



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

COMERCIO INTERNACIONAL Y COMPETITIVIDAD DEL VINO

PERUANO 2008-2016

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

FIGUEROA CONTRERAS, CLARA IRAIDA

ASESOR:

DR. CARLOS A. CHOQUEHUANCA S.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA - PERÚ

2017

Página del Jurado

Dr. Choquehuanca Saldarriaga, Carlos A.

Mstro. Maldonado Cueva, Percy D.

Mstro. Guerra Bendezu, Carlos

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico a mi madre, que fue la que estuvo año tras año con su apoyo incondicional y empuje para seguir adelante.

Agradecimiento

Agradezco a mi madre y mi madrina, quienes con su esfuerzo me brindaron la educación. Asimismo, agradezco a mis docentes que me brindaron el apoyo necesario en cada duda interpuesta.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Clara Iraida Figueroa Contreras con DNI N° 48239030, a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión, tanto en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 06 de julio de 2017

Clara Iraida Figueroa Contreras

Presentación

El presente trabajo se centra en el estudio del comercio internacional y competitividad del vino peruano durante el período del 2008 al 2016, teniendo como objetivo principal demostrar la competitividad de nuestro vino en el gran mercado internacional.

Para llevar a cabo este estudio hemos recopilado información estadística de valor, volumen y precio de exportación anual de los diferentes países del mundo que más comercializan el vino.

Con el fin de conseguir el objetivo del presente trabajo se ha estructurado en siete capítulos.

En el capítulo 1 se presenta a modo de introducción general, unos breves detalles acerca de la realidad problemática de la investigación, además se presenta los trabajos de investigación de distintos autores que anteriormente han investigado sobre temas relacionados con nuestro problema general o con las variables de investigación. Luego, con la ayuda de diferentes autores, definiremos nuestras dos variables de investigación. Por último, se formulará un problema general y los problemas específicos.

En el capítulo II, explicaremos la metodología de nuestra investigación, definiremos nuestro diseño de investigación y explicaremos nuestras variables de operacionalización y como las vamos a medir.

En el capítulo III, detallaremos los resultados de la búsqueda de nuestra investigación a través de gráficos mostrando la comercialización mundial que se ha presentado en los últimos años.

En el capítulo IV, interpretaremos y analizaremos los resultados de la investigación mediante ellos, surgirán los elementos para plantear las conclusiones de nuestra investigación.

En el capítulo V, presentaremos nuestras conclusiones después de analizar e interpretar los resultados.

En el capítulo VI, plantearemos algunas recomendaciones después de haber interpretado y dado nuestras conclusiones.

En el capítulo VII, colocaremos las referencias bibliográficas reglamentadas por la norma APA, donde obtuvimos las definiciones de nuestras variables de estudio; respetando la autoría intelectual.

ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria	03
Agradecimiento	04
Declaratoria de autenticidad	05
Presentación	06
Índice	08
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1 Realidad Problemática	12
1.2 Trabajos previos	13
1.3 Teorías relacionadas al tema	14
1.4 Formulación del problema	20
1.4.1 Problema General	20
1.4.2 Problemas Específicos	20
1.5 Justificación del estudio	21
1.6 Hipótesis	21
1.6.1 Hipótesis General	21
1.6.2 Hipótesis Específicas	21
1.7 Objetivos	22
1.7.1 Objetivo General	22
1.7.2 Objetivos Específicos	22
II. MÉTODO	23
2.1 Diseño de investigación	23
2.2 Variables, Operacionalización	23
2.3 Población y muestra	23
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	23
2.5 Métodos de análisis de datos	23
2.6 Aspectos éticos	23
III. RESULTADOS	24
IV. DISCUSIÓN	52

V.	CONCLUSIÓN	53
VI.	RECOMENDACIONES	54
VII.	REFERENCIAS	55
	ANEXOS	61
	Anexo 1. Matriz de consistencia	62
	Anexo 2. Juicio de expertos	63
	Anexo 3. Lista de los principales países exportadores de vino 2008-2016, valor de exportación, en millones de US\$	65
	Anexo 4. Lista de los principales países exportadores de vino 2008-2016, precio de exportación, en US\$.	66
	Anexo 5. Lista de los principales países exportadores de vino 2008-2016, volumen de exportación, en toneladas.	67
	Anexo 6. Lista de los principales países importadores de vino 2008-2016, valor de importación, en millones de US\$.	68
	Anexo 7. Lista de los principales países importadores de vino 2008-2016, volumen de importación, en toneladas.	69
	Anexo 8. Lista de los principales países importadores de vino 2008-2016, precio de importación, en US\$.	70
	Anexo 9. Productividad de los principales países exportadores de vino 2008-2016, expresado en toneladas.	71
	Anexo 10. Costo de producción de uva de los principales países competidores de vino 2008-2016, expresado en US\$ por toneladas.	72

RESUMEN

El presente trabajo fue realizado con el objetivo de determinar el comercio internacional del vino, para lo cual se desagregó en exportación e importación para luego determinar de la competitividad del vino peruano en términos de productividad y costó unitario de producción.

De esta manera, se procedió a recopilar información de diferentes fuentes como libros virtuales, páginas institucionales y tesis, para que de esta manera se sustente y pruebe dicha relación.

Palabras claves: comercio internacional, competitividad

ABSTRACT

The present work was carried out with the objective of determining the international trade of wine, for which it was disaggregated in export and import and then determine the competitiveness of Peruvian wine in terms of productivity and unit cost of production.

In this way, we proceeded to collect information from different sources such as virtual books, institutional pages and theses, in order to support and prove this relationship.

Key words: international trade, competitiveness.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

Los últimos años han sido óptimos para las exportaciones peruanas en el mercado internacional, favoreciendo a muchas de las industrias y empresas peruanas, las cuales han logrado gran acogida de los productos peruanos en el mundo. Sin embargo, existen aún muchos problemas en lo que respecta al comercio entre el Perú y el mundo, poco a poco se están dando nuevas.

En la actualidad la Industria Vitivinícola no es una de las más importantes ni expansivas en la región peruana, en comparación con la industria agrícola, minera, maderera, pesquera, entre otras. Dichas industrias conforman la mayor cantidad de exportaciones del Perú.

A nivel internacional la Industria Vitivinícola es más desarrollada, productiva y comercializada, gran parte de lo producido en cada región es exportada a diferentes países al exterior, lo que no sucede en el Perú, ya que sólo se distribuye gran parte de la producción a nivel nacional. Los países como Chile y Argentina distribuyen más del 50% de su producción a la exportación.

A pesar de que las exportaciones de vino peruano hayan alcanzado niveles altos en comparación a años posteriores, el nivel es mínimo en comparación a lo exportado por nuestra competencia directa en América del Sur, es decir Chile y Argentina.

La mayor producción de vino se da en los departamentos de Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna

Uno de los principales problemas en la producción del vino en el Perú es la falta de tecnología en la producción, ya que la producción es rústica, usan medios antiguos, deben implementarse nuevas formas de producción, mayores conocimientos sobre tecnologías de extracción y procesamiento, de esta manera la calidad del vino producido alcanzará mayores estándares de calidad y así poder competir internacionalmente.

La industria vitivinícola nacional está compuesta por pocas empresas que concentran una buena parte de la producción, siendo los principales productores Tacama, Taberero, Santiago Queirolo y Ocucaje.

1.2 Trabajos previos

Yi (2008, p. 5) en su tesis llegó, entre otras, a la siguiente conclusión:

Las compañías productoras de vino en el Perú se ubican dentro de un marco favorable y muy competitivo tanto en el mercado nacional como en el exterior. Esto es debido al incremento progresivo de la producción nacional de vinos, al crecimiento del consumo interno, a las mayores exportaciones de vinos peruanos y a una alta competitividad de los vinos importados en el mercado local. A pesar de estos índices de crecimiento tan favorables para el país, estos son muy bajos comparados con el crecimiento anual de otros principales países productores de vino como lo son Chile, Argentina, Australia, etc.

ProChile (2012, p. 23), en su informe opina que:

El mercado peruano, tiene potencial para la comercialización de vino, el consumo per-cápita es inferior a 1,5 lt. Consideramos se debe realizar un gran esfuerzo en la promoción y difusión para aumentar el consumo y consolidar la penetración de las viñas ya presentes. El público consumidor está más abierto al consumo de los productos sustitutos, por razón de precio y de costumbre.

Véliz (2016, p. 13) en su tesis sostiene que:

El mercado peruano de vinos experimentó durante los últimos años un crecimiento sostenido, con un único año de caída (2009) ligado a la coyuntura económica y un 40% de aumento acumulado en los últimos cinco años. El mercado de vinos está principalmente conformado por vinos dulces (50%), ya que no existe una cultura vinícola generalizada.

Lima (2016, p. 70) en su estudio opina que:

Asimismo, a medida que las viñas desean producir vinos de mejor calidad, deben incurrir en cada vez mayores costos fijos. No solamente deben incurrir en mayores costos de producción por kilo de uva, sino también ir incorporando todos los avances tecnológicos señalados en la sección anterior y la participación y monitoreo de enólogos en toda las etapas del proceso de producción de la uva y vino (los cuáles monitorean la calidad del vino que se va produciendo y pueden decidir las mezclas adecuadas para obtener vinos con distintas características sensoriales), lo cual implica cada vez mayores costos fijos de producción.

Instituto de Comercio Exterior (ICEX) (2012, p. 7) en su estudio sostiene que:

El mercado peruano está cuantitativamente dominado por los productores locales, que copan cerca del 80% del mercado. El vino peruano es en general

de menor calidad y precio que los importados. En 2011 se observa una marcada diferencia entre la evolución de las importaciones (+17,1% frente a 2010) y de la producción local (-1,8%). No puede decirse, sin embargo, que exista una tendencia sostenida al aumento de peso de las importaciones en la cobertura de la demanda local en los últimos años.

Gennari y Estrella (2015, p. 8) cree en su informe que:

Las oportunidades de negocio en el mercado del vino en Perú vienen dadas por el incremento de la demanda de productos alcohólicos. Entre los factores explicativos de este fenómeno están el aumento del poder adquisitivo de la población, la expansión de los supermercados (sustituyendo al comercio tradicional), el desarrollo de la actividad turística, y el apogeo de la gastronomía.

Izaguirre (2015, p. 15) en su informe sostiene que:

Pese a encontrarse en la franja ecuatorial, la costa peruana tiene un clima relativamente seco, sin temperaturas extremas, lo cual permite el cultivo de la vid. Los altos índices de radiación solar favorecen especialmente la producción de vinos dulces (y de pisco), mientras que en el caso de los blancos y sobretodo los tintos se hace necesario cultivar en zonas con temperaturas mínimas más bajas, y manejar cuidadosamente el tipo de uva y el momento de recogida. Sin perjuicio de esto, los factores climáticos no son tan favorables como en Chile y Argentina para la producción vinícola a gran escala, lo que ha impedido que se desarrolle en el país una tradición de producción y consumo de vino.

Van Der Weij (2013, p. 18) en su tesis sostiene que:

España es el primer país en cuanto a superficie de viñedo del mundo, aproximadamente 1.105.000 hectáreas, sin embargo, se sitúa en el tercer puesto en cuanto a volumen de producción. Esto es debido a los bajos rendimientos que se obtienen por hectárea.

Ordoñez (2012, p. 12) en su tesis opina que “los vinos y espumantes peruanos tienen un crecimiento de 11% promedio anual. Por cada 10 vinos comercializados en el mercado 5 fueron peruanos, 2 argentinos, 2 chilenos y los restantes se repartían entre España, Italia, Francia y Alemania”.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Comercio Internacional

A. Definición

Sotelo (2008, p.6) define al comercio internacional como “El

intercambio de los bienes de capital y de consumo, así como de los servicios, entre Estados políticamente independientes o residentes de los mismos”

Caballero y Padín (2006, p.2) definen el comercio internacional como la: “La actividad económica de intercambiar bienes, valores, servicios y conocimientos entre dos o más personas, en una sociedad donde se compran, se venden o se cambian mercaderías que han sido producidas para el consumo”

Canta, et al (2014, p.15) sostienen que: “El comercio internacional se refiere a movimientos comerciales y financieros que desarrolla un Estado con particulares de otro país o entre dos Estados diferentes. Tiene un carácter universal, siendo regido por el derecho internacional público”

B. Dimensiones

El comercio internacional se ha desagregado en dos dimensiones: exportación e importación

El Código Aduanero. Artículo 52, define que la exportación “consiste en la salida de plaza, para ser consumidas en el exterior del territorio aduanero nacional de mercaderías nacionales o nacionalizadas, sujeta al pago de tributos o al amparo de las franquicias correspondientes”

Daniels, Radebaugh y Sullivan. (2010, p. 491) definen la exportación como “la venta de los bienes o servicios producidos por una empresa localizada en un país a clientes que residen en otro país”.

Ventura (2011) define a la exportación como “cualquier bien o servicio el cual es enviado desde un país a otra parte del mundo. Es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios que se trasladan de un país a otro”

Sunat (2016) define a la exportación como un “Régimen aduanero por el cual, se permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. Para ello la transferencia de bienes debe efectuarse a un cliente domiciliado en el extranjero”

SIICEX (2013) sostiene que la exportación “es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afectada a tributo alguno”

Sunat (2016) define la importación como “Un régimen aduanero que permite el ingreso legal de mercancías provenientes del exterior, para ser destinadas al consumo”.

Hernández (2004) considera que:

La importación consiste en introducir bienes y servicios del exterior al país. Es necesario señalar que puede ser de dos tipos la definitiva y la temporal, la primera significa que el bien se consume o se utiliza en el país que lo importa; en el segundo caso, el bien sufre modificaciones o transformaciones y es reexportado en un plazo determinado.

“La importación consiste en la introducción a plaza para el consumo de mercaderías procedentes del exterior del territorio aduanero nacional, sujetas al pago de tributos o al amparo de las franquicias correspondientes”. (Código Aduanero, Artículo 49).

SIICEX (2015) define a la importación como “Régimen aduanero que permite el ingreso legal a consumo de un bien o servicio de origen extranjero”

La Asociación Nacional de Agentes de Aduana en su glosario de términos define la importación como un “Ingreso legal al territorio nacional de mercancía extranjera para su uso o consumo en el país”

C. Medición

Para medir la exportación utilizaremos como indicadores: el volumen de exportación, el valor de exportación y precio de exportación.

BCRP (2016) define que el volumen de exportación es la medida física de las mercancías exportadas.

Aladi (2016) define que el valor de exportación corresponde al valor total de las mercancías que se restan del acervo de recursos materiales de un país debido al movimiento de salida de los bienes al exterior a todo destino, que es registrado por las aduanas.

Sotomayor (2003, p.28) menciona que “El precio de exportación es

el valor consignado en la factura comercial y que es cobrado por el exportador al importador. Este es el precio fijado en la compraventa internacional celebrada y que da el valor de los productos que son exportados

Para medir la importación utilizaremos como indicadores: El volumen de importación, el valor de importación y precio de importación”.

Fundación Fenosa (2016) define al precio de exportación como el precio de venta que permite al fabricante/exportador recuperar los costos (industrial, administrativo, financiero, y comercial; vinculados con la exportación) más la utilidad (razonable beneficio) que incluye un retorno relacionado con el esfuerzo empresarial realizado y el riesgo en función del capital comprometido.

D. Teorías

Smith (1958) en su teoría de ventaja absoluta sostiene que:

Las naciones cuentan con ventaja absoluta cuando el país cuenta con una destreza para producir un bien utilizando menores factores de producción y disminuyendo el tiempo de producción. Por ello los países deben especializarse en aquellos productos que cuentan con ventaja absoluta.

Ricardo (1950), en su teoría de ventaja comparativa sostiene que:

Cada país dedica su capital y trabajo a los empleos que le son más beneficiosos, utiliza más eficazmente las facultades peculiares y distribuye el trabajo más eficaz y económicamente. Con esto difunde el beneficio general, uno por medio de los lazos del interés y el intercambio, la sociedad universal de las naciones, ya que es más fácil importar aquellas cosas que cuestan más producir y exportar aquellas que podemos producir más cómodamente, más beneficioso aplicar todo el capital a aquello en lo que somos buenos produciendo, que a aquello que nos cuesta más. (Pp.100-113)

Heckscher y Ohlin (1933) en su teoría señala que los países se especializan en la exportación de los bienes, cuya producción es intensiva en el factor en el que el país es abundante, mientras que tienden a importar aquellos bienes que utilizan de forma intensiva el factor que es relativamente escaso en el país

Mill (1873) en su teoría de la demanda recíproca menciona que:

Cuanto más produce un trabajo esto significa que la relación real de intercambio estará determinada por la fuerza de la demanda de cada país por los productos del otro estableciendo de este modo la relación de libre comercio entre países. Otro punto importante que mencionaba es que debía haber un equilibrio entre exportaciones e importaciones y que las ganancias del comercio dependían de la demanda recíproca entre estos reflejándose en el intercambio de los países. El valor de una mercancía se ajusta por sí mismo, de tal manera que demanda y oferta se equilibran

1.3.2 Competitividad

A. Definición

Alic (1997) sostiene que la competitividad es la “Capacidad de las empresas de un país dado para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países”

Martínez (2007) define a la competitividad como “Capacidad por parte de las empresas de mantener o aumentar su rentabilidad en las condiciones que prevalecen en el mercado”

Instituto Mexicano para la Competitividad (2012) define a la competitividad como “una forma de medir la economía en relación a los demás, es como una carrera donde importa que tan bien le va a uno respecto a los otros, en otras palabras la competitividad es la capacidad para atraer y retener talento e inversión”.

Asociación Española para la Calidad (2016) sostiene que la competitividad “es una característica que deben tener las organizaciones para sobrevivir dentro de un mercado saturado, puesto que si no se consigue una alta competitividad la empresa tiende a la desaparición”

B. Medición

Para medir la competitividad, hemos utilizado los siguientes indicadores: productividad y costo unitario de producción.

Levitán (1984) considera que:

La productividad es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios; traducida en una relación entre recursos utilizados y

productos obtenidos, denotando además la eficiencia con la cual los recursos -humanos, capital, conocimientos, energía, etc.- son usados para producir bienes y servicios en el mercado.

Garay (1998, p.544) define la productividad como “la capacidad de las unidades productivas para afectar positivamente el nivel del producto en condiciones en las cuales se mantienen prácticamente invariables las cantidades de los factores que intervienen en el proceso productivo”.

Según Kazukiyo (1992) La productividad es una expresión de la fuerza productiva y da cuenta del momento cualitativo del proceso de producción. La fuerza productiva expresa la capacidad de producción, mientras que la productividad expresa la calidad.

Schroeder (1992, p. 533) define a la productividad como “La relación que existe entre los insumos y los productos de un sistema productivo, a menudo es conveniente medir esta relación como el cociente de la producción entre los insumos. ‘Mayor producción, mismos insumos, la productividad mejora’ o también se tiene que ‘Menor número de insumos para misma producción, productividad mejora”.

Jiménez y Espinoza (2006) mencionan que “el costo unitario es el obtenido cuando se divide el costo total del período entre las unidades equivalentes para obtener el costo unitario total o por elemento del costo”.

Universidad Nacional Autónoma de México (2003, p. 29) define al costo unitario como un coeficiente que resulta de dividir el costo total entre los volúmenes de producción, con la finalidad de evaluar el estado de la producción, calcular la utilidad y realizar análisis de marginalidad.

Valenzuela (2014, p. 9) define que:

Los costos unitarios de producción sirven de base para evaluar los artículos terminados, en proceso y para determinar los costos de producción de lo vendido, lo cual facilita la integración de los informes contables; el estado de posición financiera, el estado de resultados y, desde luego el estado de costo de producción y venta.

C. Teoría

Para Kotler y Armstrong (2001, p. 300) todo producto nuevo lanzado al mercado tiene un ciclo de vida del producto (PLC), el curso de las ventas y utilidades durante su existencia, consta de cinco etapas bien definidas: desarrollo de producto, introducción, crecimiento, madurez y decadencia.

Fajnzylber (1988) en su teoría de la competitividad Espuria - Auténtica afirma que:

Se considera competitividad genuina o auténtica a aquella que representa una mayor productividad, mayor eficiencia, una mejor calidad, una diferenciación del producto, un sistema de distribución más adecuado. Si el objetivo último de la competitividad consiste en obtener mejoras en el nivel de vida de la población, sólo estas mejoras en la producción y distribución consiguen alcanzarlo en el largo plazo, al mismo tiempo que las empresas y los países se ubican en una posición más ventajosa en el comercio internacional. La definición propuesta por, oportunamente citada, aborda esta clase de competitividad.

Cho, D. (1994) en su teoría de los nueve factores de competitividad afirma que:

La competitividad internacional de una industria nacional puede ser definida por tener una posición de mercado superior a través de grandes beneficios y un crecimiento constante cuando se compara con los competidores. Un país no puede ser competitivo en el ámbito internacional simplemente porque tiene una o dos industrias con éxito, sino que debe tener una multitud de industrias con una fuerte competitividad. Tampoco puede una nación ser considerada competitiva a escala internacional si sus industrias son fuertes debido a algunos factores externos. Consecuentemente, una nación es competitiva en el ámbito internacional cuando tiene muchas industrias con ventaja competitiva basada en fuentes de competitividad locales comunes.

1.4 Formulación del problema

1.4.1 Problema General

¿Cómo ha sido el comercio internacional y la competitividad de la exportación del vino peruano, durante el período 2008-2016?

1.4.2 Problemas Específicos

1. ¿Cómo ha sido la exportación mundial del vino durante el periodo 2008 - 2016?
2. ¿Cómo ha sido la importación mundial del vino durante el periodo 2008 - 2016?
3. ¿Cómo ha sido la competitividad de la exportación del vino peruano durante el periodo 2008-2016?

1.5 Justificación del estudio

La principal justificación de estudio y planeación de este trabajo es básicamente la búsqueda de mejoras en el sector vitivinícola peruano, ya que siendo una de las prácticas más conocidas en el sector peruano aún no se llega a dar a conocer el vino peruano mundialmente como debe de ser. Es opacada por sus competidores directos latinoamericanos, Argentina y Chile.

El crecimiento económico ha favorecido a una mayor demanda interna de este producto, enfrentando los grandes cambios tecnológicos que el mercado propone, ya que el vino peruano tiene que llegar a obtener aún la gran calidad que exige el mercado internacional.

Sin embargo poco a poco todo esto ha sido captado y practicado por las empresas vitivinícolas.

Entre los años 2005 y 2008 se presentó un incremento importante con tasas por encima del 20% y el año 2010 alcanzó el 20,6% (Instituto de estudios económicos y Sociales Sociedad Nacional de Industrias, 2014) Pese a ello aún falta muchas características específicas de orden, planeamiento, dirección estratégica, mejora de inversiones y mayor conocimiento de la cadena de suministro, para que el sector vitivinícola peruano llegue a llenar las expectativas del consumidor internacional, llegando inclusive a sobrepasar o ser equivalente a los estándares de calidad logrados por la competencia directa, ya que tenemos el potencial, pero nos falta la estrategia y los conocimientos de mejora.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Determinar el comercio internacional y la competitividad de la exportación del vino peruano, durante el período 2008-2016.

1.6.2 Objetivos Específicos

1. Determinar la exportación mundial del vino, durante el periodo 2008-2016
2. Determinar la importación mundial del vino, durante el periodo 2008-2016
3. Determinar la competitividad de la exportación del vino peruano, durante el periodo 2008-2016

1.7 Hipótesis

1.7.1 Hipótesis General

El comercio internacional y la competitividad de la exportación del vino peruano durante el período 2008-2016, han sido favorables para el Perú.

1.7.2 Hipótesis Específicas

1. La exportación mundial del vino, durante el periodo 2008 – 2016, ha tenido una tendencia positiva.
2. La importación mundial del vino, durante el periodo 2008 - 2016 ha tenido una tendencia positiva.
3. La exportación del vino peruano, durante el periodo 2008 – 2016, ha sido competitiva.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

El diseño de investigación es no experimental.

2.2 Variables, operacionalización

Comercio Internacional. Para operacionalizar esta variable la hemos desagregado en dos dimensiones: exportación e importación. Para medir la exportación utilizaremos los siguientes indicadores: Volumen de exportación, valor de exportación y precio de exportación de los principales países exportadores de vino.

Competitividad. Para medir esta variable utilizaremos los siguientes indicadores: productividad y costo unitario de producción.

2.3 Población y muestra

En esta investigación no corresponde la distinción entre población y muestra, ya que los datos que vamos a utilizar ya existen, es decir, son datos ex post facto.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

En esta investigación, no se requiere de una técnica o instrumento especial de recolección de datos, porque como ya se ha mencionado, los datos son ex post facto.

En cuanto a la validez del contenido recurriremos a la opinión de tres expertos en el área. (Ver anexo 2)

La confiabilidad no corresponde porque los datos ya existen.

2.5 Métodos de análisis de datos

Una vez recogido los datos, se organizarán en variables, indicadores y dimensiones. Presentarlos a través de tablas, gráfico de líneas, barras y circulares.

2.6 Aspectos éticos

En este proyecto de tesis de comercio internacional y competitividad del vino peruano, se respetará los términos de propiedad intelectual de los autores de tesis, publicaciones, fuentes confiables de apoyo en mi investigación. Asimismo, se guiará de los métodos de investigación, de acuerdo con el manual APA.

III. RESULTADOS

3.1 Resultados sobre el Comercio internacional

3.1.1 Resultados sobre la Exportación

En el anexo 3 presentamos a los principales países exportadores de vino y la exportación mundial, durante el período 2008 – 2016, los cuales estarán expresados en valor, volumen, precio de exportación y su participación en los periodos analizados. Se utilizó el criterio de participación de las exportaciones de vino, para determinar a los principales países exportadores del mundo, se tomó en cuenta que la suma del porcentaje de participación de los países elegidos supere el 50% de las exportaciones mundiales de vino.

A partir del anexo 3 se ha construido el cuadro 3.1, conteniendo el valor de exportación de vino de los principales países exportadores del mundo, durante el período 2008-2016, expresado en millones de dólares americanos (US \$).

Cuadro 3.1 Valor de exportación de los principales países exportadores de vino, 2008-2016, millones US \$

Años	Valor de exportación de:				
	Francia	Italia	España	Subtotal	Mundo
2008	3,498,474	675,340	641,604	4,815,418	5,892,114
2009	2,433,970	540,791	468,192	3,442,953	4,151,964
2010	2,811,033	588,565	483,679	3,883,277	4,656,197
2011	3,231,759	763,833	545,925	4,541,517	5,555,231
2012	3,138,262	803,132	691,677	4,633,071	5,732,692
2013	3,247,120	977,009	564,026	4,788,155	5,873,536
2014	3,500,663	1,117,637	545,648	5,163,948	6,266,288
2015	3,288,563	1,091,976	482,785	4,863,324	5,774,047
2016	3,203,357	1,323,033	467,992	4,994,382	5,932,355
Total	28,353,201	7,881,316	4,891,528	41,126,045	49,834,424
Participación	56.89	15.82	9.82	82.53	100

Fuente: TradeMap

En dicho cuadro podemos apreciar que el valor de exportación de Francia sufrió una baja en el año 2009, luego logra una ligera recuperación en el año 2010, para recuperarse y mantener su crecimiento durante los años 2011 – 2013, con una pequeña baja el año 2012, asimismo se muestra que en el año 2014 logra llegar al pico más alto en su valor de exportación, y en los años 2015 – 2016

se mantiene con un valor de exportación promedio sin bajar de los 3 millones. En segundo lugar del valor de exportación mundial se encuentra el país de Italia, el cual entre los años 2008 – 2013 tiene un crecimiento mantenido del valor de exportación, pero por debajo del millón, sin embargo logra posicionarse fuertemente durante los años 2014 – 2016, logrando un crecimiento notable que supera el millón. Finalmente, España mantiene un crecimiento distorsionado en su valor exportado, sin lograr superar el millón de dólares en el valor de exportación de vino de su país, quedándose muy por debajo de los dos principales países, tal como se muestra en el gráfico 3.1.

Gráfico 3.1a Valor de exportación de los principales países exportadores de vino , 2008-2016, millones (US \$)

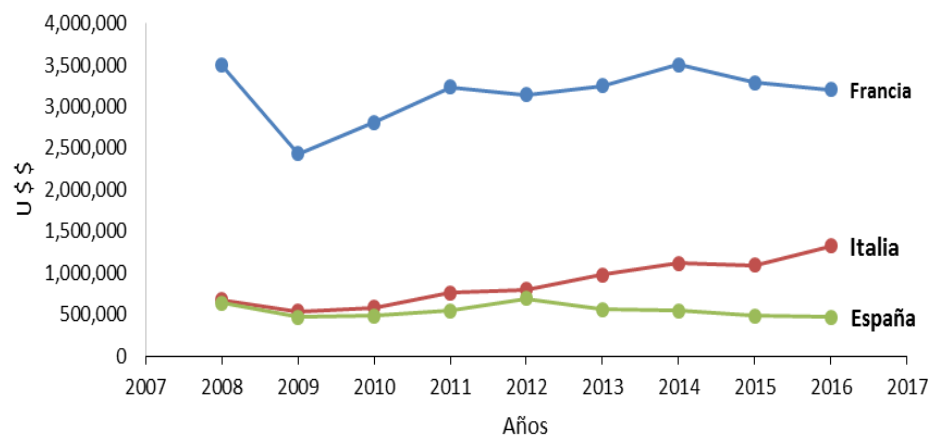
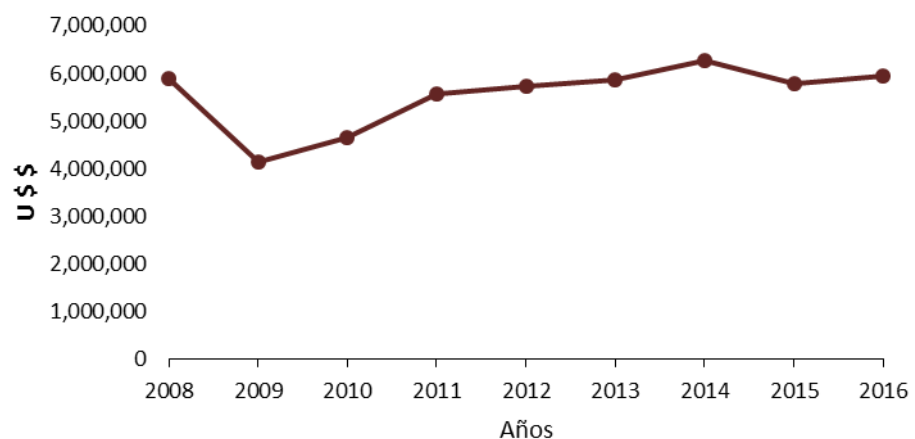


Gráfico 3.1b Valor de exportación mundial de vino, 2008-2016, millones (US \$)



Francia es el mayor exportador de vino a nivel mundial. Ha sido por los nueve años en estudio la que ha liderado el ranking de

exportación de vino al mundo, debido a la calidad de su vino por la antigüedad de sus cultivos, la gran gama de vinos que produce y una diversidad climática y geográfica. Sin embargo, en el 2009 se presenta la mayor caída en valor de exportación en miles de dólares, que se ve asociado a la gran crisis de las hipotecas subprime, que disminuyó el poder de adquisición Estados Unidos, uno de los principales importadores de vino en el mundo. Italia y España empiezan con un valor exportado no tan diferenciado, pero Italia muestra un crecimiento continuo, gracias a su principal y moderno canal de distribución, llamado la Gran Distribución Organizada (GDO), esta estrategia ha llevado el vino italiano a más mercados, ya que se basa en los mercados pequeños, asimismo también se enfocan mucho en la promoción de su vino, captando poco a poco más clientes a nivel mundial.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de exportación de Francia, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = - 9E+07 + 46299x$$

$$r^2 = 0.1413$$

Dónde: y es el valor de exportación de Francia

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el valor de exportación y el tiempo, con un bajo nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2=0.1413$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia lineal en el valor de exportación de Francia durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de exportación de Italia, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = - 2E+08 + 91927x$$

$$r^2 = 0.8923$$

Dónde:

y es el valor de exportación de Italia

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el valor de exportación y el tiempo, con un altísimo nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2=0.8923$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia lineal positiva en el valor de exportación de Italia durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de exportación de España, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = 2E+07 - 8477.2x$$

$$r^2 = 0.0851$$

Dónde:

y es el valor de exportación de España

x es el tiempo

r^2 : Coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación negativa, inversa o no proporcional entre el valor de exportación y el tiempo, con un bajo nivel de ajuste de la regresión a los datos expresados en el valor de coeficiente de determinación ($r^2=0.0851$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia lineal en el valor de exportación de España durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de exportación mundial, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = - 3E+08 - 142762x$$

$$r^2 = 0.329$$

Dónde:

y es el valor de exportación mundial

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación negativa, inversa o no proporcional entre el valor de exportación y el tiempo, con un bajo nivel de ajuste de la regresión a los datos expresados en

el valor de coeficiente de determinación ($r^2=0.329$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia lineal en el valor de exportación mundial durante el período 2008-2016.

A partir del anexo 4 se ha elaborado el cuadro 3.2, en el cual se representa el precio de exportación de los principales países exportadores de vino, durante el período 2008 – 2016, expresados en miles de dólares.

Cuadro 3.2 Precio de exportación de los principales países exportadores de vino, 2008-2016, miles (US \$)

Años	Precio de exportación de:				
	Francia	Italia	España	Subtotal	Mundo
2008	22,923	5,055	4,255	32,233	9514
2009	19,132	3,916	3,267	26,315	7872
2010	18,926	3,608	2,654	25,188	7401
2011	17,389	4,227	2,393	24,009	7329
2012	16,771	4,318	2,668	23,757	7066
2013	18,178	4,770	3,335	26,283	8170
2014	18,996	4,601	3,026	26,623	8107
2015	16,801	3,877	2,698	23,376	7119
2016	16,750	3,926	2,700	23,376	6848

Fuente: TradeMap

En dicho cuadro podemos apreciar, que el precio de exportación del vino en Francia, en el 2008, es el más alto en comparación a los años posteriores, representando el 453% del precio del vino de Italia y un 539% del precio del vino de España.

Por otro lado, Italia, en el año 2008 también tuvo un precio relativamente alto, lo que disminuyó en el año 2009, en el 2008 continuó su decrecimiento, durante los años 2011 – 2014 mantuvo un precio casi similar. Finalmente, España tuvo un en el 2008 un precio considerablemente alto en comparación al precio de los años posteriores, en el 2009 disminuye su precio de exportación, luego durante los años 2010-2012 mantiene un precio similar, que se incrementa en los años 2013-2014, para luego disminuir nuevamente su precio de exportación durante los años 2015-2016.

Gráfico 3.2a Precio de exportación de los principales países exportadores de vino, 2008-2016, miles (US \$)

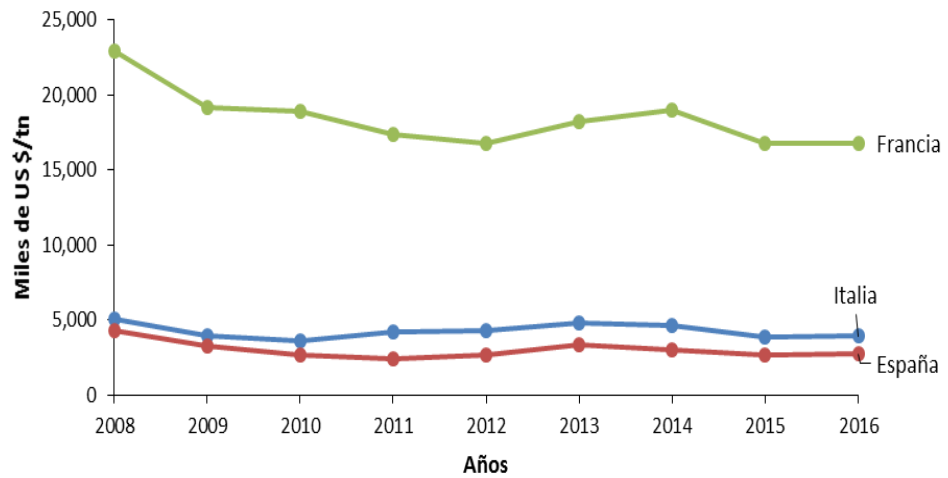
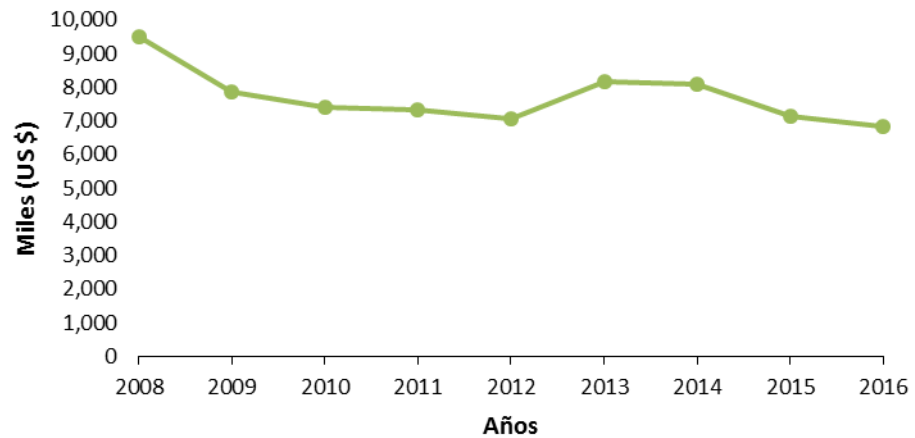


Gráfico 3.2b Precio de exportación mundial de vino, 2008-2016, miles (US \$)



Se observa que durante todos los años Francia ha mantenido un precio mucho más alto en comparación a los otros dos principales países exportadores de vino. Ello se debe al exigente proceso de supervisión y gestión de la calidad por el que pasan los vinos franceses, son sometidos a estrictos procesos. Están protegidos por Consejos Regionales, por lo que los criadores especifican detalles como el origen, edad y calidad de cada botella de vino. Los consumidores pagan por la calidad del vino francés. Además existe una estricta clasificación de sus vinos, sus viñedos son personalizados, según la uva, el clima y el suelo. Cada sector se especializa en una cepa y un vino en específico.

Si estimamos la línea de tendencia del precio de exportación de Francia, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = 1E+06 - 512.6x$$

$$r^2 = 0.5148$$

Dónde:

y es el precio de exportación de Francia

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación negativa, inversa o no proporcional entre el precio de exportación y el tiempo, con un regular nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresados en el valor de coeficiente de determinación ($r^2=0.5148$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia lineal creciente en el precio de exportación de Francia, durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del precio de exportación de Italia, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = 74809 - 35.067x$$

$$r^2 = 0.0407$$

Dónde:

y es el precio de exportación de Italia

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación negativa, inversa o no proporcional entre el precio de exportación y el tiempo, con un bajísimo nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresados en el valor de coeficiente de determinación ($r^2=0.0407$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia lineal creciente en el precio de exportación de Italia, durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del precio de exportación de

España, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = 212281 - 104.02x$$

$$r^2 = 0.2557$$

Dónde:

y es el precio de exportación de Italia

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación negativa, inversa o no proporcional entre el precio de exportación y el tiempo, con un bajo nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresados en el valor de coeficiente de determinación ($r^2=0.2557$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia lineal en el precio de exportación de España, durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del precio de exportación mundial, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = 365516 - 177.83x$$

$$r^2 = 0.3515$$

Dónde:

y es el precio de exportación mundial

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación negativa, inversa o no proporcional entre el precio de exportación y el tiempo, con un bajo nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresados en el valor de coeficiente de determinación ($r^2= 0.3515$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia lineal en el precio de exportación mundial, durante el período 2008-2016.

A partir del anexo 5 se ha elaborado el cuadro 5.1, el cual representa el volumen de exportación de los principales países exportadores de vino, durante el período 2008 – 2016, expresado en toneladas.

Cuadro 3.3 Volumen de exportación de los principales países exportadores de vino, 2008-2016, en toneladas

Años	Volumen de exportación de:				
	Italia	España	Francia	Subtotal	Mundo
2008	133,591	150,786	152,620	436,997	449,664
2009	138,081	143,323	127,223	408,627	373,799
2010	163,150	182,212	148,529	493,891	452,376
2011	180,717	228,133	185,853	594,703	529,843
2012	185,982	259,252	187,122	632,356	564,519
2013	204,808	169,119	178,627	552,554	489,922
2014	242,931	180,309	184,280	607,520	532,566
2015	281,627	178,917	195,736	656,280	561,889
2016	336,967	173,341	191,245	701,553	610,513
Total	1,867,854	1,665,392	1,551,235	5,084,481	4,565,091
Participación	40.92	36.48	33.98	111.38	100

Fuente: TradeMap

En el cuadro se puede apreciar que en el año 2009 Francia tuvo una caída considerable en volumen exportado de vino en toneladas, ello debido a la gran crisis mundial que sucedió en los E.E.U.U, afectando a todos los países socios comerciales de dicho país, ya que como sabemos, E.E.U.U es uno de los principales compradores de vino en el mundo. Poco a poco durante los años 2010 – 2014, tuvo un crecimiento un poco distorsionado, pero en subida. Luego se evidencia una gran mejoría en el año 2015, logrando una gran cantidad de volumen de vino exportado en toneladas. Sin embargo, en el año 2012, el volumen exportado de vino español tuvo un crecimiento altamente considerable, que sorpresivamente ganó al volumen exportado de Francia, ello fue causado por el aumento del consumo de vino en China en ese año. En cuanto al vino italiano, se aprecia en el cuadro un incremento altísimo en el año 2016, en comparación a los años anteriores, esto se debió al que este año Italia aumentó su producción de vino y logró posicionar mejor su vino, inclusive en los principales productores de vino, como lo son Francia, E.E.U.U, Australia y España, tal como se muestra en el gráfico 3.3

Gráfico 3.3a Volumen de exportación de los principales países exportadores de vino, 2008-2016, en toneladas

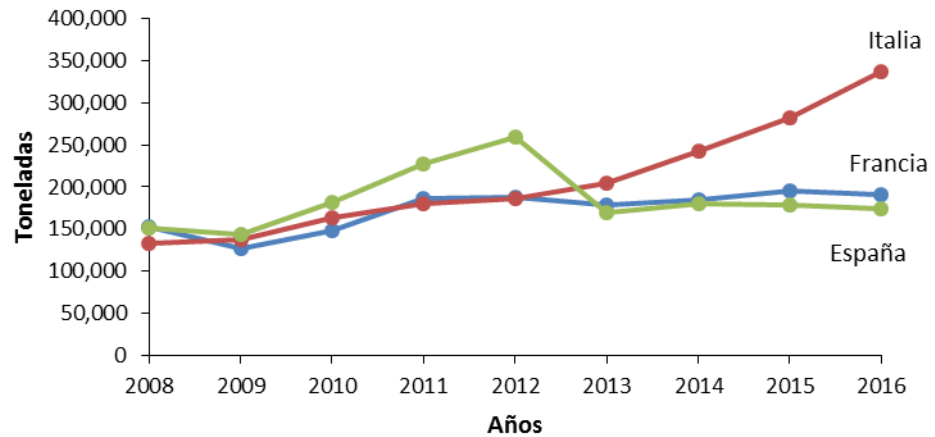
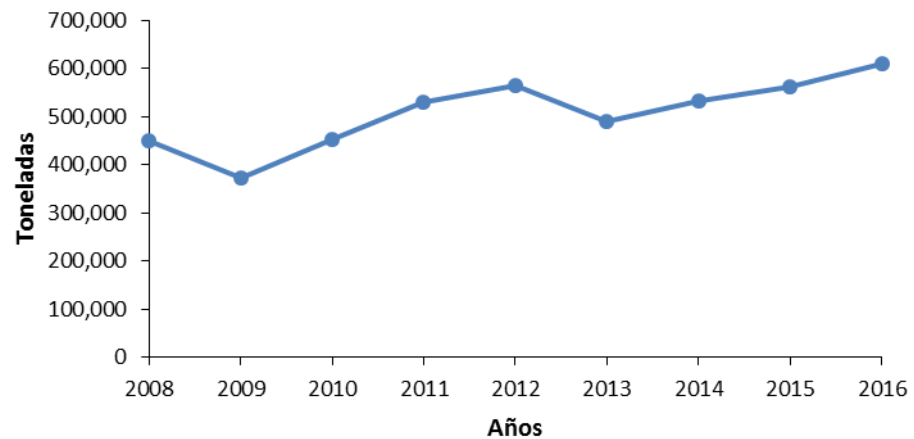


Gráfico 3.3b Volumen de exportación mundial de vino , 2008-2016, en toneladas



A diferencia del valor de exportación y del precio de exportación de vino, la participación del volumen de exportación de Francia es el más bajo, en comparación con los otros dos principales países exportadores de vino en el mundo, esto se debe a las áreas cultivadas para la producción de vino (viñedos), éstos son más extensos en los países de Italia y España, teniendo a España como uno de los primeros mundialmente en extensión de área cultivada para la producción de vino, con 954659 hectáreas de viñedos. Francia no cuenta con tantas áreas cultivadas, con aproximadamente 792000 hectáreas, pero si con áreas específicas cultivadas para cada tipo de vino.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de exportación de Francia, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = -1E+07 + 7071.9x$$

$$r^2 = 0.6699$$

Dónde:

y es el volumen de exportación de Francia

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el valor de exportación y el tiempo, con un alto nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2=0.6699$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia lineal positiva en el volumen de exportación de Francia durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de exportación de Italia, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = -5E+07 + 23797x$$

$$r^2 = 0.9196$$

Dónde:

y es el volumen de exportación de Italia

x es el tiempo

r^2 : Coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el valor de exportación y el tiempo, con un altísimo nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2=0.9196$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia lineal positiva en el volumen de exportación de Italia durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de exportación de España, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = -4E+06 + 2236.4x$$

$$r^2 = 0.028$$

Dónde:

y es el volumen de exportación de España

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el valor de exportación y el tiempo, con un bajísimo nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2=0.028$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia lineal en el volumen de exportación de España durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de exportación mundial, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = -4E+07 + 22135x$$

$$r^2 = 0.6915$$

Dónde:

y es el volumen de exportación mundial

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el valor de exportación y el tiempo, con un alto nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2=0.6915$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia lineal positiva en el volumen de exportación de España durante el período 2008-2016.

3.1.2 Resultados sobre la Importación

En el anexo 6 presentamos a los principales países importadores de vino y la importación mundial, durante el período 2008 – 2016, los cuales estarán expresados en valor, volumen, precio de importación y la estructura, en cuanto a la participación en el período estudiado (2008 – 2016). Se ha usado el criterio de participación de las importaciones de vino, para determinar a los principales países importadores del mundo, tomando en cuenta que la suma del porcentaje de participación de los países elegidos logre superar el

50% de las importaciones mundiales de vino. En el caso de las importaciones, en comparación con las exportaciones hemos elegido cinco principales países importadores de vino en el mundo, ya que si tomábamos como ejemplo sólo tres países, no obtendríamos más del 50% de las importaciones mundiales de vino.

A partir del anexo 6 se ha construido el cuadro 3.4, el cual contiene el valor de importación de vino de los principales países importadores del mundo y la importación mundial, durante el período 2008 – 2016, que estará expresado en miles de dólares americanos.

Cuadro 3.4 Valor de importación de los principales países importadores de vino, 2008-2016, miles (US \$)

Años	Valor de importación de:						
	Reino Unido	Estados Unidos de América	Alemania	Japón	Singapur	Subtotal	Mundo
2008	882,529	667,168	567,152	392,271	220,062	2,729,182	5,597,268
2009	718,831	519,396	459,888	248,274	129,059	2,075,448	4,093,852
2010	775,460	645,955	450,719	328,464	184,285	2,384,883	4,566,718
2011	829,616	810,970	573,171	370,350	232,591	2,816,698	5,410,311
2012	799,703	802,937	499,947	432,123	242,593	2,777,303	5,411,136
2013	819,965	848,483	509,422	409,504	274,121	2,861,495	5,726,086
2014	998,052	929,180	497,019	468,238	359,137	3,251,626	6,301,312
2015	948,344	1,011,564	414,849	439,494	306,395	3,120,646	5,660,163
2016	894,452	1,133,580	436,740	488,390	279,983	3,233,145	5,817,804
Total	7,666,952	7,369,233	4,408,907	3,577,108	2,228,226	25,250,426	48,584,650
Participación	15.78	15.17	9.07	7.36	4.59	51.97	100

Fuente: TradeMap

En el cuadro se puede apreciar que en el año 2009 Reino Unido, tuvo una disminución en su valor de importación, luego en el año 2010 hubo un crecimiento algo considerable, para luego en el año 2011 obtener un aumento más considerable y positivo, posteriormente durante los años 2013 – 2016 ha mantenido un crecimiento continuo. Estados Unidos tuvo una caída considerable en su valor de importación en el año 2009, al año siguiente se recuperó, durante los siguientes años, 2011 – 2014, mantuvo un crecimiento continuo con una pequeña caída en el año 2012, logrando mejoras altísimas en su valor de importación durante los años 2015 – 2016. Alemania tuvo una caída continua entre los años

2008 – 2010, al año siguiente se recuperó, en 2012 nuevamente sufrió una caída, se recuperó de manera considerable el año 2013, para luego mantener un valor de importación casi equitativo entre los años 2014 – 2016. Japón tuvo una pequeña caída en su valor de importación en el año 2009, se recuperó en el año 2010, continuando ese crecimiento hasta el año 2011, a partir del 2012 hacia adelante ha mantenido un valor de importación positivo por encima de los 4 mil dólares con una ligera caída en el año 2013. Singapur tuvo una gran caída en el año 2009, logrando recuperarse un poco al año siguiente, para luego obtener y mantener un crecimiento continuo durante los años 2011 – 2015, con una ligera caída en el año 2016; tal como se aprecia en el gráfico 6.2.

Gráfico 3.4a Valor de importación de los principales países importadores de vino, 2008-2016, miles (US \$)

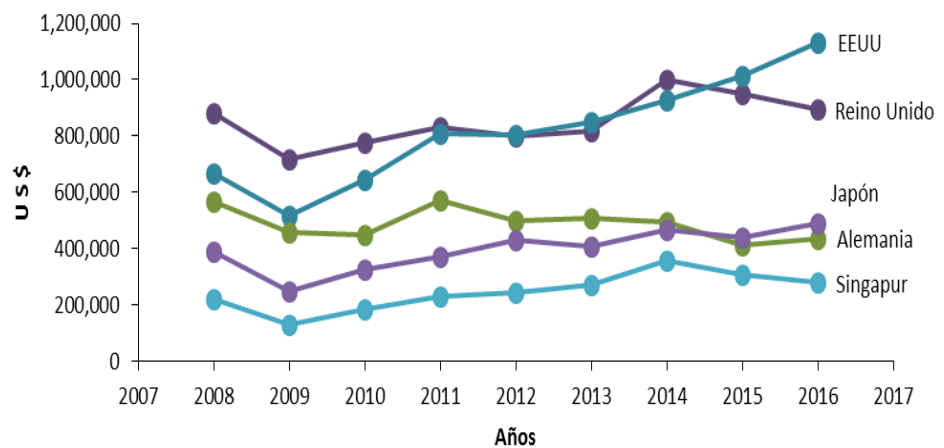
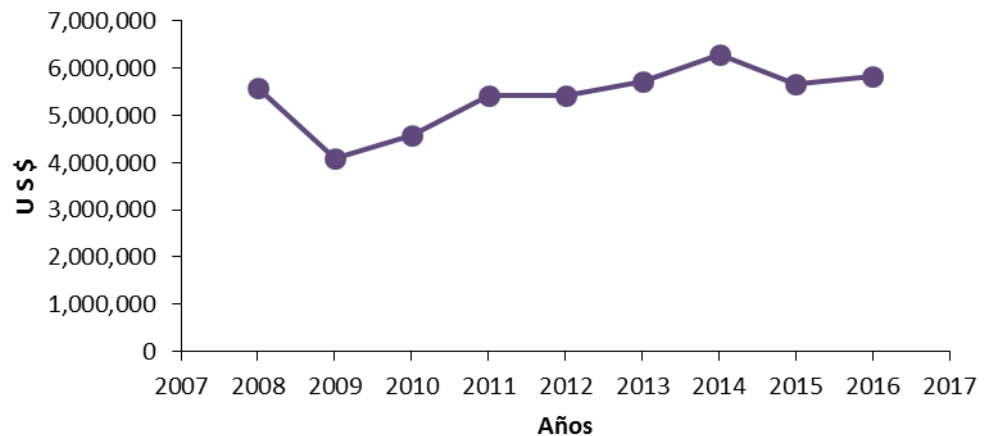


Gráfico 3.4b Valor de importación mundial de vino, 2008-2016, miles (US \$)



Reino Unido es un gran importador de vino en el mundo, sus importaciones son mayores a las exportaciones de vino, esto se debe a que existe una gran demanda de vino en el mercado interno y la producción nacional no la logra abastecer, su mercado está saturado de vinos locales y ellos tienen gran expectativa y están predispuestos a probar nuevos vinos. Estados Unidos en los últimos años ha generado una gran preferencia por la importación de vinos, ya que cuenta con un mercado joven, el cual está generando una cultura vitivinícola nueva y de nuevas experiencias en los sabores, según el último informe del Wine Market Council (WMC) de 2015, son los denominados “millennials” quienes representan el 42% del consumo de vino en los Estados Unidos, con un total de 159,6 millones de cajas. Caso contrario es lo que sucede en el país de Alemania en el cual, la gran mayoría de su población es mayor de los 65 años, por lo que este sector de personas adultas son las que tienen una gran preferencia en el consumo de los vinos.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de importación de Reino Unido, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = - 4E+07 + 19529x$$

$$r^2 = 0.3739$$

Dónde:

y es el valor de importación de Reino Unido

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el valor de importación y el tiempo, con un bajo nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2=0.3739$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia lineal en el valor de importación de Reino Unido durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de importación de Estados Unidos, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = - 1E+08 + 65769x$$

$$r^2 = 0.8884$$

Dónde:

y es el valor de importación de Estados Unidos

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el valor de importación y el tiempo, con un alto nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2=0.8884$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia lineal positiva en el valor de importación de Estados Unidos durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de importación de Alemania, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = 2E+07 - 10465x$$

$$r^2 = 0.2701$$

Dónde:

y es el valor de importación de Alemania

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el valor de importación y el tiempo, con un bajo nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2=0.2701$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia lineal en el valor de importación de Alemania durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de importación de Japón, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = - 4E+07 + 21281x$$

$$r^2 = 0.6152$$

Dónde:

y es el valor de importación de Japón

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el valor de importación y el tiempo, con un alto nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2=0.6152$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia lineal creciente en el valor de importación de Japón durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de importación de Singapur, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = - 4E+07 + 19382x$$
$$r^2 = 0.6139$$

Dónde:

y es el valor de importación de Singapur

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el valor de importación y el tiempo, con un alto nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2=0.6139$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia lineal creciente en el valor de importación de Singapur durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del valor de importación mundial, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = - 3E+08 + 156101x$$
$$r^2 = 0.4061$$

Dónde:

y es el valor de importación mundial

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el valor de importación y el tiempo, con un bajo nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2=0.4061$), lo que se interpreta en el

sentido que no existe una tendencia lineal en el valor de importación mundial durante el período 2008-2016.

A partir del anexo 7 se ha construido el cuadro 3.5, el cual contiene el volumen de importación de vino de los principales países importadores del mundo y la importación mundial, durante el período 2008 – 2016, que estará expresado en toneladas.

Cuadro 3.5 Volumen de importación de los principales países importadores de vino, 2009-2016, en toneladas

Años	Volumen de importación de:						
	Reino Unido	Estados Unidos de América	Alemania	Rusia	Bélgica	Subtotal	Mundo
2008	81,641	-	74,206	38,804	-	194,651	424,015
2009	73,421	47,891	67,660	35,845	54,112	278,929	511,966
2010	87,092	56,889	68,619	54,933	58,085	325,618	578,284
2011	62,961	69,742	81,980	71,653	70,248	356,584	725,810
2012	111,227	70,865	75,179	61,887	43,284	362,442	688,157
2013	111,177	76,830	75,835	73,223	49,968	387,033	724,004
2014	134,331	57,138	64,517	73,182	43,761	372,929	727,116
2015	151,441	95,730	65,959	45,853	38,880	397,863	724,162
2016	167,572	113,171	62,156	50,042	38,403	431,344	893,290
Total	899,222	588,256	561,905	466,618	396,741	2,912,742	5,572,789
Participación	16.14	10.56	10.08	8.37	7.12	52.27	100

Fuente: TradeMap

En el cuadro se puede apreciar que el Reino Unido en el año 2009 tuvo un volumen relativamente bajo, lo cual logró mejorar el año siguiente, sufriendo una nueva caída el 2011, del 2012 – 2016 ha mantenido un crecimiento constante y continuo del volumen de importación. Estados Unidos no llegó a importar más de 50 mil toneladas en el año 2009, por la crisis que sufrió en esos tiempos, logrando una mejora continua durante los años 2010 – 2013, para luego volver a sufrir una caída el año 2014, logrando una mejora notable en los próximos dos años siguientes. Alemania ha mantenido durante la mayoría de los años en estudio un constante crecimiento casi equivalente, llegando a su punto más alto el año 2011, y luego manteniéndose por las 60 mil toneladas importadas. Bélgica al igual que Alemania ha logrado mantener un crecimiento constante y equivalente durante los años 2009 – 2016, obteniendo

su pico más alto en toneladas importadas el año 2011, de ahí en adelante hasta el año 2014 mantuvo un monto de 40 mil toneladas, disminuyendo esta cantidad en los años 2015 – 2016; tal como se aprecia en el gráfico 3.5.

Para la creación de los gráficos no se consideró los datos desde el año 2008, ya que para el país de Bélgica y Estados Unidos no existían datos en el año 2008, así que para no alterar el orden y la correcta creación de los gráficos se consideró el período 2009 – 2016.

Gráfico 3.5a Volumen de importación de los principales países importadores de vino, 2008-2016, en toneladas

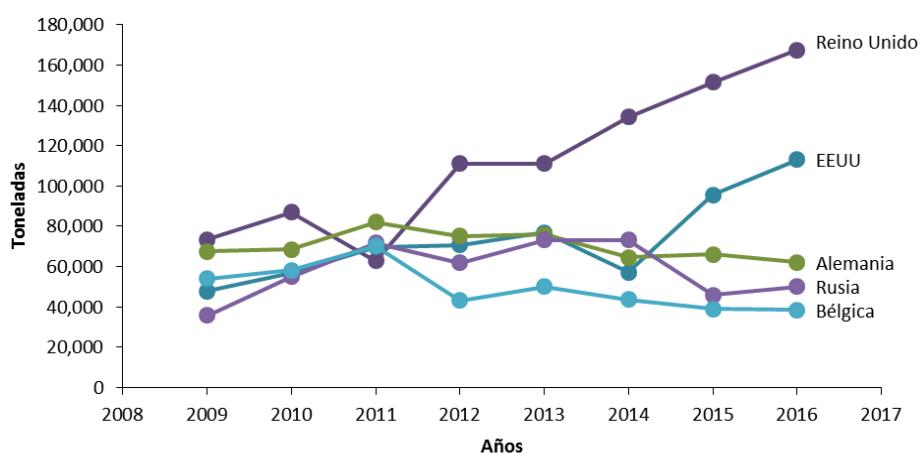
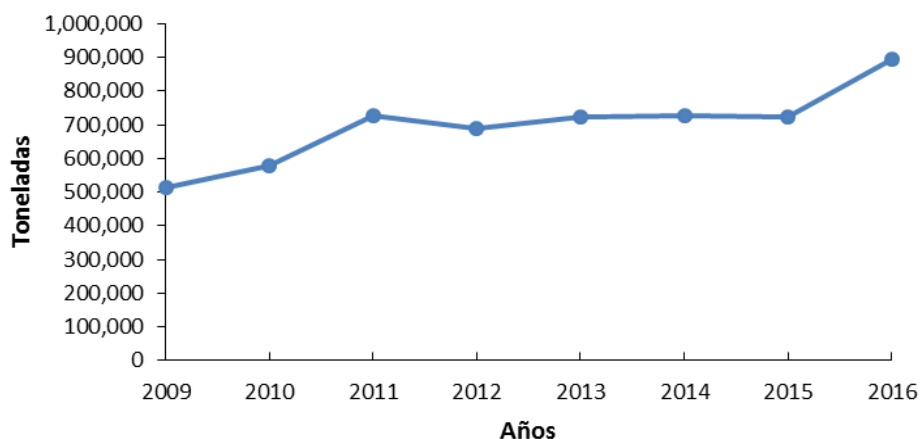


Gráfico 3.5b Volumen de importación mundial de vino , 2008-2016, en toneladas



El mercado de importación de vino ha venido incrementándose con el paso de los años, se han ido creando muchas preferencias por el consumo de esta bebida, gracias a que se está realizando y promoviendo una cultura vitivinícola, convirtiendo el mercado mundial de consumo de vino, en un buen negocio que se ve con muy buenas expectativas a seguir creciendo. Reino Unido por ello ha incrementado su volumen importado, en especial del vino italiano que viene mejorando poco a poco la calidad de sus vinos, y reduciendo un poco el precio de éstos.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de importación de Reino Unido, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = - 3E+07 + 14225x$$
$$r^2 = 0.8801$$

Dónde:

y es el volumen de importación de Reino Unido

x es el tiempo

r²: Coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el volumen de importación y el tiempo, con un alto nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresado en el valor del coeficiente de determinación (r²=0.8801), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia lineal positiva en el valor de importación de Reino Unido durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de importación de Estados Unidos, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = - 1E+07 + 7372.8x$$
$$r^2 = 0.6919$$

Dónde:

y es el volumen de importación de Estados Unidos

x es el tiempo

r² es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el volumen de importación y el tiempo, con un

alto nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2=0.6919$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia lineal positiva en el valor de importación de Estados Unidos durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de importación de Alemania, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = 3E+06 - 1232.9x$$

$$r^2 = 0.2$$

Dónde:

y es el volumen de importación de Alemania

x es el tiempo

r^2 : Coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación negativa, inversa o no proporcional entre el volumen de importación y el tiempo, con un bajísimo nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresados en el valor de coeficiente de determinación ($r^2=0.2$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia lineal en el volumen de importación de Alemania, durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de importación de Rusia, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = - 2E+06 + 832.17x$$

$$r^2 = 0.0212$$

Dónde:

y es el volumen de importación de Rusia

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación negativa, inversa o no proporcional entre el volumen de importación y el tiempo, con un bajísimo nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresado en el valor del coeficiente de determinación ($r^2=0.0212$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia lineal en el valor de importación de Rusia durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de importación de Bélgica, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = 7E+06 - 3318.6x$$

$$r^2 = 0.5552$$

Dónde:

y es el volumen de importación de Bélgica

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el volumen de importación y el tiempo, con un regular nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresados en el valor de coeficiente de determinación ($r^2=0.5552$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia lineal creciente en el volumen de importación de Bélgica, durante el período 2008-2016. Si estimamos la línea de tendencia del volumen de importación mundial, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = -8E+07 + 40934x$$

$$r^2 = 0.7807$$

Dónde:

y es el volumen de importación mundial

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el volumen de importación y el tiempo, con un alto nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresados en el valor de coeficiente de determinación ($r^2=0.7807$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia lineal creciente en el volumen de importación mundial, durante el período 2008-2016.

A partir del anexo 8 se ha elaborado el cuadro 3.6, en el cual se representa el precio de exportación de los principales países importadores de vino, durante el periodo 2008 – 2016, expresados en miles (US \$).

Cuadro 3.6 Precio de importación de los principales países importadores de vino, 2008-2016, miles (US \$)

Años	Precio de importación de:						
	Japón	Estados Unidos de América	Alemania	Reino Unido	Bélgica	Subtotal	Mundo
2008	17,021	-	7,643	10,810	-	35,474	352,424
2009	12,094	10,845	6,797	9,791	5,795	45,322	306,032
2010	13,803	11,355	6,568	8,904	4,802	45,432	290,598
2011	14,930	11,628	6,992	13,177	4,614	51,341	287,287
2012	14,740	11,331	6,650	7,190	7,629	47,540	278,202
2013	14,355	11,044	6,718	7,375	7,434	46,926	290,723
2014	14,018	10,779	7,704	7,430	8,241	48,172	301,941
2015	12,918	10,567	6,289	6,262	6,809	42,845	257,844
2016	13,747	10,017	7,027	5,338	6,563	42,692	252,518

Fuente: TradeMap

En el cuadro apreciamos que Japón tiene el precio de importación más alto durante los años estudiados, empezando por el año 2008 en el cual el precio de importación fue altísimo, en cambio Bélgica tiene un crecimiento distorsionado con subidas y bajadas considerables en el precio de importación, finalmente Alemania durante los años 2009 – 2014 mantiene un crecimiento continuo de su precio de importación, tal como se aprecia en el gráfico 3.6.

Gráfico 3.6a Precio de importación de los principales países importadores de vino, 2009-2016, miles (US \$)

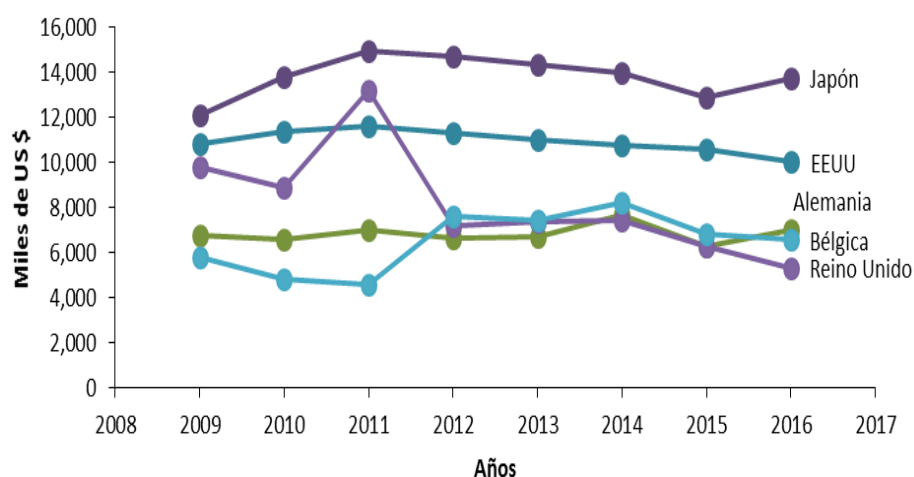
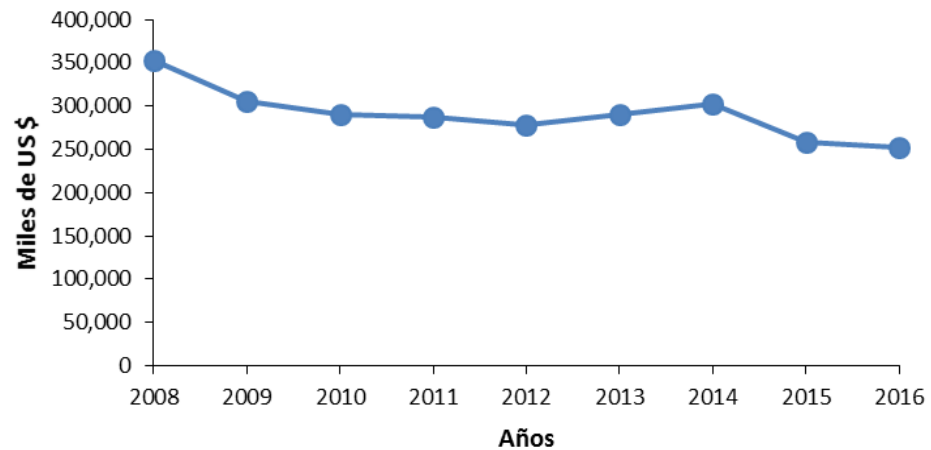


Gráfico 3.6b Precio de importación mundial de vino, 2008-2016, miles (US \$)



Si estimamos la línea de tendencia del precio de importación de Japón, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = - 82607 + 47.917x$$

$$r^2 = 0.0155$$

Dónde:

y es el precio de importación de Japón

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación negativa, inversa o no proporcional entre el volumen de importación y el tiempo, con un bajísimo nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresados en el valor de coeficiente de determinación ($r^2=0.0155$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia lineal en el precio de importación de Japón, durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del precio de importación de Estados Unidos, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = 312102 - 149.64x$$

$$r^2 = 0.5125$$

Dónde:

y es el precio de importación de Estados Unidos

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación positiva, directa o proporcional entre el precio de importación y el tiempo, con un regular nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresados en el valor de coeficiente de determinación ($r^2=0.5125$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia lineal creciente en el precio de importación de Estados Unidos, durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del precio de importación de Alemania, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = - 51112 + 28.798x$$
$$r^2 = 0.0282$$

Dónde:

y es el precio de importación de Alemania

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación negativa, inversa o no proporcional entre el precio de importación y el tiempo, con un bajísimo nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresados en el valor de coeficiente de determinación ($r^2=0.0282$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia lineal en el precio de importación de Alemania, durante el período 2008-2016. Si estimamos la línea de tendencia del precio de importación de Reino Unido, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = 1E+06 - 731.39x$$
$$r^2 = 0.5345$$

Dónde:

y es el precio de importación de Reino Unido

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación negativa, inversa o no proporcional entre el precio de importación y el tiempo, con un alto nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresados en el valor de coeficiente de determinación ($r^2=0.5345$), lo que se

interpreta en el sentido que existe una tendencia lineal en el precio de importación de Reino Unido, durante el período 2008 -2016.

Si estimamos la línea de tendencia del precio de importación de Bélgica, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = - 618755 + 310.68x$$
$$r^2 = 0.3319$$

Dónde:

y es el precio de importación de Bélgica

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación negativa, inversa o no proporcional entre el volumen de importación y el tiempo, con un bajo nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresados en el valor de coeficiente de determinación ($r^2=0.3319$), lo que se interpreta en el sentido que no existe una tendencia lineal en el precio de importación de Bélgica, durante el período 2008-2016.

Si estimamos la línea de tendencia del precio de importación mundial, obtenemos los siguientes resultados:

$$y = 1E+07 - 5736.7x$$
$$r^2 = 0.5296$$

Dónde:

y es el precio de importación mundial

x es el tiempo

r^2 es el coeficiente de determinación

Dichos resultados muestran que existe una relación negativa, inversa o no proporcional entre el volumen de importación y el tiempo, con un alto nivel de ajuste de la regresión a los datos, expresados en el valor de coeficiente de determinación ($r^2=0.5296$), lo que se interpreta en el sentido que existe una tendencia lineal en el precio de importación mundial, durante el período 2008 -2016.

3.2. Resultados sobre competitividad

3.2.1. Principales países con los que competimos

En las investigaciones previas (Ver anexos 3, 4 y 5), hemos conocido a los principales países con los que competimos en la exportación del vino al mundo, estos son Francia, Italia y España, juntos abarcan más del 80% del mercado mundial de exportación de vino. Por ello es necesario compararnos con estos tres países y verificar como podemos llegar a ser más competitivos y lograr una mayor exportación del vino.

Al conocer cuáles son los principales países exportadores de vino en el mundo, elegimos dos indicadores fundamentales para medir la competitividad, tanto de Perú, como de los principales países exportadores, estos indicadores son el costo unitario por siembra de la uva usada para el vino y la productividad en base al rendimiento por hectáreas.

A partir del anexo 3 se ha construido el cuadro 3.7, que contiene la productividad del vino de los principales países exportadores del mundo, durante el período 2008 – 2016, expresado en kilogramos entre las hectáreas (Kg/Ha).

Cuadro 3.7 Productividad de los principales países exportadores de vino, 2008 - 2014, expresado en kilogramos entre las hectáreas (Kg/Ha)

Año	Francia	Italia	España	Perú
2008	5,240	5,576	3,369	4,679
2009	5,877	5,415	3,098	3,693
2010	5,874	5,748	3,602	3,467
2011	6,683	5,602	3,500	3,801
2012	5,533	5,099	3,286	3,336
2013	5,645	6,208	4,866	3,218
2014	5,665	6,824	4,949	3,095

Fuente:FAO/STAT

En el cuadro podemos apreciar que en el año 2009 Francia tuvo un pequeño aumento en comparación con el año 2008, en el año 2011 tuvo un crecimiento considerable en su productividad, mientras que

en los años 2012 - 2014 disminuyó y se mantuvo en un rango de 5,500 y 5,700 kilogramos. Italia en el año 2009 sufrió una pequeña caída en la productividad de vino, luego se recuperó en el año 2010, para sufrir de nuevo una caída notable en el año 2011, y siguió en caída su productividad en el año 2012, en la que tuvo una caída considerablemente grande en comparación a todos los años estudiados, tuvo un crecimiento continuo entre los años 2013 – 2014. España tuvo una caída en el año 2009, se mejoró al año siguiente, para luego sufrir una caída entre los años 2011 – 2012, para los 2 años siguientes logró un crecimiento constante.

Según FEVS (Federación de Exportadores de Vinos y Bebidas Alcohólicas de Francia) en el 2009 “fue un año difícil para los vinos franceses, por la crisis económica en la que estaban inmersos los países europeos, además la climatología no fue favorable para el país de Francia” En el 2008 la producción de vinos de Italia creció un 5%, ofreciendo un total de 47 millones de hectolitros, según la Assoenologi (Asociación de enólogos italianos).

Según ICEX (2015) la producción peruana está basada en la región de Ica, al sur de Lima. Allí están radicadas las principales bodegas nacionales (Tacama, Taberner, Queirolo, Ocucaje); los productores peruanos vienen realizando una inversión significativa en tecnología y “know-how” que comienza a dar sus frutos en forma de vino de calidad, si bien en cantidades hasta ahora muy limitadas. Pese a encontrarse en la franja ecuatorial, la costa peruana tiene un clima relativamente seco, y escasas oscilaciones de temperatura, lo cual junto con la fertilidad del suelo en algunas zonas- permite el cultivo de la vid. Los altos índices de radiación solar favorecen especialmente la producción de vinos dulces (y de pisco), pero son también compatibles con elaboración de buenos vinos blancos y tintos; esto último requiere seleccionar cuidadosamente el tipo de uva y el momento de la recogida.

Según la Organización Internacional de la Viña y el Vino (2016), España fue en 2016 el tercer mayor productor de vino del mundo con 39,3 millones de hectolitros, un 4% más que en 2015, A España solo le superan Italia, que encabeza la clasificación 50,9 millones de hectolitros en ese año, y Francia, con 43,5 millones de hectolitros.

La producción mundial de vino, excluidos zumos y mostos, alcanzaría los 259,4 millones de hectolitros, una disminución del 5 % con respecto a 2015, lo que la sitúa entre las tres más escasas producciones desde el año 2000, según las primeras estimaciones de la OIV.

A partir del anexo 3 se ha construido el cuadro 3.4 que contiene el costo de producción de la uva (principal ingrediente para la producción de vino) de los principales países exportadores del mundo, durante el período 2008 – 2015.

Para elaborar el siguiente cuadro se tomó como referencia de datos, las estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), pero no registraba datos del país de Italia, por ello se elaboró el cuadro de costo unitario de producción sólo con los países de Francia, España y Perú.

Cuadro 3.8 Costo de producción de uva de los principales países competidores de vino, 2008 - 2015, expresado en US\$/toneladas

Año	Francia	España	Perú
2008	1737.6	783.4	577.9
2009	1622	788.2	577.8
2010	1555	818.1	676.1
2011	1895.5	835.5	660.8
2012	1712.6	782.1	822.7
2013	2145.8	820.7	962.3
2014	2084.1	1061.8	780.9
2015	1943.3	778.2	-

Fuente:FAOSTAT

En el cuadro podemos apreciar que Francia en el año 2009 tuvo una baja en su costo de producción en comparación al año 2008, luego

continuo la baja del costo para el año 2010, recuperándose considerablemente en el año 2011, luego tuvo otra caída en el costo en el año 2012, entre los años 2013 – 2014 mantuvo un costo alto y casi equivalente, en el año 2015 sufrió una leve caída de costo. España durante los años 2008 – 2011 ha mantenido un costo con crecimiento continuo y positivo, para disminuir su costo en el año 2012, aumentó el costo en año 2013, pero con una mejoría considerable en el 2014, sin embargo tuvo otra caída de costo en el año 2015. Perú en los años 2008 – 2009 mantuvo un costo equivalente con una mínima diferencia entre ambos, en el 2010 aumentó, para luego disminuir nuevamente en el 2011, durante el 2012 – 2013 mantuvo un crecimiento continuo del costo de producción, finalmente decreció el costo para el año 2014. Según datos de la OIV (Organización Internacional de la Viña y el Vino) el país con más hectáreas de cosechas de uvas es España, seguido de Francia e Italia.

IV. DISCUSIÓN

Nuestros resultados coinciden con Yi (2008, p. 5) si existe un mercado favorable para el vino peruano, tanto para el consumo local e internacional, ya que existe un crecimiento del consumo de vino a nivel mundial, por brindar una mejor cultura vitivinícola, sin embargo estos índices que favorecen al vino peruano son demasiado pequeños en comparación a los principales productores de vino en el mundo.

Nuestros resultados coinciden con Lima (2016, p. 70) para mejorar la calidad de vinos se debe incurrir en mayores costos fijos, costos de producción por kilo de uva, así como incorporar los avances tecnológicos necesarios para la producción de un buen vino, por ello es que el vino peruano aún no logra la calidad necesaria para exportar un vino de buena cepa. Todo este proceso estricto de calidad requiere además de apoyo de enólogos, ello implica aumentar los costos de producción y el Perú no invierte en dichos aspectos.

Nuestros resultados coinciden con Gennari y Estrella (2015, p. 8) que la industria vitivinícola peruana puede incrementarse debido al aumento de la demanda de este licor, consecuencia de la actividad turística y la gastronomía peruana, que como sabemos es una de las mejores del mundo.

Nuestros resultados coinciden con Van Der Weij (2013, p.18) ya que a pesar de que España tenga una gran extensión de viñedos, por lo tanto debería ser el principal exportador de vino en el mundo, ello no es así, posicionando al país de Francia e Italia como principales exportadores de vino, tanto el valor, volumen y precio.

Nuestros resultados coinciden con Izaguirre (2015, p.15) el Perú si se encuentra en una zona relativamente beneficiada para la producción de vinos y creación de viñedos fortalecidos, sin embargo nos afectan los factores climatológicos, los cuales no son tan favorables como en los países netamente exportadores de vino.

Nuestros resultados coinciden con el estudio del Instituto de Comercio Exterior (2012, p. 7) el mercado de vinos en el Perú se encuentra dominado por los vinos de los productores locales, sin embargo el vino peruano es de menor calidad y menor precio que los importados, por ello es que el Perú importa vinos, pero en cantidades moderadas.

V. CONCLUSIÓN

1. De acuerdo con los resultados de la investigación, ha quedado demostrado que la exportación mundial del vino, durante el periodo 2008 – 2016, ha tenido tendencia positiva en el volumen, pero no hubo tendencia en el valor.
2. De acuerdo con los resultados de la investigación, ha quedado demostrado que la importación mundial del vino, durante el periodo 2008 – 2016, ha tenido una tendencia positiva en el volumen, pero no hubo tendencia en el valor.
3. De acuerdo con los resultados de la investigación ha quedado demostrado que la exportación del vino peruano, durante el periodo 2008 – 2016, no ha sido competitiva, ya que aún nos falta implementar las diferentes estrategias, los diferentes procesos de calidad requeridos y usados por los países de Francia, Italia y España, los principales exportadores de vino a nivel mundial
4. De acuerdo con las conclusiones 1, 2, 3, se infiere que el comercio internacional y la competitividad del vino peruano, durante el período 2008-2016, ha sido favorable en volumen de exportación e importación y no ha sido favorable en valor de exportación e importación, con respecto a la competitividad no ha sido favorable en la productividad pero si en el costo de producción, sin embargo los costos justamente son bajos porque el vino que se extrae de los viñedos peruanos no son procesados con los estándares de calidad necesarios. Los vinos peruanos son de baja a mediana calidad, por ello, aunque tengan un bajo costo de producción aún faltan procesos de calidad y producción que generen un vino de gama alta, para que llegue a ser un vino de exportación y de preferencia de los países importadores de vino en el mundo.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se debe de fomentar más la productividad del vino en el Perú, si bien es cierto somos un porcentaje muy pequeño en comparación con los principales países exportadores a nivel mundial, que son Francia, Italia y España, podemos incrementar la exportación de este bien por la variedad de viñedos y climas favorables en la región.
2. Se debe mantener el consumo interno del vino en el Perú, así como incentivar una cultura vitivinícola en los habitantes, de esta manera se podrá concientizar un mejor consumo de vinos de calidad y apreciar el vino peruano.
3. Se debe de implementar estrategias competitivas para lograr que el vino peruano logre ser competitivo con los principales países exportadores del mundo. Lo cual, se puede lograr mejorando la calidad de la producción del vino peruano.
4. Se debe realizar un estudio de mejoramiento de los viñedos y de la producción total de vino peruano, en el que se especifique los puntos a favor y en contra de la producción peruana de vino, estudiarlos y mejorarlos poco a poco.

VII. REFERENCIAS

- ADEX (2015) *Licores peruanos llegaron a 36 mercados*. Recuperado de http://www.adexperu.org.pe/notas/notastxt.htm#LICORES_PERUANOS_LLEGARON_A_36_MERCADOS.
- Aladi (2016). *Conceptos y definiciones de comercio exterior*. Recuperado de <http://www.aladi.org/nsfaladi/indicado.nsf/vvindicadoresweb/Conceptos%20y%20definiciones>.
- Andina (2009). *Maximixe prevé que producción de vinos y espumantes crecerá 12.4% este año en Perú*. Recuperado de <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-maximixe-preve-produccion-vinos-y-espumantes-crecera-124-este-ano-peru-232377.aspx>
- BCRP (2011) *Glosario de Términos Económicos*. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Glosario/Glosario-BCRP.pdf>.
- Banco Mundial (2016). *Índice del volumen de exportación*. Recuperado de <http://datos.bancomundial.org/indicador/TX.QTY.MRCH.XD.WD>.
- Blázquez, O. (2012). *El Mercado de vino en Perú*. Recuperado de <http://www.eumedia.es/portales/files/documentos/VinoPeru2012.pdf>
- Caballero, I. y Padín, C. (2006). *Comercio Internacional: Una visión general de los instrumentos operativos del comercio exterior*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=FOuCPJbACCYC&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Carmen+Pad%C3%ADn+Fabeiro%27+%27Iria+Caballero+Miguez%22&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj3vZv7w9DQAhUDSiYKHQbrAD0QuwUIHTAA#v=onepage&q&f=false>.
- Canta, A. et al. (2014). *Comercio Internacional en el siglo XXI. La puerta de acceso a los negocios globales*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=A91CAwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Cho, D. (1994). *A dynamic approach to international competitiveness: The case of Korea*. Recuperado de <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13602389400000002?journalCode=fapb20>.
- Daniels, J. Radebaugh, L y Sullivan. (2010). *Negocios internacionales, ambiente y operaciones*. México: Pearson.
- De la Cruz, A. (2007). *Informe: Visita al fundo "El guayabo"*. Recuperado de

- <https://www.academia.edu/8693336/VINO-INFORME>.
- Díaz, A. *et al.* (2003). *Tutorial para la asignatura costos y presupuestos*. Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de México. México, D.F. Recuperado de http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/3/costos_y_presu.pdf.
- Dirección Nacional de Aduanas (2011). *Glosario de términos aduaneros*. Recuperado de http://www.aduanas.gub.uy/innovaportal/v/227/8/innova.front/glosario.html?letter_number=8&next_letter_number=9.
- Emmot, R. (01 de setiembre de 2004). *Renace el vino del Perú*. Revista El Mundo. Recuperado de http://elmundovino.elmundo.es/elmundovino/noticia.html?vi_seccion=25&vs_fecha=200409&vs_noticia=1094020917.
- Fajnzylber, F. (1988). *Competitividad internacional: evolución y lecciones*. Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11714/036007024_es.pdf;sequence=1.
- Fernández, I. (2013). *El mercado de vino en Perú*. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Lima. Perú, Lima. Recuperado de http://www.ivace.es/Internacional_Informes-Publicaciones/Pa%C3%ADses/Per%C3%BA/PER%C3%9AVinos_2013icex.pdf.
- Fundación Gas Natural Fenosa (2010). *Programa Primera Exportación*. Recuperado de <http://primeraexportacion.com.ar/documentos-tecnicos/el-precio-de-exportacion/>.
- Garay, L. (2004). *Colombia: estructura industrial e internacionalización*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/sites/default/files/libro.pdf>.
- Gennari A. y Estrella J. (2015). *Análisis del mercado del vino en países de Latinoamérica: Perú*. Recuperado de http://www.tv.camcom.gov.it/docs/Corsi/Atti/2015_06_23/Market_Analysis_Peru.pdf.
- Heckscher, E. (1943). *La época mercantilista: historia de la organización y las ideas económicas desde el final de la Edad Media hasta la sociedad libera*. Fondo de Cultura de Bogotá. Colombia. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=vWAEfcJWwqwC&pg=PA29&dq=eli+heckscher+la+epoca+mercantilismo+pdf&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjxrp3q9rvNAhUFPCYKHQyCWQQ6AEIGjAA#v=onepage&q=eli%20heckscher%20la%20epoca%20mercantilismo%20pdf&f=false>.

- Instituto Mexicano para la competitividad (2012). *¿Qué es la competitividad?* México. Recuperado de http://imco.org.mx/videos_es/que_es_competitividad_-_imco/.
- Izaguirre, M. (2015). *Resumen ejecutivo: El mercado de vino en Perú 2015*. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Lima. Perú, Lima. Recuperado de <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2015494148.html?idPais=PE>.
- Jiménez, F. y Espinoza, C. (2007). *Costos Industriales*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=jRdhIWgPe60C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2001). *Marketing: Edición para Latinoamérica*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=J0zqsnlGXqEC&pg=PA300&lpg=PA300&dq=kotler+y+Armstrong+ciclo+de+vida+del+producto&source=bl&ots=yxnZaC0qEu&sig=CSxvJf8d0KynHbkXDrD-skdlQss&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiHyer19fLQAhXG4yYKHhYhZB9YQ6AEIOzAF#v=onepage&q=kotler%20y%20Armstrong%20ciclo%20de%20vida%20del%20producto&f=false>.
- Lima, J. (2015). *Estudio de la caracterización de la cadena de producción y comercialización de la agroindustria vitivinícola: estructura, agentes y prácticas*. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias. Chile, Santiago. Recuperado de <http://observatoriova.com/wp-content/uploads/2016/03/Lima-Estudio-de-caracterizacion-de-la-cadena-vitivinicola.pdf>.
- Lombana, J. y Rozas, S. (2008). *Marco analítico de la competitividad: fundamentos para el estudio de la competitividad regional*. Universidad del Norte. Colombia, Barranquilla. Recuperado de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/854/499>.
- Martínez, E. (2007). *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones españolas*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=l7sx-4LRMCC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Observatorio Español del Mercado del Vino (2014). *Los 13 principales*

- importadores de vino se reparten el 76% del volumen en 2013*. Recuperado de <http://www.tecnovino.com/los-13-principales-importadores-de-vino-compraron-el-76-del-volumen-en-2013/>.
- Oficina Comercial de ProChile (2009). *Estudio de Mercado Vinos – Perú*. Perú, Lima. Recuperado de <http://www.academia-vinhaevinho.com/ckfinder/userfiles/files/pe%202009%2003%2030a.pdf>.
- Oficina Comercial de ProChile (2012). *Estudio de Mercado Vinos en el Perú*. Perú, Lima. Recuperado de http://www.lamolina.edu.pe/FACULTAD/ciencias/dquimica/CIV/PMP_VINOS_2012.pdf.
- Oficina Comercial de Perú en Miami (2012). *Informe del sector del vino en EE.UU.* Estados Unidos, Miami. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/971272804rad1B69E.pdf>.
- Ordoñez, J (2012). *Investigación del Mercado Peruano de Licores, para la Exportación desde Ecuador de un Nuevo Ron*. (Tesis de Licenciatura, llevada a cabo en La Universidad del Azuay). Ecuador, Cuenca. Recuperada de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/1106/1/08936.pdf>.
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Plaza & Janes Editores.
- PYMEX (2014). *Aumenta la exportación de vino peruano*. Recuperado de <https://pymex.pe/noticias/peru/aumenta-la-exportacion-de-vino-peruano>.
- Instituto de Estudios Económicos y Sociales de la Sociedad Nacional de Industrias (2014). *Resumen Ejecutivo: Industria de elaboración de vinos*. Recuperado de http://www.sni.org.pe/wp-content/uploads/2014/06/RE_IEES_Reporte_Vinos_Junio2014.pdf.
- Salcedo, Y. (2014). *Situación de la Industria Vitivinícola en el Perú: Problemática técnico-productiva*. Recuperado de https://www.academia.edu/4657349/INGENIERIA_Y_TECNOLOGIA_DE_BEBIDAS_ALCOHOLICAS_Y_CARBONATADAS_yosy.
- Schroeder, R. (1992). *Administración de Operaciones*. México: Mcgraw-Hill / Interamericana De México.
- Servicio Nacional de Aduanas de Chile (2010). *Glosario de Términos Comercio Exterior*. Recuperado de http://www.anagena.cl/prontus_anagena/site/artic/20100810/asocfile/20100810122837/glosario_de_comercio_exterior.pdf.

- Sotomayor, A (2003). *Normas Antidumping y Antitrust en los Procesos de Integración*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=4Jce6E531fUC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Suñol, S. (2006). *Aspectos teóricos de la competitividad*. Instituto Tecnológico de Santo domingo. República Dominicana, Santo Domingo. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>.
- Universidad Nacional Autónoma de México (2003). *Tutorial para la asignatura costos y presupuestos*. Recuperado de http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/3/costos_y_presu.pdf.
- Valenzuela, C. (2014). *Determinación del costo unitario, una herramienta financiera eficiente en las empresas*. Revista del departamento de contaduría y finanzas. Instituto tecnológico de Sonora. México. Recuperado de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no87/Pacioli-87-eBook.pdf>.
- Van Der Weij (2013). *Análisis, tendencia e innovación del mercado de vino en España*. Universidad Politécnica de Valencia. España, Valencia. Recuperado de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/34752/Trabajo%20Magda%20van%20der%20Weij%20Ca%C3%B1igueral.pdf?sequence=1>.
- Véliz (2016). *Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta productora de licor a base de higo fermentado para el mercado local*. Universidad de Lima. Perú, Lima. Recuperado de http://renati.sunedu.gob.pe/bitstream/sunedu/73486/1/Veliz_Rueda_Victor.pdf.
- Wine in Peru (Junio, 2016). Euromonitor International. Recuperado de <http://www.euromonitor.com/wine-in-peru/report>.
- Yi, Z. (2008). *Sistema de información para el costeo por procesos de las industrias vitivinícolas*. (Tesis de Licenciatura, llevado a cabo en la Pontificia Universidad Católica del Perú). Lima. Recuperada de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/363>.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz De Consistencia

Objeto de estudio	Problemas de Investigación	Objetivos de Investigación	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Método
Empresas exportadoras de vino peruano	Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Comercio Internacional	Exportación	Valor de exportación de Francia	Actividad: recopilación de la información estadística de las principales países exportadores e importadores de acuerdo con datos de Trademap para determinar el volumen, valor y precio de las exportaciones e importaciones de cada país conforme a los datos brindados por Bureau of Labor Statistics para Estados Unidos, National Statistics para Reino Unido, INE en Chile e Indec para Argentina , para luego ser comparados con los datos brindados por Slicex sobre las exportaciones e importaciones de Peru. 2. Procedimientos: no será necesario ningún tipo de muestra, debido a que los datos analizados serán de fuentes oficiales de cada país, las instituciones privadas y revistas especializadas. 3. Técnica: la organización de los datos en barras y gráficos. Datos: Cuantitativos. Indicadores: volumen,
	¿Cómo ha sido el comercio internacional y la competitividad de la exportación del vino peruano, durante el periodo 2008-2016?	Determinar el comercio internacional y la competitividad de la exportación del vino peruano, durante el periodo 2008-2016	El comercio internacional y la competitividad de la exportación del vino peruano, durante el periodo 2008-2016, han sido favorables paa el Perú.			Volumen de exportación de Francia	
						Precio de exportación de Francia	
						Valor de exportación de Italia	
	Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas			Volumen de exportación de Italia	
						Precio de exportación de Italia	
	1. ¿Cómo ha sido la exportación mundial del vino, durante el periodo 2008-2016?	1. Determinar la exportación mundial del vino, durante el periodo 2008-2016	1. La exportación mundial del vino, durante el periodo 2008-2016, ha tenido una tendencia positiva.		Importación	Valor de importación de EEUU	
	2. ¿Cómo ha sido la importación mundial del vino, durante el periodo 2008-2016?	2. Determinar la importación mundial del vino, durante el periodo 2008-2016	2. La importación mundial del vino, durante el periodo 2008-2016, ha tenido una tendencia positiva.			Volumen de importación de EEUU	
						Precio de importación de EEUU	
	3. ¿Cómo ha sido la competitividad de la exportación del vino peruano, durante el periodo 2008-2016?	3. Determinar la competitividad de la exportación del vino peruano, durante el periodo 2008-2016	3. La exportación del vino peruano, durante el periodo 2008-2016, ha sido competitiva.		Valor de importación de Reino Unido		
Volumen de importación de Reino Unido							
				Precio de importación de Reino Unido			
			Competitividad	Productividad			
				Costo unitario de producción			

Anexo 2: Juicio de Expertos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETITIVIDAD

Nº	Indicadores	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Productividad							
1	Productividad de Argentina	/		/		/		
2	Productividad de Chile	/		/		/		
3	Productividad del Perú	/		/		/		
	Costo unitario de producción	Si	No	Si	No	Si	No	
7	Costo unitario de producción de Argentina	/		/		/		
8	Costo unitario de producción de Chile	/		/		/		
9	Costo unitario de producción del Perú	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Op Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mgtr./ Lic.: Chaquekueva Seldarúya, Cal Albat DNI: 25851141

Especialidad del validador: Economía

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

[Firma] de diciembre de 2016
Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL COMERCIO INTERNACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Exportación								
1	Volumen de exportación de Argentina	/		/		/		
2	Valor de exportación de Argentina	/		/		/		
3	Precio de exportación de Argentina	/		/		/		
4	Volumen de exportación de Chile	/		/		/		
5	Valor de exportación de Chile	/		/		/		
6	Precio de exportación de Chile	/		/		/		
Importación								
1	Volumen de importación de Estados Unidos	/		/		/		
2	Valor de importación de Estados Unidos	/		/		/		
3	Precio de importación en Estados Unidos	/		/		/		
4	Volumen de importación de Reino Unido	/		/		/		
5	Valor de importación de Reino Unido	/		/		/		
6	Precio de importación de Reino Unido	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay Suficiencia

Op Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mgtr./ Lic.: Choque Lanza Paldaniaga Carlos Alberto DNI: 25851141

Especialidad del validador: Economista

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Diciembre 29 de diciembre de 2016

Firma del Experto Informante

Anexo 3. Valor de exportación mundial del vino 2008-2016 en miles de U\$\$

Países exportadores	Valor de Exportación								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Mundo	5892114	4151964	4656197	5555231	5732692	5873536	6266288	5774047	5932355
Francia	3498474	2433970	2811033	3231759	3138262	3247120	3500663	3288563	3203357
Italia	675340	540791	588565	763833	803132	977009	1117637	1091976	1323033
España	641604	468192	483679	545925	691677	564026	545648	482785	467992
Singapur	238742	140211	204450	265146	345374	326260	351638	336218	347117
Alemania	107773	120890	133515	149848	150251	147595	140484	109756	126843
Países Bajos	41396	29457	40868	62946	61161	58028	59711	51335	56484
Australia	70901	59433	70335	79033	74392	64736	54609	47854	46231
Estados Unidos de América	22116	27780	29889	38960	42614	44973	39281	35547	35991
Reino Unido	35070	33662	28066	78112	40290	41113	34602	38667	33934
Bélgica	293451	96907	24792	40346	35343	33986	37873	29153	31667
Letonia	31501	14209	24943	26017	26907	16901	49744	22022	24697
Sudafrica	17953	23738	36624	37501	37796	34019	34148	27214	21727
Chile	9887	9569	12995	14660	15960	16672	17260	17763	20473
Lituania	7713	4936	11464	14248	23351	37319	31960	15914	19686
Dinamarca	5061	4719	5381	9456	10783	13228	18022	15705	15881
Argentina	16832	15112	17591	23643	26384	22693	24163	17713	15143
Suiza	9159	4119	4535	4746	7788	9647	10159	11198	11217
Luxemburgo	15980	14042	13610	13822	13702	12304	13520	10969	11211
Indonesia	97	84	3611	9489	19039	14122	1424	7718	11000
Nueva Zelandia	12034	6839	4477	10981	12676	9089	13204	10890	10944
Otros países	140777	102081	104699	133083	155810	182618	170533	105087	97727

Fuente:TradeMap

Anexo 4. Precio de exportación mundial del vino 2008-2016 en miles de dólares/toneladas

Países Exportadores	Precio de exportación								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Mundo	9514	7872	7401	7329	7066	8170	8107	7119	6848
Francia	22923	19132	18926	17389	16771	18178	18996	16801	16750
Italia	5055	3916	3608	4227	4318	4770	4601	3877	3926
España	4255	3267	2654	2393	2668	3335	3026	2698	2700
Alemania	4963	5017	4839	4750	4647	4806	4758	4141	3951
Lituania	3120	3538	2840	2577	3045	4101	3214	2677	2862
Sudafrica	4069	3427	2999	4162	3427	3675	3654	3313	3445
Chile	3624	3923	3891	3861	3978	4784	4220	4085	4023
Letonia	10417	6199	8655	15295	13222	8216	7301	5304	4987
Hungría	2566	2584	2583	2690	2468	1818	2005	1731	1705
Estados Unidos de América	3059	3219	6776	7639	7219	5983	0	6391	8124
Países Bajos	28122		21878	18784	17677	19996	21242	15533	14153
Nueva Zelandia	3314	2182	6952	3434	3302	2867	3386	3158	3033
Rusia, Federación de	1304	1235	1255	1497	1843	2167	2367	1040	964
Luxemburgo	7966	8260	5827	4485	3958	3983	3994	3376	3291
Argentina	3943	3687	3781	4067	4577	4216	4760	4768	4909
Bélgica	4147		4797	4714	15495	15323	17239	13102	14143
Reino Unido	13582	15584	4358	14511	10895	9369	14415	17285	15820
Moldova, República de	2277	2403	2197	2381	2414	2530	2432	2084	2075
Portugal	7625	7648	6609	3980	6071	5343	10527	9301	6031
Belarús	1138	2614	3441	3289	2703	3043	2182	1684	1505

Fuente:TradeMap

Anexo 5. Volumen de exportación mundial del vino 2008-2016 en toneladas

Países Exportadores	Volumen de Exportación								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Mundo	449664	373799	452376	529843	564519	489922	532566	561889	610513
Francia	152620	127223	148529	185853	187122	178627	184280	195736	191245
Italia	133591	138081	163150	180717	185982	204808	242931	281627	336967
España	150786	143323	182212	228133	259252	169119	180309	178917	173341
Alemania	21717	24098	27589	31544	32331	30709	29525	26504	32103
Lituania	2472	1395	4036	5528	7668	9101	9944	5944	6879
Sudafrica	4413	6927	12211	9011	11029	9258	9345	8214	6306
Chile	2728	2439	3340	3797	4012	3485	4090	4348	5089
Letonia	3024	2292	2882	1701	2035	2057	6813	4152	4952
Hungría	4684	4531	4785	4871	5139	6059	5428	5273	4858
Estados Unidos de América	7230	8631	4411	5100	5903	7517	0	5562	4430
Países Bajos	1415	0	1868	3351	3460	2902	2811	3305	3991
Nueva Zelandia	3631	3134	644	3198	3839	3170	3900	3448	3608
Rusia, Federación de	910	1330	969	763	886	837	781	2960	3452
Luxemburgo	2006	1700	2336	3082	3462	3089	3385	3249	3407
Argentina	4269	4099	4652	5814	5764	5383	5076	3715	3085
Bélgica	70762	0	5168	8558	2281	2218	2197	2225	2239
Reino Unido	2582	2160	6440	5383	3698	4388	2400	2237	2145
Moldova, República de	3239	2864	3186	4289	2992	2557	2219	1981	1820
Portugal	958	1298	1554	4248	2889	2688	1547	1321	1460
Belarús	160	140	145	204	400	442	729	1071	1452
Otros países	29087	25357	20798	20551	21497	20135	19136	15836	8929

Fuente: TradeMap

Anexo 6. Valor de importación del vino 2008-2016 en miles de U\$\$

Países Importadores	Valor de Importación								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Mundo	5597268	4093852	4566718	5410311	5411136	5726086	6301312	5660163	5817804
Reino Unido	882529	718831	775460	829616	799703	819965	998052	948344	894452
Estados Unidos de América	667168	519396	645955	810970	802937	848483	929180	1011564	1133580
Japón	392271	248274	328464	370350	432123	409504	468238	439494	488390
Alemania	567152	459888	450719	573171	499947	509422	497019	414849	436740
Singapur	220062	129059	184285	232591	242593	274121	359137	306395	279983
Bélgica	615469	313592	278928	324107	330216	371470	360634	264719	252031
Suiza	187009	167748	173750	201891	193477	197824	207574	186170	184780
Australia	140721	103740	140579	159483	182018	190365	191193	188312	180552
Italia	288101	182426	173809	205168	163485	150966	160735	151870	165093
Canadá	92396	80003	105538	121121	124840	128733	126847	127623	138398
Suecia	70026	72013	77424	92269	80973	94944	107869	104284	117009
Rusia, Federación de	144694	96006	163817	217322	189162	238320	210738	105285	116590
España	218046	92016	86637	97558	77492	79312	96664	103073	101970
Francia	63260	93114	46750	51552	53226	56133	74582	67330	81544
Austria	75384	72248	75225	83700	94017	97705	97513	68541	78203
Países Bajos	139941	92758	93137	125198	102373	93672	106730	83231	75421
Dinamarca	46666	39598	40490	47796	51450	59173	68212	63395	61402
Hong Kong, China	24315	24408	35371	43852	54729	59528	63671	63886	61305
Unidos	35995				56370	66565	91859	41051	61175
China	20374	15660	28008	38861	60683	64803	81636	61270	56614
Otros países	683083	541418	621751	733816	818755	907928	1002958	859477	852572

Fuente:TradeMap

Anexo 7. Volumen de importación del vino 2008-2016 en toneladas

Importadores									
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Mundo	424015	511966	578284	725810	688157	724004	727116	724162	893290
Reino Unido	81641	73421	87092	62961	111227	111177	134331	151441	167572
Camerún	169	231	149	167	161	182	179	249	149683
Estados Unidos de América	0	47891	56889	69742	70865	76830	57138	95730	113171
Alemania	74206	67660	68619	81980	75179	75835	64517	65959	62156
Rusia, Federación de	38804	35845	54933	71653	61887	73223	73182	45853	50042
Bélgica	0	54112	58085	70248	43284	49968	43761	38880	38403
Japón	23046	20528	23796	24806	29317	28526	33403	34021	35526
Francia	12723	11301	10658	15117	15309	17240	23301	25951	29998
Suiza	14136	14906	15736	16266	17083	17107	18213	18167	19096
Austria	15697	16850	18277	19186	21656	21218	19204	14518	16828
Canadá	8103	8766	9784	10353	11471	11624	11952	13841	15108
China	1682	1650	2652	3862	6172	8543	13901	12721	12529
España	5510	3992	9935	9181	5952	7994	8106	11548	12507
Nueva Zelandia	8508	6898	2780	7398	6461	7018	6639	8570	9644
Letonia	3355	1540	2212	2279	2825	2652	13266	8229	9009
Lituania	2106	1916	4957	6615	8629	10111	11230	7723	8915
Suecia	4512	5385	7133	6286	6530	6795	6351	6453	8730
Finlandia	5572	5950	6631	6792	6789	6873	7406	7395	7991
Países Bajos	11413	16006	10463	13021	12030	11386	10370	8712	7833
Italia	9862	7943	6944	8131	11355	6846	6881	7448	7672
Dinamarca	4832	4993	5123	5409	5911	6400	7620	7621	7636
México	3429	2833	3053	3735	4400	5174	6153	6306	7358
Noruega	2354	2905	3664	4067	4173	5012	5719	6084	6863
República Checa	2106	3726	5285	5544	6763	5657	5278	6244	5772
Polonia	4997	3280	3318	3255	3269	3323	4170	4669	5739
Ucrania	3242	1437	2420	3772	4921	6519	5029	2855	5523
Portugal	5361	6668	7205	6214	5707	5064	5688	5058	5253
Luxemburgo	1935	2127	1288	3820	4279	4385	4591	4524	4835
Estonia	3671	2914	4131	4581	4679	4959	4615	4828	4477
Corea, República de	732	1029	1239	1894	2550	3001	3411	4226	4012
Brasil	3502	3200	4306	4924	5317	4270	4317	4105	3749
Irlanda	4017	1073	3465	2762	4635	2556	2307	2226	3492
Rumania	2466	789	1197	2242	1695	1764	2368	2936	3006
Grecia	3251	3039	2560	2892	2345	2013	2260	2550	2861
Kazajstán	1168	949	1479	2767	2837	3059	2796	2314	2283
Colombia	893	926	1176	1609	1598	1581	1956	2120	2144
Israel	1101	1518	2876	2170	2093	2070	2039	2081	2120
Hungría	4111	2443	3279	3258	2697	5118	3197	2017	1887
República Dominicana	0	444	490	861	1119	1716	1831	2210	1831
Angola	0	7063	6547	88279	17669	21481	21958	16096	1432
Otros países	49802	55819	56458	65711	75318	77734	66482	49683	28604

Fuente:TradeMap

Anexo 8. Precio de importación del vino 2008-2016, en miles de dólares/toneladas

Importadores	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	Mundo	352424	306032	290598	287287	278202	290723	301941	257844
Reino Unido	10810	9791	8904	13177	7190	7375	7430	6262	5338
Camerún	5947	3905	3772	4383	12975	10758	18067	4755	2653
Estados Unidos de América		10845	11355	11628	11331	11044	10779	10567	10017
Alemania	7643	6797	6568	6992	6650	6718	7704	6289	7027
Rusia, Federación de	3729	2678	2982	3033	3057	3255	2880	2296	2330
Bélgica		5795	4802	4614	7629	7434	8241	6809	6563
Japón	17021	12094	13803	14930	14740	14355	14018	12918	13747
Francia	4972	8239	4386	3410	3477	3256	3201	2595	2718
Suiza	13229	11254	11042	12412	11326	11564	11397	10248	9676
Austria	4802	4288	4113	4361	4341	4605	5078	4721	4647
Canadá	11403	9127	10787	11699	10883	11075	10613	9221	9161
China	12113	9491	10561	10062	9832	7586	5873	4816	4519
España	39573	23050	8720	10626	13019	9921	11925	8926	8153
Nueva Zelanda	4129	2835	9157	4308	4987	4969	6176	4901	4664
Letonia	5207	3936	4533	5293	4808	6439	3798	3054	2953
Lituania	4428	4052	3170	3103	3477	4500	3694	3303	3404
Suecia	15520	13373	10854	14678	12400	13973	16985	16161	13402
Finlandia	6716	5941	5770	6566	6364	7180	6906	6022	6131
Países Bajos	12262	5795	8902	9615	8510	8227	10292	9554	9629
Italia	29213	22967	25030	25233	14398	22052	23359	20391	21519
Dinamarca	9658	7931	7904	8836	8704	9246	8952	8318	8041
México	8356	7191	7656	7820	7110	7951	7238	6860	6119
Noruega	13658	9953	9279	10601	10059	10142	9644	8239	7855
República Checa	5686	3616	3145	3358	3112	3905	3909	3202	3584
Polonia	4112	4100	4211	4739	4851	5904	5512	5178	4799
Ucrania	2659	3489	3357	3873	4005	3919	3858	4091	2703
Portugal	6648	4234	3958	4766	4967	5419	5628	5389	4951
Luxemburgo	17570	16968	26657	9501	8333	8035	7683	6453	6208
Estonia	4516	3532	3489	4155	4343	4702	5114	4438	5035
Corea, República de	12529	9099	8363	7968	7272	7117	7261	6825	7980
Brasil	5752	6085	6486	6622	7084	8115	7936	8006	5614
Irlanda	10635	18972	5852	8642	6290	7495	6896	7390	5757
Rumania	20677	6384	5546	4561	5572	5908	5118	4103	4406
Grecia	7608	6666	6116	4865	5305	7112	7704	6278	6513
Kazajstán	3947	3650	3702	3339	3503	3859	3889	2901	2270
Colombia	3282	3201	3636	2840	3824	4528	5505	4306	5265
Israel	3949	3951	3426	3592	3313	3586	3814	3386	3894
Hungría	2465	2916	1930	2271	2747	1762	2206	2687	3065
República Dominicana	0	5796	4800	4616	4790	4791	4432	4530	4772
Angola	0	2045	1874	199	1624	941	1226	1455	5436

Fuente: TradeMap

Anexo 9. Cuadro 3.7 Productividad de los principales países exportadores de vino, 2008 - 2014, expresado en kilogramos entre las hectáreas (Kg/Ha)

Año	Francia	Italia	España	Perú
2008	5,240	5,576	3,369	4,679
2009	5,877	5,415	3,098	3,693
2010	5,874	5,748	3,602	3,467
2011	6,683	5,602	3,500	3,801
2012	5,533	5,099	3,286	3,336
2013	5,645	6,208	4,866	3,218
2014	5,665	6,824	4,949	3,095

Fuente:FAOSTAT

Anexo10. Cuadro 3.8 Costo de producción de uva de los principales países competidores de vino, 2008 - 2015, expresado en US\$

Año	Francia	España	Perú
2008	1737.6	783.4	577.9
2009	1622	788.2	577.8
2010	1555	818.1	676.1
2011	1895.5	835.5	660.8
2012	1712.6	782.1	822.7
2013	2145.8	820.7	962.3
2014	2084.1	1061.8	780.9
2015	1943.3	778.2	-

Fuente:FAOSTAT