



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE CERVEZA ARTESANAL HACIA EL
MERCADO CHILENO
PERIODO 2020-2021**

TUTOR

MGS, MÉNDEZ ENCALADA EVANGELINA AUXILIADORA

AUTORES

HANSEN VIK GÓMEZ ASHLEY FRANCCESCA

JIMENEZ CARVAJAL JANY DOROTHY

GUAYAQUIL

2022



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Plan de exportación de Cerveza Artesanal hacia el mercado chileno periodo 2020-2021		
AUTOR/ES: Hansen Vik Gómez Ashley Francesca Jimenez Carvajal Jany Dorothy	REVISORES O TUTORES: Mgs. Méndez Encalada Evangelina Auxiliadora	
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte De Guayaquil	Grado obtenido: Licenciatura en Comercio Exterior	
FACULTAD: Administración	CARRERA: Comercio Exterior	
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2022	N. DE PAGS: 143 Páginas	
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración		
PALABRAS CLAVE: Cerveza Artesanal, Emprendedor, Factibilidad		
RESUMEN: El presente plan de exportación de cerveza artesanal se presenta como oportunidad para la empresa Hopfen, de abrirse hacia el mercado internacional, específicamente al mercado elegido Santiago – Chile, tomando en cuenta las pautas necesarias en el ámbito comercial y logístico, del proceso de exportación de este producto.		
N. DE REGISTRO:	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL:		
ADJUNTO PDF:	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>

<p>CONTACTO CON AUTOR/ES: Hansen Vik Gómez Ashley Francesca Jimenez Carvajal Jany Dorothy</p>	<p>Teléfono: 0978652528 0985273001</p>	<p>E-mail: ahansenvik@ulvr.edu.ec jjimenez@ulvr.edu.ec</p>
<p>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</p>	<p>Decano, Facultad de Administración Mae. Oscar Machado Álvarez Teléfono: 2596500 Ext. 201 Decanato E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec Directora, Carrera Comercio Exterior PhD. Mónica Villamar Mendoza Teléfono: 2596500 Ext. 264 E-mail: mvillamarm@ulvr.edu.ec</p>	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

EXPORTACION DE CERVEZA ARTESANAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.ug.edu.ec

Fuente de Internet

1%

2

repositorio.uchile.cl

Fuente de Internet

1%

3

repositorio.ulvr.edu.ec

Fuente de Internet

1%

4

cervezadolina.com

Fuente de Internet

1%

5

Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola

Trabajo del estudiante

1%

6

www.proecuador.gob.ec

Fuente de Internet

1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 1%

Excluir bibliografía

Activo



Mgtr. Evangelina Méndez

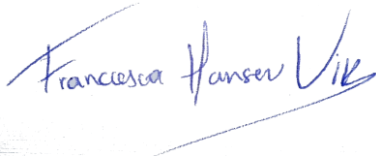
Docente Tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Las estudiantes egresadas **HANSEN VIK GÓMEZ ASHLEY FRANCCESCA** y **JIMENEZ CARVAJAL JANY DOROTHY**, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **PLAN DE EXPORTACIÓN DE CERVEZA ARTESANAL HACIA EL MERCADO CHILENO PERIODO 2020-2021**, corresponde totalmente a las suscritas y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autoras



HANSEN VIK GÓMEZ ASHLEY FRANCCESCA

C.I. 0956586820



JIMENEZ CARVAJAL JANY DOROTHY

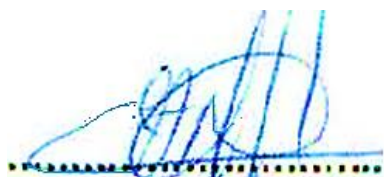
C.I. 1206288639

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **PLAN DE EXPORTACIÓN DE CERVEZA ARTESANAL HACIA EL MERCADO CHILENO PERIODO 2020-2021**, designada por el Consejo Directivo de la Facultad de administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **PLAN DE EXPORTACIÓN DE CERVEZA ARTESANAL HACIA EL MERCADO CHILENO PERIODO 2020-2021**, presentado por las estudiantes **HANSEN VIK GÓMEZ ASHLEY FRANCCESCA** y **JIMENEZ CARVAJAL JANY DOROTHY** como requisito previo, para optar al Título de LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación.



MGTR. EVANGELINA MENDEZ ENCALADA

C.C. 0916872963

DEDICATORIA

Esta tesis la dedico a mis padres quienes me han apoyado incondicionalmente para poder llegar a esta meta en mi vida por haber forjado como la persona que soy en la actualidad con virtudes y defectos, todos mis logros se los debo a ustedes incluyendo este tan importante, me formaron con reglas y con algunas libertades, pero siempre teniendo confianza en mí, a final de todo con altas y bajas siempre me motivaron al alcanzar esta gran meta.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, le quiero dar gracias a Dios por permítame cumplir unos de mis sueños la cual es ser una profesional para poder contribuir a la economía de mi país, ya que nada hubiese sido posible sin la ayuda del todopoderoso el cual siempre estuvo cuidándome, protegiéndome de todo lo malo y ayudándome siempre que lo eh necesitado.

En segundo lugar, dar gracias a mis amados padres que siempre estuvieron ahí apoyándome en cada momento de mi carrera universitaria, dando los mejores consejos, y brindándome todo su amor, sin ellos nada de esto hubiese sido posible. Gracias a todas las personas que estuvieron en todo este camino a mi prima, tías, abuelita, y a todo este conjunto de seres queridos que son muy especiales en mi vida

Gracias a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil por la oportunidad de poder formarme como profesional, ya que gracias a ella también he conocido a personas increíbles que ahora son parte de mi grupo de mis amigos.

Y por último gracias a la vida por este nuevo triunfo.

Jany Dorothy Jimenez Carvajal

DEDICATORIA

Le dedico este nuevo camino de mi vida a mis padres, a mis hermanas, a mis primas, a mis tías y tío, a mi abuelita y a todos mis familiares que en cada momento estuvieron para mí apoyándome en todo, a mi mamá sobre todo por haber confiado en mí desde el primer momento en que emprendí mi carrera universitaria, a mi cuñado e ingeniero Gabriel Zúñiga y a mi hermana e ingeniera María Jose Hansen Vik por haberme dado todos los conocimientos requeridos para lograr sacar con éxito este proyecto de titulación.

También va dedicada a mis amigos que siempre estuvieron apoyándome, brindándome alegrías en los momentos que más lo necesitaba.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme permitido llegar hasta este momento en mi vida, por darme salud, fuerza y seguridad en cada circunstancia que se me presentaba, le agradezco a mi madre por todo su apoyo moral y económico, por todos los sacrificios que hizo en su vida por darme la mejor educación.

A mis hermanas que me inspiran día a día, a mi papá que me da alegría y fortaleza con sus locuras, a mis primas que en cada momento mencionaban lo orgullosas que estaban y que nunca me rindan, a mis tías y a mi abuelita que con mucho amor siempre me acompañaron y me apoyaron en este recorrido.

Agradezco a todos mis profesores por transmitirme sus enseñanzas, especialmente a mi tutora MGS. Evangelina Méndez Encalada por todos sus consejos, paciencia y por compartir sus conocimientos con nosotras.

Ashley Franccesca Hansen Vik Gómez

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	II
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO.....	IV
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALESV	
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	VI
DEDICATORIA	VII
AGRADECIMIENTO.....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	IX
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1 Tema.....	3
1.2 Planteamiento del problema	3
1.3 Formulación del problema.....	4
1.4 Sistematización del problema	4
1.5 Objetivo General.....	5
1.6 Objetivos Específicos.....	5
1.7 Justificación	5
1.8 Delimitación o alcance	6
1.9 Idea a defender.....	7
1.10 Línea de Investigación Institucional/Facultad	7
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	8
2.1 Antecedentes.....	8
2.1.1 La Cerveza Artesanal.....	8
2.1.2 Proceso de elaboración	8
2.1.3 Tipos de cerveza artesanal	9
2.1.4 Proceso de elaboración cerveza Hopfen	10

2.1.5 Diagrama de proceso de elaboración de cerveza artesanal Hopfen	10
2.1.6 Estilos de Cerveza artesanal Hopfen	14
2.1.7 Proveedores y Stakeholders	16
2.1.8 El movimiento de la cerveza artesanal	17
2.1.9 Cuadro comparativo de cerveza Hopfen vs competidores e industriales	19
2.1.10 Empresas cerveceras artesanales reconocidas internacionalmente	20
2.1.11 Ventajas de tener una empresa de cerveza en Chile	23
2.1.12 Plan de exportación.....	24
2.1.13 Estructura	24
2.3 Teorías modernas del comercio internacional	26
2.4 Marco conceptual.....	30
2.5 Marco legal	35
2.5.1 Autorización de funcionamiento de Hopfen, base legal para que funcione y labore el producto, que entidades se involucran.....	41
2.5.2 Régimen Impositivo Simplificado, Reposición de mercancías con franquicia arancelaria y Drawback.....	47
CAPÍTULO III.....	49
MARCO METODOLÓGICO	49
3.1. Tipo de Investigación	49
3.2. Enfoque de la Investigación	49
3.3. Técnicas de Investigación.....	50
3.4. Población y Muestra.....	51
3.5 Análisis del comportamiento del consumidor en Chile	55
3.5.1 Importación de cerveza por parte del mercado chileno	55
3.5.2 Importación de cerveza artesanales realizadas por el mercado chileno.....	56
3.6 Método de Análisis de la Información	57
CAPÍTULO IV.....	58

LA PROPUESTA	58
4.1. Tema.....	58
4.2 Justificación	58
4.3 Plan de Exportación	59
4.3.1 Análisis Potencial Exportador.....	59
4.3.2 El producto	64
4.4 Inteligencia de mercado.....	70
4.4.1 Perfil de Chile.....	70
4.4.2 Superficie	71
4.4.3 Población.....	72
4.4.4 Moneda	72
4.4.5 Entorno político	72
4.4.6 Entorno económico	72
4.4.7 Entorno social.....	73
4.4.8 Entorno tecnológico	73
4.4.9 Producción de cerveza en Chile	73
4.5 Perfil general de la empresa importadora.....	81
4.5.1 Gustos y preferencias de los consumidores	82
4.5.2 Empresas internacionales que exportan cerveza a Chile	82
4.6 Trámites de exportación	83
4.6.1 Negociación entre comprador y vendedor	83
4.6.2 Término de negociación.....	83
4.6.3 Condiciones de entrega de la mercancía.....	84
4.6.4 Forma de pago	85
4.6.5 Cotización de exportación	85
4.6.6 Gestión de Documentación	86
4.6.4 Descripción del producto	96

4.7 Línea naviera	97
4.7.1 Coordinación de espacio en el buque	98
4.7.2 Normas internacionales contenedores ISO 6346 de carga, codificación, identificación y marcado	98
4.8 Embarque de la mercancía.....	101
4.8.1 Proceso de inspección.....	101
4.8.2 Inspección antinarcótica.....	102
4.8.2 Transmisión a través del ECUAPASS.....	103
4.8.3 Documentos requeridos para la salida del producto desde Ecuador	104
4.8.4 Documentación Requerida para la entrada del producto a Chile	104
CONCLUSIONES	109
RECOMENDACIONES	112
ANEXOS	126

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Cerveza Artesanal vs Industrial</i>	8
<i>Tabla 2. Proveedores</i>	16
<i>Tabla 3. Stakeholders</i>	17
<i>Tabla 4. Principales cervecerías artesanales de Ecuador</i>	18
<i>Tabla 5. Hopfen Cerveza Artesanal vs competidores</i>	19
<i>Tabla 6. Cerveza artesanal vs industriales</i>	20
<i>Tabla 7. Certificado de Reposición</i>	48
<i>Tabla 8. Perfil de la población en estudio (Chile: mercado destino de cerveza artesanal)</i>	53
<i>Tabla 9. Población en estudio</i>	54
<i>Tabla 10. Importaciones de cerveza realizadas por Chile</i>	56
<i>Tabla 11. Análisis FODA</i>	62
<i>Tabla 12. Ficha técnica</i>	65
<i>Tabla 13. Ficha técnica de producción</i>	66
<i>Tabla 14. Resumen de las fuerzas competitivas</i>	78
<i>Tabla 15. Acuerdos comerciales</i>	79
<i>Tabla 16. Cervezas artesanales chilenas</i>	80
<i>Tabla 17. Empresas internacionales que exportan cerveza a Chile</i>	82
<i>Tabla 18. Cotización de exportación Orange Honey</i>	85
<i>Tabla 19. Cotización de exportación Irish Red Ale</i>	86
<i>Tabla 20. Campos obligatorios a cumplir en la etiqueta</i>	93
<i>Tabla 21. Transmisión de la DAE</i>	103

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Árbol de identificación del problema.....	4
<i>Figura 2.</i> Tipos de cerveza.....	9
<i>Figura 3.</i> Proceso de elaboración de cerveza Hopfen	10
<i>Figura 4.</i> Diagrama proceso de elaboración	11
<i>Figura 5.</i> Diagrama de proceso de elaboración	13
<i>Figura 6.</i> Estilos de Cerveza artesanal	14
<i>Figura 7.</i> Estilos de Cerveza artesanal	15
<i>Figura 8.</i> Estilos de Cerveza artesanal	15
<i>Figura 9.</i> Estilos de Cerveza artesanal	16
<i>Figura 10.</i> Permiso de funcionamiento ARCSA.....	41
<i>Figura 11.</i> Página principal de la web de ARCSA	42
<i>Figura 12.</i> Consulta de requisitos para permiso de funcionamiento	42
<i>Figura 13.</i> Pantalla de consulta	42
<i>Figura 14.</i> Búsqueda acorde a la descripción ingresada	43
<i>Figura 15.</i> Descripción, requisitos y costos, según el tipo de establecimiento.....	43
<i>Figura 16.</i> No requiere permiso de funcionamiento	44
<i>Figura 17.</i> Documento de constancia	44
<i>Figura 18.</i> Registro Único Artesanal.....	45
<i>Figura 19.</i> RUC.....	60
<i>Figura 20.</i> Botella de vidrio.....	61
<i>Figura 21.</i> Cuadrante matemático FODA.....	63
<i>Figura 22.</i> Estrategias FODA matemático	63
<i>Figura 23.</i> Clasificación arancelaria.....	65
<i>Figura 24.</i> Cerveza Hopfen India Pale Ale.....	67
<i>Figura 25.</i> Cerveza Hopfen Oatmeal Stout.....	68
<i>Figura 26.</i> Cerveza Hopfen Orange Honey	68
<i>Figura 27.</i> Cerveza Hopfen Irish Red Ale	69
<i>Figura 28.</i> Exportaciones de cerveza ecuatoriana al mundo	70
<i>Figura 29.</i> Ficha técnica de Chile	71
<i>Figura 30.</i> Ubicación Geográfica de Chile	72
<i>Figura 31.</i> Chile: exportaciones de cerveza, año 2020.....	74
<i>Figura 32.</i> Principales proveedores de cerveza de malta a Chile, año 2020	76

<i>Figura 33.</i> Categorías de bebidas CCU	81
<i>Figura 34.</i> Cervezas artesanales.....	82
<i>Figura 35.</i> Perfil de la empresa	83
<i>Figura 36.</i> Factura comercial	87
<i>Figura 37.</i> Pasos precios a la exportación	88
<i>Figura 38.</i> ARCSA.....	92
<i>Figura 39.</i> Etiqueta de Hopfen.....	96
<i>Figura 40.</i> Ruta de línea naviera a Chile	97
<i>Figura 41.</i> Booking	98
<i>Figura 42.</i> Sistema de identificación.....	99
<i>Figura 43.</i> Contenedor de 20 ft	100
<i>Figura 44.</i> Unitarización de la carga	101
<i>Figura 45.</i> Unitarización de la carga	101
<i>Figura 46.</i> Proceso de inspección	103
<i>Figura 47.</i> Certificado de origen	105
<i>Figura 48.</i> Bill of lading	106
<i>Figura 49.</i> Declaración Aduanera de Exportación.....	108

ÍNDICE DE ANEXOS

<i>Anexo 1. Carta autorización por parte de la compañía Hopfen</i>	126
<i>Anexo 2. Correo de revisión de artículo científico por parte de la revista ANDULI</i>	127

INTRODUCCIÓN

Si bien la internacionalización les ofrece ventajas importantes a las empresas que así lo deciden, antes de lanzarse deben conocer el sector en el que pretenden expandirse analizando con detenimiento todos los aspectos que rodean a esta estrategia, a fin de minimizar los riesgos y asegurar el crecimiento, (Kotler & Armstrong, 2017). La empresa debe previamente conocer las leyes que rigen las operaciones de comercio exterior, el ambiente laboral y empresarial, la cultura y las comunicaciones, los factores que pueden afectar la eficiencia de la cadena, los riesgos de inestabilidad sociopolítica o económica del país destino. De igual modo, las políticas arancelarias y proteccionistas de los gobiernos que pueden ser barreras importantes para las oportunidades de negocio, así como también, los intereses y gustos de los consumidores potenciales y su capacidad de compra (Jerez & García, 2020).

En los últimos tiempos se ha puesto muy de moda la cerveza artesanal, debido principalmente a la innovación y la originalidad que cada día permite presentar una variedad de propuestas que rompen esquemas en los amantes de la cerveza. Países como España, Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Colombia, Chile y Ecuador, por mencionar sólo algunos, están teniendo un importante avance en el desarrollo de estas cervezas que, en muchos casos, ha sido industrializada. En Europa, en el año 2018 se produjeron 39.000 millones de litros de cervezas y 1.000 millones entre la de 0,5% grados de alcohol y la sin alcohol (Cereceda, 2019). Asimismo, aunque todavía la categoría representa menos del 5% del mercado mundial de cerveza hasta el 2019, la tendencia es hacia un crecimiento acelerado y, según expertos del sector a nivel mundial, “el nicho es lo suficientemente grande como para que las cervecerías pequeñas e independientes con un enfoque regional entren al mercado y se desarrollen aún más” (Factoría de la Cerveza, 2019).

Según el Índice Mundial de Cerveza 2021 realizado por la empresa auditora de mercados Expensivity (2021), en Chile el consumo per cápita promedio es de 199 cervezas al año, resultando en un valor de mercado de 9.000 millones de dólares. Fuentes (2018) señala que, en esta última cifra un número importante corresponde al consumo de productos artesanales que han logrado irrumpir en el mercado nacional por su variedad de tipos y sabores. De igual forma, agrega, mientras en Ecuador el consumo per cápita de cerveza es de 39 litros, en Chile, con una población similar, el consumo por persona es de 45 litros; es decir, la demanda de cerveza

artesanal en Chile ha ido creciendo de manera acelerada, así como también las ganas de los consumidores de probar nuevas experiencias, sabores, marcas y orígenes.

Por otra parte, se conoció que en el Ecuador la cerveza artesanal seguirá creciendo a la par de garantizar una mejor calidad de los productos; el potencial del segmento ha llevado a que las cervecerías independientes, motores del gremio, hayan intensificado su presencia enfrentando los impuestos a las importaciones de materias primas, brindando capacitación técnica y asistencia a sus miembros y al público, lanzando concursos y apoyando los festivales de cerveza para su conocimiento y promoción, lo cual ha conllevado al crecimiento de la competencia en número importante, tomando el lugar de las grandes marcas nacionales; están colocando a Ecuador en el ámbito de las competiciones de cerveza locales, así como en Perú, Colombia y Chile (Martín Proaño, citado en Jared, (2021).

No obstante, en opinión de Jaramillo (2016), aunque esta novedad ha marcado un avance impresionante en los últimos años, en el país todavía existen muchas barreras debido a que es un mercado nuevo y dominado por grandes monopolios: las cervezas industriales poseen el 99,48% del mercado, mientras que las cervezas artesanales solo ocupan 0,52%.

De manera que, se identifica la oportunidad de crecimiento de la cerveza artesanal ecuatoriana a través de la exportación hacia Chile donde, es importante agregar, no se tienen antecedentes de esta iniciativa. Con base en ello, el presente estudio se realiza a los fines de desarrollar un plan de exportación para la incursión de la cerveza artesanal ecuatoriana marca Hopfen en el mercado chileno.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

Plan de exportación de cerveza artesanal hacia el mercado chileno. Periodo 2020-2021

1.2 Planteamiento del problema

La empresa Hopfen Cervecería Artesanal es una micro cervecería independiente ubicada en la ciudad de Guayaquil, cuyos productos han logrado alta aceptación a nivel local por su alta calidad y características organolépticas innovadoras. De acuerdo con la información suministrada por los fundadores de la empresa, han observado que, a pesar de sus esfuerzos y logros alcanzados, sus ventas en los últimos años no evolucionan y los costos han aumentado por lo cual, temen que los márgenes de rendimiento se vean afectados, lo cual no se correlaciona con sus objetivos de crecimiento en el mercado, sobre todo porque la competencia en el sector ha aumentado de manera importante. Por ello, están evaluando expandirse hacia el mercado internacional, específicamente con la exportación a Chile, como una vía estratégica para continuar con su crecimiento. En ese sentido, es válido señalar que, de acuerdo con Kotler y Armstrong (2017), cuando existe un alto grado de competencia en los mercados locales, la internacionalización es prácticamente una obligación para cualquier tipo y tamaño de empresa.

Es allí donde resalta la importancia de contar con un plan de exportación que, según detalla (ProMéxico, 2017), “no es más que una forma organizada de exponer: lo qué queremos exportar, a dónde queremos exportar, cómo lo vamos hacer y con qué recursos contamos para hacerlo” (p.7). Si bien la estructura de dicho documento varía en función de los productos, servicios y características particulares de cada empresa, es un requisito para lograr el éxito de la operación ya que asistirá en la planeación, minimizando los riesgos y optimizando los resultados de la operación, permitiendo continuar con el crecimiento de manera competitiva y rentable (Connect América, 2021).

Los emprendedores responsables de Hopfen Cerveza Artesanal, han seleccionado el mercado chileno para su exportación con base a algunas investigaciones que hicieron en diferentes sitios de Internet. El portal TradeMap (2021) evidencia que, durante el año 2020, Chile importó cerveza por el orden de 162.920 millones de dólares, cifra que se ha cuadruplicado desde 2011. Según (Biochile.cl, 2018), “en la industria local creen que estas

cifras se explican por una creciente sofisticación del consumidor chileno, que está buscando cervezas foráneas, en particular las artesanales” (p.1). Asimismo, los emprendedores de Hopfen Cervecería Artesanal consideran que Chile les da la ventaja de su ubicación estratégica y geográfica cercana al Ecuador.

Es por ello que, los Directivos de Hopfen Cervecería Artesanal requieren tomar decisiones sobre cuál o cuáles de sus productos exportar, cómo hacerlo y qué recursos deben tener para hacerlo, para lo cual, es fundamental que planifiquen la estrategia de exportación con base en información válida y actualizada. Esta información les permitirá conocer las exigencias legales y logísticas del mercado chileno para el ingreso de este tipo de productos, cuáles son los factores a considerar para lograr una expansión exitosa y, en consecuencia, establecer objetivos de mercado para destacar generando diferencia en el mercado,

Con todo lo planteado, se construyó el siguiente árbol de problema a fin de identificar el problema de investigación.

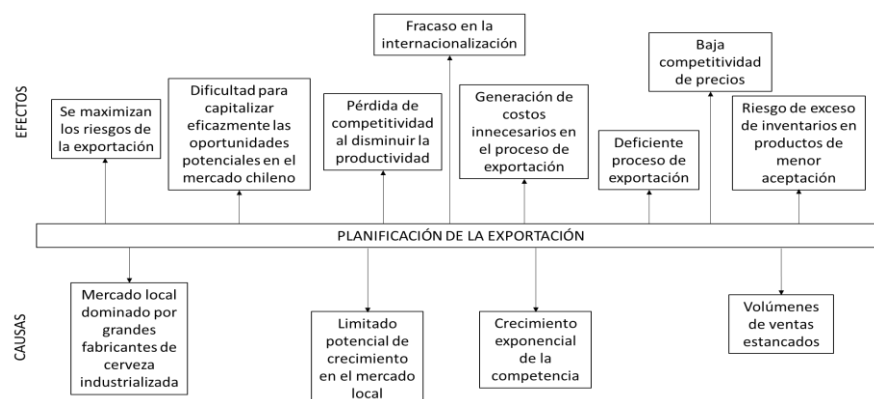


Figura 1. Árbol de identificación del problema

Fuente: (SCRIBD)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

1.3 Formulación del problema

¿Cuál será la planificación adecuada para minimizar los riesgos y optimizar los resultados de la incursión en el mercado chileno de la cerveza artesanal Hopfen, permitiéndole continuar con el crecimiento de manera competitiva y rentable?

1.4 Sistematización del problema

Para lograr resolver el problema de investigación formulado, es necesario que previamente se dé respuesta a las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo es la producción, la oferta y la demanda de cerveza artesanal en el mercado chileno?
- ¿Qué variables son fundamentales considerar para la exportación de cerveza artesanal ecuatoriana hacia el mercado chileno?
- ¿Cuáles son las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que presentan a la exportación de cerveza artesanal hacia el mercado chileno?
- ¿Será viable la exportación de la cerveza artesanal Hopfen hacia el mercado chileno?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5 Objetivo General

Desarrollar un plan de exportación para la incursión de la cerveza artesanal Hopfen en el mercado chileno permitiendo el crecimiento y el fomento de la internacionalización de las empresas ecuatorianas.

1.6 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación de la producción, la oferta y la demanda de cerveza artesanal con el fin de determinar las variables fundamentales para la viabilidad de la exportación de este producto al mercado chileno
- Determinar las ventajas de la empresa ecuatoriana en la incursión de la internacionalización en el mercado chileno para fomentar la comercialización de la cerveza artesanal.
- Elaborar un Plan de exportación de cerveza artesanal, para obtener una guía que facilite el proceso de comercialización de este producto en el mercado chileno.

1.7 Justificación

La actual crisis generalizada, mundial y nacional, ha permitido la identificación de diferentes sectores que ofrecen oportunidades para la recuperación económica aún no capitalizadas. El sector cervecero, una de las bebidas más consumidas en todo el mundo, muestra que desde el año 2016 y hasta el 2019, la producción mundial prácticamente se ha estancado alrededor de 1.9 millones de hectolitros (Montes, Cerveza artesanal, una tendencia de consumo en boca de todos, 2021). Sin embargo, se reporta que el sector se ha beneficiado de la buena aceptación de las cervezas artesanas por parte del público que, aparentemente, se

inclina a consumir productos Premium y está dispuesto a pagar más por mayor calidad, exclusividad y nuevas experiencias nuevas que les satisfagan ese sentimiento de novedad y descubrimiento (SelfBank, 2019).

En América Latina, la penetración de las marcas Premium de cerveza ha aumentado por encima de la media y han crecido las empresas cerveceras independientes; la Región representa hoy en día el 17% del consumo global, con cifras positivas de crecimiento de la demanda. Es un segmento que tiene mucho potencial, tomando en cuenta que el 95% del mercado lo domina la cerveza industrial (Montes, Cerveza artesanal, una tendencia de consumo en boca de todos, 2021). La producción y desarrollo del mercado de cerveza artesanal ecuatoriana está en pleno crecimiento, de manera que, es importante para la economía del país y de las empresas del sector, darse a conocer a nivel internacional logrando competitividad y rentabilidad.

Con la elaboración de un plan de exportación para la cerveza artesanal Hopfen hacia Chile, se contribuye a minimizar los riesgos de la iniciativa de internacionalización, al tiempo de maximizar sus posibilidades de éxito que favorecerá no solo a los emprendedores, sino también a sus empleados y a la economía ecuatoriana. Además, siendo esta iniciativa pionera en el sector, en tanto que, por lo menos hasta donde se pudo investigar, no se logró ubicar antecedentes de exportación de cerveza ecuatoriana, industrial o artesanal, hacia Chile, se considera que la realización del proyecto constituirá un importante y novedoso aporte a la industria cervecera nacional, en especial porque se demostrará que este producto posee atractivo para el consumo nacional y extranjero, así como también, que es una actividad económica innovadora y sostenible que podría convertirse en una ventaja competitiva para la Marca Ecuador.

Del mismo modo, realizar un plan de exportación para la cerveza artesanal Hopfen, permitirá obtener información actualizada y vigente sobre la cual, los emprendedores podrán tomar decisiones más certeras sobre el proceso de internacionalización que se proponen, asegurando el éxito de la misma de manera de continuar con una evolución rentable.

Con base en las razones expuestas, se justifica ampliamente la realización del plan de exportación para la cerveza artesanal Hopfen hacia el mercado chileno.

1.8 Delimitación o alcance

La presente investigación está delimitada bajo los siguientes puntos:

Delimitación temática: El proyecto se ubica en el campo de estudio socioeconómico, en el área de comercio exterior, desarrollando específicamente el tema de plan de exportación de cerveza artesanal de origen ecuatoriano hacia el mercado de Chile.

Cabe destacar que el plan de exportación a realizar contempla la propuesta de soluciones a la situación específica de Hopfen Cerveza Artesanal, a partir de un proceso de indagación que, según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), implica explorar, describir, explicar y proponer alternativas de cambio, mas no necesariamente ejecutar la propuesta.

Delimitación temporal: La investigación se desarrollará durante el plazo comprendido por el segundo semestre de 2021.

Delimitación geográfica: El proyecto comprende el contexto geográfico de la empresa Hopfen Cerveza Artesanal, ubicada en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Asimismo, contemplará la influencia geográfica que se desprende del intercambio comercial entre la empresa y el mercado de cerveza artesanal de Chile como país destino del plan de exportación.

Delimitación por cadena de suministro: El desarrollo del proyecto de investigación se limitará al análisis de: exportación, distribución y comercialización de la cerveza al mercado chileno. La distribución comenzara al momento de exportar la cerveza a la Compañía de Cervecería Unidas (CCU), ya que ellos distribuirán a locales, bares, restaurantes, licorerías, almacenes, entre otros, para lograr una correcta comercialización.

1.9 Idea a defender

Con el desarrollo de este plan de exportación de cerveza artesanal se fomentará el crecimiento y la internacionalización de la empresa Hopfen hacia el mercado chileno.

1.10 Línea de Investigación Institucional/Facultad

La línea institucional de esta investigación se la puede encontrar en la Unidad de Titulación de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, en lo que se refiere a Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables, (Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, 2019)

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

2.1.1 La Cerveza Artesanal

Según lo expresado por Vera M.A. (2017), la cerveza artesanal es “una bebida fermentada de un cereal, elaboradas en pequeñas cantidades y, por lo tanto, se le da la máxima atención a casa pequeño detalle, asegurando un producto final de la mayor calidad y fresca” (p.5). Algunas de las diferencias entre la cerveza artesanal y la industrial se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1. Cerveza Artesanal vs Industrial

Cerveza Industrial		Cerveza Artesanal
Adición de otros cereales	Vs.	Materias primas de calidad
Poco lúpulo		Fermentación más lenta
Fermentación más rígida		Filtrado natural
Filtrado químico		Sin aditivos químicos
Gas carbónico añadido		Gas generado naturalmente
Contiene aditivos químicos		Propiedades organolépticas cuidadas
Pasteurización y pérdida de propiedades		Amplia variedad e innovación

Fuente: (Vera, 2017)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

2.1.2 Proceso de elaboración

La mayor parte del proceso de producción de la cerveza artesanal se realiza de forma manual, en siete pasos: molienda, macerado, cocido, enfriado, fermentación, envasado o embotellado y segunda fermentación. Se utilizan cinco elementos básicos como materia prima: agua, cebada, trigo, lúpulo y levadura. Al respecto, Vera (ob.cit.) agrega lo siguiente:

- El agua es el mayor componente de la cerveza, cuya composición y contenido de sales influyen en la calidad y el estilo de la cerveza;
- La cebada malteada o malta, llamada el corazón de la cerveza, es el ingrediente básico que proporciona los carbohidratos y azúcares necesarios para la fermentación, así como también contribuye sabores y colores que son exclusivamente característico de la cerveza;

- El lúpulo (*Humulus lupulus*), es una planta perteneciente a la familia de las cannabáceas, trepadora, de sabor amargo y con aroma. Es el principal ingrediente responsable del amargor, sabor y aroma de la cerveza, y
- La levadura, llamada el condimento de la cerveza, es un microorganismo unicelular encargado de digerir los azúcares extraídos en alcohol y dióxido de carbono, con propiedades nutritivas.

2.1.3 Tipos de cerveza artesanal

Los tipos varían dependiendo de los ingredientes con los que son elaboradas. En Alemania existe una empresa que produce dos tipos de cerveza artesanal de renombre mundial, las cuales son la base de elaboración en el resto del mundo: lager y Ale como las recetas madres (Dolina, 2019). Existen algunas variedades, desde la cerveza rubia, la roja, la negra y la IPA (Figura 2).



Figura 2. Tipos de cerveza

Fuente: (Vera, 2017)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Cada una de ellas tienen características especiales e independientes que hacen de la cerveza artesanal una bebida hecha con cuerpo. Dolina (ob.cit.) refiere lo siguiente:

- **Cervezas lager:** Este tipo de cerveza artesanal normalmente son realizadas con poco lúpulo, espumosas, color claro y ligeras, contienen un grado de alcohol relativamente bajo que oscila entre los 3,5% y 5,0%. Es una de las más consumidas y preferidas en gran parte de los países. Dentro de las cervezas artesanales lagers existen varios subgrupos que se han desarrollado de manera industrial, es decir, han utilizado su forma de elaboración para producirlas en masa a nivel comercial

- **Cerveza Ale:** Es una cerveza artesana de color claro que, elaborada con pequeñas cantidades de malta tostada, suelen contener mucho lúpulo y, por lo tanto, contiene mucho sabor, incluso algunas son amargas. Entre los subgrupos de estas cervezas, se encuentran las Pale Ale (IPA) con un grado de alcohol entre 4% y 7% y el amargo es su punto fuerte muy agradable al paladar. Asimismo, las del grupo Dark Ale o Cerveza Negra, una de las más oscuras elaborada con gran cantidad de malta tostada y caramelizada con mucho más lúpulo que el resto.; es de textura espesa y cremosa con un fuerte aroma a malta. El sabor es una combinación de amargo con dulce, permitiendo que el nivel de alcohol varíe entre 4% y 8%.

2.1.4 Proceso de elaboración cerveza Hopfen



Figura 3. Proceso de elaboración de cerveza Hopfen

Fuente: (Hopfen Cervecería Artesanal, 2020)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

2.1.5 Diagrama de proceso de elaboración de cerveza artesanal Hopfen

Orange Honey A

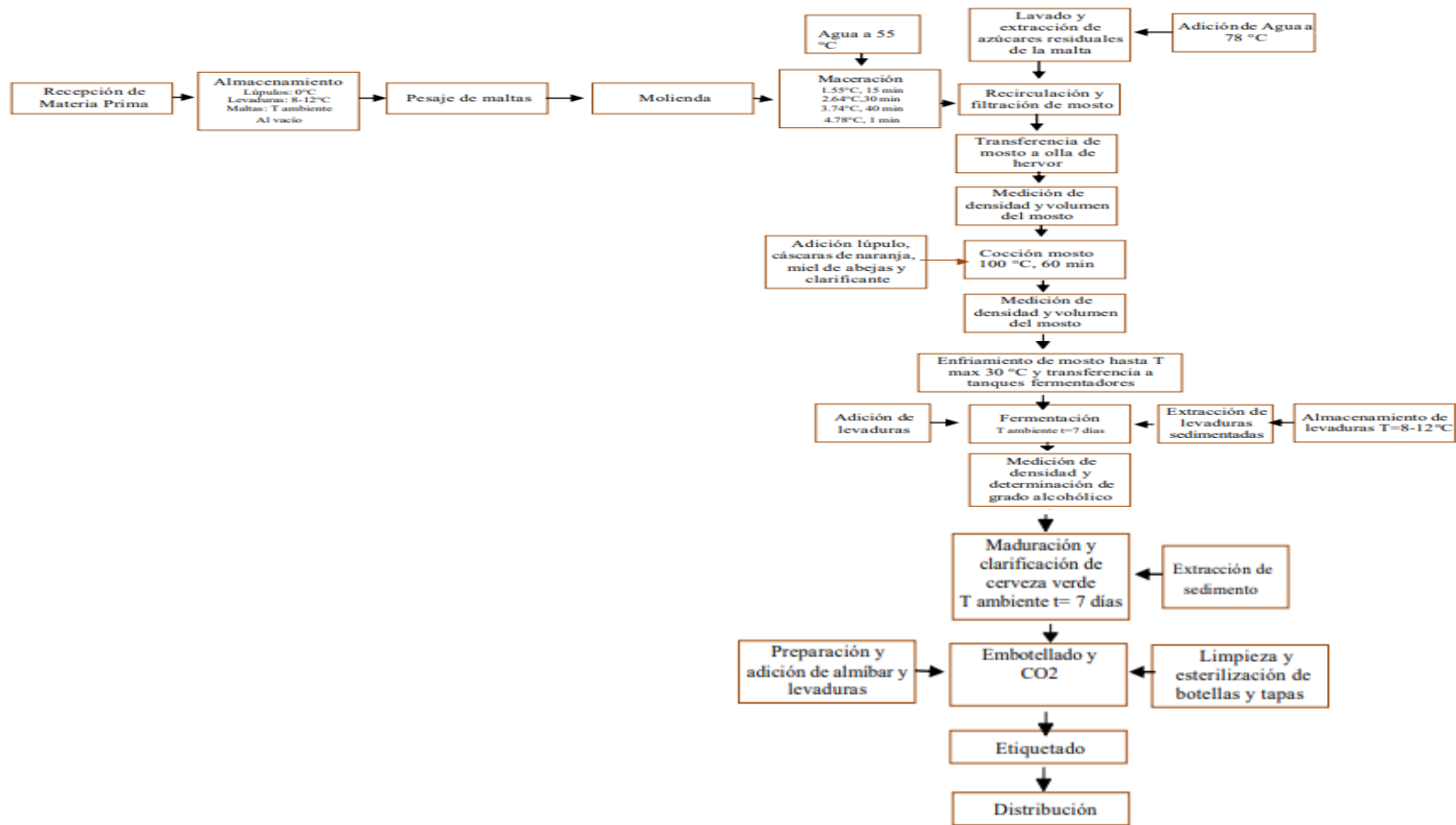


Figura 4. Diagrama proceso de elaboración

Fuente: (Hopfen Cervecería Artesanal, 2020)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Para la elaboración de la cerveza artesanal Hopfen específicamente su cerveza llamada Orange Honey Ale primeramente se recibe la materia prima, seguidamente se realiza un almacenamiento de estas, por otro lado, se pesan las maltas y son pasadas por el proceso de maceración donde el agua se mantiene a unos 55°C, después de este proceso se lava y extraen los azúcares residuales de la malta además de ser adicionada el agua a 78°C. A continuación, se recircula y se filtra el mosto por lo que es transferido a la olla de hervor, además es medida la densidad y volumen del mosto. El mosto es cocinado a 100°C por 60 minutos, mientras este tiempo transcurre se adiciona el lúpulo, cáscara de naranja, miel de abejas y clarificante, después de haber realizado este proceso se mide nuevamente la densidad y temperatura y el mosto se deja en enfriamiento hasta una temperatura de 30°C y luego es transferido a los tanques fermentadores donde dura 7 días y se les adiciona levaduras. Después de haber transcurrido estos 7 días son extraídas las levaduras sedimentadas y se almacena la levadura a una temperatura de 8 a 12°C, seguidamente es medida de nuevo la densidad y se determina el grado alcohólico, por último se madura y clasifica de cerveza verde a temperatura ambiente por un tiempo de 7 días, durante este tiempo es extraído el sedimento, es embotellada la cerveza, se prepara y se le adiciona el almíbar y levaduras, es realizada la respectiva limpieza y esterilización de botellas y tapas, se etiqueta y es distribuida.

Irish Red Ale Y Oatmeal Stout

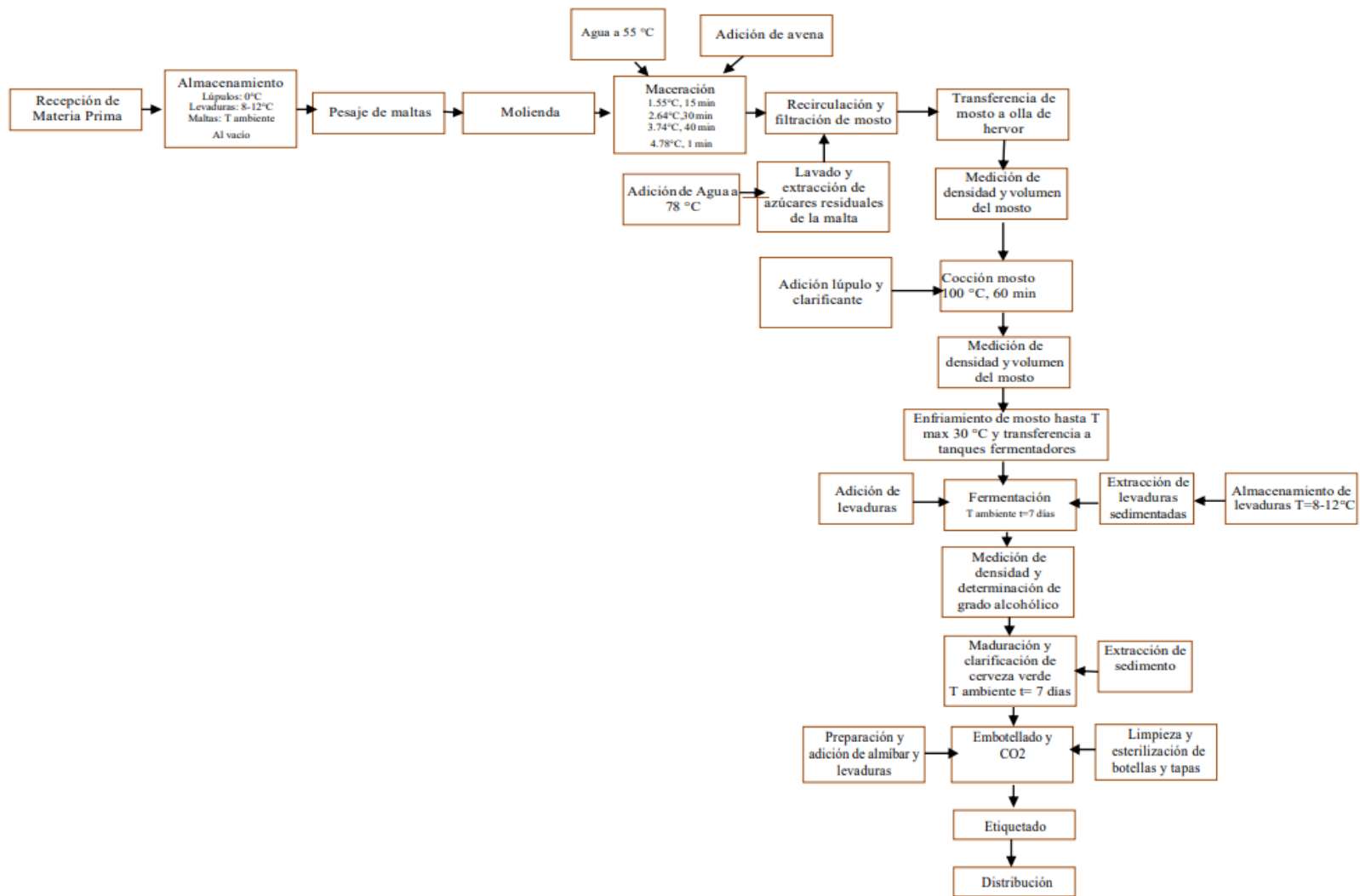


Figura 5. Diagrama de proceso de elaboración

Fuente: (Hopfen Cervecería Artesanal, 2020)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Para la elaboración de la cerveza artesanal Hopfen específicamente su cerveza llamada Irish Red Ale y Oatmeal Stout primeramente es recibida la materia prima, es almacenada, se pesa la malta y la molienda, seguidamente sigue el proceso de maceración acá es adicionada la avena, se recirculación y filtración del mosto, por lo que en esta etapa es adicionada agua a 78°C para lavar y extraer los azúcares residuales de la malta. A continuación, el mosto es transferido a la olla de hervor y se mide la densidad y volumen de la misma para luego adicionar el lúpulo y clarificante y cocinarlo a una temperatura de 100 ° C por 60 minutos. Después de haber terminado esta etapa se enfría el mosto hasta una temperatura de 30°C y es transferido a los tanques fermentadores donde es adicionada la levadura durante 7 días, luego de terminar este tiempo de fermentación las levaduras sedimentadas son extraídas, es medida su densidad para determinar el grado de alcohol, se madura y clarifica la cerveza verde a temperatura ambiente por 7 días y se extrae el sedimento. La cerveza es preparada para adicionar el almíbar y levaduras necesarias para ser embotellada, etiquetada y distribuida para la venta.

2.1.6 Estilos de Cerveza artesanal Hopfen

Orange Honey

Cerveza dorada perfectamente armonizada entre las notas cítricas de la naranja y su exquisito post gusto a miel de abejas, (Hopfen Cervecería Artesanal, 2020).



Figura 6. Estilos de Cerveza artesanal

Fuente: (Hopfen Cervecería Artesanal, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Irish Red Ale

Cerveza roja caracterizada por sus deliciosas notas acarameladas y frutales que terminan en un ligero gusto a grano tostado, (Hopfen Cervecería Artesanal, 2020).



Figura 7. Estilos de Cerveza artesanal

Fuente: (Hopfen Cervecería Artesanal, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Oatmeal Stout

Cerveza negra de espuma muy cremosa con deliciosas notas marcadas a café, chocolate y nueces que terminan en una leve sedosidad al paladar, (Hopfen Cervecería Artesanal, 2020).



Figura 8. Estilos de Cerveza artesanal

Fuente: (Hopfen Cervecería Artesanal, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

India Pale Ale

Cerveza dorada caracterizada por estar elaborada con una alta cantidad de lúpulo que le da su amargor característico pero muy equilibrado con las maltas y un exquisito perfume que la hace irresistible, (Hopfen Cervecería Artesanal, 2020).



Figura 9. Estilos de Cerveza artesanal

Fuente: (Hopfen Cervecería Artesanal, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

2.1.7 Proveedores y Stakeholders

Tabla 2. Proveedores

Proveedores	
Crisp Malt	Malta
Dingemans	Malta
Brau supplies	Lúpulo y malta
Cerveceros independientes	Lúpulo y malta
Alitecno	Maquinarias y productos químicos
Miel Viking Honning	Miel

Fuente: Información proporcionada por la empresa Hopfen

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Entre los proveedores de insumos para elaborar la cerveza de la empresa Hopfen se encuentra, Crisp Malt la cual es una empresa que se encuentra en Reino Unido y se especializa en la producción de malta, igual en el caso de Dingemans que es una empresa ubicada en Bélgica que se especializa en la producción de malta belga tradicional.

Brau Supplies es una empresa que se dedica a la importación de maltas, levaduras y lúpulos, también se dedican a la venta de equipos, botellas, barriles, entre otros. Al igual que Alitecno que es una empresa líder en la provisión de empaques, maquinarias, productos químicos,

empaques e ingredientes para la industria alimenticia, estas empresas mencionadas se encuentran en Quito.

Tabla 3. Stakeholders

Stakeholders	
Clandestinos	Guayaquil
Beer Box	Guayaquil
Beerman	Guayaquil
Cerveceros	Guayaquil
Rustic Beer	Guayaquil
Licorera el Austro	Cuenca
Carvis supermercado	Guayaquil
Mono del río	Guayaquil
Cervezero de Palma	Guayaquil
Merkader	Guayaquil
Rincón del Líbano	Guayaquil
Grill Way	Guayaquil
Rustic Fest	Guayaquil
Beer Hops	Ambato

Fuente: Información proporcionada por la empresa Hopfen

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Entre los Stakeholders hemos mencionado a los clientes principales de Hopfen, a los cuales se les distribuyen cervezas para la venta en bares, supermercados y restaurantes, estos están ubicados en puntos principales como Guayaquil, Cuenca y Ambato.

2.1.8 El movimiento de la cerveza artesanal

Según las apreciaciones de Cerveceros de México (2018), las cervecerías artesanales tienen como objetivo final ampliar el abanico de opciones de los consumidores, procurando la existencia de una cerveza adecuada para diferentes tipos de maridaje, es decir, unión de sabores fuertes y con cuerpo de modo que se potencien los sabores, con un toque de amargo para acompañar y refrescar en cualquier clima y momento. Es por ello que, para el gremio en referencia, la cerveza artesanal es cerveza, cuya concepción implica más que a la bebida misma para posicionarse como un movimiento independiente, en busca de rescatar, interpretar y reinterpretar la diversidad de estilos que hay alrededor del mundo, y que ha habido alrededor del mundo. Se trata de desarrollar una ‘cultura cervecera’ por la que se generen procesos innovadores y bebidas llenas de aromas, sabores e identidad (ob.cit., p.1).

En España, la Asociación Española de Cerveceros Artesanos Independientes (AECAI), citado en Varela (2020), estableció ciertas condiciones que deben cumplir sus socios para ser considerados productores de cerveza artesanal independiente y así, defenderse de terceras marcas que no cumplen con su filosofía. Los requisitos para ello son:

- Producción inferior a los 5.000.000 litros anuales.
- No emplear ingredientes distintos a la malta de cebada y/o trigo como fuente de almidón con la finalidad de abaratar los procesos productivos.
- Independencia de cualquier gran grupo cervecero.
- Ventas de la industria cervecera artesanal nacional

Según Revista Industrias (2020), en la industria nacional de bebidas alcohólicas participan tres ramas principales para una venta total de 636 millones de dólares en 2019: la de elaboración de bebidas malteadas y malta, cervezas principalmente, con participación de 75% respecto al total de ventas de la industria; la de destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas con participación del 23% y, la de elaboración de vinos con una facturación equivalente al 2% de las ventas de la industria. Es interesante destacar que en la industria existe una participación activa de negocios de personas naturales. Hasta junio de 2020, se encontraron 1.300 productores cuya actividad se desarrollaba bajo la figura de una persona natural, y otros 451 productores que lo hicieron bajo la figura de una sociedad como tal (personas jurídicas). En lo que respecta al mercado de cervezas como tal (elaboración de bebidas malteadas y de malta), se tienen a 282 productores bajo la figura de persona natural (cervezas artesanales principalmente), y a otros 89 productores bajo la figura de sociedad (ob.cit., p.1).

No obstante, el mercado de las cervezas artesanales está siendo cada vez más competido con la entrada de nuevas micro cervecerías, las cuales ha generado nuevas fuentes de empleo. En la Tabla 4 se detallan las empresas más nombradas del país que forman parte del sector de cervezas artesanales.

Tabla 4. Principales cervecerías artesanales de Ecuador

Nombre	Ubicación
Shaman Cerveza Artesanal	Quito
Cervecería SABAI Cumbayá	Quito
VIVA Cerveza	Quito
Hopfen Cervecería Artesanal	Guayaquil
Porteña Cerveza Artesanal	Guayaquil
Cervecería Bajamar	Guayaquil

Fuente: Revista Industrias, 2020.

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

2.1.9 Cuadro comparativo de cerveza Hopfen vs competidores e industriales

Tabla 5. Hopfen Cerveza Artesanal vs competidores

	Hopfen Cerveza Artesanal	Shaman Cerveza Artesanal	Cervecería SABAI Cumbayá	VIVA Cerveza	Porteña Cerveza Artesanal	Cervecería Bajamar
Precios	Por botella: 3\$	Por botella 5\$	Por botella 2.50\$	Por lata: 5\$	Por botella 5\$	Por botella 6\$
Tamaños	Botellas y latas de 330ml, latas de 500ml, barril de 20 litros	Botellas, latas 330ml y 500 ml	Botellas	Botellas y Latas de 330ml y 500ml, barril	Botellas, latas 330ml y 500 ml	Botellas, latas 330ml y 500 ml
Presentación	Botellas, latas y barril	Botellas y latas	Botellas	Botellas y latas	Botellas y latas	Botellas y latas
Certificaciones de calidad	ISO 14001, ISO 22001	ISO 14001, ISO 22001	ISO 14001, ISO 22001	ISO 14001, ISO 22001	ISO 14001, ISO 22001	ISO 14001, ISO 22001
Normas de etiquetado	NTE INEN 2262	NTE INEN 2262	NTE INEN 2262	NTE INEN 2262	NTE INEN 2262	NTE INEN 2262
Composición	Componente cerveza Irish Red: agua, cebada malteada, lúpulo, levadura. Oat meal Stout: agua, cebada malteada, avena, lúpulo, levadura. Orange Honey: agua, cebada malteada, miel, naranja, lúpulo, levadura	Cerveza elaborada artesanalmente con especias y granos de la tierra del Inti	Cerveza negra con mucho cuerpo, ligeramente dulce y muy compleja. Con notas de sabores de malta tostada que se asemejan al café y al cacao.	Una gran variedad de selección de cervezas caseras dentro del mercado, incluso tienen un menú de cervezas importadas	Honey Brew, que está hecha con miel y posee un sabor maltoso-floral, Robust Porter, cuyo sabor se asemeja al café y chocolate, y tiene un color negro, India Pale Ale es una cerveza rubia que posee un sabor amargo, y finalmente Scotch Ale, cerveza rojiza en la que los sabores de la malta predominan.	Cervezas ligeras y fáciles de tomar para el consumidor local, pero introduciendo aromas frutales y cítricos provenientes de los lúpulos americanos

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Dentro de este cuadro comparativo se destaca que la única competencia en cuanto al precio con la cerveza Hopfen es la Cervecería SABAI Cumbayá, ya que tiene un precio de 2,50\$ por botella, estando 0.50 centavos de dólar por debajo de la marca Hopfen, siendo de esta manera una cervecería artesanal que hace competencia mediante el precio, por otra en el tamaño todas las compañías presentan botellas y latas de 330ml y 500ml, la diferencia de Hopfen es que ofrece un barril de 20 litros por lo que ninguna competencia tiene este tamaño, en cuanto a su presentación todas las empresas tienen presentaciones de botellas y latas excepto Hopfen que tiene presentación de la cerveza en barril. Las certificaciones de calidad presentadas por todas las compañías son: ISO 14001 e ISO 22001 al igual que en sus normas de etiquetado que son NTE INEN 2262. Entre los componentes se consigue que la cerveza Hopfen es la que tiene más diferencia de sabores, la segunda compañía con más sabores es la cervecería Bajamar.

Tabla 6. Cerveza artesanal vs industriales

	Hopfen Cerveza Artesanal	Pilsener	Heineken	Brahma
Precios	Por botella: 3\$	Por botella 1,25\$	Por botella 330Cc 6\$	Por botella 2\$
Tamaños	Botellas y latas de 330ml, latas de 500ml, barril de 20 litros	Botellas y latas de 330ml	Botellas 330Cc, botella o lata 330ml	Botellas y latas de 330ml
Presentación	Botellas, latas y barril	Botellas y latas	Botellas y latas	Botellas y latas
Certificaciones de calidad	ISO 14001, ISO 22001	ISO 9001, ISO 14001, Ohsas 18001	ISO 9001, ISO 14001, Ohsas 18001	ISO 9001, ISO 14001, Ohsas 18001
Normas de etiquetado	NTE INEN 2262	NTE INEN 2262	NTE INEN 2262	NTE INEN 2262
Composición	Componente cerveza Irish Red: agua, cebada malteada, lúpulo, levadura. Oat meal Stout: agua, cebada malteada, avena, lúpulo, levadura. Orange Honey: agua, cebada malteada, miel, naranja, lúpulo, levadura	El agua de esta fábrica procede de manantiales, lo que la hace que sea impresionante, el lúpulo Saaz, la cebada checa y levadura.	Agua, cebada, malta, extracto de lúpulo. Su elaboración y fermentación con levadura exclusiva de tipo A de Heineken dura el doble de tiempo que la mayoría de cervezas	Cebada malteada, lúpulo, levadura y agua, no destaca por ningún componente especial ni por tener procesos complejos.

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Entre la cerveza Hopfen y las cervezas industriales se consigue que el precio por botella de todas las empresas industriales se encuentra por debajo del precio de la cervecería artesana Hopfen excluyendo a la cervecería industrial Heineken que cada botella de 330Cc tiene un costo de 6\$. Por otro lado, el tamaño de botellas y latas en todas las empresas artesanales e industriales son iguales de botellas y latas de 330ml, excepto la empresa Hopfen que tiene la presentación del barril de 20 litros. Las certificaciones de calidad en la empresa Hopfen es ISO 14001 e ISO 22001, en las empresas industriales las certificaciones de calidad es de ISO 9001, ISO 14001 y Ohsas 18001, entre las normas de etiquetado en todas las empresas artesanales e industriales son NTE INEN 2262. Entre la composición de las cervezas industriales todas presentan semejanzas, por otra parte, la composición de la cerveza Hopfen presenta distintos

2.1.10 Empresas cerveceras artesanales reconocidas internacionalmente

Cerveza Premium

Está ubicada en Madrid, es una empresa que se desarrolla en el sector de los proveedores de cerveza artesanal. Distribuyen una selección de cervezas artesanas españolas, siendo las más premiadas y son elaboradas por personas profesionales en el mundo de la cerveza artesanal. Entre sus cervezas artesanales se encuentran: La Real del Duero, SanFrutos, Monkey Beer, Dolina, Alegría, Vulturis, entre otras.

1270 cerveza Artesanal

1270 es una Cervecería artesanal establecida en Valencia España siendo fabricantes y proveedores de cerveza artesanal, siendo realizadas en una antigua mina de más de 100 años, escondida en las montañas leonesas. Esta empresa aporta toques herbales, aromas a roble ahumado y toques de frutos secos, siguiendo de esta forma un proceso artesanal único trabajando con ingredientes seleccionados de alta calidad.

Cerveza Charro

La cerveza mexicana Charro se posiciona entre las mejores del mundo, la cerveza destacó en los resultados del World Beer Awards 2020 al obtener una medalla de bronce gracias a su estilo Pilsner en la categoría “World’s Best International Lager”.

Medidas de bioseguridad que deben aplicarse

Para poder garantizar la seguridad y salud de los empleados y empleadores además de los clientes de las distintas actividades económicas del estado, siendo regidas por la normativa y legislación en cuanto a las obligaciones laborales, especialmente las que se encuentran vinculadas a la salud y seguridad en el empleo y de forma específica las relativas a los agentes biológicos en los ambientes de trabajo. Toda empresa o centro de trabajo tiene que adoptar las medidas preventivas en relación con el riesgo de los agentes biológicos, previo a la reactivación de operaciones, y en los casos de reintegro laboral de sus trabajadores, por lo tanto, se consiguen las siguientes medidas preventivas profesionales:

- Todo trabajador deberá someterse a un reconocimiento médico como requisito indispensable de ingreso al trabajo y mientras siga en éste, a solicitud del empleador o por orden de la Secretaría de Trabajo y Seguridad Social.
- Es necesaria la comprobación del estado de salud, entrevista sobre contactos y exámenes médicos (en casos específicos indicados por el personal de salud) para el reintegro laboral y evaluaciones periódicas.
- Debe de existir un registro adecuado de enfermedades profesionales y enfermedades relacionadas con el trabajo que afectan la población trabajadora de la empresa.
- Deben de llevarse a cabo actividades de vigilancia epidemiológica de enfermedades profesionales y relacionadas con el trabajo.

- Todo trabajador debe de contar con una Historia clínica ocupacional, con sus respectivos exámenes de control clínico y biológico.
- El empresario o responsable designado, deberá conservar esta documentación a disposición de la autoridad competente.

BASC

Avila & Pilamunga (2018) indica que “Es un programa de cooperación entre el sector privado y organismos nacionales y extranjeros, creado para fomentar un comercio internacional seguro” (pág.23). BASC es un programa de carácter voluntario por lo que otorga una certificación que confirma el trabajo de control en todos los procesos productivos, empaque, embarque y de transporte de la carga que va con el destino al exterior, garantizando que la carga no tiene posibilidades de contaminación en ninguna etapa hasta llegar al destino final.

Normativa INEN

Desde el punto de vista de Campoverde et al. (2019) “INEN promueve norma que proporciona un sistema de gestión de calidad integral, en el gobierno local... Adicionalmente, se proporciona la metodología de diagnóstico para que los gobiernos locales evalúen el alcance y la madurez de sus procesos, productos y/o servicios” (pág.31). El INEN se encuentra reconocido por el Ecuador como competente en la ejecución de los procesos establecidos en el Sistema Ecuatoriano de la Calidad, satisfaciendo la demanda nacional en los campos de la Normalización, Reglamentación, Metrología y Evaluación de la Conformidad, contribuyendo al mejoramiento de la competitividad, de la salud y seguridad del consumidor, la conservación del medio ambiente y la promoción de una cultura de la calidad para alcanzar el buen vivir.

Normas BPM

Cellan & Suconota (2019) conceptualizan que “Son los requerimientos generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los productos en cada una de las operaciones mencionadas cumplan con los requerimientos” (pág.15).

Sistema HACCP

López (2021) indica que es un “Sistema que permite identificar, evaluar y controlar peligros que son significativos para la inocuidad de los alimentos. Privilegia el control del proceso sobre el análisis del producto final” (pág.29). El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC) es la norma internacional basada en la producción segura de alimentos con un acercamiento preventivo.

2.1.11 Ventajas de tener una empresa de cerveza en Chile

Este país ofrece muchas ventajas las cuales benefician a la inversión extranjera, ya que cuenta con más tratados de libre comercio que cualquier otro país latinoamericano.

— Fuerte liderazgo económico

Chile se convirtió en el primer país latinoamericano en unirse a la *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos* (OCDE). Según el estudio Doing Business para 2018, Chile se clasificó en el puesto 55 en cuanto a la facilidad para hacer negocios. En este informe, el Banco Mundial compara cada año once indicadores que evalúan la facilidad para hacer negocios. Estos incluyen la dificultad de iniciar un negocio, conseguir una ubicación, acceder a la financiación, ocuparse de las operaciones diarias y operar en un entorno empresarial seguro entre 190 países del mundo. (DOING BUSINESS, 2020)

— Ámbito político

El gobierno chileno tiene como objetivo promover una economía de mercado abierta y mejorar las políticas favorables a las empresas lo que hizo más fácil que las empresas locales y extranjeras se establezcan una nueva entidad jurídica para formar más empresas en la república chilena.

— Recursos naturales

Debido a sus parámetros geográficos naturales y a los fuertes controles fronterizos, Chile ha logrado conservar la estabilidad fitosanitaria de sus productos agrícolas, es un jefe mundial en la exportación de vino, y con más consumo de alcohol.

— Centro de negocios de América latina

Chile ha firmado más tratados de libre comercio mundiales que cualquier otro territorio. En la actualidad, Chile ha ratificado 26 convenios y tratados de todo el mundo en temas de doble tributación con 64 mercados. Junto con Colombia, México y Perú, Chile construye la Unión del Pacífico que conecta a las naciones latinoamericanas durante la costa del Pacífico la cual contribuye a inversión extranjera.

2.1.12 Plan de exportación

Concepto

Según detalla (ProMéxico, 2017), el fin de un plan de exportación es “penetrar sistemáticamente un producto o servicio en los mercados internacionales maximizando la eficiencia y la rentabilidad (...), o sea, darle continuidad a las exportaciones de manera que resulten con menores costos, mayores ganancias y optimizando el negocio” (p.7)

Este documento apoya en la determinación del mercado, la competencia, precios del mercado internacional, productos en demanda, logística de exportación, posibles barreras arancelaria y no arancelarias, y otras actividades necesarias durante el proceso de exportación que determinarán la viabilidad de la iniciativa de exportación de una empresa (Llamazares, 2014). El plan de exportación no tiene una estructura predeterminada ya que varía en función de los productos, servicios y características de cada empresa.

2.1.13 Estructura

No existe una estructura definida ni estática para el plan de exportación. Sin embargo, (ob.cit.) propone las siguientes partes para su estructuración:

- Identificación de la empresa exportadora
- Descripción del producto o productos objeto de exportación
- Empaque, embalaje y etiquetado: legislación técnica, normas internacionales y otros
- País de origen: generalidades del país exportador
- País de destino: generalidades del país importador
- Investigación de mercado: empresas productoras, características de la oferta y de la demanda

- Requisitos exigidos en origen y destino: documentos para exportar según el producto
- Incoterms: términos de negociación seleccionado
- Trámites para exportar: proceso desde el pre-embarque hasta la fase de post-embarque
- Base legal de exportación: marco legal nacional y marco legal internacional que afecta
- Transporte internacional: consideraciones para seleccionar el tipo de transporte
- Estudio financiero: inversión requerida para exportar, gastos logísticos, financiamiento del proyecto, pronóstico de gastos administrativos, proyección de exportación, presupuesto maestro, rentabilidad de la operación
- Conclusiones y recomendaciones

ESTRUCTURA DEL PLAN DE EXPORTACIÓN DE CERVEZA ARTESANAL HOPFEN DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS CIUDAD DE GUAYAQUIL

1. ANÁLISIS DEL POTENCIAL EXPORTADOR

- Perfil general de la compañía – cervecería artesanal Hopfen
- Misión, visión, objetivos
- Productos y servicios
- Análisis FODA

2. EL PRODUCTO

- Características del producto y beneficios
- Clasificación arancelaria en Ecuador y Chile
- Ficha técnica del producto
- Catálogo del producto
- Estadística de comercialización de la Cerveza

3. INTELIGENCIA DE MERCADO

- Perfil de Chile
- Entorno comercial (cervezas artesanales en Chile)
- Acuerdos comerciales
- Requisitos para exportar
- Documentos requeridos para ingresar el producto

4. LOGÍSTICA

- Proceso de exportación
- Etiquetado y empaque
- Fase de pre embarque
- Normas sanitarias y fitosanitarias
- Fase de post embarque
- Diagrama de proceso de exportación
- Terminos de negociación
- Obligaciones del exportador e importador

El desarrollo de un correcto plan de exportación no garantiza el éxito de un emprendimiento internacional, pero si eficientiza los procesos para lograrlo. El motivo de este plan es definir por escrito los objetivos, acciones, restricciones y documentación que respalden la exportación y ayuden a medir los resultados.

2.3 Teorías modernas del comercio internacional

Teoría de la internacionalización

La teoría de la internacionalización está enfocada exclusivamente a explicar la forma de entrada que utilizan las empresas multinacionales para establecerse en un país de destino, es decir el cómo de la internacionalización (P.J. Buckley y Casson 1976). Esta teoría postula que el mercado tiene fallas que generan costos de transacción que, bajo ciertas condiciones, pueden ser tan altos, que es más económico internalizar la actividad económica a través de una inversión extranjera directa, en vez de comprarla en el mercado mediante un contrato (Ruff, 2018).

La internacionalización es una operación estratégica que involucra todas las áreas funcionales de la empresa, requiere dedicación y preparación para poder realizar una exitosa exportación.

Según Ronald Coase las condiciones para que las empresas intervengan directamente en el extranjero son:

- Que existan ventajas de localizar las actividades en el exterior

- Que al organizar esta actividad dentro de la empresa resulte más eficiente que el venderlas o cederlas a empresas del país extranjero en cuestión

La importancia de esta teoría de internacionalización es un mecanismo por el cual las PYMES (microempresas) puedan alcanzar capacidad productiva, y competitiva para poder sostenerse en un mundo globalizado.

Los motivos los cuales impulsan a una empresa a internacionalizarse son los siguientes:

- Crecimiento
- Competitividad
- Diversificación
- Acceder a mercados más grandes
- Mejorar el persiguió de mercado interno

Los argumentos de la teoría de la internalización se inspiran primordialmente en los beneficios que se puede conseguir debido a esta, que en el tamaño en que se haga más allá de las fronteras nacionales implicará la construcción de una organización transnacional, surgiendo primordialmente por la elusión de los precios que se hallan asociados a las imperfecciones.

Finalmente, las principales ventajas que posee esta teoría de internacionalización son las mencionadas a continuación:

- Aumento de la competitividad
- Costos bajos
- Consolidar productos y marcas
- Mayor crecimiento

Teoría pura del comercio internacional

La teoría pura se refiere al análisis del valor aplicado al intercambio internacional; trata de los factores reales en contraposición con los monetarios como principales determinantes del comercio internacional, observado a largo plazo la especialización y división internacional del trabajo, como mecanismos destinados a lograr una mayor disponibilidad y calidad de los recursos, utilizando mejores técnicas de producción, satisfaciendo así la diversidad de gustos de forma tal que implique un aumento de bienestar global teórico, después se deben investigar los hechos y finalmente aplicar las medidas específicas que sean necesarias.

Esta teoría afirma que el comercio internacional tiene dos campos de estudio: la teoría pura y la teoría monetaria.

Según Hernández (2019) indica que “La teoría pura del negocio mundial usa como pilar la ley de la virtud comparativa y se fundamenta en la hipótesis de que las naciones de todo el mundo tienen la posibilidad de beneficiarse de la especialización universal y del libre comercio” (pág.37).

Trata de los componentes reales en oposición con los monetarios como primordiales determinantes del negocio universal, visto a extenso plazo y de la especialización y separación mundial del trabajo como mecanismos, con el propósito de conseguir una más grande disponibilidad y calidad de recursos usando superiores técnicos de producción y satisfaciendo la variedad de gustos, de manera tal que impliquen un crecimiento del confort universal.

La Teoría del Pura del Comercio Internacional indica la longevidad que han proporcionado las deducciones Ricardianas. Zamora (2018) Expresa que “En efecto, ni clásicos ni marginalistas, ni neoclásicos (síntesis), por citar los grandes paradigmas ocurridos dentro de la ciencia económica han alterado fundamentalmente la ley, y así ha ido superviviendo uno a uno a los embates académicos” (pág.16).

Muñoz (2017) Señala que:

El enfoque positivo, que se va a encargar de explicar y predecir los acontecimientos, para contestar a preguntas como: ¿por qué un país comercia de la manera en que lo hace?, ¿qué determina la estructura, dirección y el volumen del intercambio entre países?, ¿cuáles son las fuerzas que determinan si se va a importar o exportar un tipo u otro de producto? y ¿cuánto se intercambiaría por cada mercancía? (pág.37).

Esta teoría resalta un objetivo positivo por lo que predice y explica todas aquellas actividades para entender por qué un país se encuentra comerciando de la manera en que lo hace, determinando la estructura de intercambio entre las naciones.

La teoría monetaria cuenta con dos aspectos fundamentales:

- La aplicación de los principios monetarios al intercambio internacional, es decir, la aplicación de la moneda, así como sus efectos en precios de mercancías, saldo comercial, tipo de cambio, interés.
- El análisis en los efectos del desequilibrio en la balanza de pagos, en cuanto a duración e intensidad, hasta lograr el equilibrio que se desea, mediante el empleo de instrumentos monetarios, cambiarios y financieros.

Por otra parte, Robalino (2019) Expresa que:

En concreto, para la teoría pura se tiene que contar con un planteamiento teórico, después se deben investigar los hechos y finalmente se deben aplicar las medidas específicas que sean necesarias. En cuanto a la teoría monetaria, esta comprende dos aspectos: a) La aplicación de los principios monetarios al intercambio internacional, o, dicho de otra manera, el enfoque que explica la circulación de la moneda, así como sus efectos en: el precio de las mercancías, el saldo comercial, los ingresos, el tipo de cambio y el tipo de interés. b) El análisis del proceso de ajuste mediante el empleo de instrumentos monetarios, cambiarios y financieros, que tratan de contrarrestar los efectos de los desequilibrios de la balanza de pagos en cuanto a la duración, intensidad y amplitud, hasta restablecer el equilibrio o por lo menos hasta preservar el nivel que se desea (pág.43).

La teoría pura del comercio debe plantearse primero teóricamente para seguido, estudiar todos los acontecimientos para poder ejecutar las medidas necesarias para crear planes de solución, la teoría monetaria se encuentra dividida en dos factores, donde el primero es la explicación de la circulación del dinero como sus impactos en los precios de la mercancía, ingresos, saldo comercial entre otros factores, segundo se encuentran el análisis de los procedimientos a través de la ejecución de instrumentos monetarios.

Teoría Heckscher-Ohlin

Salazar (2020) presenta que “El modelo de Heckscher-Ohlin demuestra que la ventaja comparativa está determinada por la interacción entre los recursos de un país, la relativa abundancia de los factores de producción, y la tecnología” (pág.19). La teoría pone énfasis en

la interrelación entre la proporción en la cual los factores de producción están disponibles en los distintos países y la proporción en la que son utilizados en producción de diferentes bienes.

Teoría general de sistemas

Desde el punto de vista de Mascareño (2018) “Es un esfuerzo de estudio interdisciplinario que trata de encontrar las propiedades comunes a entidades, los sistemas, que se presentan en todos los niveles de la realidad, pero que son objeto de disciplinas académicas diferentes” (pág.34). El propósito de la Teoría General de sistemas es presentar estudios sobre los principios aplicables a los sistemas en cualquier nivel en todos los campos de la investigación. El objetivo de la teoría de sistemas es el descubrimiento sistemático de las dinámicas, restricciones y condiciones de un sistema, así como los principio: propósitos, medidas, métodos, herramientas, entre otros; que puedan ser estudiados y aplicados en los sistemas de cualquier nivel de anidación y en cualquier campo, con el objetivo de lograr una equifinalidad optimizada.

Teoría de la cadena de suministro

Conjunto de empresas eficientemente integradas por los proveedores, los fabricantes, distribuidores y vendedores mayoristas o detallistas coordinados que busca ubicar uno o más productos en las cantidades correctas, en los lugares correctos y en el tiempo preciso, buscando el menor costo de las actividades de valor de los integrantes de la cadena y satisfacer los requerimientos de los consumidores. (Lambert, D.M. and Pohlen, T.L., 2001).

2.4 Marco conceptual

Aforo

Es el acto de determinación tributaria a cargo de la administración aduanera y se realiza mediante la verificación electrónica, física o documental de origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de mercancías, (Aduana del Ecuador).

Arancel

Instrumento de protección al comercio exterior; representa un impuesto (derecho de aduana) que grava un producto cuando cruza la frontera de una nación (cue, 2015, p.26).

Autoridad aduanera

Organismo administrativo que se encarga de la organización y el control aduanero, aplicando la respectiva legislación y normas complementarias establecidas por el código orgánico de la producción, comercio e inversiones (COPCI), con el propósito de recaudar de forma eficiente los tributos originados en el comercio exterior, (SICE).

B/L

Su nombre original es Bill of Lading, es uno de los documentos más importantes ya que justifica la existencia de un contrato de transporte en una operación marítima entre un puerto y salida de un puerto de destino, (KANVEL, 2018).

Barreras arancelarias

Son restricciones al comercio externo de un país, mediante impuestos a la exportación e importación de bienes o servicios por parte de un país o una zona económica (Canta A., Casabella R., Conde A., Cordiano M., Roselló J. y Torres G., 2014)

Barreras no arancelarias

Conjunto de medidas y prácticas de carácter administrativo que tienen su origen en la actividad de gestión de la administración pública que poseen el mismo efecto que el establecimiento de un arancel (Canta et al., ob.cit., p.28).

Cadena logística

La cadena logística es una función operativa importante ya que comprende la integración de etapas y procesos que son imprescindibles para la correcta exportación de un producto. (Castellanos Ramírez)

Carga contenerizada

Transporte de unidad de carga, denominado contenedor cuyas capacidades son de 20 y 40 pies cúbicos, el cual se encuentra depositado o consolidado en un contenedor de transporte (Mise, 2021)

Carga paletizada

Embalaje específico para la mercancía, estandarizados, agrupados y asegurados sobre paletas o estibas, formando un solo agrupamiento, listo para su exportación (Mise, 2021).

Código suplementario

También conocido como TNAN es un código internacional de 4 caracteres que asigna cada producto objeto de importación o exportación con la finalidad de diferenciar productos de una misma partida arancelaria que tenga tratamiento diferente (Mise, 2021).

Comercio internacional

Intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones (Canta et al., ob.cit., p.13).

Declarante

Persona natural o jurídica que se encarga de presentar la declaración aduanera de exportación o importación, bajo las condiciones que establece el copci en su respectivo reglamento, (Mise, 2021).

Despacho aduanero

Control ejercido por la autoridad aduanera para las mercancías que son declaradas bajo cualquier régimen establecido en la normativa legal vigente, (SICE).

Ecuapass

Según la (Aduana del Ecuador) es el sistema aduanero ecuatoriana empleado desde el año 2012 que permite las operaciones de comercio exterior poder realizar todas sus operaciones aduaneras de importaciones y exportaciones la cual ayuda a reducir tiempos asociados en el cumplimiento de formalidades aduaneras.

Exportaciones

Es la entrada en un mercado extranjero mediante la venta de productos producidos en el país de origen de la empresa, a menudo con pocas, (Kotler & Armstrong, ob.cit., p.690).

Globalización

Desde el punto de vista económico, se entiende como una tendencia del neoliberalismo que procura hacer una zona de libre comercio a nivel internacional, (Hill, 2015).

Incoterms (International Commercial Terms)

Son las reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales. Su objetivo es establecer criterios claros y definidos sobre la distribución de los gastos y la transmisión de los riesgos entre las partes en un contrato de compraventa internacional (Vera, 2021).

Insumos productivos

Los insumos productivos son aquellos bienes intermedios que son utilizados para la producción de otros bienes, es decir que son productos semielaborados para producir otros, (Austral Products, 2020)

ITC (International Trade Center)

El Centro de Comercio Internacional (ITC) es la agencia conjunta de la Organización Mundial del Comercio y de las Naciones Unidas, que se encargan de la cooperación técnica con los países en desarrollo y las economías en transición en la promoción del comercio y desarrollo de las exportaciones, (Organización Mundial del Comercio).

Libre mercado

Política comercial donde el estado mantiene poca participación, limitada al establecimiento de aranceles bajos o nulos a las importaciones, permitiendo la especialización de los países, la división internacional del trabajo y promoviendo el comercio entre naciones (Canta et al., ob.cit., p.24).

Lúpulo

Es la parte seca y florecida de la planta lúpulo la cual se usa comúnmente para la elaboración de la cerveza y también como saborizantes en los alimentos, (Alcazar, 2021)

Mercado

Conjunto de clientes actuales y potenciales de un producto o servicio. Implica la presencia de dos factores: la demanda desempeñada por los clientes y la oferta, constituida por los

competidores que transmiten sus ofertas y sus mensajes a los clientes, ya sea directamente o a través de los intermediarios, (Kotler & Armstrong, ob.cit., p.9).

Partida arancelaria

Es un código de identificación internacional que consta de 10 dígitos que se asignan a toda mercancía que vaya a pasar por un proceso de importación o exportación, (ProColombia).

Política comercial

Conjunto de instrumentos que maneja el estado para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales con los demás países. (Cue, 2015)

Producto

Cualquier cosa que se pueda ofrecer al mercado para recibir atención, ser adquirido, utilizado o consumido y que pueda satisfacer un deseo o una necesidad (Kotler & Armstrong, ob.cit., p.274).

Proteccionismo

Política comercial donde el estado interviene activamente para proteger a la industria nacional, restringiendo las importaciones y promoviendo las exportaciones (Canta et al., ob.cit., p.24).

Subpartida arancelaria

Según (Importaciones Ecuador), es un código numérico del sistema armonizado de designación y codificación de mercancías que se asigna a una o varias mercancías luego del proceso de clasificación arancelaria.

Subvenciones

Cuando el gobierno o algún organismo público otorga contribuciones financieras a un sector económico o empresa determinada, mediante transferencia de fondos públicos, condonación de impuestos o gravámenes, entre otros (Canta et al., ob.cit., p.28).

Token

Es un dispositivo electrónico que brinda seguridad al momento de realizar operaciones en canales digitales de una organización creada para gobernar su modelo de negocios y brindar

más poder a sus usuarios para interactuar con sus productos a tiempo a la cual facilita la distribución de beneficios entre los accionistas, (BBVA, 2021).

Transacción comercial

Son actividades o eventos económicos que implican interacción entre dos o más partes, en las que intercambian productos, servicios, o valores por algún tipo de retribución, con frecuencia en forma de dinero. (Corvo)

Tributos al comercio exterior

Según él (COPCI), los tributos al comercio exterior son los derechos arancelarios, los impuestos establecidos en leyes orgánicas, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de las mercancías y tasas por servicios aduaneros. Los mismos que son recargos económicos que se aplican a los bienes que son objetivo de exportaciones o importaciones.

Ventaja competitiva

Según el modelo de Michael Porter, esta ventaja se puede conseguir a través de la identificación y determinación de economía de escalas y por la diferenciación. Para ello, debe evaluarse los factores endógenos y exógenos que afectan notablemente las condiciones de competitividad (Canta et al., ob.cit., p.19).

2.5 Marco legal

Dentro del presente marco legal se establecen los distintos requerimientos relacionados con el comercio exterior en Ecuador, por lo cual se toman en importancia a los artículos que promueven la correcta ejecución de las actividades de exportación e importación en el país.

Constitución de la República del Ecuador

La constitución de la República del Ecuador es la Norma Suprema, a la que está sometida toda la legislación ecuatoriana, donde se establecen las reglas primordiales que amparan los derechos, libertades y obligaciones de todos los ciudadanos, así como las del Estado y las Instituciones del mismo, (Constitución de la República del Ecuador).

- Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:
 1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.

2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacional.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

- Art. 306.-El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

En el presente Art. 306.- La constitución de la República muestra incentivo a las empresas ecuatorianas, pequeños y medianos productores y del sector artesanal, como es el caso de la cervecería Hopfen que se especializa en la elaboración de cervezas artesanales.

Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones

En el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, se encuentran en divisiones establecidas como libros, los artículos que sirven de orientación para que les permita a sus usuarios mejorar sus exportaciones (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2018). Conforme a la Constitución de la República y el Plan de Desarrollo, en este reglamento se aborda el tema sobre la exportación, mencionado en el Art.93 Título IV del Fomento y la Promoción de las Exportaciones en el cual indica que:

- Art. 93.- Fomento a la exportación

El Estado es el encargado de impulsar las exportaciones a través de mecanismos de orden general, contemplados como normas legales o programas de Gobierno, estos podrían ser a través de:

- a. Acceso a programa de preferencias arancelarias.
- b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos o materias primas que establezca este Código.
- c. Derecho a acogerse a regímenes especiales aduaneros.

d. Asistencia o facilitación financiera prevista en programas generales o sectoriales.

e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa y desarrollo de mercados, conformación de consorcios, unión de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones que impulse el gobierno.

f. Derecho a acceder a los incentivos de la inversión pública productiva, previstos en este Código y sus normas pertinentes.

Libro V

De la Competitividad Sistémica y de la Facilitación Aduanera

Art. 99.- Simplificación de los trámites administrativos. De conformidad con el objetivo del Sistema Nacional de Registros de Datos Públicos, las entidades, instituciones y organismos del Estado, en el ámbito de sus competencias, deberán simplificar los trámites administrativos que se realicen ante los mismos. Dentro de este contexto, las entidades, instituciones y organismos públicos deberán implementar bases de datos automatizadas y no podrán exigir la presentación de copias certificadas o fotocopias de documentos que esas entidades, instituciones y organismos tengan en su poder o de los que tenga posibilidad legal y operativa de acceder.

Art. 154.- Exportación definitiva: Según él (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2018). Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables.

Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).

Art. 34.- Elementos del Documento de transporte. - Sin perjuicio de los demás requisitos previstos en normas especiales o internacionales, según él (Reglamento al Título Facilitación Aduanera del Código de Producción, 2013), el documento de transporte deberá contener la siguiente información:

a) Lugar y fecha de celebración del acuerdo de voluntades;

- b)** Nombre y dirección del operador de transporte, del embarcador (exportador, importador o intermediario) y del consignatario (a quien se le deberá entregar la carga en destino);
- c)** Lugar y fecha en que fue recibida la mercancía por el operador de transporte, y lugar de destino donde deberá ser entregada;
- d)** Descripción de la carga (tipo, naturaleza, cantidad, volumen, peso bruto y neto, marcas especiales, tipo de unitarización y valor referencial de la mercancía);
- e)** Costos de transporte y monto de los intereses por demora en la entrega;
- f)** Instrucciones del embarcador (exportador, importador o intermediario) al operador de transporte con relación a la carga;
- g)** Lista de documentos entregados al operador de transporte; y,
- h)** Instrucciones y datos específicos de cada modo de transporte.

Art. 63.- Declaración Aduanera. - La Declaración Aduanera será presentada de manera electrónica y/o física de acuerdo al procedimiento y al formato establecido por el Servicio Nacional de Aduana del (Reglamento al Título Facilitación Aduanera del Código de Producción, 2013).

Art. 66.- Plazos para la presentación de la declaración. - En el caso de las importaciones, la Declaración Aduanera podrá ser presentada física o electrónicamente en un período no superior a quince días calendario previo a la llegada del medio de transporte, y hasta treinta días calendarios siguientes a la fecha de su arribo, (Reglamento al Título Facilitación Aduanera del Código de Producción, 2013).

Art. 158.- Exportación definitiva. - Según el libro (Reglamento al Título Facilitación Aduanera del Código de Producción, 2013). Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

SECCIÓN II

Documentos que acompañan a la declaración aduanera

Art. 71.- Documentos que acompañan a la declaración. – En este artículo del (Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2011), se consideran documentos que acompañan a la Declaración Aduanera los siguientes:

- a) Documentos de acompañamiento; y,
- b) Documentos de soporte.

Art.72.- Documentos de acompañamiento. – En este artículo se indica que los documentos de acompañamiento son aquellos que conllevan un control previo, que debe tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía del producto de exportación (Asamblea Nacional, 2013).

Art.73.- Documentos de soporte. – En este artículo se indica que los documentos de soporte son aquellos que constituyen la base legal de la información de la Declaración Aduanera de cualquier régimen, para llevar a cabo su correcta implementación y son los siguientes (Asamblea Nacional, 2013):

- Documento de transporte.
- Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial.
- Certificado de origen.
- Póliza de Seguros internacional.
- Documentos que el SENAE o el Organismo regulador de Comercio Exterior considere necesario.

Los artículos del Copci ya mencionados, van a servir de aplicación en el presente plan de exportación para asegurarle a la cervecería artesanal Hopfen que el plan de exportación será óptimo ya que, si se cumple con las medidas que se requiere para una correcta documentación, se realizará en un tiempo establecido, así mismo tendrá las correspondientes facilidades que ofrece el Estado ecuatoriano, (Asamblea Nacional, 2013).

Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021

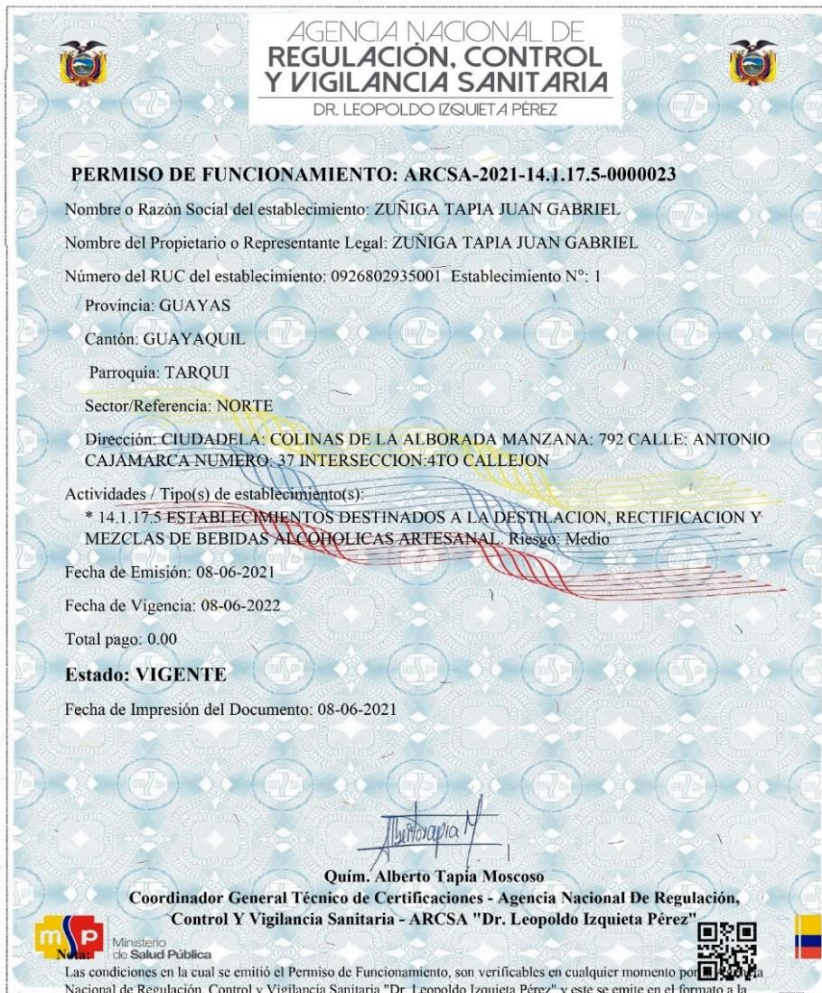
Dentro de los objetivos que se encuentran en el Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 se da a conocer varios reglamentos que guardan relación con la investigación debido a que el propósito de los empresarios de la cerveza artesanal Hopfen es ingresar al mercado chileno permitiendo el crecimiento de las empresas ecuatorianas.

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria

La generación de trabajo y empleo es una preocupación permanente en los diálogos. En ellos se propone la dinamización del mercado laboral a través de tipologías de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica. Asimismo, se proponen incentivos para la producción que van desde el crédito para la generación de nuevos emprendimientos; el posicionamiento de sectores como el gastronómico y el turístico –con un especial énfasis en la certificación de pequeños actores comunitarios–; hasta la promoción de mecanismos de comercialización a escala nacional e internacional, (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

2.5.1 Autorización de funcionamiento de Hopfen, base legal para que funcione y labore el producto, que entidades se involucran

ARCSA



AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA
DR. LEOPOLDO IZQUIETA PÉREZ

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: ARCSA-2021-14.1.17.5-000023

Nombre o Razón Social del establecimiento: ZUÑIGA TAPIA JUAN GABRIEL
Nombre del Propietario o Representante Legal: ZUÑIGA TAPIA JUAN GABRIEL
Número del RUC del establecimiento: 0926802935001 Establecimiento N°: 1

Provincia: GUAYAS
Cantón: GUAYAQUIL
Parroquia: TARQUI
Sector/Referencia: NORTE

Dirección: CIUDADELA: COLINAS DE LA ALBORADA MANZANA: 792 CALLE: ANTONIO CAJAMARCA NUMERO: 37 INTERSECCION: 4TO CALLEJON

Actividades / Tipo(s) de establecimiento(s):
* 14.1.17.5 ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA DESTILACION, RECTIFICACION Y MEZCLAS DE BEBIDAS ALCOHOLICAS ARTESANAL. Riesgo: Medio

Fecha de Emisión: 08-06-2021
Fecha de Vigencia: 08-06-2022
Total pago: 0.00

Estado: VIGENTE

Fecha de Impresión del Documento: 08-06-2021

Alberto Tapia Moscoso
Quím. Alberto Tapia Moscoso
Coordinador General Técnico de Certificaciones - Agencia Nacional De Regulación, Control Y Vigilancia Sanitaria - ARCSA "Dr. Leopoldo Izquieta Pérez"

Ministerio de Salud Pública
Las condiciones en la cual se emitió el Permiso de Funcionamiento, son verificables en cualquier momento por el sistema informático de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria "Dr. Leopoldo Izquieta Pérez" y este se emite en el formato a la




Figura 10. Permiso de funcionamiento ARCSA

Fuente: (Cervecería Artesanal Hopfen, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

A continuación, se mostrarán los pasos a seguir para poder adquirir el permiso de funcionamiento ARCSA, obtenido de (Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021):

- “Para ingresar al sistema informático de la ARCSA, podrá realizarlo de manera directa a través del link: <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/> o en la página web de la ARCSA: www.controlsanitario.gob.ec y dar clic en la opción “Procesos de

Permiso de Funcionamiento” (Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021).

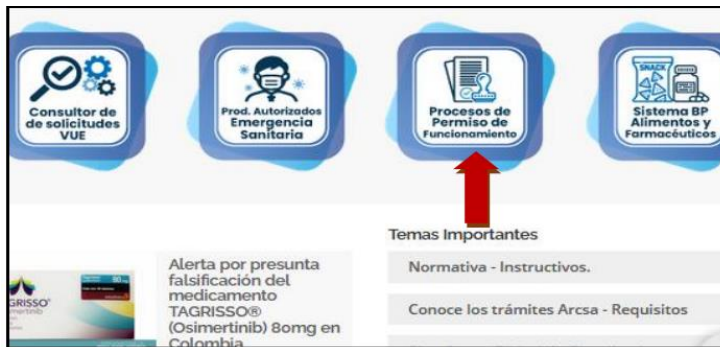


Figura 11. Página principal de la web de ARCSA

Fuente: (Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

- “Una vez ingresado al portal del sistema, podrá consultar si su establecimiento requiere o no requiere del permiso de funcionamiento y en caso de requerirlo se detallará cuáles son los requisitos para la obtención del mismo, para realizar la consulta podrá dar clic en la opción “AQUÍ”. (Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021)

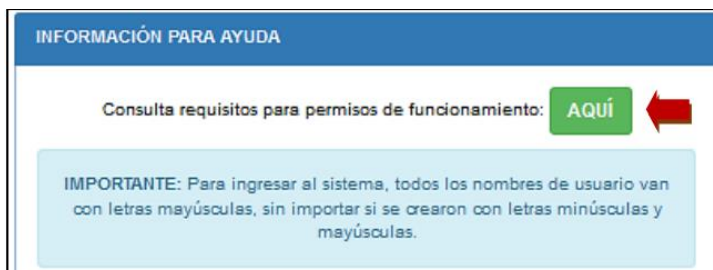


Figura 12. Consulta de requisitos para permiso de funcionamiento

Fuente: (Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

- A continuación, se desplegará la siguiente pantalla:



Figura 13. Pantalla de consulta

Fuente: (Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

- “Deberá ingresar la(s) palabra(s) que describan la actividad/tipo de establecimiento, una vez completado, hacer clic en la opción “Buscar”, (Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021).

AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA DEL DEPARTAMENTO DE BOGOTÁ

Consulta requisitos para permisos de funcionamiento

Escribe palabras que describan el establecimiento para el cual deseas obtener su permiso (E): laboratorios, alimentos medicamentos):

Cerrar Buscar

Figura 14. Búsqueda acorde a la descripción ingresada

Fuente: (Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

- Se desplegará un listado de opciones según su búsqueda, y podrá dar clic en alguna de ellas para visualizar el detalle:

Resultados(3), de click para ver detalles:

ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA ELABORACIÓN, RECTIFICACIÓN Y MEZCLAS DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Descripción
 Son establecimientos destinados a la destilación, rectificación y mezclas de bebidas alcohólicas. Opcionalmente, podrá contar con la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura de conformidad a la normativa vigente.
 Funcionarán bajo la responsabilidad técnica de un profesional con el perfil descrito en la normativa pertinente, vigente.

Requisitos para obtención del permiso de funcionamiento
 1. Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
 2. Categorización otorgada por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) o por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).

Tipos de establecimientos

Categoría:	14.1.17.1 Industria	Costo:	\$288.00
Categoría:	14.1.17.2 Mediana Industria	Costo:	\$192.00
Categoría:	14.1.17.3 Pequeña Industria	Costo:	\$144.00
Categoría:	14.1.17.4 Micro Empresa	Costo:	\$0.00
Categoría:	14.1.17.5 Artesanal	Costo:	\$0.00
Categoría:	28.17 Establecimientos Destinados a la Elaboración, Rectificación y Mezclas de Bebidas Alcohólicas	Costo:	\$0.00

ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA ELABORACIÓN DE HIELO, BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS, PRODUCCIÓN DE AGUAS MINERALES Y OTRAS AGUAS EMBOTELLADAS

ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS, BEBIDAS, ADITIVOS ALIMENTARIOS O COMBINADOS

Figura 15. Descripción, requisitos y costos, según el tipo de establecimiento

Fuente: (Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

- “En el caso, que su actividad económica no requiera de la obtención del permiso de funcionamiento, pero está sujeta a control y vigilancia sanitaria, en el detalle de los requisitos aparecerá un mensaje indicando que el establecimiento se encuentra exento del permiso de funcionamiento”, (Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021).

TIENDAS DE ABARROTES
<p>Descripción</p> <p>Son aquellos establecimientos en los que se expenden al por menor, de productos de uso y consumo humano, tales como: pan, leche, galletas, snacks, embutidos empacados, derivados lácteos, golosinas, caramelos, quesos, conservas, especerías, fósforos, cigarrillos, jabón, velas, etc. Deberán contar con frigoríficos para los productos que requieran refrigeración. Los alimentos procesados que se expendan deben contar con notificación sanitaria vigente otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional. En estos establecimientos se prohíbe la venta de productos agroquímicos, productos de higiene industrial, medicamentos, alimentos preparados de consumo inmediato, carnes, vísceras y/o órganos sin procesar. Las tiendas de abarotes podrán vender bebidas alcohólicas como actividad económica secundaria de conformidad a las ordenanzas emitidas en su jurisdicción, permitiéndose para este efecto, la asignación máxima del cinco por ciento del espacio de exhibición del establecimiento, para aquellas bebidas que superen el 5% de grado alcohólico. Las bebidas alcohólicas que tengan un grado inferior al 5% podrán ser expandidas en las tiendas de abarotes y no están comprendidas en el espacio de exhibición determinado para las bebidas con mayor grado alcohólico. Deberán colocar en un espacio visible, una señalética que informe el área total dedicada a la exhibición de todos sus productos y de bebidas alcohólicas que superen el 5% de grado alcohólico y colocar un letrero que señale la prohibición de venta de bebidas alcohólicas a menores de edad.</p>
<p>Requisitos para obtención del permiso de funcionamiento</p> <p>Estos establecimientos se encuentran exentos de la obtención del permiso de funcionamiento, pero estarán sujetos a control y vigilancia sanitaria, de conformidad con la Resolución ARCSA-DE-049-2015-GGGG, emitida el 15 de julio del 2015. PDF</p>

Figura 16. No requiere permiso de funcionamiento

Fuente: (Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

- “Usted podrá hacer clic en la opción “PDF”, en el mismo se certificará que la actividad económica de su establecimiento no requiere del permiso de funcionamiento.”, (Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021).



Figura 17. Documento de constancia

Fuente: (Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

- “Una vez consultado si su establecimiento requiere del permiso de funcionamiento, deberá volver a la pantalla principal del sistema para crear su usuario y contraseña (ver Anexo 1. Guía del Usuario – Creación de usuario y contraseña)”, (Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021).
- Luego, debe ingresar al sistema con su usuario y contraseña.
- Deberá generar la solicitud para obtener el permiso de funcionamiento (ver Anexo 2. Guía del Usuario – Obtención del Permiso de Funcionamiento).

- Adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento, detallados en la opción “Consulta de requisitos para permiso de funcionamiento”.
- Cancelar el valor correspondiente de acuerdo a la orden de pago generada en el sistema informático.
- Adjuntar el comprobante de pago en el sistema informático; siempre y cuando la cancelación del valor se haya realizado en BanEcuador.
- “Su pago se validará de acuerdo al tipo de cancelación del importe por la obtención del permiso de funcionamiento, que realice (Banco del Pacífico: 24 horas / BanEcuador: 24 horas); luego podrá imprimir su factura y permiso de funcionamiento.” (Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021).

RUA

MINISTERIO DE PRODUCCIÓN,
COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA

REGISTRO ÚNICO ARTESANAL

INFORMA:

El Sr/Sra. **ZUÑIGA TAPIA JUAN GABRIEL**, con RUC/RISE No. **0926802935001** quien desarrolla la actividad de **Cervecería**, el día **14 de septiembre de 2021**, ingresó sus datos a la plataforma RUA a fin de solicitar la categoría artesanal para su taller ubicado en el cantón **GUAYAQUIL**, provincia de **GUAYAS**.

Su información, será sometida a validación y visita técnica correspondiente.

Número de trámite: **RUA-26536**



SUBSECRETARIO(A) DE MIPYMES Y ARTESANÍAS
MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA

Guayaquil: Av. Malecón y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-16-18. Telf.: 051 - 4 - 2591370
Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pezuela, Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera Pisos 8 y 9. Telf.: 053 - 2 - 3948760
Manta: Puerto Pichero San Mateo. Telf.: 053 - 5 - 20681000
www.produccion.gob.ec

soportienus@produccion.gob.ec

Figura 18. Registro Único Artesanal

Fuente: (Cervecería Artesanal Hopfen, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

El Registro Único Artesanal (RUA) es un beneficio que le otorga la Ley de Fomento Artesanal, a los artesanos o gremios de artesanos para que puedan realizar su actividad económica en el país. A continuación, se enlistarán los pasos a seguir para realizar el trámite de obtención del Registro Único Artesanal, según la información proporcionada por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, (2021).

Trámite para la obtención del Registro Único Artesanal

- Ingresar a la página web de Ministerio de Producción, Comercio, Inversiones y Pesca: <http://www.produccion.gob.ec>
- Elegir la opción "Servicios en Línea"
- Elegir el tipo de categoría (RUA)
- Elegir "Ingrese al sistema"
- Digitar el RUC/RISE y dar click en "Verificar", el sistema automáticamente enviará un mail a la dirección de correo electrónico que fue registrado en el SRI.
- Ingresar al correo electrónico que le llegará desde soporterua@produccion.gob.ec y dar click en el link Registro único Artesanal (RUA)
- Llenar el formulario e información solicitada.
 - Ingresar RUC/RISE dar un click fuera del casillero y esperar unos segundos hasta que se visualice la información, la misma que se obtiene desde el SRI
 - Los demás datos debe llenarlos de acuerdo al tipo de solicitud
 - Dar click en "Registrar solicitud".
- Aceptar veracidad de la información en el sistema.
- Recibir mediante correo electrónico el documento Registro Único Artesanal (provisional) y el número de trámite para dar seguimiento al estado de la emisión del Acuerdo Interministerial (documento habilitante).
- Una vez transcurrido el proceso de revisión, validación, visita técnica (de ser el caso). Recibir mediante correo electrónico el Acuerdo Interministerial en el que se concede los beneficios de la Ley de Fomento Artesanal.

2.5.2 Régimen Impositivo Simplificado, Reposición de mercancías con franquicia arancelaria y Drawback

Régimen Impositivo Simplificado (RISE)

El Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano conocido como RISE, es un sistema impositivo cuyo objetivo es facilitar y simplificar el pago de impuestos, a través de cuotas mensuales, con el propósito de mejorar la cultura tributaria en el país, (SRI, 2021).

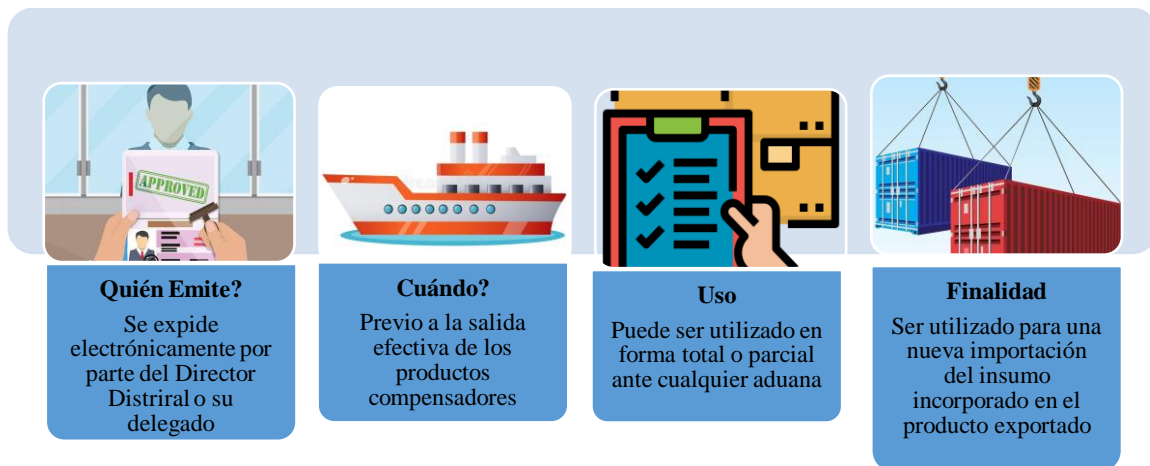
El RISE se constituyó con el fin de agravar a personas cuyos ingresos no fueren superiores a 60000 dólares y que cumplan con otros requisitos tales como un número de empleados bajo, personas naturales que obtengan ingresos en relación de dependencia, de comercialización, agentes aduaneros, entre otros.

Art. 150.- Reposición de mercancías con franquicia arancelaria

Régimen aduanero que permite importar, con exoneración de los derechos e impuestos a la importación y recargos con excepción de las tasas aplicables, mercancías idénticas o similares por su especie, calidad y sus características técnicas, a las que estando en libre circulación, hayan sido utilizadas para obtener las mercancías exportadas previamente con carácter definitivo, (CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES).

Según lo establecido por el COPCI podemos entender que la reposición con franquicia arancelaria es un régimen por el cual la importación de mercancías es exonerada del pago de tributos, es principalmente dirigido por Operadores de Comercio Exterior que se hayan registrado como tal en el sistema de Ecuapass y que realizan importaciones de insumos productivos, estos insumos deberán ser utilizados en el proceso productivo del operador, por ende al término de su producción estará listo para ser exportado.

Tabla 7. Certificado de Reposición



Fuente: (Martínez, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Drawback

“Es un Régimen Aduanero que permite la devolución total o parcial de los derechos arancelarios pagados en la importación de materias primas o insumos o productos intermedios o partes y piezas, incorporados en la producción de bienes exportados”; (Flores, 2013). Este régimen aduanero permite que las empresas exportadoras puedan obtener una devolución de los impuestos de importación pagados sobre los insumos o materias primas que formen parte del producto a exportar, dentro de los plazos establecidos.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

De acuerdo con los señalamientos de Azuero (2018), en este capítulo se detallan los elementos que permitieron la reconstrucción de datos operacionalizados a partir del conocimiento teórico, en función de responder al estadio de cómo se realizó la investigación. Esto, significa describir desde el tipo de investigación y de datos necesario para resolver los objetivos planteados, los métodos y técnicas aplicados para obtener la información necesaria, la población y la muestra estudiadas y el método utilizado para el análisis de los resultados.

3.1. Tipo de Investigación

La investigación se realizó siguiendo un modelo de tipo documental, también llamada por algunos autores como investigación bibliográfica. Según Reyes-Ruiz & Carmona (2020, pág. 1), esta es una modalidad cualitativa de investigación que consiste en la recolección, recopilación y selección de información a partir de la lectura de documentos, revistas, libros, grabaciones, filmaciones, periódicos, artículos resultados de investigaciones, memorias de eventos, entre otros. Es decir, su característica principal es que la fuente de información son los datos secundarios.

Este tipo de investigación fue propicia para los objetivos de la investigación en curso, por cuanto permitió relacionar datos existentes de fuentes diferentes, ampliando la visión de los investigadores de manera sistemática y con ordenamiento lógico, en el abordaje del tema de planes de exportación para guiar iniciativas de crecimiento y el fomento de la internacionalización de las empresas en un contexto específico.

3.2. Enfoque de la Investigación

Consecuente con el tipo de investigación, el enfoque asumido para el desarrollo de la misma fue el cualitativo, el cual implica la comprensión del fenómeno teniendo como referencia los puntos de vista, interpretaciones y significados que le dan quienes forman parte él, en su ambiente natural y en relación con el contexto (Hernández-Sampieri & Mendoza, Metodología de la investigación: las rutas cuatitativa, cualitativa y mixta, 2018; Reyes-Ruiz & Carmona, 2020). A tales fines, es importante agregar que, el enfoque cualitativo implica un proceso de inducción, interpretación e interactividad recurrente por parte del investigador.

En síntesis, la investigación cualitativa busca la afirmación del investigador frente a una situación real, comprendiendo cómo se representa, expresa y expone el fenómeno, haciendo uso del método científico para generar conclusiones (Reyes-Ruiz & Carmona, 2020).

En el presente caso, el enfoque cualitativo se basó en las experiencias y opiniones disponibles en fuentes documentales de actores importantes del sector del comercio exterior del Ecuador y, específicamente, del sector comercial de bebidas alcohólicas como la cerveza artesanal, del país y de Chile como país destino de la expansión en estudio, en muchos casos vistos a través de datos indicadores de comportamientos en ese sentido.

3.3. Técnicas de Investigación

La revisión bibliográfica fue la técnica fundamentalmente aplicada para la recolección de la información y datos requeridos para la consecución de los objetivos propuestos en esta investigación documental.

La aplicación de esta técnica, de acuerdo con Reyes-Ruiz & Carmona (2020), implica la consideración de todo el conocimiento científico disponible sobre el tema a trabajar, al nivel de que, en muchos casos, puede resultar en un artículo de revisión que puede ser publicado en revistas científicas y formar parte del estado del arte con el que se inician los referentes teóricos de una investigación. A su vez, agrega ese autor, en esta técnica está presente en todo momento la observación: en el análisis de datos, su identificación, selección y articulación con el objeto de estudio. Por ello, insta el autor, es importante que la revisión siga un orden lógico de manera que los acontecimientos se presenten siguiendo una línea de tiempo ajustada a la realidad.

Por otra parte, en la revisión bibliográfica resultan particularmente útiles los instrumentos de registro para evaluar las categorías de análisis que se trabajan, entre ellos: las escalas de estimación y las guías de observación. Estos, facilitan el proceso de relacionar fuentes documentales, observar la coherencia del procedimiento, identificar similitudes y diferencias entre las fuentes y las ideas del investigador, categorizar y esquematizar los elementos más abordados y también, identificar áreas que aún no han sido exploradas (Azuero, 2018; Reyes-Ruiz & Carmona, 2020; Hernández-Sampieri & Mendoza, Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, 2018).

Tomando en cuenta las aseveraciones antes descritas, la revisión documental se aplicó en esta investigación con el objetivo de recabar la teoría que fundamenta el estudio, extraer información y datos relacionados con las exportaciones de cerveza artesanal, las relaciones comerciales entre Ecuador y Chile, así como también sobre el mercado chileno para este tipo de mercado. Entre estas fuentes objeto de revisión documental destacaron:

- Portales oficiales, anuarios estadísticos y declaraciones de voceros de organismos gubernamentales relacionados con el comercio exterior del país: Banco Central del Ecuador, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversión (ProEcuador), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).
- Portales oficiales, anuarios estadísticos y declaraciones de voceros de organismos gubernamentales chilenos relacionados con el comercio exterior del país: Banco Central de Chile, Oficina Comercial del Ministerio de Relaciones Exteriores (ProChile).
- Portales de organismos internacionales proveedores de datos e información de comercio internacional: Asociación Latinoamericana de Información (ALADI), Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y otros.
- Estudios del mercado chileno para la cerveza artesanal realizados por otros investigadores, tales como: Zamorano (2017), Morales (2019) y Soto (2019), entre otros.

3.4. Población y Muestra

De acuerdo con los objetivos de la investigación, la población fue constituida por el contexto de las relaciones comerciales del Ecuador con otros países. Esto es: gobiernos, empresas, intermediarios, intercambios, bienes y servicios, condiciones y normativas legales, etcétera. Desde esa perspectiva, la población es amplia e inalcanzable para el investigador en un tiempo definido, por lo cual, fue necesario definir una muestra de la misma entendida como una parte representativa de la población que guarde sus características (Arias, 2016).

La muestra para este estudio fue definida por un muestreo de tipo no probabilístico de tipo convencional u opinático, donde los elementos a incluir deben cumplir con ciertos criterios previamente establecidos por el investigador (Arias, 2016).

De esta manera, la muestra para el desarrollo del plan de exportación objetivo general del estudio fue constituida por el contexto para la exportación de bebidas alcohólicas de origen ecuatoriano hacia el mercado chileno durante el período 2020-2021, estudiando el caso de la cerveza artesanal Hopfen.

Tabla 8. Perfil de la población en estudio (Chile: mercado destino de cerveza artesanal)

Mercado objetivo (Soto, 2019)	<p>Hombres y mujeres de 26 a 45 años, profesionales con poder adquisitivo medio-alto. Consumo: 330 cc una o más veces por semana Lugar de consumo: hogar, pubs y restaurantes Beneficio buscado: mayor variedad de cervezas artesanales, compra conveniente a la ocasión (en línea, restaurant, pubs); calidad y sabor. No tienen fidelidad de marca, privilegian la experiencia.</p>	
Oferta (Soto, 2019)	Productores (microcervecerías año 2017)	<p>- 300 productores nacionales (1,7% de las ventas totales): • Región Metropolitana (45%) • Valparaíso (13%) • Los Lagos (7%) • El Maule (7%) - Características y capacidad de los productores de cerveza artesanal: • 63% pequeños y medianos • 11% con más de 10 años en el mercado • Nivel de producción: 55% entre 50 y 100 mil litros anuales; 47% espera llegar a niveles de producción entre 50.001 y 200.000 litros</p>
	Marcas	<p>- CCU (Compañía de Cervecerías Unidas) - 68% de participación con las marcas: Cristal, Escudo, Heineken, Kunstmann, Austral, Royal Guard y Lemon Stone. - Cervecería Chile - 25% de participación con las marcas: Stella Artois, Corona, Budweiser, Baltica, Beck's, Paceaña, Quilmes, Miller, Cusqueña y Brahma</p>
	Precio	- Pesos 2.500 (2,98 US\$) por botellas de 330 cc
	Estructura por estilos	- Alta fermentación (Ale): 86% - Baja fermentación (Lager, Bock y Pilsner): 14%
	Principales canales	1ro. Restaurantes y bares con dificultad para colocación por el precio 2do. Eventos 3ro. Sitios web
	Principales medios de difusión	1ro. Ferias y eventos relacionados 2do. Medios digitales y redes sociales
	Demanda (Soto, 2019)	<p>- Consumo per cápita de cerveza: 44 litros per cápita anual en 2016 - Más del 60% de chilenos consume habitualmente cerveza - Nivel de demanda según producción nacional cerveza artesanal: 6,5 millones de litros anuales equivalente a US\$ 22 millones en ventas como mercado potencial (crecimiento 20% los últimos 3 años).</p>

Total de importaciones partida 220300 (Soto, 2019)	-	Año 2019: \$ 222.028 dólares
Origen de las importaciones chilenas de cerveza (Trade Map, s.f.)	-	Estados Unidos (39%) y México (34%), Otros (27%).
Crecimiento interanual de la cerveza artesanal (Gobierno de España, 2018)	-	80%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas de Chile - INE)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Con base en lo descrito en la tabla anterior, la población y muestra en estudio quedó conformada de la siguiente manera, con base en proyecciones de población para 2019 del organismo oficial del Estado chileno (Instituto Nacional de Estadísticas de Chile - INE, s.f.):

- Población total: 19.107.216 habitantes
- Población entre 15 y 64 años de edad: 13.132.822 (68,7%)

Tabla 9. Población en estudio

	Población entre 15 a 64 años	
Región Metropolitana	5.558.014	
Valparaíso	1.301.181	
Total Región Metropolitana y Valparaíso	6.859.195	
Consumidores de cerveza artesanal	60%	4.115.517
TOTAL POBLACIÓN EN ESTUDIO		4.115.517

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas de Chile - INE, s.f.)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

3.5 Análisis del comportamiento del consumidor en Chile

La importancia de poder analizar el comportamiento del consumidor chileno, en relación a la demanda de cerveza artesanal Hopfen para establecer una viabilidad de exportación hacia el país de Chile. Sin embargo, debido que se dificulta realizar el estudio de campo por factores tanto económicos, logísticos, y la emergencia sanitaria que en actualidad está azotando el mundo, optamos en tomar como referencia la información que proporciona importantes estudios económicos facilita el portal de internacional Trade Center (ITC) en español tiene el nombre de centro de comercio internacional.

El centro de comercio internacional (ITC) es un conjunto de herramientas en línea para hacer mucho más transparente el comercio global y así poder facilitar el acceso a los mercados internacionales, en este caso la agencia decide apoyar a la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (PYMES). lo que significa que tiene la oportunidad de desarrollar su economía, ser más competitivas y conectarse a mercados internacionales para el comercio aumentando así ingresos y creando empleo a su comunidad.

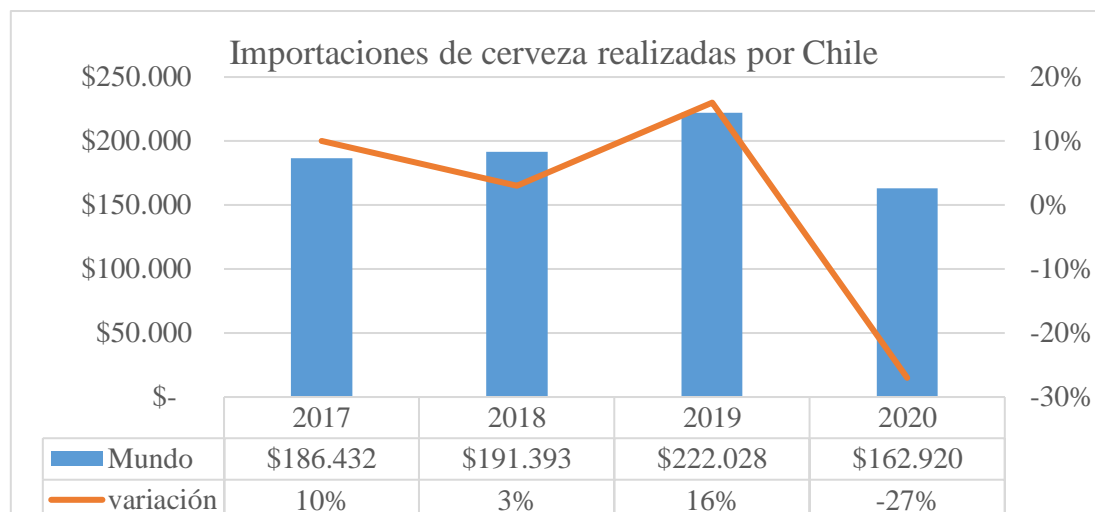
Este portal pone a disposición los reportes de cantidad en todo el año de bienes que importan y exportan a nivel mundial, bajo estas estadísticas se analizó el comportamiento del consumidor chileno en tres aspectos

1. Importaciones de cerveza realizadas por Chile (partida 220300)
2. Importación de cerveza artesanales realizadas por el mercado chileno
3. País de origen de cerveza que importa a Chile

3.5.1 Importación de cerveza por parte del mercado chileno

Las estadísticas del ITC nos muestran que durante el periodo 2016-2020, Chile ha importado una cantidad significativa de cervezas alrededor del mundo. En 2017 la cifra de importaciones de cervezas fue de \$186.432 dólares, mientras que su mayor cifra de importación fue en el 2019, en el cual la cifra se duplicó comparándolo con el año 2017, mientras en el 2019 Chile realizó importaciones de \$222.028 dólares, en el 2020 se puede observar una reducción del 27% que fue de \$162.920 dólares un gran decrecimiento debido a la baja de importaciones por la presente pandemia de Covid-19.

Tabla 10. Importaciones de cerveza realizadas por Chile



Fuente: Trade Map, 2021

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Análisis

En este gráfico se puede observar que las importaciones de cerveza en Chile son muy buenas respecto al año 2017, 2018 y 2019 ya que en este año el negocio de las cervezas mostró un positivo crecimiento, evidenciando que es un mercado favorable para poder realizar exportaciones, con respecto al 2020 se puede evidenciar que no se importó como los años anteriores debido a que la pandemia complicó prácticamente las importaciones bajando su cifra en un 27%.

3.5.2 Importación de cerveza artesanales realizadas por el mercado chileno

“ La demanda de cerveza artesanal en Chile ha ido creciendo de manera acelerada, de igual forma la apertura del consumidor por probar nuevas experiencias, sabores, marcas y orígenes, actualmente, el líder indiscutido de la industria de la cerveza nacional es CCU (Grupo Luksic y Heineken) con un 68% de participación del mercado. ” (PRO ECUADOR, 2020).

El consumo de cerveza en Chile ha ido aumentando, el sector de la cerveza artesanal hoy en día representa un incremento del 80% en el mercado, Chile es un país en el cual la cerveza artesanal se ha desarrollado con mucha rapidez, solo en el año 2017 el número de microcervecerías se ha elevado notoriamente, pasando de 160 a más de 300, de estas

nuevas cervecerías más de un 60% ha nacido en los últimos siete años, para representar en la actualidad un 1,7% de las ventas del mercado chileno. (Gobierno de España, 2018)

3.6 Método de Análisis de la Información

La información y los datos recabados por la revisión documental fueron analizados aplicando un método analítico-inductivo. Cabe destacar que se obtuvo información cualitativa pero también, se incluyeron datos cuantitativos con los cuales se establecieron tendencias para poder proceder a la inducción de comportamientos y conclusiones que orientaran la consecución de los objetivos.

En ese orden de ideas, se siguió un proceso lógico y sistematizado según el orden de los objetivos específicos. Es decir:

- En primer lugar, se hizo una revisión bibliográfica que facilitara información para diagnosticar la situación de la producción, la oferta y la demanda de cerveza artesanal en el mercado chileno, con base, principalmente, en información y datos estadísticos de ese mercado. Esta información se ordenó, clasificó y sintetizó en cuadros de datos y se generaron para poder proceder a realizar la interpretación cualitativa que condujera al diagnóstico requerido.
- Seguidamente, se recabó información relacionada con la plataforma e infraestructura operativa, financiera, regulatoria y legal que ofrece el Ecuador para las exportaciones hacia Chile, a los fines de conocer las variables que incluye el proceso de exportación de cerveza artesanal.
- Con base en los resultados de las dos fases mencionadas, se analizaron los factores internos y externos que enfrenta la iniciativa de exportación de cerveza artesanal ecuatoriana hacia el mercado chileno, con el fin de identificar las fortalezas y debilidades internas y las oportunidades y amenazas que presenta el mercado destino, en busca de alternativas estratégicas de actuación.
- Finalmente, el conocimiento acumulado durante el proceso investigativo permitió establecer la viabilidad de la exportación de la cerveza artesanal Hopfen hacia Chile.

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

4.1. Tema

Diseño de un plan de exportación de cerveza artesanal Hopfen hacia el mercado chileno.

4.2 Justificación

Este estudio se basa en el desarrollo de un plan de exportación de cerveza artesanal Hopfen hacia el mercado Chileno, específicamente Santiago de Chile, por el cual el objetivo se centra en la necesidad de diversificar la oferta exportable, a través de estrategias que le concedan un ingreso exitoso a este mercado, es importante asesorar a los productores de la cerveza artesanal Hopfen, ya que ellos ven en este proyecto una oportunidad crucial de expandir sus fronteras comerciales y obtener mejores beneficios económicos. El presente plan de exportación se desarrollará bajo las siguientes fases:

1. ANÁLISIS DEL POTENCIAL EXPORTADOR

- Perfil general de la compañía – cervecería artesanal Hopfen
- Misión, visión, objetivos
- Productos y servicios
- Análisis FODA

2. EL PRODUCTO

- Características del producto y beneficios
- Clasificación arancelaria en Ecuador y Chile
- Ficha técnica del producto
- Catálogo del producto
- Estadística de comercialización de la Cerveza

3. INTELIGENCIA DE MERCADO

- Perfil de Chile
- Entorno comercial (cervezas artesanales en Chile)
- Acuerdos comerciales
- Requisitos para exportar
- Documentos requeridos para ingresar el producto

4. LOGÍSTICA

- Proceso de exportación
- Etiquetado y empaque
- Fase de pre embarque
- Normas sanitarias y fitosanitarias
- Fase de post embarque
- Diagrama de proceso de exportación
- Termino de negociación
- Obligaciones del exportador e importador

4.3 Plan de Exportación

4.3.1 Análisis Potencial Exportador

4.3.1.1 Perfil General de la Compañía

La Cervecería Artesanal Hopfen se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil, precisamente en Colinas de la Alborada mz. 792 v.37 (30,33 km) 090607, siendo su actividad la producción de cervezas artesanales.

- RUC: 0926802935001
- Constitución: 24 de junio del 2009
- Obligado a llevar contabilidad: No
- Actividad económica: Elaboración de bebidas malteadas como: cervezas corrientes de fermentación alta, negras y fuertes, incluida cerveza de baja graduación.

Consulta de RUC

RUC: 0926802935001 Razón social: ZUÑIGA TAPIA JUAN GABRIEL

Estado contribuyente en el RUC: **ACTIVO** Nombre comercial:

Actividad económica principal

ELABORACION DE BEBIDAS MALTEADAS COMO CERVEZAS
CORRIENTES DE FERMENTACION ALTA NEGRAS Y FUERTES INCLUIDA
CERVEZA DE BAJA GRADUACION CERVEZA ARTESANAL

Tipo contribuyente	Clase contribuyente	Obligado a llevar contabilidad
PERSONA NATURAL	OTROS	NO

Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
24/06/2009	17/06/2020		

Establecimiento matriz:

Lista de establecimientos - 1 registro

No. establecimiento	Nombre comercial	Ubicación de establecimiento	Estado del establecimiento
001		GUAYAS / GUAYAQUIL / TARQUI / ANTONIO CAJAMARCA 37 Y 4TO CALLEJON	ABIERTO

Figura 19. RUC

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

4.3.1.2 Misión, visión, objetivos

Misión

Somos una empresa dedicada a producir cervezas auténticas y únicas, con los mejores productos de calidad del mercado, buscando deleitar el paladar de nuestros consumidores y desafiándolos a consumir lo artesanal más que lo tradicional.

Visión

Llegar a ser una empresa líder en la exportación de cerveza artesanal, tomando los valores de la empresa muy en serio: ofrecer cervezas de calidad, honrar a nuestros clientes y crear cultura cervecera.

Objetivos

- Ampliar su mercado internacionalmente.
- Diversificar los sabores de la cerveza artesanal.
- Aumentar la productividad y el crecimiento de la empresa

4.3.1.3 Productos y servicios

La mayoría de las cervezas artesanales tienen su presentación en botellas de vidrio, debido que es la forma más adecuada de ser distribuida, por lo tanto, este producto deberá ser comercializado en botellas similares cuya medida son de 330 ml de capacidad, y su aspecto es de color café, será igual que el producto que expenden las empresas competidoras.



Figura 20. Botella de vidrio

Fuente: (Fracosa, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

4.3.1.4 Análisis FODA

Tabla 11. Análisis FODA

Fortalezas		Oportunidades	
Tienen más de 9 años de experiencia como productores de cervezas artesanales; EXPERIENCIA	4	Mejorar el nivel de ventas gracias al incremento de la demanda de la cerveza artesanal	4
Producto 100% artesanal, no contiene conservantes artificiales, ajustándose a las exigencias de sus clientes	5	Existencia de un acuerdo que permite el ingreso del producto debido a preferencias arancelarias (ACUERDOS COMERCIALES)	5
Cuenta con maquinaria propia para la elaboración de cervezas y abastecer su mercado	4	Interés sobre los datos que existen de demanda potencial en el mercado chileno para la compra del producto	4
Son reconocidos nacionalmente en muchos bares y supermercados.	4	Chile al momento no importa cerveza artesanal de Ecuador	5
Sumatoria	17	Sumatoria	18
Debilidades		Amenazas	
No tiene reconocimiento en el mercado de destino	-5	La cerveza industrial cuenta con menor costo, lo que hace que los consumidores las prefieran	-5
capacidad de producción BAJA para competir con cervecerías artesanales que fabrican a gran escala	-4	La competencia cuenta con mayor producción, lo que hace que tenga mejores precios y ofertas	-5
Aumento de costo de ventas por precio de insumos como malta	-3	Posible ingreso de competidores nacionales al mercado de destino motivados por acuerdos comerciales	-4
Desconocimiento de trámites para la internacionalización	-2	Debido a la pandemia COVID-19 se dificultan los procesos de exportación	-5
Sumatoria	-14	Sumatoria	-19
Total	3	Total	-1

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

4.3.1.4. Cuadrante

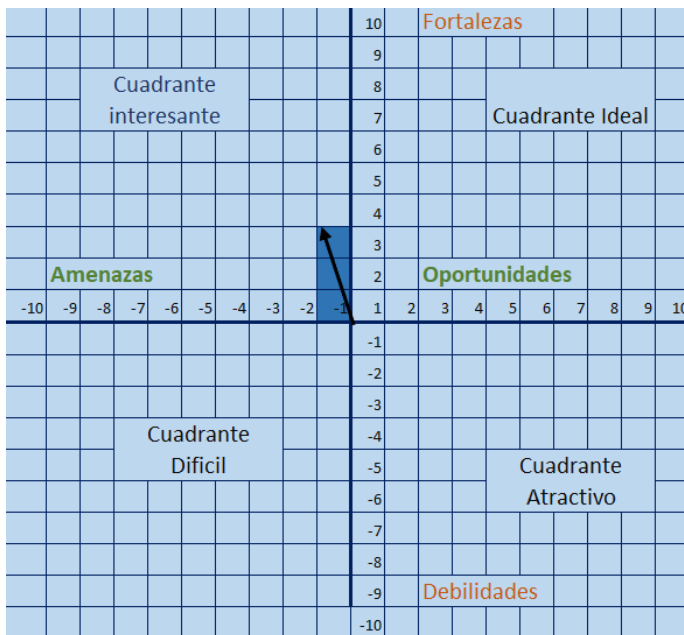


Figura 21. Cuadrante matemático FODA

Fuente: Obtenido del análisis FODA

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

4.3.1.4.2 Estrategias FODA matemático

De acuerdo con los resultados las estrategias giran en torno a las fortalezas y amenazas así:

Fortalezas	Amenazas
Tienen más de 9 años de experiencia como productores de cervezas artesanales; EXPERIENCIA	La cerveza industrial cuenta con menor costo, lo que hace que los consumidores las prefieran
Producto 100% artesanal, no contiene conservantes artificiales, ajustándose a las exigencias de sus clientes	La competencia cuenta con mayor producción, lo que hace que tenga mejores precios y ofertas
Cuenta con maquinaria propia para la elaboración de cervezas y abastecer su mercado	Posible ingreso de competidores nacionales al mercado de destino motivados por acuerdos comerciales
Son reconocidos nacionalmente en muchos bares y supermercados.	Debido a la pandemia COVID-19 se dificultan los procesos de exportación

Figura 22. Estrategias FODA matemático

Fuente: Obtenido del análisis FODA

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Los objetivos estratégicos por implementar para ingresar con la cerveza artesanal a Chile son los siguientes:

1. Fomentar la calidad del producto gracias a la experiencia para competir con los costos de la cerveza industrial
2. Diversificar la producción ajustándose a las exigencias de los clientes para competir con los precios del mercado.
3. El contar con maquinarias le permite llegar a una cuota de mercado más amplia haciendo posible que se agilice su proceso de ingresar al mercado de interés.
4. Concretar alianzas estratégicas de distribución con empresas del país, para poder comercializar su producto de una manera más amplia siendo posible el escenario futuro de una oportunidad de exportación.

Como se puede observar en nuestro FODA también se destacan las oportunidades, lo que hace conveniente aprovecharlas para poder incursionar en este mercado

4.3.2 El producto

4.3.2.1 Características del producto y beneficios

En este proyecto se explotarán las características que posee esta cerveza ya que al ser artesanal se diferencia mucho de la industrial básicamente en su proceso de elaboración, en la calidad de sus ingredientes y en la fórmula que cada productor quiera realizar. La cerveza artesanal es completamente diferente de la cerveza industrial, ya que posee más cuerpo, sabor y aroma debido a que no se utilizan conservantes ni antioxidantes añadidos artificialmente, (Cervesa del Montseny).

Al ser la cerveza artesanal más pura, también posee algunos beneficios que, si se la toma con moderación causa algunos beneficios para la salud, (ABADÍA). Entre los beneficios de la cerveza artesanal se encuentran los siguientes:

- Reduce la posibilidad de tener piedras en los riñones
- Ayuda a prevenir el insomnio
- Tiene sabores ilimitados
- Retrasa el envejecimiento celular

4.3.2.2 Clasificación arancelaria en Ecuador y Chile

La cerveza artesanal no tiene su propia clasificación para ser exportada al mercado chileno, su subpartida encajaría en la codificación 22030000 la cual hace referencia a la cerveza de malta, en este caso el producto ingresaría con un 0% de arancel, lo cual es positivo ya que no afectara el precio de venta al público en el mercado chileno.

Derechos de aduana ^①

Por producto 22030000 – Cerveza de malta.

Exportado desde **Ecuador** a **Chile**

Año arancelario: **2020 (HS Rev.2017)**

Fuente: ITC (Market Access Map)

Tariff regime ^①	Applied Tariff ^①	AVE ^①	Note
MFN duties (Applied) ^②	6%	6%	
Preferential tariff (AAP.CE32) for Ecuador ^②	0%	0%	Trade agreement details [▼]
Regional tariff preference (Aladi: AR.PAR4) for Ecuador ^②	4.32%	4.32%	Trade agreement details [▼]

Figura 23. Clasificación arancelaria

Fuente: (Market Access Map, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

4.3.2.3 Ficha técnica del producto

Tabla 12. Ficha técnica

FICHA TÉCNICA						
PRODUCTO	CERVEZA ARTESANAL HOPFEN					
CERTIFICADO	NTE INEN 2262, ISO 14001, ISO 22001					
ORIGEN	ECUADOR					
ESTE PRODUCTO ES	PRODUCTO	100%	ARTESANAL,	NO	CONTIENE	CONSERVANTES
	ARTIFICIALES					
ENVASES						
PESO NETO	320 ML					
EMPAQUETADO	BOTELLA DE VIDRIO OSCURA					
PROPIEDADES SENSORIALES						
OLOR	LIGERO OLOR A NARANJA					
COLOR	CERVEZA DORADA					
GUSTO	SE CARACTERIZA POR SUS EXQUISITAS NOTAS CÍTRICAS Y FLORALES CON UN DULZOR MODERADO QUE ESTÁ PERFECTAMENTE ARMONIZADO CON LA NARANJA.					
APARIENCIA	BOTELLA COLOR CAFÉ OSCURO CON ETIQUETADO ELEGANTE					

Fuente: (Hopfen Cervecería Artesanal, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Tabla 13. Ficha técnica de producción

PRODUCCIÓN	
INGREDIENTES	MALTA, LÚPULO, LEVADURA
ADITIVOS	NO ADITIVOS
PROCESO	<p>Para su proceso de elaboración se pesan las maltas y son pasadas por el proceso de maceración donde el agua se mantiene a unos 55°C, se lava y extraen los azúcares residuales de la malta, además se adiciona el agua a 78°C, se recircula y se filtra el mosto por lo que es transferido a la olla de hervor, es medida la densidad y volumen del mosto. El mosto es cocinado a 100°C por 60 minutos, en este tiempo se adiciona el lúpulo, después de haber realizado este proceso se mide nuevamente la densidad y temperatura y el mosto se deja en enfriamiento hasta una temperatura de 30°C y luego es transferido a los tanques fermentadores donde dura 7 días y se les adiciona levaduras. Después de haber transcurrido estos 7 días son extraídas las levaduras sedimentadas y se almacena la levadura a una temperatura de 8 a 12°C, seguidamente es medida de nuevo la densidad y se determina el grado alcohólico, por último se madura y clasifica de cerveza verde a temperatura ambiente por un tiempo de 7 días, durante este tiempo es extraído el sedimento, es embotellada la cerveza, se prepara y se le adiciona el almíbar y levaduras, es realizada la respectiva limpieza y esterilización de botellas y tapas, se etiqueta y es distribuida.</p>

Fuente: (Hopfen Cervecería Artesanal, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

4.3.2.4 Catálogo del producto



INDIA PALE ALE

DESCRIPCIÓN: Cerveza dorada caracterizada por estar elaborada con una alta cantidad de lúpulo que le da su amargor característico pero muy equilibrado con las maltas y un exquisito perfume que la hace irresistible.

ABV: 7%

IBU: 50

ESTILO: Intenso sabor a lúpulo

BOTELLA: 330ml

MARDAJE: Perfecta para maridad con platos bien condimentados, picantes, pastas, pescados y crustáceos

AROMA: 5

DULZOR: 2

AMARGOR: 4

CUERPO: 3

Figura 24. Cerveza Hopfen India Pale Ale

Fuente: (Hopfen Cervecería Artesanal, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)



OATMEAL STOUT

DESCRIPCIÓN: Cerveza negra de espuma muy cremosa con deliciosas notas marcadas a café, chocolate y nueces que terminan en una leve sedosidad del paladar.

ABV: 5,8 %

IBU: 28

ESTILO: Café, chocolate y sabores tostados

BOTELLA: 330ml

MARIDAJE: Ideal para maridar con quesos fuertes y suaves, jamón, carne de cerdo, carnes ahumadas, asados, conchas, chocolates y postres a base de chocolate.

AROMA: 3

DULZOR: 2

AMARGOR : 3

CUERPO: 4

Figura 25. Cerveza Hopfen Oatmeal Stout

Fuente: (Hopfen Cervecería Artesanal, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)



ORANGE HONEY

DESCRIPCIÓN: Cerveza dorada perfectamente armonizada entre las notas cítricas de la naranja y su exquisito post gusto a miel de abejas.

ABV: 6.5%

IBU: 18

ESTILO: Sabor frutal a naranja con un toque de miel de abeja

BOTELLA: 330ml

MARIDAJE: Ideal para acompañar platos de pescado, mariscos, verduras, ensaladas, platillos vegetarianos, picantes y agridulces.

AROMA: 4

DULZOR: 3

AMARGOR : 3

CUERPO: 3

Figura 26. Cerveza Hopfen Orange Honey

Fuente: (Hopfen Cervecería Artesanal, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)



IRISH RED ALE

DESCRIPCIÓN: Cerveza roja caracterizada por sus deliciosas notas acarameladas y frutales que terminan en un ligero gusto a grano tostado.

ABV: 5%

IBU: 18

ESTILO: Sabor a malta y caramelo

BOTELLA: 330ml

MARIDAJE: Perfecta para acompañar carnes rojas, ahumadas, agridulces, pizzas, pastas, embutidos, quesos y ensaladas condimentadas.

AROMA: 2

DULZOR: 3

AMARGOR: 2

CUERPO: 3

Figura 27. Cerveza Hopfen Irish Red Ale

Fuente: (Hopfen Cervecería Artesanal, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

4.3.2.5 Estadísticas de comercialización de Cerveza

En la actualidad, la cultura cervecera está tomando un nuevo rumbo, los altos consumidores de cerveza están buscando productos de calidad que satisfagan sus paladares, y es ahí donde los productores de cerveza artesanal llevan la delantera, ya que su gran versatilidad en las fórmulas permite que experimenten con diversos ingredientes, proponiéndose a hacer sabores distintos y realmente nuevos. Es así como la exportación de cerveza durante el periodo de 2016 - 2020 ha tenido un crecimiento muy importante, a diferencia del 2019 en el cual hubo una decadencia, pero fue recuperándose en el 2020 cerrando su cifra con \$244 mil dólares, lo que refleja una tendencia al alza.

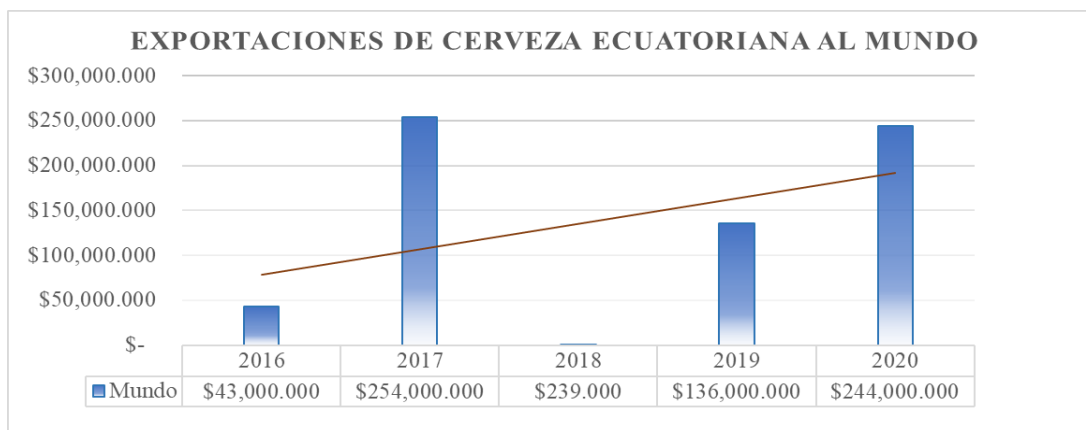


Figura 28. Exportaciones de cerveza ecuatoriana al mundo

Fuente: (Trademap, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

4.4 Inteligencia de mercado

4.4.1 Perfil de Chile

En el cono sur de Suramérica, está situado Chile a lo largo de la costa occidental, entre el segmento más alto de la Cordillera de los Andes y el Océano Pacífico. Posee 4.300 km de longitud, pero con una anchura promedio de solo 180 km. A excepción del clima tropical, posee toda clase de climas. La lengua oficial es el español, y su moneda el peso chileno. La población es mestiza (europea-indígena). La tasa de alfabetismo es de 94%, una de las más altas de Latinoamérica (Gobierno de Chile, s.f.).

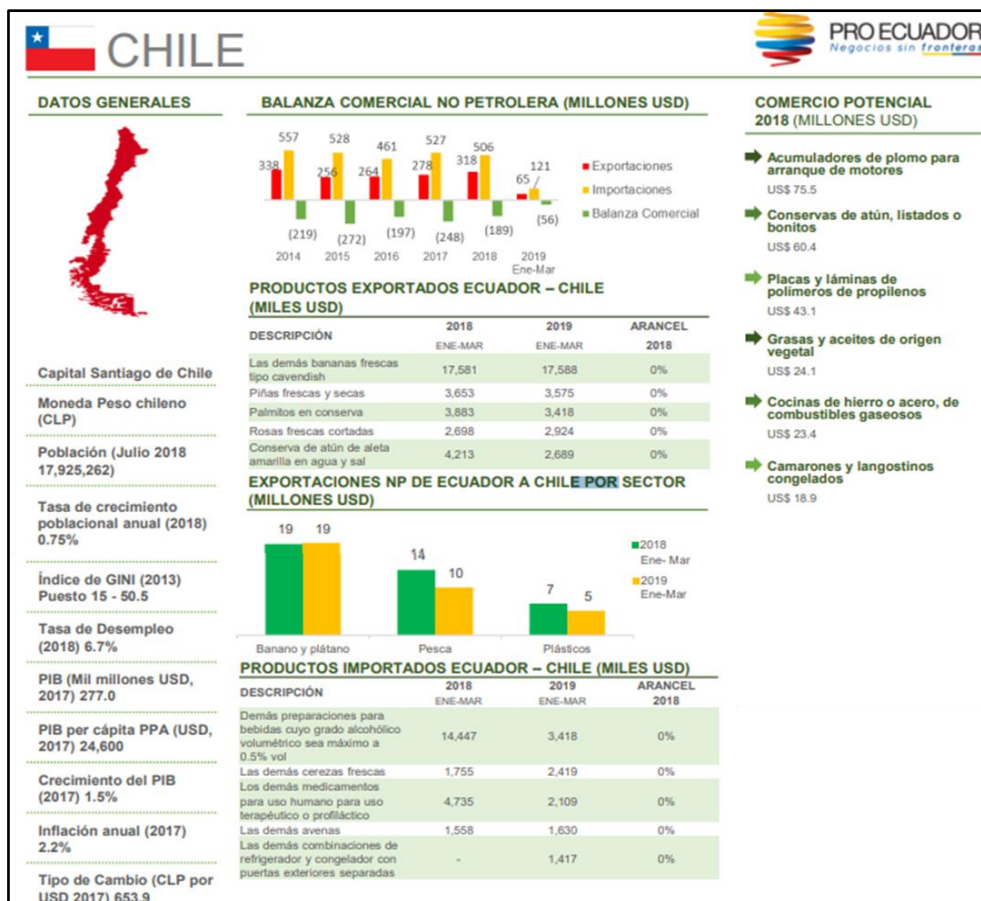


Figura 29. Ficha técnica de Chile

Fuente: (ProEcuador, s.f.).

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Chile es reconocido a nivel mundial por su rol destacado en el mercado del vino; sin embargo, la industria de la cerveza ha ido evolucionando y crecido con el tiempo, pasando desde niveles de consumo per cápita promedio anual de 25 litros en el año 2001 a niveles actuales que superan los 66 litros en el 2021, para un gasto anual de 476 US\$ por persona (Expensivity, 2021).

4.4.2 Superficie

Chile es un país latinoamericano ubicado en el suroeste de América del sur, su longitud continental es de aproximadamente de 4.200 km y 8.00 km, su superficie continental es de 756.626 km. Entre las principales ciudades se encuentran: Santiago, Concepción, Valparaíso, La Serena, Temuco, Antofagasta, Puntas Arenas e Iquique. Siendo estas las que más aportan económicamente al país.



Figura 30. Ubicación Geográfica de Chile

Fuente: (MapaMundial, 2014)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

4.4.3 Población

Chile tiene aproximadamente una población de 15.116.435 habitantes, la edad promedio es de 26.5 años.

4.4.4 Moneda

La moneda oficial de Chile es el peso chileno cuyo origen es el banco central de Chile como emisor desde 1925, en la conversión de dólares a Pesos equivale a 839,50 pesos chilenos por cada dólar estadounidense

4.4.5 Entorno político

El entorno político está marcado por las leyes que rigen a las bebidas alcohólicas y por ende a la categoría cerveza: Ley sobre expendio y consumo de bebidas alcohólicas, así como las leyes de tránsito (Tolerancia Cero y Ley Emilia). Investigadores de mercado señalan que estas dos leyes han impulsado la preferencia por cerveza sin alcohol (Cereceda, 2019).

4.4.6 Entorno económico

La economía chilena está bajo un panorama de desaceleración. El nivel de vida en Chile en 2020, se ubica en 11.376 euros (puesto 58 del ranking mundial), por lo que los chilenos tienen un bajo nivel de vida en relación al resto de los 196 países del ranking de PIB per cápita. El salario medio del chileno es uno de los más bajos del mundo

(TradeMap, s.f.). A pesar de estos datos, el segmento Premium de cerveza ha aumentado alrededor de un 10% año a año (La Tercera, 2021).

4.4.7 Entorno social

Los consumidores perciben la cerveza artesanal como productos más cercanos a las tradiciones, entienden las preferencias latinas y generan orgullo patrio; a nivel local, las marcas nacionales “están presente en la mente de los chilenos cuando compran productos relacionados a su alimentación, por sobre las marcas globales” (Montes, Cerveza artesanal, una tendencia de consumo en boca de todos, 2021, pág. 23). Se observa un cambio en los hábitos alimenticios del consumidor chileno: “aprecia la denominación de origen, calidad superior y presentación diferenciada, potenciado por el crecimiento de la clase media y media/alta quienes tienen un mayor poder adquisitivo que ha acelerado el desarrollo de esta industria” (ob.cit., pág.29).

4.4.8 Entorno tecnológico

Durante los últimos años, gracias al vertiginoso crecimiento del mundo de las cervezas artesanales, han surgido emprendimientos para proveer de tecnología al sector productor. La mayoría ofrece equipamiento para constituir una microcervecería por lo cual el número de oferentes es alto. El acceso a equipos y herramientas para la producción es amplio y precios accesibles. Se ofrece capacitación técnica para cerveceros principiantes y avanzados, además, la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Universidad Mayor y Universidad de La Frontera, dictan diplomados en producción y gestión cervecera.

El e-commerce está intensificándose, sobre todo a partir del contexto de Covid-19. Los grandes retailers nacionales “han implementado sistemas de planificación logística y de precisión que les permitan programar entregas con fechas y horarios específicos con un alto estándar de cumplimiento” (La Tercera, 2021, pág. 1), esfuerzo que incide directamente en la satisfacción del consumidor en línea.

4.4.9 Producción de cerveza en Chile

La industria cervecera chilena ha crecido de manera particular en los últimos años. La producción nacional del 2019 se estimó 7,2 millones de hectolitros, complementándose con las importaciones que, según cifras de aduanas, alcanzan los 2,1 millones de

hectolitros. Por su parte, de acuerdo a datos del Servicio de Impuestos Internos (SII), el número de empresas productoras de cerveza también ha mostrado crecimiento (Gobierno de Chile, s.f.).

4.4.9.1 Oferta en el mercado

La oferta de Chile en el mercado internacional es residual, dado que su producción no satisface la demanda local (Figura 31).

Bilateral trade at 4-digit	Importers	Select your indicators ▼										
		Value exported in 2020 (USD thousand)	Trade balance 2020 (USD thousand)	Share in Chile's exports (%)	Quantity exported in 2020	Quantity unit	Unit value (USD/unit)	Growth in exported value between 2016-2020 (% p.a.)	Growth in exported quantity between 2016-2020 (% p.a.)	Growth in exported value between 2019-2020 (% p.a.)	Ranking of partner countries in world imports	Share of partner countries in world imports (%)
	World	767	-162,153	100	960	Tons	799	-4	3	-28		100
+	Uruguay	285	275	37.2	483	Tons	590	45	64	124	65	0.1
+	Argentina	185	-5,680	24.1	181	Tons	1,022	-20	-17	-53	60	0.2
+	Colombia	70	70	9.1	83	Tons	843	34	59	-38	59	0.2
+	Peru	51	-8,714	6.6	51	Tons	1,000	114	50	-37	56	0.2
+	Bolivia, Plurinational State of	34	-24	4.4	38	Tons	895	83	148		76	0.09
+	Mexico	31	-55,220	4	24	Tons	1,292	91	48	-25	50	0.2
+	Paraguay	23	23	3	17	Tons	1,353	-8	-15	-70	21	0.7
+	Finland	23	23	3	11	Tons	2,091			-51	46	0.3
+	United States of America	19	-64,309	2.5	32	Tons	594	-10	-8	-31	1	37.7
+	Brazil	18	-161	2.3	19	Tons	947	-26	-27	-71	75	0.10
+	Germany	10	-5,806	1.3	6	Tons	1,667	-22	-18	6	7	2.9
+	Spain	6	-4,642	0.8	4	Tons	1,500	7	11	-56	10	2.1

Figura 31. Chile: exportaciones de cerveza, año 2020

Fuente: (TradeMap, s.f.).

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

Entre las cervezas artesanales presentes en el mercado chileno, destacan al menos diez marcas, según Loopulo Club (2021):

- Kunstmann, la cual es industrializada y ofrece 15 variedades
- Kross con ingredientes 100% naturales
- Guayacán con objetivos de microcervecería y con procesos estandarizados
- Szot, microcervecería de cervezas tradicionales, con cinco cervezas colaborativas junto a otras cervecerías. Invierten en equipos modernos y son ganadores de numerosos premios internacionales en competencias de cerveza.
- Tübinger, que ofrece un catálogo de tres variedades de cerveza: Pale Ale, Red Ale y Brown Ale; introdujeron la primera cerveza negra de Chile (Weisser 8). Poseen planta de última generación. Son ganadores de premios internacionales.

- Jester, reconocida como una de las mejores cervecerías artesanales de Chile. Ofrece amplio portafolio: American Pale Ale, American Stout, Saison, Russian Imperial Stout, Session IPA, West Coast Imperial IPA y una cerveza de estilo North East IPA.
- Granizo, microcervecería que utiliza energías renovables en su proceso de producción, demostrando compromiso con el medio ambiente y la calidad de sus productos. Son ganadores de premios nacionales e internacionales.
- Quimera, con fábrica en Santiago y caracterizados por ser 100% naturales, sin filtrar y con fermentación en botella.
- Del Puerto, microcervecería que elabora cervezas de manera totalmente artesanal, siguiendo estrictos parámetros de calidad y utilizando sólo ingredientes naturales. Disponen de dos plantas de procesado.
- Loom, cerveza inspirada en un estilo puramente norteamericano; tienen una gran variedad de craft beer nacional y extranjera.

4.4.9.2 Demanda

Chile se abastece de cerveza de malta en el mercado internacional, principalmente de cuatro países (Figura 32).

Los proveedores internacionales de cerveza de malta a Chile, vale destacar que los principales socios son México y EEUU; no obstante, Argentina y Perú son socios muy cercanos geográficamente hablando y vienen en crecimiento. A Perú le favorecen las relaciones con Chile por la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

Bilateral trade at 4-digit	Exporters	Select your indicators ▼										
		Value imported in 2020 (USD thousand)	Trade balance 2020 (USD thousand)	Share in Chile's imports (%)	Quantity imported in 2020	Quantity unit	Unit value (USD/unit)	Growth in imported value between 2016-2020 (% p.a.)	Growth in imported quantity between 2016-2020 (% p.a.)	Growth in imported value between 2019-2020 (% p.a.)	Ranking of partner countries in world exports	Share of partner countries in world exports (%)
	World	162,920	-162,153	100	315,657	Tons	516	1	-4	-27		100
+	United States of America	64,328	-64,309	39.5	89,732	Tons	717	1	0	-20	6	3.4
+	Mexico	55,251	-55,220	33.9	80,356	Tons	688	1	-6	-36	1	28.2
+	Belgium	8,886	-8,886	5.5	24,336	Tons	365	48	40	101	3	13.2
+	Peru	8,765	-8,714	5.4	22,346	Tons	392	8	6	-52	51	0.1
+	Argentina	5,865	-5,680	3.6	11,168	Tons	525	-4	-3	-44	56	0.07
+	Germany	5,816	-5,806	3.6	20,403	Tons	285	-14	-14	-2	4	8.4
+	Spain	4,648	-4,642	2.9	37,215	Tons	125	-1	-19	1	10	1.9

Figura 32. Principales proveedores de cerveza de malta a Chile, año 2020

Fuente: (TradeMap, s.f.).

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

4.4.9.3 Entorno comercial cervezas de malta en Chile

El mercado de la cerveza en Chile se ha ido diversificando fuertemente: la cerveza Lager o Rubia dominó durante décadas, hasta estos días en donde la diversificación de sabores ha crecido fuertemente contando con más de 170 marcas en el mercado. En términos de categorías de productos, el mercado se divide en: Descuento, Mainstream y Premium. Este último grupo ha tenido gran crecimiento: en el 2021 alcanzó el 27% del volumen de ventas y con ello el liderazgo de la categoría; así, ha marcado pauta para que el precio promedio de la categoría también tenga tendencia al alza (La Tercera, 2021). En el segmento Premium se ubica la cerveza artesanal debido a que el proceso de producción de menor escala, es más costoso que el proceso industrializado.

A continuación, se analiza el sector de cervezas en Chile con énfasis en el segmento Premium, siguiendo el modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter que permite determinar el atractivo de la industria y su potencial de desarrollo, a través del análisis del nivel de rivalidad de competidores, de las barreras de entrada para nuevos competidores y productos sustitutos, y del poder de negociación de proveedores y clientes.

4.4.9.4 Rivalidad entre competidores

En el segmento Premium están presentes marcas multinacionales como la Heineken, Cristal y Escudo, ente otras.

El análisis realizado de este factor, permite señalar que la competencia en esta industria aún está en desarrollo. No puede considerarse agresiva, ya que el sector se dirige a un nicho de mercado por lo cual, buscan, en general, el enfoque y acercamiento con el consumidor y expandir el mercado más que restarle clientes a la competencia. La influencia de este factor es BAJA.

4.4.9.5 Barreras de entrada y salida a nuevos competidores

Entre los principales factores que determinan la entrada y salida de nuevos competidores, es la logística y distribución inicial dependiente de los permisos y patentes exigidas para la comercialización de bebidas alcohólicas en el país. Lo que se requiere para la comercialización y distribución de cerveza artesanal en Chile es: (a) constitución, protocolización y publicación en Diario Oficial de la inscripción de la empresa o persona jurídica, (b) inicio de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos (SII), (c) patente de alcoholes de renovación anual. Por otra parte, se debe considerar la entrada al mercado chileno de cerveza por parte de las exportaciones de Perú; para este país, Chile representa el 79% de sus exportaciones de cerveza, por lo cual, puede ser un importante jugador en el mercado (Tapia, 2017).

En conclusión, debido al bajo esfuerzo en logística y distribución inicial y, a que la obtención de permisos y patentes requeridas es bastante sencilla, se puede decir que las barreras de entrada y salida a nuevos competidores son BAJAS.

4.4.9.6 Productos sustitutos

Debido a la elevada cifra de consumo per cápita de cerveza, es muy factible la sustitución de productos entre las diferentes categorías, sabores y marcas. Asimismo, el vino y el Pisco también son alternativas a la cerveza, aunque su consumo per cápita es mucho menor.

Se presume que el sustituto natural de la cerveza artesanal es la cerveza industrial existiendo cierta elasticidad negativa en la demanda de cerveza artesanal ante cambios en

su precio respecto de la cerveza industrial lo que haría suponer un riesgo alto de que el consumidor se cambie a sustitutos como la cerveza industrial (Tapia, 2017). Si bien se reconocen otras bebidas alcohólicas que pueden ser consideradas como sustitutos el predominio al consumo de cerveza, es considerablemente mayor que el vino es su sustituto más cercano. Es por esto que el poder de productos sustitutos se considera MEDIO.

4.4.9.7 Poder de negociación de proveedores

En términos de variedades de cerveza ofrecidas por cada proveedor, en general, es muy variada donde particularmente el estilo artesanal de EEUU obtiene gran preferencia. De manera que, poder negociar con cada proveedor por parte de Chile, dependerá de las preferencias de calidad y variedad, pero también, de los precios que consiga en el mercado internacional.

Se puede decir el poder de negociación de los proveedores es ALTA.

4.4.9.8 Poder de negociación de clientes

El consumidor de cerveza artesanal tiene una clara preferencia por su calidad superior respecto a la cerveza industrial y está dispuesto a pagar más por ello. Sin embargo, esta preferencia no es inelástica porque el cliente tiene total libertad para cambiar a otro producto motivado por diversos factores: precio, disponibilidad en punto de venta, variedades disponibles, servicios asociados, entre otros. Respecto al servicio, existen tres empresas que ofrecen servicio e-commerce y entrega a domicilio, lo que le da ventaja de elegir libremente entre las alternativas y cambiarse sin ningún tipo de restricción (Tapia, 2017). Teniendo en cuenta la atención de las preferencias del consumidor, se considera que el poder de negociación del cliente es ALTA.

Tabla 14. Resumen de las fuerzas competitivas

Fuerza	Nivel	Acción sugerida
Rivalidad de competidores	Bajo	Enfocarse en expandir la demanda
Amenaza entrada y salida de competidores	Bajo	Fidelización de clientes
Productos sustitutos	Medio	Promover la innovación y diferenciación
Poder de negociación de los proveedores	Alto	Gestión eficiente con el cliente y calidad de servicio
Poder de negociación de los consumidores	Alto	Diferenciación de marca

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

4.4.9.9 Acuerdos comerciales Ecuador-Chile

Tabla 15. Acuerdos comerciales

Vigencia	Acuerdo	Condiciones
4 mayo 2021	Términos de Referencia para la profundización y modernización del Acuerdo de Complementación Económica No 65.	Incluye nuevos temas: comercio de servicios, comercio electrónico, asuntos laborales, medio ambiente, Pymes, género, y cadenas globales de valor, entre otros. En septiembre 2019, se cerraron capítulos de: medidas sanitarias y fitosanitarias, obstáculos técnicos al comercio, buenas prácticas regulatorias, compras públicas, pequeñas y medianas empresas, cooperación, entre otros.
13 de agosto de 2020 / 10 noviembre 2021	Tratado de Libre Comercio	Beneficios para exportadores y pequeñas y medianas empresas. El acuerdo aborda el comercio de servicios, el comercio electrónico, telecomunicaciones, asuntos laborales, medio ambiente, género y Pymes.

Fuente: Sistema de Información sobre Comercio Exterior de Naciones Unidas – SICE (2022).

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

4.4.9.10 Entorno comercial (cervezas artesanales en Chile)

El mercado de la cerveza artesanal en Chile ha crecido de manera notoria en los últimos años enfocándose en la categoría Premium con el fin diferenciarlo de las grandes fábricas que controlan el mercado. En la actualidad existen más 300 productores de en todo el país, la cerveza artesanal ocupa el 18% del mercado chileno siendo este el más alto de la región

En materia de cervezas, el paladar de los chilenos, como ocurre también con la tendencia mundial, le ha ido abriendo cada vez más espacio a la que se produce de manera artesanal, que en sus procesos de elaboración logra alcanzar cualidades que no se encuentran en la cerveza tradicional.

La demanda de cerveza artesanal en Chile ha ido creciendo de manera acelerada, de igual forma la apertura del consumidor por probar nuevas experiencias, sabores, marcas y orígenes, actualmente, el líder indiscutido de la industria de la cerveza nacional es CCU (Grupo Luksic y Heineken) con un 68% de participación del mercado. (PROECUADOR, 2020)

4.4.9.11 Cervezas artesanales más reconocidas en Chile

Tabla 16. Cervezas artesanales chilenas

CERVEZAS ARTESANALES CHILENAS

CERVEZA	PRECIO EN PESOS	PRECIO EN DOLARES	IMAGEN
KUNSTMANN	CAJA DE 12 \$13.990	\$17.27	
KROSS	CAJA DE 12 \$11.050	\$13.64	
GUAYACÁN	CAJA DE 12 \$16.990	\$20.97	
SZOT	CAJA DE 6 \$17.400	\$21.48	
TÜBINGER	CAJA DE 8 \$26.000	\$32.09	
JESTER	CAJA DE 12 \$30.240	\$37.32	
GRANZO	CAJA DE 12 \$43.605	\$53.82	

Fuente: (Ortega, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2021)

4.5 Perfil general de la empresa importadora

Compañía de Cervezas Unidas (CCU) es una empresa multicategoría de bebidas, con especial foco en cervezas y bebidas sin alcohol que opera en Chile, Argentina, Colombia, Paraguay y Uruguay, (2018). En Chile, CCU es el principal actor en las categorías que participa, en el cual incluye cervezas, bebidas gaseosas, agua mineral y envasada, vino, pisco, entre otros.



Figura 33. Categorías de bebidas CCU

Fuente: (Compañía de Cervecerías Unidas S.A., 2018)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

Sus clientes principales son microempresarios dueños de licorerías, almacenes, fuentes de soda, restaurantes y locales, a quienes le ofrecen la oportunidad de abastecerse de productos sin recurrir a dinero en efectivo y con una tasa de 0% de interés si es que paga dentro de los plazos acordados, (CCU).

Posición en el mercado: CCU lidera el mercado de cervezas en Chile con una participación del 78%.

Ventaja Competitiva Sostenible: A pesar de que en el mercado chileno existen cervecerías muy competitivas como lo es (Quinsa, propiedad de Ambev), CCU ha mantenido una participación de mercado amplia por muchos años debido a su desarrollada red de distribución directa.

4.5.1 Gustos y preferencias de los consumidores

Con el pasar de los años la industria de cerveza artesanal en Chile, entre sus gustos y preferencias se encuentran las cervezas negras Stout, las Pale Ale y las Red Ale, lo que hace que estas cervezas se encuentren entre las favoritas de los consumidores chilenos es el sabor característico que estas tienen por su alta fermentación.



Figura 34. Cervezas artesanales

Fuente: (Directo al Paladar)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

4.5.2 Empresas internacionales que exportan cerveza a Chile

Tabla 17. Empresas internacionales que exportan cerveza a Chile

Cervezas internacionales	País de origen	Precio en Dólares	Cantidad
Blue Moon	Colorado EEUU	29,44	24 botellas de 355 CC
Coors	Colorado EEUU	18,65	24 botellas de 355 CC
Heineken	Amsterdam	20,75	24 botellas de 330 CC
Sol	México	24,45	24 botellas de 330 CC

Fuente: (La Barra)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

Es conveniente vender en el mercado de Chile ya que el consumo de cerveza es en gran escala, solo en el 2018 llego a vender 1.000 millones de litros, es decir \$3.805 millones en comercialización, (ProEcuador, 2020).

Chile es un gran mercado para la exportación de cervezas debido a que es un sector en crecimiento y el precio por el que se venden las cervezas es similar e incluso más bajo al que se comercializa en tiendas de cervecías artesanales chilenas. Se puede decir que Hopfen sería muy buena competencia por su precio y calidad.

4.6 Trámites de exportación

4.6.1 Negociación entre comprador y vendedor

En esta etapa de la negociación, se procede a llegar a un acuerdo con la compañía chilena importadora, Compañía cerveceras Unidas S.A., la cual se ubica en la ciudad de Santiago, Chile. Esta empresa se caracteriza por ser importadora de bebidas de malta, tal como se muestra en, (TradeMap).



Perfil de la empresa	
Compania Cervecerias Unidas S.A. - C.C.U.	
Ubicación	
País	: Chile
Ciudad	: Santiago
Contacto	
Sitio web	:
Teléfono	: +56 224273000
Fax	: +56 224273222
Ejecutivos	: Guillermo Antonio Luksic Craig
Información suplementaria	
Volumen de negocios	: 382834365000 CLP
Número de empleados	: 8467
Categoría de productos o de servicios comercializados por la empresa	
Categoría de productos o de servicios ▲	
Bebidas de malta	
Caramelos y otros productos de confitería	
Refrescos embotellados y enlatados	
Vinos, aguardientes y aguardientes espirituosos	

Figura 35. Perfil de la empresa

Fuente: (TradeMap)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

4.6.2 Término de negociación

Para la exportación de la cerveza artesanal Hopfen hacia el mercado de Chile se consideró conveniente que la negociación se realice por medio del incoterm FOB (Free On Board) ya que es uno de los más utilizados y más recomendados para las negociaciones.

4.6.2.1 Obligaciones del exportador e importador

Obligaciones del exportador

- Entregar la mercadería a bordo del barco dispuesto por el comprador en el puerto acordado por el importador.

- El importador se responsabiliza de los riesgos y costos relacionados con la mercadería hasta la entrega en el barco.
- Despachar las mercancías de exportación, solicitando y obteniendo los permisos necesarios, pagando los impuestos y derechos exigibles.

Obligación del importador

- Pagar los gastos desde la entrega a bordo del barco
- Soportar el riesgo de pérdida o daño de la mercancía desde que se encuentra a bordo del buque.
- Pagar el precio según el contrato de compraventa.
- Realizar toda la documentación y trámites necesarios para la importación hasta su país de destino (Chile).

Costos que forman parte del término FOB

- Gastos de carga (Contenedor)
- Transporte interno desde la salida de la fábrica hasta la llegada a la aduana
- Licencia de exportador
- Almacenaje en el terminal marítimo del lugar de origen

4.6.3 Condiciones de entrega de la mercancía

Los términos de comercio internacional describen las condiciones de entrega de las mercancías, definiendo la distribución de los gastos y la transmisión de los riesgos entre el comprador e importador en un contrato de compraventa internacional, estos términos no son de uso obligatorio, ya que las compañías tienen la libertad de poder pactar con sus propias condiciones. La responsabilidad en este caso de la empresa Hopfen termina cuando la mercancía llegue al puerto de embarque convenido entre las partes, (Centro de Comercio Internacional).

4.6.4 Forma de pago

Cuenta abierta: Es la transacción anticipada en donde la mercancía es enviada y entregada antes que el pago se haga efectivo, esta herramienta de negociación se puede realizar cuando existe seguridad y confianza entre el exportador e importador.

Carta de crédito: También conocida como crédito documentario es uno de las formas de pago más utilizadas por los importadores que se comprometen y pagan a su vendedor en el extranjero. Es uno de los métodos más seguros la cual consiste que el banco del importador da al banco del exportador, garantizando así el pago al exportador por adelantado.

4.6.5 Cotización de exportación

Tabla 18. Cotización de exportación Orange Honey

Costos para exportación	Costos
Cantidad	\$ 220.18
Costo Unitario	\$ 1.28
Margen de utilidad	50.00%
Valor Ex Work Unit	\$ 1.92
Valor Ex Work Total	\$ 422.75
Token	\$ 54.88
Certificado de origen	\$ 10.00
Certificado sanitario de exportación	\$ 58.34
Embalaje	\$ 79.68
Transporte interno	\$ 40.00
Carga y estiba del contenedor	\$ 200.00
Sellos contenedores	\$ 30.00
Inspección antinarcóticos	\$ 200.00
Valor total	\$ 1,319.53
Transporte internacional Contenedor 20'	\$ 3,200.00
Valor FOB Total	\$ 4,519.53
Valor FOB Unitario	\$ 3.43

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

Tabla 19. Cotización de exportación Irish Red Ale

Costos para exportación	Costos
Cantidad	\$ 189.83
Costo Unitario	\$ 1.27
Margen de utilidad	50.00%
Valor Ex Work Unit	\$ 1.91
Valor Ex Work Total	\$ 362.58
Token	\$ 54.88
Certificado de origen	\$ 10.00
Certificado sanitario de exportación	\$ 58.34
Embalaje	\$ 79.68
Transporte interno	\$ 40.00
Carga y estiba del contenedor	\$ 200.00
Sellos contenedores	\$ 30.00
Inspección antinarcóticos	\$ 200.00
Valor total	\$ 1,228.99
Transporte internacional Contenedor 20'	\$ 3,200.00
Valor FOB Total	\$ 4,428.99
Valor FOB Unitario	\$ 3.60

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

4.6.6 Gestión de Documentación

4.6.6.1 Factura Comercial

La factura comercial es un documento legal, que se emite por el vendedor, por el cual se reconoce la transacción entre el exportador y el importador. En este caso el exportador le entrega la factura comercial al importador para el cobro de estas mercancías, cuando está ya está puesta a disposición del importador.

PROFORMA INVOICE				
Issued by (seller) CERVEZA ARTESANAL HOPFEN RUC: 0926802935001 CONTACTO: Gabriel zuñiga DIRECCION: Colinas de la Alborada mz. 792 v.37 (30,33 km) 090607 TELEFONO: 0958775805		Date 27-Jan-2022	Proforma invoice number 001	
Shipper CERVEZA ARTESANAL HOPFEN RUC: 0926802935001 CONTACTO: Gabriel zuñiga DIRECCION: Colinas de la Alborada mz. 792 v.37 (30,33 km) 090607 TELEFONO: 0958775805		Other references CERVEZA001		
Consignee COMPANIA CERCECERIAS UNIDAS S.A CONTACTO: GUILLERMO ANTONIO LUKSIC CRAIG DIRECCION: SANTIAGO- CHILE TELEFONO: +5622427322		Bill to (buyer) COMPANIA CERCECERIAS UNIDAS S.A CONTACTO: GUILLERMO ANTONIO LUKSIC CRAIG DIRECCION: SANTIAGO- CHILE TELEFONO: +5622427322		
Origin ECUADOR - GUAYQUIL	Destination CHILE- VALPARAISO	Currency DOLARES AMERICANOS		
Transport details VIA MARITIMA		Terms of delivery and payment CARTA DE CREDITO FOB (FREEON BOARD)		
Description CAJAS DE CERVEZA ARTESANAL HOPFEN		Quantity 400	Unit price/rate \$ 1	Amount \$ 400
			Subtotal	\$ 400.00
			Tax	
			Total	\$ 400.00
Seller's authentication 27-Jan-2022 GUAYAQUIL GUAYAQUIL <small>date place signature</small>		Buyer's acceptance 27-Jan-2022 SANTIAGO GUILLERMO ANTONIO LUKSIC <small>date place signature</small>		

Figura 36. Factura comercial

Fuente: (AWB Editor)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

4.6.6.2 Autorizaciones previas para exportar a Chile

Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (s.f.), la exportación de cerveza artesanal deberá hacer bajo régimen de “Exportación definitiva (Art.154 COPCI)”. Para ello se requiere nacionalidad ecuatoriana de la empresa, siempre que se haya “registrado como exportador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduana del Ecuador” (pág. 1).

A) Previo a la exportación

Registro de exportador: Requisito fundamental y primario para la ejecución del proyecto y para el cual se debe contar previamente con el Registro Único de Contribuyente (RUC), el cual ya la empresa en estudio posee, así como también, del comprobante de pago por el valor correspondiente al importe del Certificado de Exportación correspondiente a US\$ 10,00. Se deberá gestionar ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador siguiendo los pasos descritos en la Figura 37, (Servicio Nacional de Aduana del Exportador, s.f.):

B. Proceso de exportación

Todo el proceso de exportación puede ser realizada por el exportador, por un agente de aduana o por un agente de carga de exportaciones.

Cada oportunidad de exportación iniciará con la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) mediante ECUAPASS, acompañado de los documentos que identifican la carga (factura comercial), documentos preliminares del embarque y también del destinatario. Así, se crea el vínculo legal y las obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador.

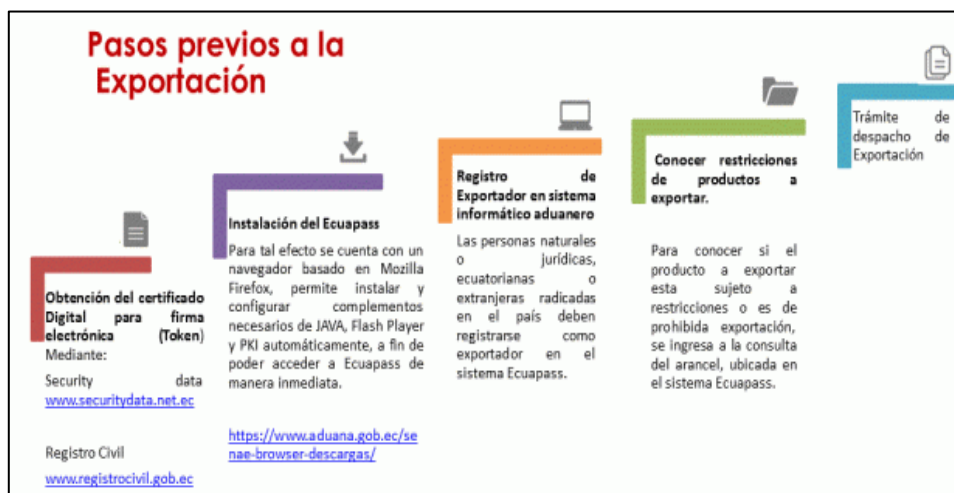


Figura 37. Pasos previos a la exportación

Fuente: (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

Es importante señalar que, en cada oportunidad de exportación, la carga debe estar acompañada del Certificado Sanitario de Exportación de Alimentos, asegurando

legalmente la calidad, seguridad, eficacia y/o inocuidad de los productos y, Certificado de Análisis de Control de Calidad, emitido por un laboratorio acreditado apegado a Buenas Prácticas para Alimentos Procesados y del Reglamento de Alimentos rigurosamente superior.

Aspectos arancelarios y no arancelarios en Chile

Para la partida 2203.00.00.00 y conforme a los acuerdos comerciales, actualmente el ad-Valorem es de 6% C.

Requisitos técnicos no arancelarios del país de destino: de acuerdo a web de la Aduana de Chile (2017), se debe contar con el certificado del Servicio Agrícola y Ganadero de Chile y el pago del impuesto adicional (IVA) a la cerveza de 19%.

Exigencias específicas: el Reglamento Sanitario de los alimentos de Chile establece las condiciones a que debe ceñirse la producción, elaboración, envase, almacenamiento.

4.6.6.3 Registros Sanitarios

Es la certificación otorgada por la Autoridad Sanitaria Nacional, a través de la ARCSA, para la fabricación, ensamblaje, importación, distribución y comercialización de los dispositivos médicos de uso humano. (Agencia Nacional de Regulación, 2020).

Pasos a seguir para la obtención del registro sanitario:

- 1** Ingresar al portal ECUAPASS a través de la dirección electrónica (<https://portal.aduana.gob.ec>); llenar los campos correspondientes a usuario y contraseña para iniciar sesión.
- 2** Hacer clic en el link Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE).
- 3** Seleccionar la opción Elaboración de Solicitud, a continuación, seleccionar la opción Documentos de Acompañamiento y seleccionar la opción Listado de Documento de Acompañamiento.
- 4** Seleccionar en la lista desplegable la Institución [ARCSA] – Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.

5 Seleccionar de la lista desplegable, el formulario para la Inscripción de Registro Sanitario de Productos Naturales Procesados de Uso Medicinal Extranjeros por Homologación, seleccionar la opción “Consultar”.

6 Una vez aparezca el documento en el listado, seleccionar la opción “Solicitar”.

7 En el formulario desplegado, en el campo “numero de solicitud” seleccionar la opción “Consultar” para generar automáticamente el número de solicitud.

8 Una vez generado el formulario de solicitud, el solicitante debe enviar el formulario al responsable técnico para que complete todos los campos requeridos. Seleccionar la opción “Enviar al responsable Técnico”.

9 Ingresar el RUC del responsable Técnico y hacer clic en la opción “Consultar”.

10 Seguidamente hacer clic en el botón “Confirmar” y a continuación en la opción “Si”. por último, se debe realizar la firma electrónica del documento, mediante el TOKEN respectivo.

11 El responsable Técnico debe ingresar a la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE).

12 Seleccionar la opción “Proceso de Solicitud, seleccionar la opción “Funciones de Conveniencia y por último seleccionar la opción “Actualidad de procesamiento de solicitud (Usuario)”.

13 Una vez ingresado, en la opción “Número de Identificación de Solicitante”, se debe seleccionar la opción “responsable Técnico”. A continuación, seleccionar “Consultar” y aparecen todas las solicitudes para revisar.

14 Hacer clic en la solicitud y presionar la opción “Ver Original”, para acceder al formulario de solicitud, llenar los campos de acuerdo a los requerimientos solicitados.

15 En la parte inferior del formulario aparece el listado de “Documento Adjunto”, mediante el cual se deberá adjuntar en formato. pdf los requisitos establecidos de acuerdo a su producto y trámite seleccionado.

16 Una vez ingresado todos los campos, el Representante Técnico deberá Firmar Electrónicamente con su TOKEN y Enviar la solicitud al Representante Legal.

17 El Representante Legal deberá continuar con el proceso, ingresando a la VUE, seleccionando la opción “Funciones de Conveniencia”, seguidamente de la opción “Actualidad de procesamiento de solicitud (Usuario)”.

18 Ingresar en el formulario, en la opción “Número de Identificación de Solicitante” seleccionar “Solicitante”.

19 Una vez revisado el formulario, hacer clic en el botón “Registrar”, para que la solicitud sea enviada a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (en el sistema ECUAPASS debe cambiar el estado de solicitud de enviada a receptada). Para realizar esta operación se debe firmar electrónicamente el documento, mediante el uso del TOKEN respectivo.

20 La solicitud será revisada por la ARCSA y de ser necesario se notificará la subsanación para corrección de información en la misma.

21 Una vez que la solicitud por parte de la ARCSA sea favorable, se autorizará el pago por concepto de inscripción, verificar en la VUE el estado del trámite el cual debe estar como "Pago Autorizado".

22 Realizar el pago en el Banco del Pacifico solamente con el número de la liquidación (código que inicia con FA que se encuentra en la parte superior de la orden de pago).

23 Con el pago realizado la ARCSA, emitirá el informe de seguridad y eficacia y técnico – químico correspondiente, por una única vez.

24 En caso de que el informe contenga objeciones, ARCSA notificará al usuario mediante el sistema ECUAPASS, contando con un tiempo para salvar las objeciones.

Una vez aprobada la solicitud, el Representante Legal del Producto de fabricación extranjera por homologación, podrá consultar su Certificado de Registro Sanitario, a través del portal web ECUAPASS, ingresando el Número de Solicitud o el Número de Emisión de Certificado. (Agencia Nacional de Regulación, 2020).



AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA
DR. LEOPOLDO IZQUIETA PÉREZ

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: ARCSA-2021-14.1.17.5-000023

Nombre o Razón Social del establecimiento: ZUÑIGA TAPIA JUAN GABRIEL
Nombre del Propietario o Representante Legal: ZUÑIGA TAPIA JUAN GABRIEL
Número del RUC del establecimiento: 0926802935001 Establecimiento N°: 1
Provincia: GUAYAS
Cantón: GUAYAQUIL
Parroquia: TARQUI
Sector/Referencia: NORTE
Dirección: CIUDADELA: COLINAS DE LA ALBORADA MANZANA: 792 CALLE: ANTONIO CAJAMARCA NUMERO: 37 INTERSECCION: 4TO CALLEJON

Actividades / Tipo(s) de establecimiento(s):
* 14.1.17.5 ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA DESTILACION, RECTIFICACION Y MEZCLAS DE BEBIDAS ALCOHOLICAS ARTESANAL. Riesgo: Medio

Fecha de Emisión: 08-06-2021
Fecha de Vigencia: 08-06-2022
Total pago: 0.00

Estado: VIGENTE
Fecha de Impresión del Documento: 08-06-2021

Quim. Alberto Tapia Moscoso
Coordinador General Técnico de Certificaciones - Agencia Nacional De Regulación, Control Y Vigilancia Sanitaria - ARCSA "Dr. Leopoldo Izquieta Pérez"

Ministerio de Salud Pública

Las condiciones en la cual se emitió el Permiso de Funcionamiento, son verificables en cualquier momento por el portal web ECUAPASS de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria "Dr. Leopoldo Izquieta Pérez" y este se emite en el formato a la fecha de impresión del documento.

Figura 38. ARCSA

Fuente: (Agencia Nacional de Regulación, 2020)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN

De conformidad con la normativa (INEN, 2015), las bebidas alcohólicas deben presentar rótulos con información 100% verdadera, que no tenga ninguna descripción falsa o engañosa respecto a la naturaleza del producto. Es preciso indicar que también sus

rótulos deben escribirse en caracteres y colores que sean claros y legibles para quien vaya a consumir la cerveza, sus letras deben tener una dimensión de mínimo 2 mm para envases de más de 200 cm³ y mínimo de 1 mm para envases de menos de 200 cm³.

Tabla 20. Campos obligatorios a cumplir en la etiqueta

<p>Nombre comercial de la bebida con el cual fue registrada, siempre y cuando sea información no engañosa.</p>
<p>Tipo de bebida alcohólica que indique la verdadera naturaleza de esta, no debe inducir a error o engaño al consumidor. Su nombre a establecerse debe conforme a lo prescrito en la NTE INEN 338.</p>
<p>Debe mostrar su contenido de alcohol etílico, usando el símbolo %, fracción volumétrica o fracción en volumen.</p>
<p>Contenido del producto expresado en la unidad derivada del volumen “cm³” conforme al Sistema Internacional de Unidades (SI).</p>
<p>Nombre y dirección, el nombre corresponde a la persona natural o razón social de las organizaciones que participan en la producción. La dirección debe corresponder a la ciudad y país en donde se ha realizado las operaciones mencionadas.</p>
<p>Los ingredientes a detallar serán solo aquellos que son ajenos al proceso natural de fermentación o destilación, deberán enumerarse por orden decreciente de proporciones. No debe considerarse en las bebidas alcohólicas destiladas el agua que se añade para ajustar el contenido de alcohol etílico requerido.</p>
<p>Advertencia declarando que el consumo excesivo de bebidas alcohólicas es perjudicial para la salud.</p>

Se debe indicar el país de origen en el que la bebida alcohólica fue producida, trasformada o envasada.
Identificación del lote que permita identificar una bebida alcohólica elaborada o procesada en condiciones similares.
Aditivos alimentarios añadidos a las bebidas alcohólicas deben cumplir las dosis máximas establecidas en la NTE INEN CODEX 192.
Declaración del tiempo de añejamiento debe ser conforme a lo especificado en la NTE INEN 2015

Fuente: (INEN, 2015)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

Certificado de origen

Es de uno de los documentos necesarios para la exportación ya que garantiza por parte de exportador que el producto es originario del país y no producto de un triángulo.

Requisitos obligatorios

- Registro previo de exportador en el sistema ECUAPASS
- Certificado de firma electrónica.
- Declaración Juramentada de Origen
- Factura Comercial.
- Conocimiento de embarque B/L
- Tasa por servicio de emisión y formulario expedido

Trámite para la obtención de certificado de origen

- 1 Ingresar a la página de ECUAPASS y registrarse como Exportador, en la opción "Solicitud de Uso".
- 2 Ingresar al menú "Ventanilla Única" y elegir la opción "Elaboración de DJO" (Declaración Juramentada de Origen), esta opción permitirá generar la respectiva Declaración Juramentada de Origen.

- a. Registrar apoderamiento, en caso de aplicar.
- b. Realizar el registro de comercialización, en caso de aplicar.

3 Elegir la opción “Elaboración de Certificado de Origen”, y escoger el formato del certificado de origen a utilizar en el marco del acuerdo comercial o esquema, completar el formulario para la generación del documento habilitante y adjuntar la factura comercial o proforma, dentro del menú "Ventanilla Única".

4 Realizar el pago mediante la modalidad de pago electrónico.

5 Generar un código de recaudación ingresando a la plataforma informática SIGCO (sistema de Gestión de Certificados de Origen) en el link "<http://sigco.produccion.gob.ec/>", en la opción "Recaudación".

6 Realizar el pago indicando el código de recaudación generado en SIGCO, mediante los siguientes medios:

- a. Ventanilla bancaria
- b. Intermático

7 Retirar el Certificado de Origen en las instalaciones del MPCEIP matriz y zonales. El costo de este trámite tiene un valor de USD10,00 No grava IVA

4.6.6.4 Etiquetado y empaquetado

De acuerdo con el reglamento técnico Mercosur para este tipo de productos:

- Podrá incluirse la leyenda ‘Elaboración Artesanal’ en el rotulo de aquella cerveza que cumpla con las siguientes exigencias: a) Que no utilice en su producción aditivos alimentarios; b) Que se encuentre adicionada únicamente con ingredientes naturales; c) Que la elaboración sea de manera manual o semiautomática; d) Que en el caso de que se le agregue jugos o extractos de frutas, éstos sean previamente pasterizados.

La cerveza que se comercialice con la leyenda “Elaboración Artesanal” no se le aplicará el parámetro de turbidez establecido en el artículo 1082 inciso b). Se permitirá el uso del gas autorizado en el artículo 1067”. Esta reglamentación establece cuales son las condiciones necesarias que debe cumplir el producto.

4.6.6.5 Gestión del etiquetado del producto

Para el ingreso del producto al mercado de chileno el exportador debe cumplir con los requisitos correspondientes en la marca y etiquetado del producto teniendo en cuenta los siguientes pasos.

- Nombre de la compañía exportadora
- Nombre del producto que se va a exportar
- Información de la carga
- Normas de seguridad
- Fecha en la que se realizó el envío
- Nombre de la persona que importa

4.6.4 Descripción del producto



Figura 39. Etiqueta de Hopfen

Fuente: (Hopfen Cervecería Artesanal, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

Para poder comercializar el producto se utilizarán envases de vidrio cuya capacidad es de 330ml de cerveza artesanal Hopfen, en donde también se encuentra la etiqueta del

producto en esta se describe la marca, variedad de cerveza, el peso, grados de alcohol, ya que sus ingredientes esenciales es el lúpulo y la malta.

4.6.6.5 Lista de empaque

La lista de empaque (packing list en inglés) es un documento que le permite a todas las personas involucradas en el trámite de exportación identificar las mercancías; para lograr esto es necesario un empaque cuidadoso que coincida con lo indicado en la factura.

Esta lista sirve para garantizar al exportador que durante el traslado de sus mercancías se tendrá un documento que identifique el embarque completo, de esta manera y en caso de percance se podrá hacer sin dificultad alguna las reclamaciones que correspondan a la compañía de seguros. (Ceballos, 2021)

La lista de empaque contiene lo siguiente:

- La cantidad exacta de los artículos contenidos en cada una de las cajas, bultos, envases, o dentro del tipo de embalaje utilizado.
- Los números, marcas y/o símbolos que identifiquen a las mercancías

4.7 Línea naviera

La naviera que ha escogido la empresa Hopfen para llegar al puerto de Valparaíso, Chile es GREENANDES ECUADOR S.A. Su tiempo de tránsito es de 26 días y su costo es de \$ 3210 dólares americanos.

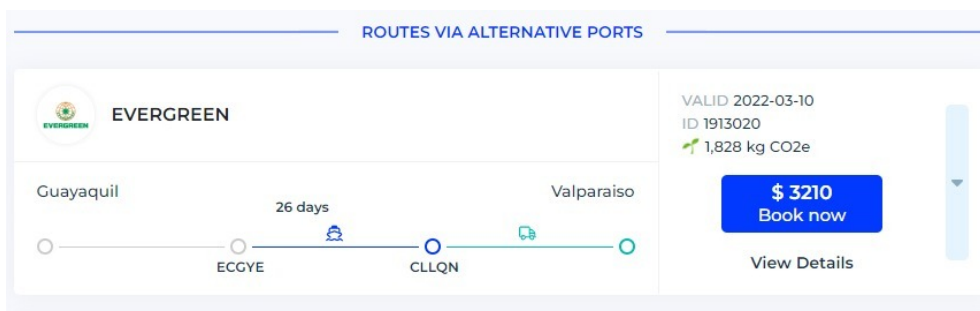


Figura 40. Ruta de línea naviera a Chile

Fuente: (SeaRates)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

4.7.1 Coordinación de espacio en el buque

Para realizar la petición de espacio en el buque se deberá enviar una solicitud llamada Booking de reversa a la naviera elegido con la información del embarque. Al ser aceptada la reserva se indicará el buque y la fecha prevista de salida.

INCA LINES S.A.C.

No. BOOKING
11141-0914

Lima, Viernes 26 de Septiembre de 2014

Señoras
KUNOF S.A.C.
Atención: FERDINAND ZATSCH
Presente.-

Estimados Señores:

Por medio de la presente, les informamos la Reserva de Espacio de su próximo embarque con los datos siguientes:

Nave / Viaje	: HANSA EUROPE / 4237N
CUT OFF - Ingreso de Carga	: 07/10/2014
ETA Callao	: 11/10/2014
Puerto de Embarque	: CALLAO - PERU
Puerto de Descarga	: HAMBURG - GERMANY
Destino Final	: HAMBURG - GERMANY
Producto	: ARTESANIA DE PIEDRAS TALLADAS (7116.20.00.00) y PIRITA E HIERRO SIN
Bultos, peso y cubijaje	: 0 ; 1300.00 tgs; 1.00 m3
Almacén	: ALSA - ALMACENES Y LOGISTICA SA
Línea Naviera	: HAPAG LLOYD
Agente marítimo	: COSMOS AGENCIA MARITIMA SAC.,
Condición Flete	: COLLECT

Contactos Inca Lines : Marín Moran (833*9680) ,Jhancarlo More (833*4447) e-Mail: operexpo@incalines.com

PLAZOS:

- Envío de Información de Carga (MO): 7 días Útiles antes del arribo de la nave.
- Envío de manifiestos definitivos de embarque: 3 días Útiles antes del arribo de la nave.
- Envío de FACTURA COMERCIAL, PACKING LIST, CERTIFICADO DE ORIGEN de las cargas en tránsito: 24 horas Útiles antes del zarpe de la nave.
- Ingreso de Cargas y Documentos al Depósito Temporal: 4 días Útiles antes del arribo de la nave.
- Aviso de Cancelación de Cargas: hasta 3 días antes del arribo de la nave.
- Solicitud de Ingreso de Carga con servicio extraordinario:
 - Caso Lunes a Viernes : hasta las 16:00 horas, más tarde hasta el punto de Arribo las 17:45hrs. hasta las 21:00 hrs.
 - Caso Sábado : hasta las 15:00hrs.

CONDICIONES:

- El DEPOSITO TEMPORAL de derechos y document
- En el DEPOSITO TEMPORAL de derechos y document
- Copia del Booking
- Para CARGAS PELIGROSAS
- El presente booking no
- Las CARGAS con SOL
- Las CARGAS que, en su entrega tengan MAYOR O MENOR CUBICAJE de lo indicado inicialmente, estarán sujetas a la actualización de flete respectivo. En caso de recibirse un mayor cubijaje de lo anunciado, estará sujeta a la confirmación de espacio.
- De registrarse un ALTO INDICE DE FLETES COLLECT, se podrá aplicar un recargo del 3% de la comisión del agente por transferencia bancaria.
- Las CARGAS que, POR SUS CARACTERISTICAS TENGAN UN PLAZO DEFINIDO DE ENTREGA EN DESTINO, estarán sujetas al cumplimiento del itinerario de la nave programada. Por tanto, LOS RETRASOS OCASIONADOS por actos de la naturaleza, congestión de puertos, u otros que afecten la nave, no serán de responsabilidad alguna de Inca Lines.
- El AGENTE PORTUARIO cobrará por "V" por HBL, cuya cancelación debe efectuarse dentro de los 10 días después del zarpe de la nave.
- Con esta reserva EL EMBARCADOR acepta los términos, condiciones, excepciones y libertades que otorga el conocimiento de embarque.

Atentamente,
Inca Lines S.A.C.

Figura 41. Booking

Fuente: (SYNCO PROYECTOS, 2018)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

4.7.2 Normas internacionales contenedores ISO 6346 de carga, codificación, identificación y marcado

Esta norma internacional proporciona un sistema para la presentación de información relativa a los contenedores para el transporte de mercadería se identifican por medio de un código alfanumérico que posee el contenedor presentando el número de serie, el código del país, propietario, y las dimensiones del contenedor.

4.7.2.1 Sistema de identificación

El sistema de identificación es importante ya que el contenedor tiene que disponer de las siguientes características:

- Código del propietario: Son las tres primeras letras mayúsculas la cual idéntica al propietario misma que están registradas en el BIC estas son únicas para todos los contenedores del mismo dueño siendo el paso más importante.
- Categoría: Es la cuarta letra que resulta de la U, pero en el caso de los contenedores marítimos ISO ahí otras alternativas como la J y la Z para remolques y trailers.
- Número de serie: Consta de seis cifras numéricas que el propietario escoge.
- Dígito de control: Es una cifra la cual verifica que la secuencia de un número sea correcta



Figura 42. Sistema de identificación

Fuente: Sistema de identificación

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

4.7.2.2 ISO 1496-1: 2013 Contenedor de carga general para mercancía

En este punto se especifican las características principales que debe tener un contenedor, el cual será empleado para la exportación. Los contenedores de carga presentan las siguientes características:



Figura 43. Contenedor de 20 ft

Fuente: (Ibercontainer)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

Para la exportación de la cerveza artesanal se consideró el contenedor de 20 ft refrigerado, ya que en un estudio realizado por el instituto de alimentos de Leibniz en la Universidad tecnológica de Múnich indica que debe consumirse lo más fresca posible, incluso en el frío ya que corre el riesgo de perder un tercio importante de su olor conferido por el lúpulo, (EL INDEPENDIENTE, 2019).

4.7.2.3 Unitarización de la carga

Las cervezas irán almacenadas en un contenedor refrigerado de 20 ft en un espacio (5758 mm x 2352mm x 2385 mm). Se enviarán un total de 400 unidades dividiéndose en 100 de Orange Honey, Irish Red Ale, Oatmeal Stout, India Pale Ale, con una longitud de 42.2, ancho 27.6, altura 21.0, y peso de 7.0 kg por cada caja. Ubicada de forma horizontal en filas de 9 y columna de 11 de forma zigzag, dejando un espacio libre de (5,76m x 3,65m). Como se describe en el siguiente gráfico.

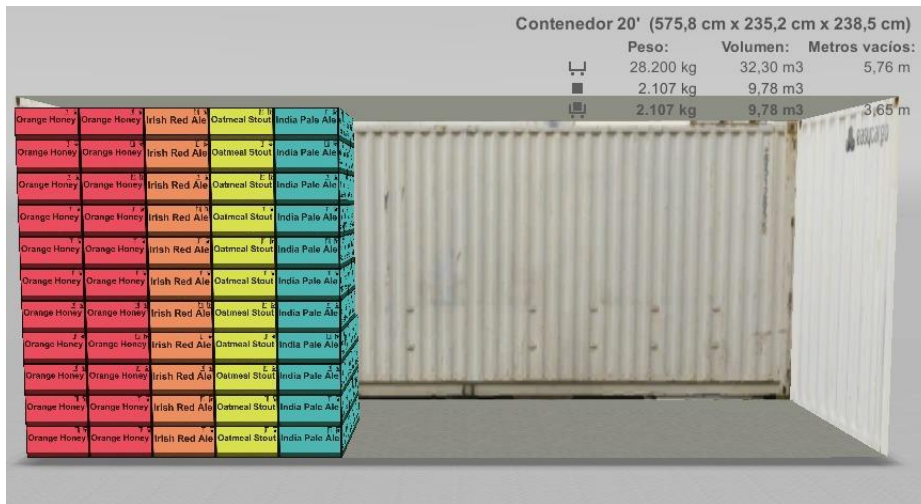


Figura 44. Unitarización de la carga

Fuente: (EasyCargo)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

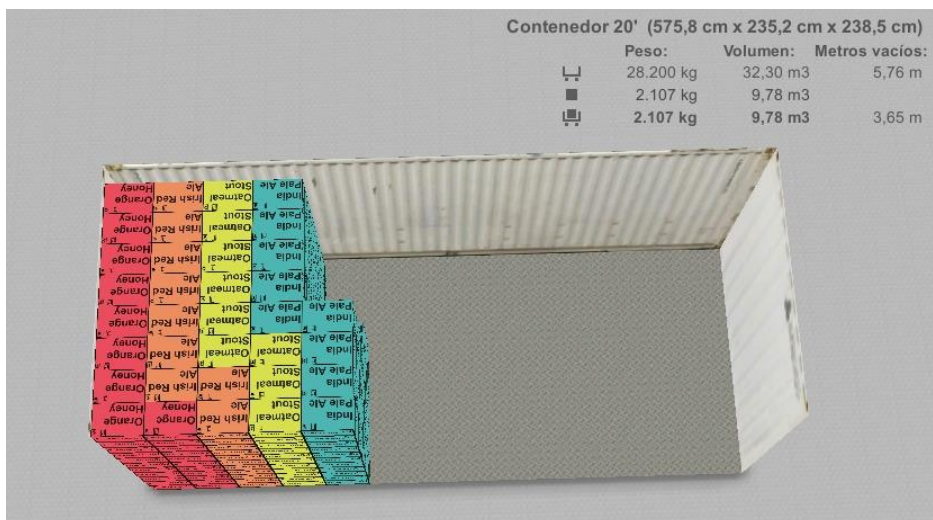


Figura 45. Unitarización de la carga

Fuente: (EasyCargo)

Elaborado por: (Hansen Vik & Jimenez, 2022)

4.8 Embarque de la mercancía

4.8.1 Proceso de inspección

En el momento de la exportación se le notifica al declarante al canal de aforo que deben someterse las cervezas artesanales; los tipos de aforo son físico, documental, intrusivo, y automático. Para poder realizar la inspección se procede a los siguientes pasos:

1. bloqueo de las unidades de control de inspección
2. Se notifica mediante correo electrónico el bloqueo de las unidades a:
 - Almacén
 - Aduana
 - Naviera
 - Exportador
3. Pago de la inspección
4. Documento de embarque
5. Revisión de los documentos de transporte
6. Se solicita la presencia del Agente de aduana o representante de la empresa exportadora.
7. Se inspecciona el 70% de la carga
8. Se revisa piso, paredes o sistema de refrigeración.
9. Interviene el CAN (olfatea).
10. Vuelve la mercancía al contenedor.
11. Se coloca sellos de seguridad tanto de la policía como de la naviera.
12. Se embarca la mercancía.

Requisito de la inspección

- Declaración aduanera de exportación.
- Carta de autorización.
- Factura comercial.
- Copia de cedula del exportador y representante.

4.8.2 Inspección antinarcótica

La inspección antinarcótica es un procedimiento realizado únicamente por la policía nacional en colaboración del SENA este se lo realiza al momento del pre-embarque de los contenedores para así poder detectar mercadería contaminada con sustancia psicotrópicas, la inspección se realiza en el puerto de embarque la cual puede tener como consecuencia la permanencia del tiempo adicional de la mercancía.



Figura 46. Proceso de inspección

Fuente: (Neymer General Services S.A.)

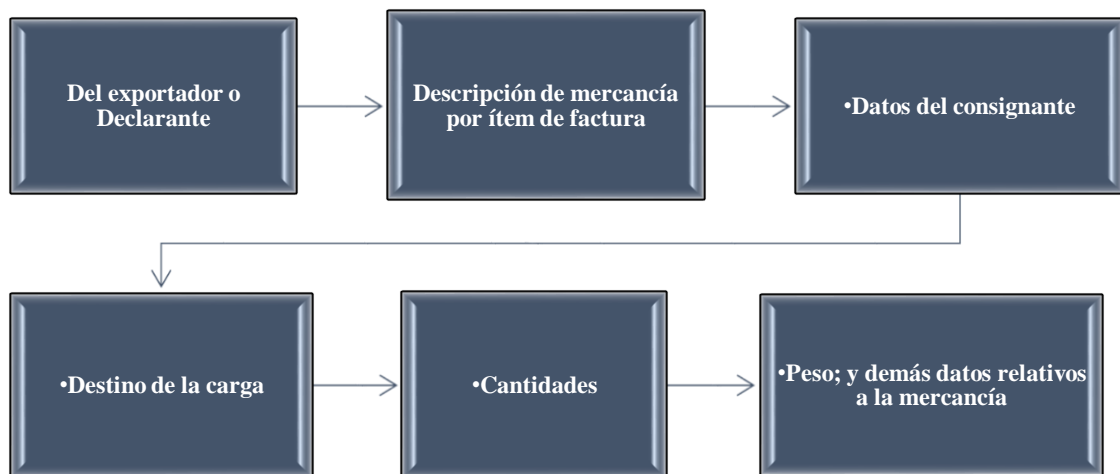
Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

4.8.2 Transmisión a través del ECUAPASS

Es importante conocer el procedimiento aduanero que se realiza de manera sistemática y electrónica en el sistema aduanero ecuatoriano más conocido como EUCAPASS la cual permite todas las operaciones al comercio exterior. La declaración aduanera de exportación es semejante a un formulario en el cual se registran el detalle de todas las exportaciones, teniendo la formalidad de ser el único documento legal aduanero la obtención del documento es a través del ECUAPASS

El proceso de inicia con la emisión electrónica de la declaración aduanera de exportación (DAE) a través del programa ECUAPASS en donde debe contener los siguientes pasos:

Tabla 21. Transmisión de la DAE



Fuente: (PRO ECUADOR, 2021)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

4.8.3 Documentos requeridos para la salida del producto desde Ecuador

De acuerdo con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (Para Exportar, 2021), el exportador deberá contar con ciertos requisitos, los cuales son:

- Debe poseer un RUC (Registro Único del Contribuyente)
- Obtener el certificado Digital para firma electrónica (Token), mediante Security data y el Registro Civil.
- Registrarse en el portal de ECUAPASS

4.8.4 Documentación Requerida para la entrada del producto a Chile

El proceso de exportación a Chile puede resultar muy sencillo si se cumple con la documentación necesaria, (DSV).

- Documento de embarque (B/L)
- Declaración Aduanera de Exportación (DAE)
- Factura comercial Original
- Lista de empaque
- Certificado de origen
- Certificados sanitarios

Es importante aclarar que entre los requisitos para exportar a Chile no se contemplan permisos especiales, excepto si los productos a exportar son bebidas alcohólicas, vinagres, sustancias químicas; productos vegetales, animales, alimenticios, químicos y farmacéuticos tabacos labrados.

Certificado de origen

Exporter (name, address and country) CERVEZA ARTESANAL HOPFEN RUC: 0926802935001 CONTACTO: Gabriel zuñiga DIRECCION: Colinas de la Alborada mz. 792 v.37 (30,33 km) 090607 TELEFONO: 0958775805		Reference No 001	
Consignee (name, address and country) COMPANIA CERCECERIAS UNIDAS S.A CONTACTO: GUILLERMO ANTONIO LUKSIC CRAIG DIRECCION: SANTIAGO- CHILE TELEFONO: +5622427322		CERTIFICATE OF ORIGIN	
Particulars of transport (where required) TRANSPORTE MARITIMO		Other information CERVEZA001	
Marks & numbers HOPFEN 400	HS number	Description CERVEZA ARTESANAL HOPFEN ORANGE HONEY	Gross weight 330 ML
Certification			
It is hereby certified that the above mentioned goods originate in: ECUADOR - GUAYAQUIL			
CERTIFYING BODY MIPRO			
GUAYAQUIL <small>place of issue</small>		27-Jan-2022 <small>date of issue</small>	
Hansen Vik & Jimenez <small>authorized signature</small>			

AWBEDITOR.COM

Figura 47. Certificado de origen

Fuente: (AWB Editor)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

Bill of Lading

BILL OF LADING		FOR MULTIMODAL TRANSPORT OR PORT TO PORT SHIPMENT		NEGOTIABLE ORIGINAL	
Shipper CERVEZA ARTESANAL HOPFEN RUC: 0926802935001 CONTACTO: Gabriel zuñiga DIRECCION: Colinas de la Alborada mz. 792 v.37 (30,33 km) 090607 DEMO VERSION TELEFONO: 0958775805		Page 1 / 1		B/L no. 001	
Consignee CERVEZA ARTESANAL HOPFEN RUC: 0926802935001 CONTACTO: Gabriel zuñiga DIRECCION: Colinas de la Alborada mz. 792 v.37 (30,33 km) 090607 TELEFONO: 0958775805		Agent COMPANIA CERCECERIAS UNIDAS S.A CONTACTO: GUILLERMO ANTONIO LUKSIC CRAIG DIRECCION: SANTIAGO- CHILE TELEFONO: +5622427322			
Notify address COMPANIA CERCECERIAS UNIDAS S.A CONTACTO: GUILLERMO ANTONIO LUKSIC CRAIG DIRECCION: SANTIAGO- CHILE TELEFONO: +5622427322		Name of carrier			
Pre-carriage by		Place of receipt by pre-carrier			
Vessel		Port of loading TERMINAL PORTUARIO DE GUAYAQUI			
Port of discharge VALPARAISO		Place of delivery by on-carrier VALPARAISO			
Marks and nos: Container no. Contenedor de 20		Number and kind of packages; Description of goods 400 CAJAS DE CERVEZA ARTESANAL HOPFEN ORANGE HONEY		Gross weight 28.0 KG	
				Measurement 5758 mm x 2352mm x 2385 mm	
Freight details		Charges		Currency DOLARES	
				Declared value	
		particulars furnished by shipper			
		RECEIVED the goods in apparent good order and condition and, as far as ascertained by reasonable means of checking, as specified above unless otherwise stated. The Carrier, in accordance with and to the extent of the provisions contained in this Bill of Lading, and with liberty to sub-contract, undertakes to perform and/or in his own name to procure performance of the combined transport and the delivery of the goods, including all services related thereto, from the place and time of taking the goods in charge to the place and time of delivery and accepts responsibility for such transport and such services. One of the Bills of Lading must be surrendered duly endorsed in exchange for the goods or delivery order. IN WITNESS whereof Bill(s) of Lading has/have been signed in the number indicated below, one of which being accomplished the other(s) to be void.			
		Freight payable at DOLARES		Place and date of issue GUAQUIL- EUADOR, 27-Jan-2022	
		Number of original Bs/L 001		Signature Hansen Vik & Jimenez	

AWBEDITOR.COM

Figura 48. Bill of lading

Fuente: (AWB Editor)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

DAE

Una vez que la declaración ya es aceptada por la DAE, las cervezas artesanales deben ingresar a la zona primera la cual es (Puerto de Guayaquil) donde serán almacenados en el depósito temporal previo la fecha de exportación.



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	09565868202020DIST00002DE
---------------	---------------------------

Información de general

Código del distrito	[028] GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	[40] EXPORTACION DEFINITI
Tipo de Despacho	[0] DESPACHO NORMAL	Código del declarante	0956586820
Fecha de Aceptación			

Información de Exportador

Nombre del exportador	Hansen Vik Francoesca	Teléfono del exportador	0978652528
Dirección del exportador	La joya Cuarzo		
Número de documento de	0956586820	Ciudad del exportador	Daule
CIU	[9111] ACTIVIDADES DE ORGANIZ	Número de documento de declarante	0956586820
Nombre del declarante	Hansen Vik Francoesca		
Dirección del declarante	La joya Cuarzo		
Código de forma de pago	[00] NO ESPECIFICADO	Código de moneda	Peso Chileno

Información de carga

Puerto de carga	[ECTPG] TERMINAL PORTUARIO DE	Puerto privado desde donde embarca	[ECGYE] GUAYAQUIL - ECUADOR
Puerto de llegada o de destino	[CLVAP] VALPARAISO - CHILE	Fecha de la carta de	/ /
Nombre del consignatario	Guillermo Craig		
Dirección del			
Ciudad del contribuyente	Santiago	Tipo de carga	[CC] CARGA CONTENERIZADA
Almacén de lugar de	[13900301] AUTORIDAD PORTUARI	Medio de transporte	[001] MARITIMO
País de destino final	[CL] CHILE		

Totales

Código de moneda	Peso Chileno	Tipo de cambio	1.000000
Total moneda transacción	4519.530000	Cantidad de ítem	1.000000
Peso neto total	2.107000	Peso total	0.000000
Cantidad total de bultos	400.000000	Cantidad de contenedores	0.000000
Cantidad total de unidades físicas	400.000000	Cantidad total de unidades comerciales	0.000000
Código de la mercancía de despacho urgente	--Selecció	Código de solicitud de aforo	--Selecció
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Firma del Contribuyente

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	Cnantidad de U.Comerciales
1						0.0000	0.0000

Despacho precedente

Numero de secuencia	Distrito precedente	Ano 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 emision
----------------	---------------------	-------------------	--------------------------	------------------

// //

Firma del Contribuyente

Firma del Declarante

Figura 49. Declaración Aduanera de Exportación

Fuente: (Ecuapass)

Elaborado por: Hansen Vik & Jimenez (2022)

CONCLUSIONES

El estudio realizado tuvo como objetivo desarrollar un plan de exportación para la incursión de la cerveza artesanal Hopfen en el mercado chileno, en respuesta a la interrogante planteada como problema para la investigación de cuál sería la planificación adecuada para minimizar los riesgos y optimizar los resultados de la incursión en el mercado chileno de esa cerveza, permitiéndole a la empresa continuar con el crecimiento de manera competitiva y rentable.

Una vez culminado el trabajo investigativo, el producto final propone una planificación del proyecto de exportación, en la cual se abarca el análisis de todas las variables a considerar para la ejecución del proyecto, comenzando por la caracterización del potencial comercial del mercado destino y, con base en ello, la caracterización del producto a ofrecer, la capacidad operativa e infraestructura disponible en Ecuador para cubrir la demanda y el análisis de los requerimientos técnicos y logísticos, así como los regulatorios en el país de origen y en el país destino.

Al dar respuesta al primer objetivo de la investigación que conllevó a diagnosticar la situación de la producción, la oferta y la demanda de cerveza artesanal en el mercado chileno, se dedujo un alto potencial comercial para la cerveza con base en un consumo per cápita de los más altos en Latinoamérica. En Chile el consumo per cápita promedio es de 199 cervezas al año, resultando en un valor de mercado de 9.000 millones de dólares. Esta última cifra un número importante corresponde al consumo de productos artesanales que han logrado irrumpir en el mercado chileno por su variedad de tipos y sabores, mientras en Ecuador el consumo per cápita de cerveza es de 39 litros, en Chile, con una población similar, el consumo por persona es de 45 litros; es decir, la demanda de cerveza artesanal en Chile ha ido creciendo de manera acelerada, así como también las ganas de los consumidores de probar nuevas experiencias, sabores, marcas y orígenes.

La producción nacional, aunque está en desarrollo y concentrada en pocos productores, aun es incipiente siendo estimada en 7,2 millones de hectolitros y dependen en más de las tres cuartas del volumen importado para cubrir la demanda actual, que además está en crecimiento. Hay grandes empresas multinacionales y nacionales establecidas en el mercado. En el caso específico de la cerveza artesanal, la oferta de microcervecerías es amplia elevándose más del 60% en los últimos 7 años representando en la actualidad un

1,7% de las ventas en el mercado chileno, atomizada regionalmente, pero de bajo volumen individual, debido a dificultades para la aceptación del producto en los principales puntos de distribución por el precio, versus la amplia disponibilidad de cervezas nacionales e importadas de todos los estilos y a menores precios. Hasta donde se pudo conocer, existen pocos importadores con experiencia en cerveza artesanal, ubicados principalmente en Valparaíso y Santiago Grupo Luksic, Beervana, Casa de la cerveza, Morland y Beer Square.

La demanda se concentra en Valparaíso con 4 millones de hectolitros y en Santiago de Chile con 3,5 millones de hectolitros. Hay una creciente tendencia del consumidor por probar nuevos sabores y consumir productos más saludables y ecológicos; reconocen a la cerveza artesanal en el segmento Premium de cervezas, el cual es el que más desarrollo y crecimiento está registrando a nivel nacional. Con preferencia, el consumidor adquiere la cerveza artesanal en los restaurantes y pubs, así como a través de licorerías en línea donde pueden seleccionar entre muchas variedades. Los lugares de consumo mayor, son los restaurantes y pubs y los eventos de corte pro ambientalistas.

En respuesta al segundo objetivo de la investigación que instó a incursionar en el mercado chileno para poder fomentar la comercialización de cerveza artesanal, fue porque este país brinda muchos beneficios a la inversión extranjera cuenta con una gran fuerza de liderazgo económico el cual ha hecho que se coloque en el puesto número 55 de los países con mayor facilidad en los negocios, en el ámbito político cuenta con una economía abierta lo que hace más fácil una nueva entidad jurídica, cuenta con una gran estabilidad fitosanitaria en sus productos por el motivo son los jefes de exportaciones de vino, y con gran consumo de alcohol, y por último en el centro de negocios en Latinoamérica con 26 convenios y tratados en todo el mundo.

Entre los acuerdos de comercialización se encuentran los Términos de Referencia para la profundización y modernización del Acuerdo de Complementación Económica No 65 y el tratado libre de comercio, la logística es realizada marítimamente, el riesgo presentado es la producción de la competencia dentro del mercado chileno en cuanto al precio, este documento apoya en la determinación del mercado, la competencia, precios del mercado internacional, productos en demanda, logística de exportación, posibles barreras arancelaria y no arancelarias, y otras actividades necesarias durante el proceso de exportación que determinarán la viabilidad de la iniciativa de exportación de una empresa (Llamazares, 2014).

Finalmente, para dar cumplimiento al último objetivo de la investigación, se establece la viabilidad de la exportación de la cerveza artesanal Hopfen hacia Chile, con base en los análisis realizados que indican un potencial de demanda alto y creciente, capacidades técnicas suficientes, experiencia en la producción y comercialización de la cerveza a nivel nacional, las facilidades operativas y logísticas de las que puede disponer y, en aprovechamiento de preferencias arancelarias.

Hoy en día los consumidores desean obtener una experiencia única al momento de degustar una cerveza, es por esta razón que Hopfen se ajusta a las exigencias de sus clientes, a pesar de que la cerveza industrial cuente con un menor costo. Al ser reconocidos en muchos bares y supermercados, se elaboraban estrategias de promoción, lo que servirá para mejorar sus niveles de venta y ser líderes en el mercado. El incremento de demandas en el mercado de cervezas artesanales le dará a el capital para invertir en publicidad, es así como tendrá reconocimiento en el mercado de destino.

La cervecería Hopfen presenta puntos de venta en Ecuador Guayaquil por lo que ha encontrado la experiencia necesaria en los últimos 4 años para llevar a los consumidores adquirir sus productos presentando una alta calidad y precios accesibles en el mercado creando competencia dentro del precio y calidad, para estas cervecerías artesanales no es necesario un capital de 43.000 dólares, la publicidad llevada a cabo para la cerveza es mediante los sabores que ofrece la cervecería además del bajo precio en el mercado.

RECOMENDACIONES

Las conclusiones presentadas, permiten realizar las siguientes recomendaciones en función de lograr mejores resultados, en caso de que los emprendedores decidan ejecutar el proyecto de internacionalización:

- Se recomienda realizar un estudio más profundo que permita ubicar con mayor precisión a los importadores potenciales en Chile con experiencia en el segmento.
- Se recomienda realizar un análisis sobre las capacidades que tiene la cervecería artesanal, de esta forma es ejecutado un menor esfuerzo e inversión de dinero se podría conseguir una distribución segmentada y más eficiente, resultando un flujo más previsible y regular de las exportaciones.
- Se recomienda desarrollar una tienda online de la marca propio con una sede digital en Chile dirigiendo la compra hacia el importado y distribuidor con quienes se ha logrado negociar la exportación. La distribución en línea facilita la compra con parte del consumidor.
- Se recomienda a la empresa analizar su proceso de producción, buscando puntos dónde poder aplicar acciones tendientes a bajar costos sin comprometer la calidad. Por ejemplo, conseguir mejores precios con los proveedores de materia prima, aplicando nueva tecnología y buscando, en la medida de lo posible, una producción planificada y el ajuste a la misma de manera de evitar incurrir en costos imprevistos. El precio final al consumidor en el mercado destino, es una determinante para lograr preferencias.
- Se recomienda captar el personal profesionalmente capacitado, encargado únicamente de las actividades de comercio exterior interno. Igualmente, contratar servicios externos de un Agente de Aduanas o de una Agencia Aduanal, para que realice las operaciones y trámites en el puerto de embarque y ante el Servicio Nacional de Aduanas, SENA.
- Se recomienda incrementar la promoción online a través del portal sugerido para llegar a distintos públicos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABADÍA. (9 de Junio de 2019). *CERVECERÍA ABADÍA*. Obtenido de LOS BENEFICIOS DE LA CERVEZA ARTESANA: <https://abadiatoledo.com/los-beneficios-de-la-cerveza-artesana/>
- Aduana del Ecuador. (s.f.). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de Preguntas Frecuentes: https://www.aduana.gob.ec/archivos/Ecuapass/faqs_ECUAPASS.pdf
- Aduana del Ecuador. (s.f.). *SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/archivos/resoluciones/DGN-0132-2011.PDF>
- Agencia Nacional de Regulación, C. y. (2020). Registro Sanitario. *gob.ec*.
- Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (Abril de 2021). *OBTENCIÓN DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO*. Obtenido de https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/05/IE-B.3.0-PF-02_Permito-funcionamiento_V7.0.pdf
- Alcazar, L. (29 de Marzo de 2021). *¿Qué es lúpulo y para qué sirve?* Obtenido de ALEPH: <https://aleph.org.mx/que-es-lupulo-y-para-que-sirve#:~:text=para%20qu%C3%A9%20sirve%3F-,El%20l%C3%BApulo%20es%20la%20parte%20seca%20y%20florecida%20de%20la,como%20saborizante%20en%20los%20alimentos.>
- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación: introducción a la metodología científica* (7a ed.). Caracas: El Pasillo 2011, C.A.
- Asamblea Nacional. (14 de Octubre de 2013). *Reglamento al Título de Facilitación Aduanera del Código de Producción*. Obtenido de https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2_ene_2015_Reglamento_Facilitacion_Aduanera.pdf
- Austral Products. (2020). *Insumos Productivos*. Obtenido de <https://www.australproducts.com/servicios-productos/insumos->

- CCU. (2018). *Conócenos*. Obtenido de <https://www.ccu.cl/conocenos/>
- Ceballos, A. (13 de Enero de 2021). *comercio y aduanas*. Obtenido de Documentos para Exportar: Lista de Empaque: <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/documentosparaexportar/lista-de-empaque/>
- Cellan Zeas, B. D. (2019). En *Implementación de normas BPM en el camal municipal del cantón El Triunfo*. Bachelor's thesis.
- Centro de Comercio Internacional. (s.f.). *Condiciones de la entrega*. Recuperado el 27 de Enero de 2022, de <https://www.intracen.org/guia-del-cafe/contratos/condiciones-de-la-entrega/>
- Cereceda, R. (2 de agosto de 2019). *Quiénes son los mayores productores de cerveza de Europa*. Obtenido de Euronews: <https://es.euronews.com/2019/08/02/quienes-son-los-mayores-productores-de-cerveza-de-europa>
- Cervecería Artesanal Hopfen. (2021). Permisos otorgados a la empresa. Guayaquil, Guayas, Ecuador. Obtenido de <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgzGmtrQvKWtZdKMlfpGgvmqchXvW>
- Cerveceros de México. (15 de Octubre de 2018). *Cámara de Cerveza y Malta de México*. Obtenido de <https://cervecerosdemexico.com/2018/10/15/que-es-exactamente-la-cerveza-artesanal/>
- Cervesa del Montseny. (s.f.). *LAS 7 DIFERENCIAS ENTRE LA CERVEZA ARTESANA Y LA INDUSTRIAL*. Recuperado el 9 de December de 2021, de Cervesa del Montseny: <https://cervesamontseny.cat/es/las-7-diferencias-entre-la-cerveza-artesana-y-la-industrial/>
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (21 de Agosto de 2018). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI*. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

- Compañía de Cervecerías Unidas S.A. (2018). *Nuestras Categoriías*. Obtenido de <https://www.ccu.cl/>
- Connect América. (2021). *¿Qué debe contener un plan de exportación?* Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-debe-contener-un-plan-de-exportaci%C3%B3n>
- Constitución de la República del Ecuador. (s.f.). *Corporación de Estudios y Publicaciones (CEP)*. Recuperado el 2021, de http://www.cepweb.com.ec/ebookcep/index.php?id_product=206&controller=product#:~:text=La%20Constituci%C3%B3n%20de%20la%20Rep%C3%ABlica,y%20las%20Instituciones%20del%20mismo.
- COPCI. (21 de Agosto de 2018). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI*. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Corvo, H. (s.f.). *Transacciones Comerciales*. *Lifeder*, 1-6. Obtenido de <https://www.lifeder.com/transacciones-comerciales/>
- Cue, A. (2015). *Negocios internacionales en un mundo globalizado*. México: Patria.
- Directo al Paladar. (s.f.). *IPA, stout, pale ale... Breve diccionario de los estilos de cerveza que encontramos ya en el supermercado*. Obtenido de <https://www.directoalpaladar.com/cata-de-cerveza/ipa-stout-pale-ale-breve-diccionario-estilos-cerveza-que-encontramos-supermercado>
- DOING BUSINESS. (2020). Obtenido de <https://espanol.doingbusiness.org/es/doingbusiness>
- Dolina. (2019). *Cerveza Dolina*. Obtenido de <https://cervezadolina.com/guia-cerveza-artesanal/>
- DSV. (s.f.). *¿Cómo exportar a Chile?* Recuperado el 13 de Enero de 2022, de <https://www.dsv.com/es-mx/sobre-dsv/latam/dsv-chile/como-exportar-a-chile>

EasyCargo. (s.f.). *Easy Cargo*. Recuperado el 27 de Enero de 2022, de <https://s1.easycargo3d.com/>

EL INDEPENDIENTE. (3 de Diciembre de 2019). *La cerveza artesana, o se conserva en frío y se consume rápido, o se pone mala*. Obtenido de <https://www.elindependiente.com/futuro/investigacion/2019/01/16/la-cerveza-artesana-siempre-en-frio-y-consumida-rapido/>

Expensivity. (23 de agosto de 2021). *Índice mundial de cerveza 2021: costo y consumo de cerveza alrededor del Mundo*. Obtenido de Expensivity: <https://www.expensivity.com/beer-around-the-world/>

Factoría de la Cerveza. (4 de Diciembre de 2019). La producción de cerveza artesanal a nivel mundial superó los 74 millones de Hl. *Factoría de la Cerveza*, 1. Obtenido de <https://factoriadecerveza.com/la-produccion-de-cerveza-artesanal-a-nivel-mundial-supero-los-74-millones-de-hl/>

Flores, K. (10 de Mayo de 2013). *Qué es Drawback?* Obtenido de <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/qu-es-drawback>

Frascosa. (2021). *Cerveza artesanal 330ml GB-04215*. Recuperado el 8 de December de 2021, de Frascosa: <http://www.frascosa.com/mi-pedido/cerveza/cerveza-artesanal-330ml-gb-04215/>

Fuentes, S. (2018). *Científicos trabajan en la creación de la primera cerveza con identidad nacional*. Santiago de Chile, Chile: Universidad de Chile. Obtenido de <https://www.usach.cl/news/cientificos-trabajan-la-creacion-la-primera-cerveza-identidad->

Gobierno de Chile. (s.f.). *Portal oficial*. Obtenido de <https://www.gob.cl/nuestro-pais/#:~:text=Chile%20se%20define%20como%20un,constituido%20por%20tres%20zonas%20geogr%C3%A1ficas.&text=Chile%20tiene%20una%20costa%20de,espacio%20mar%C3%ADtimo%2C%20llamado%20Mar%20chileno.>

Hernández, J. L. (2019). En *La teoría pura del Estado de Kant Kant's Pure Theory of State*. Anuario Filosofía del Derecho 2020, nueva época, tomo XXXVI, 37.

- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuatitativa, cualitativa y mixta* (Vol. 6a. ed.). Mexico: McGraw Hill Interamericana.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuatitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Hill, C. (2015). *Negocios internacionales: cómo competir en el mercado global* (6a. ed. ed.). México: McGraw Hill Interamericana.
- Hopfen Cervecería Artesanal. (Abril de 2020). *Hopfen Cerveza Artesanal*. Obtenido de https://www.google.com/maps/uv?pb=!1s0x902d6d5cef321a37%3A0x1e4519778276fa66!3m1!7e115!4shttps%3A%2F%2Fh5.googleusercontent.com%2Fp%2FAF1QipPWiaILSLp7CHFA_rr1oip3oVj_0UahnaPKj162%3Dw255-h144-k-no!5shopfen%20cerveza%20artesanal%20-%20Buscar%20con%20Google
- Hopfen Cervecería Artesanal. (2021). *Hopfen Cerveza Artesanal*. Obtenido de <https://www.facebook.com/Hopfencervezaartesanal/>
- Ibercontainer. (s.f.). *Contenedor marítimo de 20 pies reefer nuevo*. Obtenido de <https://ibercontainer.com/producto/contenedor-maritimo-de-20-pies-reefer-nuevo/>
- Importaciones Ecuador. (6 de Junio de 2021). *Códigos TNAN Subpartidas Arancelarias*. Obtenido de <https://www.importacionesecuador.com.ec/merceologia/codigos-tnan-subpartidas-arancelarias/#:~:text=La%20Subpartida%20Arancelaria%20en%20un,Subpartida%20arancelaria>.
- INEN. (2015). *NORMA TÉCNICA ECUATORIANA*. Obtenido de BEBIDAS ALCOHÓLICAS. ROTULADO: https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/nte_inen_1933_1R.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas de Chile - INE. (s.f.). *Portal oficial*. Obtenido de https://www.ine.cl/docs/default-source/proyecciones-de-poblacion/publicaciones-y-anuarios/base-2017/ine_estimaciones-y-

proyecciones-2002-2035_base-
2017_reg_%C3%A1rea_s%C3%ADntesis.pdf?sfvrsn=aaeb88e7_5

Jaramillo, P. (22 de noviembre de 2016). *Cervezas artesanales, un mercado que emerge bien*. Obtenido de Gestión: https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy_pdfs/269_005.pdf

Jared, J. (23 de enero de 2021). *Cerveza de Ecuador, la revolución de la cerveza artesanal*. Quito, Ecuador.

Jerez, J., & García, A. (2020). *Marketing internacional para la expansión de la empresa*. Madrid: ESIC.

KANVEL. (4 de Abril de 2018). *¿Qué es el Bill of Lading? Todo lo que necesitas saber*. Obtenido de <https://kanvel.com/bill-of-lading/#:~:text=El%20Bill%20of%20Lading%20se,y%20el%20lugar%20de%20destino>.

Kotler, & Armstrong, P. (2017). *Fundamentos de Marketing* (Vol. 12a ed). México: Pearson Educación S.A.

La Barra. (s.f.). *Cervezas*. Obtenido de <https://www.labarra.cl/categoria/cervezas>

La Tercera. (8 de mayo de 2021). *CCU revela alza en consumo de cervezas premium y ya representan el 27% del volumen de venta de la categoría*. Obtenido de Latercera: <https://www.latercera.com/pulso/noticia/ccu-revela-alza-en-consumo-de-cervezas-premium-y-ya-representan-el-27-del-volumen-de-venta-de-la-categoria/6BIBQHV2HNHKPNZD7FYSH36QNA/>

Lambert, D.M. and Pohlen, T.L. (2001). *The International Journal of Logistics Management*. The International Journal of Logistics Management. Obtenido de <https://doi.org/10.1108/09574090110806190>

Llamazares, O. (2 de Junio de 2014). *¿Qué Es Un Plan De Exportación?* Obtenido de Global Negotiator Blog: <https://www.globalnegotiator.com/blog/que-es-un-plan-de-exportacion/>

- Loopulo Club. (2021). *Cervezas artesanales: las diez mejores de Chile*. Obtenido de Loopulo.com: <https://loopulo.com/cervezas-artesanas/las-10-mejores-de-chile/>
- López Serna, S. (2021). En *Diseño de sistema HACCP a la empresa de concentrados Alimentos FINCA SAS*.
- MapaMundial. (29 de Septiembre de 2014). *Situación geográfica de Chile*. Obtenido de <https://mapamundial.co/m/mapadeChile>
- Market Access Map. (2021). *Condiciones de acceso a los mercados*. Obtenido de <https://www.macmap.org/es/query/results?reporter=152&partner=218&product=220300&level=6>
- Martinez, T. (27 de Junio de 2021). *Certificado de Reposición*. Obtenido de <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/sabes-que-es-el-r-gimen-de-reposici-n-con-franquicia-arancelaria>
- Mascareño, A. (2018). De la crisis a las transiciones críticas en sistemas complejos: Hacia una actualización de la teoría de sistemas sociales. *Theorein. Revista de Ciencias Sociales*, 109.
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP). (25 de Octubre de 2021). *Emisión de Registro Único Artesanal*. Obtenido de <https://www.gob.ec/mpceip/tramites/emision-registro-unico-artesanal>
- Mise, J. (1 de Enero de 2021). *Declaración Aduanera*. Obtenido de <https://www.acavir.com/comercio-exterior/declaracion-aduanera/>
- Montes, S. (9 de Febrero de 2021). *Cerveza artesanal, una tendencia de consumo en boca de todos*. Obtenido de Marketing Insider: <https://www.marketinginsiderreview.com/tendencias-cerveza-artesanal/>
- Montes, S. (9 de febrero de 2021). *Cerveza artesanal, una tendencia de consumo en boca de todos*. Obtenido de Marketing Insider Reviw: <https://www.marketinginsiderreview.com/tendencias-cerveza-artesanal/>
- Morales, J. (2019). *Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de de producto en la industria cervecera artesanal en la región Bio-Bio*. Maestría en

Gestión Empresarial, Universidad Técnica Federico Santa María. Santiago de Chile, Chile. Obtenido de <https://repositorio.usm.cl/bitstream/handle/11673/47130/3560900260748UTFSM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Muñoz Osorio, L. V. (2017). Sobre la teoría pura del derecho y la verdadera pirámide planteada por Hans Kelsen. *Revista de la Facultad de Derecho de México.*

Murcia, J. L. (2017). La cerveza artesana revoluciona el mercado mundial. *Vol 3.* Obtenido de https://www.mercasa.es/media/publicaciones/235/1501077406_La_cerveza_artesana_revoluciona_el_mercado_mundial.pdf

Neymer General Services S.A. (s.f.). *INSPECCIONES ANTINARCOTICOS.* Obtenido de <http://neymercorp.com/neymer/>

Organización Mundial del Comercio. (s.f.). *La OMC y el Centro de Comercio Internacional (ITC).* Obtenido de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/coher_s/wto_itc_s.htm

Ortega, P. (23 de Diciembre de 2021). *Las 10 mejores cervezas artesanas de Chile.* Obtenido de Loopulo: <https://loopulo.com/cervezas-artesanas/las-10-mejores-de-chile/>

PRO ECUADOR. (Noviembre de 2021). Obtenido de Proceso de Exportación: <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

ProColombia. (s.f.). *¿QUÉ ES LA PARTIDA ARANCELARIA?* Obtenido de [https://www.colombiatrader.com.co/contacto/preguntas-frecuentes/como-identifico-la-posicion-arancelaria#:~:text=La%20partida%20arancelaria%20es%20un,Sistema%20Armonizado%20\(SA\)%2C%20desarrollado](https://www.colombiatrader.com.co/contacto/preguntas-frecuentes/como-identifico-la-posicion-arancelaria#:~:text=La%20partida%20arancelaria%20es%20un,Sistema%20Armonizado%20(SA)%2C%20desarrollado)

ProEcuador. (8 de Diciembre de 2020). *Cervezas Artesanales en Chile.* Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/cervezas-artesanales-en-chile/>

PROECUADOR. (2020). CERVEZAS ARTESANALES EN CHILE. *PRO ECUADOR,* 1-5.

- ProEcuador. (s.f.). *Portal oficial*. Obtenido de Proecuador.gob.ec:
<https://www.proecuador.gob.ec/>
- ProMéxico. (2017). Plan de negocios internacional de exportación. *Pro México*, 1-48.
Obtenido de <https://www.yumpu.com/es/document/read/14871273/plan-de-negocios-internacional-de-exportacion-promexico/27>
- Reglamento al Título Facilitación Aduanera del Código de Producción. (14 de Octubre de 2013). *REGLAMENTO AL TITULO DE LA FACILITACION ADUANERA PARA EL COMERCIO, DEL LIBRO V DEL CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES*. Obtenido de https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2_ene_2015_Reglamento_Facilitacion_Aduanera.pdf
- Revista Industrias. (28 de Agosto de 2020). *El mercado de bebidas alcohólicas en Ecuador*. Obtenido de Revista Industrias: <https://revistaindustrias.com/el-mercado-de-bebidas-alcoholicas-en-ecuador/>
- Reyes-Ruiz, L., & Carmona, F. (2020). *La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio*. Doctorado en Psicología, Universidad Simón Bolívar, Colombia. Obtenido de UNISIMON: <https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/6630/La%20investigaci%3%b3n%20documental%20para%20la%20comprensi%3%b3n%20ontol%3%b3gica%20del%20objeto%20de%20estudio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Robalino Ortega, S. E. (2019). En *Las teorías del comercio internacional: análisis de las ventajas absolutas*.
- Salazar, M. (2020). En *F. Tema 3B-5: Teoría del comercio internacional (I): la teoría ricardiana de la ventaja comparativa. El modelo Heckscher-Ohlin-Samuelson y sus extensiones*.
- SeaRates. (s.f.). *Find the best freight quote*. Recuperado el 26 de Enero de 2022, de <https://www.searates.com/es/>

- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo*.
Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- SelfBank. (13 de Agosto de 2019). *Tendencias del mercado mundial de la cerveza*.
Obtenido de <https://blog.selfbank.es/tendencias-del-mercado-mundial-de-la-cerveza/>
- Servicio de Rentas Internas. (19 de Diciembre de 2021). *Consulta de RUC*. Obtenido de
<https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/SriRucWeb/ConsultaRuc/Consultas/consultaRuc>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador . (s.f.). *Portal oficial*. Obtenido de
<https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (29 de Noviembre de 2021). *CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES*. Obtenido de
<https://www.aduana.gob.ec/gacnorm/data/CODIGO-ORGANICO-DE-LA-PRODUCCION-COMERCIO-E-INVERSIONES.pdf>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Noviembre de 2021). *Para Exportar*.
Recuperado el 14 de Enero de 2022, de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Servicio Nacional de Aduana del Exportador. (s.f.). *Información al exportador*.
Recuperado el 22 de diciembre de 2021, de Aduana.gob.ec:
<https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- SICE. (s.f.). *Decisión 574 Régimen Andino sobre Control Aduanero*. Obtenido de
Sistema de Información sobre Comercio Exterior:
<http://www.sice.oas.org/trade/junac/decisiones/dec574s.asp>
- Sistema de Información sobre Comercio Exterior de Naciones Unidas – SICE . (2022).
Acuerdos comerciales Ecuador - Chile. Obtenido de SICE:
http://www.sice.oas.org/tpd/chl_ecu/chl_ecu_s.asp#:~:text=El%20acuerdo%20a%20borda%20e%20comercio,10%20de%20noviembre%20de%202021.

- Soto, D. (2019). *Plan de negocio para la comercialización y distribución de derveza artesanal en la Región Metropolitana. Maestría en Gestión y Dirección de Empresas, Universidad de Chile.* Santiago de Chile. Obtenido de https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/173980/cf-soto_do.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- SRI. (2021). *Régimen Impositivo Simplificado (RISE).* Obtenido de [https://www.sri.gob.ec/regimen-impositivo-simplificado-rise#:~:text=El%20R%C3%A9gimen%20Impositivo%20Simplificado%20\(RISE,cultura%20tributaria%20en%20el%20pa%C3%ADs.](https://www.sri.gob.ec/regimen-impositivo-simplificado-rise#:~:text=El%20R%C3%A9gimen%20Impositivo%20Simplificado%20(RISE,cultura%20tributaria%20en%20el%20pa%C3%ADs.)
- SYNCO PROYECTOS. (8 de Septiembre de 2018). *La reserva de espacio en el Transporte Marítimo: Booking.* Obtenido de <https://synco-proyectos.com/la-reserva-de-espacio-en-el-transporte-maritimo-booking/>
- Tapia, R. (2017). *Exportación de cerveza artesanal al mercado de Chile.* Lima, Perú: Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3009/tapia_drj.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Trademap. (15 de Julio de 2021). *TradeMap.* Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>
- TradeMap. (s.f.). *Lista de las empresas importadoras en Chile para el siguiente categoría de productos: Bebidas de malta.* Recuperado el 2022, de <https://www.trademap.org/CompaniesList.aspx?nvpm=3%7c152%7c%7c%7c%7c22030000%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c1%7c3%7c1%7c2%7c1%7c1%7c4>
- TradeMap. (s.f.). *Potal oficial.* Obtenido de [https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c152%7c%7c%7c%7c2203%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c152%7c%7c%7c%7c2203%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
- Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. (2019). *UNIDAD DE TITULACIÓN.* Obtenido de DESCRIPCIÓN DE PROYECTO DE

INVESTIGACIÓN: <https://www.ulvr.edu.ec/academico/unidad-de-titulacion/proyecto-de-investigacion>

Varela, D. (5 de Junio de 2020). *¿Qué es la cerveza artesanal?* Obtenido de <https://installbeer.com/blogs/diariocerveceros/que-es-la-cerveza-artesanal>

Vera, M. (2017). *Desarrollo y formulación de cervezas artesanales*. Obtenido de https://www.usmp.edu.pe/vision2017/pdf/materiales/DESARROLLO_Y_FORMULACION_DE_CERVEZAS_ARTESANALES.pdf

Vera, M. (2021). *Los Incoterms 2020 en español: costes, riesgos y obligaciones del vendedor y comprador*. (1era ed.). Manuel Vera López. Obtenido de https://books.google.co.ve/books?id=vywzEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=incoterms&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=incoterms&f=false

Zamora Torres, A. I. (2018). En *Logística del comercio internacional de la región de la Cuenca del Pacífico a través del análisis envolvente de datos network*. Contaduría y administración.

Zamorano, R. (2017). *Plan de negocios para cerveza artesanal FEM*. Maestría en Gestión y Dirección de Empresas, Universidad de Chile. Santiago de Chile. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/150549/Plan-de-negocios%20para%20cerveza%20artesanal%20Fem.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo I. Carta autorización por parte de la compañía Hopfen



Guayaquil, 07 de febrero del 2022

A quien corresponda:

Yo, **Juan Gabriel Zúñiga Tapia** en mi calidad de propietario de HOPFEN y apoyando siempre al desarrollo de los estudiantes, autorizo a las Señoritas **Ashley Francesca Hansen Vik Gómez**, a **Jany Dorothy Jimenez Carvaja** y a **la Universidad Laica Vicente Rocafuerte** a utilizar el nombre de nuestra marca en su proyecto y para fines exclusivamente académicos.

Sin otro particular, me despido y quedamos a las órdenes en lo que podamos colaborar.

Atentamente:

**JUAN
GABRIEL
ZUNIGA
TAPIA**  Firmado
digitalmente por
JUAN GABRIEL
ZUNIGA TAPIA
Fecha: 2022.02.07
12:41:54 -05'00'

Ing. Gabriel Zúñiga T.

C.I.:0926802935

Founder & Head Brewer

Hopfen Cerveza Artesanal

Anexo 2. Correo de revisión de artículo científico por parte de la revista ANDULI



Hansen Vik Gomez, Ashley Francesca <ahansenvik@ulvr.edu.ec>

[ANDULI] Acuse de recibo del envío

3 mensajes

Teresa Rojo <anduli@us.es>

7 de febrero de 2022, 20:17

Para: Ashley Hansen Vik <ahansenvik@ulvr.edu.ec>

Ashley Hansen Vik:

Gracias por enviar el manuscrito "ECUADOR CRUZANDO FRONTERAS, OPORTUNIDAD DEL INGRESO DE CERVEZAS ARTESANALES ECUATORIANAS AL MERCADO CHILENO " a ANDULI, Revista Andaluza de Ciencias Sociales. Con el sistema de gestión de publicaciones en línea que utilizamos podrá seguir el progreso a través del proceso editorial tras iniciar sesión en el sitio web de la publicación:

URL del manuscrito: <https://revistascientificas.us.es/index.php/anduli/authorDashboard/submission/20390>

Nombre de usuario/a: ashleyhansenvik

Si tiene alguna duda puede ponerse en contacto conmigo. Gracias por elegir esta editorial para mostrar su trabajo.

Teresa Rojo

___ ANDULI, Revista Andaluza de Ciencias Sociales Editorial Universidad de Sevilla Email: anduli@us.es <https://revistascientificas.us.es/index.php/anduli/index>