



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**PLAN ESTRATÉGICO DE EXPORTACIÓN DE LICOR DE AGAVE HACIA
ESTADOS UNIDOS DESDE LA EMPRESA DON CAPELO EN EL 2022.**

**PAZMIÑO VELIZ JONATHAN BRYAN
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**HERAS TEJEDOR ALEXIS MANOLO
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**PLAN ESTRATÉGICO DE EXPORTACIÓN DE LICOR DE AGAVE
HACIA ESTADOS UNIDOS DESDE LA EMPRESA DON CAPELO
EN EL 2022.**

**PAZMIÑO VELIZ JONATHAN BRYAN
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**HERAS TEJEDOR ALEXIS MANOLO
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ANÁLISIS DE CASOS

**PLAN ESTRATÉGICO DE EXPORTACIÓN DE LICOR DE
AGAVE HACIA ESTADOS UNIDOS DESDE LA EMPRESA
DON CAPELO EN EL 2022.**

**PAZMIÑO VELIZ JONATHAN BRYAN
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**HERAS TEJEDOR ALEXIS MANOLO
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

ZAMORA CAMPOVERDE MICHAEL ANDRES

**MACHALA
2022**

Plan estratégico de exportación de licor de agave hacia Estados Unidos desde la empresa Don Capelo en el 2022.

por Pazmiño Veliz Jonathan Bryan
Heras Tejedor Alexis Manolo

Fecha de entrega: 07-mar-2023 09:33p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2031699045

Nombre del archivo: TRABAJO_TITULACION_ALEXIS_PAZMINO.docx (3.45M)

Total de palabras: 12156

Total de caracteres: 64288

Trabajo de titulación A. Pazmiño

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

10%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

1%

★ baixardoc.com

Fuente de Internet

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 8 words

Excluir bibliografía

Activo

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Los que suscriben, PAZMIÑO VELIZ JONATHAN BRYAN y HERAS TEJEDOR ALEXIS MANOLO, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado PLAN ESTRATÉGICO DE EXPORTACIÓN DE LICOR DE AGAVE HACIA ESTADOS UNIDOS DESDE LA EMPRESA DON CAPELO EN EL 2022., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



PAZMIÑO VELIZ JONATHAN BRYAN

0705344604



HERAS TEJEDOR ALEXIS MANOLO

0706590957

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, la vida, a nuestros guías docentes por sus enseñanzas, a cada momento que me permitió aprender, definirme, comprender la ayuda de todos los que me han apoyado desde un comienzo. Un gran apoyo de parte de mi familia que supo estar en los momentos más difíciles, a todos esos momentos de felicidad y amor.

Alexis Manolo Heras Tejedor-Jonathan Bryan Pazmiño Veliz

RESUMEN

En el cantón Nabón ubicado en la provincia del Azuay, se encuentra una gran concentración de pencos es una planta “en roseta” de acuerdo a la descripción botánica, que alcanza los tres metros de diámetro. Sus hojas son de color gris azulado, duras, carnosas, cerosas, uno de sus usos es la extracción de la pulpa del penco que se utiliza para la producción de licor de Agave o Chawuarmishky estas son tradicionales de todo el páramo Andino, en esta parte de la cordillera existe una destiladora llamada Don Capelo por décadas Don Remigio Capelo se ha dedicado a la producción y distribución del licor de Agave, uno de sus objetivos es traspasar fronteras específicamente a Estado Unidos. Por ello en base a investigaciones teóricas, descriptivas, y de campo, se analizo el entorno de los productores y del mercado con el fin de ejecutar un plan estratégico para la exportación del producto.

Palabras claves: Nabón, Penco, Pulpa, Andino, exportación.

ABSTRACT

In the canton Nabón located in the province of Azuay, there is a large concentration of pencos is a plant "rosette" according to the botanical description, which reaches three meters in diameter. Its leaves are bluish gray, hard, fleshy, waxy, one of its uses is the extraction of the pulp of the penco that is used for the production of Agave liquor or Chawuarmishky these are traditional throughout the Andean highlands, in this part of the mountain range there is a distillery called Don Capelo for decades Don Remigio Capelo has been dedicated to the production and distribution of Agave liquor, one of its objectives is to cross borders specifically to the United States. Therefore, based on theoretical, descriptive and field research, the environment of the producers and the market was analyzed in order to execute a strategic plan for the export of the product.

Key words: Nabon, Penco, Pulp, Andean, export.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	10
1.1 Antecedentes históricos.	10
1.1.1 Historia del Agave	10
1.2 Antecedentes conceptuales y referenciales. (Caracterización del objeto de estudio)	12
1.2.1 Plan de exportación.....	12
1.2.2 Marco legal en la exportación de licores a EEUU.....	13
1.2.3 Estructura de los mercados de licores en EEUU.....	15
1.2.4 Tendencia del consumo de agave en EEUU	16
1.2.5 Estados más atractivos para exportar licor de agave.....	16
1.2.6 Posibles ciudades potenciales a exportar el licor dentro de EE. UU	17
1.3 Antecedentes contextuales.	17
CAPÍTULO II METODOLOGÍA	20
2.1 Tipo de investigación.....	20
2.2 Paradigma o perspectiva general	20
2.3 Población y muestra.....	21
2.4 Métodos teóricos.....	21
2.5 Método empírico.....	21
2.6 Técnicas estadísticas para el procesamiento de los datos obtenidos.....	22
CAPÍTULO III DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	23
3.1 Análisis de resultados	23
3.2 Aporte Práctico	31

CAPÍTULO IV DISCUSIÓN DE RESULTADOS	54
4.1 Discusión de resultados (resultados deben ser analizando la encuesta al personal de la unidad productiva agropecuaria.)	54
CONCLUSIONES	57
Recomendaciones.....	58
Referencias.....	59
ANEXOS.....	62

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tendencia de Consumo	40
Tabla 2 Nivel de la Cadena de Distribución.....	44

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ubicación de la empresa	18
Ilustración 2 Clasificación Arancelaria.....	38
Ilustración 3 Lista de mercados proveedores.....	40
Ilustración 4 Licor blanco tradicional Don Capelo.....	47
Ilustración 5 Licor Gran Varón.....	47
Ilustración 6 Licor Warmi.....	48
Ilustración 7 Licor el chacal.....	48
Ilustración 8 Licor Añejado de Roble.....	49
Ilustración 9 Licor Warmi.....	49
Ilustración 10 Licor Gran Varón Cochinilla	50
Ilustración 11 Licor reposado de Roble	50

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿Cuántos litros de pulpa de Agave destilan al mes?	23
Figura 2 ¿Cuántas botellas venden al mes?.....	24
Figura 3 ¿ cantidad de materia prima necesaria para cumplir con la demanda?	24
Figura 4 ¿ Disposición de suficiente material para el envasado?	25
Figura 5. ¿Considera que la planta de producción abastecerá la demanda de una venta grande al exterior?	26
Figura 6 ¿Considera que es necesario aumentar la capacidad de producción de la planta?.....	26
Figura 7. ¿Cuáles son los meses de mayor productividad?	27
Figura 8 ¿Considera que las ventas en el exterior beneficiasen a los trabajadores de este sector comercial?.....	28
Figura 9 Proceso de fabricación del licor de agave.....	52

INTRODUCCIÓN

En la región andina de Ecuador, hay una gran cantidad de cultivos de Agave, que son cosechados por comunidades indígenas para elaborar licores artesanales utilizando técnicas de destilación transmitidas año tras año. Sin embargo, el sector licorero en esta área enfrenta problemas de falta de inversión, interés y modernización, lo que ha llevado a ser un sector productivo descuidado y olvidado.

En el año 2017, Ecuador exportó licores por un valor de 156 mil dólares bajo la partida arancelaria 220870. Los principales importadores fueron EEUU y Nueva Zelanda desde 2013, seguidos por Perú, España, y Costa Rica, que también son socios comerciales importantes.

Según Lituma (2019), Ecuador ha venido desarrollando una industria de exportación de bebidas alcohólicas durante más de diez años. De acuerdo con datos de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), las exportaciones de bebidas alcohólicas de Ecuador han venido creciendo en los últimos años. En 2020, se exportaron alrededor de 17 millones de dólares en este rubro, lo que representa un aumento del 9,5% respecto al año anterior.

La industria de bebidas alcohólicas de Ecuador ha desarrollado una amplia variedad de productos, desde licores tradicionales como el aguardiente y el ron hasta bebidas innovadoras como el chocolate con licor. Esto ha permitido a los productores locales diversificar su oferta y atender diferentes nichos de mercado. Los principales mercados de destino de las exportaciones de bebidas alcohólicas de Ecuador son EEUU, España, México y Colombia. Si bien estos mercados representan una gran oportunidad para los productores, también implican un alto nivel de competencia.

La calidad de los productos de la industria de bebidas alcohólicas de Ecuador ha sido reconocida internacionalmente en diferentes competencias y festivales. Por ejemplo, en 2019, el ron ecuatoriano Zhumir obtuvo medallas de oro y plata en el Concurso Mundial de Bruselas.

Retos y oportunidades: La industria de bebidas alcohólicas de Ecuador aún enfrenta algunos desafíos, como la falta de inversión en investigación y desarrollo y la necesidad de mejorar la promoción de los productos en los mercados internacionales. Sin embargo, también hay oportunidades para seguir creciendo, como la demanda creciente de productos artesanales y la búsqueda de bebidas más saludables y naturales.

La producción de bebidas alcohólicas en Ecuador incluye una amplia variedad de productos como ron, brandy, tequila, vino, guanchaca, cerveza, whisky, vodka y otros licores. La mayoría de estos productos son fabricados localmente, y sólo se importan cuando no hay suficiente oferta en el mercado. En particular, la producción de licores se basa principalmente en el agave, una planta originaria de México que crece en cinco estados: Michoacán, Jalisco, Tamaulipas, Nayarit y Guanajuato, y solo se encuentra en un 55% de América como planta endémica.

Uno de los problemas de este sector productor es el poco conocimiento de esta bebida ancestral ya que muchas personas deciden consumir productos extranjeros, por ese motivo no habido un interés por parte de grandes compañías del sector licorero.

Empresas que se dedican a la exportación del licor de agave tienen una muy pequeña participación en el mercado internacional ya que no siempre se llegan a concretar un acuerdo con las comercializadoras internacionales.

El problema científico es para dar solución a la interrogante; ¿Cómo diseñar un plan de exportación de Licor de Agave hacia EEUU desde la empresa DON CAPELO del cantón Nabón en el 2022?

El objeto de estudio delimita en situar autores con sus respectivas definiciones para desarrollar la siguiente investigación que es el proceso de exportación de licor de Agave hacia EEUU.

Existen muchas causas que impiden empezar una exportación Falta de conocimiento del proceso de exportación hacia el mercado internacional, Falta de incentivo e inversión para el proceso de exportación, impedimentos, barreras arancelarias y restricciones del comercio internacional.

El objetivo principal de la investigación es lograr crear un plan estratégico de exportación de licor de Agave hacia EEUU de la empresa don capelo en el 2022, mediante la comercialización internacional.

El campo de acción de estudio es la gestión estratégica de la comercialización internacional de licor de Agave, para permitir desarrollar soluciones.

Los antecedentes históricos están destinados a brindar información de cómo Evolución de la gestión estratégica de la comercialización internacional en el proceso de exportación de licor de agave en relación con la exportación de dicho producto hacia EEUU desde la empresa comercializadora DON CAPELO en el 2022., Los antecedentes conceptuales y referenciales brinda información que ayuda con la aportación de diferentes autores y brinda valoraciones en base a la caracterización gnoseológica, económica y administrativa del proceso de exportación de licor de Agave y la caracterización gnoseológica y metodológica de la gestión estratégica de la exportación.

La investigación está basada en la hipótesis en la que, si se aplica un plan estratégico de comercialización internacional, entonces se logra la exportación de licor de agave hacia EEUU desde la empresa Don Capelo en el 2022.

En la siguiente investigación se tiene dos variables la cual una es independiente es el plan estratégico de exportación y la otra variable es dependiente la que tiene como objetivo lograr la exportación de licor de Agave hacia EEUU desde la empresa Don Capelo en el 2022, los métodos utilizados para la investigación son empíricos, estadísticos, teórico.

CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Antecedentes históricos.

1.1.1 Historia del Agave

Evolución de la gestión estratégica de la comercialización internacional en el proceso de exportación de licor de agave en relación con la exportación de dicho producto hacia EEUU desde la empresa comercializadora DON CAPELO en el 2022.

El agave es muy típico de la familia del agave, además esta planta también se llama penco negro, agave de américa, cubano y mezcal y es originaria de México. Se cree que está asociado con personas alrededor del 9.000-10.000 a. C. Cuando comenzó la agricultura (Erraez y García, 2021).

Este hecho sugiere una larga historia cultural y una fuerte relación entre las personas y esta planta. Además, el agave tiene diferentes variedades y se utiliza para diferentes propósitos, como la producción de bebidas alcohólicas como el tequila y el mezcal, así como en la fabricación de fibras, alimentos y medicinas tradicionales. La presencia del agave en la cultura y la economía mexicanas es significativa, ya que ha estado presente en la región durante miles de años y ha sido utilizado en una amplia variedad de aplicaciones.

Durante siglos, el agave ha sido una planta popular en las Américas debido a sus muchos usos, como la alimentación, la religión, la decoración y las artesanías. Por lo tanto, se considera una planta antigua y venerada por sus muchos beneficios. Sin embargo, existe cierta especulación sobre su origen y distribución.

El agave es originario de México y se encuentra en una concentración del 75%, en comparación con otros estados de los EEUU donde solo se encuentra el 55% del agave nativo. Esta distribución regional del agave es importante ya que el agave es utilizado en la producción de bebidas alcohólicas como el tequila y el aguamiel (Plascencia y Peralta, 2018).

En resumen, el agave es una planta importante y venerada por sus muchos usos y beneficios. Su origen y distribución son importantes para la producción de bebidas alcohólicas y otros productos a base de agave en México y otros lugares de las Américas.

En México, las plantas nativas son consideradas sagradas. Sin duda, la gente cree que representa a los dioses, además de proporcionar ingredientes locales para la preparación de alimentos y utensilios de cocina, y se llama Sabian Penko y se usa en dulces. I. comida, estimulantes, comida. Por otro lado, se puede utilizar para la destilación. El proceso de destilación se puede utilizar para marcas de vinos de alta calidad derivados de los denominados mezcal, tequila y Misque.

Se estima que existen más de 200 tipos de agave repartidos por todo el continente americano. Solo el 70% se encuentran en México y se encuentran en todo el continente americano de donde son nativos. En tiempos precoloniales, la palabra azteca "metl" se usaba para describir el agave, pero hoy en día la palabra haitiana "maguey" se refiere a especies de agave. Además, hay que tener en cuenta que fue metido en Europa por los españoles en el siglo XVI y rápidamente se extendió por la región mediterránea, donde ahora se considera una plaga o planta invasora. Sin embargo, el agave se ha convertido en una planta de interior debido a su elegante forma y coloridos colores (Rodríguez et al., 2017)

El agave se encuentra en todo el continente americano, donde hay alrededor de 200 especies de agave, más del 70% de las cuales se distribuyen en México. El más famoso de esta familia es Agave Tequiliana Weber, a partir del cual se produce el tequila. Ecuador tiene aloe vera. Agave andino americano, conocido localmente como benko, kabuya, maguey, sugar, agave o chuchao (Gómez, 2022).

Ecuador exporta \$156.000 en EFG 220870 corresponde a "Vino". De 2013 a 2017, EEUU fue el mayor importador, seguido de Nueva Zelanda. Perú, Chile, Colombia y Costa Rica también son significativos socios comerciales. Las organizaciones que más alcohol exportan son Tuscany y Jumeirah, ambas en el estado de Azuay (Rodríguez et al. 2017).

1.2 Antecedentes conceptuales y referenciales. (Caracterización del objeto de estudio)

Caracterización gnoseológica y económica de plan de exportación de licor de agave.

1.2.1 Plan de exportación

De acuerdo a la investigación realizada por Canales (2017) afirmó que además de planificar la rentabilidad de su negocio, el plan de exportación le ayuda a determinar el mercado, la competencia, los precios del mercado internacional, los productos demandados, la logística y otras actividades requeridas durante la exportación. No existe una estructura establecida para los planes de exportación. Como se puntualiza en una publicación titulada “ProMéxico International Export Business Plan”, el objetivo al planificar un negocio de exportación es comercializar sistemáticamente un producto o servicio a los mercados internacionales mientras se maximiza la eficiencia y la rentabilidad.

Conforme a las definiciones de plan de exportación es un requisito para una adecuada exportación donde no se presenta en otras actividades como el mercado, competencia o el precio en cambio es no tienes una estructura predestinar en sus productos o servicios por variedad de sus funciones; además Rodríguez (2017) determinan que es la planificación del comercio para lograr las ventas de sus producto y servicios a otros países.

El plan de exportación es una estrategia empresarial que tiene como objetivo expandir los negocios de una empresa hacia nuevos mercados internacionales. Este plan implica una serie de pasos, desde la investigación de mercados hasta la logística de distribución y la gestión de relaciones comerciales con clientes internacionales.

El primer paso en un plan de exportación es la investigación de mercados. Esto implica identificar los mercados internacionales adecuados para el producto o servicio de la empresa, investigar las tendencias y oportunidades del mercado, y analizar la competencia en esos mercados. Una vez que se ha identificado el mercado adecuado, la empresa debe

determinar la demanda del mercado y las regulaciones comerciales y aduaneras específicas para ese mercado.

Una vez que se ha llevado a cabo la investigación, la empresa debe desarrollar una estrategia de marketing y promoción para el mercado objetivo. Esto incluye la adaptación del producto o servicio para satisfacer las necesidades del mercado, la determinación del precio adecuado para el mercado y la identificación de los canales de distribución más eficaces para llegar al mercado objetivo.

Una vez que se ha establecido la estrategia de marketing, la empresa debe abordar la logística y los requisitos legales y aduaneros necesarios para exportar el producto o servicio. Esto incluye la identificación de socios logísticos y agentes de aduanas, la obtención de los permisos y autorizaciones necesarios y la implementación de un sistema de gestión de la cadena de suministro eficaz.

Por último, la empresa debe gestionar las relaciones comerciales con los clientes internacionales. Esto incluye la negociación de acuerdos de ventas y la gestión de las expectativas del cliente, la resolución de problemas y la garantía de la satisfacción del cliente.

En resumen, el plan de exportación es un proceso completo que implica la investigación de mercados, el desarrollo de una estrategia de marketing, la logística y la gestión de relaciones comerciales para expandir los negocios de una empresa hacia nuevos mercados internacionales. Este proceso requiere una planificación cuidadosa y una gestión eficaz de la cadena de suministro para garantizar el éxito de la empresa en el mercado internacional.

1.2.2 Marco legal en la exportación de licores a EEUU

Ley de Comercio Internacional de Bebidas Alcohólicas (International Alcohol Beverage Trade Act, IABTA): Esta ley establece las normas y instrucciones para la importación y exportación de bebidas alcohólicas entre EEUU y otros países. Según la ley, las importaciones de bebidas alcohólicas deben cumplir con las normas de etiquetado, certificación y registro establecidas por la ATF (IABTA, 2018)

Regulaciones de la ATF: La ATF establece las normas y requisitos específicos para el etiquetado, registro y certificación de las bebidas alcohólicas. Los exportadores deben cumplir con las regulaciones de la ATF para afirmar que sus productos practiquen con las normas de seguridad y calidad establecidas. (ATF, 2018)

The Food Safety Modernization Act, FSMA: Este reglamento establece los requisitos para la importación de alimentos, incluyendo las bebidas alcohólicas. Los exportadores deben efectuar con los requisitos de seguridad alimentaria establecidos por la FDA para asegurarse de que sus productos sean seguros y cumplan con los estándares de calidad. (FDA, 2018)

Ley de Impuestos y Comercio de Licores: Esta ley establece los impuestos y tasas que se aplican a las bebidas alcohólicas importadas a EEUU. Los exportadores deben efectuar con los obligaciones fiscales y tributarios señalados por la orden para asegurarse de que sus productos cumplan con las normas fiscales de EEUU (CBMTRA, 2018)

A nivel nacional, la ley principal que rige la producción y exportación de licor en el Ecuador es la Ley Orgánica de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI). Esta ley establece el marco legal para la producción, comercialización y exportación de mercancías en el Ecuador, incluido el licor. Describe los requisitos para obtener una licencia para producir y vender bebidas alcohólicas, así como las reglamentaciones para el etiquetado, envasado y transporte de bebidas alcohólicas.

Además de la COPCI, Ecuador también es signatario de diversos acuerdos y tratados internacionales que regulan la producción y comercialización de bebidas alcohólicas. Uno de esos acuerdos es la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, que prohíbe la venta y comercialización de bebidas alcohólicas a menores de edad. Ecuador también es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), que regula el comercio internacional y establece normas para la producción y etiquetado de mercancías.

Para exportar licor a los EE.UU., los productores ecuatorianos deben cumplir con las leyes y regulaciones establecidas por la Oficina de Impuestos y Comercio de Alcohol y Tabaco (TTB), que es una oficina del Departamento del Tesoro de los EE.UU. La TTB

regula la importación de alcohol a los EE.UU., incluido el etiquetado y la publicidad de las bebidas alcohólicas. Los productores ecuatorianos deben asegurarse de que sus productos cumplan con todas las regulaciones de TTB para poder exportarlos legalmente a los EE.UU.

Además de cumplir con las normas de la TTB, Los productores de licores ecuatorianos también deben cumplir con las leyes de protección aduanera y fronteriza de los EE. UU., incluida la obtención de los permisos necesarios y el pago de las tasas e impuestos correspondientes. En general, el marco legal es complejo y requiere el cumplimiento de numerosas leyes y reglamentos nacionales e internacionales. Los productores deben asegurarse de que sus productos cumplan con todos los requisitos para evitar problemas legales y garantizar la importación sin problemas de sus productos a los EE.UU.

1.2.3 Estructura de los mercados de licores en EEUU

A lo largo de los siglos, el dispendio de alcohol en EE.UU. aumentó constantemente, y hoy esa cifra ha aumentado a 8,7 litros es decir 2,3 galones, lo que equivale a unas 500 bebidas al año, o el 9 por ciento a la semana.

De acuerdo con registros históricos, el consumo de alcohol llegó a su máximo nivel entre los años 1800 y 1830, con un promedio de 26,5 litros o 7 galones por adulto estadounidense al año. Actualmente, los CDC informan que más de 88,000 personas mueren cada año en los EEUU debido al consumo excesivo de alcohol.

La demanda de bebidas espirituosas ahora está creciendo exponencialmente, especialmente con el vino y otras bebidas. En los EEUU, las bebidas alcohólicas se consumen principalmente en forma de licores, cerveza y vino, con un consumo anual estimado de \$186 mil millones. Las comercializaciones de estos productos crecieron un 4% a \$26,200 millones en 2017, casi \$1,000 millones más que en 2016, según el Distilled Liquor Council of America (Journal of the American Distillery).

Como tal, las empresas que experimentan tal aumento están utilizando nuevos métodos para interactuar con los compradores de alcohol existentes y estimular la entrada y el consumo de nuevos productos. El mercado estadounidense es muy aficionado a los vinos

extranjeros, por lo que siempre están buscando licores nuevos y creativos con la ayuda de los importadores. Por ejemplo, el mezcal y el pisco tienen una gran demanda en las licorerías debido a su gran variedad.

1.2.4 Preferencia del consumo de agave

EEUU es actualmente el mayor consumidor de agave y fue el segmento de bebidas alcohólicas de mayor desarrollo en los EEUU en 2019, con un crecimiento de más del 32 % año tras año. Además, se espera que el tequila y el ron, el cual se considera como la bebida más consumida en los EE. UU, crezcan un 5 % hasta 2023 (González, 2018).

La oportunidad de nicho creada por el tequila en el mercado nacional ha llevado a muchas empresas internacionales a adquirir marcas de tequila y traerlas a los EE. UU. A pesar de las medidas de cuarentena y la dificultad económica mundial inducida por la pandemia del COVID-19, la producción de agave no se ha visto afectada. La producción, las exportaciones y el consumo aumentarán hasta finales de 2020. Según el Consejo Regulador del Tequila, las exportaciones de tequila estadounidense también fueron de 234,2 millones de litros en 2020, otro récord año tras año, con un acrecentamiento del 22,5% de acuerdo al año anterior.

La posible falta de agave crudo y verde debido al incremento de la demanda es una gran preocupación para los productores de la manufactura del agave. Sin embargo, el Consejo de Tequila informa que existen 5,221,000 plantas de agave en diferentes etapas de crecimiento en aproximadamente 172,000 hectáreas. Además, hay alrededor de 8,000 agricultores en el sector que pertenecen a 14 cooperativas agrícolas y que utilizan solo el 5% de la tierra que se puede cultivar.

1.2.5 Estados más atractivos para exportar alcohol de agave

EEUU ha participado en organizaciones multilaterales internacionales. Ya que se caracteriza por ampliar los lazos comerciales con otros países y abogar por la liberalización del comercio internacional. En los últimos años, el foco de la economía estadounidense se ha desplazado de la costa este, sur y oeste, formando una poderosa zona económica centrada en los EEUU (Herrera y Hernández, 2022).

Alrededor de 59 millones de los más de 330 millones de residentes son hispanos. México es el país más representado, figurando aproximadamente el 60% de todos los latinoamericanos residentes en los EEUU. Las ciudades con las poblaciones latinas más grandes incluyen California, Texas, Florida y Nueva York. Texas, que limita con México, tiene aproximadamente un 40% de latinos.

1.2.6 Posibles ciudades potenciales a exportar el licor dentro de EE. UU

California: California es considerado el más poblado de EEUU y tiene una economía muy diversa, que incluye sectores como la tecnología, el entretenimiento y la agricultura. Además, cuenta con importantes puertos y aeropuertos, lo que lo convierte en un punto de entrada y salida importante para el comercio internacional.

Texas: Texas es el segundo estado más poblado de EEUU y tiene una economía diversa que incluye sectores como la energía, la tecnología y la agricultura. Además, cuenta con importantes puertos y fronteras terrestres, lo que lo convierte en un punto importante para el comercio con México.

Florida: Florida es un estado con una economía diversa que incluye secciones como el turismo, la agronomía y la tecnología. Además, cuenta con importantes puertos y aeropuertos, lo que lo convierte en un punto significativo para el comercio con América Latina y el Caribe.

Nueva York: Nueva York es el 3er estado más habitado de EEUU y tiene una economía diversa que incluye sectores como las finanzas, la moda y la tecnología. Además, cuenta con importantes puertos y aeropuertos, lo que lo convierte en un punto importante para el comercio internacional.

Georgia: Georgia es un estado con una economía diversa que incluye sectores como la agricultura, la tecnología y la manufactura. Además, cuenta con importantes puertos y aeropuertos, lo que lo convierte en un punto importante para el comercio internacional.

1.3 Antecedentes contextuales.

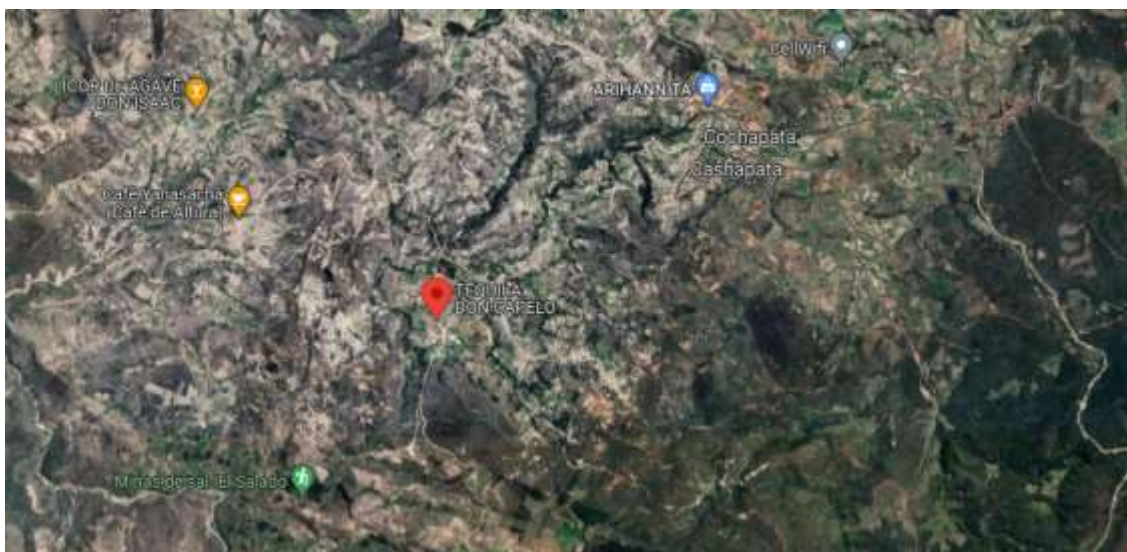
Valoración situacional de la exportación de Licor de agave hacia EEUU desde la empresa Don Capelo en el año 2022

La empresa licor de chaguarmishiqui Don Capelo es una empresa del cantón Nabón en la comunidad Ñamarin, fue creada en el año 1983, actualmente emplea a 6 personas es una de las empresas productoras de licor de agave muy reconocida en la provincia. Uno de sus objetivos es llegar a los mercados extranjeros principalmente al de EEUU.

En el año 2017, Ecuador registró exportaciones por un valor de 156 mil dólares bajo la partida arancelaria 220870, que se refiere a la categoría de "Licores". EEUU fue el principal importador de estos productos, seguido por Nueva Zelandia desde el año 2013. Además, Perú, España, Chile, Colombia y Costa Rica son considerados socios comerciales importantes para el país en este rubro.

1.3.1.1 Físico

Ilustración 1 Ubicación de la empresa



Nota. Google Maps (2023)

Ilustración 2 *Logo de la empresa Don Capelo*



Nota. Don Capelo (2023)

CAPÍTULO II METODOLOGÍA

El estudio actual se fundamenta en la utilización de la metodología de investigación mixta, en la que se emplean tanto el método cuantitativo como el cualitativo para responder a las preguntas planteadas en el inicio del estudio. El método cuantitativo se utilizó para recopilar datos y llevar a cabo la investigación de campo, lo que permitió establecer contacto directo con la población de estudio, la muestra y las variables. Además, se obtuvieron datos estadísticos que sirvieron como base para proponer soluciones al problema abordado en el tema.

2.1 Tipo de investigación

La investigación relacionada con la exportación de licor de Agave hacia el mercado estadounidense desde la empresa Don Capelo del Canto Nabón en el 2022 tiene como finalidad la aplicación práctica de los resultados obtenidos. El objetivo gnoseológico es de carácter explicativo y busca transformar la realidad en la que se desenvuelve la empresa. La investigación se desarrollará en un contexto de campo, lo que permitirá la recolección de datos de manera directa y en el entorno natural donde ocurre el fenómeno a estudiar.

Se aplicará un control experimental de variables, lo que permitirá la manipulación de las variables independientes para evaluar su efecto sobre la variable dependiente. La orientación temporal de la investigación será longitudinal, lo que implica el seguimiento y análisis de los datos en un periodo prolongado de tiempo.

La investigación se enfocará en estudiar una situación específica, que en este caso es la exportación de licor de Agave hacia el mercado estadounidense desde la empresa Don Capelo del Canto Nabón. Con estos elementos, se espera obtener información relevante que permita tomar decisiones y mejorar los procesos relacionados con la exportación de licor de Agave de la empresa.

2.2 Paradigma o perspectiva general

La investigación relacionada con la exportación de licor de Agave hacia el mercado estadounidense desde la empresa Don Capelo del Cantón Nabón en el 2022, se desarrolla desde un paradigma cuantitativa.

2.3 Población y muestra

La unidad de análisis es la Empresa **Don Capelo**, por lo tanto, la población es **de 1 empresa**.

Don Capelo se dedica la producción y venta de licor de Agave en la provincia Azuaya en sus últimos 5 años sus ventas tienen un crecimiento de 45%, tiene un porcentaje de ganancia que supera 35% por cada venta de sus licores.

2.4 Métodos teóricos

Método Histórico – lógico

El histórico-lógico para la determinación de la evolución de la gestión estratégica de la exportación en el proceso de comercialización internacional de Licor de Agave en relación con la exportación de camarón hacia el mercado estadounidense desde la empresa Don Capelo del Cantón Nabón en el 2022.

Método analítico – sintético

Se llevará a cabo una investigación para caracterizar el proceso de comercialización internacional del licor de agave, desde una perspectiva gnoseológica, económica y administrativa. También se realizará una caracterización gnoseológica y metodológica de la gestión estratégica de la exportación para evaluar la situación actual de la exportación de licor de agave hacia el mercado estadounidense desde la empresa Don Capelo del Canto Nabón en 2022.

Asimismo, se valorará la influencia del plan estratégico de exportación en el éxito de la exportación de licor de agave hacia el mercado estadounidense desde la empresa Don Capelo del Cantón Nabón en el mismo año. Con estas investigaciones se busca obtener información relevante que permita mejorar la estrategia de exportación de la empresa y lograr un mayor éxito en el mercado internacional del licor de agave.

2.5 Método empírico

Los métodos empíricos utilizados son la, la encuesta y la entrevista los cuales se realizan en las diferentes áreas de la empresa, utilizando la información para determinar el contexto actual de las exportaciones de licor de Agave hacia EEUU desde la empresa Don Capelo en

el 2022 y lograr un plan de exportación para poder comercializar el producto en el mercado estadounidense.

2.6 Técnicas estadísticas para el procesamiento de los datos obtenidos

Mediante la obtención de datos a través de las entrevistas realizadas a la parte involucrada como es la empresa Don Capelo se obtiene y recopila información cualitativa que tiene el fin de saber la posición del entrevistado en relación a la aplicación de un plan estratégico de exportación de licor de Agave al mercado estadounidense.

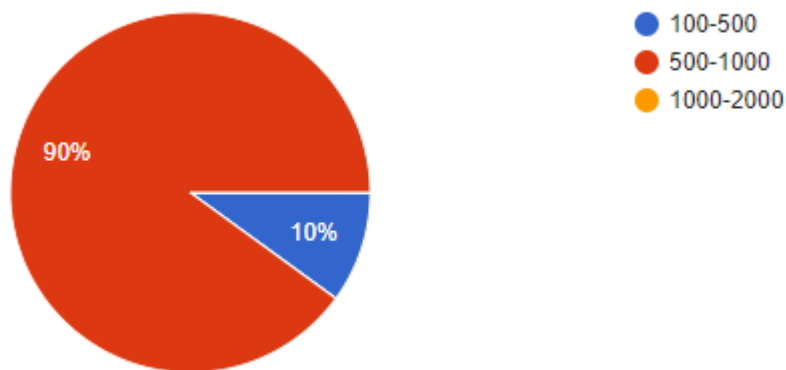
CAPÍTULO III DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1 Análisis de resultados

Luego de aplicar de la encuesta, se obtuvieron los siguientes resultados:

1. De acuerdo a la producción de la planta, ¿Cuántos litros de pulpa de Agave destilan al mes?

Figura 1 ¿Cuántos litros de pulpa de Agave destilan al mes?



Nota. Elaborado por autores

De acuerdo a los datos obtenidos, al mes, se destilan aproximadamente de 500 a 1000 litros de pulpa de agave, sin embargo, algunas veces se ha llegado a destilar de los 100 a 500 litros, estos resultados se podrían deber a problemas de cosecha o algún inconveniente relacionado.

2. De acuerdo con la demanda del producto ¿Cuántas botellas venden al mes?

Figura 2 ¿Cuántas botellas venden al mes?

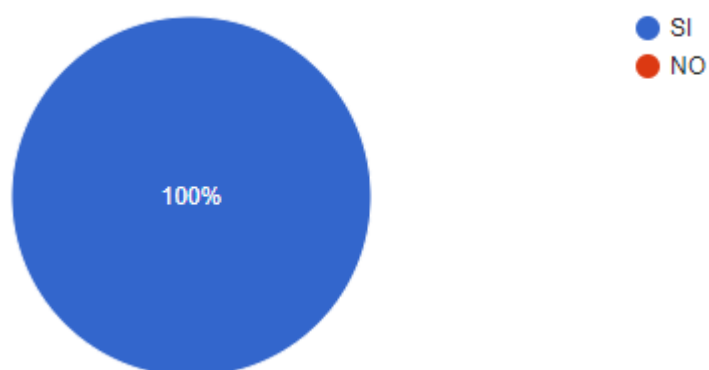


Nota. Elaborado por autores

Con respecto a la demanda del producto, se obtuvo como resultado que al mes se demandan entre 1000 a 2000 botellas de diferentes licores de agave.

3. ¿Existe una cantidad de materia prima necesaria para cumplir con la demanda de una primera exportación?

Figura 3 ¿ cantidad de materia prima necesaria para cumplir con la demanda?



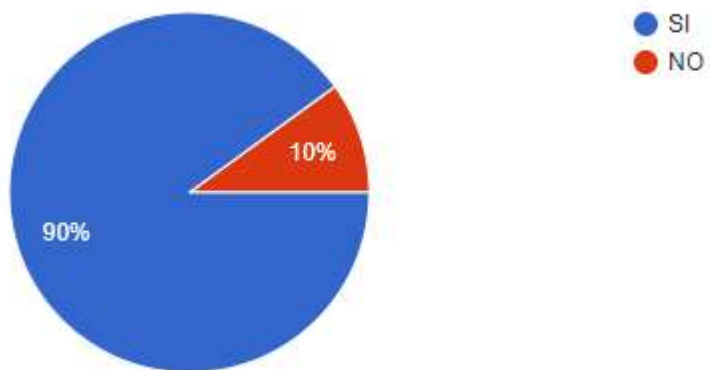
Nota. Elaborado por autores

Como resultado de la figura 3 se obtuvo como resultado que el 100% de los colaboradores consideran que la empresa si cuenta con la cantidad necesaria para internacionalizar su

producto, debido a que considera que son de la mejor calidad, además de que ayudaría al crecimiento productivo y económico de la empresa.

4. ¿Existe a disposición de suficiente material para el envasado y empaquetado del producto?

Figura 4 *¿Disposición de suficiente material para el envasado?*

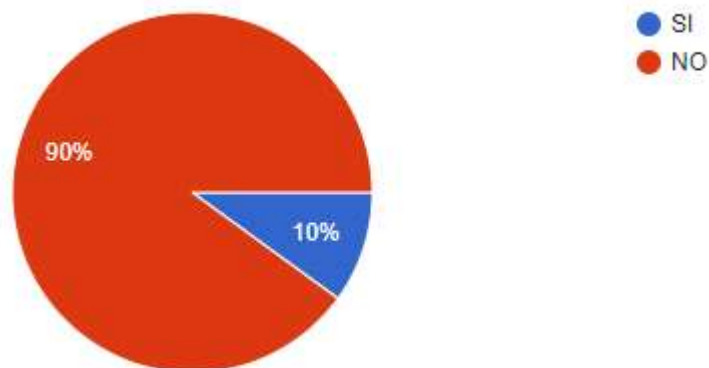


Nota. Elaborado por autores

De acuerdo a los resultados, el 90% considera que el si se cuenta con material de envasado y empaquetado suficiente para abastecer el negocio del licor; mientras que tan solo el 10% cree no cuentan con suficiente materia.

5. ¿Considera que la planta de producción abastecerá la demanda de una venta grande al exterior? Explique:

Figura 5. *¿Considera que la planta de producción abastecerá la demanda de una venta grande al exterior?*

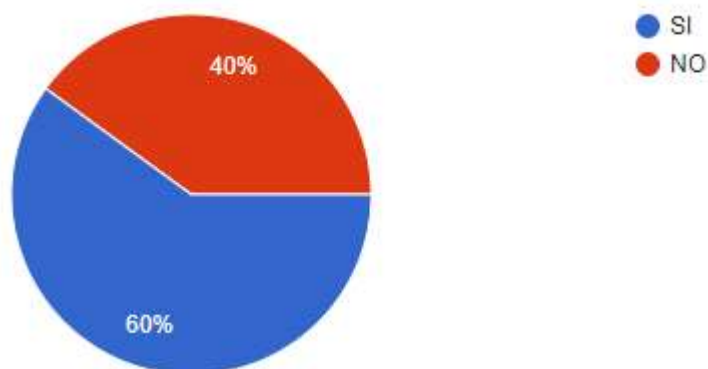


Nota. Elaborado por autores

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron, un 90% menciona que la planta de producción no podrá abastecer una gran demanda del exterior, sin embargo, como explicación o implemento, es la de agrandar la producción con la compra de nuevos suministros para aumentar la destilación del Agave, por lo cual no se trataría de un problema para la empresa.

6. Como colaborador, ¿Considera que es necesario aumentar la capacidad de producción de la planta?

Figura 6 *¿Considera que es necesario aumentar la capacidad de producción de la planta?*

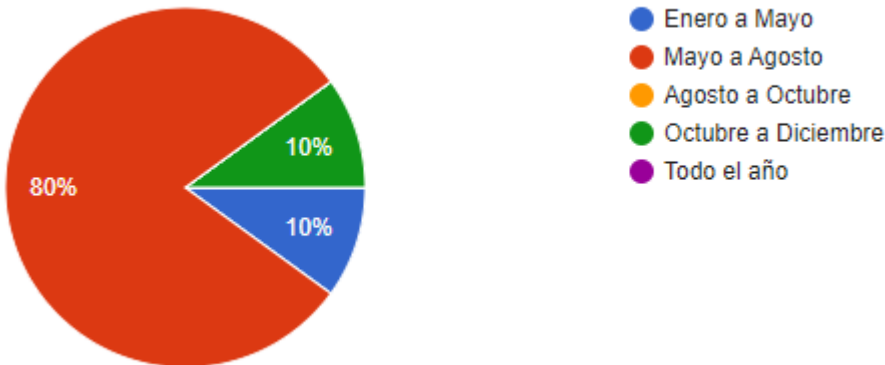


Nota. Elaborado por autores

Como se resultado se obtuvo similares opiniones que la pregunta anterior, entonces, el 60% considera que el necesario aumentar la capacidad de producción de la planta, con la finalidad de poder cumplir con los requerimientos del extranjero.

7. ¿Cuáles son los meses de mayor productividad?

Figura 7. ¿Cuáles son los meses de mayor productividad?

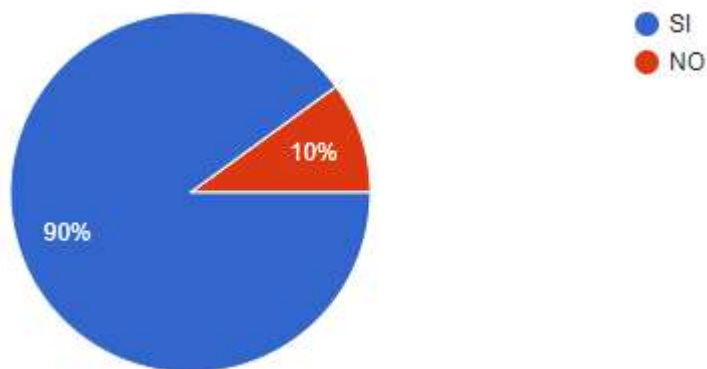


Nota. Elaborado por autores

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 80% menciona que los meses de mayo, junio, julio y agosto son los que la planta tiene mayor productividad, sin embargo, otro 10% resalta que los meses de octubre a diciembre también presentan alta productividad, además de los meses de enero a mayo.

8. ¿Considera que las ventas en el exterior beneficiasen a los trabajadores de este sector comercial?

Figura 8 ¿Considera que las ventas en el exterior beneficiasen a los trabajadores de este sector comercial?



Nota. Elaborado por autores

Para finalizar, el 90% si considera que las ventas en el exterior benefician a los trabajadores en el sector de la venta de licores de agave, ya que, para producir en mayor cantidad, es necesario la contratación más personal, por lo que se abriría más plazas de empleo.

Entrevista

¿Cuáles son las diferencias entre el licor de agave de Don Capelo y otros licores de marcas 100% ecuatorianas en su opinión?

El licor tiene un proceso artesanal de producción comparado con las demás que son industriales

El licor es hecho del Agave.

¿Usted podría proporcionar información acerca de los procesos que se llevan a cabo para realizar exportaciones de licor al exterior?

Si tengo un poco de conocimiento del proceso de exportación

¿Qué opina usted sobre la internacionalización de los licores?

Es lo mejor que se puede hacer tanto para el empresario como para el país ya que existen mercados internacionales que tienen muchos beneficios.

¿Cree usted que un plan de exportación de su producto le traerá algún tipo de beneficio?

Si, ya que lograremos expandirnos por el mundo llegando a ser reconocidos y poder vender cada vez más.

¿Considera usted que la empresa está totalmente equipada para abastecer la demanda del producto?

Si, cada año aumenta la producción del licor y se debe seguir ampliando la empresa.

¿La empresa cuenta con toda la certificación para su distribución?

Si, cuenta con el principal que es el registro sanitario

¿Cuenta con un presupuesto estable para realizar el proceso de exportación?

Si

¿Cuál es su opinión sobre la posibilidad de que el licor de agave ecuatoriano logre un alto nivel de consumo y popularidad en el mercado estadounidense?

Considero que hay altas probabilidades ya que el país tiene un consumo alto en ciertos estados.

¿Cree usted que los acuerdos comerciales proporcionan facilidades para que los productores de licor puedan exportar sus productos a los EEUU?

Por el momento se trabaja para poder llegar a acuerdos con diferentes asociaciones de productores que plantean al gobierno llegar a un tratado con EEUU y poder comercializar el producto sin trabas

En su opinión, considera que las ferias internacionales son la mejor manera para que el licor de agave pueda ganar reconocimiento

Sí, porque se puede mostrar el producto y que los posibles compradores se interesen en el producto.

Análisis de la entrevista

En esta entrevista se discute el licor de agave de la marca ecuatoriana Don Capelo y su potencial para la exportación. El entrevistado señala que lo que diferencia a este licor de otros licores ecuatorianos es su proceso artesanal de producción y que se utiliza el agave como ingrediente principal.

El entrevistado también tiene conocimiento sobre el proceso de exportación y considera que la internacionalización de los licores es beneficioso tanto para los empresarios como para el país. Cree que un plan de exportación de su producto traerá beneficios y que la empresa está equipada para abastecer la demanda.

El entrevistado informa que la empresa Don Capelo cuenta con las certificaciones necesarias y un presupuesto estable para exportar su licor de agave. Según su opinión, el licor de agave ecuatoriano tiene el potencial de ser muy popular en el mercado estadounidense, y se están trabajando en acuerdos comerciales para facilitar la comercialización del producto. Además, el entrevistado cree que las ferias internacionales son una excelente oportunidad para que el licor de agave gane reconocimiento y atraiga a posibles compradores. En resumen, la entrevista sugiere que Don Capelo está bien preparado para aprovechar el mercado internacional de licores con su producto artesanal de alta calidad.

3.2 Aporte Práctico

Planificación para la exportación de licor de agave hacia EEUU desde la empresa Don Capelo en el 2022:

Justificación:

Don Capelo tiene una gran oportunidad de crecer en el mercado internacional, especialmente en los EE.UU., porque el tequila ecuatoriano es popular por su sabor y versatilidad. Esta oportunidad es importante para los productores de alcohol ecuatorianos, pues la propuesta no solo analizará los factores esenciales para la internacionalización del producto, sino que también establecerá lineamientos prácticos para la adecuada comercialización del tequila en el mercado internacional, para promover el desarrollo de la industria del tequila en Nabón y en todo el país. En general, las pequeñas y microempresas espirituosas no conocen los trámites necesarios para exportar sus productos y los contratos y ajustes existentes, así como los trámites logísticos necesarios para vender a los EE.UU.

Objetivos de la propuesta:

El objetivo general de la propuesta es que Don Capelo pueda internacionalizarse a través de la exportación de su producto licor de agave el mercado el mercado de EEUU.

Los objetivos específicos son:

- Identificar los requisitos legales y regulatorios para la exportación de alcohol de agave desde Ecuador hacia EEUU.
- Analizar y seleccionar los mercados estadounidenses más favorables para la introducción del alcohol de agave de Don Capelo.
- Analizar una cadena de distribución efectiva en los mercados seleccionados.

Relación bilateral entre Ecuador y EEUU:

La relación entre Ecuador y EEUU se caracteriza por ser amistosa y beneficioso para el comercio. Los dos países han establecido vínculos diplomáticos y comerciales estables, lo que facilita la exportación de productos desde Ecuador hacia EEUU.

La relación bilateral entre Ecuador y EE.UU. ha sido compleja a lo largo de la historia. Desde la independencia de Ecuador en 1830, las relaciones diplomáticas entre ambos países han experimentado altibajos debido a una variedad de factores, incluyendo cambios políticos en ambos países, cuestiones económicas y asuntos de política exterior.

Durante la década de 1960, la relación entre Ecuador y EE.UU. se vio afectada por la política de la Guerra Fría y la lucha contra el comunismo en América Latina. En este período, EE.UU. apoyó a gobiernos militares autoritarios en la región, incluyendo al de Ecuador. Esto generó tensiones en la sociedad ecuatoriana y resultó en un aumento de la oposición al gobierno y al papel de EE.UU. en la región.

En los años 90, con el retorno de la democracia en Ecuador, la relación bilateral se volvió más equilibrada y se centró en la cooperación en áreas como la lucha contra el narcotráfico y la promoción del comercio. Sin embargo, el gobierno de Rafael Correa (2007-2017) se caracterizó por una política exterior de corte antiimperialista y una mayor cercanía a países como Venezuela y Cuba, lo que generó tensiones con EE.UU.

Actualmente, la relación bilateral entre Ecuador y EE.UU. está marcada por la cooperación en áreas como la seguridad, el comercio y la inversión, pero también por cuestiones políticas y de derechos humanos. El gobierno de Joe Biden ha expresado su preocupación por la situación de la democracia y los derechos humanos en Ecuador, y ha instado al gobierno de Guillermo Lasso a tomar medidas para protegerlos.

En conclusión, la relación entre Ecuador y EE.UU. ha sido históricamente compleja y ha estado marcada por factores políticos, económicos y sociales. Si bien actualmente existen áreas de cooperación, también hay cuestiones políticas y de derechos humanos que continúan siendo motivo de tensión entre ambos países.

La economía del Ecuador se centra principalmente en la exportación de materias primas, es decir las importaciones de recursos de consumo final forman parte del desarrollo monetario. La relación comercial de Ecuador con su principal socio comercial, EEUU, se celebra desde

1839, donde ambas partes firmaron un convenio que buscaba el beneficio mutuo en áreas como la paz, la navegación, la amistad y el comercio.

Durante más de dos décadas, Ecuador ha mantenido un superávit comercial con EE.UU., siendo este último responsable del 30% de las exportaciones del país desde el año 2000. Además, EE.UU. es uno de los principales inversores extranjeros en Ecuador, ocupando el cuarto lugar en Inversión Extranjera Directa en el país en 2019, con una contribución del 7,86%, equivalente a \$74,37 millones de dólares. En este sentido, ambos países han establecido acuerdos comerciales para facilitar el comercio bilateral y promover relaciones estratégicas. Recientemente, en diciembre de 2020, se firmó un acuerdo de primera línea con este objetivo en mente (Llugsha et al. 2020).

Requisitos para la exportación de licor de agave hacia EEUU:

Para exportar licor de agave hacia el mercado estadounidense, es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

Requisito para ser exportador:

El proceso para exportar productos en Ecuador implica cumplir con una serie de requisitos legales que son necesarios para operar en el mercado internacional y cumplir con las normativas tributarias y aduaneras del país.

El primer paso es obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC), el cual es un documento esencial para fines tributarios y permite a la empresa realizar operaciones comerciales. El RUC es expedido por el Servicio de Rentas Internas (SRI), y se puede obtener en línea a través de su sitio web.

Además, es necesario contar con una firma electrónica otorgada por el Banco Central del Ecuador y Security Data, la cual es necesaria para realizar trámites en el portal del ECUAPASS, el sistema aduanero ecuatoriano para operaciones de comercio exterior. La firma electrónica garantiza la autenticidad y la integridad de los documentos electrónicos que se utilizan en las operaciones de comercio exterior.

Finalmente, es necesario registrarse en el portal del ECUAPASS y solicitar las atribuciones correspondientes como representante o empleado de la empresa. El portal permite realizar

trámites relacionados con la importación y exportación de bienes, y es una herramienta fundamental para el comercio exterior en Ecuador.

En conclusión, el proceso para exportar productos en Ecuador requiere cumplir con requisitos legales específicos, como obtener el RUC, contar con una firma electrónica y registrarse en el portal del ECUAPASS. Estos pasos son esenciales para operar en el mercado internacional y cumplir con las normativas tributarias y aduaneras del país.

Registro para exportar:

Exportar desde Ecuador está sujeto a varios requisitos legales, incluida la autorización previa y la presentación de documentos específicos. Entre estos documentos se destacan facturas, autorizaciones previas, certificados sanitarios emitidos por el INEN, certificados de origen, documentos de embarque y registros previos y posteriores al embarque. La factura comercial es uno de los documentos más importantes a presentar al exportar desde Ecuador. Para permitir la exportación de productos, también se requiere un permiso previo. Además, se requiere un certificado de higiene emitido por el INEN para asegurar que el producto cumple con los requisitos necesarios de higiene y calidad.

Otro requisito básico de exportación es el certificado de origen, que certifica el origen del producto y su calidad. Además, deben estar disponibles los documentos de embarque que certifiquen la carga y el modo de transporte. Finalmente, los registros deben enviarse antes y después del envío para garantizar la documentación adecuada y la trazabilidad del producto durante todo el envío.

Entre los documentos requeridos se encuentra la factura comercial, la cual es una declaración escrita que detalla la cantidad, valor y descripción de las mercancías a exportar, y es necesaria para cumplir con los requisitos aduaneros y tributarios en el país de destino.

Además, se requieren ciertas autorizaciones previas, como el Certificado Sanitario expedido por el INEN, que certifica que los productos cumplen con los requisitos sanitarios y de calidad establecidos por el país de destino. También se debe contar con el Certificado de

Origen, que acredita el lugar de origen de los productos y puede ser necesario para obtener preferencias arancelarias en el país de destino.

También el Documento de Transporte es un documento esencial en el proceso de exportación de productos, ya que es necesario para gestionar el transporte de las mercancías desde el lugar de origen hasta el puerto de destino. Este documento puede ser la factura proforma o el conocimiento de embarque.

Por último, es importante considerar los aspectos de Pre Embarque y Post Embarque, que incluyen la inspección de las mercancías antes de su embarque y el seguimiento del proceso de transporte y entrega de las mismas.

Es importante destacar que los requisitos específicos pueden variar según el tipo de mercancía a exportar y el país de destino, por lo que se recomienda verificar los requisitos específicos en cada caso.

Requisitos para la entrada del producto a EEUU:

La importación de tequila a EEUU está regulada por las autoridades federales y estatales. A continuación, se detallan los principales requisitos para la entrada de este producto al mercado estadounidense:

Registro ante la TTB: La (TTB) es la delegación federal la cual se apodera de regular la importación y venta de bebidas en EEUU. Para importar tequila, es necesario registrarse ante la TTB y obtener un número de registro como importador. Este registro es gratuito y se puede solicitar a través del sitio web de la TTB.

Cumplimiento de normas FDA: La (FDA) es la delegación federal encargada de regular la seguridad de los comestibles y medicinas en EEUU. Los productos alimentarios, incluyendo el tequila, deben cumplir con las normas de la FDA antes de poder ser importados y vendidos en el mercado estadounidense. El fabricante o importador debe asegurarse de que el producto cumpla con las normas de etiquetado y envasado de la FDA.

Documentos para iniciar una exportación a EEUU

Certificación de origen: Para importar tequila a EEUU, es necesario presentar un título de origen dado por las autoridades mexicanas. Este documento debe indicar que el producto es de origen mexicano y debe cumplir con las normas de calidad y seguridad del país de origen.

La denominación de origen es una designación legal que indica que un producto proviene de una región geográfica específica y cumple con ciertas características y normas de producción únicas. En el caso del tequila, solo se puede producir en ciertas regiones de México, mientras que el mezcal solo se puede producir en ciertos estados de México y debe ser elaborado a partir de ciertas variedades de agave.

Para importar tequila a EEUU, se requiere una certificación de origen otorgada por las autoridades mexicanas que confirme que el producto es de origen mexicano y cumple con las normas de calidad y seguridad del país de origen. Esta certificación es importante porque garantiza que el producto es auténtico y cumple con los estándares de calidad y seguridad adecuados para su consumo.

En resumen, la certificación de origen es un documento importante que se utiliza en el comercio internacional de licor de agave para garantizar la autenticidad del producto y su cumplimiento con las normas de calidad y seguridad del país de origen. Es esencial para los importadores de licor de agave en EEUU asegurarse de que tengan una certificación de origen adecuada antes de importar el producto

Licencia de importación: Algunos estados de EEUU requieren una licencia especial para importar y vender tequila. Por ejemplo, en el estado de California se requiere una licencia especial emitida por la Alcoholic Beverage Control (ABC) para importar y distribuir bebidas alcohólicas. Es importante revisar los requisitos específicos de cada estado antes de importar licor de agave. (para que el producto entre al mercado estadounidense debe pasar por el pago de aranceles y el valor arancelario.

Aranceles e impuestos: Los productos importados a EEUU están sujetos a aranceles e impuestos que deben ser pagados por el importador. El importador debe conocer los aranceles

e impuestos aplicables antes de importar el producto y asegurarse de que el precio de venta cubra estos costos.

Es importante señalar que los requisitos para importar licor de agave a EEUU pueden variar dependiendo de la marca y el tipo de licor. Se recomienda consultar con un abogado especializado en comercio internacional o un agente aduanal para obtener asesoramiento específico sobre los requisitos de importación.

Mercado Licorero Estadounidense:

El mercado licorero estadounidense es muy diverso y competitivo, con una gran variedad de bebidas alcohólicas disponibles en tiendas y bares. Sin embargo, los licores de agave, como el tequila y el mezcal, están ganando popularidad en EEUU debido a su sabor único y a la creciente cultura de la mixología en bares y restaurantes.

El mercado licorero estadounidense es uno de los más grandes del mundo, con una gran variedad de bebidas alcohólicas disponibles para los consumidores. Entre las bebidas más populares en Estados Unidos se encuentra el tequila, que es especialmente popular en estados como California, Texas y Florida. De hecho, se estima que el mercado de tequila en Estados Unidos crecerá a una tasa compuesta anual del 6.3% entre 2021 y 2026.

Aspectos para la exportación

Clasificación Arancelaria:

Antes de exportar licor de agave a EEUU, se debe tener en cuenta la clasificación arancelaria para determinar los aranceles y la regulación aplicable al producto. El licor de agave se clasifica en la subpartida arancelaria 2208.90.90.00, con un arancel ad valorem del 6.4% para la mayoría de los productos. Se debe tener en cuenta que, además del arancel aduanero, se pueden aplicar impuestos especiales de consumo y otros requisitos regulatorios.

Ilustración 2 Clasificación Arancelaria



The image shows a web interface for customs classification. It has three main sections: 'PAÍS EXPORTADOR' (Country of Origin) with a dropdown menu set to 'Ecuador', 'PAÍS DE DESTINO' (Destination Country) with a dropdown menu set to 'Estados Unidos de América', and 'PRODUCTO' (Product) with a dropdown menu set to '2208'. Below the 'PRODUCTO' dropdown, there is a list of search results for 'Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior al 80% vol; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas:'. The results include 'Vodka', 'licores y cordiales', and 'Las demás'. The 'Las demás' option is highlighted in blue.

Nota. MarketAccess, 2021

Para negociar se necesita incoterms:

Los Incoterms son un conjunto de términos comerciales internacionales que definen las responsabilidades y obligaciones tanto del comprador como del vendedor en una transacción de comercio internacional. En este caso específico, se utilizará el término FOB (Free on Board) para la exportación de alcohol de agave desde Don Capelo hacia EEUU.

El Incoterm FOB establece que el vendedor es responsable de entregar la mercancía en el puerto de carga y cubrir los gastos relacionados con la carga a bordo del buque. Por otro lado, el comprador es responsable de los coste y compromisos del transporte marítimo. En otras palabras, el vendedor cumplirá con su obligación una vez que la mercancía se encuentre a bordo del buque en el puerto de carga.

Es importante destacar que el uso de los Incoterms es fundamental para evitar malentendidos y confusiones en una transacción de comercio internacional, ya que establecen de manera clara las responsabilidades y obligaciones de ambas partes involucradas en la operación. En este caso, el uso del término FOB asegura que el vendedor cumpla con su obligación de entregar la mercancía en el puerto de carga, y que el comprador se responsabilice de los costos y riesgos del transporte marítimo.

Es común que los exportadores e importadores utilicen diferentes Incoterms en función de sus intereses y necesidades específicas. Por ejemplo, algunos vendedores pueden preferir el término CIF (Cost, Insurance and Freight) que incluye el costo del seguro y del flete marítimo en el precio, mientras que otros pueden preferir el término EXW (Ex Works) donde el comprador es responsable de recoger la mercancía en la fábrica del vendedor.

En el caso específico de la exportación de alcohol de agave desde Don Capelo hacia EEUU, el uso del término FOB permite al vendedor cumplir con su obligación de entregar la mercancía a bordo del buque en el puerto de carga y al comprador asumir los costos y riesgos del transporte marítimo. Además, al utilizar este término, el comprador tiene mayor control sobre el transporte y puede elegir la compañía naviera y la ruta más convenientes para sus necesidades.

EEUU como clientes potenciales para exportar alcohol de agave:

EEUU es considerado uno de los nichos más relevantes para la exportación de licor de agave debido a su gran demanda y apreciación por las bebidas alcohólicas. El tequila y el mezcal son dos tipos de licor de agave que son particularmente populares en EEUU, con una presencia significativa en los bares y restaurantes del país.

Además, los consumidores estadounidenses cada vez más valoran los productos artesanales y de alta calidad, lo que ha llevado a una ampliación en la solicitud de tequila y mezcal premium en el mercado. Muchas marcas mexicanas han logrado establecerse en el mercado estadounidense y han ganado seguidores leales debido a la calidad de sus productos y la autenticidad de sus procesos de producción.

Otro factor que hace que EEUU sea clientes potenciales para la exportación de alcohol de agave es la gran población latina que reside en el país, muchos de los cuales están familiarizados con estas bebidas y las consumen regularmente.

Sin embargo, también es importante tener en cuenta que la competencia es fuerte en el mercado estadounidense, y las marcas de licor de agave deben ser capaces de destacarse y diferenciarse de otras opciones disponibles. La marca y el empaque, así como la calidad y autenticidad del producto, son factores importantes para tener éxito en este mercado.

Además, se deben desempeñar con las obligaciones y regulaciones determinados por las autoridades estadounidenses para la importación de bebidas alcohólicas.

Lista de mercados proveedores de un producto importado por EEUU Alcohol etílico sin desnaturalizar de grado alcohólico $\geq 80\%$; alcohol etílico y otros aguardientes

Ilustración 3 Lista de mercados proveedores

# de datos (tableteables)	Reportadores	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020	Valor importado en 2020 Y
	Mundo	719,477	704,633	836,918	789,581	447,184
	Braz	612,071	596,320	703,095	696,276	270,984
	Canadá	47,920	50,581	71,243	113,802	106,038
	Guatemala	18,734	19,901	18,997	33,503	23,447
	Guatemala	13,864	16,154	13,888	16,943	16,481
	Australia	8,892	3,038	8,178	0,443	8,318
	Chile	641	1,314	305	887	3,788
	Colombia	210	266	1,142	3,011	2,932
	Argentina	4,310	4,843	9,912	4,806	2,717
	Algeria	864	1,323	795	1,905	1,829
	México	1,089	329	947	887	1,121
	Italia	1,631	2,884	3,471	1,072	1,595
	Francia	2,433	1,000	1,118	1,304	827
	Suiza	91	0	0	120	898
	República Dominicana	711	462	762	2,291	883
	Polonia	746	820	688	1,701	598
	Países Bajos	967	488	218	1,495	528
	Países Bajos	1,116	965	2,256	1,609	441

Fuente: TripMap (2023)

Tendencia de consumo de agave en EEUU:

La predisposición de dispendio de licores de agave en EEUU está en aumento. Según el Consejo Regulador del Tequila, en 2020 se exportaron más de 20 millones de cajas de tequila a EEUU, lo que simboliza un acrecentamiento del 12.4% en comparación con el año anterior. Además, el consumo de mezcal en EEUU ha aumentado un 32% en los últimos cinco años.

Tabla 1 Tendencia de Consumo

Tendencia de Consumo de Agave en EEUU		Datos relevantes
---------------------------------------	--	------------------

Consumo de alcohol en la población	En 2021, el 55.7% de los habitantes son mayor de 18 años en EEUU reportó haber consumido alcohol en el último mes.
Edad de inicio del consumo de alcohol	En promedio, los jóvenes en EEUU comienzan a consumir alcohol a los 16 años, aunque la edad legal es de 21 años para ingerir alcohol.
Popularidad del tequila	El tequila es un extracto muy popular en EEUU, especialmente en estados como California, Texas y Florida. En 2021, se estimó que el mercado de tequila en EEUU crecerá a una tasa compuesta anual del 6.3% entre 2021 y 2026.
Consumo de mezcal	Aunque el mezcal es menos conocido que el tequila en EEUU, su fama ha ido en crecimiento en los últimos años. En 2021, se estimó que el mercado de mezcal en EEUU crecerá a una tasa compuesta anual del 12.2% entre 2021 y 2026.
Bebidas de agave como alternativa al alcohol	En los últimos años, han surgido bebidas sin alcohol hechas a base de agave, como el mezcal sin alcohol y la "tequila" sin alcohol. Estas bebidas están ganando popularidad entre aquellos que buscan comprimir su dispendio de alcohol o evitarlo por completo.

Nota. Elaborado por el autor

En los Estados Unidos, el consumo de alcohol es bastante común, con un 55.7% de la población mayor de 18 años que reportó haber consumido alcohol en el último mes en 2021. Además, la edad de inicio promedio del consumo de alcohol es de 16 años, aunque la edad legal para ingerir alcohol es de 21 años.

El tequila es una bebida alcohólica muy popular en los Estados Unidos, especialmente en los estados de California, Texas y Florida. En 2021, se pronosticó que el mercado de tequila en los Estados Unidos crecerá a una tasa compuesta anual del 6.3% entre 2021 y 2026.

Aunque el mezcal es menos conocido que el tequila en los Estados Unidos, su fama ha ido en aumento en los últimos años. Se estima que el mercado de mezcal en los Estados Unidos crecerá a una tasa compuesta anual del 12.2% entre 2021 y 2026.

Además, han surgido bebidas sin alcohol hechas a base de agave, como el mezcal sin alcohol y la "tequila" sin alcohol. Estas bebidas están ganando popularidad entre aquellos que buscan reducir su consumo de alcohol o evitarlo por completo. En resumen, el consumo de bebidas a base de agave, tanto alcohólicas como no alcohólicas, está en aumento en los Estados Unidos.

Estados en los que se vendería en mayor cantidad del licor de agave “DON CAPELO”:

Entre los estados más propicios para la exportación del licor de agave "Don Capelo" se encuentran Texas, California, Florida, Illinois y Nueva York, debido a su gran población y al aumento de la demanda de licores de agave.

Selección de Mercado Estadounidense:

Para la selección del mercado estadounidense, se debe realizar un análisis de mercado detallado, identificando los estados con mayor potencial de venta para los licores de agave de la empresa Don Capelo. Se deberá tener en cuenta los factores demográficos, culturales y económicos de los diferentes estados.

Información del estado de Texas:

Texas es un estado con una gran población y una economía diversa. Además, es uno de los principales mercados para la exportación de licores en EEUU, lo que lo convierte en un mercado potencial para la empresa Don Capelo.

Transporte internacional mediante vía marítima:

La empresa Don Capelo ha decidido enviar su licor de agave a los EE.UU. utilizando el transporte marítimo, ya que es considerado el medio más seguro y económico para el envío de productos a larga distancia. La mercancía será enviada en contenedores especiales y se asegurará de que esté debidamente embalada y protegida durante todo el proceso de transporte.

Se ha seleccionado el Puerto de Houston como el puerto de ingreso para la mercancía, ya que es uno de los puertos más grandes en la región costera del Golfo de México, que es un mercado meta establecido para la microempresa. Además, se ha elegido el Puerto de Guayaquil en Ecuador como el punto de salida, ya que es uno de los puertos más importantes del país y se utiliza para la mayoría de las exportaciones del país.

La decisión de utilizar el transporte marítimo para la exportación del licor de agave se basa en la necesidad de llegar a los EE.UU., que representa aproximadamente el 26% del consumo mundial de productos. La página web de ProEcuador presenta los canales más utilizados para la exportación de productos desde Ecuador a los EE.UU., y se consideró que el transporte marítimo era crucial para alcanzar este mercado.

En conclusión, Don Capelo ha tomado la decisión correcta al utilizar el transporte marítimo para la exportación de su licor de agave a los EE.UU. La empresa ha elegido cuidadosamente los puertos de entrada y salida para asegurarse de que la mercancía llegue a su destino de manera eficiente y segura. Con la ayuda de ProEcuador y su enfoque en el transporte marítimo, la empresa está bien posicionada para aprovechar el mercado estadounidense y expandir su negocio internacional.

Alternativas de entrada del producto a EEUU

Existen dos formas de entrada del producto a EEUU: exportación directa y exportación indirecta.

Exportación directa: La exportación directa se realiza cuando Don Capelo vende sus productos directamente al cliente final en EEUU, a través de su sitio web o de una tienda física en dicho país. Para este tipo de exportación, se requerirá que la empresa tenga una infraestructura adecuada, así como una estrategia de marketing y ventas bien definida, para poder llegar al cliente final, esta forma de exportación es un poco complicada ya que según la cadena de distribución de Texas a Don Capelo se le haría complicado llegar hasta el cliente final como son los dueños de bares, discotecas, restaurantes y Marquet

Exportación indirecta: La exportación indirecta se realiza cuando Don Capelo vende sus productos a un agente comercial o distribuidor en EEUU, quien se encargará de la

negociación, almacenamiento, promoción, servicio preventa y postventa. Para este tipo de exportación, la empresa necesitará encontrar un agente comercial o distribuidor confiable, que tenga una amplia red de contactos en el mercado estadounidense y que pueda garantizar la distribución efectiva de los productos.

El agente comercial no percibirá un sueldo si no que tendrá una comisión por las ventas que llegase a realizar.

Normas del consumo de licor en el estado de Texas:

Antes de exportar licor de agave hacia EEUU, es importante conocer las normas y regulaciones de Texas sobre el dispendio y comercialización de tequila. Entre las normas más importantes a considerar se encuentran las siguientes:

- La edad legal para comprar y consumir bebidas alcohólicas en Texas es de 21 años.
- Los productos alcohólicos deben ser registrados en la Comisión de Bebidas Alcohólicas de Texas antes de su distribución y venta en el estado.
- Los productos alcohólicos deben ser etiquetados correctamente, incluyendo información sobre el contenido de alcohol y los ingredientes utilizados en su elaboración.

En conclusión, si se desea exportar licor de agave a Texas, es fundamental conocer y cumplir con las normas y regulaciones establecidas por la Comisión de Bebidas Alcohólicas de Texas. Además, se debe asegurar que los productos sean etiquetados correctamente y que se incluya información detallada sobre los ingredientes y el contenido de alcohol. Al seguir estas normas, se puede garantizar que el producto cumple con los estándares requeridos para la distribución y venta en el estado de Texas.

Cadena de distribución en Texas:

El método de mercantilización de "los 3 niveles" en Texas busca asegurar que los minoristas no se involucren en prácticas no deseadas y que los productos alcohólicos no se mezclen con otros en el mercado. Este proceso implica la obtención de licencias y el control de los tres niveles de venta o consumo. Los importadores y productores solo venden sus productos a los

mayoristas y distribuidores, quienes a su vez los venden a los minoristas, como restaurantes y tabernas, que conforman la tercera capa.

Para que el sistema funcione correctamente, tanto los mayoristas o distribuidores como los minoristas deben tener las licencias necesarias para operar en el mercado de bebidas alcohólicas. Los importadores necesitan la licencia federal, los mayoristas y distribuidores necesitan la licencia estatal y los minoristas necesitan la licencia local. Cada estado puede tener procedimientos únicos para obtener estas licencias, pero es importante que se cumplan para garantizar la legalidad y seguridad en la venta de bebidas alcohólicas.

En conclusión, el método de mercantilización de "los 3 niveles" en Texas tiene como objetivo evitar prácticas no deseadas y la mezcla de productos alcohólicos en el mercado. La obtención de licencias para los diferentes niveles de venta o consumo es fundamental para asegurar la legalidad y seguridad en la venta de bebidas alcohólicas. Cada estado puede tener procedimientos únicos para obtener estas licencias, pero es importante que se cumplan para garantizar la efectividad del sistema.

Para cualquier persona o empresa que desee importar o vender bebidas alcohólicas en los EE.UU., es necesario obtener los permisos necesarios de varias agencias reguladoras. La FDA es responsable de regular las normas de higiene y seguridad alimentaria para garantizar que los productos sean seguros para el consumo. La TTB otorga licencias nacionales de importación y regula y monitorea productos y etiquetas para asegurarse de que cumplan con los estándares establecidos.

Además, la SLCB otorga licencias en los países donde se comercializan los productos para garantizar que se cumplan las regulaciones locales. Estas regulaciones son importantes para garantizar la seguridad y la legalidad en la venta de bebidas alcohólicas y para proteger a los consumidores de posibles daños a la salud (Viteri y Proaño, 2021).

Tabla 2 *Nivel de la Cadena de Distribución*

Nivel de la Cadena de Distribución	Descripción	Ejemplos
Manufactura	Productores de bienes o servicios	Destiladores de bebidas alcohólicas, productoras como vineros, entre otros.
Mayorista	Compra productos directamente de los fabricantes y los vende a los minoristas	Distribuidores de bebidas alcohólicas.
Minorista	Venden productos directamente al consumidor final	Tiendas de abarrotes, tiendas en línea, supermercados, clubes, licorerías, entre otros.
Consumidor	Personas que compran y utilizan los productos o servicios	Individuos, empresas y organizaciones que compran y utilizan los productos o servicios ofrecidos por los fabricantes, mayoristas y minoristas.

Nota. Elaborado por los autores

Es importante destacar que en cada nivel pueden existir diferentes actores y que el número de niveles puede variar según el tipo de producto o servicio. Además, en algunos casos, los fabricantes también pueden vender directamente a los consumidores sin la intermediación de mayoristas o minoristas, a través de canales de venta en línea o en tiendas propias.

Marketing Mix:

Producto:

Don Capelo debe asegurarse de que su licor de agave cumpla con las normas de calidad y seguridad de los EEUU, y que la marca tenga un atractivo para el consumidor estadounidense.

Ilustración 4 *Licor blanco tradicional Don Capelo*



Fuente: Don Capelo

Ilustración 5 *Licor Gran Varón*



Fuente: Don Capelo

Ilustración 6 *Licor Warmi*



Fuente: Don Capelo

Ilustración 7 *Licor el chacal*



Fuente: Don Capelo

Ilustración 8 *Licor Añejado de Roble*



Fuente: Don Capelos

Ilustración 9 *Licor Warmi*



Fuente: Don Capelo

Ilustración 10 *Licor Gran Varón Cochinilla*



Fuente: Don Capelo

Ilustración 11 *Licor reposado de Roble*



Fuente: Don Capelo

Ilustración 11 *penco o agave*



Las bebidas alcohólicas como el mezcal, el tequila y el tequila deben estar etiquetadas bajo el U.S. Administración de Impuestos y Comercio de Alcohol y Tabaco. Estos requisitos incluyen información como el seudónimo de la marca y la dirección del importador o fabricante (si la bebida se produce en los EEUU), contenido de alcohol, advertencia sanitaria, país de origen, concentración neta de la bebida y clasificación del tipo de alcohol.

Precio

El precio del licor de agave debe ser competitivo y atractivo para el mercado estadounidense, teniendo en cuenta los costos de producción y exportación, los impuestos y aranceles, y los márgenes de beneficio razonables. Se debe investigar el precio promedio de los licores de agave en Texas para establecer un precio competitivo.

Plaza

El objetivo es llegar a los puntos de venta más importantes en Texas, por lo que se deben establecer acuerdos de distribución con los principales distribuidores de licores en Texas para llegar a los puntos de venta y llegar a los consumidores finales. También se puede explorar la venta en línea y en tiendas especializadas.

Promoción

Se pueden utilizar estrategias de promoción como degustaciones, eventos especiales, publicidad en línea y en medios impresos, para aumentar el conocimiento de la marca y el producto en el mercado de Texas.

Posicionamiento

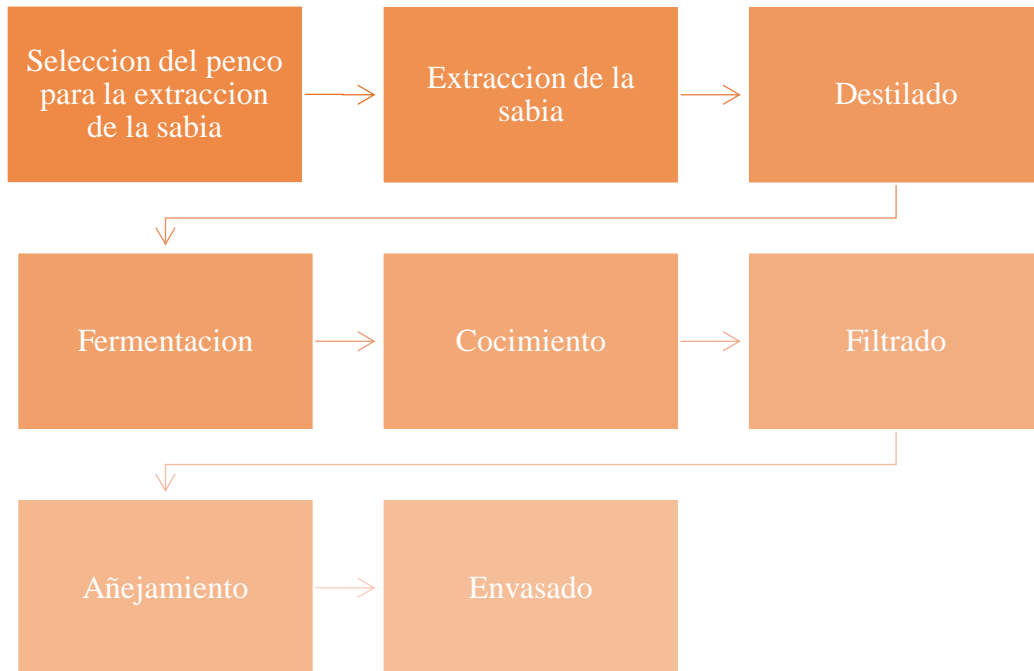
Don Capelo debe posicionar su licor de agave como un producto de alta calidad y auténtico, diferenciándolo de otros licores de agave que se venden en Texas. Se debe resaltar la historia y la tradición detrás del producto para generar un mayor interés y apego a la marca.

Proceso de fabricación del licor de agave

El proceso de producción de tequila (como el mezcal y el tequila) comienza en un campo de agave, donde se selecciona el agave real para su posterior procesamiento. Luego se cocina el agave en un horno subterráneo, el cual libera el azúcar del agave y le da su característico aroma ahumado. Después de la cocción, el agave se muele para producir jugo de agave, que luego se fermenta con levadura natural. La fermentación puede tener lugar en barriles de madera o tanques de acero inoxidable, según el fabricante y el estilo de licor de tequila que se produzca. Después de la fermentación, el tequila se destila en cobre o acero inoxidable. El número de veces que se destila una bebida fuerte depende del tipo de bebida producida. Por ejemplo, el tequila se destila dos veces y el mezcal tres veces.

El licor de tequila destilado se puede añejar en barricas de roble durante meses o incluso años. El envejecimiento es opcional según el estilo de tequila que se produzca. Algunos productores también pueden agregar sabores y colores adicionales a los licores de tequila durante el proceso de maduración. Finalmente, el tequila es filtrado y embotellado para su distribución y venta. En pocas palabras, el proceso de elaboración del licor de tequila es un Proceso artesanal y delicado que requiere mucho tiempo, energía y habilidad para producir una bebida con sabores únicos y de alta calidad.

Figura 9 *Proceso de fabricación del licor de agave*



CAPÍTULO IV DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 Discusión de resultados.

Los resultados obtenidos en la investigación de la encuesta muestran que la empresa Don Capelo tiene una producción mensual fluctuante de entre 500 a 1000 litros de pulpa de agave, y algunas veces de 100 a 500 litros, lo cual puede ser debido a problemas de cosecha o inconvenientes relacionados. Este resultado puede ser comparado con estudios realizados en otras regiones productoras de agave, en donde se ha encontrado que la cantidad y calidad de la producción puede ser afectada por factores climáticos y de manejo de cultivo Jiménez et al. (2019). De igual manera, en un estudio realizado por Reyes et al. (2019) encontró que la cantidad de litros de pulpa de agave destilada por mes puede variar dependiendo de factores como la calidad del agave y las técnicas de producción utilizadas. Asimismo, otro estudio de Villegas y Ramos (2019) señala que la demanda de licores de agave puede variar dependiendo de la región y el mercado; lo que coincide con otras investigaciones realizadas en la industria del tequila y el mezcal, donde se han reportado rendimientos similares (Flores et al. 2021).

En cuanto a la demanda del producto, los resultados indican que se demandan entre 1000 a 2000 botellas de diferentes licores de agave al mes. Este resultado es importante ya que muestra que hay una demanda estable por el producto, lo cual puede ser aprovechado por la empresa para expandir su mercado a nivel internacional. De acuerdo con estudios realizados en México, el mercado de los licores de agave se ha expandido significativamente en los últimos años, con un crecimiento promedio anual del 16.4% en la exportación de tequila (López, 2022). Por el contrario, se encontró que el mercado del tequila y otros licores de agave se está expandiendo y que se espera un crecimiento del 4.2% anual en el consumo interno y del 6% en la exportación en los próximos años (ProMéxico, 2018). En un estudio de mercado publicado en 2018 por Euromonitor International señala que el mercado de licores artesanales está creciendo rápidamente en todo el mundo, con un aumento de la demanda por parte de consumidores que buscan productos de alta calidad y sabor único. Se ha observado un aumento en la demanda de bebidas destiladas de agave tanto a nivel nacional como internacional (Delgado, 2018).

Esta tendencia podría presentar una oportunidad importante para los productores de licores artesanales como Don Capelo, especialmente si logran diferenciarse de los productos de marcas más grandes.

Con respecto a la capacidad de producción de la planta, el 90% de los encuestados considera que no podrá abastecer una gran demanda del exterior, pero la solución propuesta es aumentar la producción. Estos resultados son consistentes con otras investigaciones en la industria del tequila y el mezcal, donde se ha observado que el aumento de la producción es una estrategia importante para satisfacer la creciente demanda del mercado (Basilio & Verduzco, 2018). Esta situación podría resolverse mediante la compra de nuevos suministros para aumentar la destilación del agave, lo cual es una estrategia comúnmente utilizada en la industria de los licores de agave (Díaz et al. 2017).

En cuanto a la internacionalización del producto, los resultados indican que el 100% de los colaboradores consideran que la empresa debería internacionalizar su producto, lo cual es una oportunidad importante para expandir el mercado de la empresa. Estos resultados son consistentes con otras investigaciones que han demostrado que la exportación de productos de agave puede ser una fuente importante de ingresos para las empresas (Huitzilihuitl et al. 2021). Este resultado está en línea con estudios que destacan la importancia de la internacionalización para el crecimiento de las empresas. En estudios se ha encontrado que la internacionalización de las empresas es importante para su crecimiento y desarrollo, ya que permite el acceso a nuevos mercados y clientes potenciales (Casanova y Ceniceros, 2020). Un estudio realizado en 2017 en España encontró que la mayoría de las empresas encuestadas consideraban que la internacionalización era importante para el crecimiento y la rentabilidad del negocio (Gutiérrez et al., 2017).

En cuanto a la competencia, el 50% de los encuestados considera que podría ser un problema para la empresa, mientras que el otro 50% no lo considera así. Estos resultados sugieren que existe una preocupación moderada sobre la competencia, lo cual es consistente con otras investigaciones en la industria del tequila y el mezcal, donde se ha observado que la competencia puede ser un desafío importante para las empresas (Massieu, 2017). De igual manera, estudios indican que la competencia en el mercado de licores puede ser intensa (Babor et al. 2017). Sin embargo, la sugerencia de diversificar los productos y ofrecer nuevos

puede ser una estrategia efectiva para enfrentar estos desafíos (Porter, 1985); y la empresa debe ser consciente de la competencia en el mercado internacional y estar preparada para competir con precios y calidad del producto (Bautista et al. 2019). En estudio de mercado realizado en 2019 en México encontró que el tequila es el líder indiscutible en el mercado de licores de agave, pero que hay espacio para otros licores de agave artesanales y de alta calidad (Jaime, 2017).

En cuanto al conocimiento de los requisitos para exportar, los resultados indican que el 50% de los encuestados no los conoce. Esto puede ser un obstáculo para la empresa si no cuenta con una adecuada asesoría en el proceso de exportación, lo cual es crucial para evitar problemas legales y aduaneros en los mercados internacionales (Baena , 2018).

En cuanto a la rentabilidad del negocio del licor, el 90% de los encuestados considera que es rentable, mientras que el 10% restante no lo considera así. Estos resultados sugieren que la mayoría de los colaboradores tienen una percepción positiva sobre la rentabilidad del negocio del licor, lo cual es consistente con otras investigaciones en la industria del tequila y el mezcal, donde se ha reportado un crecimiento en el mercado y la rentabilidad de las empresas (Cárdenas, 2022).

Se concluye que Don Capelo está bien posicionado para aprovechar las oportunidades de exportación de su licor de agave ecuatoriano, siempre y cuando siga produciendo un producto de alta calidad y tome medidas adecuadas para promocionarlo en el extranjero. Sin embargo, también se identificaron áreas de oportunidad en la capacidad de producción, el conocimiento de los requisitos para exportar y la competencia en el mercado internacional, lo cual debe ser abordado por la empresa para lograr un éxito en su proceso de internacionalización.

CONCLUSIONES

- Don capelo cuenta con un nivel de producción que es factible para realizar una exportación inicial, ya que cuenta con unas instalaciones amplias además cuenta con un porcentaje alto de proveedores que pueden satisfacer la demanda.
- Es necesario plantear una estrategia de comercialización, como canales de distribución fijos en el mercado objetivo para tener una certeza de que las ventas serán fijas y constantes.
- El mercado objetivo es muy atractivo para la exportación ya que tiene un porcentaje favorable de consumidores de alcohol.
- Es importante tener datos sobre los gustos y preferencias del consumidor americano para adaptar el producto y poder competir con otros productos idénticos.

Recomendaciones

- Mantener la producción para seguir con las exportaciones en el mediano y largo plazo, buscando más proveedores de la materia prima en otros sectores del páramo andino y adquiriendo maquinaria que pueda abastecer la demanda de las futuras exportaciones.
- Debe buscar los canales de distribución adecuado para que el producto se comercializado de manera exitosa en el mercado objetivo, firmando contratos de distribución por cierto periodo de tiempo, estableciendo buenas relaciones con los distribuidores y minoristas del mercado.
- Mantenerse informado sobre la proyección de la demanda del producto para planificar adecuadamente una estrategia de ventas y poder tener éxito en las futuras negociaciones.
- Se debe tomar en cuenta que el producto deba adaptarse a las exigencias y requisitos del mercado para que los potenciales consumidores puedan identificar nuestro producto, a la vez puedan estimular y aumentar la demanda.

Referencias

- Babor, T., Holder, H., Caeto, R., & Homel, R. (2017). 5 Global structure and strategies of the alcohol industry Get access Arrow. *Oxford Academic*, 2, 71–86. doi:<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199551149.003.005>
- Baena , J. (2018). Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio internacional. *Revista Venezolana de Gerencia*(23), 543-562. Retrieved from <https://www.redalyc.org/journal/290/29058775003/html/>
- Basilía , M., & Verduzco, B. (2018). Vendiendo tequila a China: una fiesta de coctel sin ganadores claros. *Estudios Gerenciales*, 34(147), 1-5. doi:<https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.147.2780>
- Bautista, M., García, L., Barboza, J., & Parra, L. (2019). El agave tequilana Weber y la producción de tequila. *Acta Universitaria*, 26-34. doi:<http://dx.doi.org/10.29335.342>
- Canales, P. (2017). El maguey: un agave y algo más. Apología de una planta nacional. *La Colmena*, 22(23), 111-114. Retrieved from <https://lacolmena.uaemex.mx/article/view/6702>
- Cárdenas, E. (2022). Innovación en la industria del tequila: historia y tendencias. *carta económica regional*, 34(129), 93-121. doi:doi.org/10.32870/cer.v0i129.7830
- Casanova, A., & Cenicerós, M. (2020). HACIA UNA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ECUATORIANA 2020-2030. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 7(4), 73-95. Retrieved from <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/398>
- Delgado, A. (2018). EVALUACIÓN SENSORIAL DEL MEZCAL DE LA LOCALIDAD DE TOTOMOCHAPA, TLAPA DE COMONFORT, GUERRERO, MÉXICO. *Agro Productividad*, 11(10), 1-8. doi:<https://doi.org/10.32854/agrop.v11i10.1249>
- Díaz, A., Pérez, A., Hernández, J., & Casto, M. (2017). IMPACTO DE LA CADENA DE VALOR EN EL MARGEN DE UTILIDAD BRUTA EN LA PRODUCCIÓN DE DESTILADOS DE AGAVE. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 40, 551-560. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/141/14152127004.pdf>
- Erraez, E., & García, A. (2021). “ANÁLISIS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LICOR DE AGAVE, MARCA “DON ISAAC”, A EEUU”. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Retrieved from https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UAZUAY_cd0ee915da69ea311fd4c76a330d60bc
- Flores, J., Hernández, S., Hernández, W., & López, E. (2021). Elaboración de mezcal artesanal y su impacto económico y social en una comunidad rural del estado de

- Oaxaca, México. *Revista Chapingo Serie Zonas Áridas*, 20(1), 55-67.
doi:<https://doi.org/10.3389/fmicb.2016.010>
- Gómez, S. (2022). Entretejiendo la historia biocultural del Agave cocui (Asparagaceae: Agavoideae) en Venezuela. *Desde el Herbario CICY*, 14, 226–229. Retrieved from https://www.cicy.mx/Documentos/CICY/Desde_Herbario/2022/2022-10-20-Gomez-Rangel-Silvia-Entretejiendo-la-historia.pdf
- González, G. (2018). Entre guabas, agave y migración: la búsqueda por una vida mejor. *Regiones y desarrollo sustentable*, 18(34), 141-156. Retrieved from <http://www.coltlax.edu.mx/openj/index.php/ReyDS/article/view/20/43>
- Herrera, M., & Hernández, M. (2022). *Saberes ancestrales del penco, Agave americana L., en el bachillerato de la Unidad Educativa Particular Peniel, D. M. de Quito, 2020-2021*. Quito: Universidad Central del Ecuador. Retrieved from <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/25855>
- Huitzilihuitl , J., Vargas, J., & Durán, P. (2021). AVATARES DE LA PRODUCCIÓN DE MEZCAL EN LA REGIÓN MIAHUATECA DE LA SIERRA SUR DE OAXACA. *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*, XIX(1), 183-194. doi:<https://doi.org/10.29043/liminar.v19i1.794>
- Icontainers. (2017, enero 24). *Puertos Navieros*. Retrieved from <https://www.icontainers.com/es/2017/05/17/top-10-puertosestados-unidos/>
- Jaime, J. (2017). *ESTUDIO VIABILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LICOR DE PENCO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Retrieved from <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7992/1/T-UCSG-PRE-ECO-MD-ADM-79.pdf>
- Jiménez, J., García, J., & Arroyo, J. (2019). Análisis de los factores climáticos y de manejo de cultivo que afectan la calidad y cantidad de producción de agave. *Revista Internacional de Ciencias Agrícolas*, 2(1), 38-48. doi:<http://dx.doi.org/10.29312/remexca.v11i6.2216>
- Lituma, E. (2019). *Plan de internacionalización de la empresa macabea d'María para la exportación del licor de chuchugazo al mercado de los EEUU*. Cuenca: Universidad del Azuay. Retrieved from <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/9593>
- Llugsha , V., Oviedo , M., & Ocaña, W. (2020). El Agave Andino como diversificador de la oferta turística en el Distrito Metropolitano de Quito. *INNOVA Research Journal*, 5(3.1), 230-243. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.1.2020.1569>

- López, C. (2022). LOS DESTILADOS DE AGAVE EN MÉXICO: Una exploración desde la economía ecológica radical. *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica*, 24(1), 56-67. Retrieved from https://ddd.uab.cat/pub/revibec/revibec_a2022v35n3/revibec_a2022v35n3p21.pdf
- Marín, P., Saavedra, A., Eguiarte, L., & Zizumbo, D. (2017). En lo ancestral hay futuro: del tequila, los mezcales y otros agaves. *Revista de la Universidad de Yucatán, Números(245)*, 246.
- Massieu, Y. (2017). Estrategias empresariales globales y agroexportaciones mexicanas: ahora el tequila. *El Cotidiano*, 16(99), 103-112. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/325/32509910.pdf>
- Plascencia, M., & Peralta, L. (2018). Análisis histórico de los mezcales y su situación actual desde una perspectiva ecomarxista. *Revista De Desarrollo Económico Territorial(14)*, 23-42. Retrieved from <https://revistas.flacsoandes.edu.ec/eutopia/article/view/3579>
- Reyes, B., Gómez, C., & Salcedo, M. (2019). The impact of agave quality and production process on the organoleptic characteristics of mezcal. *Journal of the Institute of Brewing*, 125(4), 471-476. doi:<https://doi.org/10.3389/fsufs.2022.832532>
- Rodríguez, F., Martínez, L., & Palomera, C. (2017). Contextualización socioambiental del agave en Tonaya, Jalisco, México. *Región y sociedad*, 29(70), 71-102. Retrieved from https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252017000300071
- Rodriguez, F., Martinez, L., & Palomera, C. (2017). Contextualización socioambiental del agave en Tonaya, Jalisco, México. *Región y sociedad*, XXIX(70), 71-102. Retrieved from <https://www.redalyc.org/journal/102/10253202003/movil/>
- Rodriguez, F., Martínez, L., & Palomera, C. (2017). Contextualización socioambiental del agave en Tonaya, Jalisco, México. *Región y sociedad*, 29(70), 71-102. doi:<https://doi.org/10.22198/rys.2017.70.a406>
- Villegas, J., & Ramos, A. (2019). Traditional and new aspects of agave spirits. *Beverages*, 5(2), 33. doi:<https://doi.org/10.3389/fmicb.2016.01026>
- Viteri, A., & Proaño, B. (2021). *PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LOS PRODUCTORES DE LICOR DE AGAVE DEL CANTÓN DE NABÓN “DON CAPELO” & “DON ISAAC”*. Cuenca: Universidad del Azuay. Retrieved from https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/10872/1/16413_esp.pdf

ANEXOS

OBSERVACIÓN

a) Indicador de los elementos formales de la observación

Institución	Don Capelo
Lugar	Nabón - Ñamarin
Fecha	21 de agosto de 2022
Hora	10:00 am
Observador	Alexis Heras – Jonathan Pazmiño



b) Formular los objetivos de la observación

- Observar el proceso de la destilación del licor de Agave.
- Recolectar información sobre el consumo del licor en la provincia.
- Determinar la capacidad de producción de la empresa.

c) Determinar el tipo de observación:

Según el papel del investigador	No participante
Según los medios utilizados	Estructurada
Según el lugar donde se realiza	Real y oportuna
Según la participación de los sujetos	Grupal
Según la posición del observador	Abierta
Según su dimensión temporal	Transversal

d) Condiciones para la realización de la observación:

La observación se realiza los fines de semana, el ingreso a sus instalaciones se puede realizar con un permiso de gerencia y el acompañamiento de un guía que sepa el proceso de la producción del producto.

e) Describir la población o la muestra de observación.

La observación se realizará en la empresa Don Capelo localizada en el cantón Nabón, sector Ñamarin.

f) Seleccionar la forma para registrar la observación.

- Fotografías: evidencia fotográfica del proceso.
- Apuntes: apuntes del proceso.

g) Guías de observación

La guía de observación en el proceso de producción del licor de Agave

- Recolección de la materia prima.
- Llegada de la materia prima a los tranques de destilación.
- Comienza la fermentación.
- Proceso debe durar 6 meses para conseguir sabores especiales.
- Embotella y etiquetado
- Almacenaje y distribución en diferentes comercializadoras

h) Controlar la observación.

Se realizará la observación de manera veraz y responsable a través de anexos en donde se evidenciará el contexto del proceso.

ENCUESTA

i) Indicador de los elementos formales de la encuesta

Institución	Don Capelo
Lugar	Nabón - Ñamarin
Fecha	21 de agosto de 2022pobla
Hora	10:00 am
Encuestadores	Alexis Heras – Jonathan Pazmiño



j) Formular los objetivos de la encuesta

- Evaluar la situación actual del mercado nacional con visión a la exportación
- Identificar las oportunidades del mercado estadounidense

k) Tipo de encuesta

- **Según su estructura:** real y oportuna
- **Según la vía de obtención de información:** Indirecta

l) Condiciones para realizar la encuesta

- a. La encuesta se realiza los fines de semana.
- b. la encuesta se la realiza al gerente propietario.

m) Población de la encuesta

- a. La encuesta se realizará en la empresa Don Capelo localizada en el cantón Nabón, sector Ñamarin.

n) Consigna y orientación para responder la encuesta

Un equipo de investigadores de la Universidad Técnica de Machala está desarrollando una investigación con el objetivo de exportar licor de Agave de la empresa Don Capelo del cantón Nabón en el 2022 mediante un plan de exportación. Para así determinar la factibilidad de posicionar el producto en mercados internacionales.

A continuación, se ofrece un cuestionario el cual debe responder con un visto en cada pregunta. La información que usted nos ofrezca será de gran utilidad para los resultados a obtener. el equipo de trabajo le garantiza confidencialidad con la información, a pesar del carácter anónimo de la encuesta

Muchas gracias

Preguntas

1 De acuerdo a la producción de la plata, ¿Cuántos litros de pulpa de Agave destilan al mes? p

100-500 ()

500-1000 ()

1000-2000 ()

2 De acuerdo a la demanda del producto ¿cuántas botellas venden al mes? p

100-500 ()

500-1000()

1000-2000()

3 ¿Está de acuerdo en internacionalizar sus productos? g

Si ()

No ()

4 ¿Considera usted que el negocio del licor es un negocio rentable?

Si ()

No ()

5 ¿considera que la planta de producción abastecerá la demanda de una venta grande al exterior?

Si ()

No ()

6 Para internacionalizarse, ¿considera que es necesario aumentar la capacidad de producción de la planta?

Si ()

No ()

7 ¿Conoce usted los requisitos necesarios para comenzar una exportación?

Si ()

No ()

8 ¿Considera que la competencia sea un problema para su empresa?

Si ()

No ()

9 ¿Cuáles son los meses de mayor productividad? p

Enero-Junio ()

Julio-diciembre ()

Todo el año ()

10 ¿considera que la venta en el exterior beneficiara a los proveedores de la pulpa del

Agave?

Si ()

No ()

ENTREVISTA

o) Indicador de los elementos formales de la entrevista

Institución	Don Capelo
Lugar	Nabón – Ñamarin
Fecha	21 de agosto de 2022
Hora	10:00 am
Entrevistadores	Alexis Heras – Jonathan Pazmiño



p) Formular los objetivos de la entrevista

- Evaluar la situación actual del mercado nacional con visión a la exportación
- Identificar las oportunidades del mercado estadounidense

q) Tipo de entrevista

- **Según su estructura:** estructurada
- **Según la cantidad de entrevistadores:** individual

r) Condiciones para realizar la entrevista

- a. La entrevista se realiza los fines de semana.
- b. la entrevista se la realiza al gerente propietario.
- c. Cámara de video-micrófono

s) Población de la entrevista

- a. La entrevista se realizará en la empresa Don Capelo localizada en el cantón Nabón, sector Ñamarin.

t) Preguntas

- 1** En su opinión, ¿Qué diferencia al licor de agave de Don Capelo al resto de licores de marcas 100% ecuatorianas?
- 2** ¿Usted tiene conocimiento acerca de los procesos que se llevan a cabo para realizar exportaciones de licor al exterior?
- 3** ¿Qué opina usted sobre la internacionalización de los licores?
- 4** ¿cree usted que un plan de exportación de su producto le traerá algún tipo de beneficio?
- 5** ¿Considera usted que la empresa está totalmente equipada para abastecer la demanda del producto?
- 6** ¿la empresa cuenta con toda la certificación para su distribución?
- 7** ¿cuenta con un presupuesto estable para realizar el proceso de exportación?
- 8** ¿Considera que el licor de agave ecuatoriano pueda llegar a tener un alto nivel de consumo y popularidad en el mercado estadounidense
- 9** ¿Considera que los acuerdos comerciales otorgan facilidades para que los productores de licor puedan vender sus productos a EEUU?
- 10.** En su opinión, considera que las ferias internacionales son la mejor manera para que el licor de agave pueda ganar reconocimiento