



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**Exportación del pisco peruano al mercado chileno en el periodo
2015 al 2017**

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

AUTORA:

Dalia Patricia Hernando Giron

ASESOR:

Dr. Manuel Alberto Mori Paredes

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

CALLAO - PERÚ

2018

Página del jurado



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 12 de 17

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don **DALIA PATRICIA HERNANDO GIRÓN** cuyo título es: **EXPORTACIÓN DEL PISCO PERUANO AL MERCADO CHILENO, EN EL PERIODO 2015 AL 2017**. Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **17 / Diecisiete**.

Callao, 20 de diciembre del 2018

PRESIDENTE

Mg. Calderón Coello Luis Alberto

SECRETARIO

Mg.sc. Calle Ruiz Samanta Hilda

VOCAL

Dr. Morí Paredes Manuel Alberto

Dedicatoria

Dedico este trabajo a los motores de mi vida, mis hijos, Manuel, Gia, Leonel y Domenika, por su paciencia y capacidad de comprensión en el tiempo que dediqué a mis estudios.

Gracias mis amores por su incondicional apoyo.

Agradecimiento

Agradezco a Dios, porque a pesar de las dificultades que se me presentaron en el camino pude seguir adelante con su ayuda.

A Jorge Barzola, mi amado esposo, quien ha estado brindándome ánimos día tras día para terminar este proyecto.

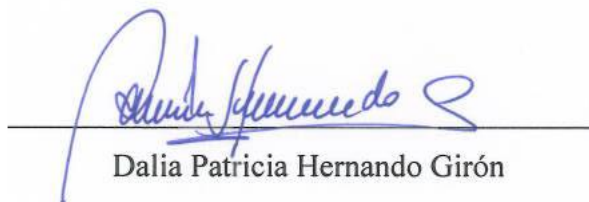
Al Sr. Richard Werdan, quien fue una de las personas que creyó en mis ganas de superación y no dudó en apoyarme en este proceso.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Dalia Patricia Hernando Girón, con DNI N°40609468, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, 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 u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 20 de diciembre de 2018



Dalia Patricia Hernando Girón

Presentación

Señores miembros del Jurado:

Presento la tesis titulada “EXPORTACIÓN DEL PISCO PERUANO AL MERCADO CHILENO EN EL PERIODO 2015 AL 2017”, esta tesis es presentada para obtener el Título de Licenciado en la carrera de Negocios Internacionales, en estricta observancia y cumplimiento a las normas del Reglamento de Grados y Título de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Negocios Internacionales.

El objetivo, de la investigación fue describir las oportunidades que conllevaron a los niveles de exportación del Pisco en el periodo 2015 al 2017 al mercado chileno. En ese sentido, se ha logrado probar que existen oportunidades a través de la creciente exportación del Pisco por parte de las empresas peruanas. Para poder demostrarlo se ha validado los datos extraídos de fuentes importantes y serias de comercio exterior que nos brinda información exacta de las diversas exportaciones que se realizan a través de los años, se han validado los indicadores, producción de exportación, precio de exportación, valor fob de las exportaciones, del mismo modo visualizar la aprobación e incremento de las exportaciones mediante cuadros y gráficos donde se muestra números estadísticos como el coeficiente de determinación y la línea de tendencia. El diseño de estudio es no experimental.

La investigación es descriptiva. La investigación consta de siete capítulos:

El Capítulo I, corresponde a la introducción y contiene la realidad problemática, los trabajos previos, las teorías relacionadas al tema, así como la formulación del problema, acompañado de la justificación del estudio, hipótesis y objetivos de trabajo de la investigación.

El Capítulo II, contiene el método de investigación que involucra el diseño de la investigación, la variable de operacionalización, población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, análisis descriptivo de los datos y los aspectos éticos.

El Capítulo III, corresponde a la descripción de los resultados, los cuales se verán reflejados en las pruebas de hipótesis de los indicadores Valor Fob de Exportación, Producto de Exportación y Precio de Exportación.

El Capítulo IV, presenta la discusión, el cual refleja los trabajos previos en la investigación realizada.

El Capítulo V, corresponde a las conclusiones de la investigación en respuesta a la hipótesis. El Capítulo VI, corresponde a las recomendaciones que se desprenden de la investigación realizada.

El Capítulo VII, presenta las referencias que han sido utilizadas para fundamentar la investigación y obtener los datos necesarios. Concluyendo con los anexos como parte sustentatoria de algunos datos expuestos.

INDICE

	Pág.
Página del jurado	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento	IV
Declaratoria de autenticidad	V
Presentación	VI
Índice	VIII
Resumen	XI
Abstract	XII
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad Problemática	14
1.2. Trabajos previos	15
1.3. Teorías relacionadas al tema	21
1.4. Formulación del problema	25
1.5. Justificación del estudio	26
1.6. Hipótesis	26
1.7. Objetivo	27
II. MÉTODO	28
2.1. Diseño de investigación	29
2.2. Variables, operacionalización	30
2.3. Población y muestra	31
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	31
2.5. Análisis descriptivos de datos	31
2.6. Aspectos éticos	31
III. RESULTADOS	32
3.1. Resultados de la variable Exportación	33
IV. DISCUSIÓN	53
V. CONCLUSIONES	58
VI. RECOMENDACIONES	60
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	62

INDICE DE TABLA

Tabla 1. Valor Fob de exportaciones del Pisco peruano – Periodo 2015-2017	33
Tabla 2. T Student – Valor Fob	36
Tabla 3. Volumen de exportación del Pisco Peruano -Periodo 2015-2017	37
Tabla 4. T Student- Volumen	38
Tabla 5. Precio de exportación del Pisco peruano – Periodo 2015 -2017	40
Tabla 6. T Student - Precio	42
Tabla 7. Valores de Exportación del Pisco por meses periodo 2015	43
Tabla 8. Valores de Exportación del Pisco por meses periodo 2016	44
Tabla 9. Valores de Exportación del Pisco por meses periodo 2017	45
Tabla 10. Exportación del Pisco peruano por países	46

INDICE DE FIGURA

Figura 1. Gráfico líneas Valor Fob Niveles de exportación del Pisco por periodo 2015-2017	34
Figura 2. Gráfico barras Valor Fob Niveles de Exportación del Pisco por periodo 2015-2017	34
Figura 3: Fuente: Programa SPSS Regresión Residuo estandarizado	36
Figura 4. Gráfico líneas Volumen Niveles de Exportación del Pisco por periodo 2015-2017	38
Figura 5. Gráfico barras- Volumen Niveles de Exportación del Pisco por periodo 2015-2017	38
Figura 6. Fuente: Programa SPSS Regresión Residuo estandarizado	39
Figura 7. Gráfico líneas. - Precio Niveles de Exportación del Pisco por periodo 2015-2017	41
Figura 8. Gráfico de barras- Niveles de exportación del Pisco por países periodo 2015-2017	41
Figura 9. Fuente: Programa SPSS Regresión Residuo estandarizado	42
Figura 10. Gráfico barras Niveles de exportación del Pisco por periodo 2015-2017.	47
Figura 11. Gráfico circular de Porcentajes de exportación del Pisco por países periodo 2015	48
Figura 12. Gráfico circular de Porcentajes de exportación del Pisco por países periodo 2016	49

Figura 13. Gráfico circular de Porcentajes de exportación del Pisco por países periodo 2017	50
Figura 14. Gráfico circular de Porcentajes de exportación del Pisco por empresas periodo 2015	51
Figura 15. Gráfico circular de Porcentajes de exportación del Pisco por empresas periodo 2016	52
Figura 16. Gráfico circular de Porcentajes de exportación del Pisco por empresas periodo 2017	52

Resumen

Este trabajo tuvo como objeto determinar de acuerdo a las exportaciones cuales fueron los logros que ha tenido el Pisco peruano en el mercado chileno en el periodo 2015 al 2017, y a su vez como se ha analizado para que sea un destilado conocido a nivel mundial, para ello se debió incursionar en diversos mercados internacionales y se buscó las opciones adecuadas para el estudio de mercado el cual ha favorecido brindando mayores oportunidades a todas las empresas exportadoras del Pisco.

Esto no fue imposible ya que a lo largo de los años el pisco peruano ha alcanzado estadísticamente mayor trascendencia en mercados internacionales, por eso se supo que es una bebida bien recibida fuera de nuestro país.

Con esa intención se recopiló datos de diversas instituciones nacionales y externas sobre la exportación de pisco peruano al mercado chileno en el periodo 2015-2017. Con esos datos se describió, como fue la evolución de los indicadores de la exportación considerados en el planteamiento del problema y, luego, tratamos de medir la relación que existía entre dichos indicadores con tal de establecer si las hipótesis propuestas eran verdaderas o falsas.

Palabras claves: exportación, destilado, evolución.

Abstract

The purpose of this work was to determine, according to exports, the achievements of Peruvian Pisco in the Chilean market in the period from 2015 to 2017, and in turn, as it has been analyzed to be a well-known distillate worldwide, for this should have been incurred in several international markets and the appropriate options for the market study were sought, which has favored providing greater opportunities to all the exporting companies of Pisco.

This was not impossible since, over the years, Peruvian Pisco has reached statistically greater importance in international markets, which is why it was known that it is a well-received beverage outside of our country.

With this intention, data was collected from various national and foreign institutions on the export of Peruvian pisco to the Chilean market in the 2015-2017 period. With these data, it was described, how was the evolution of the export indicators considered in the approach of the problem and, then, we tried to measure the relationship that existed between these indicators in order to establish if the hypotheses proposed were true or false.

Keywords: export, distilled evolution.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El producto de nuestra investigación es el Pisco peruano con la sub partida arancelaria 2208201000, según las Normas Técnicas Peruanas 211.001 3 de 11 (2006) el “Pisco es el licor derivado únicamente por purificación de mostos frescos de “uvas pisquera” últimamente ácidos, esgrimiendo técnicas que conserven la iniciación acostumbrada de particularidad determinado en las franjas de elaboración reconocidas” (p.4)

En diversas ocasiones hemos podido escuchar mencionar al Pisco, hoy en día este licor a logrado traspasar nuestras fronteras al tener un buen nivel anual de exportaciones, hemos logrado ingresar a mercados internacionales importantes como Chile, Estados Unidos, Alemania, Francia, Colombia, Países Bajos, entre otros.

El mundo ha recibido favorablemente este proceso de internacionalización de nuestra bebida emblemática, hoy en día, hemos superando en las exportaciones a Chile, de esta manera nos consolidamos como los líderes en la exportación del Pisco, los ojos del mundo están centrados en el avance de esta internacionalización, ya que aportamos de manera eficaz un valor agregado que hace que el Pisco no solo se pueda tomar puro, sino mezclado con diversos alimentos, lo que permite que haya diversidad para diferentes paladares

Hace varios años atrás los productores de Pisco tuvieron como objetivo exportar su producto, idea que fue muy bien vista por el estado peruano y a través de ferias internacionales pudieron abrirse camino para ingresar a mercados internacionales, por lo que el índice de exportación del Pisco, se ha incrementado año tras año.

Según Adex en los últimos 5 años la exportación del Pisco ha favorecido a la economía del país con una tasa promedio anual 12%, siendo que en el 2016 alcanzó los US\$ 8.6 millones y para el año 2019 se espera que la exportación del Pisco alcance los US\$ 12 millones.

Según información que se obtuvo de Promperú, en los volúmenes de exportación el Pisco tuvo en el año 2016 una exportación de 1,658.00 litros, ampliamente generoso ya que si retrocedemos hasta el año 2012 el volumen de exportación fue de 1,000.17 litros, por ello observamos las estadísticas nos daremos cuenta el incremento favorable año a año.

En cuanto al Valor Fob, este representó un crecimiento del 56%, lo que quiere decir que en importe se logró un total de USD 8,658,00 en el año 2016 y en el año 2012 solo llegó a 5,523,000, viendo notablemente una tendencia creciente.

Según la Cámara de Comercio del Perú, en cuanto al aguardiente chileno en el año 2016 exportaron 422,000 litros mientras que en el 2012 tuvieron una mayor exportación llegando hasta los 568 mil litros, lo cual hace que Chile no haya tenido una tendencia favorable y observando que su producción ha decrecido a un 25%.

Para las empresas exportadoras del Pisco en el Perú, la fuente del problema es cultural, ya que es una constante que se ha venido dando a lo largo del tiempo en nuestro país, por ello se considera que el principal problema en el mercado del Perú, es que la bebida alcohólica bandera no es el Pisco sino la cerveza.

Definitivamente no es posible cambiar los hábitos que tienen los peruanos, es decir el consumo masivo por la cerveza.

En este punto la solución para muchos productores fue enfocarse en los mercados internacionales, ya que afuera pueden existir otras maneras de marketing para llegar a liderar algunos mercados, visualizando la exportación del Pisco de manera estratégica.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Antecedentes Internacionales

Como parte de esta investigación se encontraron antecedentes de proporciones según la elaboración del producto:

Gabriela (2014), tesis “Escenario Comercial del Sector del Pisco Peruano”, para obtener el grado de Especialista de la Universidad de Buenos Aires, Área Agronegocios y Alimentos, donde su objetivo fue detallar la situación comercial nacional e internacional del Pisco peruano, con la finalidad de identificar nuevas oportunidades de mercado.

Según las conclusiones el autor destaca, que, en el Perú, se tiene leyes para el derecho de propiedad que norma la actividad del Pisco, que favorece su proceso productivo y venta del mismo, teniendo en cuenta que tiene la aprobación y apoyo de los tratados internacionales como el Arreglo de Lisboa. Cabe mencionar que la no presencia de medidas de control más severos por las instituciones del estado, ha causado un resquebrajamiento de las normas en el sector. Para el marketing se ha visto afectada de manera severa, especialmente por la falta de informalidad de las leyes de la denominación de origen (DO) del Pisco y el automatismo no acreditado, provocando la afectación de la calidad y la imagen del producto que se

promociona. En el marketing externo, la aplicación de la norma es más intensa, ya que las organizaciones tienen muchos controles severos y esto conlleva a que haya un mejor desempeño con las leyes de la DO del Pisco. Por lo tanto, es beneficioso la aceptación de medidas de control más y añadir que organizaciones actuales originan un mejor cumplimiento de la ley (p,22).

También indica que la propensión de consumo del Pisco, se deriva a que el mercado interno está en una mejora de desarrollo, esto debido que el estado peruano brinda y maneja un adecuado cuadro estratégico de normas adaptadas por el sector privado, fundamentalmente a través del consumo de bebidas a base de Pisco. Pero las evaluaciones indican que aun el consumo per cápita es bajo, y esto es básicamente por la falta de tradición al consumo del Pisco. Proponiendo que exista una estrategia eficaz para educar a la población y mejorar los niveles del consumo del licor ya mencionado. En cuanto a las exportaciones se encuentra en un buen apogeo ya que el crecimiento del Pisco ha ido creciendo por la aceptación al consumo del mismo. Considerando que el aumento anual fue más del 23% del volumen de las exportaciones en los años 2001-2012, realizadas hacia los EEUU, Chile y Colombia, importantes destinos para llevar el pisco. Es sabido reconocer que la proyección para los siguientes años va generar en la economía un importante crecimiento (p,32).

En el mundo los mayores exportadores de Pisco son Perú y Chile, en estos últimos años han mostrado fluctuaciones, esto debido a los inconvenientes internos del mercado chileno. Se reconoce que Chile fue productor principal del Pisco en el mundo, la condición del Perú es diferente ya que este ha mejorado el volumen de producción.

Si situamos a los dos países confirmamos el desarrollo positivo para ambos, sin embargo, el Perú ha avanzado favorablemente y se ha afianzado como el número uno en las exportaciones ya que tiene el ingreso Fob más elevado, considerando que, ambos países presentan las mismas situaciones de comercio en correlación a aranceles preferenciales, acuerdos comerciales. Por ello se concluye que Perú tiene mejores condiciones que Chile para seguir incrementando sus exportaciones por el nivel de estrategia en la producción y comercio del Pisco (p, 47)

Moncayo (2013), tesis “Caracterización de los Piscos del Perú a través de su composición aromática”, presentada para optar por el grado de Doctor en Ciencias Químicas en la Universidad de Zaragoza-España, el objetivo de esta investigación fue determinar, el contraste de los complementos aromáticos de piscos producidos por las diversas uvas sea

aromáticas como no aromáticas; facilitando el beneficio de las mismas: los piscos Quebranta (no aromáticos) e Italia (aromáticos). Esta determinación se ha logrado por medio del estudio de disímiles técnicas cromatografías (GC-FID, GC-MS y GC-O) a un amplio set de piscos peruanos. Por eso se ha realizado las diversas pruebas a diferentes representaciones (caracterización química, olfatométrica y sensorial). o La evaluación de la fiabilidad de la respuesta olfatométrica (p, 2).

Según el autor la conclusión fue analizar indicando que la aromatización del Pisco varia debido a los niveles de terpenos que presentan cada una de las 8 variedades de uvas, por lo que los sabores varían también por el proceso de fermentación de la fruta y que ha sido fructífera determinar las similitudes o no similitudes que tienen los dos grupos de uvas aromáticas y no aromáticas, también hace mención que el producción de la fruta en mención es importante y se da por las razones climatológicas favorables para el proceso agroindustrial de la uva. (p, 241)

1.2.2. Antecedentes Nacionales

Núñez (2017), en la tesis “Exportación de Pisco de uva Italia hacia New York - Estados Unidos” presentada para optar el grado de el Título Profesional de Licenciado en administración de Negocios Internacionales en la Universidad San Martín de Porres, propuso como objetivo la evaluación de factibilidad de exportar el Pisco de uva Italia a Estados Unidos, al mercado de Nueva York (p,16).

En este punto aplica el empuje de exportar el Pisco de uva Italia, como plan de internacionalización y de producción, el determinar poder llegar a otros mercados en un largo plazo, brindando un producto altamente competitivo y oriundo del Perú (p,147)

Para el resultado satisfactorio del presente plan de negocio se presentaron puntos como: organización, aspectos legales, plan de marketing, comercio exterior, logística internacional y plan económico financiero.

Esta investigación utilizó el diseño de investigación no experimental.

El autor concluyó que a través del estudio de mercado del estado de New York se estableció si sería factible y beneficioso exportar el pisco de uva Italia, teniendo los valores de

capacidad de cubrir la demanda para la producción del producto la factibilidad de exportación.

También indica que como plan de negocio de NS OBRAS EIRL, accederá formar bases de trabajo para los agricultores de Cañete, lo cual permitirá llevar un control más exacto del volumen a exportar.

El nicho escogido es interesante y con fundamentos para el exportador, de manera que todos los productos de bebidas alcohólicas, incluyendo el que brinda nuestra empresa aun al margen de la competitividad que hay como resultado de la existencia de diversas empresas peruanas y chilenas. Es importante tener en cuenta que para lograr alcanzar al cliente final es ineludible el uso de un importador/distribuidor que señale la sensatez del nicho para llegar a Nueva York (p,148).

Palacio y Sánchez (2017) en la tesis, "Análisis de los factores que influyeron en la internacionalización del pisco en el periodo 2013 al 2016", la propuesta de la tesis tuvo como objetivo valorar y precisar el posicionamiento en nichos, la eficacia de la base fructífera, de la influencia de la calificación de origen (pisco) influyeron en la internacionalización del pisco en el tiempo citado (p,15).

De manera semejante, el progreso de la actual investigación se ejecutó como una investigación descriptiva, documental de carácter no experimental y transversal. Sabiendo que el Perú está desarrollándose en el contorno del comercio internacional refiriendo con varios pactos y acuerdos en el mundo, lo cual ayuda en la entrada a nuevos nichos y el intercambio comercial entre ellos. Así mismo, los bienes en su mayoría los no usuales están acrecentando sus ventas, en este punto el pisco viene manifestando que es admitido a nivel mundial, por su tradición y su calidad. Así mismo, la producción de uva pisquera, el proceso, exportación y comercialización del producto, actúan en la internacionalización creando desarrollo y rentabilidad para las compañías fabricantes – exportadoras, quienes en los últimos 4 años se han vuelto competidores a horizonte internacional, logrando afirmación y aprobación en el mundo (p,16).

Para la presente investigación se ha recopilado información de varias fuentes confiables. El progreso del tema de investigación está basado en diferentes fuentes históricas que protegen el origen tanto de la palabra como del bien, así mismo se han expuesto fuentes de organismos

que aportan con la identificación del nivel de productividad y los nichos de mercado a exportar. (p,17).

Los autores concluyen esta tesis indicando que el Perú, es el segundo exportador de aguardiente de vino o de orujos de uva, indicando también que la comercialización ha tenido una tendencia significativa en los últimos 4 años, considerando al principal cliente el país de Estados Unidos y Chile, sabiendo que Chile es un país que productor r y exportador del aguardiente.

Podemos decir que la cantidad de empresas peruanas exportadoras han disminuido, porque han decidido crear asociaciones que apoyen en mantener un ritmo necesario ante la demandan extranjera del Pisco, estas asociaciones están siendo apoyadas por organizaciones diversas que tienen la calidad y competitividad del Pisco, quienes brindan capacitaciones para que estas asociaciones cumplan con las normativas necesarias para realizar una buena exportación y acuerdo a legislación aduanera con la denominación del Pisco (p, 113)

Silva (2015), en su tesis de título “Investigación del tipo de Pisco para exportar al mercado alemán” para obtener el título de Licenciado en Negocios Internacionales el objetivo general de la tesis era determinar el tipo de Pisco adecuado para la exportación de Alemania. (p, 2).

El autor concluye que Alemania será un nicho altamente viable para nuestro Pisco peruano, como precedente sabemos que existen diversas exportaciones a estados de la Unión Europea tales como Holanda, España, Francia.

Por lo tanto, Alemania de acuerdo a la gran cultura que tiene en cuanto al consumo de alcohol es altamente desarrollada y que las personas tienen la capacidad económica para realizar gastos un tanto lujosos e innecesarios desde otros puntos de vista, este nicho de mercado se encuentra apto para la aprobación de nuevos sabores concernientes a bebidas como el pisco peruano.

El tratado de libre comercio entre el Perú y la Unión Europea es la manera más eficaz de consolidar una táctica comercial integral, la cual visualiza al Perú como una nación exportadora, de esta manera se fortalece a más mercados para sus productos, teniendo en cuenta el desarrollo de una oferta exportable competitiva y originando el comercio y la inversión, de forma que se podrá llevar mejores oportunidades económicas y mayores niveles de vida, así como duración y seguridad legal para el comercio y las inversiones. Con este tratado comercial se ha podido obtener un pase de preferencia para el 99.3% de nuestros productos agrícolas y para el 100% de nuestros productos industriales. Esto es beneficioso y se debe producir esta perspectiva con el fin de tener la exportación de Pisco. Considerando que tenemos varias ventajas podemos decir que es un tiempo adecuado para elevar las exportaciones de Pisco porque tiene el apoyo de distintas instituciones como Promperú quien se encarga de llevar a cabo ferias por Europa y Asia que sirve para promocionar el Pisco como otras exportaciones. Se ha podido determinar que para el pueblo alemán el Pisco peruano es del agrado de su paladar porque tiene una composición ideal para el friaje de varios meses del año.

El Chilcano que es una de las bebidas más conocidas en el Perú por llevar Pisco, es considerada como una bebida refrescante para la estación de verano la cual es preferida para la playa, y es que sus ingredientes hacen una diferencia por el punto de limón que lleva Y un logro importante es que Alemania sí reconoce que el Pisco es peruano. (p, 43).

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Exportación

La exportación podemos definirla como el envío de un producto o mercadería entre un de origen determinado (país) a un destino (país fuera del destino de origen). Hoy en día podemos

decir que las exportaciones a nivel mundial cumplen un importante rol ya que se han vuelto fuente económica esencial para los países exportadores.

1.3.2 Ventajas de exportar

En la actualidad gracias a los tratados de libre comercio que tenemos con los diversos países, que viene beneficiando que la exportación sea más fácil y dinámica, debido a que los aranceles van disminuyendo de acuerdo al tratado y al país.

Por ello hoy en día es menos complicado documentariamente y accesible en el ingreso del producto a otro país, teniendo en cuenta que siempre se cumpla con todas las condiciones y reglas que impone el país al que se requiere exportar.

1.3.3 Cultura exportadora

En el 2003 el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) definió, junto con el sector público y empresarial, una política de Estado en materia comercial para los siguientes diez años plasmada en el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX). Desde entonces se han formulado diversas estrategias y se han diseñado acciones concretas de mediano y largo plazo que permitan lograr importantes objetivos estratégicos bien definidos, como la generación de la oferta exportable, la consolidación de nuevos mercados de destino y la facilitación del comercio exterior. En cada paso de la logística exportadora se encuentra siempre el trabajo vinculado a la cultura exportadora, es decir, eficiencia, competitividad y productividad. En Mincetur se ha pretendido ir más allá y desarrollar un conjunto de lineamientos de políticas públicas a favor de la cultura exportadora en el ámbito empresarial. Una cultura de esta naturaleza debería llevarnos a considerar a la exportación como una actividad que marcará el destino económico de nuestro país. Ésta debe fundamentarse en un conjunto de valores, modos de vida, costumbres, conocimientos y grado de desarrollo favorables a la competitividad. Tomando en cuenta la magnitud de este esfuerzo y el hecho de que su consolidación pasa por la necesidad de que sea abordada desde una óptica transversal, el plan Maestro de Cultura Exportadora, el cual ha sido producto de un consenso entre el sector público y privado, contempla acciones de carácter formativo e instructivo de forma descentralizada.

Todas estas acciones están vinculadas a la generación de una oferta exportable de calidad, a la consolidación y diversificación de nuevos mercados, a la generación de condiciones que impulsen la facilitación del comercio, y a la formación de recursos humanos altamente capacitados. Elementos cuya articulación conjunta es la gran determinante de su impacto sobre el ritmo de cambio y desarrollo de una cultura exportadora. Específicamente, se busca que esta estrategia permita fomentar una conciencia nacional a favor del comercio exterior; la meritocracia; la creación de capacidades, y de nuevos emprendimientos exportadores; una conciencia favorable sobre la calidad y la competitividad. Asimismo, con este esfuerzo se quiere contribuir a generar una clase empresarial moderna, un capital humano consecuente con la importancia de la innovación y el desarrollo tecnológico y capaz de enfrentar los retos de la modernidad y la globalización. La cultura exportadora en una sociedad no se construye de un día para otro, por el contrario, es una tarea de largo aliento, la cual depende de la disposición de la sociedad peruana en enrumbarse en un proyecto de esta envergadura. El éxito de este trabajo no podrá ser posible sino existe un compromiso decisivo por parte del sector público, los empresarios, las instituciones académicas, los medios de comunicación, así como de la sociedad en su conjunto. Trabajemos juntos para que a través de estas acciones incorporemos a la actividad exportadora en la vida y mente de todos los peruanos.

Como los datos ya existen, no es necesaria una técnica o instrumento especial de recolección de datos, pues tomaremos los datos de diversas instituciones privadas y públicas como sicex, Adex, cámara de comercio, ministerio de comercio y turismo, Sunat, etc.

1.3.4 Aranceles

De acuerdo a la definición del Ministerio de Economía y Finanzas decimos que:

“Un arancel es un impuesto o gravamen que se aplica solo a los bienes que son importados o exportados. El más usual es el que se cobra sobre las importaciones; en el caso del Perú y muchos otros países no se aplican aranceles a las exportaciones”.

Tenemos una nomenclatura vigente es la del Arancel de Aduanas 2017, aprobado mediante Decreto Supremo N° 342-2016-EF, publicado el 16 de diciembre de 2016 – su vigencia fue a partir del 01 de enero de 2017. El Arancel de Aduanas 2017 ha sido elaborado en base a la Sexta Recomendación de Enmienda del Consejo de Cooperación Aduanera de la Organización Mundial de Aduanas (OMA) y a la nueva Nomenclatura ANDINA

(NANDINA), aprobada mediante Decisión 812 de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), las cuales también entraron en vigencia el 01 de enero de 2017.

El Arancel de Aduanas del Perú actualmente tiene 7790 sub partidas nacionales a 10 dígitos, las que contienen 21 Secciones y 97 Capítulos; el Capítulo 98 encontraremos a mercancías con algún tipo de tratamiento especial. La estructura del Arancel de Aduanas incluye el código de sub partida nacional, la descripción de la mercancía y el derecho ad-valoren. Los derechos ad- valoren son expresados en porcentaje, los que se aplican sobre el valor CIF (Cost, Insurance and Freight, "Costo, Seguro y Flete") de importación.

1.3.5 Gestión de Mercado

Todo exportador debe tener el conocimiento básico para exportar, es necesario que averigüe en que nicho de mercado competirá, haciendo estrategias de ventas.

1.3.6 Estrategias de Comercialización para la Exportación

Se podría de decir que para lograr exportar debemos tener en cuenta ciertos pasos, ya que es es correr un riesgo siempre para casi todas las empresas. Así sean empresas multinacionales ya que han tenido grandes pérdidas económicas por las malas decisiones y políticas equivocadas a la hora de exportar.

Uno de los objetivos principales es conocer el mercado, el cual se debe conocer para lograr el éxito de la trazabilidad de la operación tano en números como en logística para la empresa.

A continuación, observaremos la estrategia y manera para saber tomar una decisión correcta en el momento que deseemos ofrecer un producto o bien en el exterior.

- Preparar cuidadosamente la negociación.
- Tener en cuenta las diferencias culturales en las negociaciones.
- Asignar recursos humanos y técnicos apropiados a cada negociación.
- Desarrolle una relación abierta y de confianza con la otra parte.

- Actuar con integridad.
- Controlar sus emociones.
- Sea flexible.
- Establezca compromisos realistas.
- Confirmar los términos del acuerdo para garantizar un mejor entendimiento con el cliente.
- Prepararse en el caso que no tenga éxito las negociaciones.

1.3.7 Posicionamiento

Para determinar un posicionamiento adecuado, debemos tener planes y estrategias que permitan al exportador tener la manera adecuada de prevenir distintos inconvenientes que pueda presentar el mercado nuevo y tener la respuesta ante cualquier circunstancia, sin distraer los objetivos.

1.4. Formulación del Problema

1.4.1. Problema general

¿Cuál ha sido la tendencia de la exportación que ha tenido el Pisco Peruano al mercado chileno en el periodo 2015 al 2017?

1.4.2. Problemas específicos

1. ¿Cuál ha sido la evolución del valor de exportación del Pisco Peruano en el mercado chileno en el periodo 2015 al 2017?
2. ¿Cómo se ha incrementado el precio de exportación según demanda en la exportación del Pisco Peruano en el mercado chileno en el periodo 2015 al 2017?
3. ¿Cómo se ha incrementado el volumen de exportación según demanda en la exportación del pisco peruano en el mercado chileno en el periodo 2015 al 2017?

1.5. Justificación del estudio

Justificación teórica de esta investigación es significativo porque contiene la proposición de exportación del Pisco Peruano el cual accederá que los individuos prueben opciones nuevas de bienes y de esta manera tenga una visión para extenderse en otros mercados, así se generó una forma de alentar a las empresas nacionales teniendo como iniciativa agregar un valor determinado.

Justificación práctica, esta investigación se realizó ya que en el Perú se tiene el deseo y las ganas de mejorar el nivel de exportación del Pisco Peruano en el mercado chileno con el análisis y el uso de datos estadísticos extraídos de fuentes confiables, para visionar a los empresarios.

Justificación metodológica, en cuanto a la elaboración de esta investigación se debió ver alguna validación científica y estrategia para continuar obteniendo resultados positivos en la exportación del Pisco Peruano.

1.6 Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

La exportación del Pisco Peruano presenta una tendencia significativa para el periodo 2015 al 2017.

1.6.2. Hipótesis específica

- El valor fob de exportación del Pisco Peruano presenta una tendencia significativa en el periodo 2015 al 2017.
- El volumen de la exportación del Pisco Peruano presenta una tendencia significativa en el periodo 2015 – 2017.
- El precio de exportación del Pisco Peruano presenta una tendencia significativa en el periodo 2015 – 2017.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Describir las tendencias que vincularon a los niveles de exportación del Pisco peruano en el periodo 2015 al 2017.

1.7.2. Objetivos específicos

1. Determinar la evolución del valor de exportación del Pisco Peruano en el periodo 2015 – 2017.
2. Establecer la evolución del precio de exportación del Pisco Peruano en el periodo 2015 – 2017.
3. Analizar la evolución de el volumen de la exportación del Pisco Peruano en el periodo 2015 – 2017.

II. METODO

2.1. Diseño de Investigación

2.1.1. Recolección de información

El tipo de investigación elaborada es aplicada porque los efectos se logran ver a través de estadísticas y data numérica. El tipo de investigación que se empleó es cuantitativo, el diseño metodológico es no experimental porque la variable exportación se representó bajo la temporabilidad ex post facto. El nivel de conocimiento es longitudinal, porque el interés fue analizar cambios y recolectar datos a través del tiempo en puntos o periodos específicos para hacer inferencias respecto a los cambios determinados.

2.2 Variables, Operacionalización

2.2.1 Identificación de la variable

Variable. - Exportación

Las variables que se han desprendido en extensiones y para la pertinente medición se han manejado indicadores que se señala en la expresión a continuación indicada:

2.2.2. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable Exportación

Variables	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicador	Escala
Exportación	Lo que sostiene Daniels Etal. (2010, p.174), la exportación como la venta de bienes y servicios producidos por una empresa localizada en un país y que dichos bienes están dirigidos a compradores que residen en otro país.	La exportación de bienes y servicios en la investigación desarrollado vincula a los costos y precios de la exportación, así como las formas de pagos en dicho proceso, asimismo a la distribución física del pisco en su proceso de exportación.	Costos y Precios de la Exportación Indica el análisis de los gastos que son a causas de las distintas acciones que se toman para exportar un producto, cambian de acuerdo a la forma de contrato o comunicación que se obtenga con el cliente. (Manual Planex, Promperú,2017, p. 92)	Valor de la exportación	Todos los datos y la información que se encuentra en esta investigación se considera ex post facto, son datos ya existentes extraídos de datas de entidades públicas y privadas y estas se verán representadas en los cuadros estadísticos y gráficos para tener la exactitud si hubo incremento o evolución en nuestra exportación.
			Formas de Pago en la Exportación Siempre se debe establecer mediante un contrato de compraventa, tiene la facultad de transacción, por ello el cliente exportador tiene que tener la comunicación para estar de acuerdo de qué manera será el pago hacia el proveedor. (Manual Planex, Promperú,2017, p. 104)	Precio de la exportación	
			Distribución física en la Exportación Se trata de la forma como a través de procesos definidos la carga se mueve desde un país origen hacia un país destino. (Manuel Planex, Promeprú,2017,p. 202)	Producción de la exportación	

2.3 Población y muestra

La población objetivo de estudio son los exportadores del Pisco peruano al mercado chileno en el periodo 2015 al 2017, el cual constituye la población o de la presente investigación.

En el desarrollo del presente estudio se utilizó la recolección de información en base a las estadísticas recopiladas en los años fijados para el estudio de la presente investigación: 2015-2017; concordante con el acopio de información en la delimitación temporal del estudio de la variable y sus implicancias en la exportación del pisco hacia el vecino país de Chile.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Como los datos ya existen, no es necesaria una técnica o instrumento especial de recolección de datos, pues tomaremos los datos de diversas instituciones privadas y públicas como SICEX, ADEX, Agrodata Perú, cámara de comercio, ministerio de comercio y turismo, Sunat, etc.

2.5 Análisis descriptivo de los datos

En este punto para realizar una adecuada investigación se trabajó con el método estadístico, utilizado para recolectar datos y su temporabilidad, los cuales por su naturaleza de ocurrencia se consideran como un diseño ex post facto. Las organizaciones de los datos fueron establecidas a través de cuadros y gráficos, así como las medidas e indicadores estadísticos, para las variables, dimensiones e indicadores, presentados en el desarrollo de la investigación.

2.6 Aspectos éticos

Se considerará la confiabilidad de la información, el respeto por la propiedad intelectual, los derechos de autor; y de todo el canal de información extraídos que han sido plasmados en esta investigación, respeto al medio ambiente y biodiversidad, responsabilidad social, jurídica y ética.

III. RESULTADOS

3.1 Resultados sobre el valor Fob de la exportación

3.1.1 Valor Fob de exportación del Pisco peruano al mercado chileno periodo 2015 al 2017.

Se presentó el valor Fob de la exportación anual del pisco peruano, según el año en los periodos 2015 al 2017, esta expresión en USD (\$).

Por ello se ha generado la Tabla 1 que representa el valor Fob de exportación anual del pisco peruano en el periodo 2015 al 2017.

Tabla 1
Valor Fob de exportación del pisco peruano 2015 - 2017, en \$

Años	Valor Fob \$
2015	7,912,523
2016	8,297,132
2017	6,700,123

Fuente: Agrodataperú

Como se observa el valor Fob de exportación del pisco se encontró en crecimiento de manera importante del año 2015 al 2016, sin embargo, se observó también que el valor Fob de exportación se redujo de manera significativa del año 2016 a l 2017 de acuerdo como se ilustra en la figura 1 y 2.

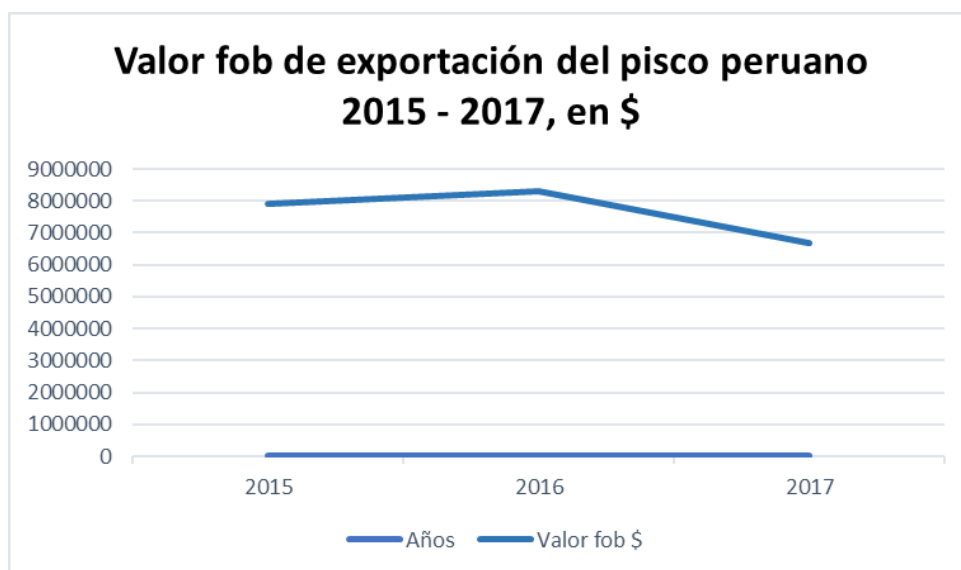


Figura 1: Fuente: Agrodataperú: gráfico de líneas del Valor Fob Niveles de exportación del Pisco por periodo 2015-2017



Figura 2: Fuente: Agrodataperú: gráfico de barras del Valor Fob Niveles de exportación del Pisco por periodo 2015-2017

3.1.2. Comprobación de la Hipótesis específica 1 utilizando el programa estadístico IBM-SPSS

En las investigaciones de tesis es importante y necesario tener una prueba de hipótesis a través de los diferentes programas que existen, en esta investigación hemos utilizado la plataforma estadística del SPSS, el cual nos permitirá verificar si dicha hipótesis tiene, mantiene o no una tendencia determinada enfocada en la información que ya tenemos extraídas de las fuentes confiables tanto públicas como privadas, en este caso la hipótesis establecida es el valor Fob de las exportaciones del Pisco peruano al mercado chileno en el periodo 2015 al 2017 ha tenido una tendencia creciente.

En así que realizamos la comprobación de nuestra hipótesis mediante los resultados obtenidos de la plataforma SPSS con la opción **t student** cumpliéndose la hipótesis nula.

Hipótesis Nula:

H₀: El valor FOB de las exportaciones del Pisco peruano al mercado chileno en el periodo 2015-2017 no ha tenido una tendencia significativa.

Hipótesis Alternativa:

H₁: El valor FOB de las exportaciones del Pisco peruano al mercado chileno en el periodo 2015-2017 tenido una tendencia significativa.

Hipótesis específica 1:

- El valor Fob de exportación del Pisco Peruano presenta una tendencia significativa en el periodo 2015 al 2017.

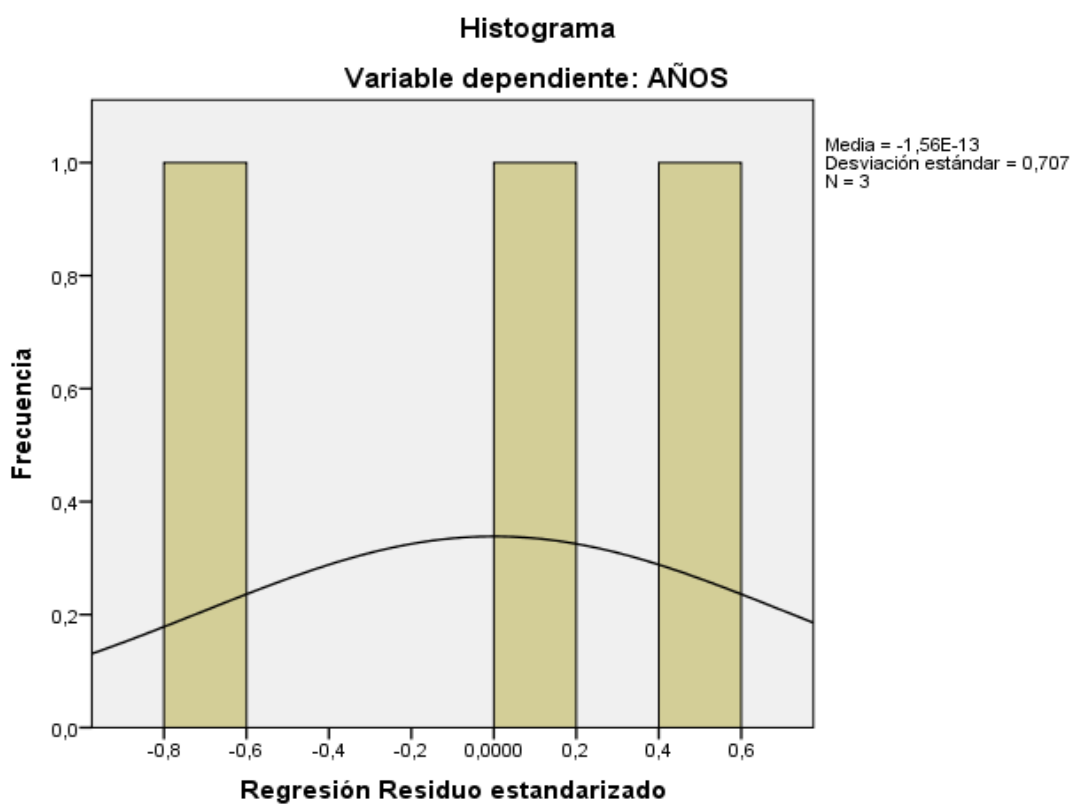
Tabla 2
Coefficientes Hipótesis específica 1

Coeficientes ^a					
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
1 (Constante)	2022,664	6,313		320,392	,002
FOB	-,001	,001	-,727	-1,060	,482

a. Variable dependiente: AÑOS

Toma de decisión

$p > 0,05$ entonces aceptamos la hipótesis Nula.



Rechazamos la hipótesis alterna.

Figura 3: Fuente: Programa SPSS Regresión Residuo estandarizado

Conclusión:

Para la hipótesis específica 1 referido al valor FOB de las exportaciones del Pisco peruano al mercado chileno en el periodo 2015 al 2017 se estimó no ha tenido una tendencia significativa sostenible utilizando un nivel t de significación 5%.

3.2 Resultados sobre el volumen de la exportación

Se presentó el volumen de la exportación anual del pisco peruano, según el año en los periodos 2015 al 2017, esta expresión en USD (\$).

Por ello se ha generado la tabla 2 que representa el precio de exportación anual del pisco peruano en el periodo 2015 al 2017, donde observamos la variación en relación al año anterior.

Tabla 3

Volumen de exportación del pisco peruano 2015 - 2017

Años	Producción Kg
2015	1,428,839
2016	1,591,984
2017	1,300,282

Fuente: Agrodataperú

Como se observa el volumen de exportación representada en kilos del pisco se encontró en crecimiento de manera importante del año 2015 al 2016, sin embargo, se observó también que el volumen de exportación disminuyó y hubo variación contrastado del año 2016 al 2017 de acuerdo como se ilustra en la figura 3 y 4.

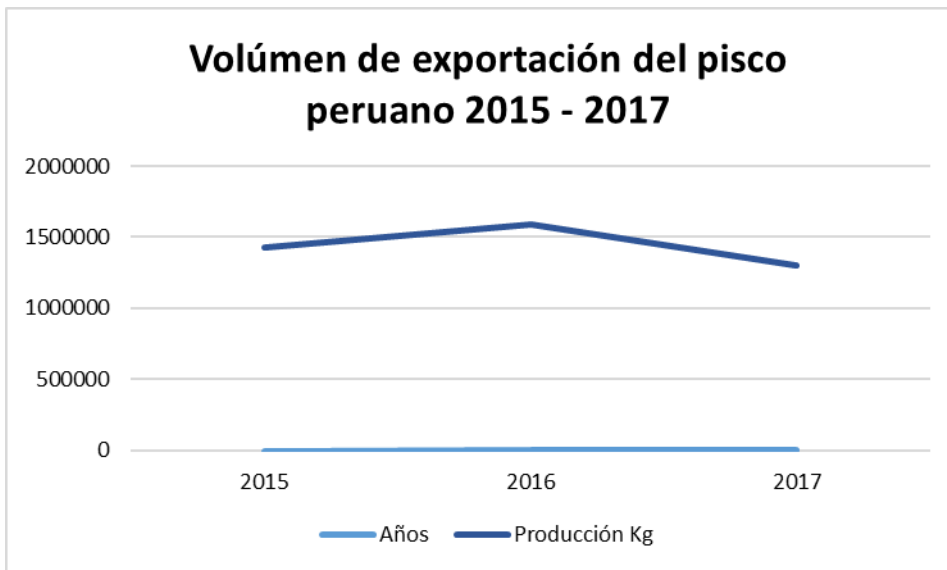


Figura 4: Fuente: Agrodataberú: gráfico de líneas del Volumen Niveles de exportación del Pisco por periodo 2015-2017

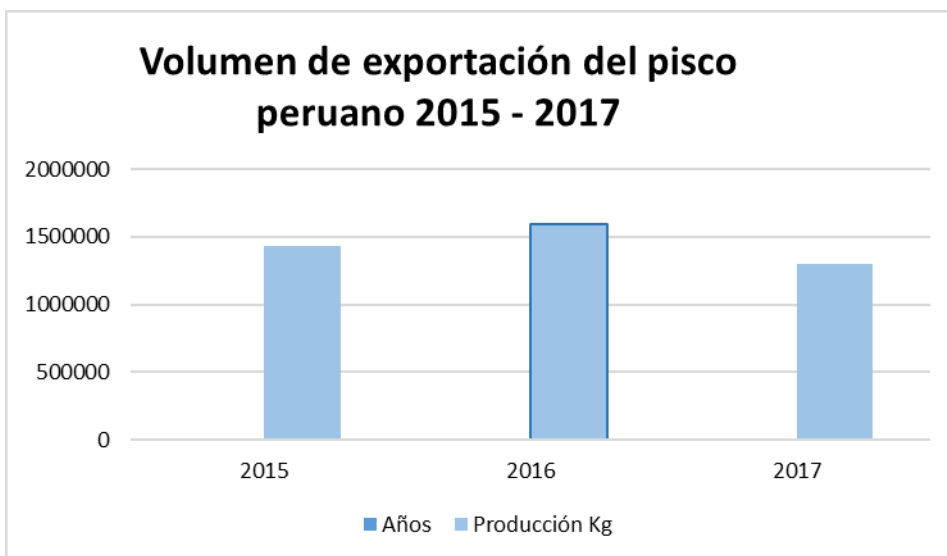


Figura 5: Fuente: Agrodataberú: gráfico de barras del Volumen Niveles de exportación del Pisco por periodo 2015-2017

3.2.1. Comprobación de la Hipótesis específica 2 utilizando el programa estadístico IBM-SPSS.

Hipótesis Específica 2:

- El volumen de la exportación del Pisco Peruano presenta una tendencia significativa en el periodo 2015 – 2017.

Tabla 4
Coeficientes Hipótesis específica 2

Coeficientes ^a					
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
1 (Constante)	2015,936	1,380		1460,972	,000
KILOS	8,746E-5	,002	,058	,058	,963

a. Variable dependiente: AÑOS

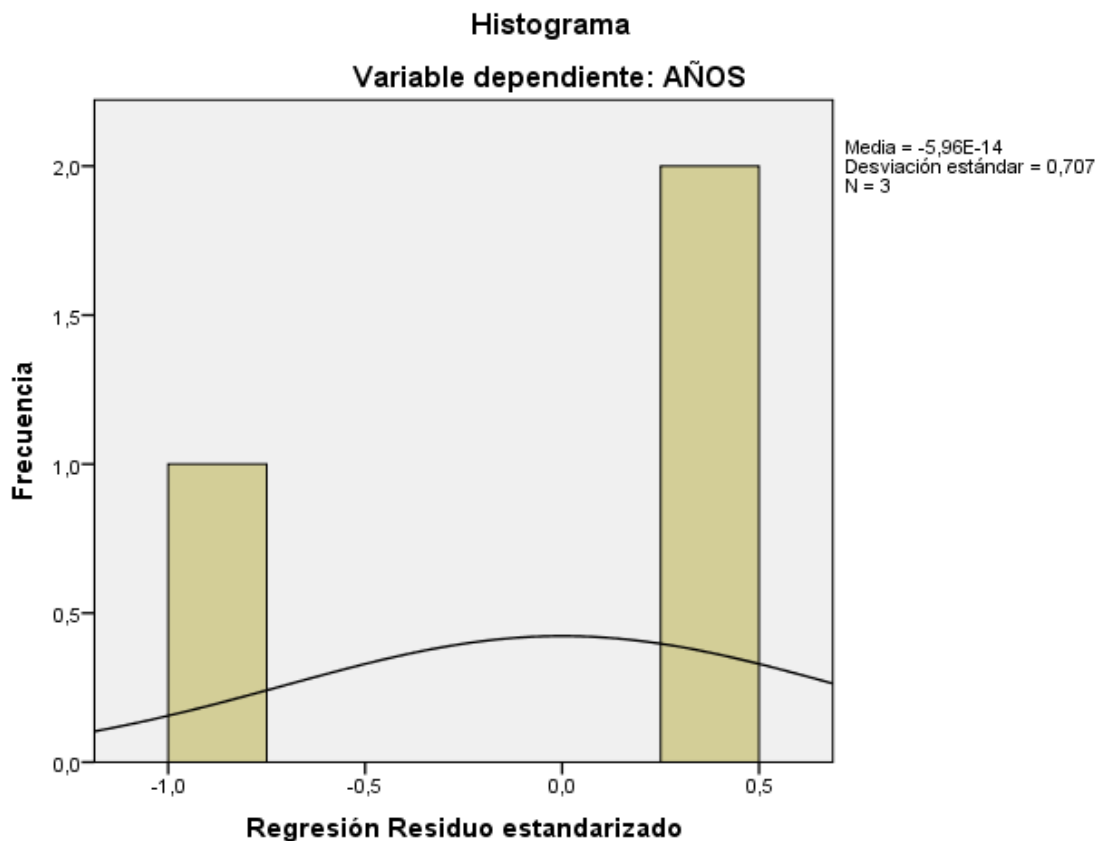


Figura 6: Fuente: Programa SPSS Regresión Residuo estandarizado

CONCLUSIÓN:

Para la hipótesis específica 2 referido al Volumen (TM) de las exportaciones del Pisco peruano al mercado chileno en el periodo 2015-2017 se estimó que no ha tenido una tendencia significativa sostenible utilizando un nivel α de significación 5%.

3.3 Resultados sobre el precio de la exportación

Se presentó el precio de la exportación anual del pisco peruano, según el año en los periodos 2015 al 2017, esta expresión en USD (\$).

Por ello se ha generado la tabla 4 que representa el precio de exportación anual del pisco peruano en el periodo 2015 al 2017.

Tabla 5

Precio de exportación del pisco peruano 2015 - 2017, en \$

Años	Precio
2015	5,54
2016	5,21
2017	5,15

Fuente: Agrodataperú

Como se observa el precio de exportación del pisco se evidenció que fue disminuyendo desde el año 2015 al 2017 de acuerdo como se ilustra en la figura 5 y 6.



Figura 7: Fuente: Agrodataperú: gráfico de líneas del Precio Niveles de exportación del Pisco por periodo 2015-2017.

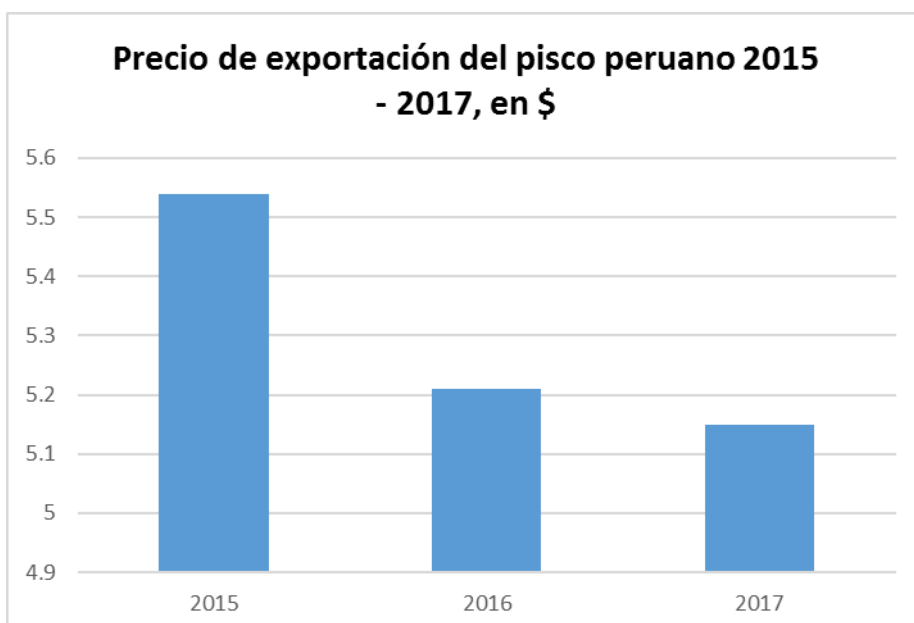


Figura 8: Fuente: Agrodataperú: gráfico de barras del Precio Niveles de exportación del Pisco por periodo 2015-2017.

3.3.1. Comprobación de la Hipótesis específica 3 utilizando el programa estadístico IBM-SPSS.

Hipótesis específica 3:

- El precio de exportación del Pisco Peruano presenta una tendencia significativa en el periodo 2015 – 2017.

Tabla 6

Coefficientes Hipótesis específica 3

Coeficientes ^a					
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
1 (Constante)	2039,435	9,372		217,607	,003
PRECIO	-4,422	1,767	-,929	-2,502	,242

a. Variable dependiente: AÑOS

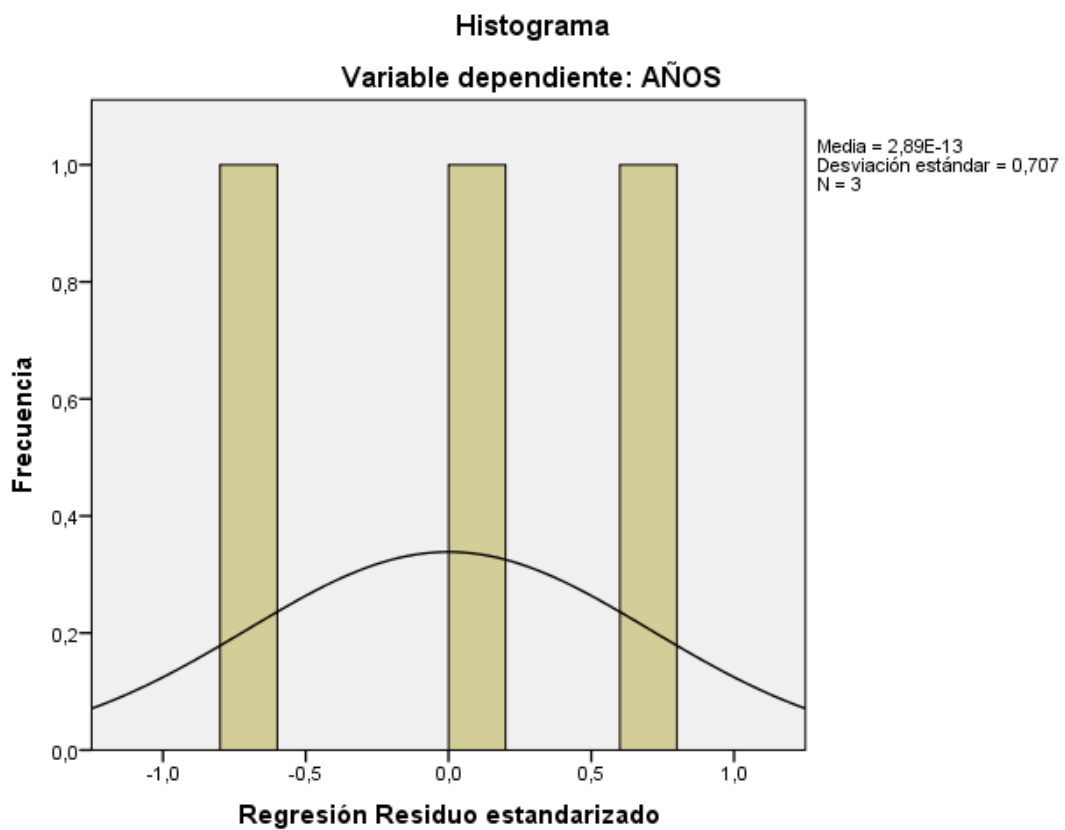


Figura 9: Fuente: Programa SPSS Regresión Residuo estandarizado

Conclusión:

Para la hipótesis específica 3 referido al precio de las exportaciones del Pisco peruano al mercado chileno en el periodo 2015-2017 se estimó que no ha tenido una tendencia significativa sostenible utilizando un nivel α de significación 5%.

VALORES DE EXPORTACION DEL PISCO POR MESES PERIODO 2015

En la tabla 4 tenemos el análisis de la exportación del pisco en el año 2015, el cual nos arroja en el total anual como Valor FOB \$ 7, 912,523, teniendo en representación de producción (Kg) 1,428.839 y con un precio promedio \$ 5.54.

En el promedio por mes nos genera como valor Fob \$ 659,377, en representación de producción (Kg) mensuales tenemos 119,070.

En cuanto al porcentaje del crecimiento promedio del valor Fob tenemos un 51%, de Kilos tenemos un 45% y en el precio promedio un 4%.

Concluyendo con un análisis positivo para el incremento exportado.

Tabla 7

Valores de explotación del Pisco por meses periodo 2015

Mes	2015		
	FOB	VOLUMEN (KG)	PREC. PROM
Enero	540,709	87,514	6.18
Febrero	657,003	119,329	5.51
Marzo	604,342	120,031	5.03
Abril	514,135	104,304	4.93
Mayo	402,540	75,346	5.34
Junio	910,452	171,993	5.29
Julio	558,870	68,885	8.11
Agosto	650,993	126,415	5.15
Setiembre	822,191	136,901	6.01
Octubre	1,051,829	194,774	5.4
Noviembre	328,238	64,683	5.07
Diciembre	871,221	158,664	5.49
TOTALES AÑO	7,912,523	1,428,839	5.54
PROMEDIO MES	659,377	119,070	
% CREC. PROMEDIO	51%	45%	4%

Fuente: Agrodataperú

VALORES DE EXPORTACION DEL PISCO POR MESES PERIODO 2016

En la tabla 8 tenemos el análisis de la exportacion del pisco en el año 2016, el cual nos arroja en el total anual como Valor FOB \$ 8,297,132, teniendo en representacion de Kilos 1,591,984 y con un precio promedio 5.21.

En el promedio por mes nos genera como valor Fob \$ 691,428, en representacion de Kilos mensuales tenemos 132,665.

En cuanto al porcentaje del crecimiento promedio del valor Fob tenemos un 5%, de Kilos tenemos un 11% y en el precio promedio un -6%.

Concluyendo con un análisis positivo para el incremento exportado, y con un precio promedio en negativo debido a la demanda.

Tabla 8
Valores de exportación del Pisco por meses periodo 2016

Meses	2016		
	FOB	VOLUMEN (KG)	PREC. PROM
Enero	283,751	54,500	5.21
Febrero	1,045,704	161,545	6.47
Marzo	480,627	99,256	4.84
Abril	520,018	120,098	4.33
Mayo	754,819	139,549	5.41
Junio	708,144	128,381	5.52
Julio	806,557	159,157	5.07
Agosto	665,512	159,386	4.18
Setiembre	1,160,326	202,338	5.73
Octubre	715,676	153,516	4.66
Noviembre	532,974	100,059	5.33
Diciembre	623,024	114,199	5.46
TOTALES AÑO	8,297,132	1,591,984	5.21
PROMEDIO MES	691,428	132,665	
% CREC.PROMEDIO	4.86%	11.42%	-5.96%

Fuente: Agrodataperú

VALORES DE EXPORTACION DEL PISCO POR MESES PERIODO 2017

En la tabla 9 tenemos el análisis de la exportacion del pisco en el año 2017, el cual nos arroja en el total anual como Valor FOB \$ 6,700,123, teniendo en representacion de Kilos 1300,282 y con un precio promedio 5.15.

En el promedio por mes nos genera como valor Fob \$ 558,344, en representacion de Kilos mensuales tenemos 108,357.

En cuanto al porcentaje del crecimiento promedio del valor Fob tenemos un -19%, de Kilos tenemos un -18% y en el precio promedio un -1%.

Concluyendo con un análisis negativo a diferencia del año 2016.

Tabla 9

Valores de exportación del Pisco por meses periodo 2017

Meses	2017		
	FOB	PRODUCCION (KG)	PREC. PROM
Enero	322,195	66,761	4.83
Febrero	555,486	116,183	4.78
Marzo	656,957	127,062	5.17
Abril	460,783	97,718	4.72
Mayo	801,046	169,104	4.74
Junio	408,648	72,742	5.62
Julio	530,684	91,412	5.81
Agosto	565,195	100,250	5.64
Setiembre	467,796	101,054	4.63
Octubre	696,645	99,938	6.97
Noviembre	671,948	139,717	4.81
Diciembre	562,740	118,341	4.76
TOTALES AÑO	6,700,123	1,300,282	5.15
PROMEDIO MES	558,344	108,357	
% CREC.PROMEDIO	-19.25%	-18.32%	-1.15%

Fuente: Agrodataperú

CUADRO EXPORTACION DEL PISCO PERUANO POR PAISES 2015 - 2017

En la tabla 10, observamos las cantidades exportadas por país en el periodo 2015 al 2017, las cuales se ven reflejadas según tendencia, que el mercado al que más le exportamos el producto es el mercado chileno.

Tabla 10
Exportación del Pisco peruano por países 2015-2017

Países	Exportación Pisco por países		
	2015	2016	2017
Chile	2,780,260	3,126,079	3,001,000
E.E.U.U	2,759,981	2,583,455	2,388,000
España	386,953	526,515	774,818
Países Bajos	236,883	357,970	360,021
Reino Unido	409,282	340,396	253,997
Francia	155,152	220,469	230,165
Colombia	146,910	216,864	210,325
China	6,730	179,992	165,648
Alemania	176,443	159,578	159,897
Australia	161,313	132,139	120,474
Brasil	83,830	99,378	100,444
Suiza	38,971	82,869	101,358
Bélgica	26,469	77,619	88,647
Ecuador	69,611	66,741	66,978
Emiratos Árabes	11,664	61,449	78,541
Argentina	32,255	58,799	78,431
Japón	94,478	55,643	56,987
Panamá	38,087	44,457	59,436
Canadá	18,256	34,163	44,822
El Salvador	9,984	25,450	30,248
Taiwán	51,264	23,668	44,587
India	0	22,667	45,897
Singapur	32,870	20,212	25,411
Costa Rica	17,243	18,461	19,457
TOTALES AÑO	7,744,889	8,535,033	8,505,589

Fuente: Aduanas-ADEX Data trade

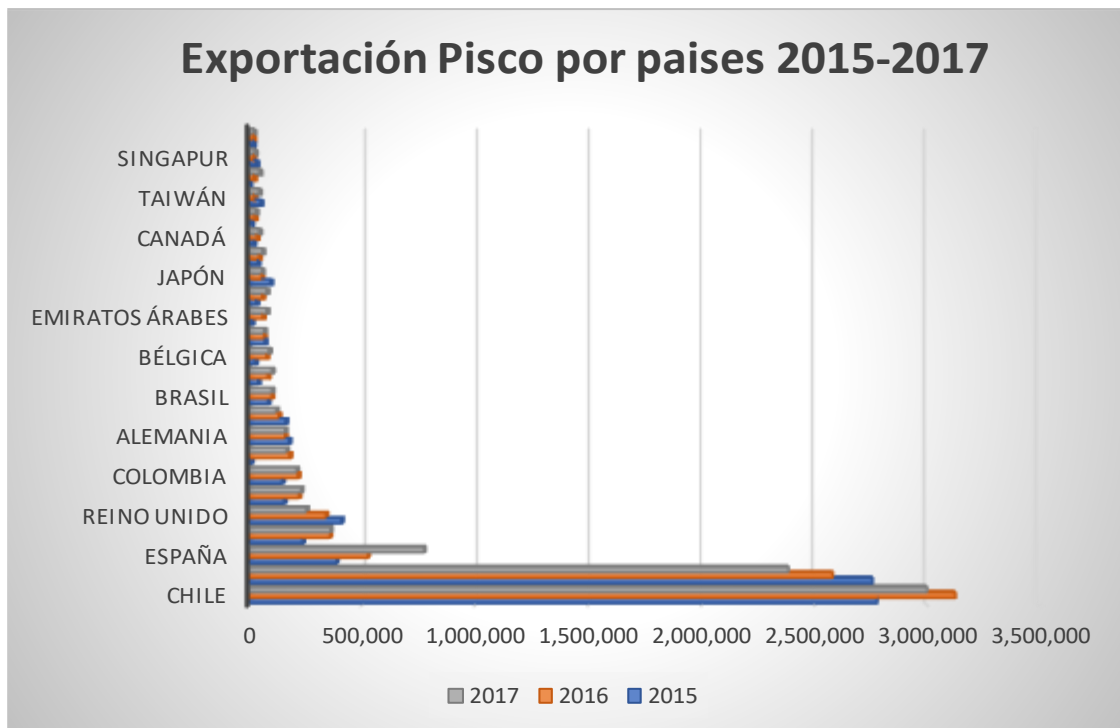


Figura 10: Fuente: Aduana-Adex Data Trade: Niveles de exportación del Pisco por países periodo 2015-2017

PORCENTAJE GRÁFICO DE EXPORTACION POR PAISES DEL PISCO 2015

En el año 2015 tuvimos una exportación importante en la Figura 11 tenemos a EE.UU. que es el país con mayor exportación teniendo el 46%, seguido de Chile con un 28%, en el tercer lugar está Francia con un 6%, en el cuarto lugar se encuentran los países Holanda, Alemania y España, Colombia esta con un 2%, y un 6% de varios países que tienen ese acumulado.

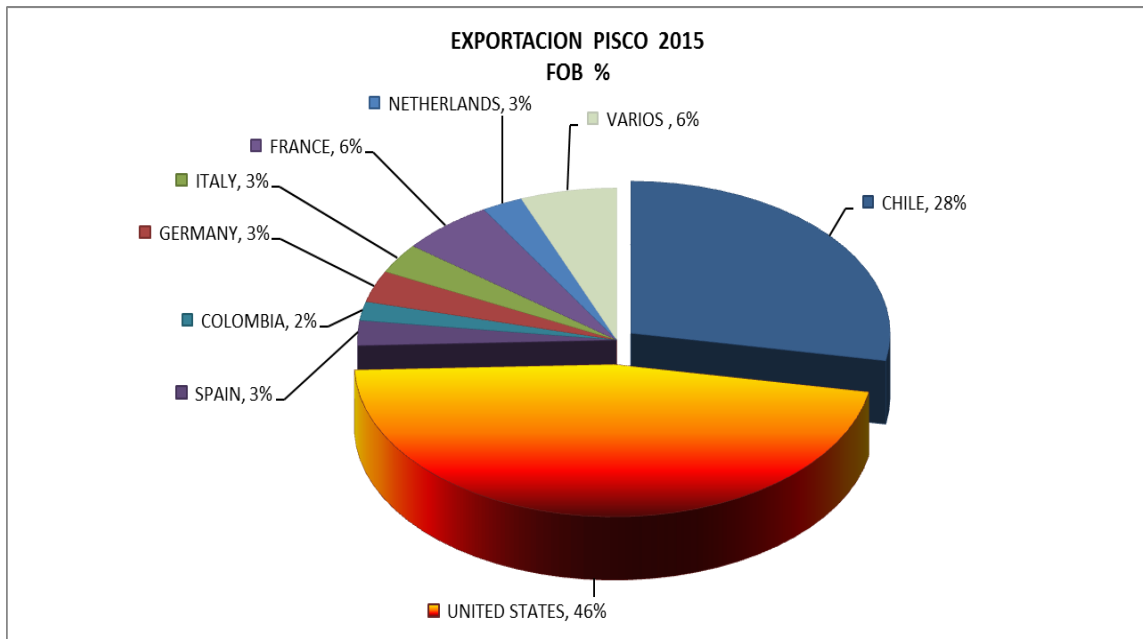


Figura 11: Fuente: Aduana-Adex Data Trade: gráfico de porcentajes de exportación del Pisco por países periodo 2015.

PORCENTAJE GRÁFICO DE EXPORTACION POR PAISES DEL PISCO 2016

En el año 2016 tuvimos una exportación importante en la Figura 12 vemos variaciones en relación con el año 2015, en este año Chile tuvo un 35% ocupando así el primer lugar en las exportaciones, mientras que tenemos a EE.UU. el 31%, seguido de España con un 6%, los países de United Kingdom y Holanda empatan con un 4 %, Colombia tienen un ligero ascenso de 3%, China se deja ver con un 2% y un 16% de varios países que tienen ese acumulado.

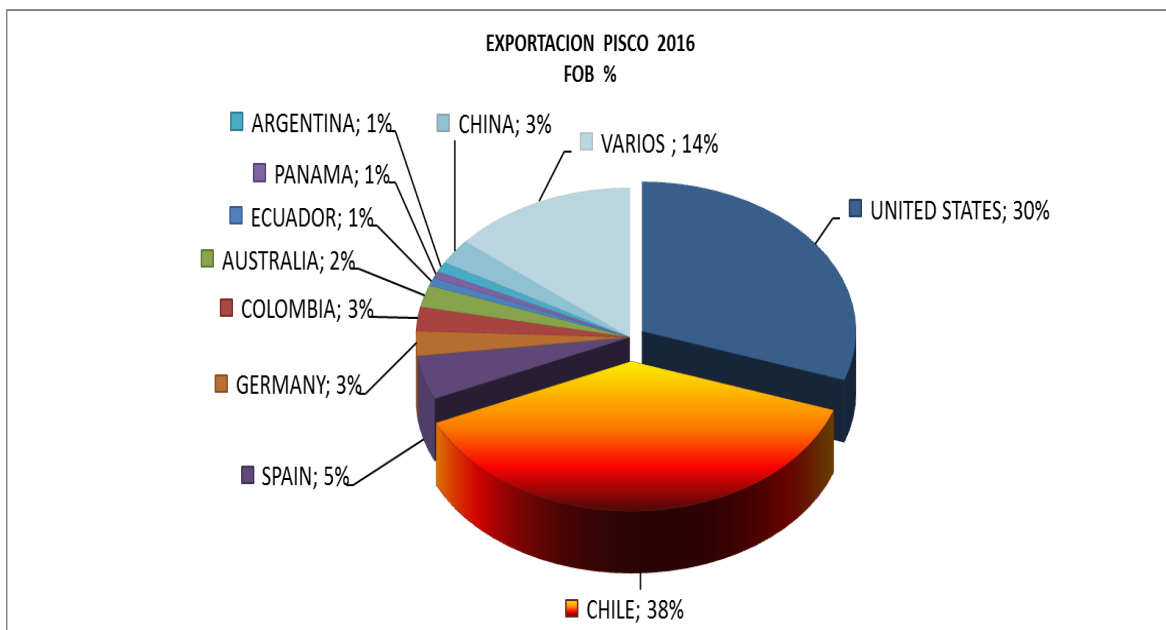


Figura 12: Fuente: Aduana-Adex Data Trade: gráfico de porcentajes de exportación del Pisco por países periodo 2016.

PORCENTAJE GRÁFICO DE EXPORTACION POR PAISES DEL PISCO 2017

En la Figura 13 observamos que en el año 2017 disminuyó la cantidad exportada al país vecino de Chile con un 37%, sin embargo, esto no quita que siga manteniendo el primer lugar en las exportaciones, EE.UU. también descendió a un 27%, seguido de España con un 9%, Países Bajos con un 4%, Francia con un 3% y otros países con un 20% de manera acumulada.



Figura 13: Fuente: Aduana-Adex Data Trade: gráfico de porcentajes de exportación del Pisco por países periodo 2017.

VOLUMEN DE EXPORTACION GRÁFICA POR EMPRESA PISCO 2015 AL 2017

En la Figura 12, 13 Y 14 se observa la representación estadística por empresas exportadora, la empresa Bodegas y Viñedos Tabertero ha permanecido desde el año 2015 al 2017 como la empresa número 1 exportando en el año 2015 la cantidad de 1,647 litros de destilado, seguido del año 2016 de 1,919 litros y el año 2017 descendió a 563 litros de Pisco, la segunda empresa en exportar es Destilería La Caravedo S.R.L. en el año 2015 exportó 1,632 litros , en el año 2016 llegó a los 1,524 y en el año 2017 309 litros de destilado.

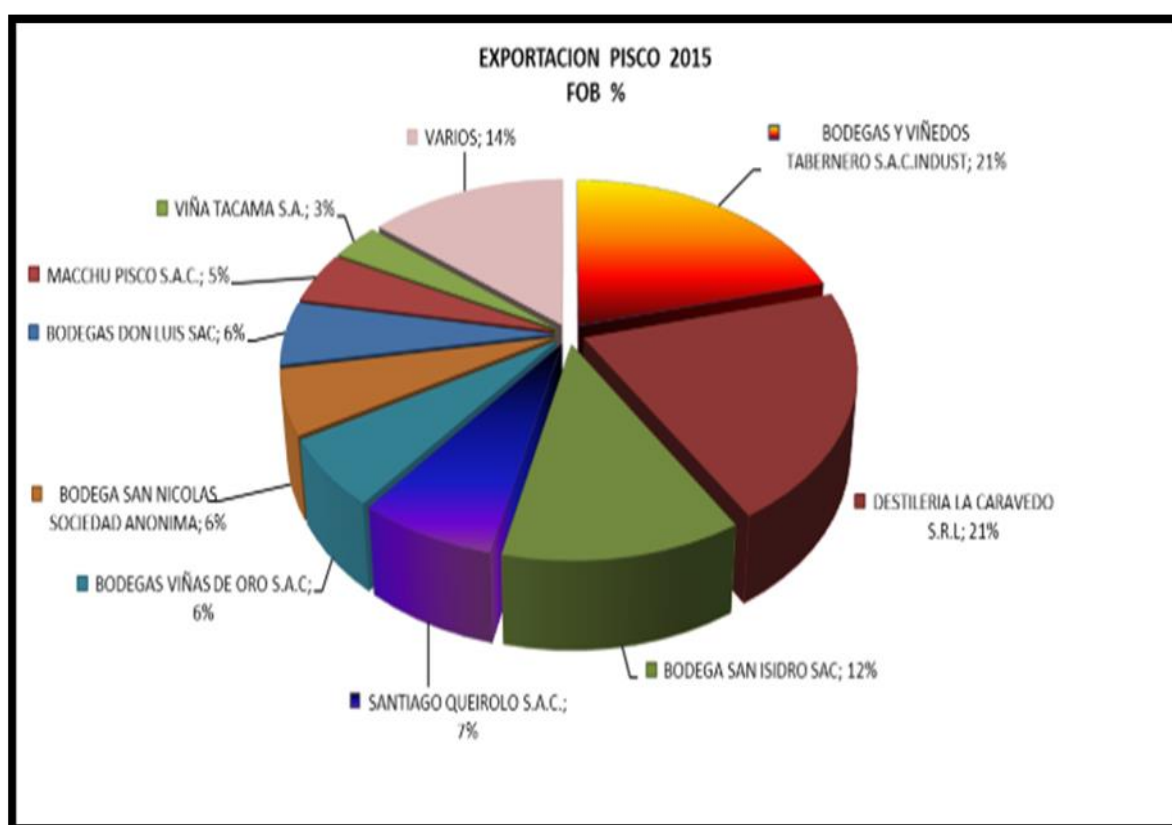


Figura 14: Fuente: Aduana-Adex Data Trade: gráfico de porcentajes de exportación del Pisco por empresas periodo 2015.

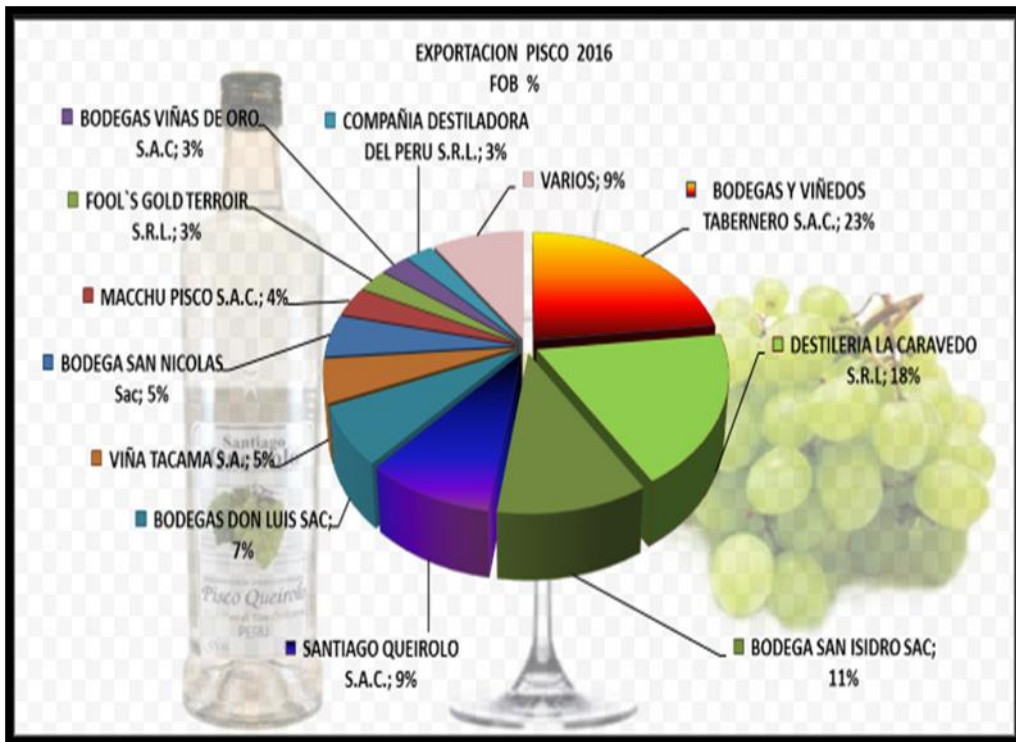


Figura 15: Fuente: Aduana-Adex Data Trade: gráfico de porcentajes de exportación del Pisco por empresas periodo 2016.

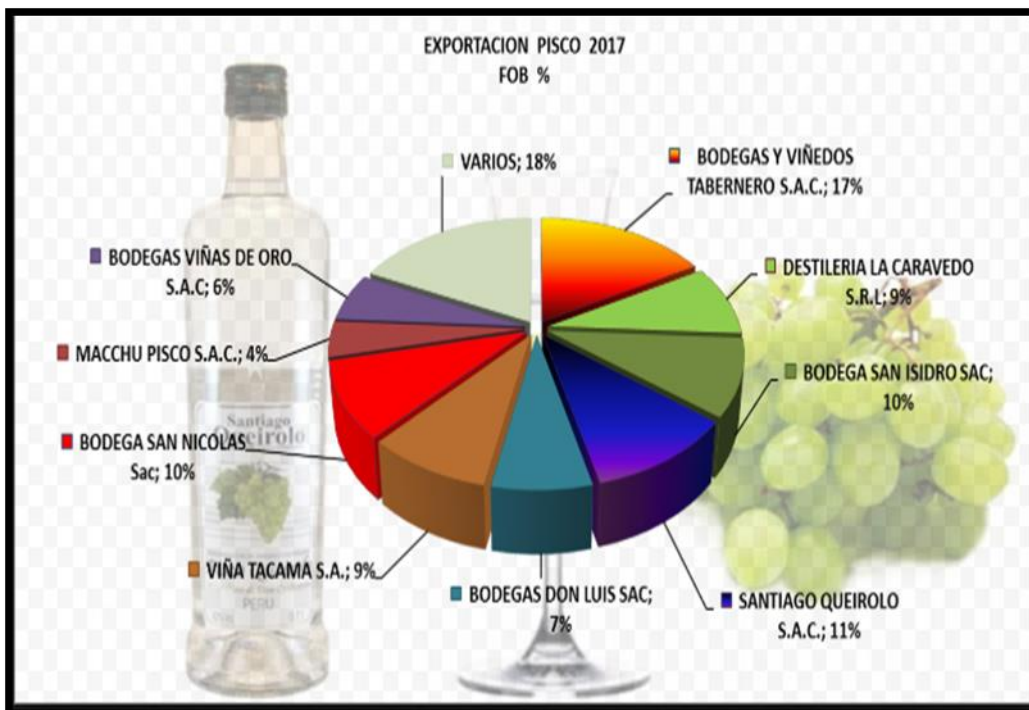


Figura 16: Fuente: Aduana-Adex Data Trade: gráfico de porcentajes de exportación del Pisco por empresas periodo 2017.

IV. DISCUSIÓN

En este capítulo observaremos la relación de los antecedentes con la hipótesis general y las hipótesis específicas, considerando también que la presente investigación nuestro objetivo principal fue describir las tendencias que vincularon a los niveles de exportación del Pisco peruano al mercado chileno en el periodo 2015 al 2017.

Según la tesis Ávila Huamán Ridder Darwin (2014), “Escenario Comercial del Sector del Pisco Peruano”, para obtener el grado Especialista de la Universidad de Buenos Aires, en su objetivo general determinó detallar la situación comercial nacional e internacional del Pisco peruano, con la finalidad de identificar nuevas oportunidades de mercado, tiene un enfoque de análisis aplicativo para la descripción del ambiente comercial del Pisco, el cual en los últimos años, el nicho del pisco ha incrementado de manera importante en contradicción a la demanda de productos característicos y de gran calidad, esto gracias a las buenas decisiones y estrategias que ha tenido el gobierno del Perú para la promoción del producto, todo esto con la finalidad de identificar nuevas oportunidades de mercado. También se sabe que en el estudio se observa que la demanda interna no es del todo favorable debido a la poca acogida que tiene el Pisco, sin embargo, no pasa lo mismo con la demanda externa, puesto, que el crecimiento del producto estudiado se enfoca en los países donde cumplen con dos factores sociales importantes la economía y la cultura. Se determinó también que el Perú ha mostrado una fortaleza bastante adecuada con las estrategias donde en su desempeño en los años 2001 al 2012 la tasa anual acumulada de crecimiento fue el 13% llegando a ser superior a Chile y de esta manera desde el 2018 el Perú asumió el liderazgo de las exportaciones y esto es considerado por el valor Fob alcanzado. Por ello es deducible decir que para los siguientes años el Perú superara las expectativas y se consolidará como el exportador más importante del Pisco a nivel mundial.

En la investigación del presente trabajo en nuestra hipótesis sobre el valor fob de las exportaciones podemos decir que presentó una tendencia significativa en el periodo del 2015 al 2017, mostrando para el 2015 un incremento en crecimiento promedio anual de 51%, mientras que el 2016 decreció a 4.86%, y en el año 2017 nuevamente decreció -19.25%, este decrecimiento se empezó a dar debido al factor cultural que se presenta con la denominación del “Pisco” discrepancias que hasta el momento no se superan con el país vecino de Chile. Sin embargo, no significa que el Perú haya dejado de ser el país con mayor exportación del Pisco a nivel mundial.

Por lo tanto, decimos que existe una relación entre nuestra investigación con la tesis anteriormente mencionada, y esto se da debido a que el Perú a través de los años a mejorado enormemente sus exportaciones de Pisco gracias a la efectividad y estrategias comerciales. Se ha vuelto el país número uno en la exportación del producto en mención, tal y como se había pronosticado años anteriores. Posición que ha permitido mejoras en los niveles económicos del estado peruano logrando una sostenibilidad productiva.

Moncayo Martínez, Liliana (2013), tesis “Caracterización de los Piscos del Perú a través de su composición aromática”, presentada para optar por el grado de Doctor en Ciencias Químicas en la Universidad de Zaragoza-España, en su objetivo general determina y contrasta los complementos aromáticos de piscos producidos por las diversas uvas sean aromáticas como no aromáticas. Así mismo la aromatización del Pisco presenta niveles determinantes para el sabor y el aroma, teniendo de por medio varios procesos que seguir como el grado de fermentación de la uva, de acuerdo a los dos grupos existentes según sus características, clima, zona de cultivo, etc.

En la investigación de nuestro trabajo y la tesis que se ha mencionado se determinó que no existe grado de relación con ninguna de las hipótesis del presente trabajo, no obstante, cabe mencionar que si hemos visto el tema de la diversidad de las uvas y los dos grupos de uvas existentes que son las aromáticas y las no aromáticas a lo largo de nuestra investigación.

Según la tesis Núñez Sánchez, Miguel Edgar (2017), “Exportación de Pisco de uva Italia hacia New York - Estados Unidos” Universidad San Martín de Porres propone como objetivo la evaluación de factibilidad de exportar el Pisco de uva Italia al mercado norteamericano, (estado de Nueva York), el autor puntualiza que ya desde el año 2016 EEUU no es el primer país que al que el Perú le exporta, situación que desea cambiar mediante un plan de negocio que le permita explayarse al mercado en mención considerando la capacidad de demanda que requiera este estado. EEUU es un país consumidor de bebidas alcohólicas llegando hasta a un 8.3% de consumo anual.

En las conclusiones el autor estableció que el estado de New York es potencial para la exportación, del Pisco y determinó datos les arrojó el estudio de mercado a realizar para concretar el plan de negocio, con la intención de generar trabajo para agricultores de la zona de Cañete, ya que la idea es formar bases para llevar un control del volumen de producción para la exportación. estableció si sería factible y beneficioso exportar el pisco de uva Italia,

teniendo los valores de la capacidad de cubrir la demanda para la producción del producto podría determinar la demanda y la factibilidad de exportación.

En nuestra investigación manejamos la hipótesis específica sobre el volumen de exportación (KG) de las exportaciones la cual presentó una tendencia significativa en el periodo del 2015 al 2017, mostrando para el 2015 un incremento en crecimiento promedio anual de 45%, mientras que el 2016 decreció a 11.42%, y en el año 2017 nuevamente decreció -18.32%, estas bajas se dan por las discrepancias con Chile.

Decimos entonces que la tesis recientemente mencionada y nuestra investigación existe una relación, debido a que el autor menciona la importancia de validar la demanda para determinar la capacidad de volumen de exportación que se requiera en el mercado en estudio, considerando que en el presente trabajo mencionamos en nuestra hipótesis específica la tendencia significativa del volumen de exportación TM y la importancia que brinda esta para manejar un buen indicador de cumplimiento con nuestro posible mercado

Según la tesis Palacio Jiménez Carmen, Sánchez Porras Gabriela (2017),” Análisis de los factores que influyeron en la internacionalización del pisco en el periodo 2013 al 2016”, la propuesta tiene como objetivo valorar y precisar el posicionamiento en mercados, la eficacia de la base fructífera, de la influencia de la calificación de origen (pisco) que influyeron en la internacionalización del pisco en el tiempo mencionado. Esta investigación se considera descriptiva, documental de carácter no experimental y transversal.

Los autores concluyeron que gracias a los diversos tratados que tenemos hoy en día con otros países, hace que sea más factible la exportación del Pisco ya que brinda aranceles accesibles, lo cual permite que el precio del producto a exportar pueda tener un costo menor. Menciona que él Perú es el segundo exportador de aguardiente de vino o de orujos de uva, considerando ha venido teniendo una comercialización de tendencia significativa en los últimos años, los países de mayor exportación a los países de Estados Unidos y Chile.

Tenemos a un país competidor en la exportación del pisco que es Chile, quien no solo exporta sino también produce su aguardiente.

Hoy en día se encuentran disminuyendo las empresas exportadoras ya que han formado diversas asociaciones que les favorezca para tener una mejor demanda y cumplir con los volúmenes de producción que necesiten los clientes.

En nuestra investigación manejamos la hipótesis específica sobre el precio de exportación de las exportaciones la cual presentó una tendencia significativa en el periodo del 2015 al 2017, mostrando para el 2015 un incremento en crecimiento promedio anual de 4%, mientras que el 2016 decreció a -6%, y en el año 2017 también decreció -1%.

En la tesis mencionada y nuestra investigación existe una relación, ya que los autores mencionan la importancia del precio y volumen, el precio de exportación por los costos que se manejan en dicho proceso, y en el volumen de exportación por la demanda que debieron satisfacer hacia los clientes, en esta investigación hemos mostrado las hipótesis específicas presentando ambos indicadores con una tendencia significativa.

Silva Silva Sofia Claudia (2015), en su tesis de título “Investigación del tipo de Pisco para exportar al mercado alemán” el objetivo general de la tesis era determinar el tipo de Pisco adecuado para la exportación de Alemania.

El autor concluye que Alemania fue un nicho altamente viable para nuestro Pisco peruano, debida a los tratados de libre comercio tenemos viabilidad para la exportación de nuestro pisco. En nuestro estudio sabemos que el mercado alemán tiene una cultura que beneficia a las bebidas alcohólicas, ya que tienen por costumbre el consumo de alcohol, aunque parezca increíble los alemanes tienen una bolsa económica para gastar en bebidas alcohólicas y otros gastos innecesarios, por lo tanto, es un mercado riquísimo para nuestro Pisco.

Estableciendo que con este tratado comercial el Perú tiene un pase preferencial para el 99.3% de nuestros productos agrícolas y para el 100% de nuestros productos industriales. Tenemos a Promperú que brinda el apoyo a través de ferias comerciales tanto en Europa y Asia, gracias a ello podemos enseñar a una parte del mundo nuestro Pisco, considerando que para Alemania el pisco peruano tiene mucha aceptación.

En la investigación de nuestro trabajo y la tesis que se ha mencionado se determinó que no existe grado de relación con ninguna de las hipótesis del presente trabajo, no obstante, cabe mencionar que si hemos tratado el tema de la diversidad de las uvas y los dos grupos de uvas existentes que son las aromáticas y las no aromáticas a lo largo de nuestra investigación.

V. CONCLUSIONES

1. De la investigación desarrollada referida a la hipótesis general: La exportación del Pisco Peruano presenta una tendencia significativa para el periodo 2015 al 2017; se analizó estadísticamente a través de la prueba de coeficientes de que no existe significación estadística en la tendencia de la exportación del producto en mención para el periodo comprendido en el estudio.

2. La investigación referida, a la hipótesis específica 1 vinculada al: valor fob de exportación del Pisco peruano al mercado chileno en el periodo 2015 al 2017; se determinó que dicho valor fob no tiene una relación significativa en el periodo en estudio, ya que en la prueba de hipótesis la significancia alcanzó a un 0,482, lo cual indica que $p > 0,05$ se aceptó la hipótesis nula y de esta manera se rechaza la hipótesis alterna.

3. Para la hipótesis específica 2 vinculada a: la producción de la exportación del Pisco peruano al mercado chileno en el periodo 2015 al 2017; se estableció que dicha producción (Kg) no tiene una relación significativa en el periodo en estudio, debido a que en nuestra prueba de hipótesis la significancia alcanzó un 0,963, lo cual indica que $p > 0,05$ se aceptó la hipótesis nula y de esta manera se rechaza la hipótesis alterna.

4. Continuando con la hipótesis específica 3 vinculada al: precio de exportación del Pisco peruano en el mercado chileno en el periodo 2015 al 2017; se evidenció que dicho precio no tiene una tendencia significativa en el periodo de estudio, porque en nuestra prueba de hipótesis la significancia alcanzó un 0,242, lo cual indica que $p > 0,05$ se aceptó la hipótesis nula y de esta manera se rechaza la hipótesis alterna.

VI. RECOMENDACIONES

1. Promover la identidad del Pisco como bebida emblemática del Perú, sin permitir que intervengan otros países en la denominación de origen, ya que es inconsistente sino trasladamos la idea concreta de manejar el nombre de Pisco en otros países, esto se logrará con mejores estrategias: publicitarias, de promoción, ferias internacionales, etc., y de esta manera obtener un Valor Fob que mantenga una tendencia significativa con proyección a los próximos años.
2. Aportar con ideas innovadoras la producción del Pisco, para tener mayor volumen por litros que exportar y no tener ninguna insuficiencia en la demanda que se debe generar para satisfacción de los clientes, así consolidarnos en mantener una tendencia creciente anual.
3. Brindar apoyo a los exportadores para lograr bajar los costos de sus insumos y manejar las tasas de impuestos que mejoren los precios de exportación, en base a la demanda del Pisco. Sería una manera de poder tener una proyección efectiva en el costo del producto.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aldave y Tello (2014) “Análisis del mercado californiano de estados unidos para viabilizar la exportación de conservas de aceitunas verdes para los productores de Tacna – 2014 “(Tesis de Licenciatura) Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/3594/Aldave%20Loayza%2C%20A%C3%ADda%20Juvixa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Alva, José y Juárez, (2014)” Relación entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de productividad de los colaboradores de la empresa Chimú agropecuaria S.A del distrito de Trujillo-2014”. Tesis (Licenciado en Administración). Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego, 2014.

Avila Huaman Ridder Darwin, (2014), tesis “Escenario Comercial del Sector del Pisco Peruano” (Universidad de Buenos Aires) <http://ri.agro.uba.ar/files/download/tesis/especializacion/2014avilahuamanriderrdarwin.pdf>

Bajo O., (1991) “Teorías del comercio internacional.”-Barcelona Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=99HyPYGM5EUC&printsec=frontcover&dq=comercio+internacional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwirmr-i-YfVAhUE0IykhuhAFIQ6AEIMjAD#v=onepage&q=comercio%20internacional&f=false>

Camino, Cueva y Ayala (2013)” Conducta del consumidor, estrategias y tácticas aplicadas al marketing” (3° ed) Madrid ediciones. Recovered in [https:// books. google.com.pe/books?id=- eb2AQAAQBAJ&pg= PA379&dq=perfil+del+ consumidor&hl=es &sa=X&ved=0ahUKEwiO_ PTt8IbVAhVFe SYK HaAw DggQ6AEIIDAA#v=onepage&q=perfil%20del%20consumidor&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=-eb2AQAAQBAJ&pg=PA379&dq=perfil+del+consumidor&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiO_PTt8IbVAhVFeSYKHaAwDggQ6AEIIDAA#v=onepage&q=perfil%20del%20consumidor&f=false)

Cerrato, I. (2013) “Estudio de mercado para la comercialización de piña”MD2. Honduras, Nicaragua: Programa Nacional de Desarrollo Agroalimentario (PRONAGRO). Recuperado de pronagro.sag.gob.hn/dmsdocument/3357.

Falcón (2016) “Estudio técnico para la producción de licor de mandarina” (Tesis, Universidad nacional Mayor de San Marcos) Recuperado por http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6041/Falcon_pd.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lozada, Martinez (2016 “Producción y Exportación de cubiertos de plata 925 con diseños tradicionales a New York: “ (Tesis Pontificia Universidad Católica del Perú) Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9755/LOZADA_MART%C3%8DNEZ_PRODUCCION_Y_EXPORTACION_DE_CUBIERTOS_DE_PLATA_925_CON_DISE%C3%91OS_TRADICIONALES_A_NEW_YORK.pdf?sequence=1

Mealla, F. (12 de diciembre del 2011) [Mensaje de un blog] Recuperado <http://comerciobolvi.blogspot.com/>

Ministerio de comercio exterior y turismo (2011) “Acuerdos comerciales del Perú”. Recuperado de: http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=48%3Alo-que-debemos-saber-delos-tlc&catid=44%3Alo-que-debemos-saber-de-lostlc&Itemid=73

Moncayo Martinez Liliana, (2013)” Caracterización de los Pisco del Perú a través de su composición aromática” tesis (Doctor en ciencia químicas) Universidad de Zaragoza-España <https://zaguan.unizar.es/record/13513/files/TESIS-2014-024.pdf>

Norma Técnica Perú, (2006) Recuperado http://www.elpiscoesdelperu.com/boletines/enero2008/NTP21100_Pisco.pdf

Núñez Sanchez, Miguel Edgar (2017) “Exportación de Pisco de uva Italia hacia Nueva York - Estados Unidos” http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2938/1/nunez_sme.pdf

Palacio Jimenez Carmen Sánchez Porras Gabriela (2017) “Análisis de los factores e influyeron en la internacionalización del pisco en el periodo 2013 al 2016” <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/158426?mode=full>

Pinedo Alberto (2012) “Relación entre las exportaciones y la competitividad de la aceituna de mesa del Perú hacia Brasil 2011” (Tesis de Licenciado de negocios internacionales, Universidad Cesar Vallejo - T-LIC 382.416463 P64). (Acceso el 22 de agosto de 2017).

Promperu (2017). Manual Planex Plan de negocios Exportador Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/rutaexportadora/09-RE-PROGRAMA-PLANEX.pdf>

Quiroz Peña. (2013).” Evaluación del impacto del tratado de libre 67 comercio con los estados unidos y perspectivas del tratado de libre comercio con china sobre la economía peruana”. (Tesis, Universidad San Martín de Porres. Recuperado de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1098/1/quiroz_peo.pdf

Sánchez. (junio, 2014). “Producción y exportación de arándanos para estados unidos” (Tesis Universidad Tecnológica del Perú). Recuperado de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/617623/10/Tesis+Final+2015.pdf>

Siicex. (2018). Principales Exportadores Mundiales de Pisco.

Silva Silva Claudia Sofía (2015) tesis ““Investigación del tipo de Pisco para exportar al mercado alemán” (Tesis Universidad Científica del Sur) http://repositorio.cientifica.edu.pe:8080/bitstream/handle/UCS/404/TL-Silva_Silva.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tamayo,T (27 de junio del 2011 [Mensaje de un blog] Recuperado <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>

Puerta,V. (7 de abril del 2011)[Mensaje de un blog] Recuperado <http://tecnologiasenlaead.blogspot.com/2011/04/el-diseno-de-investigacion-y-los.html>

Torre, Nuria Ramirez de la. 2011. El Alambique. Los Licores. [En línea] Todobodega Inc., 3 de marzo de 2011. [Citado el: 16 de julio de 2018.] <http://www.alambiques.com/licores.htm>.

Torres Mendoza (2010), “La asociatividad como estrategia para desarrollar las exportaciones de pisco del Valle de Cañete”http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1749/Figueroa_CCI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

VIII. ANEXOS

Anexo 1: “Exportación del Pisco peruano al mercado chileno en el periodo 2015 al 2017”


Problemas de investigación	Objetivos de la investigación	Hipótesis de la investigación	Variable	Indicadores	Metodología de investigación
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Exportación	Valor de Exportación (FOB)	Para analizar los datos hemos utilizado el método estadístico que consiste en recolectar los datos, organizar los datos (a través de gráficos de línea), y el programa estadístico IBM-SPSS
Problema específico	Objetivo específico	Hipótesis específico		Volumen de Exportación (TM)	
¿Cuál ha sido la tendencia de la exportación ha tenido el Pisco Peruano al mercado chileno en el periodo 2015 al 2017?	Describir las tendencias que vincularon a los niveles de exportación del Pisco peruano en el periodo 2015 al 2017.	La exportación del Pisco Peruano presenta una tendencia significativa para el periodo 2015 al 2017.			
¿Cuál ha sido la evolución del valor de exportación del Pisco Peruano en el mercado chileno en el periodo 2015 al 2017?	Determinar la evolución del valor de exportación del Pisco Peruano en el periodo 2015 – 2017.	El valor fob de exportación del Pisco Peruano presenta una tendencia significativa en el periodo 2015 al 2017.			
¿Cómo se ha incrementado el precio de exportación según demanda en la exportación del Pisco Peruano en el mercado chileno en el periodo 2015 al 2017?	Establecer la evolución del precio de exportación del Pisco Peruano en el periodo 2015 – 2017.	El volumen de la exportación del Pisco Peruano presenta una tendencia significativa en el periodo 2015 – 2017.			
¿Cómo se ha incrementado el volumen de exportación según demanda en la exportación del pisco peruano en el mercado chileno en el periodo 2015 al 2017?	Analizar la evolución de el volumen de la exportación del Pisco Peruano en el periodo 2015 – 2017.	El precio de exportación del Pisco Peruano presenta una tendencia significativa en el periodo 2015 – 2017.		Precio de Exportación	

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS


Título de la investigación: EXPORTACIÓN DEL PISCO PERUANO AL MERCADO CHILENO EN EL PERIODO 2015-2017

Apellidos y nombres del Investigador: Dalila Patricia Hernando Girón


Apellidos y nombres del experto: Dr. Manuel Mori Paredes

VARIABLE	ASPECTO POR EVALUAR			OPINIÓN DEL EXPERTO	
	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE
Exportación	Valor FOB de exportación(S)	Los datos e información utilizados en presente investigación son datos ex post facto	Los datos e información utilizados en presente investigación son datos ex post facto		
	Volumen de Exportación (TM)				
	Precio de Exportación (S)				
Firma del experto					
		Fecha	11-10-19		

Nota: Los datos e información utilizada en presente investigación son datos ex post facto publicados por instituciones, organizaciones públicas y privadas, una vez recogidas lo organizaremos a través de cuadros y figuras para conocer si efectivamente existe una tendencia en la evolución de dichos datos.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS						
Título de la investigación: EXPORTACIÓN DEL PISCO PERUANO AL MERCADO CHILENO EN EL PERIODO 2015-2017						
Apellidos y nombres del investigador: Dalia Patricia Hermandó Girón						
Apellidos y nombres del experto: Mg. Hans Salvador Mejía Guerrero						
VARIABLE	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR			OPINIÓN DEL EXPERTO	
		ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Exportación	Valor FOB de exportación(\$)	Los datos e información utilizados en presente investigación son datos ex post facto	Los datos e información utilizados en presente investigación son datos ex post facto			
	Volumen de Exportación (TM)					
	Precio de Exportación (\$)					
Firma del experto			Fecha	12/12/18		

Nota: Los datos e información utilizados en presente investigación son datos ex post facto publicados por instituciones, organizaciones públicas y privadas, una vez recopiladas la organizaremos a través de cuadros y figuras para conocer si efectivamente existe una tendencia en la evolución de dichos datos.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS					
Título de la investigación: EXPORTACIÓN DEL PISCO PERUANO AL MERCADO CHILENO EN EL PERIODO 2015-2017					
Apellidos y nombres del investigador: Dalia Patricia Hernández Girón					
Apellidos y nombres del experto: Dr. Luis Calderón Coello					
VARIABLE	ASPECTO POR EVALUAR			OPINIÓN DEL EXPERTO	
	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE
Exportación	Valor FOB de exportación(S)	Los datos e información utilizados en presente investigación son datos ex post facto	Los datos e información utilizados en presente investigación son datos ex post facto		
	Volumen de Exportación (TM)				
	Precio de Exportación (S)				
Firma del experto	 Fecha 13/12/18				

Nota Los datos e información utilizados en presente investigación son datos ex post facto publicados por instituciones, organizaciones públicas y privadas, una vez recogidas lo organizaremos a través de cuadros y figuras para conocer si efectivamente existe una tendencia en la evolución de dichos datos.

Luis A. Calderón Coello
 DNI 094444484

Yo, **Manuel Alberto Morí Paredes**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de **Negocios Internacionales** de la Universidad César Vallejo Sede Callao, revisor de la tesis titulada:

"Exportación del pisco peruano al mercado chileno en el periodo 2015 al 2017", de la estudiante **Hernando Giron Dalia Patricia**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **16 %** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Callao, 20 de diciembre de 2018



Dr. Manuel Alberto Morí Paredes
DNI: 07856089

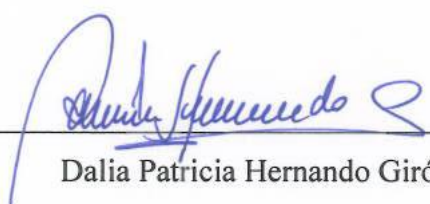


**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Dalia Patricia Hernando Giron, identificado con DNI N° 40609468 egresado de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, autorizo (x) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Exportación del Pisco peruano al mercado chileno en el periodo 2015 al 2017; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:



Dalia Patricia Hernando Girón

DNI: 40609468

FECHA: 26 de marzo del 2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES

Contribución del pisco peruano al mercado chileno en el periodo
2015 al 2017

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORA:

Hernando Giron, Dalia Patricia

ASESOR:

Dr. Manuel Alberto Mori Paredes

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional



Resumen de coincidencias



16 %

1	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	3 %	>
2	refi.upnorte.edu.pe Fuente de Internet	2 %	>
3	ri.agro.uba.ar Fuente de Internet	1 %	>
4	www.mef.gob.pe Fuente de Internet	1 %	>
5	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %	>
6	repositorio.upao.edu.pe Fuente de Internet	1 %	>
7	www.buenastareas.com Fuente de Internet	1 %	>





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
Facultad de ciencias empresariales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Hernando Giron, Dalia Patricia

INFORME TITULADO:

Exportación del pisco peruano al mercado chileno en el periodo 2015 al 2017

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Negocios Internacionales.

SUSTENTADO EN FECHA: 20/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 17 Diecisiete



MGTR. RAFAEL ARTURO LOPEZ LANDAURO