico website: <http://marketinglink.up.edu.pe/los-principales-factores-influyen-la-conducta-del-consumidor/>

Expogourmet Magazine. (2020, febrero 6). Historia de la cerveza y la moda de la cerveza artesanal. Recuperado 23 de mayo de 2020, de

<https://www.expob2b.es/es/n-/7630/historia-de-la-cerveza-y-la-moda-de-la-cerveza-artesanal>

Flórez, C. D. R. (2018, febrero 14). Cerveza artesanal premium dentro y fuera de Colombia que debe probar. Recuperado 23 de mayo de 2020, de <https://www.larepublica.co/ocio/cerveza-artesanal-premium-dentro-y-fuera-de-colombia-que-debe-probar-2599223>

García Hernández. (2011). Capítulo 5 Sampieri—Metodología de la Investigación. Recuperado 14 de junio de 2020, de <https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/capitulo-5-sampieri>

García, J. S. F. (2018). *Elaboración de una guía de exportación de cerveza artesanal a Santiago de Chile*. Universidad Autónoma de Baja California, La Paz.

Global Exchange. (2015, marzo 27). Información de la moneda de Colombia | Global Exchange—Servicios de cambio de moneda. Recuperado 23 de mayo de 2020, de El peso Colombiano website: <https://www.globalexchange.es/monedas-del-mundo/peso-colombiano>

González, M. (2017). *Principios de Elaboración de las Cervezas Artesanales* (Primera). Lulu Enterprises.

Grajales, T. (2000). *Tipos de Investigación*. 4.

Hernández. (2003). Metodología de la Investigación. Recuperado 15 de junio de 2020, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/hernandez_s_j/capitulo_3.pdf

HildaLopezB. (2015, abril 27). El Comercio Internacional. Recuperado 4 de junio de 2020, de Derecho Aduanero y de Comercio Exterior website:

<https://derechoaduaneroydecomercioexteriorunivia.wordpress.com/2015/04/27/el-comercio-internacional/>

Homo Cervecerus. (2019, mayo 5). Cinco cervezas para probar en este verano en Ecuador. Recuperado 2 de junio de 2020, de Homo Cervecerus website: <https://homocervecerus.com/2019/05/04/5-cervezas-para-probar-en-este-verano-en-ecuador/>

Ibañez Maria. (2015). Teoría del Consumidor. Recuperado 25 de mayo de 2020, de https://economia.uniandes.edu.co/files/profesores/ana_maria_ibanez/docs/Microeconom%C3%ADa%20II/notas%20de%20clase/Teora_del_Consumidor.pdf

La Ventaja Competitiva según Michael Porter. (1985). 6.

Ley de Defensa del Artesano., Pub. L. No. 12, 5 (1997).

Ley de Fomento Artesanal., 446 § (2003).

Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad. , Pub. L. No. 76, 22 (2010).

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

Maslow, A. (1943). Abraham Maslow. Recuperado 7 de julio de 2020, de <https://webpace.ship.edu/cgboer/maslowesp.html>

Ministerio de Asunto Exterior. (2019). Colombia_Ficha Pais.pdf. Recuperado 7 de julio de 2020, de http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/Colombia_Ficha%20PAIS.pdf

- Ministerio de Cultura Argentina. (2018). Historia de la Cerveza. Recuperado 23 de mayo de 2020, de Historia de la cerveza website: https://www.cultura.gob.ar/cronologia-de-la-cerveza_7973/
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2019, noviembre 19). Registro Único Artesanal. Recuperado 23 de julio de 2020, de <https://www.produccion.gob.ec/registro-unico-artesanal-requisito-obligatorio-para-acceder-a-creditos-de-banecuador/>
- Monroy, L., & David, F. (2010). La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 5(2), 161-191.
- Organización de Estados Americanos. (2010). SICE - Tratado de Libre Comercio entre Colombia, Ecuador, Venezuela y MERCOSUR. Recuperado 10 de julio de 2020, de http://www.sice.oas.org/Trade/mrcsrac/eca1_s.asp
- Personales, F. (2019). ¿Cuánto gasta un colombiano en cerveza artesanal? Recuperado 7 de julio de 2020, de Cuánto gasta un colombiano en cerveza artesanal website: <http://www.finanzaspersonales.com.co/consumo-inteligente/articulo/cuanto-gasta-un-colombiano-en-cerveza-artesanal/77104>
- Plan Nacional para el buen vivir. (2017, julio 21). *Plan Nacional para el buen vivir*. Recuperado de <http://www.competencias.gob.ec/el-plan-nacional-para-el-buen-vivir-esta-disponible-para-la-ciudadania/>
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. (2016). Colombia en breve. Recuperado 7 de julio de 2020, de El PNUD en Colombia website: <https://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/countryinfo.html>
- Resolución No. 00000333.* , (2011).

- Rodríguez, D. E. M. (2014). *Business Model As The Key For Corporate Success: A Theoretical Review*. 36.
- Santander. (2020, junio 20). Incoterms. Recuperado 21 de julio de 2020, de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/incoterms#FOB>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva* (p. 32). Recuperado de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- SENAE. (2017a). Comunidad Andina (CAN) – Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Recuperado 7 de julio de 2020, de <https://www.aduana.gob.ec/comunidad-andina-can/>
- SENAE. (2017b). Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC) – Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Recuperado 10 de julio de 2020, de <https://www.aduana.gob.ec/comunidad-de-estados-latinoamericanos-y-caribenos-celac/>
- SENAE. (2017c). *Exportar – Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Recuperado de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- The Beer Times. (2016, noviembre 29). Ajustes del agua para la elaboración de cerveza. *The Beer TimesTM*. Recuperado de <https://www.thebeertimes.com/ajustes-del-agua-para-la-elaboracion-de-cerveza/>
- The Beer Times. (2018, julio 16). *El boom de la cerveza artesanal, todo lo que debes saber sobre esta peculiar bebida*. Recuperado de <https://www.thebeertimes.com/boom-cerveza-artesanal-todo-lo-que-debes-saber-sobre-esta-peculiar-bebida/>

The Beer Times. (2020, junio 2). *Cómo hacer cerveza artesanal paso a paso*.

Recuperado de <https://www.thebeertimes.com/como-hacer-cerveza-artesanal-paso-a-paso/>

Tiempo, C. E. E. (2019). En cinco años se vendería 33,8% más en cerveza en

Colombia. Recuperado 7 de julio de 2020, de Portafolio.co website:

<https://www.portafolio.co/negocios/en-cinco-anos-se-venderia-33-8-mas-en-cerveza-en-colombia-532179>

Vaca Martillo, C. (2018). Comerciojustotransgresionalateoriaeconomica.pdf.

Recuperado 4 de junio de 2020, de

<https://base.socioeco.org/docs/comerciojustotransgresionalateoriaeconomica.pdf>

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Ordoñez Vizueta, Michael André**, con C.C: # **0927995795** autor del trabajo de titulación: **Análisis de la Factibilidad Económica para la Exportación de Cerveza Artesanal al Mercado Colombiano, Caso Rambla**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 10 de septiembre del 2020



f. _____

Nombre: **Ordoñez Vizueta, Michael André**

C.C: **0927995795**

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Parra Pesantes, Giovanni André**, con C.C: # **0924375595** autor del trabajo de titulación: **Análisis de la Factibilidad Económica para la Exportación de Cerveza Artesanal al Mercado Colombiano, Caso Rambla**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 10 de septiembre del 2020



f. _____

Nombre: **Parra Pesantes, Giovanni André**

C.C: **0924375595**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Análisis de la Factibilidad Económica para la Exportación de Cerveza Artesanal al Mercado Colombiano, Caso Rambla.		
AUTORES	Michael André, Ordoñez Vizueta; Giovanni André, Parra Pesantes		
REVISOR/TUTOR	Ing. Andrea Johanna, Rodríguez Bustos, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Comercio y Finanzas Internacionales		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	10 de septiembre de 2020	No. DE PÁGINAS:	93
ÁREAS TEMÁTICAS:	Negocios Internacionales, Exportación, Finanzas		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Cerveza Artesanal, Factibilidad, Exportación, Colombia, Mercado, Economía.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El presente trabajo de titulación se requiere determinar la factibilidad económica para la exportación de cerveza artesanal al mercado colombiano, caso Rambla, a través de un análisis de exportación, indicando los posibles factores que pueden afectar al proceso directa e indirectamente. En base al estudio de mercado y las encuestas realizadas a los ciudadanos de Bogotá- Colombia que determinan el consumo y la aceptabilidad de una nueva cerveza artesanal en el mercado, acorde a los gustos y preferencias de los consumidores el motivo porque la comercialización en Colombia ha aumentado, como también el Ecuador el exponencial en el desarrollo del emprendimiento, mismas que se prefieren que las sean de su estado natural en comparación a la cerveza industrial con distintos estilos que resultan económicos y saludables. El mercado colombiano se determinó por ser un país el cual se destaque el consumo de la cerveza artesanal, el cual hay un cercamiento por frontera además de poseer costos aduaneros bajos. Dar un enfoque investigativo al proyecto como guía para temas relacionados con las exportaciones de cervezas artesanales con la finalidad de apoyar a los emprendedores a tomar la decisión de expandirse a otros mercados extranjeros, posicionar su marca y puedan incrementar sus ventas. Finalmente, con un estudio financiero, se determinó que la exportación de cerveza artesanal a la ciudad de Bogotá – Colombia es factible y rentable.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTORES:	Teléfono: +593-99-771-1306 - +593-9-5892-1821	E-mail: gparrap@hotmail.com ; andre.ordonez5@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Ing. Echeverría Bucheli, Mónica Patricia, Mgs. Teléfono: +593-99-953-1661 E-mail: PBX: 043804600 o Call Center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			