



Industria cervecera colombiana: un análisis desde su comercio internacional

Palabras clave: comercio internacional, comercio intraindustrial, Colombia, industria cervecera.

Resumen

Esta investigación se centra en analizar la dinámica de la industria cervecera colombiana con base en su comercio internacional, incluyendo mediciones de comercio intraindustrial. La metodología implementada tiene un enfoque cualitativo en el análisis e interpretación de la información obtenida, desde las mediciones cuantitativas predominantes, a través de la comparación de importaciones, exportaciones, balanza y volumen de comercio, como también el índice de Grubel y Lloyd. Colombia se cataloga como uno de los mayores consumidores de cerveza en América latina, sin embargo, los datos arrojan una limitada exportación de este bien y un escaso comercio intraindustrial aun con sus principales socios comerciales.

Juan Sebastián Castellanos B.*
Christian Hoffman Sossa**

* Juan.castellanosb@uniagustiniana.edu.co

** Christian.sossaa@uniagustiniana.edu.co

Negocios Internacionales
Universitaria Agustiniiana

Recibido: 11 de marzo de 2022 |

Aceptado: 24 de marzo de 2022

¿Cómo citar?

Castellanos, J. y Sossa, C. (2022). Industria cervecera colombiana: un análisis desde su comercio internacional. *Expresiones, Revista Estudiantil de Investigación*, 9(17), 51-59.





Introducción

La industria cervecera se caracteriza en el mundo por un conglomerado de empresas, el cual tuvo un cambio notable en el año 2016 con la decisión de SABMiller de fusionarse a la multinacional belga-brasileña AB InBev en un acuerdo por US\$107 000 millones. De esta manera, quienes lideran esta industria son: AB InBev, Molson Coors, Heineken, Diageo y Carlsberg. Estos conglomerados cuentan con marcas de reconocimiento mundial, como lo son: Corona, Budweiser, Stella Artois, Miller, entre otras (Núñez-Torrón Stock, 2018).

En Colombia, la industria se ve representada en un 99% por la producción industrial, liderada por Bavaria S.A, siendo comprada en el año 2005 por el Grupo SABMiller, junto con todas las cervecerías. En Colombia, esta industria es uno de los sectores más dinámicos del país, es un negocio que mueve 9,1 billones de pesos colombianos, aproximadamente US\$2 500 millones, y cuya producción se acerca a los 22 millones de hectolitros al año. Es el tercer consumidor de cerveza en América latina, después de México y Brasil. Por lo tanto, surge la pregunta: ¿Cuál es la dinámica de la industria cervecera colombiana a partir de su comercio internacional?

El comercio internacional se ve directamente influenciado por las economías de escala y la diferenciación de los productos, hecho que genera que haya una mayor especialización, generando mayor volumen del comercio internacional. Cada país exige variedad de productos, donde las preferencias de los consumidores tienden a ser homotéticas, esto quiere decir que el consumidor destina su presupuesto a aquellos productos cuyo precio es más bajo, lo que hace que los países adopten nuevas tecnologías para lograr su inserción en el sistema comercial y las multinacionales logren extender sus redes (Helpman, 1999).

Colombia deja ver que la globalización brinda oportunidades para el crecimiento económico, pero no logra ser un país competitivo en mercados internacionales. Por un lado, se encuentran las economías desarrolladas, con una manifiesta expansión a escala global que se evidencia en el crecimiento del intercambio comercial. Por otra parte, están las economías en vía de desarrollo, que pugnan por insertarse competitivamente en el sistema comercial a partir del intercambio activo y la atracción de inversión extranjera (Oyola Castro & Padilla Delgado, 2012).

Este trabajo tiene como fin analizar la industria cervecera en Colombia, para el cual se articulan dos objetivos especí-

ficos: (i) caracterizar la industria cervecera en Colombia y (ii) contrastar las operaciones de comercio en la industria cervecera colombiana.

Dentro de las consideraciones teóricas se presentan antecedentes de investigaciones previas tanto en la industria cervecera, como en el comercio intraindustrial (CII) de Colombia, como la aproximación teórica de economías de escala (EE), competencia monopolística y el rol del CII.

Agradecimientos especiales a la revista expresiones, por ser un espacio de publicación pensado en y para estudiantes, a los evaluadores, a quienes trabajan en el proceso editorial, pero sobre todo a nuestra tutora, Catherine Valencia G y el profesor Marco Aguilera Prado, que contribuyeron para llegar de manera exitosa al objetivo del trabajo, y a la Universitaria Agustiniana - UNIAGUSTINIANA.

Marco de referencia

La industria cervecera

Colen y Swinnen compilan la evolución de esta industria de los últimos cincuenta años, donde se evidencia un cambio en el orden mundial en cuanto a las conductas de consumo y se revela una disminución en el consumo en aquellos países que eran considerados países cerveceros, mientras que la demanda aumenta de forma considerable en las economías en desarrollo (Colen & Swinnen, 2016). En el mismo sentido, (Cabras & Higgins, 2016) se dice que la industria cervecera ha venido en aumento con el desarrollo de las sociedades, en factores como las relaciones políticas y económicas. Cabe resaltar que la globalización ha sido un factor clave para los procesos de la internacionalización de la cerveza (Fanelli, 2019). En la última década se registraron cerca de 2 millones de hectolitros producidos de cervezas en un mismo año: la relación de consumo con otras bebidas alcohólicas es muy superior (Fogarty, 2010). Investigaciones recientes muestran que en Latinoamérica los países que más consumen el producto son Argentina con 9,1 litros de cerveza por persona al año, seguida por Chile con 9 Litros por persona al año, y Perú y Brasil con 8,9 litros (Fuentes, 2019).

La industria cervecera mexicana ha sufrido grandes cambios desde la apertura comercial. La empresa líder es el Grupo Modelo, un duopolio que invierte en nuevos diseños, tecnología y donde la competitividad es más elevada. Allí se desarrollan múltiples estrategias como la diferenciación del producto, pero también el Gobierno muestra un fuerte apoyo en la política comercial, que cada vez fortalece y sitúa más barreras comerciales para proteger la industria nacional. El verdadero éxito de las empresas mexicanas es el nivel de impacto que han alcanzado en mercados como Estados Unidos y países europeos como: España, Alemania, Bélgica y Suiza (Rendon & Mejía, 2005). Adicionalmente, México, tiene un valor representativo en la participación del PIB, y representa el 26,9% del total de las exportaciones de

cerveza en el mundo, registrando al 2019 US\$4,2 billones, seguido por países como Holanda (13,3%), Bélgica (12,7%) y Alemania (8,6%) (Workman, 2020). El hecho que México haga presencia en países altamente exportadores es un claro ejemplo de diversificación de producto, pero también da indicios de CII y economías de escala.

Mediciones de comercio intraindustrial

Como antecedentes en mediciones de CII en Colombia, se citan algunos acercamientos importantes para este trabajo. Inicialmente Pombo (1994) menciona cómo el comercio intraindustrial presentaba una tendencia mayor entre economías desarrolladas y entre economías de tamaños similares, dando un salto al CII en el ámbito latinoamericano que durante los noventa presentó un crecimiento acelerado entre los países de la región. Para Colombia, registró niveles en bienes diferenciados del 11.5% con los Estados Unidos y 4,1% con Europa Occidental, pues en comparación a las demás economías latinoamericanas, Colombia solo presentaba buenos índices en industrias intensivas en recursos naturales y mano de obra no calificada (Pombo, 1994).

En años posteriores (1990-2004) se hace un análisis de CII entre Colombia y la Comunidad Andina de Naciones (CAN), donde los resultados arrojaron que durante 1992-2004 el 13,5% del comercio entre Colombia y la CAN fue de carácter intraindustrial con una tendencia vertical, que se refiere a la importaciones y exportaciones de bienes similares pero diferenciados por calidad (Moreno Monroy & Posada Duque, 2007).

Más recientemente y aprovechando el acceso abierto de datos, para el 2020 se publica un análisis en términos de la medición índice de Grubel y Lloyd en Colombia, por regiones del país y por subpartidas arancelarias. Los resultados demuestran una mayor dinámica en el número de transacciones realizadas desde Bogotá, Antioquia y Valle del Cauca, con países como Estados Unidos, México y Perú. La mayoría de los productos con CII son manufacturas del plástico, manufacturas de papel, caucho y fundición de hierro y acero (Valencia González et al., 2020).

Comercio intraindustrial (CII) y economías de escala (EE)

La nueva teoría del comercio internacional evidencia factores como las economías de escala, mediante las cuales a un mayor volumen de producción se logran menores costos de medios de producción, facilitando la oferta de los productos a través de la eficiencia en la producción y la estandarización del producto al mismo tiempo (Krugman, 1979). El mismo autor señala que: "La productividad no lo es todo, pero, en el largo plazo, es casi todo. La habilidad de un país de mejorar su nivel de vida en el tiempo depende, casi



exclusivamente, de su habilidad de aumentar su producto por trabajador" (1976).

Las EE parten del supuesto de rendimientos constantes, ya que, si se duplican los factores de producción de una industria, el producto de la industria también se duplicaría. Dentro de la estructura del mercado bajo este modelo se tienen: (i) EE externa, cuando el coste unitario depende del tamaño de la industria, pero no directamente del tamaño de cada una de las empresas que conforman la industria; (ii) EE interna, se da cuando el coste unitario depende del tamaño de la empresa en individual (Krugman et al., 2012).

En un mercado en el cual se presenta competencia monopolística, pese a que la competencia existe entre estos monopolios con productos totalmente diferenciados, la diferenciación pretende que el producto se perciba como único y exclusivo. Esto permite que las empresas obtengan una mayor participación en el mercado, posibilitándoles la fijación de sus precios. Los consumidores consideran esta competencia como inexistente, por lo que aun percibiendo las diferencias existentes entre estos productos, están dispuestos a pagar precios diferentes por ellos (Krugman et al., 2012).

En este sentido, el CII sucede cuando hay EE, es decir, las EE son determinantes del patrón de comercio. Por lo tanto, el CII se define como importación y exportación de bienes o de servicios del mismo sector industrial (Krugman & Obstfeld, 2006; Krugman et al., 2012). Adicionalmente, algunos autores plantean que el CII implica que una proporción de las exportaciones de productos pertenecientes a una industria es compensada por una importación de igual valor de productos de la misma industria, y el saldo excedente del intercambio correspondería a comercio interindustrial (Cai-cedo & Mora, 2011). Por lo tanto, la presencia de CII implica empresas que puedan generar rendimientos crecientes, en otras palabras, empresas que apliquen EE.

Metodología aplicada

La metodología utilizada es de enfoque mixto, con un modelo cuantitativo predominante, ya que partiendo de las observaciones numéricas se obtienen los análisis descriptivos con respecto al enfoque cualitativo. Los datos de importaciones y exportaciones de cervezas fueron obtenidos de *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) para el periodo comprendido entre 2010 y 2018. Con respecto a las cifras nacionales se obtuvieron del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), seleccionando las subpartidas arancelarias que corresponden a los diferentes tipos de cervezas, las variables específicas para las mediciones de CII son importaciones y exportaciones.

Para las mediciones de CII se mide a través del índice de Grubel y Lloyd (IGL) y se determina el posicionamiento de la industria cervecera colombiana frente a los demás países cerveceros. La medición del IGL se realiza así:

$$GyL = \frac{\sum_{i=1}^n (Xi-Mi) - \sum_{i=1}^n |Xi-Mi|}{\sum_{i=1}^n (Xi+Mi)} \quad (1)$$

Donde X_i y M_i son las exportaciones e importaciones del producto representado por la industria. La interpretación del IGL es: igual a 1, se identifica la existencia de CII, esto quiere decir que el país en cuestión exporta la misma cantidad cervezas que la que importa. Mientras que, si es igual a 0, el país en cuestión presenta solo comercio interindustrial (Grubel & Lloyd, 1975).

Resultados

Los hallazgos de esta investigación giran entorno 3 ejes fundamentales enmarcados en los objetivos específicos del trabajo: (i) reconocer la historia de la industria cervecera en el país, (ii) analizar el comportamiento del comercio exterior de la industria cervecera en Colombia, y (iii) identificar el comercio intraindustrial a través del cálculo del índice de Grubel y Lloyd para esta industria, en el país.

Caracterización de la industria cervecera colombiana

Acercamientos históricos de la cerveza en el país se ubican desde antes de que existiera la industria cervecera como tal. El consumo de bebidas artesanales fermentadas era de normal fabricación y distribución, pues son consideradas bebidas del pueblo, pero debido a la evasión de impuestos y la falta de un control de higiene en la elaboración de estas bebidas el Gobierno empieza una persecución en contra cualquier fábrica de producción clandestina.

A partir de 1825 aparecen las primeras cervecías en el panorama colombiano. Estas fueron establecidas en las principales ciudades del país: Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga y Neiva. Luego de sesenta años, se funda la empresa productora de Bogotá, la cual cambió su razón social a Cervecía Guzmán y por último en la Cervecía Inglesa, la cual se convertiría en la primera filial de la Cervecía Bavaria adquirida por Leo Kopp, marcando el inicio de la era de la industria cervecera moderna en Colombia. Para 1887, se funda la cervecía La Esperanza con instalaciones en Floridablanca bajo el nombre de Clausen en honor al danés Christian Peter Clausen (Plano Danais, 2011).

Leo Kopp, en el año 1889, junto con Carlos Castello, inician lo que hoy en el país se conoce como Bavaria: proyecto que requería gran inyección de capital, pues este buscaba producir cerveza a nivel industrial por medio de una planta capacitada para su elaboración. Luego, en 1903, con miras de mejorar la productividad de su compañía, Leo Kopp funda su fábrica para elaboración de envases de vidrios exclusivamente para sus productos y agilizar sus procesos.

Para 1930, todas las cervecerías se enfrentaron a la gran crisis y a su vez a intentar sostenerse en el mercado frente a la competencia que representaba Bavaria. Esta prosiguió con su estrategia de abarcar el 100% de la industria cervecera colombiana. Bavaria adquiere las cervecerías de Barranquilla y Bolívar cambiando la razón social a Cervecería Águila, y para evitar caer ante la ley antimonopolio decidieron brindarle un manejo semindependiente (Martínez Rey, 2006). En 1975, la última cervecería independiente que quedaba era la cervecería Andina, la cual fue adquirida por el Grupo Santo Domingo. En este punto Bavaria logra su cometido y obtiene el 100% de la industria cervecera colombiana.

Bavaria vio necesario hacer un incremento en la producción de su planta establecida en la ciudad de Bogotá, con lo que incentivó el cultivo de cebada para la elaboración de sus productos. En su búsqueda de un mejor posicionamiento en el mercado colombiano, ampliaron su catálogo de productos, pasaron de tener la cerveza como producto insignia a producir jugos y gaseosas a la par, y refajo, una mezcla de cerveza y bebida gaseosa, llamado Cola & Pola.

Es hasta el 2005 que la compañía Bavaria fue vendida en su totalidad al grupo SABMiller, que aún hoy en día controla el 99% del mercado colombiano, mientras que el otro 1% es representado por una nueva modalidad que está tomando fuerza en el país, como lo es la cerveza artesanal. Esta industria se compone de al menos 35 micro cervecerías que compiten dentro de ese 1%.

Los diferentes tipos de cerveza se categorizan de acuerdo con el color y al grado de fermentación al momento de cerrar su proceso productivo. Se distinguen cuatro clases de cerveza: *porter*, *stout*, de trigo y *lager* (Suárez Díaz, 2013).

El estilo *porter* llega con la Revolución Industrial, se elaboró por primera vez en Londres (1722). Es una cerveza de fermentación alta, muy oscura y con un sabor muy intenso. Color casi negro, se consigue utilizando malta muy tostada. Es seca y con un contenido alcohólico entre 4,5 y 5,5%. En Inglaterra pasó por un periodo de declive llegando casi a desaparecer. Pero en los últimos años ha estado en auge en países como Estados Unidos, Alemania y Dinamarca.

A medida que el estilo *porter* se elaboraba más fuerte, empezó a conocerse como "*stout porter*". El término *stout*, que en inglés significa corpulento o sólido, se añadió para designar a las *porter* más fuertes y con más cuerpo. Según se hacían más fuertes se les conocía como *Extra stout porter*, *Imperial stout* o *Double stout*. A mediados del siglo XIX, la *stout porter* se convirtió en la bebida nacional irlandesa y algunos productores en Irlanda le quitaron la palabra *porter*, por lo que el nombre quedó sólo en *stout*. Sus características más destacadas son su color casi negro, su sabor tostado y su textura cremosa.

Las cervezas de trigo también se conocen como cervezas blancas por el aspecto como de neblina que tienen las que no están filtradas. Su característica principal es su carácter ácido, refrescante y espumoso, cerveza muy popular en las áreas donde tradicionalmente se produce, como son el sur

de Alemania y Bélgica. Tradicionalmente eran cervezas que sólo estaban disponibles en verano.

Lager es la categoría de cervezas elaboradas por fermentación baja. Hoy en día es la forma más común de hacer cerveza en todo el mundo, siendo el estilo *Pilsen* el más conocido. Sin embargo, existen otros estilos dentro de la categoría *lager* como el estilo *Múnich*, *Viena*, *Dortmund*, *bock* y *doppelbock*. Se fermenta con una levadura que trabaja a baja temperatura en la parte baja del tanque, a la que luego se le deja madurar en frío, alrededor de 0° C. Las auténticas *lager* suelen madurar por un periodo de dos a seis meses. También se caracterizan por la densidad del mosto, las mezclas de malta, el lúpulo utilizado.

Cabe señalar que la industria cervecera en Colombia concentra su producción en la cerveza tipo *lager*. La industria tiene el 99% de la producción, mientras que el 1% restante pertenece a cervecería artesanal nacional.

Comercio exterior de la cerveza en Colombia

Para asentar la investigación en términos de comercio, cabe mencionar algunos mecanismos de política comercial asociados a la cerveza. Arancelariamente, la cerveza se divide en dos categorías específicas, como se observa en la Tabla 1, donde para su adecuada clasificación se tienen en cuenta la materias primas e insumos. Obsérvense los respectivos impuestos a la importación.

En Colombia la desgravación arancelaria para este producto está sujeta a los acuerdos comerciales. Al segundo semestre del 2020, se encuentra con arancel cero para la importación de cerveza originaria de: CAN, CARICOM, MERCOSUR, EFTA, Unión Europea, Alianza del Pacífico y los países de Canadá, Estados Unidos, Honduras, Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Cuba, Venezuela y Corea del Sur.

Tabla 1. Partidas Arancelarias Cerveza

Partida arancelaria	Designación	Gravamen	IVA
2202.91.00.00	sin alcohol	15%	19%
2203.00.00.00	de malta	15%	19%

Nota. Elaboración propia con datos de MUISCA (DIAN).

Para la medición de los flujos comerciales se tienen en cuenta las operaciones de importación y exportación. La Tabla 2 evidencia una caída en las exportaciones de cerveza colombiana, mientras que la importación de este

bien presenta un comportamiento inverso. Esto indica que el consumo nacional ha aumentado notablemente y la demanda está siendo satisfecha con producción nacional e importaciones. En cuanto a la diferencia de estas dos operaciones, la balanza comercial es cada vez más deficitaria, mientras que paralelamente el volumen de comercio ha aumentado once veces más desde el 2010.

Entre los principales socios comerciales con los que actualmente revela el comercio de la industria cervecera colombiana se encuentran divididos de acuerdo con la operación de comercio exterior. Respecto a las importaciones que se observan en la Figura 1, el origen es principalmente México, seguido de Países Bajos, Estados Unidos, Alemania y Bélgica. Cabe resaltar que la participación de los países europeos se ha fortalecido desde el 2016.

Concerniente a las exportaciones, Ecuador es el principal destino de las cervezas colombianas, para el 2008 se presentó el mayor valor en las exportaciones colombianas en este sector; sin embargo, el declive en los años de estudio es evidente, como se representa en la Figura 2. Asimismo, en un informe de ProColombia para el año 2017 las exportaciones de bebidas alcohólicas disminuyeron en un 24,3%, los principales destinos son: Ecuador, Estados Unidos, España, Chile y Curasao.

Indudablemente se evidencia una mayor significancia de las importaciones que de las exportaciones en todos los periodos de estudio.

Comercio intraindustrial del sector cervecero en Colombia

En términos de CII, este se mide dependiendo los niveles de producción y especialización que las industrias que un país presente con base a un producto, en este caso la cerveza. La medición se relaciona directamente con las importaciones y exportaciones, en concordancia con la metodología de investigación. Para calcular el IGL, se seleccionaron los países que presentaba coincidencia tanto en exportaciones como importaciones. Se obtuvo que Colombia ha presentado dos momentos importantes de CII en la industria cervecera: el primero con Estados Unidos, en el año 2008, aunque no es contundente, muestra indicios de CII; el segundo momento es a partir del 2011 hasta el 2015, donde se establece CII con Chile de manera significativa y creciente, excepto por el año 2016 donde el comercio es netamente interindustrial. Obsérvese cada uno de los cálculos de IGL en la Tabla 3.

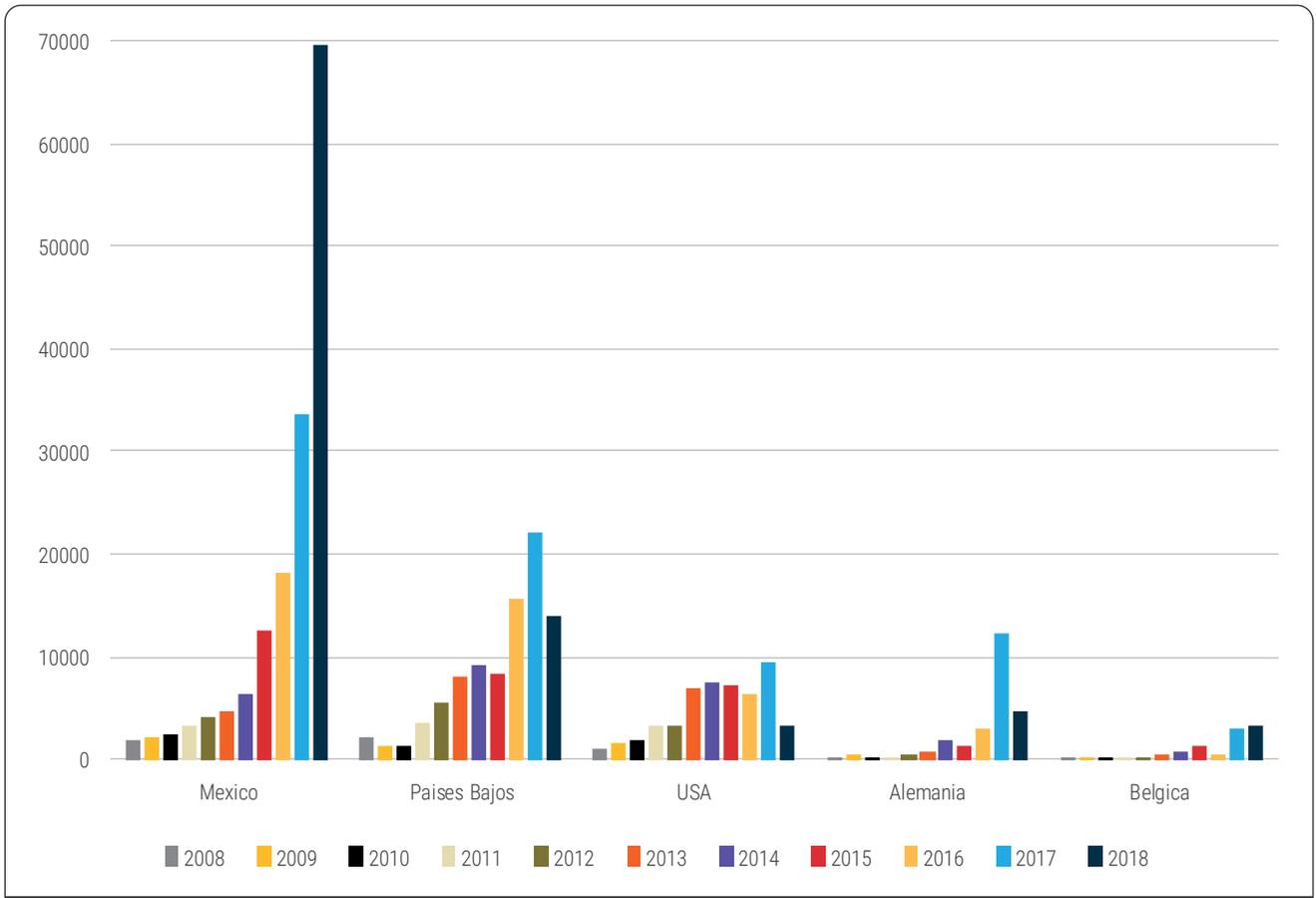


Figura 1. Importaciones de cerveza en Colombia por país de origen
 Nota. Elaboración propia con información de TradeMap (2018).

Tabla 2. Comercio exterior de la cerveza en Colombia 2008-2018

Años	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial	Volumen de Comercio
2008	6,186	8,705	-2,519	14,891
2009	2,491	8,566	-6,075	11,057
2010	1,834	7,381	-5,547	9,215
2011	1,770	11,502	-9,732	13,275
2012	2,550	16,594	-14,044	19,144
2013	2,588	25,458	-22,870	28,046
2014	2,458	29,902	-27,444	32,360
2015	1,574	34,534	-32,960	36,108
2016	919	46,104	-45,105	47,023
2017	670	84,047	-83,377	84,717
2018	1,579	99,529	-97,950	101,108

Nota. Elaboración propia con información de TradeMap (2018).

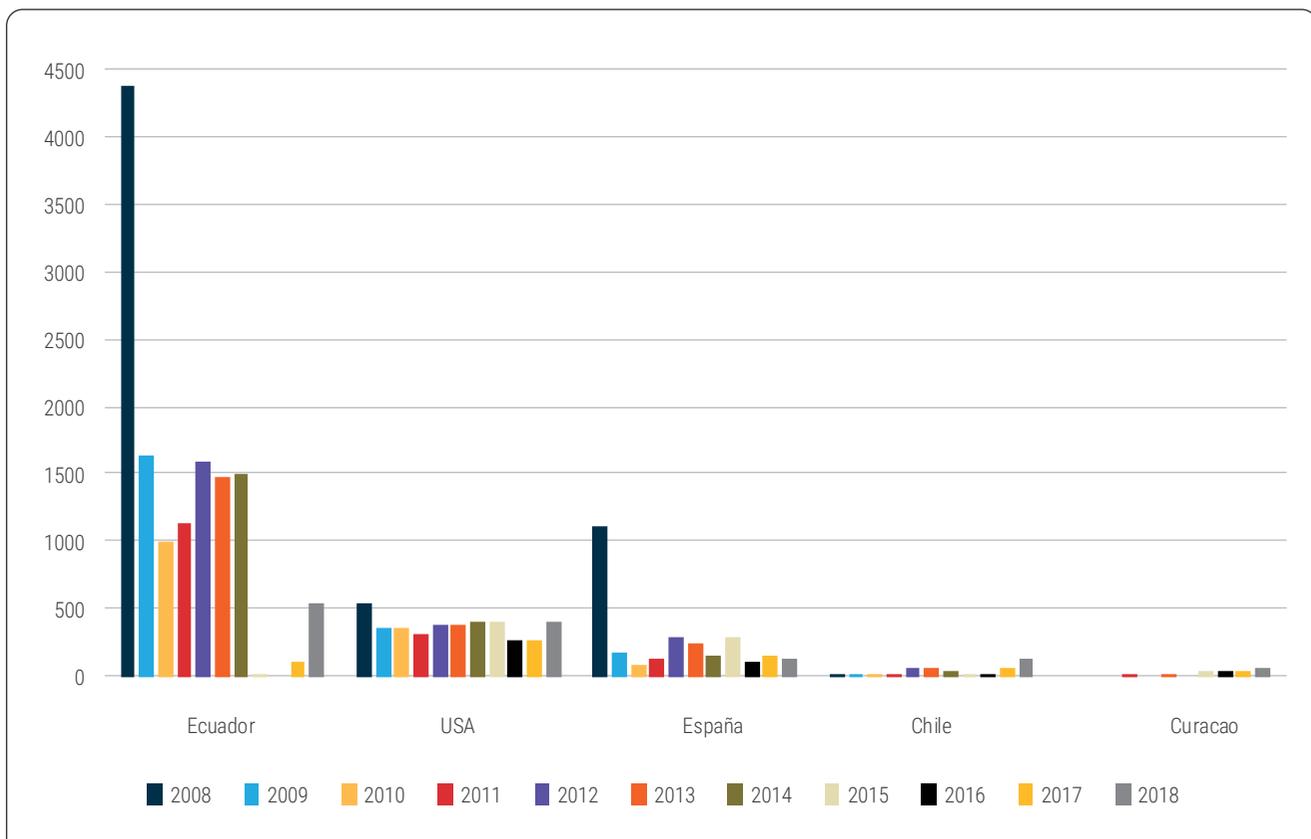


Figura 2. Exportaciones colombianas de cerveza por país de destino
Nota. Elaboración propia con información de TradeMap (2018).

Tabla 3. Resultados del IGL para la industria cervecera en Colombia

Año	Chile	España	Estados Unidos
2008	0,01	0,05	0,69
2009	0,02	0,29	0,38
2010	0,04	0,00	0,34
2011	0,88	0,00	0,19
2012	0,98	0,06	0,20
2013	0,88	0,31	0,10
2014	0,93	0,44	0,10
2015	0,73	0,27	0,11
2016	0,06	0,19	0,08
2017	0,65	0,19	0,05
2018	0,63	0,11	0,22

Nota. Elaboración propia con datos de TradeMap.

Conclusiones

Dentro del análisis expuesto, el dinamismo de la industria cervecera colombiana con base a su comercio internacional durante los años 2008 a 2018 comprueba que hay demanda insatisfecha en el mercado nacional, la cual se suple a través de importaciones provenientes de: México, Holanda y Alemania. El estudio permite inferir que la industria nacional puede aprovechar el volumen de demanda interna para aplicar economías de escala, produciendo cerveza tanto para el mercado nacional como internacional.

El volumen de comercio respecto a las subpartidas arancelarias 2202.91 y 2202.00 es creciente y dinámico, pero su dinamismo depende de una marcada desaceleración en las exportaciones y un incremento en las importaciones, lo que genera a través del tiempo una balanza comercial más deficitaria.

Desde el análisis de comercio intraindustrial para la industria cervecera colombiana, se demuestra que los países con economías similares coinciden en tener índices más altos de comercio intraindustrial, como lo es el caso de Chile. Caso contrario con Estados Unidos y España, que los niveles de comercio intraindustrial son menores. A pesar de presentar un mayor volumen de comercio internacional con Colombia hay una gran brecha en términos de capital tecnológico e industrial, lo que indica que la teoría se cumple a cabalidad para el estudio de caso aplicado.

La industria cervecera colombiana no se considera competitiva en el ámbito internacional, ya que su producción es limitada y aunque se centra en satisfacer la demanda nacional, no la cumple. Krugman claramente señala que sin productividad no hay competitividad.

Colombia ha logrado desarrollar una relación comercial que se muestra fortalecida con el pasar de los años, donde el panorama internacional con el fin de fortalecer sus economías. Con este panorama internacional, Colombia muestra ser un país flexible en su política comercial, permitiendo generar contribuciones en la industria desde las importaciones.

Esta industria tiene en el país casi doscientos años aportando a la economía nacional, con un estimado en su facturación anual por más de US\$2 000 millones, lo que representa al menos el 1% del PIB, como también generación de empleo.

El dominio del mercado nacional de cervezas es controlado por la única empresa grande, como lo es el grupo SABMiller, lo que invita a hacer futuras investigaciones sobre la competencia monopolística y medición de las economías de escala implementadas por este grande de la industria.

Referencias

- Cabras, I., & Higgins, D. M. (2016). Beer, brewing, and business history. *Business History*, 58(5), 609-624, <https://doi.org/10.1080/00076791.2015.1122713>
- Caicedo, C., & Mora, J. J. (2011). Comercio Intraindustrial Colombia-Estados Unidos: el caso de los bienes altamente tecnológicos. *Cuadernos de Economía*, 30(54), 83-104.
- Colen, L., & Swinnen, J. (2016). Economic Growth, Globalisation and Beer Consumption. *Journal of Agricultural Economics*, <https://doi.org/10.1111/1477-9552.12128>
- Fanelli, R. M. (2019). Have beer markets in European Union countries converged? *Food economy*.
- Fuertes, V. (2 de agosto de 2019). *Estos son los países que consumen más cerveza*. Obtenido de RPP Noticias.
- Grubel, H., & Lloyd, P. (1975). *Intra-Industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products*. Macmillan, <https://www.jstor.org/stable/2230917>.
- Helpman, E. (1999). The Structure of Foreign Trade. *Journal of Economic Perspectives*, 121-144, <https://doi.org/10.1257/jep.13.2.121>.
- Krugman, P. (1979). Increasing returns, monopolistic competition, and international trade. *Journal of International Economics*, [https://doi.org/10.1016/0022-1996\(79\)90017-5](https://doi.org/10.1016/0022-1996(79)90017-5).
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2006). *Economía Internacional: Teoría y Política* (7ª ed.). McGrawHill.
- Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2012). *Economía Internacional Teoría y política*. Pearson Education S.A.
- Martínez Rey, J. (2006). *Historia de la industria cervecera en Colombia*. Bogotá: SIC, https://sistemamid.com/panel/uploads/biblioteca/2016-01-10_01-15-08131082.pdf.

- Moreno Monroy, A. I., & Posada Duque, H. M. (2007). Evolución del Comercio Intraindustrial entre las regiones colombianas y la Comunidad Andina, 1990-2004: un análisis comparativo. *Lecturas de economía*, 83-117.
- Núñez-Torrón Stock, A. (19 de Marzo de 2018). *Ticbeat*. <https://www.ticbeat.com/empresa-b2b/5-companias-dominan-mercado-mundial-cerveza/>
- Oyola Castro, M. A., & Padilla Delgado, L. M. (2012). El reto frente a la globalización: la competitividad desde un enfoque sistémico. *Gestión & Desarrollo*, 9(1) 161-173, <https://doi.org/10.21500/01235834.639>.
- Plano Danais, R. (Julio de 2011). *Banrepcultural*. <https://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-260/la-industria-cervecera-en-colombia>
- Pombo, C. (1994). Comercio intraindustrial: el caso colombiano. *Coyuntura Económica*, 119-138. Obtenido de Fedesarrollo: <https://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/2263>
- Rendon R, L., & Mejia R, P. (2005). Comercio exterior y fluctuaciones cíclicas en la producción de cerveza en México. *Regional and Sectoral Economic Studies*, 8-110.
- Suárez Díaz, M. (2013). *Cerveza: Componentes y propiedades*. [Máster Universitario en biotecnología alimentaria, Universidad de Oviedo].
- TradeMap. (2018). *Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia*, Trade Map, https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c%7c1
- Valencia González , C., González Lozano, B., & Aguilera-Prado, M. (2020). Diferencias departamentales del comercio intraindustrial colombiano con Estados Unidos y Latinoamérica. En C. P., García-Castiblanco (Ed.), *Ensayos de investigación en comercio y finanzas*, 59-110. Editorial Uniagustiniana. <https://doi.org/10.28970/9789585498464>.
- Workman, D. (2020). *Beer Exports by Country*. International Trade Centre, Trade Map.

