



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

La tercerización y su predominio en la exportación de pisco a  
Nueva York, Estados Unidos 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Negocios Internacionales

**AUTORAS:**

Cieza Cisneros, Chrismel Christyn ([orcid.org/0000-0003-0254-7416](https://orcid.org/0000-0003-0254-7416))

Vilcatoma Diaz, Karen Eugenia ([orcid.org/0000-0002-3787-2895](https://orcid.org/0000-0002-3787-2895))

**ASESORA:**

Dra. Michca Maguiña, Mary Hellen Mariela ([orcid.org/0000-0001-7282-5595](https://orcid.org/0000-0001-7282-5595))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

**LIMA - PERÚ**

**2020**

## Dedicatoria

Este trabajo se lo dedicamos a nuestras madres Giovanna y María por ser nuestro pilar y motivación en todo este proceso de lograr con éxito nuestra titulación; así mismo, a nuestras amistades y grandes maestros que nos han acompañado e inspirado para continuar y no rendirnos nunca.

## Agradecimiento

Deseamos dar gracias primeramente a Dios por permitirnos llegar hasta esta etapa de nuestra vida profesional, nuestros compañeros de equipo por el soporte y los maestros por apoyarnos y confiar siempre en nosotras.

## Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	9
II. MARCO TEÓRICO	12
III. METODOLOGÍA	21
3.1. Tipo y diseño de investigación	21
3.2. Variables y operacionalización	21
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	22
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
3.5. Procedimientos	23
3.6. Método de análisis de datos	24
3.7. Aspectos éticos	24
IV. RESULTADOS	25
V. DISCUSIÓN	38
VI. CONCLUSIONES	41
VII. RECOMENDACIONES	43
REFERENCIAS	44
ANEXOS	

## Índice de tablas

Tabla 1: Resultados de la variable Tercerización	25
Tabla 2: Resultados de la dimensión Planificación	26
Tabla 3: Resultados de la dimensión Desarrollo	27
Tabla 4: Resultados de la dimensión Ejecución	28
Tabla 5: Resultados de la variable Exportación	29
Tabla 6: Resultados de tablas cruzadas de las variables Tercerización y Exportación	30
Tabla 7: Resultados de tablas cruzadas de la dimensión Planificación y la variable Exportación	31
Tabla 8: Resultados de tabla cruzada de la dimensión Desarrollo y la variable Exportación	32
Tabla 9: Resultados de tabla cruzada la dimensión Ejecución y la variable Exportación	33
Tabla 10: Resultados de la correlación entre las variables Tercerización y Exportación	34
Tabla 11: Resultados de correlación entre la dimensión Planificación y la variable Exportación	35
Tabla 12: Resultados de correlación entre la dimensión Desarrollo y la variable Exportación	36
Tabla 13: Resultados de correlación entre la dimensión Ejecución y la variable Exportación	37

## Índice de gráficos y figuras

Figura 1: Resultados de la variable Tercerización	25
Figura 2: Resultados de la dimensión Planificación	26
Figura 3: Resultados de la dimensión Desarrollo	27
Figura 4: Resultados de la variable Ejecución	28
Figura 5: Resultados de la variable Exportación	29
Figura 6: Gráfico cruzado de las variables Tercerización y Exportación	30
Figura 7: Gráfico cruzado de la dimensión Planificación y la variable Exportación	31
Figura 8: Gráfico cruzado de la dimensión Desarrollo y la variable Exportación	32
Figura 9: Gráfico cruzado de la dimensión Ejecución y la variable Exportación	33

## Resumen

La tercerización y exportación de pisco puede ser una ventaja o desventaja para el productor de uva, ya que deben invertir una cantidad considerable para poder ingresar al mercado extranjero, debido a que primero deben dar a conocer su marca a nivel nacional con estrategias de marketing, también que tercerizar es más rentable por la mano de obra más barata y que se pueden conseguir la tecnología necesaria para la producción necesaria a invertir, sin embargo, existe un factor que ha impedido considerablemente el crecimiento del pisco a nivel nacional a pesar de contar con una elaboración de alta condición, es la abundancia de bebidas adulteradas a un precio más bajo la cual afecta a los negocios formales. Esto plantea que la exportación del pisco recibe respuesta favorable en el mercado extranjero. El presente trabajo se centró en la formulación del siguiente problema general ¿Cómo se relaciona la tercerización con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019? Para responder al problema se utilizó una investigación de enfoque cuantitativo, el método utilizado en la investigación fue aplicada, puesto que estuvo orientada a diagnosticar, a través del conocimiento científico. Asimismo, el diseño fue no experimental. La población estuvo formada por 30 empresas exportadoras de pisco asociadas con Adex. La técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento el cuestionario por cada variable que constó de 37 preguntas. Finalmente, para los resultados se utilizó el estadístico Rho de Spearman que nos permitió validar las hipótesis. El análisis de datos se realizó mediante el uso del programa estadístico SPSS, estas presentaron una relación positiva y significativa con una correlación alta de 0,686, teniendo una significancia menor a 0,00, concluyendo así que tercerizar tiene un gran impacto en las exportaciones de pisco hacia Nueva York prosperando así el reconocimiento de este producto bandera a nivel mundial.

Palabras clave: Tercerización, exportación y pisco.

## Abstract

The outsourcing and export of pisco can be an advantage or disadvantage for the grape producer, since they must invest a considerable amount to be able to enter the foreign market, because they must first make their brand known nationally with marketing strategies, Also that outsourcing is more profitable due to cheaper labor and that the necessary technology for the production necessary to invest can be obtained, however, there is a factor that has significantly prevented the growth of pisco at the national level, despite having A high-condition brewing is the abundance of adulterated drinks at a lower price that affects formal business. This suggests that the export of pisco receives a favorable response in the foreign market. This work focused on the formulation of the following general problem: How is outsourcing related to the export of pisco to New York, United States 2019? To answer the problem, a quantitative approach investigation was used, the method used in the investigation was applied, since it was oriented to diagnose, through scientific knowledge. Likewise, the design was non-experimental. The population was made up of 30 pisco exporting companies associated with Adex. The technique used was the survey and as an instrument the questionnaire for each variable that consisted of 37 questions. Finally, the Spearman Rho statistic was used for the results, which allowed us to validate the hypotheses. The data analysis was performed using the SPSS statistical program, these presented a positive and significant relationship with a high correlation of 0.686, having a significance of less than 0.00, thus concluding that outsourcing has a great impact on pisco exports towards New York thus prospering the recognition of this flagship product worldwide.

Keywords: Outsourcing, export and pisco.



## I. INTRODUCCIÓN

La globalización de los mercados del mundo está en incesante progresión propagando la necesidad de concurrir en el comercio mundial con exportaciones diversificadas con el fin de subvencionar a la mejora industrial. (Daniels et al., 2013, p.5). Así es como en múltiples países latinoamericanos se alientan de la exportación del sector privado, sin embargo, siguen coexistiendo barreras para el despliegue de las exportaciones y desafíos para la regulación de la producción en distintos sectores económicos en donde efectúan el uso de la tercerización que coadyuvar a la intensificación de puestos de trabajos por la mayor oferta y demanda que subsisten en los negocios, la mano de obra barata con el sentido de aminorar costos y aligerar la producción. (Arriagada, 2001, p. 2). Actualmente el progreso de las economías y la apertura de mercados ha generado que se constate que tercerizar la producción llegue a ser un método con gran alcance para engrandecerse de las ventas de la bebida destilada de la vid. El pisco es una bebida alcohólica que contiene vid fermentada y producida en el Perú, se reconocen variedades de pisco: pisco puro no odorífero, "aguardiente", pisco puro aromático, pisco acholado y pisco de arropo verde. (Gschaedler et al., 2017, p.470). Trade Map (2018) indica que el pisco peruano es líder exportador en todo Latinoamérica, con un total de 8.988 millones de dólares. Además, se pronostica que la siguiente anualidad 2019 aumente en un 5%, siendo Estados Unidos es uno de sus principales destinos. En cuanto a las exportaciones, el pisco es comercializado internacionalmente bajo la partida arancelaria 2208.20.21.00 que tiene con calificativo de aguardiente de orujo de uva o vino. Las zonas reconocidas oficialmente como productoras de pisco se ubican en las provincias de Lima, Ica, Arequipa, Moquegua, los valles de Locumba, Sama y Caplina del municipio de Tacna. (s.p). El Ministerio de la Producción (PRODUCE) conjeturo que la producción prudente de pisco incrementaría a 7.4 cientos de litros este periodo, evidenciando ello un aumento de 6.5% referente al intervalo previo [...]. Dicho desenlace estaría potenciado por el desarrollo beneficioso del requerimiento interno y las diversas expediciones de impulso de este destilado insignia, evolucionadas por CONAPISCO, como el CNP y el Día Nacional del Pisco Sour, etc. Solo entre el 2013 al 2018 la elaboración prudente de pisco dispuso una ampliación de 57% surcando de 4 millones a casi 7 millones de litros, lo que devela que la predisposición persiste en ascensión, aseveró tras comunicar que

en medio del 26 y 29 de julio se promoverá la gran Expo feria en el Parque de la Amistad. (párr.5). Urbina plantea que en 2018 se posicionó con una transacción de 5.8 millones de dólares. Además, las transacciones del pisco destilado reunieron más de US\$ 9 millones 746 mil en el 2018, representando una suma del 8% en relación con el 2017. Las transacciones de pisco, licor emblemático del Perú, terminaría el 2019 con más de siete millones de dólares, cantidad sobresaliente a los cinco millones 800,000 dólares del 2018. Asimismo, precisó la importancia de exhibir la calidad, versatilidad, biodiversidad, historia y cultura del pisco por parte de los negocios que se consagran al procedimiento y distribución de este, concurrendo en ferias y/o misiones internacionales, siendo una óptima estrategia para aumentar su cartera de contactos y mercados, impulsando así sus ventas. Este tipo de problemática se presentó a nivel local ya que la tercerización y exportación de pisco puede ser una ventaja o desventaja para el productor de uva, puesto que deben invertir una cantidad considerable para poder ingresar al mercado extranjero, debido a que primero deben dar a distinguir su marca a nivel nacional con estrategias de marketing, también que tercerizar es más rentable por la mano de obra más barata y que se pueden conseguir la tecnología necesaria para la producción necesaria a invertir, sin embargo, existe un factor que ha impedido considerablemente el crecimiento del pisco a nivel nacional a pesar de contar con una elaboración de alta condición, es la abundancia de bebidas adulteradas a un precio más bajo la cual afecta a los negocios formales. (2019, párr. 1). A esto se le presenta una interrogante: ¿La exportación del pisco recibe respuesta favorable en el mercado extranjero? En la actualidad el pisco es líder en el mercado latinoamericano, por ello los productores se arriesgan a invertir, ya que la alta demanda del mercado nacional y la competencia por precios. En cuanto lo esclarecido, se propuso un problema general de investigación: ¿Cómo se relaciona la tercerización con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019? Por consiguiente, se preceptuó el problema específico 1: ¿Cómo se relaciona la planificación con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019?, Además el problema específico 2: ¿Cómo se relaciona el desarrollo con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019?, por último, el problema específico 3: ¿Cómo se relaciona la ejecución con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019? Se presentó una justificación teórica, la cual se refiere a que el trabajo de investigación designó las razones teóricas que acreditaron la investigación mostrando todos los conocimientos que facilitó la

indagación sobre el objeto investigado, buscando mostrar resultados, justificación metodológica donde sustentó un aporte por la utilización o creación de nuestros instrumentos de recolección de datos y modelos de exploración, generando conocimientos válidos y confiables y justificación práctica donde nuestro informe de investigación propuso estrategias que al aplicarse contribuyeron a la resolución de los problemas mejorando la situación actual o problemática planteada. En proporción a los incógnitas sugeridos, la indagación tiene por objetivo general: Determinar la relación de la tercerización con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, también se considera como objetivo específico 1: Determinar la relación de la planificación con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, el objetivo específico 2: Determinar la relación del desarrollo con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, el objetivo específico 3: Determinar la relación de la ejecución con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019. Teniendo así, la hipótesis general: hipótesis alterna  $H_a$ : La tercerización se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, hipótesis nula  $H_0$ : La tercerización no se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, teniendo nuestra hipótesis específica 1: hipótesis alterna  $H_a$ : La planificación se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, hipótesis nula:  $H_0$ : La planificación no se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, continuando con la hipótesis específica 2: hipótesis alterna  $H_a$ : El desarrollo se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, hipótesis nula  $H_0$ : El desarrollo no se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, finalizando con la hipótesis específica 3: hipótesis alterna  $H_a$ : La ejecución se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, hipótesis nula  $H_0$ : La ejecución no se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019.

## II. MARCO TEÓRICO

Se reconocieron un agrupamiento de indagaciones que han sido relatadas a problemáticas semejantes, integradas por tesis y epígrafes de investigación compuestas en los últimas décadas, aquellas apoyaron la indagación iniciando con los trabajos nacionales a Nuñez (2017) en su tesis titulada “Exportación de pisco de uva Italia hacia Nueva York - Estados Unidos”, para optar por el título de profesional de licenciado en administración de negocios internacionales por la Universidad de San Martín De Porres. El objetivo principal fue determinar la practicabilidad rentable para las transacciones de mercantilización y exportación de Pisco de uva Italia hacia el mercado de Estados Unidos. En cuanto a la metodología de la investigación, fue enfoque cuantitativo. Teniendo los datos de una tasa interna de recurso económico de 44.55% y una tasa interna de recurso financiero de 58.02% más del importe financiero y del importe del accionariado en petición por la alta demanda en la exportación de licores, se ha podido originar el valor actual neto económico de más de \$ 43,194.82 positivo y muy confortador para conseguir ingresar en este patrón de firma y mercado de plaza. Se concluyó que, el mercado americano es una sobresaliente propuesta para el pisco de uva Italia por su condición de importador y su intensificación en el requerimiento de licores y para llegar al cliente final es indispensable emplear un intermediario que evidencie entendimiento terciario del mercado y sector para arribar a Nueva York. También tenemos a Angulo (2020) en su tesis titulada “Análisis de la terciarización sectorial y su influencia en la adhesión de la composición productiva de las regiones del Perú: 2007-2016”, para optar por el título de Economista por la Universidad Nacional De Cajamarca. El objetivo fue indagar la terciarización sectorial y su influencia en la composición de la estructura productiva de las regiones del Perú: 2007- 2016. En cuanto a la metodología de la investigación, fue de enfoque cuantitativo. Coexiste un 3.74% de intervención en el área importante, un 26.04% en el área episódico y un 70.22% en el área terciario donde se comprendió que el fenómeno de tercerización se ha desarrollado eficientemente en su participación monetaria a la disposición lucrativa provincial. Se concluyó que la tercerización se ha desarrollado eficientemente en su cooperación monetaria a la disposición lucrativa territorial, siendo las subsecuentes: Amazonas, Áncash, Cajamarca, Huancavelica, Huánuco, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima,

Loreto, Madre de Dios, Moquegua, Pasco, Piura, Puno, Tacna, Tumbes y Ucayali (18 de las 24 regiones). Estas han ayzado un desarrollo de tercerización en el último decenio, varios en considerable o minúscula extensión, pero en conjunto realizando la limitación necesaria del sector terciario para que acrecenté en su aportación transversal en perjuicio de las diferentes dos áreas de su economía, involucrando el acrecentamiento de distintas actividades económicas como agricultura, ganadería, viticultura y silvicultura. Lopez (2018) en su tesis titulada “La exportación de pisco a estados unidos y su impacto en la producción peruana en el periodo 2008 - 2017”, para optar por el título de Licenciado en Negocios Internacionales por la Universidad César Vallejo. El objetivo principal fue determinar la exportación peruana de pisco a EE. UU. y su repercusión en la productividad local durante el periodo 2008 - 2017. En cuanto a la metodología de la investigación, fue de enfoque cuantitativo. Se finiquita que la exportación peruana de pisco a Estados Unidos estremeció de modo relevante en la cuantía de compañías de industrias locales de pisco en el transcurso de la estancia 2008 - 2017, oportuno que el p-valor (Sig.) es menor que 0.05 con 0,945. se denota que cada centenar de dólares valor FOB exportado a Estados Unidos, la cifra de compañías productoras del estado se acentúa en 0,945, haciendo precedencia este resultado ostente que el mercado americano sea un lugar de gran inversión para los productores, empresarios y propietarios de esta bebida destilada de vid. En tanto Ramos (2018) en su tesis titulada “Marketing internacional y la exportación de pisco al mercado europeo, Ica 2018”, para optar por el título de Licenciado en Negocios Internacionales por la Universidad César Vallejo. El objetivo principal fue precisar el nexo mediante el marketing internacional y la exportación de pisco al comercio europeo, Ica 2018. En cuanto a la metodología de la investigación, fue de enfoque cuantitativo. Se concluye que la contención se vincula con la transacción de pisco a la industria europea, Ica 2018, con una nivelación de afinidad del 75%, adicionalmente al igual que la dimensión y variable conserva un nexo en la cual se podrá hacer las sugerencias correspondientes. Asimismo, el control contribuye en las exportaciones de la bebida bandera ya que tiene un nivel de relación del 76%. Concluyendo con Valencia (2018) en su tesis titulada “Perfil del empresario emprendedor para la exportación de pisco en Chíncha - Ica, 2018”, para optar por el título de Licenciado en Negocios Internacionales por la Universidad César Vallejo. El objetivo principal fue

identificar si las peculiaridades del perfil del empresario emprendedor respaldó a la expansión de la exportación de pisco en Chíncha - Ica, 2018. En cuanto a la metodología de la indagación, fue enfoque cuantitativo. Se concluye que las particularidades individuales de la figura del propietario audaz benefician al incremento de la exportación, puesto que esta compostura los propietarios mejoran de manera correcta sus habilidades frente a distintas acciones, como comprendiendo a desafiar los obstáculos en opuestas circunstancias que se muestren ante ellos, conocen distinguir y deciden determinaciones en peculiares entornos que consigan exteriorizar de forma repentina, son conscientes de cada elección elegida y progresaron proyectos en la iniciación de su comercio. En ese sentido, mencionaremos las publicaciones internacionales particularmente como Jover (2016) en su tesis titulada "Análisis de la evolución de las exportaciones del sector vitivinícola en la Comunidad Valenciana" para optar por el título de Ingeniera Agroalimentaria y del Medio Rural por la Universidad Politécnica de Valencia. Tuvo como objetivo principal hallar las probables razones del posible agrandamiento en las exportaciones de vid y mostos valencianos. La metodología de la investigación fue de enfoque cuantitativo. Se calculó el 80% de desarrollo en un crecimiento en adquisiciones de bebidas, primordialmente las de vinos y bebidas sin alcohol, las adquisiciones generales de la asociación, los productos orgánicos escenifican un 4,9%, en el caso del vino, la parte logro el 9,35%, incrementando significativamente las exportaciones gracias a una planificación específica de estudio de mercado de esenciales naciones exportadoras. Se concluyó que España es una nación productora y cliente líder de vino con superior superficie de viñedos, los territorios en escala global que más transacciones generan son Francia, Italia y España, en ese puesto, y simbolizan un 56% de dotación del mercado universal, estimando como tal el monto de las exportaciones de todas las naciones, lograrían una masa de exportación de 104,3 cientos de hectolitros (de los 274,4 millones de hectolitros producidos) y un importe de 28.300 millones de euros toda mejora fue en base de la planificación de estudio de mercado de las exportaciones referente al 2014 en Nueva Zelanda, Chile, España y Australia. La cotización de las exportaciones acrecentó excesivamente en las regiones del hemisferio sur y Estados Unidos que en las naciones europeas. Pereira (2015) en su tesis titulada "Terciarización y servicio en innovación del sector agrario: Fomentando factores y efectos en sostenibilidad ganadera y de la

viticultura en Galicia”. para optar por el título de doctora en economía y empresas por la Universidad de Santiago de Compostela. Su objetivo principal estudiar la tercerización del sector agrario gallego y el potencial de la nueva estrategia de utilización para contribuir a la sostenibilidad del sector. La metodología de la investigación fue enfoque cuantitativo. Hay resultados con respecto a los volúmenes de negocios de las granjas en el sector de viticultura, que tienen aumentó en términos relativos, la cantidad de euros ganados aumenta en las tres granjas. Este aumento es significativo, desde 64.25% (Granja 3) hasta 93.01% (Granja 2), siendo estos resultados que muestran que las tres granjas han podido reducir el efecto. Se concluyó que la innovación y ejecución necesaria del servicio, proyecto, inversión o acción propuesto permite que la tercerización cuente con todos los vértices del cambio: producto-servicio, organización de proveedores (back-office y front-office) y relación con el cliente destacando la interacción entre tecnologías, infraestructura y políticas, explican la transición a un nuevo régimen tecnológico basado en las premisas del servicio, para que se sostenga y evolucione el sector ganadero y viticultura. Juste (2017) en su artículo científico titulado “Producción y exportación de vino en España: El caso de Castilla y León”. Su objetivo principal fue reverberar el funcionamiento del campo vinícola en la localidad de Castilla y León, con distintiva correlación a su celeridad consignadora. La metodología de investigación fue básica, con un enfoque cuantitativo de nivel explicativo. Se concluyó que la intensa proyección territorial de la industria vinícola, con un patrón de localización empresarial vinculado a la materia prima constituye un importante factor de desarrollo local/rural de bodegas con vinos de calidad (tintos y blancos) en esas zonas, ha afianzado la industria vitivinícola regional dentro del panorama nacional e internacional, hasta el punto de dominar claramente en las exportaciones regionales de vino. Como Muntaner (2017) en su tesis titulada “Análisis de la internacionalización de la industria vitivinícola de Chile” para optar por el Grado en Ingeniería en Tecnologías Industriales por la Universidad Politécnica de Madrid. Tuvo como objetivo principal descubrir que variables respecto a las cuatro dimensiones que predominan en la notoriedad de la exportación del vino chileno. La metodología de la investigación fue descriptiva con enfoque cuantitativo-cualitativo. Se concluyó que las empresas vitivinícolas chilenas han alcanzado a transformar esta industria en un mercado favorable y con una alta concurrencia internacional, ubicándose Chile como el

cuarto exportador mundial de vino del mundo, ya que disponen con estrategias para llegar a exportar, siendo buen plan para procurar ingresar en el mercado canadiense, estadounidense y chino que también poseen una proporción teórica correlacional a las negociaciones, existiendo una amplia posibilidad de crecimiento en dichos mercados. Concluyendo con Soto (2016) en su tesis titulada “Estudio de mercado para la exportación de vino tinto español en el estado de Oregón (EE.UU)” para optar por el grado de Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas por la Universidad de Salamanca. Su objetivo principal analizar la perdurabilidad de la realización de una concepción de transacción de vino tinto español con D.O.Ca Rioja a Estados Unidos, particularmente al estado de Oregón. La metodología de la indagación tuvo un enfoque cuantitativo. Se finaliza que es factible la exportación, pero también es precisa la elección de un importador que proceda con índole regional ya que las probabilidades que propondría para impulsar marcas recientes, solo cuando incluya con abastecedores en el territorio de Oregón. Asimismo, sería llamativo comerciar la excepcionalidad jurisdiccional, a permuta de incuestionable financiación en marketing para ambos vinos tintos con D.O.Ca Rioja elegidos en aquel plan de exportación. En este actual proyecto de investigación se tiene como teoría de la primera variable tercerización a Daniels et al. manifestando que es la planificación de estrategias, el uso de equipos, la retribución por obra o servicio y la inversión de capital que toman las empresas para aumentar el nivel de desarrollo de la productividad llegando a ser una ejecución para los administradores que deben hacerle frente controlando los recursos limitados. (2013, p. 229). Castellano y Contreras indicaron que es conocida como externalización, descentralización productiva y subcontratación, trata de la organización del trabajo en que las empresas o industrias contratan personas para la realización de actividades, la cuales están bajo el mando de la propia empresa o la empresa la intermediaria. Otra manera de definirla es la contratación de un personal especializado para un área específica, sin formalizar una relación laboral y con una remuneración paga de forma en honorarios profesionales. (2015, p.343). Rivera consideró que es un mecanismo que va a la par con el aumento económico de la empresa y las demandas del mercado externo con la finalidad de competir de manera efectiva y eficiente dentro de la economía global; ya que, al haber un incremento en los niveles de vida, fomentan la incorporación laboral y generan experiencia, esto comienza a producir cambios



internos que demandan la implementación de hábitos que consoliden el bienestar social y económico. (2018, pp. 7-8). Como primera dimensión planificación se tiene a Daniels et al. planteando que es la disposición de un elemento acorde a la elaboración de algún componente (transporte, comercialización, suministros, entre otros) como el ámbito infructuoso (formación, salubridad, laboreo, etc.), al igual que los avances monetarios y vínculos sociales para reforzar los procesos de ajuste del proyecto junto a la autoridad encargada. (2013, p.579). Alves planteó que la planificación es la externalización y evaluación de las empresas en torno a sus productos, identificando las competencias básicas y los procesos que podrían ser tercerizados. (2013, p.1447). Para la segunda dimensión desarrollo se tiene a Daniels et al. señalando que es la actividad comercial que permite una constante evolución posibilitando el crecimiento de la producción, tecnología y distribución en la amplia competitividad comercial del mercado. (2013, p. 28). Alves explica que es una etapa en donde las empresas deben evitar entrar en mercados monopolistas debido a que puede causar dependencia del proveedor, ya que identifican los mercados de suministro y la búsqueda de proveedores potenciales, si se cuenta solo con unos pocos proveedores en ese mercado, aumenta su potencial. (2015, p. 1448). Por último, tenemos la tercera dimensión ejecución a Daniels et al. explicando que es la acción relacionada con las personas donde es necesaria la comunicación, motivación y meta propuesta siendo esto favorecidos en los logros proyectados. (2013, p. 630). Alves menciona que es la transferencia de la actividad externalizada del comprador al vendedor, suponiendo que la actividad externalizada no es nueva, la ejecución del contrato de outsourcing tiene impactos en la empresa compradora en cuanto al manejo de recursos humanos y la moral de la empresa. (2013, p. 1448). Tenemos el indicador transporte a Fuentes (1960) indicando que es el procedimiento de movilización que realiza el ser humano, una de las más imprescindibles y la más diversa a la vez. (Citado en Islas y Lelis, 2007, p.19). Kotler (1980) explica que la comercialización es el curso de intercambio en función de la posesión humana orientada a complacer obligaciones y aspiraciones. (Citado en Castellanos, 2012, pp. 5). Pérez y Morino plantean que los suministros son los dinamismos concretos que tiene como objetivo convencer las exigencias de adquisición de un sistema económico (una familia, una empresa, etc.). (2012, párr. 1). Para el siguiente indicador producción tenemos a Pérez y Morino indicando que es el acto de producir un objeto a la

manera, en que se llevó el desarrollo o a la operación de los productos del territorio o de la fabricación. (2012, párr. 1). Jiménez explica que la tecnología es el desenlace del saber que admite elaborar dispositivos o técnicas, altera el medio, incorporando las plantas y animales, para originar comodidad y agrandar los menesteres humanos. (2013, párr. 6). García plantea que la distribución es un vínculo de actividades que tiene como punto un producto que se manufactura por parte del productor hasta que es obtenido por el cliente final. (2017, párr. 1). Para el indicador comunicación tenemos a Marroquín y Villa (1995) indicando que es un procedimiento de interacción social de apariencia verbal o no verbal, con finalidad de difusión y que puede contribuir, con y sin pretensión en la conducta de las personas que están en el revestimiento de dicha radiodifusión. (Citado en Hernández y Garay, 2005, p. 31). Maslow (1946) explica que la motivación es el fomento que tiene el ser humano de deleitar sus exigencias. (Citado en Méndez, 2020, pp. 3). Armijo plantea que las metas son el nivel de descargo a obtener, asociados a indicadores personales derivado del cimiento como la planificación operativa y el coste. (2010, p.2). Se tiene como segunda variable la exportación donde Minervini manifestó que es la participación de empresas que requieren una estrategia importante de desarrollo con la calidad, productividad y capacidad exportadora que mejore el nivel y la competitividad en el mercado internacional. (2015, p.40). Escandón et al. sostuvieron que, es una inversión de recursos mayoritarios, pero que se encuentran en distintos factores que interviene que imposibilitan que las empresas puedan iniciar las acciones exportadoras. (2014, p.40). En tanto Daniels et al. plantean que, es el método más habitual de las corporaciones para emprender sus labores internacionales. Esto significa, que las sociedades que se sumerjan a la exportación para acrecentar sus ganancias de venta consiguen que la economía productiva pueda alternar sus sedes de demandas. (2013, p. 495). Como primera dimensión calidad se tiene a Minervini expresando que es la realización del requerimiento en la previsión de algún producto o servicio, el estándar y el precio brindada por la empresa. (2015, p. 261). Ilzarbe et al. consideran que es una característica medible que posee el producto para poder ser mejorado a la necesidad del consumidor. (2006, p.10). Para la segunda dimensión productividad se tiene a Minervini planteando que es la acción de mejora y comparación favorable entre la abundancia y la cantidad recursos, bienes y servicios manufacturados. (2015, p.322). Lopez indica que se

ejecuta por vía de las personas, de sus erudiciones y de recursos de diversos prototipos, para así elaborar u originar de manera intensiva los pedidos o recursos según las exigencias y deseos humanos. (2013, p.11). Por último, tenemos la tercera dimensión capacidad exportadora con Minervini explicando que es un conjunto de competencias con la que una empresa puede desarrollar con éxito la actividad exportadora ya que se reconoce mediante la valoración de ciertos atributos como: el número de un producto o productos, el área de incidencia geográfica, discernimiento de regulaciones técnicas y prioridades culturales, experiencia exportadora, etc. (2015, p. 50). Tello planteando que es un desplazamiento que tiene la empresa de adecuarse a las variables del mercado internacional, para lo cual se debe realizar cambios internos. (2011, p. 31). Tenemos el indicador requerimiento a Ibáñez explicando que es el requisito o dilatación que debe tener un método, producto, servicio o elemento para complacer un convenio, estándar, individualización, u otros documentos formalmente constituidos. (2017, párr. 3). Andión indica que el estándar se ejecuta como modelo de alusión que esté por encima de sus modificaciones. (2008, p.12). Thompson plantea que el precio es la manifestación de cotización que dispone una mercancía o servicio, expresado por lo general en términos económicos, que el consumidor debe remunerar al comerciante para conseguir el conglomerado de utilidades que derivan de tener o utilizar el producto o servicio. (2006, párr. 8). Para el indicador recursos se tiene a Navas y Guerras (2002) donde mencionan que son el conglomerado de elementos u operantes de los que acondiciona una sociedad para llegar a tener su táctica. (Citado en Blázquez, 2012, párr. 26). Pérez explica que los bienes son lucrados en un mercado tras remunerar un establecido precio. Pueden ser materiales o inmateriales, pero todos los ingresos económicos adquieren un valor y son susceptibles de ser valorados en jurisdicciones monetarios. (2008, párr.2). Thompson plantea que los servicios son operaciones reconocibles, intangibles y efímeras que son el fruto de empeño humanos o mecánicos que realizan un hecho, un cumplimiento o un empeño que compromete regularmente la implicación del cliente. (2006, párr. 8). Para el indicador producto se tiene a Thompson indicando que es el rendimiento de un sacrificio inventado que tiene un grupo de características tangibles e intangibles (aspecto, tonalidad, valor, calidad, marca, funciones y el prestigio del expendedor) los cuales son distinguidos por sus clientes (existentes y potenciales) como expertos de

alborozar sus exigencias o intensiones. (2005, párr. 9). Quintero explica que la geografía es la cimentación de modelos y la enunciación de leyes y teorías espaciales para poder confrontarse al mismo nivel que las otras sabidurías. (2010, p.37). Pérez y Merino planteando que la experiencia es la acción de haber observado, sentido o conocido algo conformado el entendimiento que se realiza a partir de estas vivencias u sugerencias. (2010, párr.1).

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación fue de tipo aplicada, puesto que estuvo orientado a diagnosticar a través del conocimiento científico. Vargas (2009) explicando que es también designada indagación práctica o empírica, teniendo un nexo directo con la investigación básica, preciso a que utiliza los discernimientos que se tienen como tema de partida para desarrollar reconocimientos e indagar resolver enigmas que se manifiestan en la vida empleando avances sistemáticos, siendo el efecto de la investigación aplicada. (Citado en Novillo, 2016, párr.8).

El diseño de la investigación fue no experimental de corte transversal correlacional, no se manipularon las variables, sino que se evaluó el efecto que han tenido en situaciones similares. Carrasco expresó que las investigaciones con diseño no experimental son aquellas cuyas variables autónomas requieren utilización deliberada, y no tienen un conjunto de control, ni experimental. Examinan e investigan los acontecimientos y fenómenos de la sustantividad luego de su suceso (2015, p.71).

#### 3.2. Variables y operacionalización

Arias (2006) denota que una variable es un distintivo o aptitud, amplitud o parte receptivo de padecer modificaciones y es objeto de estudio, evaluación, utilización o control en una indagación. (Citado en Guzmán et al., 2013, párr. 2). Chcón (2017) plantea que la operacionalización de una variable es la variación de una idea indeterminada en uno empírico, suspicaz de ser medido mediante la aplicación de un instrumento. (Citado en Espinoza, 2018, p. 43).

La variable Tercerización, es la planificación de estrategias, el uso de equipos, la retribución por obra o servicio y la inversión de capital que toman las empresas para aumentar el nivel de desarrollo de la productividad llegando a ser una ejecución o servicio para los administradores que deben hacerle frente, la mayoría de las empresas cuentan con recursos limitados y se le dificulta contar con tecnología de primera mano por eso optan por las prestaciones de una empresa terciaria. Daniels et al., 2013, p. 229). Fue medida por las dimensiones planificación, desarrollo y

ejecución las cuales presentan como indicadores transporte, comercialización, suministros, producción, tecnología, distribución, comunicación, motivación y metas constituida por 18 ítems, fueron revisadas mediante de la escala de Likert mediante un cuestionario.

La variable Exportación, es una aliada crucial en la estrategia de desarrollo en la empresa que solicita una gran obligación con la calidad, productividad y capacidad exportadora que mejore el nivel y la competitividad de la empresa (Minervini, 2015, p.40). Fue medida por las dimensiones calidad, productividad y capacidad exportadoras presentan como indicadores requerimiento, estándar, precio, recursos, bienes, servicios, producto, geografía y experiencia adaptadas por 19 ítems, las cuales fueron examinadas por mediación de la escala ordinal de Likert por medio de un cuestionario. Stevens explica la escala reside en conferir a los fundamentos valorados en una cifra que posibilite organizarlos de acuerdo con la cuantía de variable que disponen a partir de la perspectiva del encuestado. (1946,p. 679).

### **3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis**

La población confidente del presente trabajo de investigación y estudio estuvo destinado a los gerentes de las 30 empresas exportadoras de pisco asociadas con ADEX, utilizando el criterio de inclusión. Arias-Gómez et al. Delimita a la población como un conglomerado de actos, definido, limitado y abordable, que conforma el alusivo para la designación de la muestra, y que rige con una progresión de principios precedentes (2016, p. 202).

Hayes (1999) señala que la muestra censal es cuando la cantidad de la muestra es idéntica a la población, esta categorización se emplea cuando la población en respectivamente exiguo y en el tiempo que es necesidad de indagar el criterio del total de la demografía, habitualmente es oneroso. (Citado de Acuña, 2017 p. 155).

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La investigación usó como técnica, la encuesta. Carrasco nos menciona que es el acceso para conseguir y compilar información abarcada en documentaciones vinculadas con el problema y objeto de investigación. (2009, p.275).

Se empleó como instrumento el cuestionario. García explica que es una técnica considerado clásico en los conocimientos sociales para la adquisición y anotación de datos. (2003, p. 2).

Hidalgo (2005) indica que la validez y la confiabilidad están relacionadas a la investigación, a partir de la posición empírica, con el propósito de cederle a los instrumentos y a la indagación solicitada, precisión y resistencias indispensables a fin de ejecutar las difusiones de los descubrimientos, provenientes de la distinción de las variables en estudio. (Citado de Contreras, 2015, párr.3).

Para validar este instrumento se aplicó el alfa de Cronbach Ruiz menciona que es la fisonomía del paralelismo a través de las variables que se ajustan a la sección de la escala. (2018, párr.6). Los resultados obtenidos del análisis de fiabilidad, dio como resultado 0,909 Alfa de Cronbach para la variable Tercerización demostrando así que el instrumento es válido y posee una consistencia alta, de igual manera dio como resultante 0,934 para la variable exportación. Se empleó en esta investigación un cuestionario para las dos variables, constituido por 18 y 19 preguntas respectivamente, siendo utilizada la escala de Likert. Pérez y Gardey explican que la escala es la progresión estructurada de valores de una idéntica condición. (2009, párr.1). Las validaciones de los cuestionarios fueron extraídas según el juicio de 3 expertos quienes consideraron el instrumento dejando un resultante promedio de 80% con insinuación a la validación del cuestionario. Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez suscitan el juicio de expertos a modo de un criterio notificado de individuos con desarrollo en el asunto, que son prestigiosas por terceros como versados capacitados en éste, y que logran brindar conocimiento, certidumbre, estimaciones y raciocinios. (2008, p. 29).

### **3.5. Procedimientos**

Se realizó esta investigación tomando en consideración dos fuentes teóricas y de campo. En lo teórico se optó por usar los artículos científicos, libros virtuales o físicos, revistas, entre otros, mientras que en la de campo nos referimos a los resultados de los cuestionarios facilitados por ADEX, para ello se contactó vía página redes sociales para tener contacto con el representante legal de la asociación para tener acceso a la información de las 30 empresas, donde hubo

respuesta con los datos solicitados explicando nuestro trabajo y objetivo, teniendo así los resultados de las encuestas para poder ingresar la información al Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) adquiriendo los desenlaces de relación que presentan nuestras variables de exploración.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Para el tratamiento de los datos se aplicó un análisis descriptivo en el cual se utilizó tablas y gráficos, ejecutándose con la recopilación de información por intermedio de nuestro instrumento para ulteriormente comprobar la prueba de hipótesis de esta investigación con el estadístico no paramétrico Rho de Spearman con un 0,686, indicando que ambas variables tienen relación positiva alta. Toda la elaboración se efectuará por intermedio de la Aplicación SPSS Statistics. Mendoza explica que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es un listado estadístico que cuantifica la vinculación o la interrelación de las variables de estudio. (2015, párr. 2). Bertram (2008) señala que la escala de Likert es una herramienta psicométrica la cual el encuestado se compromete a señalar su acuerdo o desacuerdo con cuestión a un asentimiento, ítem o reactivo, se ejecuta mediante una escala estructurada y lineal. (Citado en Matas, 2018, párr.2).

### **3.7. Aspectos éticos**

La presente indagación acata con los preámbulos éticos: se han acatado a las normas APA 7ma edición como el derecho del autor, se ha compilado cada referencia respectivamente a las citas exhibidas en algún escenario. Así mismo, se realizó la investigación científica acorde a las buenas prácticas para garantizar bienestar y la mencionada autonomía de los participantes en el estudio.



#### IV. RESULTADOS

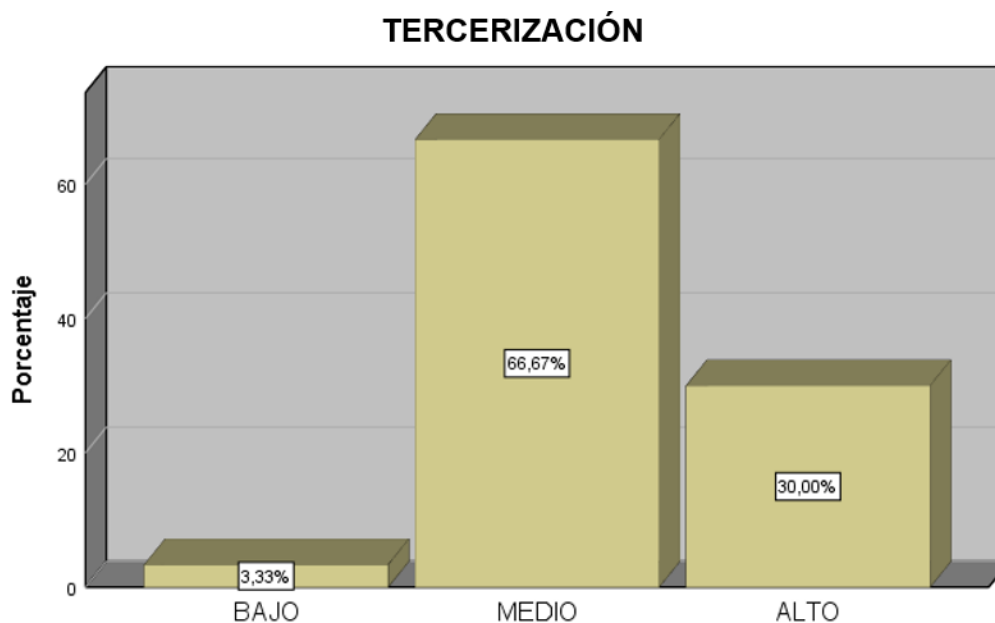
Se presentan los resultados del análisis univariado

Tabla 1:

*Resultados de la variable Tercerización*

<b>TERCERIZACIÓN</b>				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	3,3	3,3
	MEDIO	20	66,7	70,0
	ALTO	9	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 1:

*Resultados de la variable Tercerización*

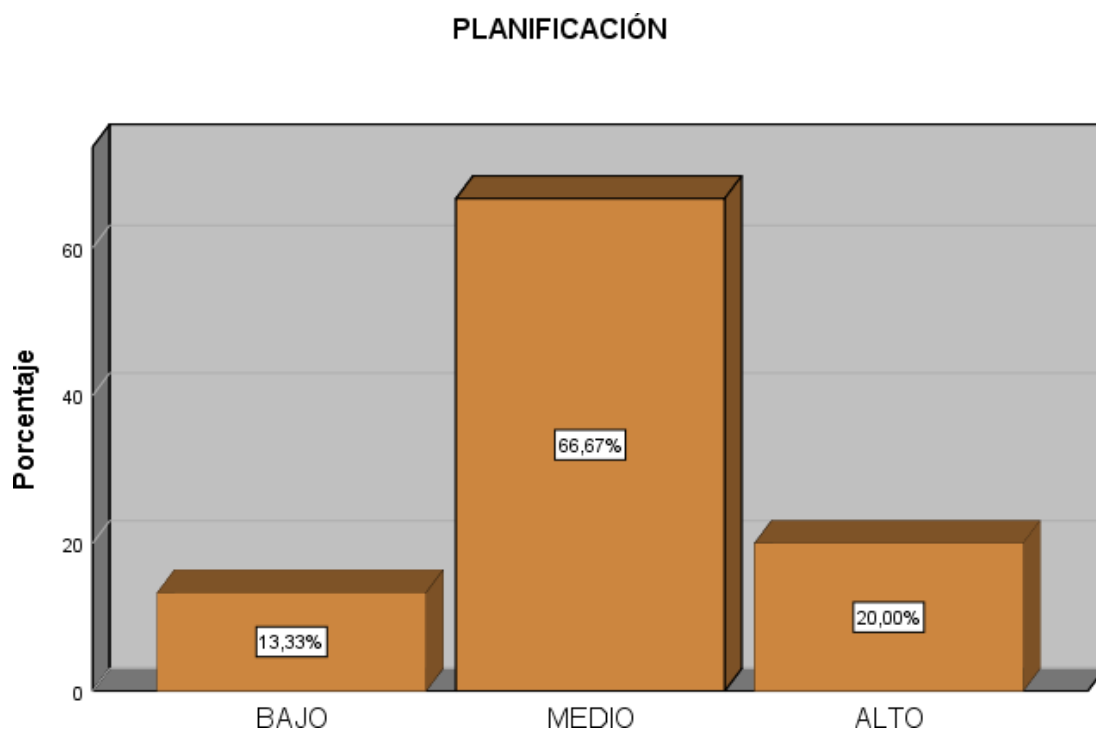
La tabla y la figura N°1 detallan los resultados alcanzados concernientes a la variable Tercerización, especificando que solo el 30,00% de los gerentes de las 30 empresas exportadoras de pisco asociadas con ADEX encuestadas, exhiben una tercerización alta, el 66,67% muestran una tercerización media y el 3,33% presenta una tercerización baja.

Tabla 2:

*Resultados de la dimensión Planificación*

PLANIFICACIÓN					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	BAJO	4	13,3	13,3	13,3
	MEDIO	20	66,7	66,7	80,0
	ALTO	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 2:

*Resultados de la dimensión Planificación*

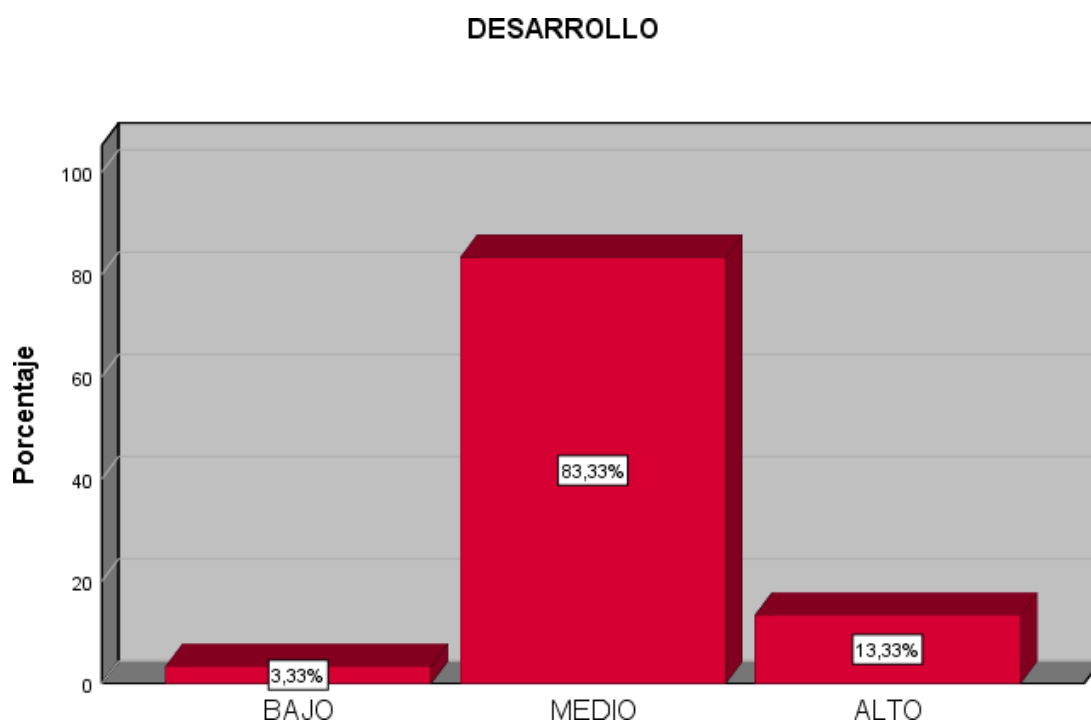
La tabla y la figura N°2 detallan los resultados alcanzados respectivamente a la dimensión Planificación, determinando que solo el 20,0% de los gerentes de las 30 empresas exportadoras de pisco asociadas con ADEX encuestadas, exhiben una planificación alta, el 66,67% revela una planificación media y el 13,33% presenta una planificación baja.

Tabla 3:

*Resultados de la dimensión Desarrollo*

DESARROLLO					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	BAJO	1	3,3	3,3	3,3
	MEDIO	25	83,3	83,3	86,7
	ALTO	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 3:

*Resultados de la dimensión Desarrollo*

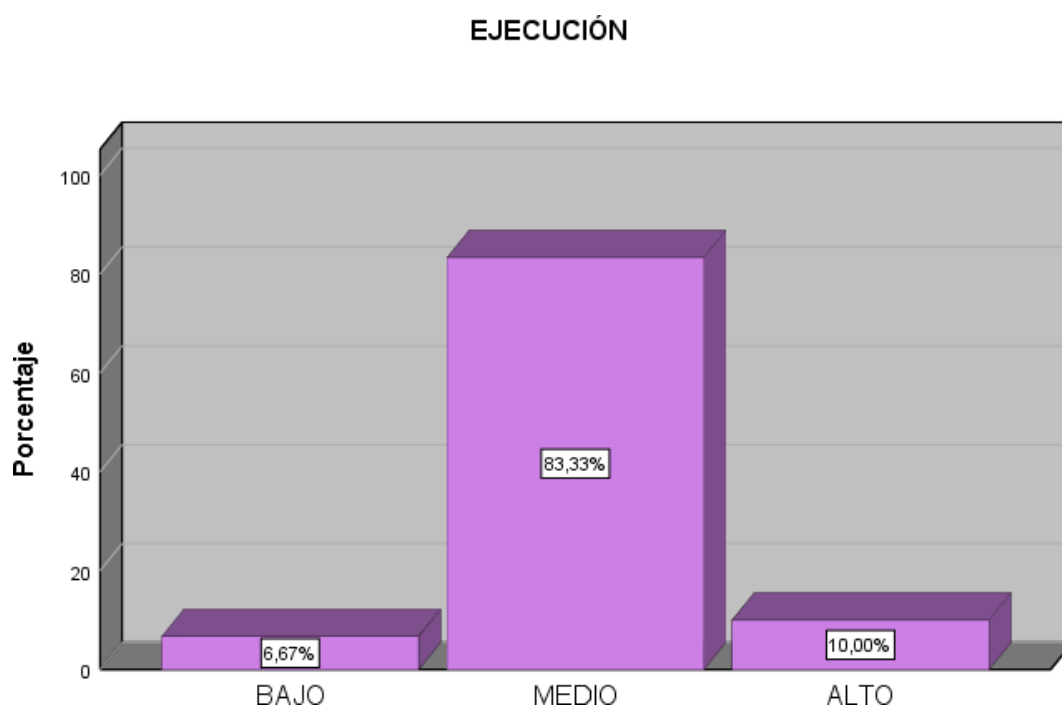
La tabla y la figura N°3 detallan los resultados generados respectivamente a la dimensión Desarrollo, determinando que solo el 13,33% de los gerentes de las 30 empresas exportadoras de pisco asociadas con ADEX encuestadas, exhiben un desarrollo alto, el 83,33% revela un desarrollo medio y el 3,33% presenta un desarrollo bajo.

Tabla 4:

*Resultados de la dimensión Ejecución*

EJECUCIÓN					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	BAJO	2	6,7	6,7	6,7
	MEDIO	25	83,3	83,3	90,0
	ALTO	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 4:

*Resultados de la dimensión Ejecución*

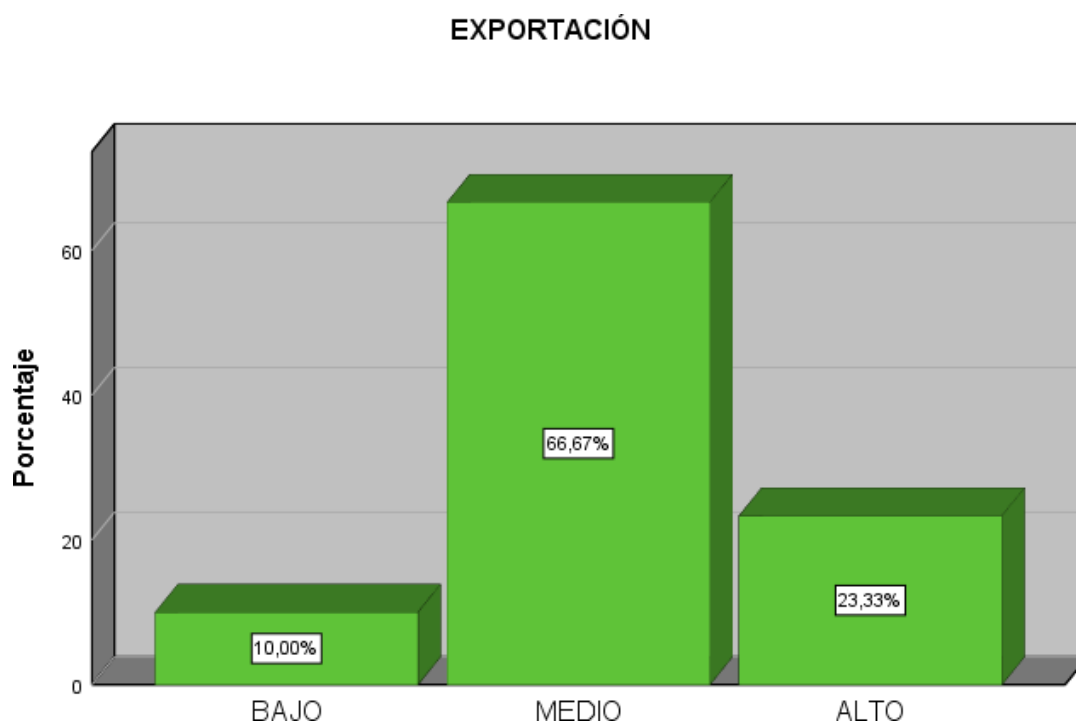
La tabla y la figura N°4 detallan los resultados generados concernientes a la dimensión Ejecución, determinando que solo el 10,00% de los gerentes de las 30 empresas exportadoras de pisco asociadas con ADEX encuestadas, evidencian una ejecución alta, el 83,33% deleva una ejecución media y el 6,67% presenta una ejecución baja.

Tabla 5:

*Resultados de la variable Exportación*

EXPORTACIÓN					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	BAJO	3	10,0	10,0	10,0
	MEDIO	20	66,7	66,7	76,7
	ALTO	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 5:

*Resultados de la variable Exportación*

La tabla y la figura N°5 detallan los resultados alcanzados pertenecientes a la variable Exportación, determinando que el 23,33% de los gerentes de las 30 empresas exportadoras de pisco asociadas con ADEX encuestadas, demuestran una exportación alta, el 66,67% evidencia una exportación media y el 10,00% presenta una exportación baja.

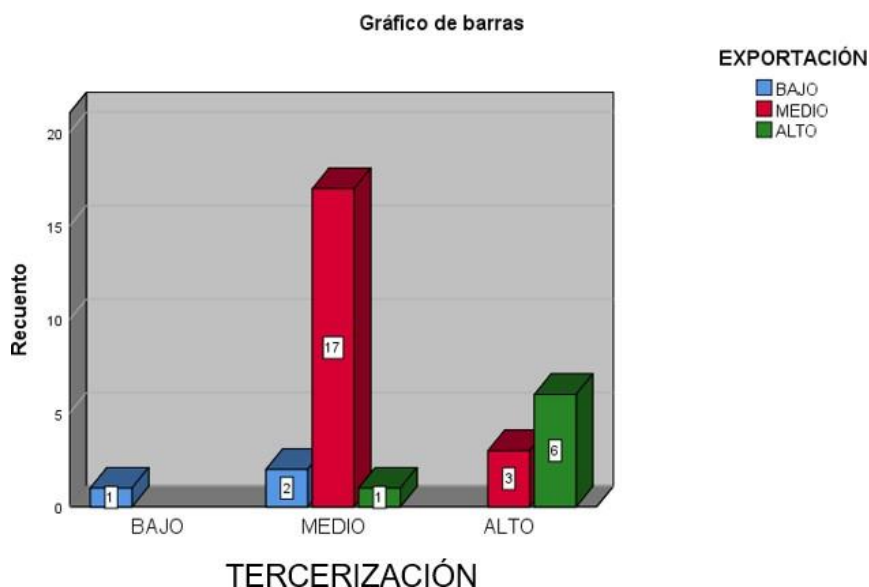
Se presentan los resultados del análisis bivariado

Tabla 6:

*Resultados de tablas cruzadas de las variables Tercerización y Exportación*

		EXPORTACIÓN				
			BAJO	MEDIO	ALTO	TOTAL
TERCERIZACIÓN	BAJO	Recuento	1	0	0	1
		% del total	3,3%	0,0%	0,0%	3,3%
	MEDIO	Recuento	2	17	1	20
		% del total	6,7%	56,7%	3,3%	66,7%
	ALTO	Recuento	0	3	6	9
		% del total	0,0%	10,0%	20,0%	30,0%
Total	Recuento	3	20	7	30	
	% del total	10,0%	66,7%	23,3%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 6:

*Gráfico cruzado de las variables Tercerización y Exportación*

En la tabla y figura N°6 se observó de un muestreo de los gerentes de las 30 empresas exportadoras de pisco asociadas con ADEX donde el 66,7% afirmaron que la tercerización y la exportación revelan un nivel medio, de esta forma el 30,0% recalcaron a un nivel alto. De esta forma, el 3,3% precisaron a un nivel bajo entre la tercerización y la exportación. Con los resultados logrados se logró expresar que la conexión es positiva, puesto que el nivel alto es sumamente mayor que el bajo donde la tercerización tiene

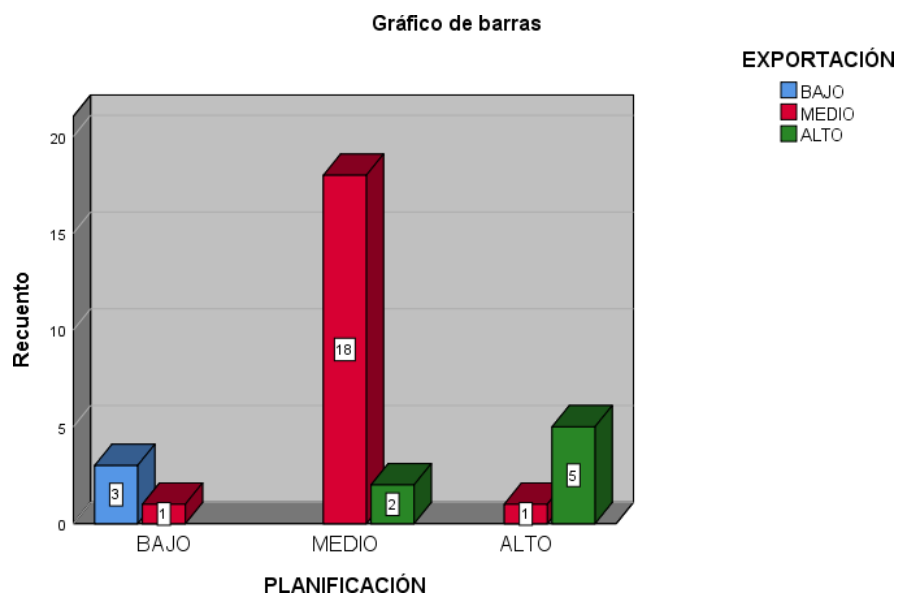
vinculación con la exportación, lo que indica, mejores la tercerización, mejor es la exportación de la empresa.

Tabla 7:

*Resultados de tablas cruzadas de la dimensión Planificación y la variable Exportación*

		EXPORTACIÓN				
			BAJO	MEDIO	ALTO	TOTAL
PLANIFICACIÓN	BAJO	Recuento	3	1	0	4
		% del total	10,0%	3,3%	0,0%	13,3%
	MEDIO	Recuento	0	18	2	20
		% del total	0,0%	60,0%	6,7%	66,7%
	ALTO	Recuento	0	1	5	6
		% del total	0,0%	3,3%	16,7%	20,0%
Total		Recuento	3	20	7	30
		% del total	10,0%	66,7%	23,3%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 7:

*Gráfico cruzado de la dimensión Planificación y la variable Exportación*

En la tabla y figura N°7 se observó de un muestreo de los gerentes de las 30 empresas exportadoras de pisco asociadas con ADEX donde el 66,7% manifestaron que la planificación y la exportación preludian un nivel medio, por otra parte el 20,0% manifestaron a un nivel alto. De esta forma, el 13,3% delimitaron a un nivel bajo entre la planificación y la exportación. Con los

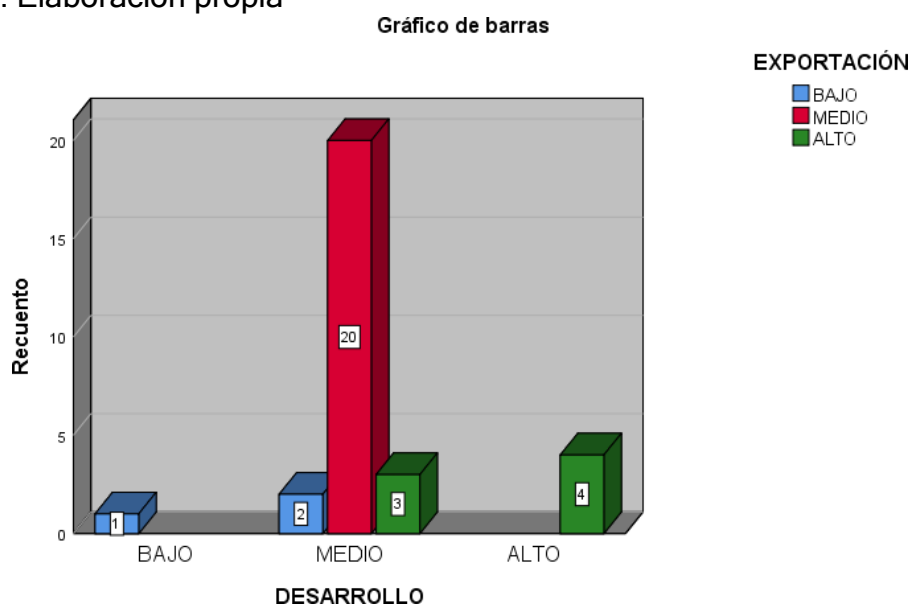
resultados obtenidos se permitió indicar que el nexo es de manera positiva, puesto que el nivel alto es sumamente elevado que el nivel bajo donde la planificación dispone un nexo con la exportación, lo que indica que, mejor es la planificación, mejor es la exportación de la empresa.

Tabla 8:

*Resultados de tabla cruzada de la dimensión Desarrollo y la variable Exportación*

		EXPORTACIÓN				
			BAJO	MEDIO	ALTO	TOTAL
DESARROLLO	BAJO	Recuento	1	0	0	1
		% del total	3,3%	0,0%	0,0%	3,3%
	MEDIO	Recuento	2	20	3	25
		% del total	6,7%	66,7%	10,0%	83,3%
	ALTO	Recuento	0	0	4	4
		% del total	0,0%	0,0%	13,3%	13,3%
Total		Recuento	3	20	7	30
		% del total	10,0%	66,7%	23,3%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 8:

*Gráfico cruzado de la dimensión Desarrollo y la variable Exportación*

En la tabla y figura N°8 se observó de un muestreo de los gerentes de las 30 compañías exportadoras de pisco asociadas con ADEX donde el 83,3% manifestaron que el desarrollo y la exportación revelan un nivel medio, igualmente



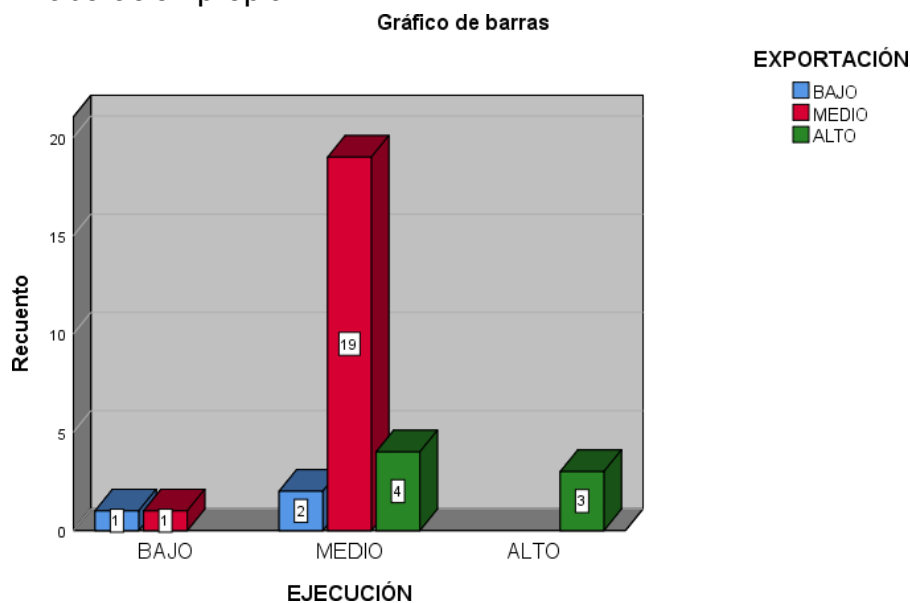
el 13,3% denotaron a un nivel alto. Mismamente, el 3,3% delimitaron a un nivel bajo entre el desarrollo y la exportación. Con los resultantes conseguidos se logró precisar que la vinculación es positiva, puesto que el nivel alto es sumamente mayor que el nivel bajo donde el desarrollo tiene un nexo con la exportación, es decir, mejor es el desarrollo, mejor es la exportación la empresa.

Tabla 9:

*Resultados de tabla cruzada la dimensión Ejecución y la variable Exportación*

		EXPORTACIÓN				
			BAJO	MEDIO	ALTO	TOTAL
EJECUCIÓN	BAJO	Recuento	1	1	0	2
		% del total	3,3%	3,3%	0,0%	6,7%
	MEDIO	Recuento	2	19	4	25
		% del total	6,7%	63,3%	13,3%	83,3%
	ALTO	Recuento	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%
Total		Recuento	3	20	7	30
		% del total	10,0%	66,7%	23,3%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 9:

*Gráfico cruzado de la dimensión Ejecución y la variable Exportación*

En la tabla y figura N°9 se observó de un muestreo de los gerentes de las 30 sociedades exportadoras de pisco asociadas con ADEX donde el 83,3% recalcaron que la ejecución y la exportación revelan un nivel medio, igualmente el 10,0% mostraron a un nivel alto. Análogamente, el 6,7% resaltaron a un nivel bajo mediante la ejecución y la exportación. Con los resultantes alcanzados se logró precisar que la vinculación es positiva, puesto que el nivel alto es sumamente mayor que el nivel bajo donde la ejecución tiene un nexo con la exportación significa, mejor es la ejecución, mejor es la exportación de la empresa.

Se presentan los resultados de la prueba de hipótesis inferencial de las variables Tercerización y Exportación con el coeficiente de correlación de Rho de Spearman.

#### Hipótesis General

Ho: La tercerización no se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019

Ha: La tercerización se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019

Tabla 10:

*Resultados de la correlación entre las variables Tercerización y Exportación*

		Correlaciones		
			TERCERIZACIÓN	EXPORTACIÓN
Rho de Spearman	TERCERIZACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,686**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	EXPORTACIÓN	Coeficiente de correlación	,686**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Fuente: Elaboración propia

La tabla N°10 especifica el estudio efectuado para precisar si coexiste vinculación mediante Tercerización y Exportación de las 30 empresas exportadoras de pisco asociadas con ADEX, consiguiendo, la interconexión de las variables de estudio por Rho de Spearman= ,686 precisando que coexiste una vinculación positiva alta

mediante las semejantes, manifestando que el Sig. (bilateral) es de ,000 >  $\alpha$  0,01, siendo menor que el valor crítico 0,05, desvalorizando la hipótesis nula y acogiendo la hipótesis alterna, Finiquitado que, para un riesgo del 5% y un 95% de confiabilidad, la tercerización tiene una conectividad positiva y significativa con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019.

Hipótesis Específica 1:

Ho: La planificación no se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019

Ha: La planificación se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019

Tabla 11:

*Resultados de correlación entre la dimensión Planificación y la variable Exportación*

		Correlaciones		
			EXPORTACIÓN	PLANIFICACIÓN
Rho de Spearman	EXPORTACIÓN	Coefficiente de correlación	1,000	,791**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	PLANIFICACIÓN	Coefficiente de correlación	,791**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Fuente: Elaboración propia

La tabla N°11 describe el escrutinio efectuado para definir si coexiste una vinculación mediante la Exportación y Planificación de las 30 empresas exportadoras de pisco asociadas con ADEX, alcanzando la correlación de las variables de estudio por Rho de Spearman= ,791 detallando que coexiste una conectividad positiva alta por vía de las semejantes. Adicionalmente, el Sig. (bilateral) es de ,000 >  $\alpha$  0,01, siendo menor que el valor crítico 0,05, desvalorizando la hipótesis nula y acogiendo la hipótesis alterna, Finiquitando que, para un riesgo del 5% y un 95% de confiabilidad, la planificación tiene vinculación positiva y significativa con la exportación de pisco a Nueva York,

Estados Unidos 2019.

Hipótesis Específica 2:

Ho: El desarrollo no se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019

Ha: El desarrollo se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019

Tabla 12:

*Resultados de correlación entre la dimensión Desarrollo y la variable Exportación*

		Correlaciones		
			EXPORTACIÓN	DESARROLLO
Rho de Spearman	EXPORTACIÓN	Coefficiente de correlación	1,000	,696**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	DESARROLLO	Coefficiente de correlación	,696**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Fuente: Elaboración propia

La tabla N°12 aclara el estudio generado para definir si coexiste vinculación mediante la Exportación y Desarrollo de las 30 empresas exportadoras de pisco asociadas con ADEX, consiguiendo la conexión de las variables de estudio por Rho de Spearman=,696 explicando que subsiste una vinculación positiva alta mediante las semejantes. De igual forma, el Sig. (bilateral) es de ,000 >  $\alpha$  0,01, siendo menor que el valor crítico 0,05, desvalorizando la hipótesis nula y asumiendo la hipótesis alterna, finiquitando que, para un riesgo del 5% y un 95% de confiabilidad, el desarrollo tiene vinculación positiva y significativa con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019.

Hipótesis Específica 3:

Ho: La ejecución no se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019

Ha: La ejecución se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019

Tabla 13:

*Resultados de correlación entre la dimensión Ejecución y la variable Exportación*

		Correlaciones		
			EXPORTACIÓN	EJECUCIÓN
Rho de Spearman	EXPORTACIÓN	Coefficiente de correlación	1,000	,572**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	30	30
	EJECUCIÓN	Coefficiente de correlación	,572**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	30	30

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

Fuente: Elaboración propia

La tabla N°13 describe el estudio ejecutado para definir si subsiste una vinculación mediante la Exportación y Ejecución de las 30 empresas exportadoras de pisco asociadas con ADEX, alcanzando la interconexión de las variables de estudio por Rho de Spearman= ,572 puntualizando que subsiste una vinculación positiva moderada mediante las semejantes. De la misma forma, el Sig. (bilateral) es de ,001 >  $\alpha$  0,05, siendo menor que el valor crítico 0,05, desvalorizando la hipótesis nula y admitiendo la hipótesis alterna, Finiquitando que, para un riesgo del 5% y un 95% de confiabilidad, la ejecución tiene interconexión positiva y significativa con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019.

## V. DISCUSIÓN

En esta indagación en relación con el objetivo general e hipótesis general planteadas infirió que, la tercerización si se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, donde se estudiaron 30 empresas asociadas con ADEX, en que el 66,7% alegaron que la tercerización y la exportación presentaron un nivel medio, asimismo el 30,0% expusieron un nivel alto y el 3,3% determinaron un nivel bajo entre la tercerización y la exportación. Con los resultados adquiridos se manifestó que, la interconexión fue positiva alta puesto que el factor de correlación fue de 0,686 de ambas variables, es decir, a mejor es tercerización, mejor es la exportación de la empresa, siendo corroborados con los estudios de Nuñez (2017), en su tesis donde manifestó que teniendo los datos de una tasa interna de recurso económico de 44.55% y una tasa interna de recurso financiero de 58.02% sobre el coste financiero y del coste del asociado en petición por el alto requerimiento en la exportación de licores, se ha podido originar el valor actual neto económico de más de \$ 43,194.82 positivo y muy confortador para conseguir ingresar en este patrón de firma y mercado de plaza a lo que concluye que, el mercado americano es una sobresaliente propuesta para el pisco de uva Italia por su condición de importador y su intensificación en el requerimiento de licores y para llegar al cliente final es indispensable emplear un intermediario que evidencie el entendimiento terciario del mercado y sector para arribar a Nueva York.

En la vinculación el objetivo específico 1 e hipótesis específica 1 propuestos en esta indagación se mostró que, la planificación si se vincula positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, se encontraron repercusiones de la tabla y figura del estudio bivariado N°7 revelaron que de las 30 empresas asociadas con ADEX donde la planificación y la exportación presentaron un nivel medio de 66,67%, el 20,0% denotaron un nivel alto y el 13,3% determinaron un nivel bajo entre la planificación y la exportación. Con los desenlaces adquiridos se argumentó que, la conexión fue positiva alta en vista de el factor de correlación obtuvo un 0,791, lo que indica, a mejor es la planificación, mejor es la exportación de la empresa. Manifestando por tanto la hipótesis nula donde se indicó que no se vincula positivamente la planificación con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019 queda rechazada siendo esto

ratificado con los estudios de Jover (2016), en su tesis indicó que se calculó el 80% de desarrollo en un crecimiento en transacciones de bebidas, primordialmente las de vinos y bebidas sin alcohol, las enajenaciones generales de la compañía, los cultivos orgánicos simbolizan un 4,9%, al respecto del vino, la parte logro el 9,35%, incrementando significativamente las exportaciones gracias a una planificación específica de estudio de mercado de esenciales naciones exportadoras. Se concluyó que, se ha fabricado un incremento significativo de las exportaciones gracias a una planificación específica de estudio de mercado en la mayoría de las principales naciones exportadoras, a excepción de Alemania. El coste de las exportaciones ascendió más en los territorios del continente sur y Estados Unidos que en los territorios europeos. En magnitud, la exportación española sigue retribuyendo a exportaciones de vino embotellado.

El nexo con el objetivo específico 2 e hipótesis específica 2 propuesto en esta indagación correspondiente se determinó que, el desarrollo si se vincula positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, en el cual se encontraron desenlaces, la tabla y figura del comprobación bivariado N°8 exhibieron que se contempla una muestra de 30 empresas asociadas con ADEX, en que el 83,3% manifestaron que el desarrollo y la exportación presentó un nivel medio, el 13,3% revelaron un nivel alto y el 3,3% delimitaron un nivel bajo mediante el desarrollo y la exportación. Con los logros alcanzados se precisa que, la interconexión es positiva alta en vista del coeficiente de correlación fue de 0,696, esto significó que, a mejor es el desarrollo, mejor es la exportación de la empresa. Dado que la hipótesis nula en el cual se indicó que no se vincula positivamente el desarrollo con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, quedo rechazada siendo esto reafirmado con los estudios de Angulo (2020), en su tesis donde demostró que coexiste un 3.74% de intervención en el área principal, un 26.04% en la zona secundaria y un 70.22% en el plano terciario donde se comprendió que el fenómeno de tercerización se ha desarrollado eficientemente en su intervención asequible a la disposición productiva regional. Se concluyó que, la tercerización se ha desarrollado eficientemente en su cooperación rentable a la disposición fructífero regional, siendo las subsecuentes: Amazonas, Áncash, Cajamarca, Huancavelica, Huánuco, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Loreto, Madre de Dios, Moquegua, Pasco, Piura,

Puno, Tacna, Tumbes y Ucayali. (18 de las 24 regiones). Estas avezaron un desarrollo de tercerización en el último decenio, varias en considerable o minúscula medida, pero todas realizando la limitación imperativa del sector terciario para que acrecenté en su aportación transversal en perjuicio de las diferentes áreas de su economicidad, involucrando el acrecentamiento de distintas actividades económicas como agricultura, ganadería, viticultura y silvicultura.

En relación con el objetivo 3 e hipótesis específica 3 suscitado en esta exploración perteneciente a determinó que, la ejecución si se relaciona positivamente con la exportación de pisco a Nueva York, en el cual delimitaron resultantes la tabla y figura del análisis bivariado N°9 revelaron que de las 30 empresas asociadas con ADEX expusieron que la ejecución y la exportación exponen un nivel medio con 83,3%, indistintamente el 10,0% denotaron a un nivel alto. Así como, el 6,7% delimitaron a un nivel bajo entre la ejecución y la exportación. Con las repercusiones adquiridas se indicó que, la interconexión es positiva moderada en vista del coeficiente de correlación fue de 0,572, por consiguiente, a mejor es la ejecución, mejor es la exportación de la empresa. Manifestando por lo tanto la hipótesis nula se indicó que no se vincula positivamente la ejecución con la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019 queda rechazada siendo esto ratificado con las indagaciones de Pereira (2015), en su tesis evidencio que resultados con respecto a los volúmenes de negocios de las granjas en el sector de viticultura, que tienen aumentó en términos relativos, la cantidad de euros ganados aumenta en las tres granjas. Este aumento es significativo, desde 64.25% (Granja 3) hasta 93.01% (Granja 2), siendo estos resultados que muestran que las tres granjas han podido reducir el efecto, concluyendo que, la innovación y ejecución necesaria del servicio, proyecto, inversión o acción propuesto permite que la tercerización cuente con todos los vértices del cambio.



## VI. CONCLUSIONES

En fundamento al progreso y análisis de los resultados de nuestro informe de investigación, se logra dirimir que, si existe una relación mediante la tercerización y la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019 ya que presenta una relación positiva y significativa con una correlación positiva alta de 0,686, disponiendo una significancia mayor a 0,001 siendo menor que el valor crítico 0,05, desvalorizando la hipótesis nula y acogiendo la hipótesis alterna según se observa en la tabla de hipótesis inferencial N°10, finiquitando que, para un riesgo del 5% y un 95% de confiabilidad se deduce que, se relacionan entre sí. Lo que representa que, tercerizar suscita un gran impacto en las exportaciones de pisco hacia Nueva York prosperando así el reconocimiento de este producto bandera a nivel mundial.

La planificación y la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, tienen una vinculación positiva y significativa con una correlación positiva alta de 0,791, disponiendo una relevancia mayor a 0,001 siendo menor que el valor crítico 0,05, desvalorizando la hipótesis nula y reconociendo la hipótesis alterna tal modo que se observa en el diagrama de hipótesis inferencial N°11, finiquitando que, para un riesgo del 5% y un 95% de confiabilidad se deduce que, se relacionan entre sí. A lo que manifiesta que, planificar un objetivo estratégico para ampliar las transacciones del aguardiente de uva en el proceso de negociación con la ciudad de Nueva York hace que se tenga un curso ordenado en las ventas de esta bebida.

La relación entre el desarrollo y la exportación de pisco a Nueva York muestran que es positiva y significativa con una correlación positiva alta de 0,696, disponiendo una trascendencia mayor a 0,001 siendo menor que el valor crítico 0,05, desvalorizando la hipótesis nula y admitiendo la hipótesis alterna se observa en la tabla de hipótesis inferencial N°12, como resultado que, para un riesgo del 5% y un 95% de confiabilidad se deduce que, se relacionan entre sí, lo que significa que el progreso está reduciendo la pérdida de márgenes monetarios para las empresas exportadoras de pisco elevando así las futuras ganancias.

Para finalizar se infiere que el vínculo mediante la ejecución y la exportación de pisco a Nueva York, Estados Unidos 2019, es positiva y significativa con una

correlación positiva moderada de 0,572, disponiendo una trascendencia mayor a  $0,001 > \alpha 0,005$  siendo escaso que el valor crítico 0,05, desvalorizando la hipótesis nula y admitiendo la hipótesis alterna como se observa en la diagrama de hipótesis inferencial N°13, finalizando que, para un riesgo del 5% y un 95% de confiabilidad se deduce que, se relacionan entre sí. Eso quiere decir que al elaborar tácticas de enajenaciones promueve los movimientos de negocios dentro de Nueva York, así como el aumento de clientes dentro de la plataforma internacional.

## VII. RECOMENDACIONES

Seguidamente de las conclusiones, usando nuestros resultados se recomienda que las compañías productoras nacionales de pisco modifiquen sus estrategias de tercerización dentro de sus estructuras, así como renovar sus herramientas en los procesos productivos para garantizar y acrecentar los resultados obtenidos de las exportaciones hacia Nueva York, esto sería un paso muy importante ya que tiene un vínculo directo la frecuencia de las exportaciones de cada compañía pisquera, también el estado debe imponer mayor hincapié al país, sobre todos a las empresas exportadoras en materia de marketing y distinción de lo que es tercerizar un producto como el aguardiente de uva, ya que es muy primordial que el estado conozca que el pisco incrementa el nivel económico de cada una de estas empresas productoras, así como a la economía de la sociedad.

Se recomienda que el estado por parte de sus entes gubernamentales como ADEX y PROMPERU, informen sobre el rendimiento de ventas al extranjero a las sociedades productoras de pisco, para que en una posterioridad se puedan adherir adecuadas planificaciones técnicas estratégicas para ampliar las transacciones del pisco peruano, como también las magnitudes de exportación a los mercados contemporáneos, puesto que esto hará que el pisco llegue a más países siendo un producto bandera de buena calidad.

Se recomienda ofrecer soporte a los exportadores nacionales para conseguir el desarrollo del valor de sus insumos y utilizar el método de tercerizar con otras empresas para que así el rendimiento mejore los importes de exportación, en sustento al alto requerimiento del pisco, esto sería una forma de lograr obtener una repercusión de ventas efectivas hacia el país extranjero, además de poder ganar un reconocimiento por utilizar una táctica de sistema a terceros en transacciones internacionales.

Finalmente, se sugiere que los departamentos que no tienen un mayor guarismo de compañías fructíferas de pisco por ejemplo Moquegua, Arequipa y Tacna por medio de la gobernabilidad regional, brinden herramientas modernas de gestión y capacitaciones sobre tercerizar para la ejecución de la comercialización del aguardiente de uva en el mercado internacional y así obtener ganancias

## REFERENCIAS

- Acuña, P. (2017). *Clima organizacional y satisfacción laboral en el desempeño docente del instituto tecnológico "Luis Negreiros Vega", Lima 2017*. [Tesis de Doctorado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/12849>
- Alves, M. (2015). La externalización internacional: un enfoque basado en procesos para la industria de la ve. *Revista de la gestión empresarial*, 17 (58), 1444-1463.
- Andión, A. (2008, 26 de septiembre). *Modelo, estándar y norma. Conceptos imprescindibles en el español L2/LE*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2925909>
- Angulo, D. (2020). *Análisis de la terciarización sectorial y su influencia en la composición de la estructura productiva de las regiones del Perú: 2007-2016*. [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio Institucional UNC. <https://bit.ly/31ExU4J>
- Arriagada, I. (2001). Globalización y terciarización: ¿Oportunidades para la feminización de mercados y políticas? volumen (1), 02-18. <https://www.cepal.org/mujer/noticias/noticias/0/8260/terciar.pdf>
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. y Miranda-Novales, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Rev Alerg Méx.*63(2).201-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Armijo, M. (2010, 5 de abril). *Definición de las metas: Aspectos a considerar para asegurar su confiabilidad y utilidad para la evaluación*. Ilpes. <https://bit.ly/3gmUIde>
- Blázquez, M. (2012, 15 de enero). *Recursos Organizacionales: Concepto, Clasificación e Indicadores*. Cyta. <http://www.cyta.com.ar/ta1101/v11n1a3.htm>
- Carrasco, S. (2009) *Metodología de la investigación científica*. Perú: Editorial San Marcos.

- Carrasco, S. (2015). *Metodología de la investigación científica*. (2° ed). Lima: San Marcos.
- Castellano, H y Contreras, A. (2015). Implicaciones de la prohibición de la tercerización en Venezuela. *Revista Visión gerencial*, volumen (2), 341-367. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545899006.pdf>
- Castellanos, C. (2012, 19 de enero). *Marketing, comercialización y orientación al mercado. Definición y tendencias principales*. Gestipolis. <https://bit.ly/2Zw1WV>
- Contreras, M. (17 de marzo del 2015). *Validez de los instrumentos (ejemplos)*. Educapuntos. <https://bit.ly/3gyk34v>
- Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2013). *Negocios Internacionales: Ambientes y Operaciones*. (14 ed.). Monterrey: Pearson
- Escandón, D., Hurtado, A y Castillo, M. (2014). Influencia de las barreras a la exportación sobre el compromiso exportador y su incidencia en los resultados internacionales. *Revista Esc. Administración de negocios*, (75), 38-55. <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n75/n75a04.pdf>
- Escobar-Pérez, J y Cuervo-Martínez, Á.(2008). Validez de contenido y juicio de expertos: Una aproximación a su utilización. volumen (6), 27-36. <https://bit.ly/2ZvDy6J>
- Espinoza, E. (2018). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Parte I. volumen (14), 39-49. <https://bit.ly/2C5sqoQ>
- García, T. (2003). *El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación*. [http://www.univsantana.com/sociologia/El\\_Cuestionario.pdf](http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf)
- García, I. (2017, 7 de noviembre). *Definición de Distribución*. Economiasimple. <https://www.economiasimple.net/glosario/distribucion>
- Gschaedler, A., Acevedo, F. & Aroca, G. (2017). *Tequila and Pisco*. [https://www.researchgate.net/publication/311997566\\_Tequila\\_and\\_Pisco](https://www.researchgate.net/publication/311997566_Tequila_and_Pisco)

- Guzmán, J., Hernández, N., Reyes, A. y Velásquez, B. (2013, 12 de mayo). *Metodología de la investigación, las variables*. Adelajesus. <http://adelajesus.blogspot.com/>
- Hernández, A. y Garay, O. (2005). *La comunicación en el contexto deportivo*. Wanceulen Editorial Deportiva, S.L., 2005.
- Ibáñez, J. (2017, 9 de junio). *Los requerimientos de un proyecto*. Liderdeproyecto: [http://www.liderdeproyecto.com/manual/los\\_requerimientos.html](http://www.liderdeproyecto.com/manual/los_requerimientos.html)
- Islas, V y Lelis, M. (2007). *Análisis de los sistemas de transporte*. <https://www.imt.mx/archivos/Publicaciones/PublicacionTecnica/pt307.pdf>
- Ilzarbe, L., Mateo, R. y Sangüesa, M. (2006). *Teoría y Práctica de la Calidad*. <https://bit.ly/2ZA6wSK>
- Jiménez, C. (2013, 21 de marzo). *El concepto de tecnología*. Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/concepto-tecnologia/>
- Jover, M. (2016). *Análisis de la evolución de las exportaciones del sector vitivinícola en la Comunidad Valenciana* [Tesis de Titulación, Universidad Politécnica De Valencia]. Repositorio Institucional UPV. <https://bit.ly/2YRGjA2>
- Juste, J. (2017). Producción y exportación de vino en España: El caso de Castilla y León. volumen (35), 153-188. <http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/2442/2877>
- Lopez, J. (2013). *+Productividad*. <https://bit.ly/3iou6us>
- Lopez, J. (2018). *La exportación de pisco a estados unidos y su impacto en la producción peruana en el periodo 2008 – 2017* [Tesis de Titulación, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/32243>
- Matas, A. (2018, 7 de marzo). *Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión*. Scielo. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1607-40412018000100038](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412018000100038)

- Méndez, A. (2020, 14 de enero). *Motivación según autores*. Euroresidentes.  
<https://bit.ly/3dWBkm6>
- Mendoza, P. (2015, 07 de julio). *Correlación de Pearson y Spearman*. Slideshare.  
<https://bit.ly/3dZrUWJ>
- Minervini, N. (2015). *Ingeniería de la Exportación: La ruta para internacionalizar su empresa*. Madrid: Fundación Confemetal
- Muntaner, S. (2017). *Análisis de la internacionalización de la industria vitivinícola de Chile*. [Tesis de Doctorado, Universidad Politécnica De Madrid]. Repositorio Institucional UPM. <https://bit.ly/2NSZljq>
- Novillo, E. (2016, 7 de julio). *Una Introducción a la Investigación Pura o Básica*. Eumed. <http://www.eumed.net/rev/atlante/2016/07/investigacion.html>
- Núñez, M. (2017). *Exportación de pisco de uva Italia hacia Nueva York – Estados Unidos*. [Tesis de Titulación, Universidad San Martín De Porres]. Repositorio Institucional USMP. <https://bit.ly/3goYl2q>
- Pérez, J. y Gardey, A. (2009, 11 de mayo). *Definición de escala*. Definicion.de. <https://definicion.de/escala/>
- Pérez, J. y Morino, M. (2012, 08 de marzo).: *Definición de suministro*. Definicion.de. <https://definicion.de/suministro/>
- Pérez, J. y Morino, M. (2012, 15 de agosto).: *Definición de producción*. Definicion.de. <https://definicion.de/producción/>
- Pérez, J. (2008, 20 de abril). *Definición de bienes*. Definicion.de. <https://definicion.de/bienes/>
- Pérez, J. (2010, 15 de mayo). *Definición de experiencia*. Definicion.de. <https://definicion.de/experiencia/>
- Pereira, M. (2016). *Terciarización e Servizalización na innovación do sector agrario. Factores impulsores e efectos na sustentabilidade da gandería e da viticultura en Galicia*. [Tesis de Titulación, Universidad De Santiago De

Compostela]. Repositorio Institucional USC.  
<https://minerva.usc.es/xmlui/handle/10347/14930>

PRODUCE (2019,25 de julio). *Producción formal de pisco alcanzaría récord en el 2019*. Gob.pe. <https://bit.ly/38nA1LB>

Quintero, G. (2010). ¿Qué es la Geografía? \* What is Geography? Volumen (39),147-182.<https://www.redalyc.org/pdf/721/72115411008.pdf>

Ramos, L. (2018). *Marketing internacional y la exportación de pisco al mercado europeo, Ica 2018*. [Tesis de Titulación, Universidad Cesar Vallejo].  
Repositorio Institucional UCV.  
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/29468>

Rivera, J. (2018). Potencial exportador de Medellín en tercerización de servicios: retos y fortalezas del sector. volumen (13), 165-227.  
<http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/map/article/view/5460/4376>

Ruiz, C (2013). *Instrumentos y Técnicas de investigación educativa: Un Enfoque Cuantitativo y Cualitativo para la Recolección y Análisis de Datos*. Tercera Edición. <https://bit.ly/2C5Yd9d>

Ruiz, L. (2018, 11 de julio). *Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ): qué es y cómo se usa en estadística*. Psicología y mente.  
<https://psicologiaymente.com/miscelanea/alfa-de-cronbach>

Soto, T. (2016). *Estudio de mercado para la exportación de vino tinto español en el estado de Oregón (EE.UU)*. <https://bit.ly/3isKZnG>

Stevens, S. (1946). Sobre la Teoría de las Escalas de Medición. volumen (103), 677-680. <https://bit.ly/3dZukoh>

Tello, R. (2011). *Capacidad exportadora y su relación con el desempeño de las empresas agrarias y agroindustriales en Iquitos, en el marco del ATPDEA*. [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional De La Amazonia Peruana]. Repositorio Institucional UNAP. <https://bit.ly/2NQOM0b>



- Thompson, I. (2005, 16 de septiembre). *Definición de Producto*. Promonegocios.  
<https://bit.ly/31EqHBP>
- Thompson, I. (2006, 22 de noviembre). *Definición de Precio*. Promonegocios.  
<https://bit.ly/2YRKlmy>
- Thompson, I. (2006, 7 de abril). *Definición de Servicios*. Promonegocios.  
<https://bit.ly/2NUkCsl>
- Trade Map (2018, 28 de enero). *Lista de los mercados importadores para el producto aguardiente de uva o de orujo de uva exportado por Perú en 2017*. Trade Map. <https://bit.ly/3gn6Lr8>
- Urbina, W, (2019, 2 de febrero). *ADEX: exportaciones de pisco crecieron 8%*. ADEX Perú. <https://bit.ly/2BzoPzx>
- Valencia, N. (2018). *Perfil del empresario emprendedor para la exportación de pisco en Chincha - Ica, 2018*. [Tesis de Titulación, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.  
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/32253>

## ANEXOS

### ANEXO 1:

#### Matriz de Operacionalización: Variable Tercerización

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
<b>Tercerización</b>	Es la planificación de estrategias, el uso de equipos, la retribución por obra o servicio y la inversión de capital que toman las empresas para aumentar el nivel de desarrollo de la productividad llegando a ser una ejecución o servicio para los administradores que deben hacerle frente, la mayoría de las empresas cuentan con recursos limitados y se le dificulta contar con tecnología de primera mano por eso optan por las prestaciones de una empresa terciaria. (Daniels et al., 2013, p. 229).	Es variable tercerización de pisco será medida por las dimensiones planificación, desarrollo y ejecución.	<p style="text-align: center;">Planificación</p> <p style="text-align: center;">Desarrollo</p> <p style="text-align: center;">Ejecución</p>	<p style="text-align: center;">Transporte Comercialización Suministros</p> <p style="text-align: center;">Producción Tecnología Distribución</p> <p style="text-align: center;">Comunicación Motivación Metas</p>	<p style="text-align: center;">Escala Ordinal Likert</p> <p style="text-align: center;">1= Nunca 2= Pocas veces 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre</p>

Fuente: Elaboración propia

## Variable Exportación

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
<b>Exportación</b>	Es una aliada importante en la estrategia de desarrollo en la empresa que exige un gran compromiso con la calidad, productividad y capacidad exportadora que mejore el nivel y la competitividad de la empresa (Minervini, 2015, p.40)	La variable exportación de pisco será medida por las dimensiones calidad, productividad y capacidad exportadora	Calidad  Productividad  Capacidad exportadora	Requerimiento Estándar Precio  Recursos Bienes Servicios.  Producto Geografía Experiencia	Escala Ordinal Likert 1= Nunca 2= Pocas veces 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre

Fuente: Elaboración propia

**ANEXO 2:  
Instrumentos de Recolección de Datos**

ENCUESTA PARA LAS 30 EMPRESAS SOBRE LA TERCERIZACIÓN						
<b>SEÑOR(A):</b> Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su tiempo para poder rellenar esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios que servirá para recopilar datos informativos acerca de las dos variables de estudios de mi proyecto de investigación relacionadas con las estrategias de marketing y la competitividad. Le agradezco de antemano su tiempo, comprensión y colaboración brindada.						
<b>INSTRUCCIONES:</b> A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente: <b>Siempre (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – Nunca (1)</b>						
CUESTIONARIO						
VARIABLE: TERCERIZACIÓN						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		NUNCA	POCAS VECES	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
<b>PLANIFICACIÓN</b>	<b>TRANSPORTE</b>					
	1. Terciarizan el transporte en el proceso de exportación del pisco en territorio extranjero					
	2. el traslado de mercancías le da terreno al negocio tercerizable.					
	<b>COMERCIALIZACIÓN</b>					
	3. La documentación del pisco corre riesgo en el proceso de comercialización					
	4. La empresa comercializa el pisco vía online					
<b>DESARROLLO</b>	<b>SUMINISTROS</b>					
	5. La empresa que usted dirige cuenta con un adecuado suministro de materiales en caso de accidentes o pérdidas.					
	6. La empresa frecuentemente suministra los productos contra las plagas dentro de un adecuado tiempo.					
	<b>PRODUCCION</b>					
	7. El sistema de producción por cada hectárea de uva para la fabricación de Pisco abastece los lotes pedidos por el cliente					
	8. Cree que el tiempo es un factor muy importante para tomar el proceso de producción de elaboración de Pisco					
<b>EJECUCIÓN</b>	<b>TECNOLOGÍA</b>					
	9. La empresa invierte con una buena tecnología para poder extraer la pulpa o jugo de la uva para el pisco					
	10. La capacidad de la extractora es eficiente para cada tonelada extraída de la fruta fresca de uvas					
	<b>DISTRIBUCIÓN</b>					
	11. La empresa está comprometida con la responsabilidad de distribución					
	12. El canal de distribución se adecua en el punto de venta elegido					
<b>EJECUCIÓN</b>	<b>COMUNICACIÓN</b>					
	13. Las normas de calidad que presta la empresa son apropiadas para su ejecución.					
	14. El valor promedio del Pisco es comunicado para mejorar su producción y crecimiento al mercado					
	<b>MOTIVACIÓN</b>					
	15. La empresa brinda motivación a sus trabajadores mediante premios					
	16. La motivación empresarial generada por la empresa influye en la venta del producto					
<b>EJECUCIÓN</b>	<b>METAS</b>					
	17. La cosecha de uva para el pisco varía los precios luego de obtener la cantidad de producción deseada por cliente					
	18. Tiene metas planteadas para cada año, para medir el crecimiento de las exportaciones de Pisco					

**ENCUESTA PARA LAS 30 EMPRESAS SOBRE LA EXPORTACIÓN**

**SEÑOR(A):**

Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su tiempo para poder rellenar esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios que servirá para recopilar datos informativos acerca de las dos variables de estudios de mi proyecto de investigación relacionadas con las estrategias de marketing y la competitividad. Le agradezco de antemano su tiempo, comprensión y colaboración brindada.

**INSTRUCCIONES:** A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente:

**Siempre (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – Nunca (1)**

**CUESTIONARIO**

**VARIABLE: EXPORTACION**

DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		NUNCA	POCAS VECES	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
CALIDAD	<b>REQUERIMIENTO</b>					
	1. Se requiere revisar los procesos que cumple el ciclo de vida del pisco					
	2. Los documentos de las transacciones son requeridos o revisados por ambas partes (comprador y vendedor)					
	<b>ESTÁNDAR</b>					
	3. El estándar establecido es el aceptable en el nivel de calidad que se debe considerar el pisco					
	4. Alcanzan el nivel óptimo de calidad con el conocimiento de las ofertas y productos de la competencia					
	<b>PRECIO</b>					
5. El pisco producido por la empresa varía en sus precios por el tipo de uva						
6. La empresa incrementa el precio del pisco en temporadas de vida						
PRODUCTIVIDAD	<b>RECURSOS</b>					
	7. Los recursos para producir el pisco se obtienen mayormente de las ventas generadas					
	8. La empresa cuenta con los recursos financieros para apoyar activamente la comercialización del pisco en los mercados extranjeros					
	<b>BIENES</b>					
	9. Los bienes adquiridos para la producción de pisco predominan en los convenios con otras empresas productoras					
	10. Los bienes de la empresa benefician a la venta del pisco					
	<b>SERVICIOS</b>					
11. El nivel de servicio productor de pisco satisface a sus clientes nacionales e internacionales						
12. Los servicios que otorga la empresa influyen en las ganancias de la empresa						
CAPACIDAD EXPORTADORA	<b>PRODUCTO</b>					
	13. El producto cumple las regulaciones sanitarias, de calidad y seguridad que impone el gobierno del país extranjero					
	14. La presentación comercial del pisco producido por la empresa influye en su transacción al extranjero					
	15. La empresa entrega el pisco con óptimas condiciones en territorio extranjero					
	<b>GEOGRAFÍA</b>					
	16. La empresa presenta inconvenientes cuando la venta de pisco se genera en un país no registrado en la cartera de clientes					
	17. El manejo del idioma y manejo de patrones culturales afectan en la negociación con el comprador extranjero					
	<b>EXPERIENCIA</b>					
	18. La experiencia de la empresa en la exportación de productos predomina en las transacciones del pisco					
19. El proceso de gestionar la exportación de pisco es más rápido gracias a la experiencia obtenida						



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: ORDONIGUE TORRES JOSE
- I.2. Especialidad del Validador: ECONOMISTA
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta
- I.5. Autor del instrumento: Cieza Cineras, Chrismel C. y Wilcetoma Diaz, Karen E

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				/	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				/	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				/	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				/	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				/	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				/	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				/	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				/	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				/	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				/	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 21 de NOV del 2019.

Firma de experto informante

DNI: 10302739

Teléfono: 996378619



V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3		/	
Ítem 4		/	
Ítem 5			
Ítem 6	/		
Ítem 7	/	/	
Ítem 8		/	
Ítem 9			
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/	/	
Ítem 15	/		
Ítem 16	/		
Ítem 17	/		
Ítem 18	/	/	

Variable 2:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1		/	
Ítem 2		/	
Ítem 3		/	
Ítem 4		/	
Ítem 5		/	
Ítem 6		/	
Ítem 7	/		
Ítem 8	/		
Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/	/	
Ítem 15		/	
Ítem 16		/	
Ítem 17		/	
Ítem 18	/	/	
Ítem 19	/		

  
 .....  
 Firma de experto informante  
 DNI: 10302737  
 Teléfono: 996378659



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Nichea Naguina, Mary Hellen
- I.2. Especialidad del Validador: Doctora de la administración de la educación
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente UCV-Norte
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta
- I.5. Autor del instrumento: Cieza Cisneros, Chrysmel C. y Vilcatama Diaz, Karen E.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>					<b>80%</b>	

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**


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

.....  
 .....  
 .....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

**80%**

Los Olivos, 21 de Noviembre del 2019.

  
 .....  
 Firma de experto informante  
 DNI: 41478652  
 Teléfono: 995801023



V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3		✓	
Ítem 4		✓	
Ítem 5		✓	
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8		✓	
Ítem 9		✓	
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓	✓	
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18		✓	

Variable 2:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1		✓	
Ítem 2		✓	
Ítem 3		✓	
Ítem 4		✓	
Ítem 5		✓	
Ítem 6		✓	
Ítem 7		✓	
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15		✓	
Ítem 16		✓	
Ítem 17		✓	
Ítem 18		✓	
Ítem 19	✓		

.....  
  
 Firma de experto informante

DNI:

41478652

Teléfono:

995 801023



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Cavero-Espinoza Vargas, Larvalinda
- I.2. Especialidad del Validador: Economía Finanzas
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Tiempo Completo - UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta
- I.5. Autor del instrumento: Cieza Cisneros, Chrismel Christyn y Vilcatoma Díaz, Karen Eugenia.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>					80%	

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

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

.....

.....

.....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

80%

Los Olivos, 21 de Noviembre del 2019.

Firma de experto informante

DNI: 08879583

Teléfono: 945184883

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1		✓	
Ítem 2		✓	
Ítem 3		✓	
Ítem 4		✓	
Ítem 5		✓	
Ítem 6		✓	
Ítem 7		✓	
Ítem 8		✓	
Ítem 9		✓	
Ítem 10		✓	
Ítem 11		✓	
Ítem 12		✓	
Ítem 13		✓	
Ítem 14		✓	
Ítem 15		✓	
Ítem 16		✓	
Ítem 17		✓	
Ítem 18		✓	

Variable 2:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7		✓	
Ítem 8		✓	
Ítem 9		✓	
Ítem 10		✓	
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17		✓	
Ítem 18		✓	
Ítem 19		✓	



Firma de experto informante

DNI: 08879583

Teléfono: 945189338

## Resumen de los informes de juicio de expertos

Expertos	
Experto 1	Dra. Cavero-Egusquiza Vargas, Lauralinda Leonor
Experto 2	Dra. Michca Maguiña Mary Hellen Mariela
Experto 3	Mg. Orderique Torres, José de la Rosa

Fuente: Elaboración propia

## Coeficiente de correlación de Rho de Spearman



Fuente: Mendoza, 2015, párr. 2

## Tabla de Rangos de confiabilidad para enfoques cuantitativos

Rangos	Interpretación
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

Fuente: Ruiz, 2013, p. 100

---

**Resumen de procesamiento de casos**

---

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

---

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia

---

**Estadísticas de fiabilidad**

---

Alfa de Cronbach	N de elementos
,909	18

---

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos del análisis de fiabilidad, al elaborar nuestra información de encuesta, dio como resultado 0,909 Alfa de Cronbach demostrando así que el instrumento es válido y tiene una consistencia alta con la Tercerización.

---

**Resumen de procesamiento de casos**

---

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

---

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia

---

**Estadísticas de fiabilidad**

---

Alfa de Cronbach	N de elementos
,934	19

---

Fuente: Elaboración propia

Continuando con los resultados obtenidos del análisis de fiabilidad, al gestionar nuestros datos de encuesta, dio como resultado 0,934 Alfa de Cronbach demostrando así que el instrumento es válido y tiene una consistencia alta con la Exportación.



## Base de Datos y Resultados de Prueba de Confiabilidad

BASE DE DATOS - CRIS.sav [ConjuntoDatos3] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 42 de 42 variables

	VAR0000 1	VAR0000 2	VAR0000 3	VAR0000 4	VAR0000 5	VAR0000 6	VAR0000 7	VAR0000 8	VAR0000 9	VAR0001 0	VAR0001 1	VAR0001 2	VAR0001 3	VAR0001 4	\
1	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	2	3	4	3	
2	2	4	2	3	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	
3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
7	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	2	4	2	3	
8	2	2	2	2	2	2	1	1	3	1	2	2	2	3	
9	4	4	3	5	2	2	4	3	5	4	2	2	3	3	
10	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
11	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	
12	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	
13	3	2	2	2	3	2	4	2	3	3	2	3	3	2	
14	4	2	3	4	3	2	3	4	2	2	3	4	3	2	
15	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
16	4	4	3	4	3	2	2	2	4	4	3	3	3	2	
17	2	2	1	3	2	2	3	4	4	2	2	4	4	3	
18	3	3	3	5	4	2	3	3	2	4	4	3	3	3	
19	2	3	2	2	2	3	3	4	3	2	4	3	2	2	
20	3	3	3	3	3	3	2	4	2	4	4	4	3	2	
21	3	4	2	2	2	3	2	3	2	2	4	3	2	2	
22	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	

Vista de datos Vista de variables

Fuente: Elaboración propia

Base de Datos.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 42 de 42 variables

	VAR0000 1	VAR0000 2	VAR0000 3	VAR0000 4	VAR0000 5	VAR0000 6	VAR0000 7	VAR0000 8	VAR0000 9	VAR0001 0	VAR0001 1	VAR0001 2	VAR0001 3	VAR0001 4	\
1	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Pocas veces	Pocas veces	Algunas ve...	Casi siempre	Algunas ve...	Casi
2	Pocas veces	Casi siempre	Pocas veces	Algunas ve...	Algunas ve...	Pocas veces	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Casi
3	Algunas ve...	Pocas veces	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Casi siempre	Algunas ve...	Casi siempre	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algu
4	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Casi
5	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi
6	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Casi
7	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Pocas veces	Casi siempre	Pocas veces	Casi siempre	Pocas veces	Algunas ve...	Algu
8	Pocas veces	Pocas veces	Pocas veces	Pocas veces	Pocas veces	Pocas veces	Nunca	Nunca	Algunas ve...	Nunca	Pocas veces	Pocas veces	Pocas veces	Algunas ve...	
9	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Siempre	Pocas veces	Pocas veces	Casi siempre	Algunas ve...	Siempre	Casi siempre	Pocas veces	Pocas veces	Algunas ve...	Algunas ve...	
10	Casi siempre	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Casi siempre	Algunas ve...	Casi
11	Casi siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Casi
12	Casi siempre	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi
13	Algunas ve...	Pocas veces	Pocas veces	Pocas veces	Algunas ve...	Pocas veces	Casi siempre	Pocas veces	Algunas ve...	Algunas ve...	Pocas veces	Algunas ve...	Algunas ve...	Pocas veces	Algu
14	Casi siempre	Pocas veces	Algunas ve...	Casi siempre	Algunas ve...	Pocas veces	Algunas ve...	Casi siempre	Pocas veces	Pocas veces	Algunas ve...	Casi siempre	Algunas ve...	Pocas veces	Casi
15	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi
16	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Casi siempre	Algunas ve...	Pocas veces	Pocas veces	Pocas veces	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Pocas veces	Poc
17	Pocas veces	Pocas veces	Nunca	Algunas ve...	Pocas veces	Pocas veces	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Pocas veces	Pocas veces	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Casi
18	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Siempre	Casi siempre	Pocas veces	Algunas ve...	Algunas ve...	Pocas veces	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algu
19	Pocas veces	Algunas ve...	Pocas veces	Pocas veces	Pocas veces	Algunas ve...	Algunas ve...	Casi siempre	Algunas ve...	Pocas veces	Casi siempre	Algunas ve...	Pocas veces	Pocas veces	Algu
20	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Pocas veces	Casi siempre	Pocas veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Pocas veces	Casi
21	Algunas ve...	Casi siempre	Pocas veces	Pocas veces	Pocas veces	Algunas ve...	Pocas veces	Algunas ve...	Pocas veces	Pocas veces	Casi siempre	Algunas ve...	Pocas veces	Pocas veces	Poc
22	Casi siempre	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Algunas ve...	Algunas ve...	Casi siempre	Algunas ve...	Algunas ve...	Casi siempre	Casi siempre	Algunas ve...	Algunas ve...	Algu

Vista de datos Vista de variables

Fuente: Elaboración propia



	TERCERIZACIÓN																	
	Planificación						Desarrollo						Ejecución					
	1	2	3	3	5	6	7	8	9	10	11	12	13	13	15	16	17	18
Encuesta 1	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	2	3	4	3	4	2	4	2
Encuesta 2	2	4	2	3	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3
Encuesta 3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
Encuesta 4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
Encuesta 5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
Encuesta 6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
Encuesta 7	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	2	4	2	3	3	3	4	2
Encuesta 8	2	2	2	2	2	2	1	1	3	1	2	2	2	3	1	1	2	3
Encuesta 9	4	4	3	5	2	2	4	3	5	4	2	2	3	3	5	4	4	4
Encuesta 10	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
Encuesta 11	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
Encuesta 12	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
Encuesta 13	3	2	2	2	3	2	4	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3
Encuesta 14	4	2	3	4	3	2	3	4	2	2	3	4	3	2	4	3	3	4
Encuesta 15	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
Encuesta 16	4	4	3	4	3	2	2	2	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3
Encuesta 17	2	2	1	3	2	2	3	4	4	2	2	4	4	3	4	3	2	4
Encuesta 18	3	3	3	5	4	2	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	3	2
Encuesta 19	2	3	2	2	2	3	3	4	3	2	4	3	2	2	3	2	2	4
Encuesta 20	3	3	3	3	3	3	2	4	2	4	4	4	3	2	4	3	4	4
Encuesta 21	3	4	2	2	2	3	2	3	2	2	4	3	2	2	2	2	3	3
Encuesta 22	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
Encuesta 23	4	4	3	5	4	4	3	3	5	5	3	4	3	4	4	3	4	4
Encuesta 24	3	3	4	3	2	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3
Encuesta 25	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
Encuesta 26	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5
Encuesta 27	4	4	3	3	3	3	5	4	2	2	3	3	3	3	4	4	2	2
Encuesta 28	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3
Encuesta 29	4	2	5	3	2	4	2	3	4	3	4	2	3	2	3	2	4	2
Encuesta 30	4	4	3	4	3	2	3	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4

Fuente: Elaboración propia

EXPORTACIÓN																		
Calidad						Productividad						Capacidad Exportadora						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
4	4	2	3	2	2	2	4	2	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4
4	4	4	5	3	2	3	3	4	3	4	4	2	2	4	2	2	5	5
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5
4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	4	4	2	3	3	3	3	3
1	3	3	3	2	2	2	1	3	1	3	1	2	1	3	1	1	3	2
2	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	2	2	5	5	2	5	2	5
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3
3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	4
3	5	3	4	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	4	4
3	4	3	4	3	3	5	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	4	3
2	3	2	1	1	3	3	1	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
3	3	1	3	1	1	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	1	2	1
4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	2	2	2	2	2
3	3	2	3	2	3	3	1	2	2	3	3	3	2	1	3	1	2	2
3	3	2	4	4	4	3	4	3	4	2	5	4	4	2	3	4	3	2
3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	3	2	2	3	1	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4
2	5	3	5	3	4	2	3	5	2	5	2	4	4	4	4	3	2	4
2	4	3	3	4	3	2	2	4	2	3	3	4	2	3	4	2	4	3
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
4	3	2	2	2	2	4	3	3	3	2	4	2	2	2	5	4	5	2
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3
4	2	2	2	4	4	2	4	2	2	4	4	4	2	2	4	2	4	4
3	4	4	3	2	4	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3

Fuente: Elaboración propia

## Lista de Empresas Productoras de Pisco Asociadas con ADEX

RUC	EMPRESAS
20104443819	AGRICOLA VIÑA VIEJA VIÑA STA ISABEL SAC.
20524386241	DESTILERIA LA CARAVEDO S.R. L
20508996838	ANTIGUA BODEGA RIVADENEYRA SAC
20548921873	BODEGAS PERU SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA-BODEGAS PERÚ SAC
20104845704	BODEGAS VISTA ALEGRE SAC
20104505784	BODEGAS Y VIÑEDOS TABERNEIRO SAC INDUSTRIA VITIVINÍCOLA
20550902037	GRUVISA TRADING SAC
20107745948	NAKAYAMA DEL PERÚ SAC
20523303431	QUALITY BUSINESS GROUP S.A.C. - QBG S.A.C.
20521182718	VIÑA FAMILIA URBINA SAC
20505514158	YOBUGO SAC
20503644968	BODEGA SAN ISIDRO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
20511908401	BODEGA SAN NICOLAS SOCIEDAD ANONIMA
20160431840	IMP. EXP. SALAS S.A.
20565925637	ONZA GESTION Y REPRESENTACIONES S.R.L.
20512204717	VIÑA LOS REYES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
20553888493	VIRTUOSO PISCO Y BOUTIQUE E.I.R.L.
20100048371	VIÑA OCUCAJE S A
20216789611	VIÑA TACAMA S.A.
20552428286	MACCHU PISCO S.A.C.
20494486351	BODEGAS Y VIÑEDOS GRIMALDI EIRL
20506421781	CORPORACION RICO S.A.C.
20100097746	SANTIAGO QUEIROLO S.A.C.
20491943743	PISCO BONETT S.A.C.
20549011439	PISCO RINCONADA S.A.C.
20107198106	BODEGAS VIÑAS DE ORO S.A.C.

Fuente: ADEX - Data Trade



**Acta de Sustentación de Tesis**

Siendo las 16:00 horas del 15 de julio de 2020, el jurado evaluador se reunió para presenciar el acto de sustentación de Tesis titulado: "LA TERCIARIZACIÓN Y SU PREDOMINIO EN LA EXPORTACIÓN DE PISCO A NUEVA YORK, ESTADOS UNIDOS 2019", Presentado por el / los autor(es) CHRYSMEL CHRISTYN CIEZA CISNEROS, KAREN EUGENIA VILCATOMA DIAZ estudiante(s) de la Escuela Profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Concluido el acto de exposición y defensa de Tesis, el jurado luego de la deliberación sobre la sustentación, dictaminó:

<b>Autor</b>	<b>Dictamen</b>
CHRYSMEL CHRISTYN CIEZA CISNEROS	Excelencia

Se firma la presente para dejar constancia de lo mencionado:

Firmado digitalmente por: MPASACHER el 26 Jul 2020  
18:38:26

MAXIMO FIDEL PASACHE RAMOS  
PRESIDENTE

Firmado digitalmente por: FEMARQUEZCAR el 26 Jul  
2020 17:49:39

FERNANDO LUIS MARQUEZ CARO  
SECRETARIO

Firmado digitalmente por: MMICHCAM el 26 Jul 2020  
12:00:22

MARY HELLEN MARIELA MICHCA MAGUIÑA  
VOCAL (ASESOR)



**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, MICHCA MAGUIÑA MARY HELLEN MARIELA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, asesor(a) del Trabajo de Investigación / Tesis titulada: "LA TERCIARIZACIÓN Y SU PREDOMINIO EN LA EXPORTACIÓN DE PISCO A NUEVA YORK, ESTADOS UNIDOS 2019", del (los) autor (autores) CIEZA CISNEROS CHRYSMEL CHRISTYN, VILCATOMA DIAZ KAREN EUGENIA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud de 26% establecido, y 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 el Trabajo de Investigación / 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, 26 de julio de 2020

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
MICHCA MAGUIÑA MARY HELLEN MARIELA <b>DNI:</b> 41478652 <b>ORCID</b> 0000-0001-7282-5595	Firmado digitalmente por: MMICHCAM el 26 Jul 2020 12:00:24