



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES

**Factores que influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de
Perú en el periodo 2016-2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORAS:

Palomino Ramos, Sarai Luz (orcid.org/0000-0002-5775-903X)

Quiroz Valverde, Nelly del Carmen (orcid.org/0000-0002-1409-7785)

ASESORA:

Dra. Navarro Soto, Fabiola Cruz (orcid.org/000-0003-2123-8416)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedico esta investigación a mis padres, por su apoyo incondicional, por confiar en mí, formarme como persona de bien y estar preparada para los retos que pone la vida, también a las personas que estuvieron a mi lado en el transcurso de la carrera, como amigos y maestros que estuvieron durante mi etapa universitaria.

Quiroz Valverde, Nelly del Carmen

Dedico esta investigación a mis padres por apoyarme incondicionalmente en todos mis proyectos de vida, a mi hija Sofía que todos los días me motiva a seguir adelante, también a toda mi familia y amigos cercanos que estuvieron a mi lado en el transcurso de mi etapa universitaria.

Palomino Ramos, Sarai Luz

Agradecimiento

Un agradecimiento especial a Dios por siempre cuidar de nosotras y que nos ha dado la fortaleza de seguir adelante, a nuestra asesora Dra. Navarro Soto, Fabiola Cruz por su paciencia y asesoramiento en el desarrollo de la elaboración de nuestra tesis. Finalmente, a la Universidad César Vallejo por darnos todas las herramientas necesarias para terminar este trabajo.

Las autoras

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	16
3.1. Tipo y diseño investigación	17
3.2. Variables y operacionalización.....	18
3.3. Población, muestra y muestreo.....	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.6. Método de análisis de datos	20
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	22
V. DISCUSIÓN	51
VI. CONCLUSIONES.....	55
VII. RECOMENDACIONES.....	57
REFERENCIAS	59
ANEXOS.....	69

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Detalle de la muestra</i>	19
Tabla 2. <i>Prueba de normalidad de las exportaciones y sus factores influyentes</i> ..	23
Tabla 3. <i>Correlación de las exportaciones de bebidas alcoholicas con el factor de diversificación del producto</i>	24
Tabla 4. <i>Correlación de las exportaciones de bebidas alcoholicas con el factor países de destino</i>	25
Tabla 5. <i>Correlación de las exportaciones de bebidas alcoholicas con el factor precio de exportación</i>	25
Tabla 6. <i>Prueba de normalidad de las exportaciones de Cerveza Malta y los factores influyentes</i>	26
Tabla 7. <i>Prueba de correlación de las exportaciones de la cerveza malta con el factor precio de exportación</i>	27
Tabla 8. <i>Prueba de correlación de las exportaciones de la cerveza malta con el factor países de destino</i>	28
Tabla 9. <i>Prueba de correlación de las exportaciones de la cerveza malta con el factor precio de exportación</i>	28
Tabla 10. <i>Prueba de normalidad de las exportaciones del vino espumoso y sus factores influyentes</i>	30
Tabla 11. <i>Prueba de correlación de las exportaciones de vinos espumosos con el factor diversión del producto</i>	30
Tabla 12. <i>Prueba de correlación de las exportaciones de vinos espumosos con el factor países de destino</i>	31
Tabla 13. <i>Prueba de correlación de las exportaciones de vinos espumosos con el factor precio de exportación</i>	32
Tabla 14. <i>Prueba de normalidad de las exportaciones de lo demás vinos</i>	33
Tabla 15. <i>Prueba de correlación de las exportaciones de los demás vinos con el factor diversificación del producto</i>	33
Tabla 16. <i>Prueba de correlación de las exportaciones de vinos espumosos con el factor países de destino</i>	34
Tabla 17. <i>Prueba de correlación de las exportaciones de vinos espumosos con el factor precio de exportación</i>	35
Tabla 18. <i>Prueba de normalidad de las exportaciones de pisco</i>	36

Tabla 19. Prueba de correlación de las exportaciones del pisco con el factor diversificación del producto	36
Tabla 20. Prueba de correlación de las exportaciones del pisco con el factor países de destino	37
Tabla 21. Prueba de correlación de las exportaciones del pisco con el factor precio de exportación	38
Tabla 22. Prueba de normalidad de las exportaciones de whisky	39
Tabla 23. Prueba de correlación de las exportaciones del whisky con el factor de diversificación del producto	39
Tabla 24. Prueba de correlación de las exportaciones del whisky con el factor países de destino	40
Tabla 25. Prueba de correlación de las exportaciones del whisky con el factor precio de exportación	41
Tabla 26. Prueba de normalidad de las exportaciones de Ron y demás aguardientes	42
Tabla 27. Prueba de correlación de las exportaciones de ron y demás aguardientes con el factor diversificación del producto	42
Tabla 28. Prueba de correlación de las exportaciones de ron y demás aguardientes con el factor países de destino	43
Tabla 29. Prueba de correlación de las exportaciones de ron y demás aguardientes con el factor precio de exportación	44
Tabla 30. Prueba de normalidad de las exportaciones gin y ginebra	45
Tabla 31. Prueba de correlación de las exportaciones de gin y ginebra con el factor diversificación de producto	45
Tabla 32. Prueba de correlación de las exportaciones de gin y ginebra con el factor países de destino	46
Tabla 33. Prueba de correlación de las exportaciones de gin y ginebra con el factor precio de exportación	47
Tabla 34. Prueba de normalidad de las exportaciones del Vodka y factores influyentes	48
Tabla 35. Prueba de correlación de las exportaciones del vodka con el factor diversificación del producto	48

Tabla 36. <i>Prueba de correlación de las exportaciones del vodka con el factor países de destino</i>	49
Tabla 37. <i>Prueba de correlación de las exportaciones del vodka con el factor precio de exportación</i>	50

Resumen

La investigación tuvo como objetivo diagnosticar si la diversificación del producto, los países de destino y el precio de exportación influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016-2021. El estudio fue de tipo aplicada, de diseño no experimental – longitudinal de evolución de grupos; se consideró una muestra de ocho partidas arancelarias relacionadas a la exportación de bebidas alcohólicas: cerveza, vodka, Whisky, pisco, ron y demás vinos, ginebra y vino espumoso. Como resultado general, las variables: precio de exportación, diversificación del producto y países de destino fueron estadísticamente significativos y tuvieron una correlación negativa baja con la exportación ($r_s = -0,141$ $p=0,000$; $r_s = -0,272$ $p=0,000$; $r_s = -0,257$ $p=0,000$). Del análisis por partida: La exportación de cerveza malta y el pisco, fueron significativas con todas sus variables independientes, el ron con solo el país de destino, el Gin y Ginebra con la diversificación de producto y país de destino y el vodka con la diversificación de producto. Se concluyó que la diversificación del producto, precio de exportación y países de destino son factores que influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de manera inversa. Se recomienda impulsar la asociatividad entre pequeños productores de una zona geográfica para lograr tener mayor presencia y poder de negociación en ferias comerciales internacionales.

Palabras clave: Exportaciones de bebidas alcohólicas, países de destino, diversificación del producto, precio de exportación.

Abstract

The research aimed to diagnose whether product diversification, destination countries and export price influence exports of alcoholic beverages from Peru in the period 2016-2021. The study was of applied type, non-experimental design - longitudinal design of group evolution; a sample of eight tariff headings related to the export of alcoholic beverages was considered: beer, vodka, Whisky, pisco, rum and other wines, gin-gin and sparkling wine. As a general result, the variables: export price, product diversification and destination countries were statistically significant and had a low negative correlation with exports ($r_s = -0.141$ $p=0.000$; $r_s = -0.272$ $p=0.000$; $r_s = -0.257$ $p=0.000$). From the analysis by item: the export of malt beer and pisco were significant with all their independent variables, rum with only the country of destination, Gin and Geneva with product diversification and country of destination, and vodka with product diversification. It was concluded that product diversification, export price and destination countries are factors that inversely influence exports of alcoholic beverages. It is recommended to promote associativity among small producers in a geographical area in order to achieve greater presence and negotiating power at international trade fairs.

Keywords: Alcoholic beverage exports, destination countries, product diversification, export price.

I. INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo, se expuso la realidad problemática, identificar los cuales fueron las variables que influyen en los procesos de exportación de bebidas alcohólicas en el periodo del 2016-2021, debido al crecimiento de sus exportaciones en los 6 años de estudio.

En el contexto mundial, los factores de la exportación de vino en la primera industrialización, hacen referencia que las naciones exportadoras, emplean una versión extendida del modelo gravedad, así como son las cosechas de los países productores, que particularmente afectan en las exportaciones (Ayuda et al., 2020). El volumen total de exportación de Vodka en Georgia, ha mostrado un descenso en el año 2019, dado que la participación a Israel mantuvo una tendencia de crecimiento debido que un periodo anterior fue de 118.6 Tn valorizada en \$ 710,6 mil (Mammadova, 2020).

Desde principios de 2019, la compañía Azerbaiyana ha exportado los productos por un valor de \$ 1.7 millones, esperando conseguir una cantidad de 1,9 millones de dólares durante los próximos cuatro meses, que han permitido gestionar el aumento de la participación de los suministros al mercado europeo en volumen total de exportación (Nasibova, 2019). En Rusia, se encuentra la compañía más grande Taspitpron que lanzó la exportación de cerveza fabricada en la planta Kremlin Blanco a Kazajstán, Uzbekistán y Letonia, con productos que se comercializan en la cadena minorista, así como en las tiendas Duty Free, los cuales han tenido un reporte de venta de 27 millones de litros de cerveza en el mercado ruso (Sadikhova, 2019). Los patrones de consumo de cerveza, vino y licores se han modificado sustancialmente en los últimos dos siglos, ya que los gobiernos han intervenido ampliamente en los mercados de alcohol para reducir el consumo excesivo, aumentar los impuestos, proteger las industrias nacionales y/o garantizar la competencia (Anderson et al., 2018).

De acuerdo a la información, emitida por la Superintendencia Nacional de Aduana y de Administración (Sunat, 2021) sostuvo que las comercializaciones externas de bebidas alcohólicas entre los meses de enero a setiembre del 2021, alcanzaron a US\$ 17,9 millones valor superior a 9,1% alcanzando en la misma etapa del 2020 a US\$ 16,4 millones, reflejándose en un monto inferior al del 2019, cuando se exportaron US\$ 26,32 millones (La Cámara, 2021). Promperú, durante

los meses de enero y noviembre del 2021, EE. UU se estableció como el destino primordial del pisco; puesto que, costó \$3.3 millones de dólares de dicha bebida nacional.

Diversos países con una influencia internacional significativa incluyen España (\$ 769 128), el Reino Unido (\$ 499 721) y Francia (\$ 251 262). No obstante, el transporte del pisco no se limita a estas rutas. Australia (\$ 200,000), de igual modo, fue nombrado como uno de las primordiales zonas de exportación. Asimismo, se confortaron regiones de destino a Argentina (100.000 dólares) y Colombia (200.000 dólares) (Mincetur, 2022).

Según la data obtenida, en Perú las bebidas alcohólicas que más se exportan del año 2016 al 2021 son el pisco con un 32.14%, la cerveza malta con 49.64% y las demás partidas estudiadas con un total 18.22%, de las cuales los principales países de destino son Chile y Estados Unidos respectivamente (Kunaq, 2021)

A su vez, no se verificó investigaciones previas referente al análisis directo referente a los factores del tema estudiado como diversificación del producto, países de destino y precio de exportación, diversificación del producto, ya que, según Navarro et al., 2017, menciona que la diversificación es importante ya que conduce a los productores a incorporarse a mercados actuales mediante la producción de productos nuevos. Puesto que la mayoría de las investigaciones o artículos se enfocaron en el nivel de producción, valor comercial, etc. Sin embargo, no se generaron conocimientos que sirvan de referencias para nuevos exportadores.

Con este estudio, se espera obtener un entendimiento más recóndito de los inconvenientes de producción, así como aquellos los factores que podrían tener un impacto en la exportación de alcohol. El estudio examinará los influencias de las variables que predominan en las exportaciones de bebidas alcohólicas del Perú a países extranjeros, teniendo en cuenta los datos económicos de 2016 a 2021.

Con el propósito de brindar una solución a la problemática planteada, se tuvo como **problema general**, ¿Cómo la diversificación del producto, los países de destino y el precio de exportación influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016-2021? Los problemas específicos fueron:

- PE1: ¿La diversificación del producto influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021?
- PE2: ¿Los países de destino influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021?
- PE3: ¿El precio de exportación influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021?

La presente investigación se justifica en lo metodológico, ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican que un estudio se justifica metodológicamente cuando se crea un nuevo instrumento para recolectar datos, para poder estudiar la relación de una o más variables. Por ello nuestro trabajo es de correlacional múltiple, ya que se determinó la relación existente entre la variable dependiente con las independientes.

Se justifica en lo social ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2014) indica que toda investigación debe tener cierta relevancia social, logrando ser trascendente para la sociedad y denotando alcance o proyección social. Por ende, a través de los resultados ayudará a los exportadores, ya que se ve reflejado la realidad de las exportaciones de bebidas alcohólicas del Perú.

Del mismo modo se justificó en lo práctico, ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2014) indica que la justificación practica se refiere a que la investigación puede generar aportes prácticos relacionados a la problemática real estudiada. Por ello nuestro trabajo se realizo las recomendaciones para ayudar a los exportadores a identificar que variables influyen en las exportaciones de bebidas alcoholicas.

Se presento una justificación teórica ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que una investigación se justifica teóricamente cuando se detecta un vacío en un campo científico y la conducción del estudio permitirá llenarlo total o parcialmente. Por ello, se buscó ampliar conocimientos brindando una información veraz referente a los factores que influyeron en la exportación de bebidas alcohólicas.

En la justificación ética, el estudio se basará acorde a los objetivos estipulados por la casa superior de estudios, Universidad César Vallejo, también se siguió con la guía normativa apa 7, para respetar la propiedad intelectual de cada autor.

El estudio presenta limitaciones, siendo la carencia de estudios que engloban a un conjunto de bebidas alcohólicas, como también poca información relacionada a los factores que influyen a las exportaciones. Ante ello, el presente estudio, se basó en el **objetivo general**, diagnosticar si la diversificación del producto, los países de destino y el precio de exportación influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016-2021. Conformándose por los siguientes objetivos específicos:

- OE1: Determinar si la diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.
- OE2: Determinar si los países de destino influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.
- OE3: Determinar si el precio de exportación influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Finalmente, como **hipótesis** se representó de la siguiente forma: La diversificación del producto, los países de destino y el precio de exportación influyen significativamente con las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú, son Siendo las hipótesis específicas del estudio:

- HE1: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.
- HE2: Los países de destino influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.
- HE3: El precio de exportación influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se consideraron investigaciones de diversos autores nacionales e internacionales referentes a las exportaciones de bebidas alcohólicas con la finalidad de elaborar un trabajo confiable.

Karp (2018) tuvo como objetivo explorar las percepciones de marca de las consumidoras de cerveza artesanal en Irlanda, siendo un estudio de tipo analítica, demostró que las mujeres perciben la industria de la cerveza artesanal como una forma de experimentar degustaciones, dado que la mayoría se consideraron no leales con las marcas, asimismo existe evidencia que las marcas no consideran la demografía de género al desarrollar sus estrategias de marca y marketing, demostrando que existen oportunidad para que las marcas desarrollen alternativas para realizar la estrategia para la diversificación.

Shille y Enow (2020) tuvo como objetivo examinar la diferenciación como estrategia de competitividad empresarial para mejorar el rendimiento de la industria cervecera en el caso de Brasseries Du Cameroun Bamenda, siendo un estudio de tipo cuantitativo de diseño no experimental. En sus resultados, empleando el coeficiente de correlación Pearson mostraron que existe una fuerte relación positiva entre la diferenciación del producto y el rendimiento empresarial ($PCC= 0,804^{**}$, $p < 0,01$) con una relación positiva moderada entre la diferenciación del servicio y el desempeño del negocio ($PCC= 0,575^{**}$ $p < 0,01$), así como una relación positiva débil entre la diferenciación física y el desempeño del negocio ($PCC = 0,264^{**}$ $p < 0,01$). De tal forma concluyeron, indicando que la administración debería darse manteniendo y defendiendo las variables de diferenciación de productos, como la calidad y el surtido, al mismo tiempo intensificar la diversificación de servicios.

Torok et al. (2020), tuvo como objetivo investigar los factores que influyen en la competitividad en el comercio mundial de cerveza a nivel macroeconómico, utilizaron análisis descriptivos y regresión de panel junto con pruebas de estabilidad en el mercado mundial de cerveza desde 1998 hasta 2017. En sus resultados mostraron una alta concentración en producción como en el comercio, mientras que, a excepción de los países exportadores de cerveza más competitivos, el nivel de ventajas comparativas ha cambiado significativamente en estas tres décadas. Concluyeron, la base de los modelos de regresión del panel, la producción total de cerveza y el consumo per cápita, la pertenencia a la UE y el número de cervezas

con indicaciones geográficas, mantienen un impacto positivo en las ventajas comparativas

Francois y Le (2019) tuvo como objetivo analizar los factores determinantes del precio del vino, siendo un estudio descriptivo con diseño no experimental. Los resultados alcanzados, se realizó mediante el diseño de una literatura en funciones hedónicas de los determinantes del precio del vino, en base de 117 artículos del período 1993 al 2018. Llegaron a la conclusión que los factores determinantes son; los geográficos, agrícolas, el horizonte temporal, información pública y la oferta que integra el costo y el volumen producción.

Kseniya (2018) tuvo como objetivo estudiar la situación en el mercado internacional de la cerveza para estimar las perspectivas de desarrollo de las cerveceras beilorrusas y portuguesas. En sus resultados, determinó que el mercado portugués de la cerveza es demasiado grande en la producción, consumo y volúmenes de exportación, resaltando que la empresa líder es UNICER que cuenta con mayor competitividad en comparación de otras empresas, además tiene oportunidad para lanzar nuevos productos, ingresar a nuevos mercados y aumentar sus ventas en los existentes. Concluye describiendo las condiciones inciertas en el desarrollo del mercado internacional de la cerveza, relacionadas con la disminución del consumo de bebidas alcohólicas en favor de bebidas alcohólicas.

Ferrer et al. (2018) tuvo como objetivo evaluar la ventaja competitiva en el negocio, las capacidades y las estrategias, como también identificó los factores generales de rendimiento que se encuentran en la industria vitivinícola española, siendo un estudio de tipo aplicada. En sus resultados, sostiene que el sector vitivinícola español está formado principalmente por pequeñas y medianas empresas, lo cual es representativo del tamaño de las empresas existentes en Europa. Concluyeron, revelando que los recursos y las capacidades junto con las estrategias definen la ventaja competitiva, pero su relación es diferente para cada tipo de empresa.

Giacomarra et al. (2021) tuvo como objetivo proporcionar información práctica para los gerentes que trabajan en la industria del vino, explorando los determinantes de una bodega italiana que intenta mantener el equilibrio entre la decisión de sus equipos internos y externos de investigación. Concluyeron, que la solución óptima, basado en un análisis preciso de costos vs beneficios llevado a

cabo por las industrias en contratar personal altamente calificado para administrar su unidad interna de I&d, así como complementar la unidad de recursos complementarios que permitan acceder a fuentes externas de conocimientos.

Cervantes y Quevantes (2020) tuvo como objetivo evaluar aquellos factores que conectan la comercialización de la papa y su papel mediante innovación para permitir el desarrollo socioeconómico de la pequeña agricultura en Lima, siendo un estudio que analiza diversas fuentes de información de las entidades públicas en Perú, que muestra que la industria de la papa en Lima, Perú, contribuye al desarrollo socioeconómico de la agricultura familiar. En sus resultados, manifestaron que los factores resaltantes que conectan la comercialización de la papa en Lima, así como el uso de semilla certificada con las diferentes variedades aptas para el procesamiento, cumplen correctamente las prácticas agrícolas. Concluyeron que la comercialización de la papa, es considerado una gran oportunidad de negocio para la industrialización del vodka de a base de papá, los cuales son fabricados por Perú.

Retolaza et al. (2020) analizaron cómo el entorno de evaluación gira en torno a la viabilidad del mezcal en el Estado de México, pues tiene que emerger de las inconsistencias que se han presentado a nivel nacional como posibilidad de ingreso a mercados extranjeros. Sobre esta base, afirmaron la comercialización del mezcal originario de México en Tokio, Japón, como un producto aceptable y rentable para la exportación, considerado como un mercado potencial para el consumo de bebidas. Crecimiento en volúmenes de exportación y valor en dólares de las ventas de mezcal, evaluado por el Sistema de Información Comercial por Internet de la Secretaría de Economía, Puntaje Arancelario: 2208.90.05.

Pérez (2021) tuvo como objetivo determinar los factores que impactan en la competitividad de la cerveza artesanal de Tecate, mediante el modelo de las cinco fuerzas, siendo un estudio de tipo aplicada. En sus resultados, desarrolló labores de presencia de marca y su volumen de producción es de 47696.88 it, dado que la gran parte de emprendedores de cerveza artesanal Tecatense, emplea materia importada principalmente de Estados Unidos. Concluye señalando que las cuatro categorías en el sector de cervecería, se destaca una producción mensual de 146 mil litros o menos de cerveza y 75% se comercializa fuera del lugar de producción.

Gómez et al. (2020) tuvo como objetivo analizar la función que posee el hecho de exportar originalmente el tequila como signo de identificación mexicana a partir del punto de vista del turista – consumidor. Los resultados demuestran la originalidad del tequila que se evidencia mediante el razonamiento y sacrificio, bajo la propiedad del costo de sentimiento, las prácticas, tradición, el estatus y reconocimientos. Concluyendo que la exportación, crear una derrama económica, así como el prestigio mundial que se ve que la demanda excesiva involucra el extravío insólito a través de procedimiento de modificación, aculturación en la elaboración del tequila artesanal y desvalorización de su calidad.

Ayala (2020) examinó el desarrollo actual de las indicaciones geográficas, junto a esquemas similares en Centroamérica, con ello analiza el panorama de estas protecciones de cuño, por lo general señala que el sector que destaca en Centroamericana es el de bebidas alcohólicas, representando los indicios de las denominadas contradictorias. Concluyendo, que las condiciones a evaluar en base a las dimensiones socioculturales vendrían a ser las ganancias económicas y además para potenciar el desarrollo rural endógeno.

Corrales et al. (2016) tuvo como objetivo describir las estrategias de planteamiento para las bebidas alcohólicas destiladas ron Premium y pisco premium peruano, siendo un estudio de tipo aplicada con diseño no experimental. En sus resultados, hacen mención que las bebidas alcohólicas destiladas industriales, tales como ron y pisco de Perú impulsan la imagen, así como el posicionamiento de sus productos premium, empleando como canal de comunicación comercial, dado que es reconocida internacionalmente en la gastronomía peruano. Concluyeron que la industria del ron y pisco peruano están en aumento, dado que han crecido los volúmenes de producción y comercialización, de forma sostenido en los últimos años, esto realizando en base a la mayor oferta, con la disponibilidad de productos de fabricación masiva, que mantiene las características similares ya que llegan al consumidor a un precio bajo por litro de otros productos sustitutos.

Silva (2019) tuvo como objetivo determinar el impacto protector de la Denominación de Origen para las exportaciones de Pisco peruano entre 1996 y 2016, mediante un estudio de diseño de panel longitudinal en el que participaron 513 empresas autorizadas. En sus resultados menciona que el origen del pisco es

muy adecuado, ya que los productores consideran que los beneficios que reciben al adquirir una denominación de origen son regulares y se basan en circunstancias legales, comerciales, económicas y sociales. Concluyó que una parte significativa de las exportaciones de pisco de Perú y Chile se dirigió a países que reconocían la denominación de origen pisco del otro, siendo el 34% de las exportaciones de Perú a países que reconocían el pisco como Chile, y el 9% de las exportaciones de Chile a países que reconocían la denominación de origen pisco. Origen del Pisco en Perú.

León y Zegarra (2019) tuvo como objetivo determinar las características relevantes que influyen hacia el mercado de EE.UU., referente al pisco y su exportación de acuerdo al TLC Período 2022 – 2018, siendo un estudio de tipo aplicada. En sus resultados, mencionaron que el 72,3% de las variaciones de la magnitud de exportaciones de pisco peruano a EEUU, están sustentadas por el reconocimiento formal, de la designación de la procedencia del Pisco del aguardiente de uva peruano. Concluyeron, que la normativa TLC respecto a Estados Unidos y Perú, ha impactado de forma positiva en las exportaciones del coste FOB del pisco, pese a los litros total exportado se ha estimado estable.

Paredes (2021) tuvo como objetivo determinar cómo la promoción de las exportaciones de Pisco de Viña Ica influye en la internacionalización al mercado estadounidense, es un estudio aplicado en sus resultados, demostrando que las normas de acceso al mercado, incluyendo a los enólogos internos y externos, no son muy conocidas, pues informar a las distintas entidades certificadas nos brinda suficiente información. sin olvidar la formación de los diferentes exportadores. Finalmente determinó que promover las exportaciones de pisco de Viña Ica incidía favorablemente en la internacionalización del mercado estadounidense.

De acuerdo a los enfoques teóricos, diversificación del producto, hace referencia a una habilidad que conduce a los productores a incorporarse a mercados actuales mediante la producción de productos nuevos (Navarro et al., 2017, p. 8). La diversificación del producto, comprende en una estrategia que reduce la vulnerabilidad económica de países en crecimiento que depende de los productos básicos y de esta manera incrementar el valor añadido (Palacios, 2022).

Los países de destino, designados al instante del despacho el país final donde los bienes se entregan, también se califica como país de acogida de los

bienes o servicios (Perrotini y Vásquez, 2018). El precio de exportación de cualquier bien dado, no se encuentra relacionado con la distancia bilateral ni con el tamaño o la lejanía de las naciones de origen y destino, considerando que la gama de bienes exportados no depende de la distancia bilateral, el tamaño y la lejanía (Baldwin & Harrigan, 2007) Las exportaciones, se refieren a las finanzas de un intercambio de bienes, y a las transacciones que ejecuta un determinado país con otros países. Concierno al envío legal de mercancías de una nación a otra para que se consuman en el destino final , haciendo cumplir los diversos requerimientos de la normatividad vigente por las naciones implicadas y que origina como equilibrio el ingreso de divisas (Barrientos, 2022, p.36).

De acuerdo a nuestro marco conceptual, entre los indicadores del comercio exterior, se basa en los constituyentes de la cuenta corriente, debido que importaciones y exportaciones respecto a bienes e indicadores son claras señales que establecen en medida superior el grado internacional económico (Fuentes et al., 2020). La industria del alcohol se encuentra integrada por principales productores, grandes distribuidores y negocios minoristas de bebidas alcohólicas, así como por sus asociados comerciales y entidades de aspectos sociales (Robaina et al., 2020).

La producción de bebidas alcohólicas tiene su lugar único en industria alimentaria en general, dado que cuenta con una fuerte competencia a nivel global, lo que ha conllevado a la búsqueda de nuevos mercados para la exportación de dichas bebidas, así como la reposición de mercados existentes con los nuevos tipos de bebidas, es uno de los temas más cruciales para cualquier nación exportador de dicho producto (Mkrteyhyan, 2019). El potencial de exportación de bebidas alcohólicas, en otros países se basa en capacidades de producción, ventajas comparativas en rendimiento, calidad precio de las mismas en los mercados extranjero (Nazirova et al., 2021).

El mercado del vino de alta calidad, está conformado por exportadores que disfrutaban de un éxito considerable, debido a los esfuerzos por ofrecer un producto altamente valorado en el extranjero y el uso de modernas técnicas de marketing (Ayuda et al., 2020). Las exportaciones de cerveza, destacaron entre los períodos 2012 y 2013, impulsando los despachos de cerveza malta, en base de diversas categorías (Mendoza et al., 2019). El vodka peruano 14 Inkas, elaborado en base

a papa nativa, ha tenido acogida en el ámbito nacional y extranjero (Vásquez et al., 2018). Por lo consiguiente, el Vodka 14 incas, es una conocida marca peruana de vodka prestigiosa, dado que aprovecha las características de la papa nativa del Perú, a través de alianzas socialmente responsables con agricultores en el interior del país (Funse, 2020).

Las exportaciones de pisco, denominados bebida bandera del Perú logran alcanzar los 10 millones de dólares, dado a los envíos superiores a EE.UU., sino por el elevado fomento en Asia y Europa (Andina, 2021). El clásico vino de uva, se cataloga como una bebida de enorme efecto a partir de sus inicios en su preparación en previas culturas sin embargo según el periodo ha ido desarrollándose la curiosidad de producir bebidas alcohólicas utilizando extensa variedad de frutas con propiedades biológicas y químicas que tienen la posibilidad de ser transformadas en vinos de frutas de buena calidad, construyendo un lugar, en el cual los seres humanos experimentan, mediante las porciones de constituyente prima utilizada, almacenamiento, color de recipientes y temperaturas del producto final crea monumentales resultados(Soto et al., 2021).

El comercio del vino con el pasar del tiempo se vio gravemente afectado, dado por una serie de conmociones como la Primera Guerra mundial, la revolución soviética, las Prohibición, que hacen un conjunto del comercio, la caída de los costes de transacción favoreciendo las exportaciones, al menos las de vino de menor precio y menor calidad (Isabel et al., 2020). Las bebidas alcohólicas, en especial el vino tinto es reconocido como el factor que desencadena migraña, dado que cuentan con un efecto sustancial en el comportamiento de consumo del alcohol, dado a la aparición rápida de ataques de migraña provocados en contras en contraste con lo que se sabe sobre el dolor de cabeza por resaca podría apuntar a un mecanismo diferente (Ondrwater et al., 2018).

El apogeo mercantil del tequila, se dio durante la década de los años noventa y a partir de ello, se recibe monumentales ingresos económicos de cada país, gracias a las altas ventajas al ser exportado a bastante más de 120 territorios, con un equivalente de 1,300 millones de dólares, según las exploraciones del Consejo Regulador del Tequila (CRT), a partir del 2017, las exportaciones aumentaron un 7,1% sobresaliendo USA como primordial cliente con 80% de la producción (Gómez et al., 2020). Los impuestos relativos la repartición de bebidas alcohólicas,

destiladas, cervezas y demás bebidas fermentadas, concernientes de cerveza son del 6%, vinos, vinos espumosos, bebidas alcohólicas destiladas (8,5%), vinos sidra y vermut (7,5%) mezcla de bebidas alcohólicas 7,5%, demás bebidas fermentadas en (7,5%) (Promperú, 2017). Entre otras de las bebidas, está el pisco de uva de importancia histórica y comercial en el Perú, con una creciente presencia en el mercado global, dado que se encuentran protegidas por una denominación de origen, la industria se enfrenta a un grave problema de adulteración (Gonzáles et al., 2021).

El consumo de las bebidas alcohólicas ha ido elevándose, dado que la mayor parte de la población mundial, prefiere abastecerse del mismo, destacando que la relevancia de factores que influyen en el dispendio de alcohol son el género, la edad, condiciones de salud, rango socioeconómico, estilos de vida, así como algunas normativas culturales y religiosas (Mendoza et al., 2019). La industria de bebidas, la sostenibilidad puede ser considerada como una estrategia para diferenciar empresas o productos con el propósito de satisfacer las demandas de algunos segmentos del mercado, donde muchas empresas han reivindicado orientaciones respetuosas con la sociedad o el medio ambiente al producir y comercializar bebidas, integrando la sustentabilidad en su estrategia de comunicación para reforzar su posicionamiento de marca y mercado (Migliore, 2021). Las disminuciones abruptas en la disponibilidad del alcohol también han llevado disminuciones documentadas en el consumo de alcohol y la mortalidad, donde el aumento sustancial de los impuestos sobre los licores destilados durante la Primera Guerra Mundial y las incautaciones de vino en la ocupación alemana de la Segunda Guerra Mundial (Neufeld et al., 2020).

En el Acuerdo de Asociación Transpacífico, incluyó nuevas reglas para el vino y las bebidas alcohólicas que requieren que las partes permitan a los importadores de vino y bebidas alcohólicas, muestran la información requerida por el país importador de una etiqueta suplementaria en lugar de en la etiqueta estándar. Los cuales han permitido, que los acuerdos comerciales firmados, después concluyan negociaciones recuperados en buscar disposiciones de etiquetado específicas para el alcohol (Gleeson y O'Brien, 2020). Las agroexportadoras en América del Sur, son arbitrariamente restrictivas en dicho sentido de la producción industrializada de bebidas alcohólicas, dado que el valor

agregado se concentra en pocas grandes empresas en su mayoría extranjeras, que dominan el mercado global y porque los mayores volúmenes son exportados a Estados Unidos (Tetreault y Cindy, 2021).

Por su parte, la expansión e intensificación de producción de bebidas alcohólicas se ha caracterizado por el incremento de los volúmenes de extracción de biomasa, la aparición o exacerbación de diferentes formas de degradación ambiental, la marginación de los pequeños agricultores de bebida alcohólica y deterioro de las circunstancias de labores de mano de obra (Tetreault y Cindy, 2021).

Los gobiernos se han comprometido a regular las industrias del tabaco, el alcohol y los alimentos, con el propósito de imponer restricciones de comercialización, dado que permite fortalecer los requisitos de etiquetado e introducir políticas de precios, la industria se ha opuesto firmemente a esta regulación. Tanto la industria como los gobiernos han integrado compromisos en los acuerdos de comercio e inversión, con el propósito de evitar cualquier irregularidad en la exportación de dichos productos (Marie et al., 2022).

III. METODOLOGÍA

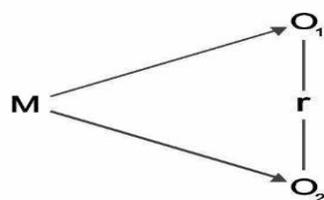
3.1. Tipo y diseño investigación

El estudio concierne al tipo de investigación aplicada, debido que tuvo como propósito resolver inconsistencias presentadas en las exportaciones de bebidas alcohólicas (Ñaupas et al., 2018). Es de enfoque cuantitativo, porque se procesó información recolectada haciendo uso de parámetros estadísticos con el propósito de ser comprobados (Muñoz, 2016).

Es de diseño no experimental – longitudinal de evolución de grupos, siendo no experimental, debido que las variables del proyecto no fueron maniobradas, lo cual la recaudación de datos que se desarrolló por una sola vez y en un solo momento (Muñoz, 2016). Sostuvieron que son investigaciones que no se manipulan las variables de forma intencional. Es Longitudinal, porque comprende en un estudio observacional que estudia las exportaciones de bebidas alcohólicas de manera repetida, en el período 2016 – 2021; por lo consecuente permite comparar diferentes aspectos fundamentales de la muestra, como también es de evolución de grupos, porque se analizó a una subpoblación que posee una característica en común, a la vez que se encuentra vinculado por una o más factores (Hernández y Mendoza, 2018).

Es de alcance correlacional múltiple, comprende en la correlación existente entre una agrupación de variables independiente y una variable dependiente, donde el coeficiente de correlación de la máxima dependencia existente entre las funciones lineales de dos series de variables (Hernández y Mendoza, 2018).

El diseño de la investigación es representado de la siguiente manera:



M = Muestra

O1 = Factores de exportaciones: diversificación del producto; países de destino; precio de exportación.

r = Grado de relación

O2 = Exportaciones de bebidas alcohólicas

3.2. Variables y operacionalización

Definición conceptual

Variable x1. Diversificación del producto

Es una estrategia que encamina a la empresa a ingresar a nuevos sectores en el mercado, generando nuevos productos para la amplitud de beneficios y negocios a largo plazo que reduzcan los riesgos de estabilidad de la marca. (Navarro et al., 2017).

Variable x2. Países de destino

Son lugares de destino, donde son entregados los productos exportados, calificándose como países de acogida de los bienes (Perrotini y Vásquez, 2018).

Variable x3. Precio de exportación

El precio de exportación de cualquier bien dado debe ser idénticos a cualquier país que sea exportado, no varía ni por la distancia bilateral ni por el tamaño o la lejanía de las naciones de origen y destino (Baldwin & Harrigan, 2007).

Definición operacional

Variable x1. Diversificación del producto

La diversificación del producto, serán medido por la variedad de insumos.

Variable x2. Países de destino

Los factores de países de destinos serán evaluados por la participación de los países que exportarán las bebidas alcohólicas.

Variable 3. Precio de exportación

El precio fue medido por el precio FOB unitario.

Variable y1. Exportaciones de bebidas alcohólicas

Definición conceptual

Son negociaciones financieras y comerciales de cambio de servicios y bienes que se desarrolla en una nación en específico, así como en distintas naciones, referidos al tráfico de servicios o bienes peculiares de una nación a otra nación para que sean consumidos ahí, basándose en todos los procedimientos de la normatividad vigente estando implicados y que origina como compensación un ingreso de divisas (Barrientos, 2022, p.36).

Definición operacional

Las exportaciones fueron evaluadas por el valor FOB total.

3.3. Población, muestra y muestreo

Se conformó la población por las ocho partidas arancelarias que integran a las bebidas alcohólicas peruanas. Hernández y Mendoza (2018) sustentan que la población, se encuentra referenciada al total de participantes que se encuentran en los límites especificados. Como criterio de inclusión, se consideró solo las ocho partidas de bebida alcohólicas referidas en el estudio.

Dado que se utilizaron todas las partidas, la población fue igual a la muestra. Ante ello, se consideró como muestra 8 partidas de aranceles enmarcados por el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancía:

Tabla 1

Detalle de la muestra

Nom. Partida	Producto	Registros	%
2203000000	Cerveza de malta	3860	40,5%
2208202100	Pisco	4923	51,7%
2208400000	Ron y demás aguardientes	497	5,2%
2208300000	Whisky	23	0,2%
2208500000	Gin y ginebra	103	1,1%
2208600000	Vodka	49	0,5%
2204229000	Los demás vinos	38	0,4%
2204100000	Vino espumoso	34	0,4%
Total		9527	100%

Nota. Elaboración propia

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se empleó la técnica de recaudación de datos, denominada como guía de análisis, lo cual gestiona sistemáticamente el análisis de los factores más

destacables que se observan en un estudio, sin pretender ningún procedimiento para la evaluación normativa (Arias, 2021). En lo cual nuestra guía de análisis fue estructurada por la data extraída de Veritrade.

El instrumento que se empleó es la ficha de análisis, ya que se vera la cantidad exportada, de acuerdo a la data extraída de Veritrade. Según lo mencionado por Bernardo et al. (2019) indicaron que el instrumento permitió la recopilación de información relevante de forma analítica referente a algo específico. Por tanto, la validación de los instrumentos se realizó mediante juicio de expertos, en base a la claridad y pertinencia del contenido de la ficha de recolección.

3.5. Procedimientos

El desarrollo del estudio, se basó en el siguiente procedimiento, primero, se aplicó la ficha de análisis que comprende en recolectar información de las exportaciones de bebidas alcohólicas, respecto a indicadores determinados en la matriz de operacionalización; segundo, se ejecutó la carga de información a una base de datos en Microsoft Excel 2019 para obtener el valor de correlación mediante el software SPSS v26 de esta forma se representó los resultados en figuras y tablas.

3.6. Método de análisis de datos

Una vez aplicado la ficha de análisis, los datos se pasaron al programa Excel para codificar la base de datos, donde el método inferencial se empleó el software estadístico Spss v26, determinando la prueba de normalidad Kolmogórov -Smirnov, así como la prueba de correlación Rho de Spearman y respecto al método descriptivo se realizó en base a tablas y figuras.

3.7. Aspectos éticos

La investigación, fue desarrollada de acuerdo a los aspectos éticos, como la confidencialidad, autenticidad y la objetividad conforme a las guías de investigación en base a las Normas APA en su séptima edición. De acuerdo a la resolución del consejo estudiantil N° 0262 de la Universidad César Vallejo 2020, enfatizó que el Código de Ética, es de carácter obligatorio para los profesionales que desarrollen algún tipo de estudio científico en la Universidad César Vallejo, por tanto se consideró en la recopilación de información que se basa en diferente autores buscando la originalidad del estudio, de tal forma se evada cualquier tipo de similitud con el correcto citado, tal como se sustenta en el Código de Ético. No

obstante, el contenido de la investigación fue evaluada por el software anti plagio Turnitin, garantizando la similitud del contenido (Vicerrectorado de Investigación, 2020).

La información analizada en el apartado de resultados fue extraída del portal de Veritrade (<https://www.veritradecorp.com/es>) y Kunaq (<https://www.kunaq.net/Formularios/Exportaciones/frmBusquedaBasicaExpo.aspx>), de tal manera mantuvo la autenticidad de los resultados y objetividad para fines del estudio.

IV. RESULTADOS

En este apartado, se describen los resultados analizados de la información consecuente de las partidas arancelarias que integran a las bebidas alcohólicas peruanas, logrando diagnosticar que la diversificación del producto, los países de destino y el precio de exportación influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016-2021.

4.1. Resultados Generales

Con el propósito de determinar la variable dependiente exportaciones influye con las variables independientes diversificación del producto, países de destino y el precio de exportación, se efectuó una evaluación estadística no paramétrica mediante un estadígrafo para establecer la normalidad de las diferencias de los datos y como lo datos de la serie son mayores de 50, se procedió al análisis con Kolmogorov-Smirnov^a. De tal forma se siguió la siguiente regla de decisión:

Regla de decisión

Si $p \text{ valor} \leq 0.05$, la serie mantiene un comportamiento no paramétrico.

Si $p \text{ valor} > 0.05$, la serie mantiene un comportamiento paramétrico.

H_0 : la muestra procede de una distribución normal

H_1 : la muestra no procede de una distribución normal

Tabla 2.

Prueba de normalidad de las exportaciones y sus Variables independientes influyentes

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	N	Sig.
Exportaciones	,309	9527	,000
Diversificación	,364	9527	,000
Países de destino	,175	9527	,000
Precio de exportación	,425	9527	,000

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla 2, se logra verificar que el p valor de las diferencias de exportaciones de bebidas alcohólicas, diversificación del producto, países de destino y precio de exportación son menores a 0,05 por tanto, se establece que no

mantienen un comportamiento normal, por tanto, se realiza la prueba de correlación Rho Spearman y determinar la influencia entre ellas.

Contrastación de la hipótesis específica 1

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 3.

Correlación de las exportaciones de bebidas alcohólicas con el factor de diversificación del producto

			Diversificación del producto
Rho de Spearman	Exportaciones de bebidas alcohólicas	Coefficiente de correlación	-,272**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	9527

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

Lo que respecta la tabla 2, se representa datos de la correlación Rho Spearman con nivel de significancia ($r_s = -0,272^{**}$ $p=0,000$) se aceptó la hipótesis alternativa, ya que la variable de exportación y diversificación del producto tienen una relación significativa y establecen una correlación negativa media. Lo cual indica que la diversificación del producto influye significativamente de manera inversa en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 2

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 4.*Correlación de las exportaciones de bebidas alcohólicas con la variable países de destino*

			Países de destino
Rho de Spearman	Exportaciones	Coeficiente de correlación	-,257**
	de bebidas	Sig. (bilateral)	,000
	alcohólicas	N	9527

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

Lo que respecta la tabla 3, se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia (Rho= -0,257** p=0,000) se aceptó la hipótesis alternativa, ya que la variable de exportación y los países de destino tienen una relación significativa y establecen una correlación negativa media. Lo cual indica que el país de destino influye significativamente de manera inversa en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 3

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 5.*Correlación de las exportaciones de bebidas alcohólicas con la variable precio de exportación*

			Precio de Exportación
Rho de Spearman	Exportaciones	Coeficiente de correlación	-,141**
	de bebidas	Sig. (bilateral)	,000
	alcohólicas	N	9527

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

Lo que respecta la tabla 5, se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia (Rho= -0,141** p=0,000) se aceptó la hipótesis alternativa de que la variable de exportación y los precios de exportación tienen una relación significativa y establecen una correlación negativa media, lo cual indica que

el precio de exportación influye significativamente de manera inversa en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

4.2. Resultados por partidas

Para lograr una mayor especificidad de los resultados, se determina la prueba normalidad y coeficiente de correlación Rho Spearman, segmentados por partidas basados en las variables que inciden en las exportaciones de bebidas alcohólicas, con respecto a la diversificación del producto, países de destino y el precio de exportación.

- **Partida 2203000000 – Cerveza malta**

Con el propósito de determinar la variable dependiente exportaciones de la cerveza malta influye con las variables independientes diversificación de la cerveza malta, países de destino y el precio de exportación, se efectuó una evaluación estadística mediante un estadígrafo para establecer la normalidad de las diferencias de los datos y como lo datos de la serie son mayores de 50, se procedió al análisis con Kolmogorov-Smirnov^a. De tal forma se siguió la siguiente regla de decisión:

Regla de decisión

Si $p \text{ valor} \leq 0.05$, la serie mantiene un comportamiento no paramétrico.

Si $p \text{ valor} \leq 0.05$, la serie mantiene un comportamiento paramétrico.

H₀: la muestra procede de una distribución normal

H₁: la muestra no procede de una distribución normal

Tabla 6.

Prueba de normalidad de las exportaciones de Cerveza Malta y las variables influyentes

Partida Aduanera	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	n	Sig.
Exportaciones de cerveza malta	,288	3860	,000
Precio de exportación	,476	3860	,000
Países de destino	,304	3860	,000
Diversificación del producto	,493	3860	,000

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se verifica que el p valor de las diferencias de exportaciones de cerveza malta, diversificación del producto, países de destino y precio de exportación son menores a 0,05 por tanto, se establece que no mantienen un comportamiento normal, por tanto, se realiza la prueba de correlación Rho Spearman para determinar la influencia entre ellas.

Contrastación de la hipótesis específica 1

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 7.

Prueba de correlación de las exportaciones de la cerveza malta con el factor diversificación del producto

			Diversificación del producto
Rho de Spearman	Exportaciones de la cerveza malta	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	-,258** ,000
			n
			3860

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia (Rho= -0,258** p=0,000) se aceptó la hipótesis alternativa ya que la variable de exportación de cerveza malta y la diversificación del producto tienen una relación significativa y establecen una correlación negativa media, lo cual indica que la diversificación del producto es un factor que influye significativamente en las exportaciones de cerveza malta de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 2

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 8.

Prueba de correlación de las exportaciones de la cerveza malta con el factor países de destino

			Países de destino
Rho de Spearman	Exportaciones de cerveza malta	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	-,333** ,000
		n	3860

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia (Rho= -0,333** p=0,000), se aceptó la hipótesis alternativa de que la variable de exportación de cerveza malta y el país de destino tienen una relación significativa y establecen una correlación negativa media, lo cual indica que los países de destino es un factor que influye significativa en las exportaciones de cerveza malta de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 3

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 9.

Prueba de correlación de las exportaciones de la cerveza malta con el factor precio de exportación

			Precio de exportación
Rho de Spearman	Exportaciones de la cerveza malta	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	-,277** ,000
		n	3860

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia ($Rho = -0,277^{**}$ $p = 0,000$) se aceptó la hipótesis alternativa de que la variable de exportación de cerveza malta y el precio de exportación tienen una relación significativa y establecen una correlación negativa media, lo cual indica que el precio de exportación es un factor que influye en las exportaciones de cerveza malta de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis general

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

- **Partida 2204100000 – Vino espumoso**

Con el propósito de determinar la variable dependiente exportaciones de vino espumoso influye con las variables independientes diversificación del vino espumoso, países de destino y el precio de exportación, se efectuó una evaluación estadística mediante un estadígrafo para establecer la normalidad de las diferencias de los datos y como los datos de la serie es menor de 50, se procedió al análisis con Shapiro-Wilk. De tal forma se siguió la siguiente regla de decisión:

Regla de decisión

- Si $p \text{ valor} \leq 0.05$, la serie mantiene un comportamiento no paramétrico.
- Si $p \text{ valor} \leq 0.05$, la serie mantiene un comportamiento paramétrico.

H₀: la muestra procede de una distribución normal

H₁: la muestra no procede de una distribución normal

Tabla 10.*Prueba de normalidad de las exportaciones del vino espumoso y sus factores influyentes*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	n	Sig.
Exportaciones del vino espumoso	,374	34	,000
Precio de exportación	,776	34	,000
Países de destino	,846	34	,000
Diversificación	,641	34	,000

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se verifica que el p valor de las diferencias de exportaciones de vino espumoso, diversificación del producto, países de destino y precio de exportación son menores a 0,05; por tanto, se establece que no mantienen un comportamiento normal; por tanto, se realiza la prueba de correlación Rho Spearman y determinar la influencia entre ellas.

Contrastación de la hipótesis específica 1

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 11.

Prueba de correlación de las exportaciones de vino espumoso con el factor diversión del producto

		Diversificació n del producto	
Rho de Spearman	Exportaciones de vinos espumosos	Coeficiente de correlación	,044
		Sig. (bilateral)	,806
		n	34

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia ($r_s = 0,044$ $p = 0,806$) por lo cual se rechaza la hipótesis alterna,

aceptando la hipótesis nula, lo cual indican que la diversificación del producto es un factor que no influye significativamente en las exportaciones de vino espumoso de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 2

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 12.

Prueba de correlación de las exportaciones de vinos espumosos con el factor países de destino

			Países de destino
		Coeficiente de correlación	,204
Rho de Spearman	Exportaciones de vino espumoso	Sig. (bilateral)	,247
		n	34

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia ($r_s = 0,204$ $p = 0,247$) por lo cual se rechaza la hipótesis alterna, aceptando la hipótesis nula, por lo cual indica que los países de destino no es un factor que influye significativamente en las exportaciones de vino espumoso de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 3

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 13.

Prueba de correlación de las exportaciones de vinos espumosos con el factor precio de exportación

			Precio de exportación
Rho de Spearman	Exportaciones de vinos espumosos	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) n	-,108 ,543 34

*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia ($r_s = -0,108$ $p = 0,543$) por lo cual se rechaza la hipótesis alterna, aceptando la hipótesis nula, lo cual indica que el precio de exportación no es un factor que influye significativamente en las exportaciones de vinos espumosos de Perú en el período 2016 – 2021

- **Partida 2204229000 – los demás vinos**

Con el propósito de determinar la variable dependiente exportaciones de los demás vino influye con las variables independientes diversificación de los demás vinos, países de destino y el precio unitario, se efectuó una evaluación estadística mediante un estadígrafo para establecer la normalidad de las diferencias de los datos y como lo datos de la serie es menor de 50, se procedió al análisis con Shapiro-Wilk. De tal forma se siguió la siguiente regla de decisión:

Regla de decisión

- Si $p \text{ valor} \leq 0.05$, la serie mantiene un comportamiento no paramétrico.
- Si $p \text{ valor} \leq 0.05$, la serie mantiene un comportamiento paramétrico.

H0: la muestra procede de una distribución normal

H1: la muestra no procede de una distribución normal

Tabla 14.*Prueba de normalidad de las exportaciones de los demás vinos*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	n	Sig.
Exportaciones de los demás vinos	,622	38	,000
Precio de exportación	,637	38	,000
Países de destino	,690	38	,000
Diversificación	,667	38	,000

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se verifica que el p valor de las diferencias de exportaciones de los demás vinos, diversificación del producto, países de destino y precio de exportación son menores a 0,05 por tanto, se establece que no mantienen un comportamiento normal, por tanto, se realiza la prueba de correlación Rho Spearman para determinar la influencia entre ellas.

Contrastación de la hipótesis específica 1

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 15.*Prueba de correlación de las exportaciones de los demás vinos con el factor diversificación del producto*

			Diversificación del producto
Rho de Spearman	Exportaciones de los demás vinos	Coeficiente de correlación	,133
		Sig. (bilateral)	,426
		n	38

*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia ($Rho= 0,133$ $p=0,426$) por lo cual se rechaza la hipótesis alterna, aceptando la hipótesis nula, lo cual indican que la diversificación del producto no es un factor que influye en las exportaciones de los demás vinos de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 2

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 16.

Prueba de correlación de las exportaciones de demás vinos con el factor países de destino

			Países de destino
Rho de Spearman	Exportaciones	Coeficiente de correlación	-,393*
		Sig. (bilateral)	,015
		n	38

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia ($Rho= -0,393^*$ $p=0,015$) por lo cual se rechaza la hipótesis alterna, aceptando la hipótesis nula, lo cual indica que los países de destino es un factor que influye significativamente con las exportaciones de los demás vinos de Perú en el período 2016 – 2022.

Contrastación de la hipótesis específica 3

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 17.

Prueba de correlación de las exportaciones de demás vinos con el factor precio de exportación

			Precio de exportación
Rho de Spearman	Exportaciones de demás vinos	Coefficiente de correlación	-,314
		Sig. (bilateral)	,055
		n	38

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia ($r_s = -0,314$ $p = 0,055$) por lo cual se rechaza la hipótesis alterna, aceptando la hipótesis nula, lo cual que el precio de exportación no es un factor que influye en las exportaciones de los demás vinos de Perú en el período 2016 – 2021.

- **Partida 2208202100 – Pisco**

Con el propósito de determinar la variable dependiente exportaciones de pisco influye con las variables independientes diversificación del pisco, países de destino y el precio de exportación, se efectuó una evaluación estadística mediante un estadígrafo para establecer la normalidad de las diferencias de los datos y como lo datos de la serie es mayor de 50, se procedió al análisis con Kolmogorov-Smirnov^a. De tal forma se siguió la siguiente regla de decisión:

Regla de decisión

- Si $p \text{ valor} \leq 0.05$, la serie mantiene un comportamiento no paramétrico.
- Si $p \text{ valor} \leq 0.05$, la serie mantiene un comportamiento paramétrico.

H_0 : la muestra procede de una distribución normal

H_1 : la muestra no procede de una distribución normal

Tabla 18.*Prueba de normalidad de las exportaciones de pisco*

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	n	Sig.
Exportaciones de pisco	,279	4923	,000
Precio de exportación	,371	4923	,000
Países de destino	,199	4923	,000
Diversificación del producto	,277	4923	,000

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se verifica que el p valor de las diferencias de exportaciones del pisco, diversificación del producto, países de destino y precio de exportación son menores a 0,05, por tanto se establece que no mantienen un comportamiento normal, por tanto se realiza la prueba de correlación Rho Spearman y determinar la influencia entre ellas.

Contrastación de la hipótesis específica 1

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 19.

Prueba de correlación de las exportaciones del pisco con el factor diversificación del producto

		Diversificación del producto	
Rho de Spearman	Exportaciones del pisco	Coefficiente de correlación	-,146**
		Sig. (bilateral)	,000
		n	4923

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia (Rho= -0,146 p=0,000) se aceptó la hipótesis alternativa ya que la variable de exportación de pisco y la diversificación del producto tienen una relación

significativa y establecen una correlación negativa media, lo cual indica que la diversificación del producto es un factor que influye en las exportaciones del pisco de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 2

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 20.

Prueba de correlación de las exportaciones del pisco con el factor países de destino

			Países de destino
Rho de Spearman	Exportaciones del pisco	Coefficiente de correlación	-,098**
		Sig. (bilateral)	,000
		n	4923

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

Se representa en la tabla datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia (Rho= -0,098** p=0,000) se aceptó la hipótesis alternativa ya que la variable de exportación de pisco y el país de destino tienen una relación significativa y establecen una correlación negativa baja lo cual indica los países de destino es un factor que influye en las exportaciones del pisco de Perú en el período 2016 – 2021

Contrastación de la hipótesis específica 3

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 21.

Prueba de correlación de las exportaciones del pisco con el factor precio de exportación

			Precio de exportación
Rho de Spearman	Exportaciones del pisco	Coefficiente de correlación	,081**
		Sig. (bilateral)	,000
		n	4923

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia (Rho= 0,081** p=0,000) se aceptó la hipótesis alternativa ya que la variable de exportación del pisco y el precio de exportación tienen una relación significativa y establecen una correlación positiva baja, lo cual indica que el precio de exportación es un factor que influye en las exportaciones del pisco de Perú en el período 2016 – 2021.

- **Partida 2208300000 – Whisky**

Con el propósito de determinar la variable dependiente exportaciones del whisky influye con las variables independientes diversificación del whisky, países de destino y el precio unitario, se efectuó una evaluación estadística mediante un estadígrafo para establecer la normalidad de las diferencias de los datos y como lo datos de la serie es menor de 50, se procedió al análisis con Shapiro-Wilk. De tal forma se siguió la siguiente regla de decisión:

Regla de decisión

- Si p valor ≤ 0.05 , la serie mantiene un comportamiento no paramétrico.
- Si p valor ≤ 0.05 , la serie mantiene un comportamiento paramétrico.

H₀: la muestra procede de una distribución normal

H₁: la muestra no procede de una distribución normal

Tabla 22.*Prueba de normalidad de las exportaciones de whisky*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	n	Sig.
Exportaciones	,413	23	,000
Precio de exportación	,694	23	,000
Países de destino	,783	23	,000
Diversificación	,787	23	,000

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se verifica que el p valor de las diferencias de exportaciones del whisky, diversificación del producto, países de destino y precio de exportación son menores a 0,05 por tanto, se establece que no mantienen un comportamiento normal, por tanto, se realiza la prueba de correlación Rho Spearman y determinar la influencia entre ellas.

Contrastación de la hipótesis específica 1

H₀: La diversificación del producto es un factor que no influye en las exportaciones del whisky de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto es un factor que influye en las exportaciones del whisky de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 23.*Prueba de correlación de las exportaciones del whisky con el factor de diversificación del producto*

			Diversificación del producto
Rho de	Exportaciones	Coefficiente de correlación	,207
Spearman	del whisky	Sig. (bilateral)	,344
		n	23

*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia (Rho= 0,207 p=0,344) por lo cual se rechaza la hipótesis alterna, aceptando la hipótesis nula, lo cual indica que la diversificación del producto no es

un factor que influye significativamente en las exportaciones del whisky de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 2

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 24.

Prueba de correlación de las exportaciones del whisky con el factor países de destino

			Países de destino
Rho de	Exportaciones	Coefficiente de correlación	,403
Spearman	del whisky	Sig. (bilateral)	,057
			n
			23

*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia (Rho= 0,403 p=0,057) por lo cual se rechaza la hipótesis alterna, aceptando la hipótesis nula, lo cual indica que los países de destino no es un factor que influye en las exportaciones del whisky de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 3

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 25.*Prueba de correlación de las exportaciones del whisky con el factor precio de exportación*

			Precio de exportación
Rho de Spearman	Exportaciones del whisky	Coefficiente de correlación	-,058
		Sig. (bilateral)	,792
		n	23

*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia (Rho= -0,058 p=0,792) por lo cual se rechaza la hipótesis alterna, aceptando la hipótesis nula, lo cual indica que el precio de exportación no es un factor que influye en las exportaciones del whisky de Perú en el período 2016 – 2021.

- **Partida 2208400000 – Ron y demás aguardientes**

Con el propósito de determinar la variable dependiente exportaciones del ron y demás aguardientes influye con las variables independientes diversificación del ron y demás aguardientes, países de destino y el precio de exportación, se efectuó una evaluación estadística mediante un estadígrafo para establecer la normalidad de las diferencias de los datos y como lo datos de la serie es mayor de 50, se procedió al análisis con Kolmogorov-Smirnov^a. De tal forma se siguió la siguiente regla de decisión:

Regla de decisión

- Si p valor ≤ 0.05 , la serie mantiene un comportamiento no paramétrico.
- Si p valor ≤ 0.05 , la serie mantiene un comportamiento paramétrico.

H₀:la muestra procede de una distribución normal

H₁:la muestra no procede de una distribución normal

Tabla 26.*Prueba de normalidad de las exportaciones de Ron y demás aguardientes*

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	n	Sig.
Exportaciones	,272	497	,000
Precio de exportación	,233	497	,000
Países de destino	,214	497	,000
Diversificación	,409	497	,000

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se verifica que el p valor de las diferencias *de las exportaciones de Ron y demás aguardientes, diversificación del producto, países de destino y precio de exportación* son menores a 0,05 por tanto, se establece que no mantienen un comportamiento normal, por tanto, se realiza la prueba de correlación Rho Spearman para determinar la influencia entre ellas.

Contrastación de la hipótesis específica 1

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 27.*Prueba de correlación de las exportaciones de ron y demás aguardientes con el factor diversión del producto*

			Diversificación del producto
Rho de	Exportaciones	Coeficiente de correlación	,122**
Spearman	de ron y demás	Sig. (bilateral)	,006
	aguardientes	n	497

*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia (Rho= 0,122 p=0,006) por lo cual se rechaza la hipótesis alterna,

aceptando la hipótesis nula, lo cual indica que la diversificación del producto no es un factor que influye en las exportaciones del ron y demás aguardientes de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 2

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 28.

Prueba de correlación de las exportaciones de ron y demás aguardientes con el factor países de destino

			Países de destino
Rho de Spearman	Exportaciones de ron y demás aguardientes	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	,180**
		n	497

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia ($r_s = 0,180$ $p = 0,000$) se aceptó la hipótesis alternativa ya que la variable de exportación del ron y demás aguardientes y el precio de exportación tienen una relación significativa y establecen una correlación positiva media, lo cual indica que el país de destino es un factor que influye en las exportaciones del ron y demás aguardientes de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 3

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 29.

Prueba de correlación de las exportaciones de ron y demás aguardientes con el factor precio

			Precio
Rho de Spearman	Exportaciones de ron y demás aguardientes	Coefficiente de correlación	-,066
		Sig. (bilateral)	,143
		n	497

*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia (Rho= -0,066 p=0,143) por lo cual se rechaza la hipótesis alterna, aceptando la hipótesis nula, lo cual indica que el precio de exportación no es un factor que influye en las exportaciones del ron y demás aguardientes de Perú en el período 2016 – 2021

- **Partida 2208500000 – gin y ginebra**

Con el propósito de determinar la variable dependiente exportaciones del gin y ginebra influye con las variables independientes diversificación del gin y ginebra, países de destino y el precio de exportación, se efectuó una evaluación estadística mediante un estadígrafo para establecer la normalidad de las diferencias de los datos y como lo datos de la serie es mayor de 50, se procedió al análisis con Kolmogorov-Smirnov^a. De tal forma se siguió la siguiente regla de decisión:

Regla de decisión

- Si p valor ≤ 0.05 , la serie mantiene un comportamiento no paramétrico.
- Si p valor ≤ 0.05 , la serie mantiene un comportamiento paramétrico.

H₀:la muestra procede de una distribución normal

H₁:la muestra no procede de una distribución normal

Tabla 30.*Prueba de normalidad de las exportaciones gin y ginebra*

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	n	Sig.
Exportaciones	,256	103	,000
Precio	,212	103	,000
Países de destino	,190	103	,000
Diversificación	,309	103	,000

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se verifica que el p valor de las diferencias de las exportaciones de gin y ginebra, diversificación del producto, países de destino y precio de exportación son menores a 0,05 por tanto, se establece que no mantienen un comportamiento normal, por tanto, se realiza la prueba de correlación Rho Spearman y determinar la influencia entre ellas.

Contrastación de la hipótesis específica 1

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 31.*Prueba de correlación de las exportaciones de gin y ginebra con el factor diversificación del producto*

			Diversificación del producto
Rho de Spearman	Exportaciones	Coefficiente de correlación	-,461**
	de gin y ginebra	Sig. (bilateral)	,000
		n	103

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia ($r_s = -0,461$ $p=0,000$) se aceptó la hipótesis alternativa ya que la variable de exportación de gin y ginebra y la diversificación de producto tienen una relación significativa y establecen una correlación negativa media, lo cual indica que la diversificación del producto es un factor que influye significativamente en las exportaciones de gin y ginebra de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 2

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 32.

Prueba de correlación de las exportaciones de gin y ginebra con el factor países de destino

			Países de destino
Rho de Spearman	Exportaciones de gin y ginebra	Coeficiente de correlación	-,403**
		Sig. (bilateral)	,000
		n	103

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia ($Rho = -0,403$ $p=0,000$) se aceptó la hipótesis alternativa ya que la variable de exportación de gin y ginebra y el país de destino tienen una relación significativa y establecen una correlación negativa media, lo cual indica que los países de destino es un factor que influye significativamente en las exportaciones de gin y ginebra de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 3

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 33.

Prueba de correlación de las exportaciones de gin y ginebra con el factor precio de exportación

			Precio de exportación
Rho de Spearman	Exportaciones de gin y ginebra	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	-,240*
		n	,015
			103

*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia (Rho= -0,240 p=0,000) por lo cual se rechaza la hipótesis alterna, aceptando la hipótesis nula, lo cual indica que el precio de exportación es un factor que influye en las exportaciones de gin y ginebra de Perú en el período 2016 – 2021.

- **Partida 2208600000 – Vodka**

Con el propósito de determinar la variable dependiente exportaciones del vodka influye con las variables independientes diversificación del vodka, países de destino y el precio unitario, se efectuó una evaluación estadística mediante un estadígrafo de comparación de medias, para establecer la normalidad de las diferencias de los datos y como lo datos de la serie es menor de 50, se procedió al análisis con Shapiro-Wilk. De tal forma se siguió la siguiente regla de decisión:

Regla de decisión

- Si p valor ≤ 0.05 , la serie mantiene un comportamiento no paramétrico.
- Si p valor ≤ 0.05 , la serie mantiene un comportamiento paramétrico.

H₀:la muestra procede de una distribución normal

H₁:la muestra no procede de una distribución normal

Tabla 34.*Prueba de normalidad de las exportaciones del Vodka y factores influyentes*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	n	Sig.
Exportaciones	,649	49	,000
Precio	,528	49	,000
Países de destino	,728	49	,000
Diversificación	,718	49	,000

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se verifica que el p valor de las diferencias *de las exportaciones de Vodka*, diversificación del producto, países de destino y precio de exportación son menores a 0,05 por tanto, se establece que no mantienen un comportamiento normal, por tanto se realiza la prueba de correlación Rho Spearman para determinar la influencia entre ellas.

Contrastación de la hipótesis específica 1

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 35.

Prueba de correlación de las exportaciones del vodka con el factor diversificación del producto

			Diversificación del producto
Rho de Spearman	Exportaciones del vodka	Coefficiente de correlación	-,409**
		Sig. (bilateral)	,004
		n	49

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia ($Rho = -0,409$ $p = 0,004$) se aceptó la hipótesis alternativa ya que la variable de exportación del vodka y la diversificación de producto tienen una relación significativa y establecen una correlación negativa media, lo cual indican que la diversificación del producto es un factor que influye en las exportaciones del vodka de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 2

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 36.

Prueba de correlación de las exportaciones del vodka con el factor países de destino

		Países de destino	
Rho de Spearman	Exportaciones del vodka	Coefficiente de correlación	-,054
		Sig. (bilateral)	,711
		n	49

*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia ($Rho = -0,054$ $p = 0,711$) por lo cual se rechaza la hipótesis alterna, aceptando la hipótesis nula, lo cual indican que los países de destino no es un factor que influye en las exportaciones del vodka de Perú en el período 2016 – 2021.

Contrastación de la hipótesis específica 3

H₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

H₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021.

Tabla 37.

Prueba de correlación de las exportaciones del vodka con el factor precio de exportación

			Precio de exportación
Rho de Spearman	Exportaciones del vodka	Coefficiente de correlación	,054
		Sig. (bilateral)	,714
		n	49

*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado propia obtenida con data de Veritrade.

En la tabla se representa datos de la correlación Rho Spearman y un nivel de significancia (Rho= 0,054 p=0,714) por lo cual se rechaza la hipótesis alterna, aceptando la hipótesis nula, lo cual indican que el precio no es un factor que influye en las exportaciones del vodka de Perú en el período 2016 – 2021.

V. DISCUSIÓN

En este capítulo se desarrolló la discusión de los resultados obtenidos, para cada uno de los objetivos, comparándose con los resultados alcanzados por otros investigadores. En este estudio, se determinó que la diversificación del producto, países de destino y el precio de exportación influyen significativamente con las exportaciones de bebidas alcohólicas del Perú.

Respecto al objetivo específico 1, se determinó que la diversificación del producto es un factor que influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021 siendo significativo con una correlación negativa baja con la exportación ($Rho = -0,272^{**}$ $p = 0,000$); mientras que los resultados por partida se tuvieron que la cerveza malta, el pisco, ron y demás aguardientes; gin y ginebra y vodka fueron significativos con una correlación baja negativa ($R_s = -0,258^{**}$ $p = 0,000$; $R_s = -0,146$ $p = 0,000$; $R_s = 0,122$ $p = 0,006$; $R_s = -0,461$ $p = 0,000$; $R_s = -0,409$ $p = 0,004$) respectivamente; para el vino espumoso; los demás vinos y el whisky no fueron significativos con una correlación positiva baja ($R_s = 0,044$ $p = 0,806$; $R_s = 0,133$ $p = 0,426$; $R_s = 0,207$ $p = 0,344$) respectivamente .

Ante los resultados alcanzados, se refutan con el aporte de Pérez (2021) desarrolló labores de presencia de marca y su volumen de producción es de 47696.88 it, dado que la gran parte de emprendedores de cerveza artesanal Tecatense, emplea materia importada principalmente de Estados Unidos., señalando que las cuatro categorías en el sector de cervecería. En consecuencia, Cervantes y Quevantes (2020) evaluó aquellos factores que conectan la comercialización de la papa y su papel mediante de innovación en el vodka. Concluyeron que la comercialización de la papa, es considerado una gran oportunidad de negocio para la industrialización del vodka de a base de papá, los cuales son fabricados por Perú.

Además, en el aporte de Navarro et al. (2017) dedujeron que la diversificación del producto, es una habilidad que orienta a los productores a integrarse mercados nuevos mediante la producción de productos nuevos. De tal motivo, Palacios (2022) indicó que la diversificación del producto, comprende en una estrategia que reduce la vulnerabilidad económica de los países en crecimiento que depende de los básicos productos y de esta manera incrementar el valor añadido.

El segundo objetivo específico, se determinó los países de destino es un factor que influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021, siendo significativo con una correlación negativa ($R_s = -0,257^{**}$ $p=0,000$); mientras que los resultados por partida, se tuvieron que la cerveza malta, los demás vinos, pisco, ron y demás aguardientes y gin y ginebra fueron significativos con una correlación negativa baja ($R_s = -0,333^{**}$ $p=0,000$; $R_s = -0,393^*$ $p=0,015$; $R_s = -0,098^{**}$ $p=0,000$; $R_s = 0,180$ $p=0,000$; $R_s = -0,403$ $p=0,000$) respectivamente; mientras que el vino espumo, whisky y vodka no fueron significativos con una correlación positiva baja ($R_s = 0,204$ $p=0,247$; $R_s = 0,403$ $p=0,057$; $R_s = -0,054$ $p=0,711$) respectivamente

Los resultados alcanzados analizaron cómo el entorno de evaluación gira en torno a la viabilidad del mezcal en el Estado de México, pues tiene que emerger de las inconsistencias que se han presentado a nivel nacional como posibilidad de ingreso a mercados extranjeros. Sobre esta base, afirmaron la comercialización del mezcal originario de México en Tokio, Japón, como un producto aceptable y rentable para la exportación, considerado como un mercado potencial para el consumo de bebidas. Crecimiento en volúmenes de exportación y valor en dólares de las ventas de mezcal, evaluado por el Sistema de Información Comercial por Internet de la Secretaría de Economía,

Finalmente, el tercer objetivo específico, se determinó que el precio de exportación influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021, siendo significativo con una correlación negativa baja ($R_s = -0,141^{**}$ $p=0,000$); mientras que los resultados por partida, se tuvo que la cerveza malta, pisco y gin y ginebra, son significativo con una correlación negativa baja con las exportaciones ($R_s = -0,277^{**}$ $p=0,000$; $R_s = 0,081^{**}$ $p=0,000$; $R_s = -0,240$ $p=0,000$) respectivamente; mientras que los vinos espumosos, los demás vinos, ron y demás aguardientes, whisky y vodka no fueron significativos con una correlación positiva baja con las exportaciones ($R_s = -0,108$ $p=0,543$; $R_s = -0,314$ $p=0,055$; ($R_s = -0,058$ $p=0,792$; $R_s = -0,066$ $p=0,143$; $R_s = 0,054$ $p=0,714$).

Los resultados alcanzados fueron distintos del aporte León y Zegarra (2019) tuvo como objetivo determinar las características relevantes que influyen hacia el mercado de EE.UU., referente al pisco y su exportación de acuerdo al TLC Período 2022 – 2018, Concluyeron, que la normativa TLC respecto a Estados Unidos y

Perú, ha impactado de forma positiva en las exportaciones del coste FOB del pisco, pese a los litros total exportado se ha estimado estable.

Lo mencionado, se relacionado con el aporte de Perrotini y Vásquez (2018) indican que los países de destino, denominado al instante del despacho como el país final donde los bienes serán cedidos, también se califica como país de acogida de los bienes o servicios. También, Barrientos (2022) sostuvo que las exportaciones hacen referencias a las transacciones y financieras de cambio de servicios y bienes que ejecuta un país en específico con otros países.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo a lo trabajado se llegó a las siguientes conclusiones:

1. La investigación tuvo como objetivo específico 1, determinar si la diversificación del producto es un factor que influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021. Se concluyó que la diversificación del producto es un factor que influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021 de forma negativa y significativa ($r_s = -0,272^{**}$ $p=0,000$).
2. La investigación tuvo como objetivo específico 2, determinar si los países de destino es un factor que influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021. Se concluyó que los países de destinos es un factor que influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021 de forma negativa y significativa ($r_s = -0,257^{**}$ $p=0,000$).
3. La investigación tuvo como objetivo específico 3, determinar si el precio de exportación es un factor que influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021. . Se concluyó que el precio es un factor que influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el período 2016 – 2021 de forma negativa y significativa ($r_s = -0,141^{**}$ $p=0,000$).
4. La investigación tuvo como objetivo general; diagnosticar si la diversificación del producto, los países de destino y el precio de exportación influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016-2021. Conformándose por los siguientes objetivos específicos. Se concluyó que los factores tales como la diversificación del producto, los países de destino y el precio de exportación influyen de forma negativa y significativa con las exportaciones de bebidas alcohólicas.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que las empresas exportadoras de bebidas alcohólicas, tengan diversificación en los productos, debido a que contribuye a reducir la vulnerabilidad económica del país y de esta manera incrementar el valor añadido generado.
2. Se recomienda a Mincetur integre estrategias de comercio para exportar bebidas alcohólicas a más países de destino, de tal forma pueda ser de gran utilidad para actuales y futuros exportadores, asimismo se debe impulsar la asociatividad entre pequeños productores de una zona geográfica para lograr tener mayor presencia y poder de negociación en ferias comerciales internacionales.
3. Se recomienda que el Ministerio de la Producción (Produce) cree un sistema para la recopilación de información referente a la producción, área de cultivo, cantidad de cultivo, tendencia de mercado, de tal forma que el costo de exportador sea accesible para los comercializadores, así como al mismo productor.
4. Conformándose por los siguientes objetivos específicos. Se recomienda realizar un estudio más amplio de las bebidas alcohólicas en general, debido a que, en el estudio se demostró que se obtiene resultados completamente diferentes en los resultado por las partidas en general ya que muestra que tienen correlación pero de manera inversa y en los resultados por cada partida, hay partidas que si tienen gran significancia entre la variable dependiente con las independientes ,

REFERENCIAS

- Anderson, K., Meloni, G., & Swinnen, J. (2018). Global Alcohol Markets: Evolving Consumption Patterns, Regulations, and Industrial Organizations. *Annual Review of Resource Economics*. <https://doi.org/10.1146/annurev-resource-100517-023331>
- Andina. (2021). Proyectan que la exportación de pisco superará los US \$10 millones en 2019. <https://andina.pe/agencia/noticia-proyectan-exportacion-pisco-superara-los-10-millones-2019-740568.aspx>
- Ayuda, M., Ferrer, H., & Pinilla, V. (2020). Journal of Wine Economics. *Journal of Wine Economics*. <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-wine-economics/article/abs/explaining-world-wine-exports-in-the-first-wave-of-globalization-18481938/5871AC3A966FFD203630E6832C93D60A>
- Baldwin, R., & Harrigan, J. (2007). Zeros, quality and space Trade Theory and trade evidence. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w13214/w13214.pdf
- Barrientos, F. (2022). Estrategia De Integración Del Pequeño Agricultor a La Cadena De Exportaciones. *Semestre Económico*, [s. l.], v. 22, n. 51, p. 83–123. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=139655905&lang=es&site=eds-live>.
- Cervantes, D., & Quevedo, J. (2020). The industrialization of potatoes and the socioeconomic development of family farming in Lima, Peru. *Peruvian Agricultural Research*. <https://doi.org/10.51431/par.v2i2.640>
- Cockx, L., Meloni, G., & Swinnen, J. (2022). The Water of Life and Death: A Brief Economic History of Spirits. *Journal of Wine Economics*, 16(4), 355-399. <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-wine-economics/article/abs/water-of-life-and-death-a-brief-economic-history-of-spirits/094B8F0F5073EED4FD57A84495C8497B>
- Fajardo, L. (2021). ¿Cuál pisco se vende más en el extranjero, el peruano o el chileno? *BBC*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-41839586>

- Funse, P. (2020). América Latina y la acumulación originaria. Menos papistas que las papas. *Friedrich Ebert Stiftung* <https://nuso.org/articulo/america-latina-y-la-acumulacion-originaria-menos-papistas-que-las-papas/>
- García, M. (2022). The EU–Peru/Colombia trade agreement agreement Balancing, accommodation or driver of change? *Manchester Hive*. <https://doi.org/10.7765/9781526136503.00010>
- Giacomarra, M., Riad, S., Crescimanno, M., Saka, G., Luca, G., & Galati, A. (2021). Internal vs. external R&D teams: Evidences from the Italian wine industry. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.05.029>
- Gleeson, D., & O'Brien, P. (2020). Alcohol labeling rules in free trade agreements: Advancing the industry's interests at the expense of the public's health. *Drug and Alcohol Review*. <https://doi.org/10.1111/dar.13054>
- Gómez, K., Delgado, A., & Palmas, Y. (2020). Originalidad del tequila como símbolo de identidad mexicana. *Percepción del turista-consumidor a partir de su exportación*. <http://dx.doi.org/10.35588/rivar.v7i21.4638>
- González, M., Bravo, F., Travejo, J., Peña, J., Pinedo, A., Sun, R., De la Cruz, C. (2021). Synthesis and Application of Gas Sensors Based on Tin Oxide Doped with Green Synthesized Silver Nanoparticles for Differentiation of Peruvian Pisco Varieties. *ECS Meeting Abstracts*. <https://iopscience.iop.org/article/10.1149/MA2021-01561439mtgabs/meta>
- Guevara, W., & Morales, C. (2018). Análisis de la competitividad exportadora de los principales productos exportados por Chile y Perú. *GCG: Revista de Globalización, Competitividad & Gobernabilidad*. <http://dx.doi.org/10.3232/GCG.2018.V12.N2.02>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. *Mc Graw Hill* http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_d_e_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf

- Isabel, M., Ferrer, H., & Vicente, P. (2020). Explaining World Wine Exports in the First Wave of Globalization, 1848–1938. *Journal of Wine Economics*, 15(3) [,https://doi.org/10.1017/jwe.2020.4](https://doi.org/10.1017/jwe.2020.4)
- Jernigan, D., Craig, S., & Ross, C. (2019). The Alcohol Marketing Landscape: Alcohol Industry Size, Structure, Strategies, and Public Health Responses. *Journal of Studies on Alcohol*. <https://doi.org/10.15288/jsads.2020.s19.13>
- La Cámara. (2021). *Exportaciones peruanas de bebidas alcohólicas se recuperan*. <https://lacamara.pe/exportaciones-peruanas-de-bebidas-alcoholicas-se-recuperan/#:~:text=De%20acuerdo%20con%20informaci%C3%B3n%20de,%24%2016%2C4%20millones>).
- León, L., & Zegarra, S. (2019). *Factores determinantes que influyeron en las exportaciones de Pisco al mercado de Estados Unidos en el marco del TLC, periodo 2002-2018*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626052/Leon_VL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Liguori, L., Russo, P., Albanese, D., & Matteo, M. (2018). Chapter 12 - Production of Low-Alcohol Beverages: Current Status and Perspectives. *Food Processing for Increased Quality and Consumption*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-811447-6.00012-6>
- Linares, M., & Montero, E. (2022). Cross - cultural Business, Negocios a la peruana. *Iberoamerican Business Journal*, 5(2), 99-132. <https://doi.org/10.22451/5817.ibj2022.vol5.2.11061>
- Karp, J. (2018). Perceptions of craft beer brands as determined by female consumers in Ireland. Dublin Business School. <https://esource.dbs.ie/handle/10788/3551>
- Kseniya, A. (2018). International beer market: drivers and challenges of development. Instituto Politécnico de bRaganca. <https://bibliotecadigital.ipb.pt/handle/10198/18001>
- Magazine, A. (2022). Indian Alcoholic Beverages Market resilient and growing. FHA Insider. <https://www.fhafnb.com/media-hub-fha-insider-report-indian-alcoholic-beverages-market-resilient-and-growing/>

- Mammadova, T. (2020). *Georgia sees decrease in alcoholic beverages export*. *TCA Regional Newes*. <https://www.proquest.com/wire-feeds/georgia-sees-decrease-alcoholic-beverages-export/docview/2472007862/se-2?accountid=37408>
- Marie, A., Garde, A., Winters, L., Johnson, E., Mabhala, A., & Kingston, P. (2022). Protecting noncommunicable disease prevention policy in trade and investment agreements. *National Library of Medicine*. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8958824/>
- Mendoza, R., Garza, C., González, A., Reyes, B., & Cortez, M. (2019). Análisis del mercado de bebidas alcohólicas. Caso de estudio: Exportación de Whisky Mecinano a Houston, Texas, Estados Unidos. *Daena: International Journal of Good Conscience*. [http://www.spentamexico.org/v14-n2/A2.14\(2\)16-35.pdf](http://www.spentamexico.org/v14-n2/A2.14(2)16-35.pdf)
- Migliore, G. (2021). Sustainable Food Consumption Practices. Insights into Consumer Experience. *MDPI*. <https://www.mdpi.com/books/pdfdownload/book/4256#page=194>
- Mincetur. (2017). Guía de requisitos sanitarios y fitosanitarios. Para la Agro exportación a la Unión Europea. *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/medidas_Sanitarias_Fitosanitarias/Guia_UE_Alta.pdf
- Mincetur (2022). *Pisco gana 33 medallas en prestigioso concurso Virtus International Awards 2022*. *Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo*. <https://www.gob.pe/institucion/promperu/noticias/607494-pisco-gana-33-medallas-en-prestigioso-concurso-virtus-international-awards-2022>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). *El ABC del comercio exterior. Guía Práctica del Exportador. Volumen III*. http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/Documentos/manuales/guia_practica_del_exportador_wr.pdf

- Ministerio de Producción. (2018). *Reglamento de la Ley N°29632, Ley para erradicar la elaboración de comercialización de bebidas alcohólicas informales, adulteradas o no aptas para el consumo humano*. [http://www2.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/ccc11adff39a6a9403257cf600683dc4/1c6ce6da3cb48c0a032585c0005571cd/\\$FILE/PRODUCE_Proy_Ley_29.632.pdf](http://www2.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/ccc11adff39a6a9403257cf600683dc4/1c6ce6da3cb48c0a032585c0005571cd/$FILE/PRODUCE_Proy_Ley_29.632.pdf)
- Mkrteyhyan, A. (2019). Peculiarities of Making Fruit Alcoholic Dry Beverages from Armenian Apricot Varieties of “Yerevani (Shalakh)” and “Aghdjanabad”. *Food Science and Technology*. <https://anau.am/wp-content/uploads/2019/06/Peculiarities-of-Making-Fruit-Alcoholic-Dry-Beverages.pdf>
- Nasibova. (2019). Azerbaijani company to increase export of alcoholic beverages to US. *Regional News Retrieved*. <https://www.proquest.com/wirefeeds/azerbaijanicompanyincreaseexportalcoholic/docview/2284178708/se-2?accountid=37408>
- Navarro, A., Rey, M., & Barrera, R. (2017). *Compromiso, recursos, emprendimiento exportador y resultados empresariales*. <https://www.redalyc.org/pdf/1551/155150417002.pdf>
- Nazirova, R., Marhabo, A., & Usmonov, N. (2021). *ANALYSIS of the STATE of VINE GROWING and WINE MAKING in the REPUBLIC of UZBEKISTAN The Volume of Grapes Produced in Uzbekistan Allows Not Only to Cover the Needs of the Population, But Also to Carry Out Export Deliveries in Significant Volumes. the Export*. <https://www.neliti.com/publications/336288/analysis-of-the-state-of-vine-growing-and-wine-making-in-the-republic-of-uzbekis>
- Neufeld, M., Bobrova, A., Mindaugas, S., Stoppel, R., Ferreira, C., & Jurgen, R. (2020). Alcohol control policies in Former Soviet Union countries: A narrative review of three decades of policy changes and their apparent effects. *Drug and Alcohol Review*. <https://doi.org/10.1111/dar.13204>
- Nikolaos, S., Paraskevi, M., Patsis, I., Peppas, E., Katsouyanni, K., & Trichopoulou, A. (2021). *Long-Term Trends (1994–2011) and Predictors of Total Alcohol*

and Alcoholic Beverages Consumption: The EPIC Greece Cohort.
<https://doi.org/10.3390/nu13093077>

Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M., Palacios Vilela, J. J., & Romero Delgado, H. E. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis.* Bogotá.
<http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales de consulta/Drogas d e Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf>

O'Brien, P. (2021). Reducing the Power of the Alcohol Industry in Trade and Investment Agreement Negotiations Through Improved Global Governance of Alcohol. *International Journal of Health Policy and Management.*
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3859016

Onderwater, G., Oosterhout, J., Goleta, G., & Terwindt, G. (2018). *Alcoholic beverages as trigger factor and the effect on alcohol consumption behavior in patients with migraine.* <https://doi.org/10.1111/ene.13861>

Paredes, R. (2021). *Promoción de la exportación del pisco de las bodegas vitivinícolas de Ica y su incidencia en la internacionalización hacia el mercado de Estados Unidos.* Universidad Ricardo Palma.
http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/4194/NEG-T030_74611076_T%20%20%20PAREDES%20VEJARANO%20ROMINA%20ELIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Peter, S., & Enow, P. (2020). DIFFERENTIATION AS A BUSINESS COMPETITIVENESS STRATEGY IN THE BREWERY INDUSTRY IN CAMEROON: AN ANALYSIS OF LES BRASSERIES DU CAMEROUN BAMENDA. <https://cyberleninka.ru/article/n/differentiation-as-a-business-competitiveness-strategy-in-the-brewery-industry-in-cameroon-an-analysis-of-les-brasseries-du>

Pérez, C. (2021). *Factores que inciden en la competitividad del sector cervecero artesanal de Tecate, Baja California.* Universidad Autónoma de Baja California.
<https://repositorioinstitucional.uabc.mx/bitstream/20.500.12930/7896/1/TIJ135712.pdf>

- Perrotini, I., & Vásquez, J. (2018). *El supermultiplicador, la acumulación de capital, las exportaciones y el crecimiento económico*. <http://dx.doi.org/10.20430/ete.v85i338.542>
- Promperú (2017). *Guía de mercado Guatemala*. PromPerú. https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/236/Guia_mercado_guatemala_2015_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=&v
- Promperú (2019). *Oficina Comercial del Perú en Brasil. Ficha Mercado Producto Pisco*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. <https://institucional.promperu.gob.pe/ContenidosFichas/centro-y-sudamerica/OSPA-Ficha-Mercado-Brasil-Producto-Pisco-2021.pdf>
- Quispe, E. (2018). *La industria de la cerveza artesanal en el Perú y su proyección en el mercado peruano*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. <https://industrial.unmsm.edu.pe/upg/archivos/TESIS2018/MAESTRIA/tesis4.pdf>
- Rebaza, T., Silva, K., Sabater, C., Delgado, S., Montes, N., & Ruas, P. (2021). “Masato de Yuca” and “Chicha de Siete Semillas” Two Traditional Vegetable Fermented Beverages from Peru as Source for the Isolation of Potential Probiotic Bacteria. *Probiotics and Antimicrobial Proteins*. <https://link.springer.com/article/10.1007/s12602-021-09836-x>
- Retolaza, A., Lozano, B., & Hernandez, O. (2020). *Viabilidad de la exportación y comercialización de Mezcal en Tokio Japón*. Universidad Autónoma del Estado de México. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/111653>
- Robaina, K., Babor, T., Pinsky, I., & Johns, P. (2020). *Actividades comerciales y políticas de la Industria del Alcohol en América Latina y el Caribe. Implicaciones para la salud pública*. NCD Alliance. https://ncdalliance.org/sites/default/files/resource_files/Alcohol_ES.pdf
- Ruiz, P. (2020). El teorema Heckscher-Ohlin y la economía mexicana. Una visión crítica de la economía neoliberal*. *El trimestre económico*. <https://doi.org/10.20430/ete.v87i345.929>

- Sadikhova, N. (2019). *Major Russian company launches export of alcoholic beverages to Kazakhstan*. *TCA Regional News* Retrieved from. <https://www.proquest.com/wire-feeds/major-russian-company-launches-export-alcoholic/docview/2260404885/se-2?accountid=37408>
- Silva, A. (2019). *La protección de la denominación de origen y su impacto en las exportaciones peruanas de pisco en el periodo 1996 – 2016*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/4321/BC- TES-TMP-3143.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Soto, J., Charry, S., & Amorocho, C. (2021). *Evaluación del comportamiento del color del vino artesanal de curuba “Son del Alba”*. Universidad Sur Colombiana. <https://doi.org/10.25054/22161325.2915>
- Tetreault, D., & Cindy, C. (2021). *Distilling agro-extractivism: Agave and tequila production in Mexico*. *Journal of Agrarian Change*. <https://doi.org/10.1111/joac.12402>
- Tokyo, R. (2021). *TOKYO REPORT: National Tax Agency Backing Alcoholic Beverage Exports*. Jiji Press English News Service Retrieved. <https://www.proquest.com/wire-feeds/tokyo-report-national-tax-agency-backing/docview/2564180405/se-2?accountid=37408>
- Török, Á. S. (2020). *Factors Influencing Competitiveness in the Global Beer Trade*. *Sustainability*, 12(15), 5957. <https://doi.org/10.3390/su12155957>
- Van, H., Hagedoorn, J., & Pennings, J. (2004). *Measurement of International and Product Diversification in the Publishing Industry*. *Journal of Media Economics*. https://doi.org/10.1207/s15327736me1702_2
- Vásquez, V., Valle, L., Rosales, T., Rey, I., & Dorado, G. (2018). *Pruebas isotópicas, microscópicas y de artefactos de preparación y almacenamiento de chicha en Manchan (Casma, Perú)*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6726406>
- Velásquez, F. (2019). *Suma Aliados Estratégicos*. *Entrepreneur México*, [s. l.], v. 27, n. 4, p. 66–68. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=b9h&AN=136486228&lang=es&site=eds-live>.

Wittwer, G. &. (2020). A Model of Global Beverage Markets. *Journal of Wine Economics*. *Journal of Wine Economics*, 15(3), 330-354.
<https://doi.org/10.1017/jwe.2020.17>

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Exportaciones	Transacciones comerciales y financieras de intercambio de bienes y servicios que realiza un país en particular con otras naciones. Conciernen al tráfico de bienes o servicios propios de un país hacia otro para que sean consumidos allí, cumpliendo todos los requisitos de la ley en uso por los países involucrados y que produce como contrapartida un ingreso de divisas (Barrientos, 2022, p.36).	Las exportaciones serán evaluadas por el valor FOB comercial.	Valor FOB total (Veritrade, 2022)	Total en miles USD	Razón
Diversificación del producto	Es una estrategia que permite buscar a que nuevos productores ingresen al mercado con nuevos productos, existen varias maneras de diversificar ya sea por el insumo, etiquetado y presentación, cada una permite llegar a distintos mercados. (Navarro et al., 2017).	La diversificación del producto, serán medido por los productos ingresados al mercado, así como la presentación del producto.	Variedad de insumos (Veritrade, 2022)	%	Razón

Nota: Elaborado por los autores.

Anexo 1. Matriz de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Países de destino	Son lugares de destino, donde son entregados los productos exportados, calificándose como países de acogida de los bienes o servicios (Perrotini y Vásquez, 2018).	Los factores de países de destinos serán evaluados por la participación de los países que se exportarán las bebidas alcohólicas.	Número de países de destino (Veritrade, 2022)	%	Razón
Precio de exportación	El precio de exportación de cualquier bien dado, no se encuentra relacionado con la distancia bilateral ni con el tamaño o la lejanía de las naciones de origen y destino, considerando que la gama de bienes exportados no depende de la distancia bilateral, el tamaño y la lejanía (Baldwin & Harrigan, 2007).	El precio será medido por el precio FOB unitario	Precio de exportación FOB unitario (Veritrade, 2022)	USD	Razón

Nota: Elaborado por los autores.

Anexo 2. Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>, ¿Cómo la diversificación del producto, los países de destino y el precio de exportación influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016-2021?,</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar los factores que influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016-2021</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>Los factores que influyen significativamente con las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú, son la diversificación del producto, los países de destino y el precio de exportación</p>		<p>Tipo:</p> <p>Aplicada</p> <p>Enfoque:</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Diseño</p> <p>No experimental – Longitudinal evolución de grupos</p> <p>Nivel o alcance:</p> <p>Correlación múltiple</p> <p>Técnica:</p> <p>Guía de análisis</p> <p>Instrumento:</p> <p>Ficha de análisis</p> <p>Análisis de datos:</p> <p>SPSS v26</p>
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>PE1: ¿La diversificación del producto es un factor que influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016 – 2021?</p> <p>PE2: ¿Los países de destino es un factor que influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016 – 2021?</p> <p>PE3: ¿El precio de exportación es un factor que influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016 – 2021?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>OE1: Determinar si la diversificación del producto es un factor que influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016 – 2021.</p> <p>OE2: Determinar si los países de destino es un factor que influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016 – 2021.</p> <p>OE3: Determinar si el precio de exportación es un factor que influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016 – 2021.</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</p> <p>HE1: La diversificación del producto es un factor que influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016 – 2021.</p> <p>HE2: Los países de destino son un factor que influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016 – 2021.</p> <p>HE3: El precio de exportación es un factor que influye en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016 – 2021.</p>	<p>Variable. Factores de exportación de bebidas alcohólicas</p> <p>Dimensiones</p> <p>Diversificación del producto</p> <p>Los países de destino</p> <p>El precio de exportación</p>	

Anexo 03. Información recopilada

Figura 1.

Exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el contexto global

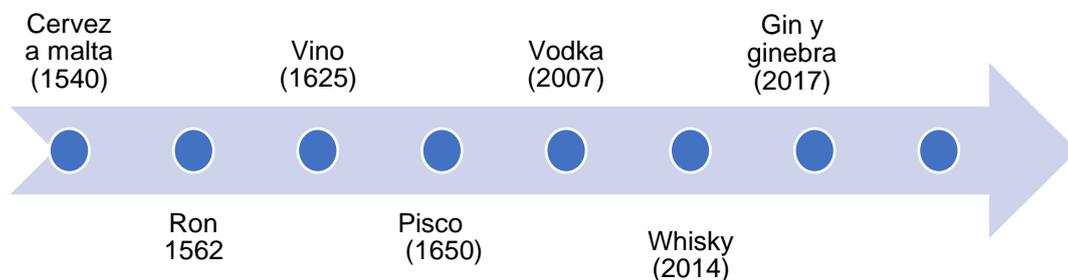


Nota. Elaborado por los autores en base a la información del Kunaq 2021

De acuerdo la información obtenida de Kunaq 2021, representada en la Figura 01, las principales bebidas alcohólicas importadas de Perú en el contexto global, es la cerveza malta (49,64%), pisco (32,14%), ron y demás aguardiente (14,56%), whisky (1,61%), gin y ginebra (1,53%) y vodka (0,04%).

Figura 2.

Evolución de las bebidas alcohólicas peruanas

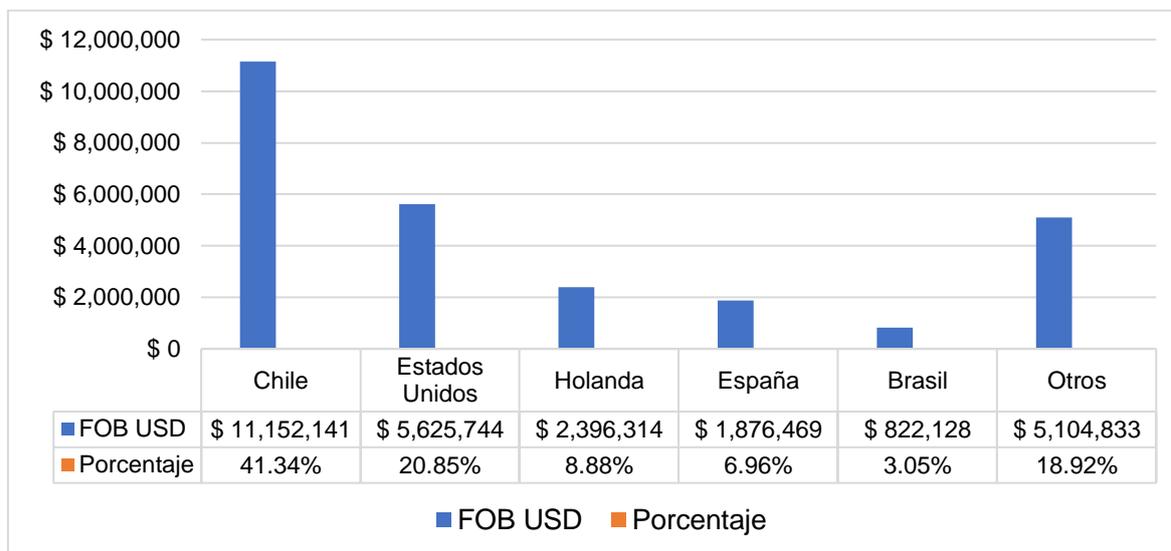


Nota. Elaborado por los autores en base a la información de Mincetur

En la Figura 02, se representa la evolución de las exportaciones de las bebidas alcohólicas, empezó desde el año 1540 con la cerveza malta, el ron en el 1562, Vino en el año 1625, Pisco 2006, Vodka 2007, siguiendo que el 2014 se empezó a exportar whisky y el 2017 conlleva el Gin y Ginebra.

Figura 3.

Participación de las exportaciones de bebidas alcohólicas

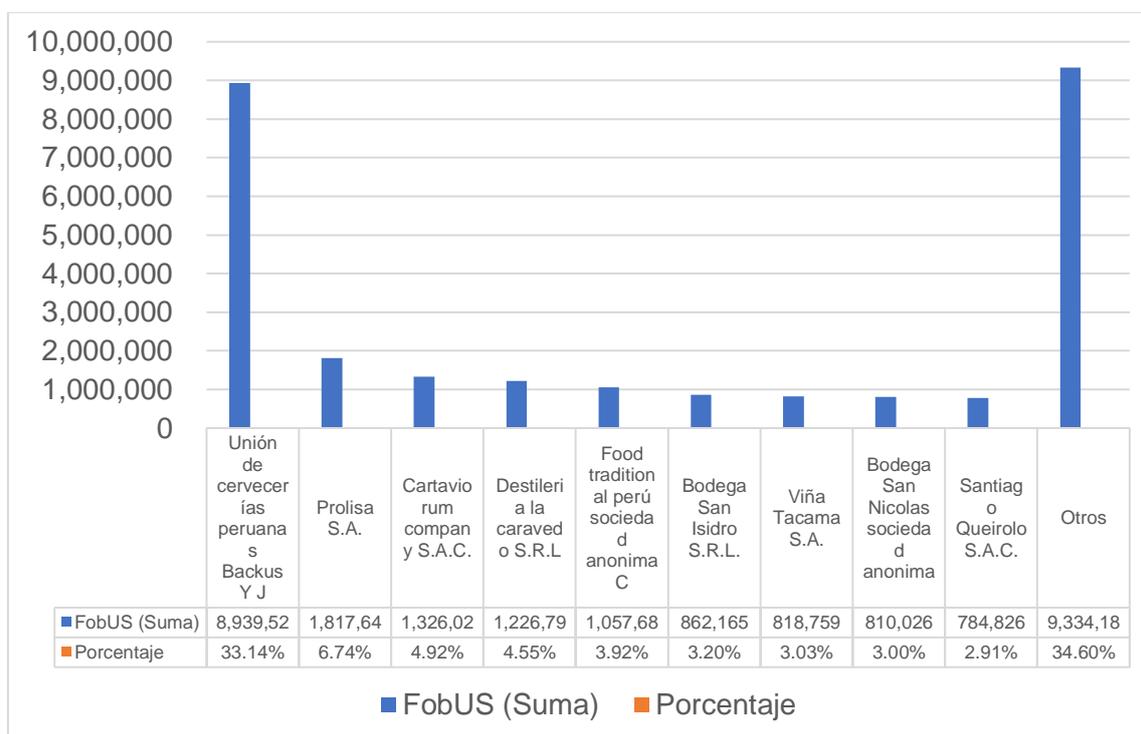


Nota. Elaboración propia en base a la información del Kunaq 2021

Con respecto a las exportaciones de bebidas alcohólicas según la Figura 03, se tiene que los países a quién más exporta Perú es a Chile (41,34%) con un FOB USD (11.152,141), Estados Unidos (20,85%) con un FOB USD (2,396314), Holanda (8,88%) con un FOB USD (2396314), España (6,96%) con un FOB USD (1876469); Brasil (3,05%) con un FOB USD (822128) y otros (18,92%) con un FOB USD (5104833).

Figura 4.

Principales exportadores de bebidas alcohólicas

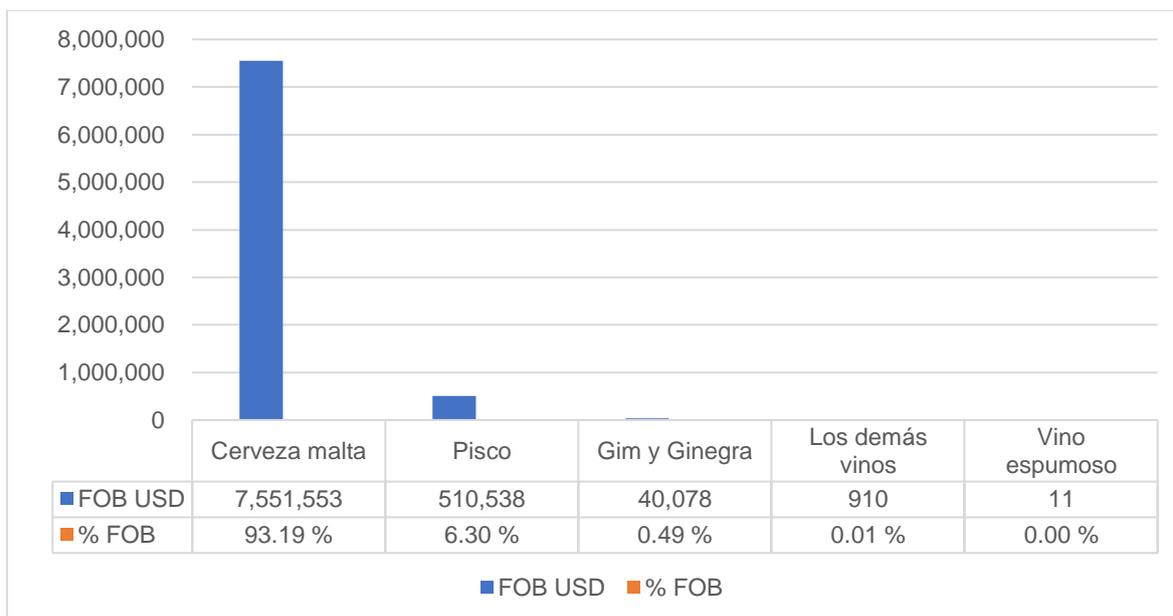


Nota. Elaborado por las autores en base a la información del Kunaq 2021

Lo que respecta a la Figura 04, los principales exportadores de bebidas alcohólicas, destaca la empresa: (a) Unión de Cervecerías Peruanas Backus (33,14%) exporta cerveza de malta, otros (34,60%), Prolisa S.A. (6,74%) Ron y demás aguardientes, Cartavio Rum Company SAC (4,92%) entrelazadas con Ron y demás Aguardiente, Gin y Ginebra y Vodka También, la Destilería la Caravedo S.R.L. (4,55%) integrada por el pisco , Food Traditional Perú (3,92%) integrada en base de la cerveza de malta y pisco , Viña Tacama S.A. (3,03%) integrando el pisco, Bodega San Nicolás S.A.C. (3,00%) en base de la bebida de pisco y Santiago Queirolo S.A.C. (2,91%) en base de los productos de pisco y vino espumoso.

Figura 5.

Exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú a Chile 2021

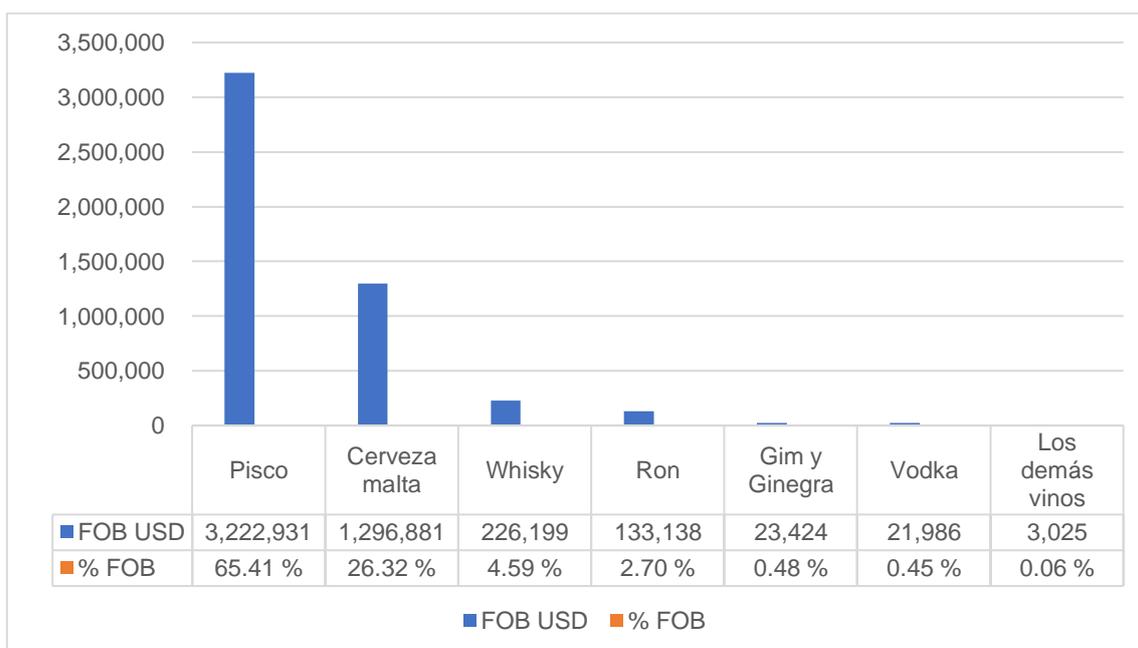


Nota. Elaborado por las autores en base a la información del Kunaq 2021

De acuerdo a la información extraída de Kunaq 2021, representada en la Figura 05, el principal producto que se exporta a Chile es la cerveza de malta con 1010,716, pisco con 23227; gin y ginebra con 3840; los demás vinos con 40 y vino espumoso en 3 unidades comerciales respectivamente.

Figura 6.

Exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú a Estados Unidos 2021

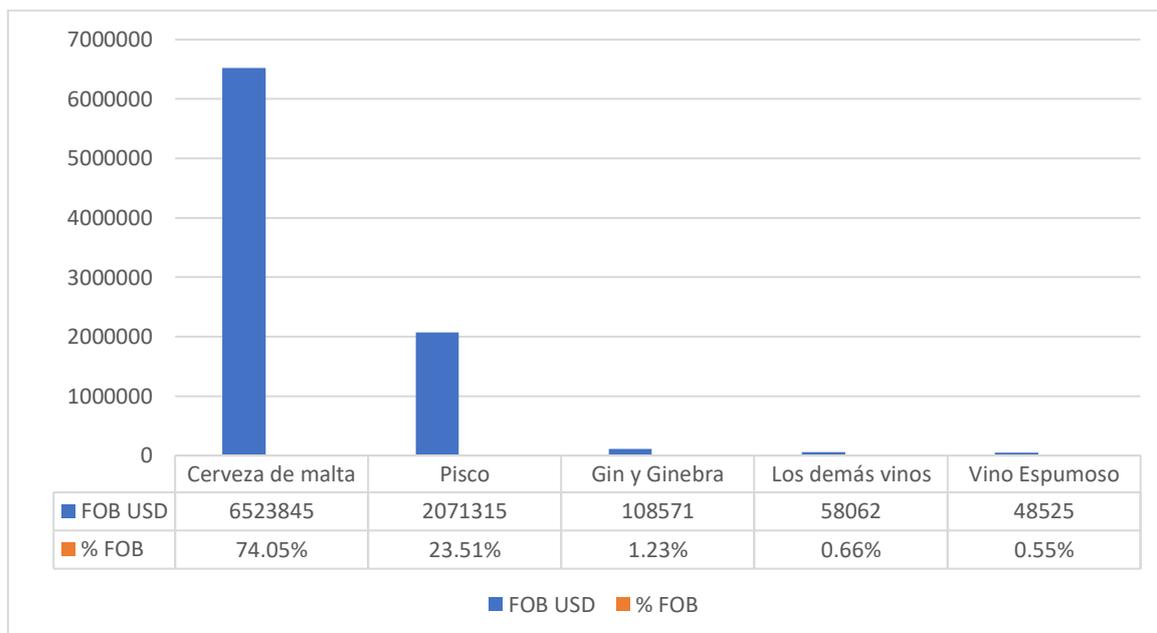


Nota. Elaborado por las autores en base a la información de Kunaq 2021

Conforme a la Figura 05, data extraída de Kunaq (2021), las principales bebidas alcohólicas que exporta Perú a Estados Unidos, son el pisco (65,41%); cerveza malta (26,32%); whisky (4,59%); ron (2,70%); gin y ginebra (2,70%); vodka (0,45%) y los demás vinos (0,06%).

Figura 7.

Exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú a Holanda 2021

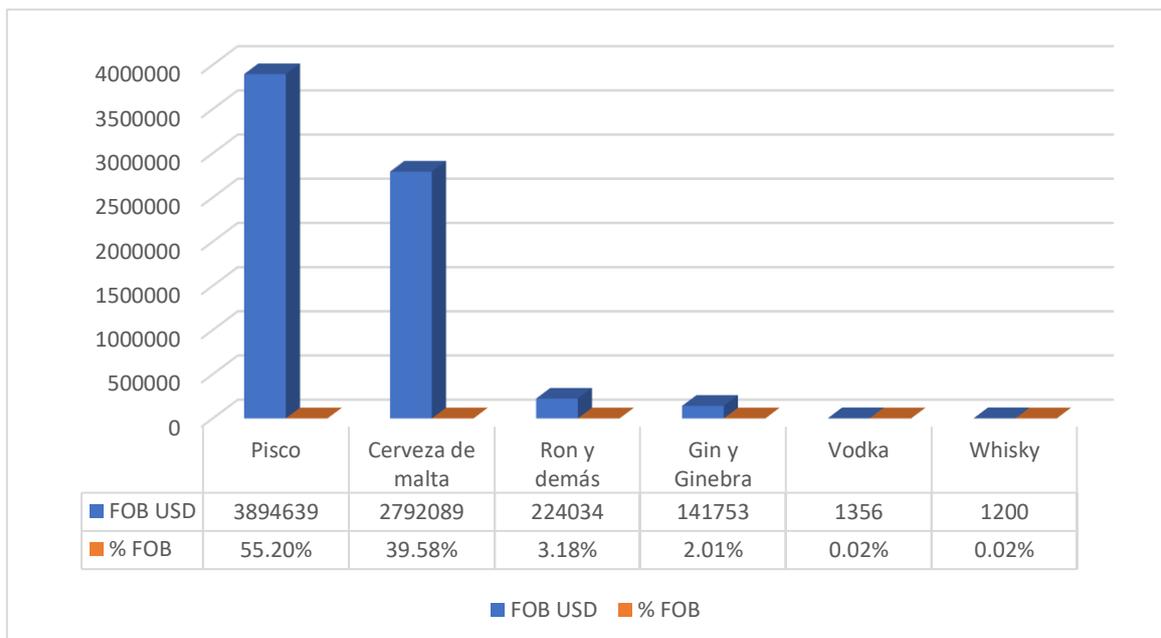


Nota. Elaborado por las autores en base a la información del Kunaq 2021

Con respecto a Figura 7, data obtenida por Kunaq (2021), las principales bebidas alcohólicas que se exportan a Holanda, son el ron y demás aguardientes (74,05%) con un FOB USD (6523845), pisco (23,51%) con un FOB USD (2071315), cerveza de malta (1,23%) con un FOB USD (108571), vodka (0,66%) con un FOB USD (58062) y gin y ginebra (0,55%) con un FOB (48525).

Figura 8.

Exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú a España 2021

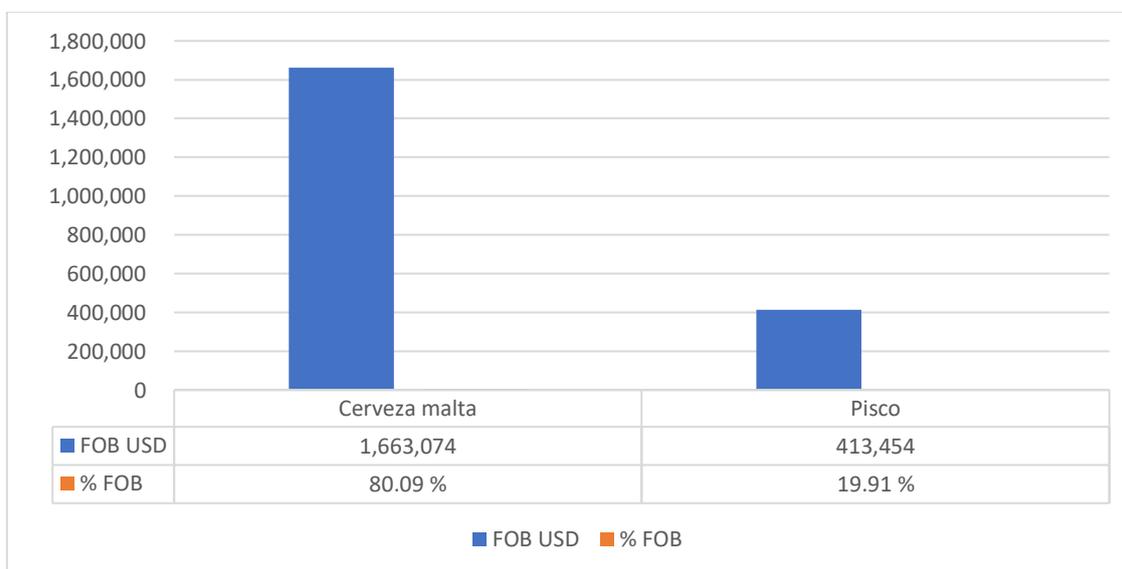


Nota. Elaborado por las autores en base a la información del Kunaq 2021

En la Figura 08, data obtenida por Kunaq (2021), las principales bebidas alcohólicas que se exportan a España, es el pisco (55,20%); cerveza de malta (39,58%), ron y demás aguardientes (3,18%); vino espumoso (2,01%); vodka (0,02) y whisky (0,02%).

Figura 9.

Exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú a Brasil 2021



Nota. Elaborado por las autores en base a la información del Kunaq 2021

En la Figura 09 data obtenida por Kunaq (2021), las principales bebidas alcohólicas que se exportan a Brasil, es la cerveza de malta (80,09%) y el pisco con (19,91%).

Anexo 04 . Validación de expertos
INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Chombo Jaco José Alberto
- I.2. Especialidad del Validador: Administración
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente / Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Instrumento de recolección de datos cuantitativo
- I.5. Autores del instrumento: Quiroz Valverde, Nelly del Carmen - Palomino Ramos, Saraí Luz

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				70	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				70	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				70	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				70	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				70	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre variable dependiente y variables independientes				70	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				70	
CONSISTENCIA	Considera que las variables utilizadas en este instrumento son propios del campo que se está investigando.				70	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de información de bases de datos cuantitativas				70	
METODOLOGÍA	Considera que las variables apoyan a medir lo que pretende medir.				70	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					70 %	

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de medición?

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

70%

Lima, 26 de setiembre de 2022

.....
Firma de experto informante

DNI: 09652149

Teléfono: 974158898



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, NAVARRO SOTO FABIOLA CRUZ, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Factores que influyen en las exportaciones de bebidas alcohólicas de Perú en el periodo 2016-2021", cuyos autores son QUIROZ VALVERDE NELLY DEL CARMEN, PALOMINO RAMOS SARAI LUZ, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo 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.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 15 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
NAVARRO SOTO FABIOLA CRUZ DNI: 21010733 ORCID: 0000-0003-2123-8416	Firmado electrónicamente por: FNAVARROSO el 15- 12-2022 13:09:15

Código documento Trilce: TRI - 0489400