

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración y Negocios
Internacionales

Tesis

**Análisis comparativo de la evolución de las
exportaciones de pisco de Perú y Chile en el periodo
2018-2022**

Valeria Rosa Najera Herrera
Nicol Cielo Valderrama Chiquillan

Para optar el Título Profesional de
Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Huancayo, 2024

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TESIS

A : **William Rodríguez Giráldez**
Decano de la Facultad de **Ciencias de la Empresa**

DE : **MG. MIGUEL ANGEL CAPUÑAY REÁTEGUI**
Asesor de tesis

ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de tesis

FECHA : 8 de Febrero de 2024

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para saludarlo y en vista de haber sido designado asesor de la tesis titulada: "**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PISCO DE PERÚ Y CHILE, EN LOS PERIODOS 2018 AL 2022**", perteneciente a las estudiantes **NAJERA HERRERA, VALERIA ROSA y VALDERRAMA CHIQUILLAN, NIKOL CIELO**, de la E.A.P. de **Administración y Negocios Internacionales**; se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado **14 %** de similitud (informe adjunto) sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores (Nº de palabras excluidas: 20) SI NO
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI NO

En consecuencia, se determina que la tesis constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad.

Recae toda responsabilidad del contenido de la tesis sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios de legalidad, presunción de veracidad y simplicidad, expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales – RENATI y en la Directiva 003-2016-R/UC.

Esperando la atención a la presente, me despido sin otro particular y sea propicia la ocasión para renovar las muestras de mi especial consideración.

Atentamente,

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Yo, VALERIA ROSA NAJERA HERRERA, identificado(a) con Documento Nacional de Identidad No. 75729737, de la E.A.P. de Administración y Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias de la Empresa la Universidad Continental, declaro bajo juramento lo siguiente:

1. La tesis titulada: "ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PISCO DE PERÚ Y CHILE, EN LOS PERIODOS 2018 AL 2022", es de mi autoría, la misma que presento para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.
2. La tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas, por lo que no atenta contra derechos de terceros.
3. La tesis es original e inédita, y no ha sido realizado, desarrollado o publicado, parcial ni totalmente, por terceras personas naturales o jurídicas. No incurre en autoplagio; es decir, no fue publicado ni presentado de manera previa para conseguir algún grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, pues no son falsos, duplicados, ni copiados, por consiguiente, constituyen un aporte significativo para la realidad estudiada.

De identificarse fraude, falsificación de datos, plagio, información sin cita de autores, uso ilegal de información ajena, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a las acciones legales pertinentes.

08 de 02 de 2024.

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Yo, NIKOL CIELO VALDERRAMA CHIQUILLAN, identificado(a) con Documento Nacional de Identidad No. 71045107, de la E.A.P. de Administración y Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias de la Empresa la Universidad Continental, declaro bajo juramento lo siguiente:

5. La tesis titulada: "ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PISCO DE PERÚ Y CHILE, EN LOS PERIODOS 2018 AL 2022", es de mi autoría, la misma que presento para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.
6. La tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas, por lo que no atenta contra derechos de terceros.
7. La tesis es original e inédita, y no ha sido realizado, desarrollado o publicado, parcial ni totalmente, por terceras personas naturales o jurídicas. No incurre en autoplagio; es decir, no fue publicado ni presentado de manera previa para conseguir algún grado académico o título profesional.
8. Los datos presentados en los resultados son reales, pues no son falsos, duplicados, ni copiados, por consiguiente, constituyen un aporte significativo para la realidad estudiada.

De identificarse fraude, falsificación de datos, plagio, información sin cita de autores, uso ilegal de información ajena, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a las acciones legales pertinentes.

08 de 02 de 2024.

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PISCO DE PERÚ Y CHILE, EN LOS PERIODOS 2018 AL 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

14%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

2%

2

Submitted to Universidad Continental

Trabajo del estudiante

1%

3

1library.co

Fuente de Internet

1%

4

repositorioacademico.upc.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

5

repositorio.continental.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

6

agraria.pe

Fuente de Internet

<1%

7

remca.umet.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

8

pt.scribd.com

Fuente de Internet

<1%

9	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
10	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
11	andina.pe Fuente de Internet	<1 %
12	cia.uagraria.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
13	es.wikipedia.org Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
15	www.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
16	gestion.pe Fuente de Internet	<1 %
17	portalportuario.cl Fuente de Internet	<1 %
18	piuraenlambayeque.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
19	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
20	repositorio.ug.edu.ec	

	Fuente de Internet	<1 %
21	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
22	eprints.uanl.mx Fuente de Internet	<1 %
23	www.americaeconomia.com Fuente de Internet	<1 %
24	chileestuyo.cl Fuente de Internet	<1 %
25	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	economipedia.com Fuente de Internet	<1 %
28	incyt.upse.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
29	repositorio.espe.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
30	repositorio.flacsoandes.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
31	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

32	pdfcoffee.com Fuente de Internet	<1 %
33	repositorio.chapingo.edu.mx Fuente de Internet	<1 %
34	www.gob.cl Fuente de Internet	<1 %
35	turismoysabores.cl Fuente de Internet	<1 %
36	repositorio.lamolina.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
37	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
38	www.produccioncientificaluz.org Fuente de Internet	<1 %
39	Submitted to FUNIBER Trabajo del estudiante	<1 %
40	repositorio.uchile.cl Fuente de Internet	<1 %
41	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
42	repositorio.cepal.org Fuente de Internet	<1 %
43	Submitted to Universidad Politécnica Estatal de Carchi	<1 %

Trabajo del estudiante

44	bibliotecadigital.odepa.gob.cl Fuente de Internet	<1 %
45	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
46	www.mundomaritimo.cl Fuente de Internet	<1 %
47	www.subrei.gob.cl Fuente de Internet	<1 %
48	dialnet.unirioja.es Fuente de Internet	<1 %
49	fedefruta.cl Fuente de Internet	<1 %
50	ojs.revistaturismoypatrimonio.com Fuente de Internet	<1 %
51	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
52	www.logistica360.pe Fuente de Internet	<1 %
53	Submitted to Universidad de Guayaquil Trabajo del estudiante	<1 %
54	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
55	www.ccu.cl	

	Fuente de Internet	<1 %
56	idoc.pub Fuente de Internet	<1 %
57	Submitted to Pontificia Universidad Católica del Perú Trabajo del estudiante	<1 %
58	www.eclac.cl Fuente de Internet	<1 %
59	www.latercera.cl Fuente de Internet	<1 %
60	repositorio.unesum.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
61	revistas.uide.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
62	www.bbc.com Fuente de Internet	<1 %
63	sites.peru.info Fuente de Internet	<1 %
64	www.prochile.gob.cl Fuente de Internet	<1 %
65	www.tacama.com Fuente de Internet	<1 %
66	www.comexperu.org.pe Fuente de Internet	<1 %

<1 %

67

Submitted to Universidad TecMilenio

Trabajo del estudiante

<1 %

68

documat.unirioja.es

Fuente de Internet

<1 %

69

repositorio.upec.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

70

qdoc.tips

Fuente de Internet

<1 %

71

www.turismoastronomico.cl

Fuente de Internet

<1 %

72

baixardoc.com

Fuente de Internet

<1 %

73

tesis.pucp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

74

vdocumento.com

Fuente de Internet

<1 %

75

www.ccs.cl

Fuente de Internet

<1 %

76

dspace.pucesi.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

77

patrimoniomundial.cultura.pe

Fuente de Internet

<1 %

78	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
79	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
80	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1 %
81	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
82	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
83	Submitted to Universidad del Norte, Colombia Trabajo del estudiante	<1 %
84	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	<1 %
85	blueberriesconsulting.com Fuente de Internet	<1 %
86	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1 %
87	Edward R.T. Challies. "Productive transformations and bilateralism in the semi-periphery: A comparative political economy of the dairy complexes of New Zealand and Chile", Asia Pacific Viewpoint, 12/2006 Publicación	<1 %

88	larepublica.pe Fuente de Internet	<1 %
89	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
90	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1 %
91	www.carnetec.com Fuente de Internet	<1 %
92	www.sff.cl Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 20 words

Asesor

Mag. Miguel Ángel Capuñay Reátegui

Dedicatoria

A Dios por darme fuerza e iluminar mi camino, a mis padres por ser fuente de inspiración y superación, y a toda mi familia por ser el soporte en este camino del desarrollo de la tesis.

Nikol Cielo Valderrama Chiquillan

A Dios por ser mi guía y mi fortaleza, mi mamá y hermanos por ser mi fuente de apoyo incondicional, asimismo, a mi madrina, tíos, tías, abuelita y a mi papá que me cuida desde las estrellas, a todos ellos por ser el soporte en este camino en el desarrollo de la tesis. Finalmente, a mis queridas mascotas y a las canciones de Bangtan Sonyeondan.

Valeria Rosa Nájera Herrera

Agradecimiento

A los docentes y miembros que forman parte de la Universidad Continental, por sus enseñanzas, guías y lecciones brindadas a lo largo de la carrera universitaria.

A nuestro asesor, el Mg. Miguel Ángel Capuñay Reátegui, por el asesoramiento y constante guía para la culminación de nuestra tesis.

Contenidos

Dedicatoria.....	xv
Agradecimiento	xvi
Contenidos.....	xvii
Lista de tablas	xx
Lista de Figuras	xxiii
Resumen	xxiv
Abstract.....	xxv
Introducción.....	26
Capítulo I: Planteamiento del estudio.....	27
1.1 Escenario de la investigación.....	27
1.1.1 Territorial.....	27
1.1.2 Temporal.....	27
1.1.3 Conceptual	27
1.1.4 Experiencia y rol del investigador	28
1.2 Situación problemática.....	28
1.2.1 Antecedentes de la investigación.....	28
A. <i>Artículos científicos</i>	28
B. <i>Tesis nacionales e internacionales</i>	33
1.2.2 Caracterización de los sujetos de estudio	44
1.2.3 Caracterización del problema	46
1.3 Formulación del problema	55
1.3.1 Problema general	55

1.4	Propósitos de la investigación.....	55
1.4.1	Propósito general	55
1.5	Justificación de la investigación	55
1.5.1	Justificación teórica	55
1.5.2	Justificación practica	55
Capitulo II: Estado del arte.....		57
2.1.	Revisión literaria.....	57
2.1.1.	Términos obtenidos según el análisis bibliométrico.....	58
2.1.2.	Exportación.....	70
2.1.2.1	Oferta Exportable	72
2.1.2.2	Internacionalización.....	79
2.1.2.3	Ventaja Comparativa	85
2.2.	Marco conceptual.....	90
Capitulo III: Metodología.....		97
3.1.	Paradigma de la investigación	97
3.2.	Enfoque de la investigación	97
3.3.	Métodos de investigación	98
3.4.	Triangulación de la investigación	99
3.5.	Técnica de la investigación.....	100
3.5.1.	Técnicas.....	100
3.5.2.	Instrumentos	101
3.6.	Sistema de categorías	103
3.7.	Selección de los sujetos de estudio	103

Capítulo IV: Resultados.....	106
4.1. Descripción del trabajo de campo.....	106
4.1.1. Cuadro de concordancias y discordancias.....	108
4.2. Aplicación del instrumento estructurado	125
4.2.1. Guía de análisis documental:.....	125
4.3. Triangulación	186
4.4. Hallazgos.....	249
4.5. Discusión de resultados.....	257
Conclusiones.....	263
Recomendaciones	267
Referencias	270
Apéndice A: Matriz de consistencia.....	303
Apéndice B: Matriz del instrumento: Entrevista a profundidad de los expertos	304
Apéndice C: Guía de Entrevista a profundidad	317
Apéndice D: Guía de Análisis Documental.....	321
Apéndice E: Validación por juicio de expertos	336

Lista de tablas

Tabla 1 Principales empresas peruanas exportadoras de “Pisco”, según la Partida arancelaria 2208.20.21.00, que da denominación de la misma	45
Tabla 2 Principales empresas exportadoras de Chile, según la partida arancelaria 22.08.20.10 con la denominación “Aguardiente de vino o de orujo de uva (pisco y similares)”	46
Tabla 3 Exportaciones de pisco y similares por país de destino	53
Tabla 4 Sistema de categorías	103
Tabla 5 Concordancias y discordancias de los expertos según las subcategorías	108
Tabla 6 Precio Internacional de Perú (Total US\$/FOB).....	125
Tabla 7 Precio Internacional de Chile (Total US\$/FOB)	126
Tabla 8 Precio Internacional de Perú (US\$/Litro).....	127
Tabla 9 Precio Internacional de Chile (US\$ / Litro)	128
Tabla 10 Precio Internacional de Perú (2018 - 2022).....	129
Tabla 11 Precio Internacional de Chile (2018 - 2022)	130
Tabla 12 Variabilidad del precio internacional Perú – Chile, 2018 al 2022	131
Tabla 13 Variabilidad del precio internacional Perú – Chile, 2018 al 2022	131
Tabla 14 Tecnología en el sector vitivinícola - Perú	132
Tabla 15 Tecnología en el sector vitivinícola (Pisco) - Chile	133
Tabla 16 Área cosechada de Uvas (01330) - Hectáreas	134
Tabla 17 Rendimiento de Uvas (01330) - 100 g/ Ha.....	135

Tabla 18 Producción de Uvas (01330) - Toneladas	135
Tabla 19 Capacidad Económica y Financiera de Perú	136
Tabla 20 Capacidad Económica y Financiera de Chile	137
Tabla 21 Infraestructura productiva	138
Tabla 22 Principales países importadores de pisco (220820).....	139
Tabla 23 Barreras Arancelarias	139
Tabla 24 Barreras No Arancelarias	140
Tabla 25 Certificaciones internacionales de Perú.....	142
Tabla 26 Certificaciones internacionales de Chile	145
Tabla 27 Certificado de denominación de origen.....	146
Tabla 28 Doing business de Perú	147
Tabla 29 Doing business de Chile	148
Tabla 30 Vías de transporte de las exportaciones de pisco: Perú (2013-2018) - Total US\$ FOB	149
Tabla 31 Vías de transporte de las exportaciones de pisco Chile 2013-2018 - Total US\$ FOB	149
Tabla 32 Aduanas de las exportaciones de pisco de Perú 2018-2022.....	150
Tabla 33 Aduanas de las exportaciones de pisco de Chile 2018 - 2022.....	151
Tabla 34 Capacidad de gestión.....	154
Tabla 35 Rendimiento de las exportaciones de Perú (220820)	155
Tabla 36 Rendimiento de las exportaciones de Chile (220820).....	156

Tabla 37 Índice Mundial de Innovación.....	157
Tabla 38 TLC Perú - Estados Unidos.....	159
Tabla 39 TLC Chile - Estados Unidos.....	160
Tabla 40 TLC Perú - China	161
Tabla 41 TLC Chile - China.....	161
Tabla 42 Productividad.....	162
Tabla 43 Economías de escala.....	165
Tabla 44 Esquema de las concordancias y discordancias de las subcategorías según la guía de Análisis Documental.....	170
Tabla 45 Análisis de los dos instrumentos con la teoría recopilada para el país Perú	186
Tabla 46 Análisis de los dos instrumentos con la teoría recopilada para el país Chile	206
Tabla 47 Cuadro de hallazgos comparando los países Perú y Chile	226
Tabla 48 Similitud o diferencias de las subcategorías de la comparación de los países Perú y Chile.....	239

Lista de figuras

Figura 1 Evolución de las exportaciones de Chile	52
Figura 2 Principales términos referentes al “Análisis comparativo de las exportaciones”	57

Resumen

La tesis tuvo como propósito general establecer el análisis comparativo de la evolución de las exportaciones de pisco de Perú y Chile, en los periodos 2018 a 2022. La investigación tuvo un enfoque cualitativo, con un paradigma de teoría fundamentada y el método analítico. Para la obtención de la información se aplicó un trabajo de campo, en el cual se realizó la entrevista a tres expertos con preguntas de acuerdo a las 3 categorías en estudio, igualmente se aplicó una guía de análisis documental en donde se estudiaron a las categorías, oferta exportable, la internacionalización y la ventaja comparativa, finalmente con toda la información obtenida se realizó la triangulación, con la teórica recopilada, la entrevista de los expertos y la guía de análisis documental. Además de ello el estudio se complementó con las herramientas de inteligencia de Negocios Internacionales como la plataforma *Doing Business*, *VeriTrade*, *Trade Map* entre otras que dieron como resultado que, Perú tiene una ventaja comparativa sobre Chile y se concluye que las empresas peruanas están teniendo un mayor crecimiento en el total de las exportaciones FOB, esto porque el mercado peruano ofrece en sus productos variedad a diferencia de las empresas chilenas, además de la biodiversidad y los pisos altitudinales que posee que han sido un factor diferenciador y destacable para la producción del pisco, es por ello que Perú ha tenido una mayor participación internacional por consiguiente una mayor expansión del mercado del pisco en el extranjero.

Palabras clave: Exportación, oferta exportable, internacionalización, ventaja comparativa, Pisco.

Abstract

The general purpose of this research was to establish the comparative analysis of the evolution of pisco exports from Peru and Chile, in the periods 2018 to 2022. The research had a qualitative approach, with a grounded theory paradigm and the analytical method. To obtain the information, field work was applied, in which three experts were interviewed with questions according to the 3 categories under study, a documentary analysis guide was also applied, where the categories, Exportable supply, Internationalization and Comparative Advantage were studied, finally with all the information obtained the triangulation was performed, with the theoretical information collected, the interview of the experts and the documentary analysis guide. In addition, the study was complemented with international business intelligence tools such as the Doing Business platform, VeriTrade, Trade Map, among others, which gave as a result that Peru has a comparative advantage over Chile and concluded that Peruvian companies are having a higher growth in total FOB exports, This is because the Peruvian market offers variety in its products, unlike Chilean companies, in addition to the biodiversity and altitudinal levels that it possesses, which have been a differentiating and outstanding factor for the production of pisco, which is why Peru has had a greater international participation and consequently a greater expansion of the pisco market abroad.

Keywords: Exports, exportable supply, internationalization, comparative advantage, Pisco.

Introducción

Desde la época colonial hay cierta exclusividad que pide a voces Perú en la denominada “Guerra del Pisco” con Chile, cuya disputa comercial ha llegado a otras instancias internacionales, esta controversia sobre los derechos que corresponden a ambos países en la producción de este licor denominado Pisco, ha llevado a situarse en un escenario en el cual convergen las más apasionadas argumentaciones que reivindican como propio un producto con características culturales muy particulares, ante ello se procede a realizar este proyecto de investigación con el estudio de 3 categorías fundamentales que son la oferta exportable, internacionalización y la ventaja comparativa, con el propósito de la investigación para compilar, exponer y analizar todos los antecedentes –históricos, fácticos involucrados en la problemática del pisco entre Chile y Perú, a objeto de contar con un análisis serio y objetivo sobre la situación actual de la controversia.

Bajo ese contexto la tesis tiene como motivación establecer el análisis comparativo de la evolución de las exportaciones de pisco de Perú y Chile, en los periodos 2018 a 2022. Para poder cumplir el propósito planteado el estudio está dividido por los siguientes capítulos: Capítulo I, donde se detalla lo referente al planteamiento del estudio donde se verá la situación problemática, la formulación del problema y los propósitos de la investigación. En el Capítulo II, se consideró el Estado del arte, donde se explora la revisión literaria y el marco conceptual donde se analizan las bases teóricas de este estudio y la definición de los términos básicos. El Capítulo III, se desarrolla la Metodología de la investigación, donde se analiza el enfoque de la investigación, el paradigma y los métodos de investigación, también el sistema de categorías y la selección de sujetos de estudio. El Capítulo IV, se plantea los resultados, así como también la validez y confiabilidad de instrumentos, además de la triangulación, los hallazgos, la presentación e interpretación de los datos obtenidos en tablas y figuras, y la discusión de resultados.

Capítulo I: Planteamiento del estudio

1.1 Escenario de la investigación

El escenario es hacer un análisis comparativo de la evolución de las exportaciones de Perú y Chile, que permita verificar los componentes de la exportación en el pisco.

1.1.1 Territorial

La tesis repercute en el análisis comparativo de la evolución de las exportaciones de pisco, considerando como unidad de análisis los países de Perú y Chile.

1.1.2 Temporal

El estudio y desarrollo de la tesis se realizó durante el periodo de tiempo comprendido desde el año 2018 hasta el 2022.

1.1.3 Conceptual

La exportación comprende 3 categorías de estudio: oferta exportable, internacionalización y ventaja comparativa, según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y los libros de (Lerma & Márquez, 2010), (Monchon & Alberto, 2008), (Saravia, 2018), (Etenad, 2015), (Oros, 2015) y (Krugman & Obstfeld, 2006), por lo tanto se analizó a la exportación en base a la triangulación de datos espacial, por la utilización de estrategias y herramientas de inteligencia para contrastar la recogida de datos obtenidos de Perú y Chile, y la triangulación teórica por la utilización de diferentes teorías de diversos autores y tener así una interpretación más completa.

1.1.4 Experiencia y rol del investigador

La experiencia y el rol del investigador se encuentra basado en los cursos de Taller de Investigación, Seminario de Investigación I y II, además del estudio de la carrera de Administración y Negocios Internacionales que brindó los conocimientos necesarios y el dominio de temas indispensables para el desarrollo de la presente tesis; así mismo, se contó con habilidades de redacción, expresión oral, lectura, conocimiento de habilidades para la obtención de datos cualitativos, entre otras habilidades que facilitan y posibilitan el desarrollo de la investigación actual.

1.2 Situación problemática

1.2.1 Antecedentes de la investigación

A. Artículos científicos

El estudio desarrollado por Borja et al. (2021), cuyo título fue “Análisis de las exportaciones del cacao ecuatoriano en grano en el periodo 2008 al 2018”; cuyo objetivo general fue analizar las exportaciones de cacao en grano del Ecuador en el periodo 2008 al 2018, así como su importancia en la economía nacional.; cuyas categorías de investigación fueron las exportaciones de cacao en grano, destino e exportación, hectáreas producidas, aporte al PIB nacional y el consumo per cápita de cacao en el Ecuador; con un nivel descriptivo, diseño no experimental, con instrumento de fuentes secundarias y la recolección de datos estadísticos históricos de Ecuador del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2018), y del Sistema de Información Pública Agropecuaria, obteniendo el principal resultado de que en Ecuador se exportaba en el año 2008 alrededor de 80 toneladas para el año 2018 esa cifra se triplico a 315 toneladas de exportación al año, teniendo un ingreso de \$710 Millones de USD FOB. La exportación de cacao en grano ha evoluciona en

los últimos años en el Ecuador, como se pudo evidenciar en la investigación, las exportaciones de cacao en año 2019 fue de 320 toneladas, según la Corporación Financiera Nacional de Ecuador (2018), la presencia de cacao en grano en los mercados internacionales ha evolucionado ya que, por la mayoría de país del mundo, al país lo han calificado como el productor mejor cacao del mundo por su sabor y textura.; con la principal conclusión de que durante el período 2008-2018, las exportaciones de cacao en grano presentó una tendencia ligeramente creciente, esta tendencia positiva se vincula con el incremento significativo de la producción, que le ha permitido al Ecuador mantenerse como el principal exportador de cacao en grano en los diferentes mercados internacionales.

Gonzabay et al. (2021), desarrolló la investigación cuyo título; Análisis de la producción de camarón en el Ecuador para su exportación a la Unión Europea en el período 2015-2020; cuyo objetivo general fue analizar la producción de camarón en el Ecuador y su incidencia en las exportaciones a la Unión Europea en el Periodo 2015-2020; cuyas variables son el número de hectáreas producidas, producción nacional de camarón y exportaciones a la Unión Europea durante el periodo 2015 - 2020, con un enfoque cualitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con instrumento de fuentes secundarias y datos estadísticos de las exportaciones, base de datos de la Cámara Nacional de Acuicultura, Banco Central del Ecuador y revistas indexadas de las cuales nos permite conocer y obtener respuestas de tipo cualitativa, obteniendo el principal resultado de que en los últimos años el sector camaronero ecuatoriano ha estado conformado por 39 empresas exportadoras, y 1.315 productores de camarón y los intermediarios. Para el año 2015 existían 209 mil hectáreas de producción de camarón en el Ecuador, desde ese tiempo hasta el año 2018 tuvo un crecimiento constante. Pero a partir del año 2018 al 2019 creció

en has alrededor del 20% en 2018 se incorporó a la producción nacional 220 mil has mientras que para el 2019 fue de 240 mil has. Igualmente, las exportaciones de camarón ecuatoriano a mercados internacionales han mantenido un crecimiento constante, durante los últimos años, para el año 2015 exportaron 342 toneladas métricas, mientras que el 2019 se exportaron 645 TM que ingresos en divisas de USD 3890,50 para el año 2020 las exportaciones de camarón disminuyeron considerablemente en 632 TM. y con la principal conclusión de que el sector camaronero es una actividad que más dinamismo genera en la economía de Ecuador, las exportaciones a la Unión Europea entre 2015 al 2020 de camarón mantuvo un crecimiento constante, aunque el mundo atravesó la emergencia sanitaria de la Pandemia Covid-19 las exportaciones del sector crecieron en un 6% en 2020 con 328.628.672 lb de camarón. Con estos antecedentes se observa un gran potencial para incursionar en la actividad camaronera, su incidencia en las exportaciones a la Unión Europea ha generado aporte al PIB nacional, generar empleo y dinamiza la economía local.

García & Vite (2021), desarrollaron la investigación cuyo título; Análisis comparativo de las exportaciones bananeras del Ecuador entre el primer semestre 2019 vs el primer semestre 2020 post covid-19; cuyo objetivo general fue comparar las exportaciones de banano en miles de dólares en el Ecuador, en el primer semestre enero-junio del 2019 vs primer semestre enero-junio 2020, expresado en toneladas métricas y en miles de dólares, teniendo presente el efecto post Covid-19; cuyas variables son las exportaciones en dólares, toneladas métricas exportadas y la afectación de las exportaciones por el COVID - 19, con un enfoque mixto, nivel descriptivo, diseño no experimental, con instrumento de fuentes bibliográficas como el Banco Central del Ecuador y la Organización de las Naciones Unidas para

la Alimentación y la Agricultura, obteniendo el principal resultado de que el sector exportador bananero ecuatoriano en el primer semestre del 2019 obtuvo ingresos de 1706.2 millones de dólares, connotando así que los niveles de exportación son cada vez más eficientes y sostenibles convirtiéndose en un país competitivo. Para enero del año 2020 con la llegada del virus Covid-19 obligo a las industrias exportadoras de banano a tomar ciertas medidas de bioseguridad y nuevas formas de trabajo, para poder seguir con sus actividades y así reactivar la economía y con la principal conclusión de que las exportaciones han evolucionado, convirtiéndose en un valioso indicador de la economía de Ecuador. Se visualizó que en el periodo 2020 post Covid-19 existe una muy mínima caída al inicio del semestre para luego levantarse y no verse tan afectada por la pandemia. Las estadísticas demuestran que las exportaciones bananeras del Ecuador en el primer semestre 2020 han sido notoriamente más altas que el año base de estudio que es el primer semestre del 2019, a pesar de la Pandemia que se está suscitando el sector bananero exportador no se ha visto afectado en su crecimiento.

En el artículo desarrollado por Salazar et al. (2020), cuyo título; Análisis de las exportaciones del sector manufacturero en los departamentos con mayor índice de desarrollo industrial en Colombia; cuyo objetivo general fue Analizar la integración comercial en la economía global del sector manufacturero en Colombia a través del comportamiento de las exportaciones de los departamentos con mayor desarrollo industrial; con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, obteniendo el principal resultado del peso del PIB en la industria manufacturera nacional ha venido decreciendo, así como también ha disminuido el porcentaje de exportaciones de bienes industriales con relación al PIB, con la principal conclusión de que de acuerdo con las observaciones y estudios

preliminares realizados es posible concluir que el estado ha enfocado y centrado sus esfuerzos en el incremento gradual de las exportaciones de productos relacionados con el sector minero-energético, dándole menor importancia al sector de la producción industrial manufacturera, sin embargo, este aún sigue teniendo buena influencia en el crecimiento del PIB.

León et al. (2018), desarrollaron la investigación cuyo título; Ecuador: Análisis comparativo de las Exportaciones de banano orgánico y convencional e incidencia en la Balanza Comercial, 2018.; cuyo objetivo general fue realizar un análisis comparativo de las exportaciones de banano orgánico y convencional, y su incidencia en la balanza comercial de Ecuador, 2018.; como variable independiente, exportaciones de banano orgánico y convencional y como variable dependiente balanza comercial; con un enfoque cualitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, obteniendo el principal resultado de que se concluye con el trabajo sobre el potencial de las exportaciones de banano en los acuerdos comerciales durante el período 2015-2019, los resultados estadísticos evidenciaron que las determinantes de las exportaciones de la fruta fueron los aranceles y los acuerdos comerciales, precisando que el modelo propuesto fue significativo. Este proceso comercial benefició a Ecuador debido que los aranceles pagados por cada tonelada que ingresaron a la Unión, con la principal conclusión de que Ecuador es un competidor internacional en venta de fruta de banano, por la calidad del mismo y considerado uno de los mayores abastecedores en los continentes asiáticos y europeos. Sigue siendo uno de los rubros que depende la actividad económica ecuatoriana y de naturaleza agroexportadora.

B. Tesis nacionales e internacionales

La investigación desarrollada por Arce & Condor (2019), cuyo título; Análisis situacional de la oferta exportable para el proceso de exportación de la Asociación de productores de maca de la provincia de Junín – Perú; cuyo objetivo general fue determinar en qué medida el desarrollo de los componentes de la oferta exportable les permiten exportar a la asociación de productores de maca en la provincia de Junín – Perú; como variable independiente, condiciones actuales de la oferta exportable y como variable dependiente exportación de la maca; cuyas dimensiones fueron: capacidad física, capacidad económica y financiera, capacidad de gestión con respecto a la variable independiente, demanda de mercado y barreras arancelarias con respecto a la variable dependiente; con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo correlacional, diseño no experimental, con instrumento fuentes primarias, fuentes secundarias, análisis documental, la encuesta, obteniendo el principal resultado de que los productores de maca en la provincia de Junín-Perú cuentan con: - moderada capacidad física – limitada, capacidad económica-financiera – nula, capacidad de gestión. Se recomienda la intervención del Ministerio de Agricultura a través de la Agencia Agraria, organizar capacitaciones y asistencia técnica para el desarrollo de la oferta exportable de maca. También que el Banco Agropecuario (Agrobanco) defina un presupuesto dirigido a proyectos agrícolas de exportación para solventar y sostener las actividades de los potenciales exportadores o exportadores. Finalmente, la generación de capacidades empresariales en los jóvenes a nivel nacional y fomentar la cultura exportadora para así asegurar y potenciar la oferta exportable a futuro., con la principal conclusión de que existe correlación alta de 0.839 entre la capacidad física y el proceso de exportación en los productores de maca de la provincia de Junín – Perú. 1. El 20 %

de los productores tienen alta capacidad de producción y generalmente son los que tienen más de 10 años cultivando. Los demás tienen poca producción. 2. Sus procesos productivos son empíricos y no automatizados, por tanto, sus procesos son deficientes y su nivel de tecnología usado es bajo. 3. Los estándares de calidad son altos ya que son cultivos orgánicos por naturaleza, esto se debe a las condiciones climáticas extremas que están exentas de plagas, sin embargo, solo 2 productores cuentan con certificación orgánica.

La investigación desarrollada por Aguirre & Olivarez (2020), cuyo título; Elementos de la oferta exportable que influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass hacia China durante los años 2014 al 2018; cuyo objetivo general fue determinar cómo los elementos de la oferta exportable influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass hacia China durante los años 2014 al 2018. como variable independiente, Oferta exportable y como variable dependiente Internacionalización de palta Hass al mercado de China; cuyas dimensiones fueron: disponibilidad del producto, capacidad económica y financiera, y capacidad de gestión con respecto a la variable independiente; Rendimiento de las exportaciones., conocimiento del mercado extranjero, conocimiento sobre las exportaciones, compromiso de recursos en el mercado con respecto a la variable dependiente; con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con instrumento de cuestionarios, obteniendo el principal resultado de que en el sector agroexportador respecto a la palta Hass hacia diferentes mercados internacionales, entre ellos se ha elegido el mercado de China. Puesto que, presenta un crecimiento evolutivo desde el periodo comprendido del 2014 al 2018. Por ende, la exportación de palta Hass hacia China es hoy en día un

mercado muy interesante y en donde, la disponibilidad del producto, capacidad económica- financiera y la capacidad de gestión son elementos importantes para el crecimiento y en el posicionamiento internacional. Dado que, mediante análisis estadísticos, se obtiene correlación positiva (77,4%) y altamente significativa entre la oferta exportable y la internacionalización de las empresas de palta Hass., con la principal conclusión de que En la oferta exportable si influye positivamente en el crecimiento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass. se demostró significativamente la dirección y el grado de relación entre la tercera dimensión, capacidad de gestión, y las variable dependiente internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass, mediante el coeficiente de correlación de Pearson, generando un valor de $r = 0,520$ e indicando una relación de dirección positiva y de grado media y se interpreta que la relación es directamente proporcional, es decir, cuanto mayor es el nivel de capacidad de gestión es mayor el nivel de internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass.

El estudio de Torres (2018), cuyo título; Análisis de variables económicas determinantes de la oferta exportable del jugo de maracuyá en el Perú periodo 2000 – 2016; cuyo objetivo general fue identificar las variables económicas determinantes de la oferta exportable del jugo de maracuyá en el Perú. como variables, el precio unitario en valor FOB ; volumen exportable, competencia nacional, tipo de cambio nominal, índice propuesto por Balassa y el flete; cuyas dimensiones fueron: Desempeño de las exportaciones; con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño experimental, con instrumento de recolección de datos a través de un análisis de contenido estadístico de las empresas exportadoras, obteniendo el principal resultado de que para un gran número de empresarios y productores el tipo de cambio influye en su volumen exportable debido a que sus

transacciones las realizan por moneda extranjera que en este caso es el dólar y en nuestro país en la actualidad su valor se redujo, sin embargo los resultados del modelo MCO aplicado para el producto de jugo de maracuyá muestra lo contrario, al indicar que el tipo de cambio no tiene relación con la oferta exportable y se mantiene constante en el tiempo, por lo que referimos a que esto se debe a que por vender un producto procesado y no un producto final los encargados de aumentar o reducir los precios y cantidades de los productos son los importadores, pues ellos son los que llegan al consumidor final., con la principal conclusión de la estimación de los parámetro de los precios unitarios de Estados Unidos y Holanda, flete Estadounidense, Competencia Nacional, Competencia nacional, muestran una relación directa entre dichas variables y Oferta exportable esto se debe a que los principales mercados de destino del producto de jugo de maracuyá son los mencionados, en el caso del precio unitario de Puerto Rico ya está corregida mediante la estimación de precios con tendencia y es una variable significativa por la cual ya tiene relación directa con la oferta exportable pues es un mercado cercano y hay facilidades de transporte.

La investigación desarrollada por Pilco (2020), cuyo título; Análisis comparativo para la exportación de arándano fresco de la empresa Mitzi Aranda hacia los mercados de Estados Unidos y Países Bajos; cuyo objetivo general fue determinar el mercado más atractivo para la exportación de arándano fresco de la empresa Mitzi Aranda a través de un análisis comparativo entre los mercados de Estados Unidos y Países Bajos. Como variable independiente, análisis comparativo de los aspectos cualitativos y cuantitativos. y como variable dependiente: exportación de arándano fresco de la empresa Mitzi Aranda hacia los mercados Estados Unidos y Países Bajos.; cuyas dimensiones fueron: factor económico,

factor barreras comerciales, factor logístico con respecto a la variable independiente; oferta productiva, perspectiva empresarial con respecto a la variable dependiente; con un enfoque mixto, nivel descriptivo, diseño no experimental, con instrumento de observación documental, recopilación de datos estadísticos, entrevista, obteniendo el principal resultado de que hubo un incremento en las ventas de las exportaciones de arándano peruano en promedio de diez años en 70%, aplicando las estrategias de marketing puede incrementarse hasta un 26% más; adicionalmente, se identificó que Perú actualmente tiene el 5.2% de la cuota del mercado de arándanos en Estados Unidos siendo su potencial deseado de 26,88%, con la principal conclusión de que la investigación indican que existe una ausencia de asociatividad y promoción en cuanto a las exportaciones de parte del estado peruano, lo que no ha permitido que el Perú se consolide en el mercado internacional en la misma magnitud que Bolivia. Asimismo, se reconoció y evidenció que Bolivia cuenta con una consolidada asociación nacional de productores de quinua, más conocido como ANAPQUI, esto debido a la adecuada difusión y promoción de las exportaciones de este producto.

El estudio de Tacuche (2020), cuyo título; Análisis comparativo de los factores de oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013-2018; cuyo objetivo general fue determinar los factores de oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013-2018. Como variable, es la oferta exportable; cuyas dimensiones fueron: Infraestructura productiva, precio internacional, certificaciones internacionales, infraestructura logística internacional; con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con instrumento de la ficha bibliográfica y la guía de análisis documental. Información recaba de la base de datos del Veritrade, obteniendo el

principal resultado de que en Chile cuenta con mayores factores exportables de la uva que Perú. Así Chile se ubica en la novena posición en el ranking de países productores de uva con una participación en la producción mundial de 2,7%. En tanto, Perú se encuentra en el puesto 21, con una producción al año 2017 de 645 mil toneladas con una participación de 0,9%, y en el periodo del 2000 al 2017 creció en 503%, es decir incrementando su producción a una tasa promedio anual de 11,1%. L, con la principal conclusión de que De acuerdo con el análisis comparativo de los factores de la oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013-2018, los factores son la infraestructura productiva, precio internacional, certificaciones internacionales e infraestructura de logística internacional. Los resultados evidencian que Chile cuenta con mayores factores exportables de la uva que Perú. Así Chile se ubica en la novena posición en el ranking de países productores de uva con una participación en la producción mundial de 2,7%. En tanto, Perú se encuentra en el puesto 21, con una producción al año 2017 de 645 mil toneladas con una participación de 0,9%.

La investigación desarrollada por Santillan (2020), cuyo título; Análisis comparativo del sector exportador de atún en conserva entre Ecuador y Tailandia; cuyo objetivo general fue comparar el sector exportador de atún en conserva entre Ecuador y Tailandia en el periodo 2008-2018; como variables se tiene al índice de ventaja comparativa revelada y el volumen de exportaciones de atún en conserva entre Ecuador y Tailandia; cuyas dimensiones fueron: la ventaja comparativa revelada de Ecuador y Tailandia y el volumen de exportaciones de atún en Ecuador y Tailandia; con un enfoque cuantitativo, nivel correlacional, diseño no experimental, con instrumento de fuentes de información de páginas oficiales como Trademap, la organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la

Alimentación (FAO), obteniendo el principal resultado de que Ecuador posee una mayor ventaja comparativa en las exportaciones de atún enlatado que Tailandia, aunque este último tenga un mayor volumen de exportación, en comparación a Ecuador. Igualmente se evidencia que el atún al ser uno de los productos tradicionales de exportación de Ecuador, hace que el país se mantenga especializado en ese rubro, con la principal conclusión de que, en el nivel de competitividad, se observó que Ecuador posee un índice de 127,3 y Tailandia 22,3. Con respecto al nivel de competitividad, se observó que Ecuador posee un índice de 127,3 y Tailandia 22,3, por ello se concluye que Ecuador en la comercialización de atún en conserva tiene una mayor ventaja comparativa que Tailandia. Se realizó un pronóstico de las exportaciones de atún en conserva de Ecuador y Tailandia, mediante un modelo ARIMA se concluye que Ecuador exportará con un 95% de nivel de confianza un monto de \$303949 por trimestre, mientras que Tailandia exportará con un 95% de nivel de confianza un monto de \$604478 en el trimestre 1 del año 2019, \$588903 para el segundo trimestre, \$594257 en el trimestre tres y \$610255 en el cuarto trimestre.

La investigación desarrollada por Cevallos (2019), cuyo título; Análisis de la evolución de las exportaciones no petroleras de Ecuador, 2008 - 2018; cuyo objetivo general fue analizar las exportaciones no petroleras de Ecuador del 2008 al 2018; cuya variable son las exportaciones no petroleras periodo 2008 - 2018; cuyas dimensiones fueron: principales productos de exportación no petrolera, principales destinos de exportación y la tendencia de las exportaciones no petroleras; con un enfoque cualitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con instrumentos de carácter bibliográfico y documental como también el uso de fuentes secundarias y oficiales como boletines periódicos de instituciones como

Banco Central del Ecuador, Ministerio de Comercio del Exterior, Boletines del Comercio Exterior del Ecuador, Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones (ProEcuador), con el resultado de que los principales productos no petroleros de exportación durante el periodo 2008-2018, se observó que el Banano sigue liderando como el producto que más se exporta y durante 10 años ha tenido una variación pequeña pero positiva del 0.2% , con los camarones se consideró que la industria ha progresado de manera rápida y eficaz, logrando casi igualar al banano en ventas , por consiguiente las flores con un 96%, lo que significa que el sector floricultor ha crecido potencialmente al igual que sus exportaciones a diferentes países , gracias a la calidad y al excelente clima, este sector se ha caracterizado principalmente por ser uno de los sectores más productivos y de gran beneficio para el país, con la principal conclusión, en el Ecuador las exportaciones no petroleros como el Banano , Camarón, Cacao, Flores y Atunes han tenido un crecimiento del 35% muy importante, gracias al incremento de la demanda que han solicitado los países externos , logrando así beneficios para el estado Ecuatoriano. Con respecto a los principales destinos se consideran la Unión Europea y Estados Unidos como los principales importadores de la producción nacional y gracias a ellos se ha impulsado el crecimiento de la producción nacional del país.

Washington (2021), desarrolló la investigación cuyo título; Análisis de la evolución de las exportaciones de camarón ecuatoriano en el periodo 2014 - 2020 hacia el mercado asiático; cuyo objetivo general fue analizar la evolución de las exportaciones de camarón ecuatoriano en el período 2014- 2020 hacía el mercado asiático; cuya variable son las exportaciones de camarón ecuatoriano, con dimensiones como la evolución de las exportaciones de camarón ecuatoriano por su tipo de presentación ya sea fresco o congelado, principales países asiáticos a los

que se exporta el camarón y factores positivos y negativos de la exportación del camarón ecuatoriano; con un enfoque mixto, nivel descriptivo, diseño no experimental, haciendo uso del instrumento revisión documentaria y la ficha documentaria, obteniendo el principal resultado de que las exportaciones de camarón ecuatoriano desde el 2014-2020 han ido aumentando de una manera sostenida y eso ha provocado que el camarón ecuatoriano se haya ubicado como el principal producto de exportaciones tradicionales no petroleras. Además, la participación de las exportaciones de camarón ecuatoriano en general durante los periodos 2014 a 2020, en el mercado asiático, ha ido aumentando y marcando una diferencia muy significativa con los demás mercados del mundo. Sin embargo, debido a factores negativos como la mancha blanca y el Covid-19 las exportaciones del camarón ecuatoriano hacia el mercado asiático fueron suspendidas temporalmente., con la principal conclusión, la cual fue que se determinó que las exportaciones del camarón ecuatoriano hacia el mercado asiático han evolucionado de una manera muy positiva en la economía del país. Por otro lado, se pudieron identificar factores positivos como las ventajas climáticas que el país dispone, su ubicación geográfica, infraestructura física, equipamiento, tecnología, el conocimiento, las capacidades dinámicas, y el talento humano. También, en los factores negativos que se encuentran el virus de la mancha blanca y el COVID-19, ya que se han encontrado empaques que han sido infectados por los virus antes mencionados.

Acuña (2022), desarrolló la investigación cuyo título; Análisis de las exportaciones de piña ecuatoriana durante el periodo 2010 – 2020; cuyo objetivo general fue analizar la evolución de las exportaciones de piña ecuatoriana durante el periodo 2010 – 2020.; cuyas variables fueron la producción de piña, superficie

plantada de piña, rendimiento por hectárea, exportaciones e importaciones, cuyos indicadores fueron Toneladas métricas (TM) de piña producidas a nivel mundial por país, toneladas métricas (TM) de piña producidas a nivel nacional, superficie plantada de piña por (Ha) a nivel nacional e internacional, producción de piñas por Kilogramos por países cultivados en una hectárea de tierra, venta de piña al extranjero expresadas en Toneladas Métricas TM, venta de piña en el mercado internacional por parte de países productores, expresadas en Toneladas Métricas (Tm) y miles de USD FOB, compra de piña al extranjero expresadas en Toneladas Métricas (Tm) y miles de USD FOB, respectivamente; con un enfoque mixto, nivel descriptivo - explicativo, diseño no experimental, con instrumento de revisión documental e investigación bibliográfica basada en recolectar información cuantitativa, a través de portales web como TradeMap e instituciones como el Ministerio de Agricultura y Ganadería, Banco Central del Ecuador y el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, obteniendo el principal resultado que evidencia que desde el año 2013 al 2017, las exportaciones de piña de Ecuador tuvieron una recuperación, con un crecimiento de 51 millones a 83 millones de Tm, para el 2020 hubieron ciertas variaciones cíclicas, debido a la coyuntura que se atravesó en la pandemia, problemas logísticos en el transporte y un mayor control de ingreso de los productos, que ocasionó que las exportaciones tuvieran un decrecimiento, todo ello resultó con un rechazo a la hipótesis planteada, por no tener un crecimiento sostenible, y con la conclusión de que para el año 2020 se tuvo una disminución en la producción de piña en la provincia de Guayas, una de las principales razones de ello, es que los suelos empezaron a ser infestados por plagas que afectan de una manera negativa a los piñales, que a su vez genera mayores costos de mantenimiento, es por ello que los agricultores decidieron sustituir este producto

por otro más resistente como plátano, cacao y caña de azúcar. Igualmente, entre las restricciones de los productores y exportadores de piña, se tiene al exigente control fitosanitario, los aranceles de las maquinas, el incremento de precio de la gasolina y en el caso de los pequeños agricultores, los precios mínimos que ofrecen los intermediarios. Por todo ello, Ecuador disminuyó sus exportaciones hacia Estados Unidos.

Alomoto & Huaca (2019), desarrolló la investigación cuyo título; Análisis comparativo de la oferta exportable de aguacate hass en la CAN hacia España - Unión Europea; cuyo objetivo general fue realizar un estudio comparativo de la oferta exportable de aguacate Hass en la CAN hacia España - Unión Europea; como variables se tienen a la producción, exportaciones, importaciones, tasa de crecimiento, política monetaria, aranceles y desgravación arancelaria; cuyas dimensiones fueron: producción en la Comunidad Andina (CAN), venta internacional, compra nacional, demanda internacional, valor de la moneda (apreciación/devaluación), tarifa Ad Valorem y preferencia arancelaria respectivamente; con un enfoque mixto; nivel correlacional; diseño no experimental, con un instrumento de: Para la investigación cuantitativa, las bases de datos de portales web como el Banco Central del Ecuador y TradeMap, y en el caso de la cualitativa mediante fuentes oficiales revisión de decisiones y resoluciones acerca de las políticas aplicadas con respecto a desgravaciones arancelarias entre los países de la región y la Unión Europea, información recolectada en artículos, estudios realizados con anterioridad, de páginas web, en libros y comunicados, con los principales resultados en los cuales se observa que entre los países estudiados, el Perú muestra una tendencia de crecimiento notable en los periodos 2015 a 2016, Colombia tuvo un crecimiento significativo en el

periodo 2014 - 2015, sin embargo hubo una disminución para el periodo 2017 - 2018, finalmente en Ecuador se tuvo un decrecimiento en ambos periodos estudiados hasta el año 2018, a partir de esta fecha se evidencia que Ecuador logró que la Unión Europea sea uno de sus socios comerciales más importantes, debido a la exportación de petróleo, que le permitió incrementar su oferta exportable. Igualmente, según TradeMap, a nivel de la CAN, Perú lideró en las exportaciones de palta Hass, al igual que Colombia, quien tuvo una mayor participación en el 2018, debido a la suscripción del Acuerdo Multipartes con la Unión Europea., con la principal conclusión de que la notable demanda internacional de palta y el beneficio que se obtuvo con el acuerdo de la Unión Europea incentivó a los productores a cultivar mayores hectáreas de aguacate. Además, es necesario resaltar que, con respecto a los costos de producción como la mano de obra y fertilizantes, el país que posee un costo más elevado es Ecuador.

1.2.2 Caracterización de los sujetos de estudio

Alaminos & Castejón (2006), desarrollaron el libro en el cual señalan que: El muestreo de conveniencia es también llamado fortuito o accidental. Consiste, simplemente, en que el investigador selecciona los casos que están más disponibles. Es un muestreo fácil, rápido y barato, pero los resultados que se obtengan no pueden generalizarse más allá de los individuos que componen la muestra. Un ejemplo de esto es cuando una emisora de radio o tv. pide la opinión sobre algo a los individuos que va seleccionando en la calle. Ese tipo de muestreo de conveniencia no permite ninguna inferencia sobre la población, y las conclusiones deben de referirse exclusivamente sobre la misma muestra (p.46).

La tesis tuvo como sujetos de estudio a las 10 principales empresas exportadoras de Perú y Chile, según la plataforma Veritrade; dichas empresas han realizado exportaciones de productos como el pisco.

De la misma manera se seleccionó a las empresas por tener un mayor volumen de registros de exportación de pisco en los mercados internacionales y por contar con todas las formalidades respectivas.

Tabla 1

Principales empresas peruanas exportadoras de “Pisco”, según la Partida arancelaria 2208.20.21.00, que da denominación de la misma

Exportadores (todos)	Registros	Total US\$ FOB	%	Total/L	US\$/L
Bodega San Isidro S.R.L.	306	5,183,640	14,55%	654,497	7,920
Destilería La Caravedo	579	5,161,308	14,49%	584,079	8,837
Viña Tacama S.A.	381	3,775,594	10,60%	552,218	6,837
Bodega San Nicolas.	415	3,349,183	10,25%	458,800	7,954
Bodegas y Viñedos	532	2,703,689	7,59%	409,954	6,595
Santiago Queirolo S.A.C.	551	2,423,527	6,80%	431,109	5,622
Macchu Pisco S.A.C.	110	1,803,836	5,06%	180,443	9,997
Destilería Nacional S.R.L	111	1,418,733	3,98%	177,528	7,992
Viña Ocucaje S.A	189	1,299,418	3,65%	376,854	3,448
Bodegas Don Luis Sociedad	178	1,209,983	3,40%	143,506	8,432
Totales	4983	35,615,099	100.00%	7,538,436	

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2023).

Tabla 2

Principales empresas exportadoras de Chile, según la partida arancelaria 22.08.20.10 con la denominación “Aguardiente de vino o de orujo de uva (pisco y similares)”

Exportadores (todos)	Registros	Total, US\$ FOB	%	Total/L	US\$/L
Coop Agrícola Pisquera El Qui	357	3,836,462	38.41%	706,360	5.431
CIA Pisquera de Chile S.A	258	2,180,583	21.83%	342,618	6.364
SOC Vinicola Miguel Torres SA	284	1,567,785	15.70%	168,870	9.284
X	205	1,375,193	13.77%	218,825	6.284
Pisquera Tulahuen Ltda	22	512,729	5.13%	28,329	18.099
Aba Distil Sociedad Por	9	142,258	1.42%	22,041	6.454
Soc Agricola Hacienda Mal II.	13	96,645	0.97%	16,854	5.734
Marnier Lapostolle Chile SPA	41	86,213	0.86%	6,218	13.888
Rau Eduardo Savastano EIRL	1	62,244	0.62%	49,400	1.260
Comercial FH Engels	3	39,032	0.39%	7,506	5.200
Totales	1,260	9,987,137	100.00%	1,584,241	

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2023).

Se realizó la búsqueda de las empresas exportadoras de Chile con la partida arancelaria 22082010, debido a la disputa de denominación de origen que tuvo el producto “Pisco” con el Perú, en donde este producto tiene como denominación en Chile “Aguardiente de vino o de Orujo de uvas”.

1.2.3 Caracterización del problema

Según Fajardo (2017), el pisco es un motivo de disputa entre chilenos y peruanos. Entre los factores que generan rivalidad entre chilenos y peruanos, hay que empezar por un hecho irrefutable, en donde el pisco peruano se vende mucho más en el exterior en donde llegaron a 44 países y obtuvieron créditos por poco más de US\$8 millones mientras el pisco chileno vendió cerca de US\$2,9 millones.

De acuerdo a ADEX (2022), las exportaciones de pisco crecieron un 87% entre enero y mayo de 2022 y sumó USD 3 millones 894 mil, logrando un crecimiento de 87% respecto al mismo periodo del 2021, manteniendo un mercado líder en Estados Unidos.

Según el PortalPortuario (2023), la exportación de pisco creció 44% durante los primeros once meses del 2022 donde la bebida de bandera del Perú, sumó US\$ 9.2 millones entre enero y noviembre del 2022, un crecimiento en 44% en comparación al mismo periodo del 2021.

Las exportaciones peruanas, según declaraciones de la Cancillería local a AméricaEconomía, han mantenido un crecimiento sostenido en los últimos cinco años, promediando alrededor de US\$ 7 millones anuales y con países como Japón, Corea del Sur y China entre los 20 primeros destinos de exportación.

De acuerdo a la Agencia Agraria de Noticias (AAN) (2017), durante el primer semestre del año la exportación de aguardiente de uva registró un crecimiento de 33% en comparación con el mismo periodo del 2016. Así, los envíos totalizaron US\$ 1.64 millones. Las cifras de la Asociación de Exportadores (ADEX), indican que los envíos del licor de bandera peruano aún se encuentran por encima de los del aguardiente chileno.

Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA) (2021), mencionó que la exportación de Pisco en Chile, ha tenido un importante crecimiento en los últimos años, tanto en el volumen como en el valor que le permitió elevar sus exportaciones, se pone énfasis en que, mejorando la calidad, presentación y promoción, se incrementará el consumo a nivel nacional e internacional.

Paul (2021), mencionó que la disputa constante entre Chile y Perú, por la denominación del pisco. Perú no accedió a que ambos países tengan la misma denominación de origen, una de las razones es la diferencia en la consistencia de esta bebida. Ello desencadenó que Chile tenga problemas para vender su producto en el mercado internacional, un ejemplo de ello es que no pueden acceder a India, el cual es un mercado emergente, con unas altas posibilidades de crecimiento.

Según diario Gestión (2020), el COVID-19, influyó de manera negativa en las ventas y exportaciones peruanas de Pisco, debido a la suspensión de ventas en hoteles, restaurantes, eventos sociales, entre otros. Igualmente hubo una disminución en las exportaciones de 6.18 millones a 1.65 millones de US\$.

Tello (2009), el pisco enfrentó diferentes desafíos en el mercado internacional como: la industria integra en un gran número de productores y los productos variados. Igualmente, problemas como la coordinación entre los actores que participan en la producción del pisco.

De acuerdo con BBC News Mundo (2017), se mencionó que: El pisco es un motivo de disputa entre chilenos y peruanos. Entre los factores que generan rivalidad entre chilenos y peruanos, el pisco es un tema importante. En primer lugar, hay quienes dicen que se trata de productos distintos, no necesariamente comparables. "El gobierno de Estados Unidos los clasifica en las estadísticas como productos diferentes". La verdad es que, al aplicarse las frías cifras del mercado a esta polémica caliente, algunas dudas quedan resueltas y otras no tanto. Hay que empezar por un hecho irrefutable. El pisco peruano se vende mucho más en el exterior. En 2016, las exportaciones de pisco peruano llegaron a 44 países y obtuvieron réditos por poco más de US\$8 millones, según cifras de Adex, la Asociación de Exportadores de Perú. En cambio, el pisco chileno vendió cerca de US\$2,9 millones en 2016. En 2017 la tendencia es a reducir

un poco la brecha, pero manteniendo la ventaja peruana. Según datos de ProChile, la agencia de promoción comercial chilena, citados en la prensa de ese país, entre enero y mayo de 2017 Chile exportó cerca de US\$1,4 millones, un alza de 54% frente al mismo periodo en 2017, mientras que Perú vendió en el exterior en ese mismo periodo US\$2,9 millones en pisco. De modo que las exportaciones peruanas de pisco por lo menos doblan a las de Chile.

En términos de Portal Portuario (2022), se puso a detalle que: Las exportaciones de pisco crecieron un 87% entre enero y mayo de 2022 y sumó USD 3 millones 894 mil, logrando un crecimiento de 87% respecto al mismo periodo del 2021, cuando el monto ascendió a USD 2 millones 088 mil, según reportó la Gerencia de Agroexportaciones de la Asociación de Exportadores (ADEX). La presidenta del Comité de Pisco del gremio, Carmen Robatty de Moquillaza, detalló que Estados Unidos se mantiene como el mercado líder (USD 1 millón 645 mil) al lograr un crecimiento de 28% y concentrar el 42% del total. Según cifras del sistema de Inteligencia Comercial ADEX Data Trade, el segundo destino fue España (USD 419 mil 765) con un incremento de 231% y Países Bajos (USD 365 mil 502) con un alza de 82%, seguidos por Bélgica, Francia, Reino Unido, Colombia, Italia y Argentina. En total fueron 31 mercados a los cuales llegó el producto producido en el Perú, algunos de ellos muy lejanos a los que ya se está despachando por monto menores, siendo el caso de Taiwán (USD 56 mil 678), Emirato Árabes Unidos (USD 53 mil 112), China (USD 34 mil 458) y Letonia (USD 5 mil 051), entre otros.

Según el diario Gestión (2023), mencionó que las exportaciones de pisco han tenido un crecimiento: Tuvo un 44% de crecimiento durante los primeros once meses del 2022, donde la bebida de bandera del Perú, sumó US\$ 9.2 millones entre enero y noviembre del 2022, un crecimiento en 44% en comparación al mismo periodo del

2021, informó la presidenta del Comité de Pisco de la Asociación de Exportadores (ADEX), Carmen Robatty de Moquillaza. La bebida llegó principalmente a Estados Unidos (US\$ 3 millones 890 mil) con una participación del 42% y un alza de 15%. En el segundo puesto se ubicó España con US\$ 979 mil 499, una concentración del 11% y un ascenso del 37%. Completaron el *top ten* Países Bajos (US\$ 868 mil 669) con una representación de 9% y un incremento de 74%. Asimismo, resaltaron Bélgica, Francia, Reino Unido, Colombia, Alemania, Canadá y Ecuador.

Según América Economía (2021), se mencionó acerca de la disputa constante entre Chile y Perú por el destilado de uva: La disputa entre Chile y Perú ha tenido una duración de varias décadas, una de estas razones es que la Corte de Apelaciones de Tailandia dio un veredicto a favor de Chile, en donde se hizo el reconocimiento de origen Pisco de Chile. “De esta forma, la justicia tailandesa acogió los argumentos de la organización Pisco Chile A.G., confirmando el registro de la indicación geográfica solicitada en esa nación por la propia asociación chilena”. Sin embargo, a pesar de esta determinación, no hubo un cambio en las estrategias de Chile y Perú, para las exportaciones de esta bebida, ya que según Prom Perú, esta bebida espirituosa se promocionará en más de 20 actividades, para logre un buen posicionamiento en el mercado internacional para así crear mejores condiciones en las negociaciones. Igualmente, Chile y Perú calientan motores para la promoción de sus piscos en Asia, Las exportaciones peruanas, según declaraciones de la Cancillería local a América Economía, han mantenido un crecimiento sostenido en los últimos cinco años, promediando alrededor de US\$ 7 millones anuales y con países como Japón, Corea del Sur y China entre los 20 primeros destinos de exportación. En 2020, sin embargo, los envíos sufrieron una disminución por la contracción del consumo mundial debido

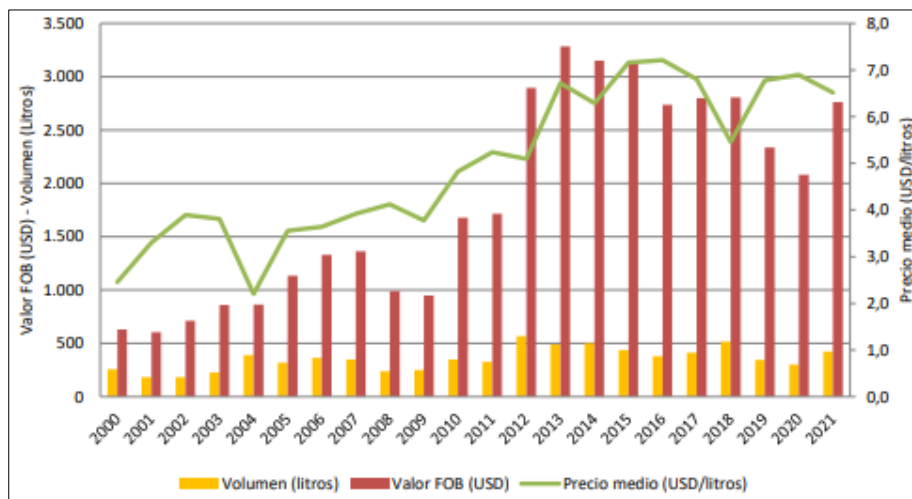
a la pandemia del COVID-19. Del mismo modo, el mercado asiático sigue siendo un destino más que interesante para los productores chilenos de pisco.

De acuerdo con Agencia Agraria de Noticias (2017), se dio a conocer que: Durante el primer semestre del año la exportación de aguardiente de uva (el llamado pisco chileno en el país del sur) registró un crecimiento de 33% en comparación con el mismo periodo del 2016. Así, los envíos totalizaron US\$ 1.64 millones. Las cifras de la Asociación de Exportadores (ADEX), indican que los envíos del licor de bandera peruano aún se encuentran por encima de los del aguardiente chileno. De acuerdo con el gremio, durante los primeros seis meses del año se exportaron casi US\$ 3.4 millones de pisco. Sin embargo, ello representó una caída del 14.2% respecto del mismo periodo del 2016. Los tres principales mercados a los que se dirigió la bebida peruana y que concentraron el 69% del total fueron: Estados Unidos, Chile y España. El primero redujo su demanda en -17.9%, el segundo en -15.6%, y el tercero en -28.8%. En declaraciones a El Mercurio, el representante de la Asociación de Productores de Pisco de Chile, Claudio Escobar, señaló que “el caso del Perú, debido al tratamiento que le ha dado a su producto al amparo de la Denominación de Origen, el Estado ha priorizado este destilado y lo ha elevado a una categoría especial de producto patrimonial, lo cual en la práctica implica que ellos invierten casi diez veces más recursos en la promoción internacional”.

En término de Buzzetti (2022), se mencionó la evolución de las exportaciones de Pisco: Las exportaciones de pisco en Chile, según la partida arancelaria 22082010, han tenido un crecimiento notable. En los años 2000 se tuvo una exportación de 257.180 litros con un total de USD 631.9mil, a partir de ello han logrado un aumento del 60% en volumen y 343% en valores. Este crecimiento en la exportación es

consecuencia de la estrategia que impulsó durante los últimos años la Asociación Gremial Pisco Chile.

Figura 1
Evolución de las exportaciones de Chile



Nota: Extraído de la plataforma Odepa, con base en antecedentes del servicio Nacional de Aduanas (2022).

Igualmente, en el año 2021 los principales países importadores, según el valor total de exportación fueron Estados Unidos, Alemania, China, Canadá y España.

Tabla 3
Exportaciones de pisco y similares por país de destino

País	Volumen (miles de litros)				Valor (miles de USD FOB)				Ppnt.21 (%)
	2019	2020	2021	var. 21/20 (%)	2019	2020	2021	var. 21/20 (%)	
Estados Unidos	124,4	74,8	135,4	80,9	742,8	492,4	628,6	27,7	22,8
Alemania	35,9	41,5	82,1	98,1	185,8	224,0	478,7	113,7	17,3
China	15,2	27,4	33,6	22,6	124,3	149,7	343,4	129,4	12,4
Canadá	32,4	31,4	38,7	23	251,1	238,7	280,5	17,5	10,2
España	14,1	7,1	28,9	307,8	143,4	74,1	219,7	196,6	8
Francia	10,9	6,3	11,7	85,5	143,3	125,7	157,7	25,5	5,7
Australia	8,7	31,7	17,3	-45,5	40,5	264,0	94,8	-64,1	3,4
Reino Unido	7,1	11,9	7,2	-39,4	48,7	65,3	60,3	-7,6	2,2
Rusia	3,1	1,3	5,8	361,5	22,0	10,5	44, 2	320,9	1,6
Hong Kong	1,6	1,8	5,4	55,7	14,5	15,6	43,5	179,4	1,6
Sub-total	253,2	235,1	366,1	-13	1.716,5	1.659,9	2.351,4	41,7	85,1
Otros Países	91,5	66,4	57,8	40,6	621,3	420,3	411,2	-2,2	14,9
Total	344,7	301,5	423,9	207,5	2.337,8	2.080,2	2.762,6	32,8	100

Nota: Extraído de la plataforma Odepa con información del Servicio Nacional de Aduanas (2022)

De acuerdo con BBC News Mundo (2019), mencionó lo siguiente: Entre Chile y Perú se mantuvo una “guerra comercial”, debido a que Perú rechazó la proposición de Chile sobre la denominación de los orígenes del pisco en el mercado internacional. Se detalla que el ministro de Agricultura de Chile, Antonio Walker, propuso que el comúnmente llamado “Aguardiente de Chile”, sea considerado con el nombre de pisco, sin embargo, el ministro de cultura Rogers Valencia, rechazó ello, debido a que no se encontraba dentro de la normativa del Perú.

En términos del diario Gestión (2020), se mencionó acerca de la disminución de ventas y exportaciones de pisco debido a la crisis del Covid-19: La tradicional

bebida del Perú, con una creación de más de 400 años, ha afrontado un impacto negativo en sus ventas y exportaciones, como consecuencia de la pandemia del coronavirus Covid-19, las razones de ello son la suspensión de las ventas de pisco a hoteles, restaurantes, eventos sociales, tiendas, caídas en las exportaciones, lo cual desencadenó que se redujeran los ingresos y la inversión de los productores. Se observa que, en el año 2019, las exportaciones de pisco eran de 6.88 millones, es decir un 18% mayor al año 2018; sin embargo, en el primer semestre de 2020, solamente se llegó a los US\$1.65 millones, según Promperú.

Según Tello (2009), dio a conocer acerca de la industria del Pisco: La producción de las bebidas espirituosas, las cuales se obtienen por destilación y contienen un alto grado de alcohol, tiene una larga tradición en la historia de la humanidad (Díaz Blue, 2004; Lichine, 1998). Por el proceso utilizado para su obtención, ellas son clasificadas como aguardientes” (p.72).

Una de estas bebidas espirituosas es el Pisco, producto elaborado en el Perú, igualmente en el mercado internacional, existe otra bebida espirituosa que es admitida como Pisco; Chile desde el año 1985 reconoce y ha comercializado el aguardiente de vino con el nombre de Pisco. Ello generó que Perú solicite la inscripción del producto en el arreglo de Lisboa para la protección de denominantes de origen y su registro internacional.

Además, señala la importancia del mercado vitivinícola mundial en la actualidad, en el cual se consideran que el pisco presenta diferentes desafíos que debe afrontar. Si bien, esta bebida espirituosa tiene perspectivas de crecimientos altas, posee diferentes retos que debe superar. La industria genera un gran número de pequeños productores y de productos heterogéneos, ella enfrenta una baja productividad y la ausencia de estrategias de marketing eficaces.

1.3 Formulación del problema

1.3.1 Problema general

¿Cuál es la situación en la evolución de las exportaciones de pisco de Perú y Chile, en los periodos 2018 al 2022?

1.4 Propósitos de la investigación

1.4.1 Propósito general

Establecer el análisis comparativo de la evolución de las exportaciones de pisco de Perú y Chile, en los periodos 2018 al 2022.

1.5 Justificación de la investigación

1.5.1 Justificación teórica

La tesis motivo realizar el análisis comparativo de la evolución de las exportaciones de pisco de Perú y Chile, de las principales empresas exportadoras de ambos países, de tal manera se realizó un análisis a través de la contrastación de información entre libros, artículos, revistas y herramientas de inteligencia de Negocios Internacionales como Trade Map, Veritrade, Datos Macro, Doing Bussines y también instituciones gubernamentales como MINCETUR, MINAGRI, ODEPA, PROMPERÚ, entre otras, y en el caso del Chile, se utilizará también la información de las principales entidades similares al del Perú. Generando así data informativa las cuales podrán ser sustentadas e incorporadas en el ámbito de la investigación y posteriores estudios.

1.5.2 Justificación practica

La tesis buscó establecer un análisis exhaustivo de la evolución de las exportaciones de pisco de Perú y Chile entre el periodo de 2018-2022, lo cual

permitirá tener una premisa como base informativa para una mejor toma de decisiones de los investigadores, productores y exportadores del sector vitivinícola, que brindará soporte para una buena gestión en el mercado internacional, y evitar futuros errores en este.

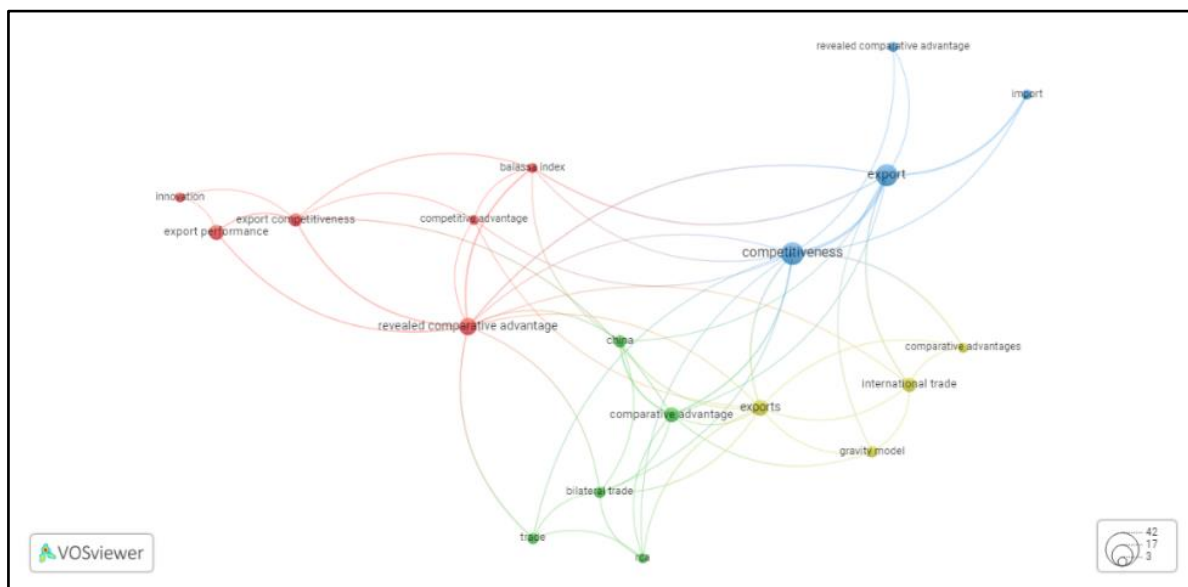
Capítulo II: Estado del arte

2.1. Revisión literaria

En el capítulo II, se establecieron los términos por medio de un análisis bibliométrico, el cual tuvo el siguiente procedimiento; a través de la plataforma Scopus, se realizó la búsqueda específica del tema de investigación, a partir de ello se obtuvo un universo de 1500 archivos, se realizó el primer filtro para validar libros y artículos relacionados específicamente al tema de “Análisis comparativo de las exportaciones”, por ende la base de datos se redujo a 341 archivos, de los cuales en el segundo filtro exhaustivo de los libros y artículos, se determinaron 143 documentos finales, los cuales fueron exportados en el formato csv. Finalmente, en conjunto con la herramienta software VosViewer, se obtuvieron los términos para regirnos en el sustento de la revisión literaria con mejor precisión en el tema y estudio a tratar.

Figura 2

Principales términos referentes al “Análisis comparativo de las exportaciones”



Nota: Extraído del Software VOSviewer 1.6.19 (2023).

Los términos obtenidos de esta herramienta software ha permitido construir y detallar redes bibliométricas correspondientes al “Análisis comparativo de las

exportaciones” para ello se ha jerarquizado de la siguiente manera; se obtuvieron tres principales términos, el primero competitividad, ventaja comparativa revelada y ventaja comparativa. Del primer término competitividad tuvo las siguientes ramas las cuales son exportar e importar, del segundo término de ventaja comparativa revelada se obtuvieron las siguientes ramas que son ventaja competitiva, índice balassa, competitividad exportadora, rendimiento exportador e innovación y finalmente el tercer término de la ventaja comparativa se obtuvieron las ramas de comercio y comercio bilateral; dicha información ha permitido estructurar de manera general terminologías para tener un mayor alcance en el ámbito teórico, además de información complementaria para la investigación.

2.1.1. Términos obtenidos según el análisis bibliométrico

a. Comercio Internacional

En términos de Landin (2018), indicó que:

“El comercio internacional es el intercambio que se realiza entre dos o más países, está integrada por las actividades de importación y de exportación que al aplicarse una diferencia se obtiene la balanza comercial, el cual permiten determinar si existe un superávit o déficit al desarrollarse la comercialización de bienes y servicios desde una nación hacia el resto del mundo” (p.101).

“El comercio internacional es esencial para todos los países, pues mediante este proceso se realizan una serie de operaciones que permiten, a través de las importaciones contar con suministros de materias primas, insumos, bienes de capital, artículos de consumo (ropa, zapatos), servicios (marítimos, aéreos), entre otros, que facilitan los requerimientos de la sociedad, en consecuencia, generan la salida de divisas, que en un momento dado se evidencia resultados en la balanza de

pagos. Por el contrario, las exportaciones que tienen como fundamento el envío de productos primarios” (p. 103).

De acuerdo con Lerma & Márquez (2010) , ha afirmado lo siguiente:

“El comercio internacional, comprende tanto a la exportación, que corresponde a la venta de los productos (bienes y servicios) originarios de un país a clientes situados en otro país, como la importación, que es la compra de bienes o servicios a un proveedor originario de un país distinto al comprador” (p.7).

Según Huesca (2012), señaló que:

“El comercio internacional reviste una gran importancia debido al movimiento que genera dentro de la economía local, regional y mundial; por cada transacción que se realice más de un sector se ve beneficiado, al generar un efecto en cascada desde la producción, la comercialización, el traslado, el aseguramiento de mercancías, la nacionalización de las mismas, y un sinnúmero de actores económicos involucrados.

Desde otra perspectiva, el comercio internacional, permitió contar con avances tecnológicos, que de otra manera muchos países no serían capaces de generar en el corto plazo, o que incluso por su situación geográfica o económica ni siquiera podrían producirlos.

Por otra parte, para los productores de bienes, el campo de comercialización se expande, conduciéndonos a una competencia, donde, el consumidor final se ve beneficiado al contar con un sinnúmero de alternativas para satisfacer sus necesidades.

En esencia el intercambio de bienes, servicios y conocimientos entre las naciones que integran el planeta, son una fuerza que permite el desarrollo económico, y promueve el bienestar de las naciones y de su población, que bienes

que se comercializan están constituidos por bienes terminados, intermedios, que sirven para elaborar otros productos y materias primas” (p.15).

Igualmente, según Bustillo (2009), el comercio internacional:

“El denominado comercio internacional o comercio exterior consiste en un intercambio ordinario, generalmente de productos a cambio de dinero, con la característica diferencial de que para poder realizar el intercambio se ha de atravesar una “frontera”. Como frontera se conoce tradicionalmente la aduana, límite geográfico a través del cual cada estado pretende controlar o dificultar la entrada o salida de productos. No obstante, también se ha de mencionar otra clase de obstáculos distintos de las aduanas: por ejemplo, aunque los bienes comercializados no tengan que pasar por una aduana o no deben pagar al menos derechos arancelarios en virtud de un tratado de libre comercio suscrito con el país de donde son originarias las mercancías, los suministradores pueden estar de las preceptivas en el país de origen de las mercancías. También se suelen establecer controles sanitarios a los productos alimenticios, los cuales con la excusa de proteger la salud de los consumidores se emplean con frecuencia para frenar el acceso al mercado doméstico de determinados productos extranjeros” (p.11).

b. Competitividad

De acuerdo con Porter (2015), mencionó que la competitividad:

“Determina el éxito o fracaso de las empresas. También establece la conveniencia de las actividades que favorecen su desempeño como innovaciones, una cultura cohesiva o una adecuada implementación. La estrategia coadyuva en la búsqueda de una posición favorable dentro de una industria, escenario fundamental donde se lleva a cabo la competencia. Su finalidad es lograr que la empresa alcance

una posición rentable y sustentable tomando en cuenta a las fuerzas que rigen la competencia en la industria” (p.41).

En términos de Lerma & Márquez (2010), indicaron que la competitividad:

“En términos comerciales significa la posibilidad de triunfar sobre otros oferentes cuando, al confrontar los productos sustitutos, se tiene alta probabilidad de salir favorecidos por la compra del consumidor. La competitividad en el ámbito del comercio exterior depende de condiciones que están presentes en los siguientes dos niveles:

- Macroestructural: Comprende las condiciones básicas y generales del país o región, necesarias para que las empresas operen con eficiencia.
- Microestructural: Condiciones a nivel empresa y producto que pueden hacer que la mercancía se desplace exitosamente en los mercados meta” (p.38).

De acuerdo con Mathews (2009), ha afirmado lo siguiente:

“La productividad depende tanto del valor de los productos y servicios de un país -medido por los precios que se pagan por ellos en el mercado- como por la eficiencia con la que pueden producirse. Mientras más competitivo sea un país, mejor nivel de vida para todos sus ciudadanos. Por eso, el gran reto para todos los países es cómo mejorar permanentemente en la carrera por la competitividad.

Las circunstancias macroeconómicas, políticas, jurídicas y sociales que sostienen a una economía en crecimiento, como es el caso del Perú, contribuyen a una economía saludable. Si aspiramos a lograr desarrollo económico que se traduzca en bienestar y calidad de vida para los ciudadanos, estas circunstancias a las que hacemos referencia son una condición necesaria pero no suficiente. Se

requiere generación de riqueza a través de la continua mejora de la competitividad, en los ámbitos de la vida nacional, empresarial e individual.

A nivel institucional/empresarial, se define la competitividad como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve. Los mercados cambian, las exigencias de los consumidores también cambian y, por eso, es clave que la empresa se adapte permanentemente a estos cambios, a fin de mantener o mejorar sus niveles de competitividad.

A nivel de los individuos, igualmente es aplicable el concepto de competitividad, pues el ser competitivo significa tener características particulares como valores, formación, capacidades gerenciales y otros, que posibilitan que algunos sean escogidos entre muchas opciones, en el mercado laboral, académico, etc.” (p.13).

c. Ventaja competitiva

En términos de Porter (2015), indicó que la competitividad:

“La ventaja competitiva nace del valor que una empresa logra crear para sus clientes, el cual supera los costos de ello. El valor es lo que la gente está dispuesta a pagar, y el valor superior se obtiene al ofrecer precios más bajos que la competencia por beneficios equivalentes o al brindar algo especial que compense con crecer un mayor precio. Existen dos tipos principales de ventaja competitiva: El liderazgo en costos y la diferenciación” (p.43).

De acuerdo con Robins & Coulter (2014), ha afirmado lo siguiente:

“Para desarrollar una estrategia competitiva eficaz, es preciso comprender que es la ventaja competitiva, es decir, aquello que distingue a una organización respecto a las demás, su sello distintivo. Es rasgo definitorio puede derivar de las competencias fundamentales de la organización, las cuales le permiten hacer algo que el resto no puede o hacerlo mejor que todas las demás.

La ventaja competitiva también puede ser consecuencia de los recursos de la empresa, ya que esta cuenta con algo de lo que carecen sus competidores.

Acerca del sostenimiento de la ventaja competitiva:

Todas las organizaciones cuentan con recursos (activos) y capacidades (cómo se lleva a cabo el trabajo). Entonces, ¿Qué es lo que hace que algunas de ellas sean más exitosas que otras? La respuesta es que no todas las organizaciones son capaces de explotar sus recursos con eficacia ni de desarrollar sus competencias clave de forma que puedan generar una ventaja competitiva. Por otro lado, crear una ventaja competitiva no lo es todo: la organización debe ser capaz de sostenerla, a pesar de las acciones que emprenda la competencia y sin importar los cambios evolutivos que se den en la industria” (pp. 248-249).

Desde el punto de vista de Hitt, Ireland, & Hoskisson (2008), la ventaja competitiva:

“Una empresa logra la competitividad estratégica cuando tiene éxito en formular e implementar una estrategia que crea valor. Una estrategia es un conjunto de compromisos y acciones, integrados y coordinados, diseñados para explotar las competencias centrales y lograr una ventaja competitiva. Cuando las empresas se deciden por una estrategia deben elegir de entre distintas alternativas. En este

sentido, la estrategia que elige una empresa indica lo que pretende hacer y lo que no tiene intención de hacer. Una empresa goza de una ventaja competitiva cuando implementa una estrategia que sus competidores no pueden copiar o cuya imitación les resultaría demasiado costosa” (p.4).

d. Ventaja comparativa revelada

En términos de Arias & Segura (2004), se indica que la ventaja comparativa revelada:

“Son indicadores prácticos para determinar, en forma indirecta, las ventajas comparativas que tiene un país. Esto tiene como propósitos generales procurar una asignación más eficiente de los recursos escasos de que dispone un país, ampliar el intercambio comercial en un ambiente de mayor apertura, buscar la especialización en actividades más rentables y con mayor valor agregado y evaluar el desempeño productivo y comercial que ha tenido el país en un período dado, todo esto con el fin último de mejorar el bienestar general de toda una nación” (p.1).

De acuerdo con Heredia & Huarachi (2009) , ha afirmado lo siguiente:

“La ventaja de su aplicación radica en que usa información del comercio internacional para determinar el grado de competitividad que tiene un producto de un país determinado. Balassa (1965) acuñó el término de «índice de ventaja comparativa revelada» (IVCR) con el fin de indicar que las ventajas comparativas entre naciones pueden ser reveladas por el flujo del comercio de mercancías, por cuanto el intercambio real de bienes refleja los costos relativos y también las diferencias que existen entre los países, no necesariamente por factores de mercado” (p. 38).

Así también se tiene lo establecido por Valenciano et al. (2002), quien mencionó que la ventaja comparativa revelada:

“Una forma de evaluar la ventaja comparativa de un país es estudiando sus estadísticas de comercio exterior. Varios autores han usado datos sobre comercio para medir la ventaja comparativa; sin embargo, Balassa fue el primero en llamar a este tipo de análisis ventaja comparativa revelada. Balassa acuñó el término con el fin de indicar que las ventajas comparativas entre naciones pueden ser reveladas por el flujo del comercio de mercancías, dado que el intercambio real de bienes refleja costos relativos y también diferencias entre los países por factores que no son necesariamente de mercado” (p.51).

e. Modelo de gravedad

De acuerdo con López & Muñoz (2008), el modelo de gravedad es:

“Un análisis empírico de los patrones de comercio, y en su forma básica sostienen que el volumen del comercio bilateral es proporcional al tamaño del ingreso de los dos países e inversamente proporcional a la distancia entre ellos. El modelo de gravedad según Krugman “ayuda a hacerse una idea sobre el valor del comercio entre cualquier par de países y también arroja luz sobre los obstáculos que siguen limitando al comercio internacional”. El planteamiento de distintas hipótesis explica las especificaciones de la ecuación gravitacional que se pueden encontrar en la bibliografía y los resultados que se han obtenido a partir de ellas, muchas con el objeto de hallar las causas del llamado missing trade (comercio perdido). En particular, estos modelos han sido ampliamente utilizados en la bibliografía sobre acuerdos preferenciales y uniones monetarias” (p.804).

Desde la perspectiva de Krugman, Obstfeld, & Melitz (2016), el modelo de gravedad es:

“Al analizar el comercio mundial en su conjunto, los economistas han descubierto una ecuación que predice con bastante precisión el volumen de comercio entre dos países cualesquiera:

$$T_{ij} = A \times Y_i \times Y_j / D_{ij}, \quad (1)$$

Donde A es una constante, T_{ij} es el valor del comercio entre el país i y el país j, Y_i es el PIB del país i, Y_j es el PIB del país j y D_{ij} es la distancia entre los dos países. Es decir, el valor del comercio entre dos países cualesquiera es proporcional, si todo lo demás permanece igual, al producto de los PIB de los dos países, y disminuye con la distancia entre ambos. Una ecuación como la (1) se conoce como el modelo de gravedad del comercio mundial. La razón de este nombre es la analogía con la ley de la gravedad de Newton: al igual que la atracción de la gravedad entre dos objetos cualesquiera es proporcional al producto de sus masas y disminuye con la distancia, el comercio entre dos países cualesquiera es, si todo lo demás permanece constante, proporcional al producto de sus PIB y disminuye con la distancia” (p.11).

Para Avila (2017), el modelo de gravedad:

“Es actualmente una de las relaciones teóricas más utilizadas por la literatura económica para evaluar y cuantificar el impacto que tiene el comercio exterior entre dos entidades geográficas. Tiene su origen en la ley de la gravitación universal formulada por Newton en 1687, la cual afirma que la fuerza de atracción entre dos objetos i y j vienen dada por:

$$F_{ij} = \frac{M_i M_j}{D_{ij}^2}$$

Donde las variables están definidas como: F_{ij} es la fuerza de atracción, M_i y M_j representan las masas de los objetos, D_{ij} es la distancia que separa los objetos, G es una constante gravitacional. En analogía con la Ley de gravedad la cual formula que la fuerza de atracción entre dos cuerpos depende del valor del producto de sus masas y del cuadrado de la distancia que los separa, el comercio entre dos países cualquiera (*ceteris paribus*) depende del tamaño de sus respectivas economías medido frecuentemente por el producto interno y/o la población y la distancia entre ellos, esta última asociada a los costos de transporte o lejanía física” (pp.92-93).

f. Índice Balassa

De acuerdo con Durán & Alvarez (2008), mencionó que el índice Balassa:

“Es un indicador que forma parte de la familia de índices de VCR, y mide el grado de importancia de un producto dentro de las exportaciones de un mercado a otro mercado, versus la importancia de las exportaciones del mismo producto en las exportaciones del mismo producto hacia el mundo. En la literatura este índice también se conoce como IVCR de las exportaciones” (p.24).

Desde la perspectiva de Montoya et al. (2016), mencionó que el índice Balassa:

“Compara la participación de las exportaciones de un producto o sector o grupo de productos en un país, con la participación de las exportaciones de ese mismo producto, sector o grupo de productos, en el comercio a analizar, sea mundial, regional o de un solo país. En pocas palabras, si la participación de

mercado en un producto específico supera su participación de mercado global, estamos frente a una ventaja comparativa del país en particular con su producto” (p.58).

De acuerdo con López & Cedillo (2021), ha afirmado lo siguiente:

“Para este estudio, se aplicará el índice de ventaja comparativa revelada, también conocido como “índice de Balassa” (IB), “compara la participación de un producto exportado por un país hacia un mercado, tomando como referencia las exportaciones del mismo sector realizado por un grupo de países competidores”. El índice de VCR se aplica para estudiar las ventajas comparativas de las exportaciones de un producto o una industria que son enviadas a los socios comerciales. La metodología compara el valor monetario de las exportaciones de un país con las importaciones del mismo producto que provienen desde los socios comerciales, la comparación se puede realizar con un solo país o bien, con un bloque económico o región” (p.40).

g. Políticas monetarias

De acuerdo a Echevarry (2017), las políticas monetarias:

“Son las diferentes estrategias o formas que tienen los países para incursionar en el mercado mundial y al mismo tiempo las estrategias o maneras de defenderse del mercado mundial, cuando ven amenazadas sus industrias nacionales. Cada país adapta las estrategias que considere mejor para su población. Y cuando estamos hablando de población hay que hacer distinción en tres grandes grupos con diferentes intereses y necesidades: 1. Consumidores. 2. Productores. 3. Empleados” (p.15).

Según Goode (2021), se mencionó que las políticas monetarias son:

“Marco completo de leyes, reglamentos, acuerdos internacionales y posiciones de negociación que adoptan los Gobiernos con miras a obtener para las empresas nacionales un acceso a los mercados vinculante desde un punto de vista jurídico. La política comercial también trata de desarrollar normas que ofrezcan previsibilidad y seguridad a las empresas” (p.423).

h. Demanda

Desde la perspectiva de Guzmán et al. (2011):

“El factor más importante para una empresa es la rentabilidad con base en la demanda de sus productos o servicios ya que es la razón de ser. La empresa no funcionará de manera provechosa si no existe o se pueda crear una demanda. La demanda juega un papel muy importante y crítico que determina la eficacia y eficiencia reflejadas en la rentabilidad de una empresa” (p.37).

i. Tarifa Advalorem

Según Huamán (2018), se mencionó que la tarifa Advalorem:

“Derecho arancelario por excelencia que grava la importación de las mercancías. Siendo las tasas impositivas de 0 %, 4 %, 6 % y 11 %, según la subpartida nacional, dicho porcentaje se aplica sobre la base imponible, determinada según el acuerdo del valor de la OMC.” (p.276).

j. Valor de la moneda

Según Smith (1996), el valor de la moneda:

“Todos los miembros de esta sociedad viven del intercambio y, en esta medida, todos son considerados comerciantes. Cada uno de ellos vive la

experiencia del intercambio, la experiencia del valor. Esta experiencia pasa por los precios nominales expresados en términos monetarios. Este precio hace referencia a una unidad universal de medida que permite aprehender la magnitud del valor. Expresa un trabajo coman- dado o las "penas y fatigas ahorradas a aquel que compra la mercancía" (p.17).

k. Costo de oportunidad

Según Burch & Henry (1974), se detalló que el costo de oportunidad:

“El concepto de coste de oportunidad nace con Frederich von Wieser (1851-1926) el cual definió el valor de un factor de producción en términos de su coste de oportunidad, es decir, el ingreso neto generado por el factor en su mejor uso alternativo” (p.119).

De acuerdo a Andrade (2023), mencionó que:

“El costo de oportunidad es un concepto económico, que se define como la cantidad de bienes y servicios a los cuales se renuncia por adoptar una alternativa distinta a la que se viene desarrollando en la actualidad” (p.59).

2.1.2. Exportación

Desde la perspectiva de Lerma & Márquez (2010), la exportación es:

“Una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente; junto con las importaciones integra el concepto de comercio internacional. Tener un negocio de alcance internacional representa oportunidades y riesgos, y un conjunto de actividades para desenvolverse en el contexto global” (p. 539).

Sulser & Pedroza (2004), ha afirmado lo siguiente:

“La exportación es desarrollarse en un nuevo mercado, muy diferente al nacional al que se le conoce de forma natural, es un proceso que involucra compromiso y dedicación, así como conocimiento técnico e identificación de factores clave de los mercados internacionales por parte de productores e intermediarios, que deseen incrementar su participación y por su puesto sus utilidades en nuevos mercados. Además, las exportaciones representan incrementar las operaciones comerciales y por consiguiente el aumento en las utilidades para la empresa en el mediano y largo plazo; debido a la diversificación de mercados de consumidores en otros países” (pp.19-20).

De acuerdo con Instituto Pacífico (2018), mencionó que:

“La exportación es el modo de entrada que menor riesgo y esfuerzo comporta, ya que permite evitar muchos de los costos fijos de hacer negocios internacionales, además de favorecer la obtención de economías de escala, localización y otras derivadas del efecto experiencia. Por el contrario, el control que ofrece sobre las operaciones internacionales es bajo, lo que supone un menor beneficio potencial en comparación con otros métodos de entrada.

Podemos identificar tres tipos básicos de exportación:

- Exportación indirecta
- Exportación directa
- Exportación concertada” (p.7).

2.1.2.1 Oferta Exportable

Desde la perspectiva de Yllescas et al. (2021):

“Cuando se habla de oferta exportable, se hace referencia a la capacidad que tiene un país o una empresa para ofrecer su producto en el mercado internacional y que estos, cumplan con los estándares internacionales en calidad y sean competitivos. Por tanto, la oferta exportable va más allá que asegurar los volúmenes solicitados por el comprador o que el producto satisfaga los requerimientos exigidos por los clientes. Además, las empresas deben tener disponibilidad del producto, capacidad de producción, capacidad de especialización y capacidad de gestión” (p. 326).

Desde la perspectiva de Mincetur (2014), nos dio a conocer que la oferta exportable:

“Define a la oferta exportable como el producto competitivo que cumple con los estándares de calidad, con la capacidad de abastecimiento continuo y sostenido en función de los volúmenes exigidos por el comprador, en un determinado mercado, en el momento requerido. Por lo cual la oferta exportable involucra cuatro capacidades de la empresa: la productiva, el económico financiero, la comercial y, finalmente, la de personal y gestión. En este conjunto de capacidades, está implícita la posibilidad de ser competitivos en los mercados internacionales. A esto también se le conoce como ser una empresa de categoría mundial. Una empresa califica como tal si:

- Su producto compite en precio y calidad con los importados.
- El proceso de producción compite en eficiencia y confiabilidad con los extranjeros.

- El control de calidad y de sus proveedores es competitivo respecto de los de sus competidores extranjeros.
- Tiene metas y objetivos de productividad claramente conocidos por toda la organización”

De acuerdo a Mochón & Alberto (2008), la oferta exportable:

“Tiene que ver con los términos en los que las empresas producen y venden sus productos. La tabla de oferta representa, para unos precios determinados, las cantidades que los productores estarían dispuestos a ofrecer.

Para analizar las alteraciones en la oferta, dado que la curva de oferta muestra exclusivamente los efectos de variaciones en los precios sobre la cantidad ofrecida, debemos centrarnos en las variaciones de las otras variables distintas del precio del bien. Estas son:

- El precio de los factores productivos.
- Los precios de los bienes relacionados.
- La tecnología existente.
- El número de empresas oferentes” (pp. 33-34)

a) Precio Internacional

De acuerdo a Sulser & Pedroza (2004), definió que:

“El precio es la cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto o servicio. El precio en general es una medida cuantitativa, que nos indica el valor de un producto o servicio. No así, para algunos bienes que tienen valores cualitativos, como el aprecio o

consideraciones de otro tipo. El precio es la variable del marketing mix que se puede modificar con más facilidad” (p.99).

b) Tecnología

De acuerdo a Saavedra & Sánchez (2021), nos dió a conocer sobre la tecnología:

“De otra parte, Soliveréz (1992) considera que la tecnología se utiliza para hacer referencia a los variados medios artificiales mediante los cuales las personas deliberadamente resuelven problemas prácticos. La tecnología involucra los artefactos y procesos necesarios para la producción de bienes o la prestación de servicios de cualquier naturaleza, así como sus principios organizativos o de funcionamiento” (p.4).

c) Capacidad de producción

Producción

En términos de Oswaldo (2017), nos dió a conocer que la producción:

“Uno de los departamentos más importantes de la empresa es la producción, para ello es importante determinar el producto o servicio a producir de tal manera que permita al empresario, establecer condiciones propias del producto como lo constituye: la marca, la presentación, el diseño, los colores y su utilidad. Pero para que las empresas dispongan su producto para la venta, sin que haya faltantes o sobrantes, debe determinar por anticipado el número a producir, con base en la información suministrada por el departamento de ventas y los datos históricos arrojados de los periodos anteriores” (p. 9).

Capacidad de producción

De acuerdo a Cajigas et al. (2019), definió que:

“Para calcular la capacidad de producción de una empresa activa, basta valorar los recursos disponibles, es decir, medir la cantidad y calidad de los recursos humanos, las máquinas y equipos, las instalaciones físicas, la distribución de la planta, el sistema de producción y el capital de trabajo disponible. Sería cuestión de multiplicar el tiempo real disponible para producir, por el número de operarios, por los turnos de producción y por el número de días laborables” (p.2).

Desde la perspectiva de Pozo et al. (2020):

“Capacidad productiva el máximo volumen de producción posible de determinada nomenclatura y surtido o de procesamiento de materias primas en la unidad de tiempo, generalmente un año, con la utilización más racional de los medios y áreas de trabajo disponible y empleando adecuados métodos de organización del trabajo y la producción, que garanticen la calidad de los productos fabricados” (p.2).

d) Capacidad económica y financiera

Capacidad económica

Según la perspectiva de Masbernat (2010):

“La capacidad económica dice relación con la potencialidad económica vinculada a la titularidad y disponibilidad de la riqueza; con la aptitud, la posibilidad real, la suficiencia de un sujeto de derecho para hacer frente a la exigencia de una obligación tributaria concreta por parte de una administración pública” (p.310).

Capacidad financiera

Según lo mencionado por Rosado et al. (2020), la capacidad financiera:

“Es entendida como la apropiación de los conocimientos, las habilidades y la confianza (actitud) para conocer y reconocer las oportunidades financieras, tomar decisiones informadas y efectivas para mejorar su bienestar financiero (comportamiento). Desde esta perspectiva, no es suficiente que una persona conozca los productos y servicios (el enfoque de educación financiera suele hacer hincapié o abordar solo estos aspectos), también debe comprender qué son, qué ofrecen y cómo usarlos, no solo para mejorar los rendimientos, sino para mejorar sus medios de vida en un sentido amplio (UNCDF, 2014a)” (p.12).

e) Infraestructura productiva

Según Rozas & Sanchez (2004), mencionó que:

“Las inversiones en infraestructura influyen indirectamente en la productividad del resto de los insumos en el proceso productivo y de las firmas. En el caso de los factores productivos, la tierra, el trabajo y el capital físico aumentan su productividad con las inversiones en infraestructura que facilitan el transporte de los bienes e insumos intermedios o la provisión de los servicios antes mencionados, en el caso que su prestación se realice de manera eficiente” (p.11).

De acuerdo a Barajas & Gutierrez (2012), se mencionó que:

“La infraestructura es la suma de los materiales institucionales, personales y físicos que sustentan una economía y contribuyen a la remuneración de los factores teniendo en cuenta una asignación oportuna de

recursos, es decir, un grado relativamente alto de integración y el nivel más alto posible de los derechos económicos de las actividades (Buhr, 2009).” (p.62).

f) Barreras arancelarias

Según mencionó Baena (2018), las barreras arancelarias:

“Respecto al caso de las BA es preciso hacer énfasis en que estas medidas se pueden definir, desde un enfoque estrictamente económico, como un impuesto que se aplica al comercio internacional expresado en diferentes formas y tipos; todo ello, para generar ingresos adicionales por concepto de impuestos agregando así además valor al precio de las mercancías de origen extranjero. En este sentido se gravan las mercancías que se importan a fin de proteger a las empresas que fabrican bienes similares en el país que aplica tales medidas; ya que instauración de aranceles responde a la idea de que el comercio internacional puede producir efectos negativos dentro de las economías (Diagrama 1) (Dormois y Lains, 2006; OMC, 2017)” (p.5).

g) Barreras no arancelarias

Según dió a conocer Baena (2018), las barreras no arancelarias:

“Es una BNA cualquier medida distinta a un arancel que pueda afectar el comercio de las mercancías importadas; así dentro de esta categoría se pueden destacar las medidas sanitarias y fitosanitarias injustificadas, los obstáculos técnicos al comercio que exigen cambiar las características técnicas de las importaciones, entre un muy amplio número de medidas más que terminan constituyendo una restricción encubierta al comercio caracterizada por ser además una discriminación arbitraria o injustificable sobre las importación de productos (Boza & Fernández, 2014)” (p.6).

h) Certificaciones internacionales

Según se mencionó Mora, Lituma, & González (2020), las certificaciones:

“Cumplen un rol importante en la generación de valor estratégico para las empresas, toda vez que robustecen su reputación y compromiso con la sociedad. La implementación de procesos que conducen a la obtención de certificaciones, como estrategia empresarial, favorece las oportunidades para dar a conocer las prácticas que se siguen para la exportación de productos, aumentando las posibilidades de ingresar a nuevos mercados” (p. 114).

i) Infraestructura logística

Capacidad logística

Desde la perspectiva de De la Hoz et al. (2018):

“Lynch et al. (2000) definen capacidad logística como la capacidad de organización para explotar y aprovechar los recursos logísticos empresariales en la implementación de la cadena de valor de las actividades logísticas. Otros autores han planteado factores asociados a la capacidad logística de las organizaciones, que constituyen referentes para evaluar sus condiciones competitivas logísticas” (p. 215).

Según Diaz (2007), se mencionó que la infraestructura logística:

“Son el conjunto de carreteras, puentes, aduanas, aeropuertos, puertos, instalaciones de telecomunicaciones que se apoya un país para comunicar a las personas y empresas o transportar las mercancías a lo largo y ancho de una nación” (p.1).

Según Castellanos, Lombana, & Velásquez (2015), se detalló que la infraestructura logística:

“La importancia de la infraestructura logística para la competitividad de los puertos, nace por la necesidad de espacio que están demandando para el manejo de las cargas, a fin de no rezagarse y considerarse obsoletos, deficientes y poco competitivos. En el contexto portuario hacen su aparición este tipo de construcciones que, ligadas a las terminales portuarias, permiten prestar las funciones de almacenamiento y distribución dentro de la cadena logística, para llegar directamente a los clientes o a los centros satélites de las empresas” (p.96).

j) Calidad del producto

Desde la perspectiva de Duque (2005), la calidad del producto:

“Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad” (p.6).

2.1.2.2 Internacionalización

Según Aguirre & Olivarez (2020), nos detalló que la internacionalización es:

“Dicho con lo que expresan Saravia, et al. (2018) la internacionalización está asociado a la globalización, esto permite aminorar los obstáculos entre fronteras, tecnologías y conocimientos. 30 “Sin embargo, el modelo del negocio internacionalizado integrada verticalmente no está al alcance de todas las

empresas agrícolas o agroindustriales, porque no todos están al mismo nivel o tener la misma capacidad de ejecución e innovación” (p.30).

De acuerdo a Landeta & Villareal (2006), mencionó que:

“Entendemos *la internacionalización de la empresa* como una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente a las diferentes actividades de la cadena de valor y a la estructura organizativa de la empresa con un compromiso e implicación creciente de sus recursos y capacidades con el entorno internacional, y basado en un conocimiento aumentativo” (p.303).

a) Capacidad de Gestión

Según Robbins & Coulter (2014), mencionó que la capacidad de gestión o administración se refiere a:

“La coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas, lo cual se convierte en el objetivo principal de toda gestión” (p.07).

Por otro lado, Hitt et al. (2006), la definió como:

"El proceso de estructurar y utilizar un conjunto de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional" (p.08).

b) Rendimiento de las exportaciones

Según Geldres et al. (2011), el rendimiento de las exportaciones:

“El análisis de la literatura en desempeño exportador a nivel de la firma, pone de manifiesto que no existe un consenso de cuáles debieran ser las medidas del desempeño exportador, lo que ha generado estudios empíricos con diferentes indicadores, haciendo muy difícil la comparación entre ellos. Según Katsikeas, Leonidou y Morgan (2000), las medidas de desempeño exportador relevantes a utilizar en una situación particular, dependerán de distintos factores, tales como el marco de referencia. La perspectiva de los *stakeholders*, la unidad de análisis, entre otros” (p.89).

Igualmente, según Ibarra et al. (2015), el desempeño exportador:

“De acuerdo a Cavusgil y Zou (1994), el desempeño de las exportaciones se define como la medida en que los objetivos corporativos de la empresa, ambos, estratégicos y financieros, con respecto a la exportación de un producto a un mercado específico, se logran mediante la ejecución de la estrategia de exportación de la empresa. En la literatura, en el desempeño de exportación los investigadores han utilizado una amplia gama de medidas para medir el rendimiento (Diamantopoulos y Winklhofer, 2001; Katsikeas, Leonidou y Morgan, 2000 en Lages y Montgomery 2004). En términos generales se consideran tres dimensiones para medir el desempeño de las exportaciones en las empresas:

- a) La intensidad de la exportación, es decir, la proporción de la producción a las exportaciones, evidenciado por el porcentaje de las exportaciones a las ventas totales de la empresa y los beneficios;

- b) Logro de la exportación, es decir, el grado en que las empresas alcanzan sus objetivos de exportación en términos de ventas, rentabilidad y cuota de mercado, así como el rendimiento global; y
- c) La satisfacción de la exportación, es decir, una variable psicológica compuesta (un estado afectivo), para evaluar la efectividad de un programa de exportaciones en cuanto a sus ventas, rentabilidad y cuota de mercado, así como su desempeño” (pp.42-43).

Desde la perspectiva de Horta (2015), el desempeño exportador:

“Debe aproximarse de la misma manera en que se miden las operaciones de comercialización, a saber, en términos financieros. Los estudios que han adoptado este punto de vista se han acercado al resultado de las exportaciones por indicadores tales como las ventas de exportación, crecimiento exportador o intensidad exportadora.

Otra forma de conceptualizar el resultado de las exportaciones se basa en la captura de los resultados estratégicos de exportación. El objetivo principal aquí es que las empresas tienen y se establecen, muy a menudo, un conjunto de objetivos estratégicos, así como se establecen los objetivos financieros, para sus actividades de exportación. Este punto de vista sostiene que el logro de los objetivos estratégicos, tales como la mejora de la competitividad, el aumento de la cuota de mercado, o fortalecer una posición estratégica en los mercados internacionales, debe ser considerado una parte integrante de los resultados de exportación. Unido a esta forma de conceptualizar el resultado exportador aparece la necesidad de indicadores que demuestren o no cómo se alcanzan esos objetivos estratégicos” (p.140).

c) Innovación

De acuerdo con Gámez (2019), mencionó que:

“Innovar es, como actividad humana, poner en marcha la creatividad. La innovación se refleja en las nuevas combinaciones de factores productivos que se plasma en un nuevo bien o conquista de una nueva fuente de materias primas y la puesta en marcha de nuevos tipos de organización. En principio Smith identificó como fuente de innovación en las empresas el conocimiento generado en las destrezas de los obreros. Schumpeter ve en los empresarios un rol clave para proponer y lograr las transformaciones tecnológicas que cambien y mejoren el proceso productivo, Marx consideró que la burguesía no podría existir sin revolucionar de forma constante los medios de producción” (p.55).

Desde la perspectiva de Sabbagh & Mackinlay (2011), mencionaron que la innovación:

“Es ampliamente reconocida como una necesidad imperante. Parece haber consenso con respecto al hecho de que, actualmente, las organizaciones están inmersas en una era de constantes cambios de contexto: cambios en las reglas de juego, en la tecnología y en la conformación sociocultural. Están sumidas en una era que demanda la implementación de soluciones creativas que superen los patrones habituales de desempeño para maximizar la rentabilidad y la sustentabilidad, mejorar la calidad de vida y adquirir ventajas competitivas importantes. En otras palabras, el discurso de los directivos y los gerentes en las empresas sostiene que las organizaciones actuales están inmersas en una era que demanda innovación” (p.19).

En términos de Fundación de la Innovación Bankinter (2010), nos da a conocer que:

“La evolución humana ha estado siempre ligada a la innovación. Los libros de texto describen las grandes innovaciones que han marcado el curso de la historia, como Internet, el automóvil o, incluso, la rueda. Ejemplos de este tipo propician que en ocasiones la innovación se asocie a la tecnología. Sin embargo, la innovación es un concepto mucho más amplio. Engloba conceptos de gestión como el “Just in time” o los nuevos productos financieros. La OCDE define el concepto de innovación como «la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo, aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas. Esta definición se ha convertido en el estándar aceptado por los países miembros de esta organización y distingue cuatro tipos de innovación:

- Innovación de producto, definida como la introducción de un bien o servicio nuevo o significativamente mejorado en sus características o usos.
- Innovación de proceso, definida como la implementación de un método de producción o distribución nuevo, o significativamente mejorado.
- Innovación de marketing, definida como la implementación de un nuevo método de marketing que conlleve cambios significativos en el diseño del producto o el packaging, la colocación, las promociones o el precio.

- Innovación organizativa, definida como la implementación de un nuevo método organizativo en las prácticas de negocio de la empresa, en la organización del área de trabajo o en las relaciones externas” (pp.18-19).

d) Tratado de libre comercio

Según Daniels et al. (2013), se mencionó que un acuerdo bilateral:

“Pueden establecerse entre dos países individuales o involucrar a una nación con un grupo de países” (p.294).

Igualmente, según Charles (2011), señaló que el aumento del comercio bilateral:

“Incrementa los niveles de ingreso de los dos países. A medida que los estados se enriquecen, sus habitantes comienzan a exigir (y a recibir) un mejor trato en lo que respecta a los derechos humanos” (p.201).

De acuerdo con Lerma & Márquez (2010), mencionó que:

“Los acuerdos, convenios y tratados bilaterales son aquellos que se realizan entre dos países. En el ámbito internacional se ha facilitado la integración de las economías mediante la concertación de acuerdos, convenios y tratados bilaterales” (p.353).

2.1.2.3 Ventaja Comparativa

Según García Escobar (2010), se dio a conocer que:

“David Ricardo formuló la teoría de la ventaja comparativa que va como una respuesta a la teoría de Smith. Nos dice que así un país tenga desventajas absolutas en la producción de bienes, en algunos de ellos esas desventajas serán menores, es decir, existirán ventajas relativas, o ventajas comparativas. El

modelo ricardiano se explica y se entiende mejor, por medio de los precios relativos de los bienes” (p.48).

De acuerdo con Krugman & Obstfeld (2006), ha afirmado lo siguiente:

“Un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien si el coste de oportunidad en la producción de este bien en términos de otros bienes es inferior en este país de lo que lo es en otros países. América del Sur tiene ventaja comparativa en la producción de rosas de invierno y Estados Unidos en la producción de PCs. El nivel de vida puede aumentar en ambos lugares si América del Sur produce rosas para el mercado estadounidense mientras que Estados Unidos produce PCs para el mercado sudamericano. Disponemos así de una intuición esencial sobre la ventaja comparativa y el comercio internacional: el comercio entre dos países puede beneficiar a ambos países si cada uno exporta los bienes en los que tiene una ventaja comparativa” (p. 65).

En términos de Mankiw (2015), indicó que:

“Los economistas utilizan el término ventaja comparativa para describir el costo de oportunidad de dos productores. El productor que sacrifica menos de otros bienes con el fin de producir el bien X tiene el menor costo de oportunidad al producir dicho bien, y se dice que tiene ventaja comparativa en la producción del mismo. En nuestro ejemplo, Frank tiene un menor costo de oportunidad de producir papas que Ruby. Un kilogramo de papas sólo le cuesta a Frank de kg de carne, pero el costo para Ruby es de 5 kg de carne. De la misma manera, pero en sentido opuesto, Ruby tiene un costo de oportunidad más bajo que Frank cuando produce carne. Un kilogramo de carne le cuesta a Ruby 2 kg de papas, pero 1 kg de carne cuesta a Frank 4 kg de papas. Así, Frank tiene ventaja

comparativa en la producción de papas, mientras que Ruby tiene ventaja comparativa en la producción de carne” (p .60).

Daniels et al. (2018), ha afirmado lo siguiente:

“El enfoque resultante, conocido como teoría de la ventaja comparativa afirma que incluso en ese caso es posible obtener beneficios gracias a la eficacia del comercio global, si un país se especializa en lo que puede producir de modo más eficiente, independientemente de la ventaja absoluta de otros países. Ventaja comparativa por analogía, aunque esta teoría puede parecer incongruente al principio, una analogía nos permitirá comprender su lógica. Imagine que el mejor médico que hay en la ciudad también es el mejor administrador médico. Para dicho profesional, no tendría sentido económico manejar todas las responsabilidades administrativas, porque podría ganar más dinero al concentrarse en sus responsabilidades médicas, incluso aunque eso significara tener que contratar a un administrador menos especializado. De igual manera, un país se beneficia si concentra sus recursos en los bienes que puede producir de modo más eficiente, y comercian algunos de sus productos básicos a cambio de otros producidos en el extranjero. El siguiente análisis aclara esta teoría” (p. 161).

Según Oros (2015), la ventaja comparativa según el modelo de Heckscher-Ohlin:

“Conocido como el modelo H-O, es un modelo que combina los temas de la ventaja comparativa y especialización de un país a partir de su dotación factorial. Este modelo es considerado como un caso particular de la teoría neoclásica, ya que pone énfasis en los aspectos determinantes de la oferta,

particularmente, en la diferencia en las dotaciones de factores productivos (trabajo, habilidades, capital físico, y tierra) como la causa del comercio internacional” (p.52). Por todo ello se debe tener en consideración que los países cuentan con diferente abundancia de factores productivos, y que poseen procesos productivos que lo usan con distinta intensidad.

Según la perspectiva de Mayorga & Martínez (2008), sostuvo que:

“Parte del comercio internacional es explicado por la existencia de la competencia imperfecta y de economías de escalas crecientes. La competencia imperfecta como la competencia monopolista implica que estos países producen productos semejantes pero diferenciados” (p.81).

a) Productividad

Según Carro & Gonzáles (2012), se detalló que la productividad es:

“La productividad implica la mejora del proceso productivo. La mejora significa una comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos. Por ende, la productividad es un índice que relaciona lo producido por un sistema (salidas o producto) y los recursos utilizados para generarlo (entradas o insumos)” (p.01).

De acuerdo a Gutiérrez (2010), se mencionó que:

“La productividad tiene que ver con los resultados que se obtienen en un proceso o un sistema, por lo que incrementar la productividad es lograr mejores resultados considerando los recursos empleados para generarlos. Es usual ver la productividad a través de dos componentes: eficiencia y eficacia” (p.21).

b) Economías de escala

Según Castro & Portuondo (2009), se mencionó que:

“La relación técnico-económica de las economías de escala en las inversiones de la esfera productiva es el resultado de la disminución relativa del costo del capital por unidad de producción en la medida en que se incrementa la capacidad de producción de los proyectos de inversión en la industria” (p.02).

De acuerdo a Ricoy (2005), se mencionó que:

“Una de las generalizaciones más reveladoras y útiles que se puede encontrar en toda la literatura económica. Se ha interpretado, en general, en términos de la noción de rendimientos crecientes a escala o de las economías a escala; en consecuencia, la visión de Smith de la ‘eficiencia’ productiva se ha tendido a considerar desde la perspectiva del nivel de la escala de producción de cada mercancía particular” (p.62).

c) Geografía

Según Llanos (2006), se mencionó que:

“A lo largo del siglo XX la geografía alcanzó un notable desarrollo teórico que se manifestó a través del surgimiento de varios paradigmas que se sucedieron unos a otros o que coexistieron en la misma época, los cuales mostraban a la geografía como una ciencia dinámica que se iba adaptando a los cambios y a las nuevas circunstancias que se presentaban en la sociedad; así vemos cómo desde la irrupción del paradigma posibilista o regional a principios de esa centuria y hasta la aparición de las llamadas geografías postmodernas a finales del siglo, jugaron un papel trascendental la llamada Nueva Geografía o

Geografía Cuantitativa, la Geografía Radical y la Geografía de la Percepción, entre otras” (89).

2.2. Marco conceptual

- **Comercio internacional.** -Según coincidieron los autores (Landin,2018), (Lema y Márquez, 2010), (Huesca, 2012) y (Bustillo, 2009). Es un intercambio entre dos países o más ya sea de un producto o servicio, igualmente está conformada por diferentes actividades como la importación o exportación. Tiene una gran relevancia ya que ayuda en el movimiento dentro de la economía nacional e internacional.
- **Competitividad.** -Según coincidieron los autores (Porter, 2015), (Lema y Márquez, 2010) y (Mathews, 2009). Establece el éxito o fracaso de una organización. Depende del valor del producto o servicio, medido por el precio o la eficiencia que posee, es decir que mientras más competitividad tenga un país, los pobladores tendrán un mejor nivel de vida.
- **Ventaja competitiva.** -Según coincidieron los autores (Porter, 2015), (Robins & Coulter, 2014) y (Hitt et al. 2008). El valor que una empresa posee para brindarle a sus clientes, es consecuencia de los recursos o capacidades de la organización. Los tipos de ventaja competitiva son el liderazgo en costos y la diferenciación.
- **Ventaja comparativa revelada.** -Según coincidieron los autores (Arias & Segura, 2004), (Heredia & Huarachi, 2009) y (Valenciano et al. 2002). La ventaja comparativa revelada es cuando se estudian determinadas características o indicadores específicos es las que un país sobresale o es más eficiente y que se busque la especialización en dichas actividades.
- **Modelo de gravedad.** -Según coincidieron los autores (López & Muñoz, 2008), (Krugman, et al. 2016) y (Ávila, 2017). El modelo de gravedad es un análisis del

comercio internacional que se da entre dos países en el sentido de analizar el PBI y la distancia que llevan ambos, aplicando como lo menciona la Ley gravitacional formulada por Newton “Que la fuerza de atracción de la gravedad entre dos objetos es proporcional al producto de sus masas y disminuye con la distancia que los separa.” Dicho de otra manera, que el comercio es proporcional al producto de los dos PIB e inversamente proporcional a la distancia.

- **Índice Balassa.** -Según coincidieron los autores (Durán & Álvarez, 2008), (Montoya, et al. 2016) y (López & Cedillo, 2021). El índice Balassa es aquel indicador que permite medir el grado de importancia o relevancia de las exportaciones de un producto en el mercado a otro el mercado global.
- **Políticas monetarias.** -Según coincidieron los autores (Echevarry, 2017) y (Goode, 2021). Son ciertas estrategias y reglas que dispone cada gobierno para ingresar al mercado mundial y en la manera en cómo se van a vincular todo esto con la finalidad de dar seguridad a su nación.
- **Demanda.** -Desde la perspectiva de Guzmán et al. (2011). Se refiere a todo lo que los clientes desean consumir. Tiene un rol importante en la empresa ya que sirve para determinar la eficiencia y eficacia que se ve reflejado en la rentabilidad de una organización.
- **Tarifa AdValorem.** -Según Huamán (2018), se mencionó que la tarifa Advalorem: Traducido del latín que significa “sobre el valor”, es un tipo de incidencia tributaria porcentual.
- **Valor de la moneda.** -Según Smith (1996), el valor de la moneda: Sometido según el país de residencia y la productividad, depende usualmente de la ley de la oferta y

demanda, tiene diferentes movimientos de tasa de cambio, entre ellos se encuentra la depreciación y apreciación.

- **Costo de oportunidad.** -Según Burch & Henry (1974), se detalló que el costo de oportunidad: “El concepto de coste de oportunidad nace con Frederich von Wieser (1851-1926) el cual definió el valor de un factor de producción en términos de su coste de oportunidad, es decir, el ingreso neto generado por el factor en su mejor uso alternativo” (p.119).
- **Exportación.** -Según coincidieron los autores (Lerma & Márquez, 2010), (Sulser & Pedroza, 2004) y (Instituto Pacífico, 2018). Es una actividad de mucha importancia dentro de los negocios internacionales, que consiste en desarrollarse en un mercado internacional, a través de la comercialización de productos y servicios. Igualmente favorece en la obtención de economías de escala, localización, entre otras.
- **Oferta exportable.** -Según coincidieron los autores (Yllescas et al. 2021), (Mincetur, 2014) y (Monchón & Alberto, 2008). La oferta exportable va mucho más allá de los volúmenes de producción que son solicitados, sino que involucra toda una logística de calidad si en realidad se cuenta potencialmente preparado para los mercados externos.
- **Precio internacional.** -De acuerdo a Sulser & Pedroza (2004), definió que: Son los precios dentro de la exportación y la importación, igualmente es la cantidad de dinero que se pagará por la adquisición de un bien o servicio.
- **Tecnología.** -De acuerdo a Saavedra & Sánchez (2021), nos dió a conocer sobre la tecnología: Son aquellas transformaciones que a través de la inteligencia artificial se logran obtener productos sofisticados.

- **Capacidad de producción.** -De acuerdo a Cajigas et al. (2019), definió que: Es el sistema de producción máximo disponible que tiene una empresa para producir un determinado bien.
- **Capacidad económica.** -Según la perspectiva de Masbernat (2010): Está vinculado a la disponibilidad de riqueza, es decir la suficiencia que posee una persona ya sea jurídica o física para enfrentar a las exigencias de una obligación tributaria.
- **Capacidad financiera.** - Según lo mencionado por Rosado et al. (2020), la capacidad financiera: Permite obtener el conocimiento de si el sujeto posee una solidez financiera para cumplir con algún convenio pactado. Igualmente es conocido como los conocimientos y la actitud para entender y distinguir oportunidades en las finanzas.
- **Infraestructura productiva.** -Según coincidieron los autores (Rozas & Sánchez, 2004) y (Barajas & Gutiérrez, 2012). La infraestructura es la suma de los materiales institucionales, personales y físicos que ayudan a sustentar a una economía, las inversiones que se realice ella influyen directamente en la productividad.
- **Barreras arancelarias.** -Según Baena (2018), las barreras arancelarias: Son todos aquellos impuestos que se deben de pagar para poder importar o exportar un determinado bien, es todo lo que impone aduanas en términos monetarios.
- **Barreras no arancelarias.** -Según Baena (2018), las barreras no arancelarias: Son aquellas disposiciones o regulaciones como normas o licencias diferentes al arancel para que un determinado bien pueda ingresar al país.
- **Certificaciones internacionales.** - Según se mencionó Mora et al. (2020), las certificaciones: Cumplen un punto de importancia en la generación del valor estratégico de la organización, y asegura que esta cumple con el proceso que está exponiendo.

- **Infraestructura logística.** -Según coincidieron los autores (De la Hoz et al. 2018), (Diaz, 2007) y (Castellanos et al. 2015). Es el agregado de carreteras, puentes, aduanas, puertos o aeropuertos para poder transportar la mercancía, cumple un rol importante en la competitividad de los puertos.
- **Calidad del producto.** -Desde la perspectiva de Duque (2005), la calidad del producto: Son ciertas características o parámetros que bajo la percepción del cliente asume que ha cumplido con todo lo requerido y dicho producto es que satisface correctamente las necesidades del cliente.
- **Internacionalización.** -Según coinciden los autores (Aguirre & Olivarez, 2020) y (Landeta & Villareal, 2006), nos detalló que la internacionalización es: “Dicho con lo que expresan Saravia, et al. (2018) la internacionalización está asociado a la globalización, esto permite aminorar los obstáculos entre fronteras, tecnologías y conocimientos. 30 “Sin embargo, el modelo del negocio internacionalizado integrada verticalmente no está al alcance de todas las empresas agrícolas o agroindustriales, porque no todos están al mismo nivel o tener la misma capacidad de ejecución e innovación” (p.30).
- **Capacidad de gestión.** -Según coinciden los autores (Robbins & Coulter, 2014) y (Hitt et al. 2006). “La coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas, lo cual se convierte en el objetivo principal de toda gestión” (p.07).
- **Rendimiento de las exportaciones.** -Según coincidieron los autores (Geldres et al. 2011), (Ibarra & Blanco, 2015) y (Horta, 2015). Es una medición en la que los objetivos corporativos de una organización, tanto a nivel estratégico como financiero, se alcanzan a través de la realización de una estrategia de exportación.

- **Innovación.** -Según coincidieron los autores (Gámez, 2019), (Sabbagh & Mackinlay, 2011) y (Fundación de la Innovación Bankinter, 2010). La innovación en términos comerciales engloba cambios constantes, que permitan dar soluciones efectivas con el “Just in time”, la creación de nuevos productos y sobre todo constante reingeniería en las organizaciones.
- **Tratado de libre comercio.** -Según coincidieron los autores (Daniels et al. 2013), (Charles, 2011) y (Lerma & Márquez, 2010). Se establece entre dos países, el aumento de este incrementa el nivel ingreso de las contrapartes y ha facilita la integración de la economía.
- **Ventaja comparativa.** -Según coincidieron los autores (García, 2010), (Krugman & Obstfeld, 2006), (Mankiw, 2015), (Oros, 2015), (Mayorga & Martínez, 2008) y (Daniels et al.). La ventaja comparativa es cuando el costo de oportunidad de producción de un producto es menor a comparación de otro país, es decir que sacrifica menos bienes o recursos para producir un determinado bien y resulta más provechoso que un país se especialice en producir un determinado producto de manera eficiente.
- **Productividad.** -Según coinciden los autores (Carro & Gonzáles, 2012) y (Gutiérrez, 2010). “La productividad implica la mejora del proceso productivo. La mejora significa una comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos. Por ende, la productividad es un índice que relaciona lo producido por un sistema (salidas o producto) y los recursos utilizados para generarlo (entradas o insumos)” (p.01).
- **Economías de escala.** -Según coincidieron los autores (Castro & Portuondo, 2009) y (Ricoy, 2005). Referido a la capacidad que tiene una empresa de producir en grandes volúmenes y que le es conveniente porque a mayor volumen menos el costo unitario.

- **Geografía.** -Según Llanos (2006), se mencionó que: Desde el punto de vista empresarial es el estudio del espacio y/o de la superficie terrestre para evaluar las zonas geográficas si son convenientes ciertos factores o no.

Capítulo III: Metodología

3.1. Paradigma de la investigación

De acuerdo con Sayago (2002), menciona que:

“El paradigma de investigación Interpretativo es una perspectiva o modo de concebir la realidad. Desde esta perspectiva, entre el investigador y el hecho que se estudia se construye una relación dialéctica. En tanto corpus científico, este tipo de investigación proporciona un conjunto coherente de ideas, pero heterogéneo donde se confrontan varias posiciones de autores. No obstante, en todas se busca una coherencia entre teoría y método, en la cual se asocia la elaboración teórica a la vinculación existente entre el investigador, su problemática y la concepción ética de la investigación” (p.157).

Según Ricoy (2006), se mencionó que:

“De acuerdo a Pérez (1994), la característica más importante de este paradigma es describir el hecho en el que se desarrolla el acontecimiento, en él que el uso de la metodología cualitativa permite hacer una rigurosa descripción contextual de estas situaciones que posibilitan la intersubjetividad en la captación de la realidad, a través de una recogida sistemática de los datos que admite el análisis descriptivo” (p. 71).

El tipo de paradigma que se utilizó en la tesis, es el paradigma interpretativo, ya que se busca profundizar la investigación a través de un diseño abierto y emergente del estudio de la realidad del pisco evaluando diferentes criterios a nivel de país y empresa.

3.2. Enfoque de la investigación

De acuerdo con Palomino et al. (2019), se mencionó lo siguiente:

“El enfoque cualitativo tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno y busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. Es de carácter

interpretativo y se realiza con grupos pequeños donde el investigador participa de manera activa durante todo el proceso investigativo, y su meta es cambiar o transformar la realidad” (p. 30).

Es así que, en la tesis se utilizó el enfoque cualitativo debido a que comprende la obtención de información a través de opiniones de expertos y el estudio de la realidad.

3.3. Métodos de investigación

Según Sandoval (1996), mencionó que:

“La teoría fundada tiene como propósito fundamental el de ofrecer la racionalidad para que la teoría se fundamentara, genere y desarrolle, a través del inter juego con los datos recolectados durante el desarrollo del proyecto de investigación. Es una metodología general para desarrollar teoría a partir de datos que son sistemáticamente capturados y analizados; es una forma de pensar acerca de los datos y de poderlos conceptualizar” (p.71).

Es así que la tesis utilizó como método de investigación, el método de la teoría fundada, ya que se podrán construir diferentes proposiciones de los datos teóricos recabados ya existentes.

Según Pérez & Lopera (2016), menciono:

“Entendiendo el análisis como un procedimiento para llegar a la comprensión mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos (Lopera et al., 2010b), y el método científico como la “contrastación dialéctica entre la teoría y la práctica” (Ramírez, 1991, p. 35), concebiremos el método analítico como “un método científico de análisis del discurso basado en unos procedimientos generales que se aplican en el caso por caso a partir de la escucha de una situación concreta” (Ramírez, 2011, p. 573). Desde esta perspectiva, el método será entendido como una actitud que privilegia los procedimientos

abiertos, con supuestos flexibles y modificables (indogmáticos), en armonía con el devenir de las situaciones” (p.104).

Es así que la tesis utilizó como método de investigación secundario, el método analítico, ya que se hizo una desmembración del todo, es decir la unidad temática: Exportación; descomponiéndolo en tres categorías, quien a su vez se subcategorizaron.

3.4. Triangulación de la investigación

Según Aguilar & Barroso (2015), mencionan que:

“Triangulación de datos: hace referencia a la utilización de diferentes estrategias y fuentes de información sobre una recogida de datos permite contrastar la información recabada. La triangulación de datos puede ser: a) temporal: son datos recogidos en distintas fechas para comprobar si los resultados son constantes; b) espacial: los datos recogidos se hacen en distintos lugares para comprobar coincidencias; c) personal: diferente muestra de sujetos” (p.74).

La triangulación de datos ha permitido recoger información de distintas fuentes para la investigación, con el instrumento: Guía de análisis documental, del cual se obtuvo información de las herramientas de inteligencia de negocios internacionales, el cual ha formado parte de una triangulación de datos espacial, porque los datos obtenidos han sido recabados de los países de Perú y Chile para luego realizar la comparación respectiva con lo mencionado por los expertos.

“Mientras que la triangulación teórica: hace referencia a la utilización de distintas teorías para tener una interpretación más completa y comprensiva, y así dar respuesta al objeto de estudio, pudiendo incluso ser estas teorías antagónicas. Este tipo de triangulación es poco utilizada ya que en la mayoría de los casos se pone en cuestionamiento o se realizan críticas referentes a las distintas epistemologías” (p.74).

La triangulación teórica ha permitido a la tesis tener sustento teórico a través del pronunciamiento de tres teorías distintas, de autores de libros y artículos seleccionados, el cual ha formado parte importante del fundamento teórico para el sustento en la triangulación y luego realizar la comparación respectiva.

3.5. Técnica de la investigación

Según Peña (2017), menciona:

“El análisis de datos integra distintas operaciones en la que el investigador o analista somete ciertos datos, bien sea de orden cuantitativo o cualitativo, a una serie de análisis, lecturas e interpretaciones, según sea el enfoque de su investigación o requerimiento informativo. Este proceso de recolección de datos, con ciertos análisis preliminares, puede dejar entre ver problemas o dificultades que puede desvirtuar el objetivo inicial. De manera que este proceso deberá mantener una planificación y una periodicidad en la revisión de datos permanente” (p.30).

La técnica de análisis de datos ha permitido realizar un análisis preliminar de toda la información recaba en los diferentes aspectos, para que de esta manera se pueda realizar la interpretación tomando en consideración ciertos criterios.

3.5.1. Técnicas

Entrevista

Según Ñaupas et al. (2014), “la entrevista es una especie de conversación formal entre el entrevistador y el entrevistado o informante” y es una técnica de investigación cuantitativa - cualitativa que, nos ayuda a reunir datos confiables y válidos. Por ello se requiere que éstas sean hechas de manera estructurada, planificada para poder lograr un análisis e interpretación de la información recogida.

Para la tesis, la entrevista sirvió como un soporte importante y punto clave, ya que ayudó a recabar información confiable para la elaboración de la triangulación, y así la obtención de los hallazgos.

Análisis documental

De acuerdo a Dulzaides & Molina (2004), “El análisis documental es una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Comprende el procesamiento analítico- sintético que, a su vez, incluye la descripción bibliográfica y general de la fuente, la clasificación, indización, anotación, extracción, traducción y la confección de reseñas” (p.2).

Para la tesis, el análisis documental sirvió como un soporte importante y punto clave, ya que se pudo obtener datos confiables provenientes de las herramientas de inteligencia.

3.5.2. Instrumentos

Guía de entrevista

Según Díaz et al. (2013), una guía de entrevista está considerada dentro de las entrevistas semiestructuradas, ya que son más flexibles para que puedan adaptarse de una manera más rápida. Una guía de entrevista está compuesta por diversas preguntas que están aglomeradas por un tema específico, todo ello basándose en el objetivo de la investigación.

La tesis necesitó de una guía de entrevista para obtener información acerca de las tres categorías, oferta exportable, internacionalización y ventaja

comparativa, y sus subcategorías, de las cuales se realizaron las preguntas respectivas a los expertos del área de negocios internacionales.

Guía de análisis documental

Según Martínez et al. (2023), “Bajo lo analizado en las categorías previas, es que se llega a la propuesta del procedimiento para una investigación documental exitosa y que aporte una herramienta para el analista (investigador) en su quehacer científico. Para lo cual, se estructura el método para el análisis documental en las siguientes fases:

Fase 1. Determinar el fin del análisis documental (estructurar antecedentes, estado del arte, marco teórico, informativo, entre otros).

Fase 2. Plantear el problema de investigación lo más claro posible e identificarlos tres principios epistémicos de la misma:

- a) Sujeto: a quién se estudiará,
- b) Objeto: qué se estudiará del sujeto,
- c) Método: Cómo se observará.

Fase 3. Establecer la información necesaria para comprender y resolver el problema de estudio, centrándose en el objeto; es decir, establecer categorías de análisis en las cuales se centrará la búsqueda de información.

Fase 4. Establecer el contexto de la búsqueda de documentos e información en bases de datos científicas indexadas” (p.78).

La tesis necesitó de una guía de análisis documental, para estructurar jerárquicamente la información, que se obtuvo de diferentes herramientas de

inteligencia de negocios internacionales y plataformas de instituciones privadas y estatales.

3.6. Sistema de categorías

Tabla 4

Sistema de categorías

Unidad temática	Categorías	Subcategorías	Código
Exportación	Oferta Exportable	Precio internacional	OEPI1
		Tecnología	OET2
		Capacidad de producción	OECP3
		Capacidad económica y financiera	OECEF4
		Infraestructura productiva	OEIP5
		Barreras arancelarias	OEBA6
		Barreras no arancelarias	OEBNA7
		Certificaciones internacionales	OECI8
		Infraestructura logística	OEIL9
		Calidad del producto	OECP10
	Internacionalización	Capacidad de gestión	ICG1
		Rendimiento de las exportaciones	IRE2
		Innovación	II3
	Ventaja comparativa	Tratado de libre comercio	ITDL4
		Productividad	VCP1
Economías de escala		VCEE2	
		Geografía	VCG3

3.7. Selección de los sujetos de estudio

La selección de los sujetos de estudio de la presente investigación se realizó por conveniencia, se seleccionó a empresas privadas tanto peruanas como chilenas, que

brindaron información de las exportaciones de Pisco que han realizado, se tomaron las 10 principales empresas exportadoras de Perú y Chile, según la plataforma Veritrade.

En el caso de Perú se trabajó de la siguiente manera:

- Son las 10 primeras empresas que tienen un rango de FOB entre 1 000 000 US\$ a 5 000 000 US\$, es decir que son las que tienen un mayor volumen de exportación.
- Con un registro de exportación mínimo de 100 y un máximo de 600.
- Con un mínimo de exportación de 3.000 US\$/L y un máximo de 15.000 US\$/L.
- Son empresas reconocidas a nivel nacional, ya sea por su calidad y el lugar de origen o procedencia para la producción.
- Entre sus principales países de destino se encuentran Estados Unidos con un total US\$ de valor FOB de 15 724 819 y España con un total US\$ de valor FOB de 3 872 423.
- La vía de transporte más usada es la marítima.
- Según las DUAs, el principal puerto de salida es el Callao.
- En el caso de Chile se trabajó de la siguiente manera:
 - Son las 10 primeras empresas que tienen un rango de FOB entre 39 000 US\$ a 4 000 000 US\$, es decir que son las que tienen un mayor volumen de exportación.
 - Con un registro de exportaciones mínimo de 3 y un máximo de 400.
 - Con un mínimo de exportación de 1.000 US\$/L y un máximo de 18.000 US\$/L.
 - Son empresas reconocidas a nivel nacional, ya sea por su calidad y el lugar de origen o procedencia para la producción.

- Entre sus principales países de destino se encuentran Estados Unidos con un total US\$ de valor FOB de 2 444 559 y Alemania con un total US\$ de valor FOB de 1 148 657.
- La vía de transporte más usada es la marítima.
- Según las DUAs, los principales puertos de salida son San Antonio, Valparaíso y Arica.

Capítulo IV: Resultados

4.1. Descripción del trabajo de campo

Se realizó la entrevista a tres expertos, catedráticos de la Universidad Continental, quienes con la expertiz que tienen dentro del área de Administración y Negocios Internacionales, respondieron una serie de preguntas, por cada una de las 17 subcategorías planteadas, el resultado se consolidó a través de una tabla.

Entrevista a profundidad de los expertos

1) Perfil del entrevistado:

- Nombres y apellidos: Carlos Gabriel, Balcázar Martín
- Departamento u área de trabajo: Director y Gerente
- Cargo que desempeña: Catedrático del curso de negocios internacionales de la Universidad Continental, con amplio conocimiento de asesoría de empresas internacionales, como CANVAS Y ECOA.
- CARNET DE EXTRANJERÍA: 000857265

2) Perfil del entrevistado:

- Nombres y apellidos: Rosario Del Carmen Hidalgo Salas
- Departamento u área de trabajo: Docente
- Cargo que desempeña: Catedrática del curso Logística internacional y gestión internacional e intercultural de la Universidad Continental y Analista de Compras en la empresa ETSA.
- DNI: 72182265

3) Perfil del entrevistado:

- Nombres y apellidos: María Ximena Román Pastor
- Departamento u área de trabajo: Catedrática de la Universidad Continental y Gerente y Consultora en Ingenio y Estrategia.
- Cargo que desempeña: Promotor en PromPerú y consultora independiente en Ingenio y Estrategia.
- DNI: 42738848

4.1.1. Cuadro de concordancias y discordancias

Tabla 5

Concordancias y discordancias de los expertos según las subcategorías

Subcategoría	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Hallazgos
OEP11	<p>Es importante hacer uso de una estrategia de precios. En las empresas argentinas, el precio es acorde al mercado y al segmento al cual se apunta, en el Perú la situación es diferente, además que es un mercado de precios, hay mucha competencia y debido a estos factores también el segmento al cual se apunta, se tiene que adaptar al público.</p> <p>El establecer un precio internacional por debajo de la competencia depende de, si se busca ganar en volumen y ganancias de manera rápida, o el segmento al cual se está dirigiendo.</p>	<p>La empresa debe diseñar e implementar una estrategia adecuada de precios que le permita ingresar a otro mercado competitivo. En el caso de la empresa que ofrece servicios de asesoría, se busca ofrecer productos a un menor precio sobre todo si es la primera vez, precios que sean menores que los de la competencia sin descuidar la calidad del producto y el servicio.</p>	<p>PromPerú es una institución que orienta a los importadores y exportadores a utilizar estrategias de precios.</p> <p>Desde el punto de vista del marketing, el hacer uso de una estrategia de precio puede llevar a un punto de riesgo. Algunas empresas suelen bajar sus precios sin medir las consecuencias futuras, porque si una empresa reduce sus precios puede no sostenerse, en el caso de que se enfrente a un competidor con mayor respaldo financiero.</p>	<p>Concordancias: -Es importante hacer uso de una estrategia de precios, con una estrategia adecuada, basándose en el segmento al cual se va a enfocar, adaptarse al público, se puede hacer uso de bajar los precios, pero sin descuidar la calidad del producto y servicio.</p> <p>Discordancias: -Hacer uso de una estrategia de precios puede llevar a un punto de riesgo si no se tiene un buen manejo de ello, por ejemplo, el bajar los precios demasiado y después no poder hacer frente a una competencia directa.</p>
OET2	<p>La tecnología ayuda a mejorar procesos, sin embargo, lo que está sucediendo con la inteligencia artificial se debe tratar con cuidado por los</p>	<p>La tecnología permite reducir costos y la reducción de costos es clave para fijar precios competitivos, por lo tanto, por más de que seamos una micro,</p>	<p>El balance es positivo, si se ve en un ámbito general existen contextos en los cuales se puede usar la frase “las máquinas han reemplazado a las personas” y ahí hay un costo social,</p>	<p>Concordancias -La tecnología ha sido de gran ayuda en el ámbito empresarial y en general, ya que ayuda a reducir costos y</p>

marcos legales, regulaciones. Con respecto a los temas éticos se han ido eliminando puestos de trabajo. Además, la tecnología ha sido de mucho apoyo durante la pandemia. La automatización de una empresa es necesaria hasta cuando se valida, ya que algunas personas toman a la tecnología como una moda. La tecnología ha influido en las empresas, para actualizar procesos a nivel fabril.

pequeña o mediana empresa, se debe hacer uso de la tecnología, porque optimiza tiempos y se reducen costos. En la medida que se reduzcan tiempos y costos, va a impactar positivamente en la reducción de costos.

sin embargo, la tecnología en general ha hecho que se avance mucho en el desarrollo en general empresarial y en la eficiencia.

Es necesario automatizar los procesos en la empresa, se deben tener en cuenta la naturaleza en el mercado al cual se puede apuntar.

Con respecto a la automatización de procesos en el sector pisco, existen nichos de mercado en particular, si bien muchas bodegas trabajan con alta tecnología en la actualidad, también coexisten bodegas artesanales que logran obtener precios bastante superiores al pisco comercial, al que se vende en gran escala, estas bodegas logran tener un precio mayor por el proceso artesanal que tiene que está asociado a los sabores que pueden ofrecer a su público.

por ende fijar precios más competitivos, igualmente que la reducción de tiempos.

-Se debe automatizar los procesos de la empresa, pero se debe tener en cuenta la naturaleza del mercado al cual se va a exportar.

OCCP3	<p>Es importante hacer uso de un análisis de cálculo de capacidad de producción, según ello, es que el empresario va a poderse comprometer en torno a objetivos de venta, si se compromete a vender mil, pero la capacidad es de 250 entonces se va a tener un problema, y se tendrá que analizar y abrir otras aristas, como tercerizar, tener turnos rotativos, más personal, subarrendar, etc.</p> <p>El capital humano influye en la optimización de recursos de manera directa, el hecho de capacitar al personal, para que justamente sepa utilizar los recursos, tenga noción de los mismos en cuanto a desperdicios, cálculos y porciones.</p>	<p>Para determinar la capacidad de producción de una empresa, se debe llevar una guía de observación, para que se pueda visualizar la capacidad operativa, cuánto produce por hora, por día, por semana, qué cantidad de años tiene de antigüedad, cuál es su fuente de energía. Hay una serie de factores que se deben de tomar en cuenta para determinar la capacidad productiva de las maquinarias y equipo.</p> <p>Dentro de la capacidad productiva influye el capital humano ya que las máquinas que no son todavía muy sofisticadas y modernas, necesitan de capital humano, que esté supervisando, vigilando el desempeño de la máquina, controlando la obtención del producto final como resultado del proceso por el cual pasan los insumos, materias primas de modo tal que se transforma en el producto final.</p>	<p>El volumen va en función al crecimiento de la empresa, cuando se empiezan a atorar los pedidos, cuando faltan manos, es momento de evaluar la capacidad productiva. También en un momento de expansión, por ejemplo, si se vende en el mercado nacional y se aspira ingresar al mercado internacional, es un momento clave en el que se debería evaluar, ya que para los proyectos de expansión se tienen que saber a ciencia cierta cuál es la capacidad. Por otro lado, se ve a la capacidad de producción desde el punto de vista de la eficiencia y los elementos de valoración del público, esto debe evaluarse de manera más frecuente y constante, por ejemplo, si una empresa, al vender sus productos no tiene una fidelización de sus clientes, se debe evaluar qué es lo que está pasando con este producto, sin culpar al mercado en el cual se encuentra.</p>	<p>Concordancias:</p> <p>-Se debe hacer un análisis de producción de la empresa mediante una guía de observación en donde se visualice la capacidad operativa, horas, antigüedad, fuente de energía, entre otros, ello permitirá conocer si las maquinarias y equipos están siendo productivas, igualmente se podrá analizar dependiendo a lo que necesite la empresa como tercerizar, turnos rotativos.</p> <p>También es importante evaluar la capacidad de producción según el punto de vista de la eficiencia y los elementos de valoración del público.</p> <p>-Dentro de la capacidad productiva es importante un buen capital humano ya que ellos sabrán cómo hacer un uso correcto de los recursos, maquinarias, entre otros.</p>
OECEF4	<p>Realizar un análisis financiero es fundamental, porque de ello, salen muchos indicadores que permiten la capacidad de pago de la empresa, capacidad de</p>	<p>Es importante contar con un respaldo económico ya que si un proyecto de inversión, plan de negocio, no tiene lo que se requiere para ponerse en</p>	<p>Si bien se debe financieramente medir y estar al tanto de los resultados y capacidad de la empresa, un nuevo proyecto o nueva situación o expansión en el mercado, lleva a</p>	<p>Concordancias:</p> <p>-Es importante contar con un respaldo económico ya que si un plan de negocio o proyecto no tiene la capacidad</p>

endeudamiento, pago a corto, mediano o largo plazo, inclusive el tema de capital rotación de activo y otros factores más.

Sin embargo, la mayoría de pymes en las cuales trabajó no lo realizan, por ejemplo, cuando empiezan a crecer, pero hay un estancamiento por falta de conocimiento técnico, en general hay un tema de marketing, recursos humanos, financiera, contable, y por el otro lado es por un tema de descuido, solo se enfocan en lo que consideran que es primordial para la empresa, como reducir costos a toda costa, y esto genera una miopía para la empresa.

Es importante contar con un respaldo económico ya que pueden llegar a surgir imprevistos y esto conlleva muchas veces un desembolso para poder hacer frente a los mismos.

marcha, entonces ese proyecto va a servir de poco, se requiere del financiamiento para poder emprender algún negocio y el financiamiento lo tienen que poner los propios emprendedores empresarios, caso excepcional de que la empresa tenga un producto por llamarlo la “Última maravilla del mundo” y el cliente al ver que podría comprar un producto que le generaría altos niveles de rentabilidad. Tal vez el cliente apueste por la empresa y le haga un adelanto de un 50%, 70% o 100%.

En el caso de las empresas que recién están empezando el banco no tiene evidencia de que nos está yendo bien, entonces lo único que le queda a los emprendedores es poner de la suya, buscar capital o financiamiento de la familia, amigos y entorno y ese capital poner a disposición de la empresa.

situaciones en las que se analiza un poco más las condiciones financieras y económicas, porque eventualmente un nuevo proyecto va a implicar el hecho de que se acuda a un préstamo, y las entidades van a requerir los estados financieros, o la evolución de las ventas, entonces para ello, se tiene que evaluar periódicamente dependiendo del desarrollo y crecimiento de la organización.

En el caso de una empresa primeriza a exportar, debe hacer uso de sus propios fondos, viendo diferentes tipos de empresas y en general dependiendo del tamaño de la empresa puede llegar a obtener fondos en entidades bancarias, fondos de proyectos u otros espacios. Lo recomendable es que las empresas que tengan capacidad financiera, puedan prestarse a entidades financieras, ya que tendrán la capacidad de poner una contrapartida económica.

financiera entonces no va a poder expandirse en el mercado, se requiere de un financiamiento para poder emprender el negocio, sin embargo, la empresa debe contar con una capacidad de pago y endeudamiento. Para que los bancos puedan evaluar a las empresas y darles el préstamo evaluarán la evolución de las ventas, para ello se tiene que hacer un análisis constante.

Discordancias:

-Cuando una empresa está exportando, la entidad financiera no suele prestarle, porque no tiene evidencia de lo que está sucediendo con la empresa, es por ello que esta debe crecer con su capital propio o el de socios.

-Una empresa primeriza exportadora puede llegar a obtener préstamos en entidades financieras, pero dependiendo del tamaño de esta, ya que el banco prestará a empresas que tengan la capacidad de poner una contrapartida.

OEIP5

Si se tiene pensado vender mil unidades y la capacidad productiva solo es de 250, entonces la planificación productiva, tiene que ser completamente diferente, se debe planificar con la debida antelación sobre todo si se quiere exportar. Por ejemplo, si se venden mil unidades de un producto a un determinado país, pero resulta en un problema porque sus capacidad productiva o procesos no le permite trabajar la dicha cantidad para exportar, no solamente del punto de vista de los procesos sino también como un tema de almacenaje, proveedores, materia prima, recursos humanos.

Con respecto a los indicadores que se deben evaluar de la infraestructura productiva son el just in time, cuellos de botella, a medida de que va sucediendo el proceso productivo, hacer un testeo del producto o subproducto, productos a mitad de camino para ver si ese está cumpliendo con el tema y forma en el tema de calidad, aprovechamiento de materia prima desperdicios,

Indicadores a evaluar para que una empresa pueda generar oportunidades económicas no solamente es importante tener maquinarias, equipos, sino se requiere infraestructura productiva, entendiéndose por tal una área apropiada, del local, de la zona de producción, área del local es fundamental, tener una distribución adecuada para las maquinarias equipos, se requiere que ese local este ubicado en una zona productiva a la cual se tenga acceso, sé que convierta poco a poco en un clúster, el cual significa que ahí están los productores, proveedores de la materia prima, todo los que proporcionan directa o indirectamente todos los bienes, los equipos, insumos, materias primas que la producción de bienes requiere de una empresa determinada, también se requiere que el local de operaciones de producción de la empresa, tenga acceso para cualquier tipo de vehículo o si es que es necesario a pie, tiene que haber una área de acceso apropiada, que esté cerca en una zona industrial

En el caso del pisco a diferencia de otros sectores, la inversión de un equipo mínimo es más costosa que otros tipos de industrias, por ejemplo en el sector textil se puede empezar la empresa con varias mujeres que tejen a palitos, entonces no hay mucha inversión de parte de quien empieza el negocio, pero de una empresa en donde es más especializado la producción como en el sector pisco, empezar significa tener inversión porque se necesitó de un equipo mínimo, así sea de forma artesanal, se necesita de mayor inversión. Si se habla de la infraestructura, la categoría pisco se desarrolla en una zona en particular concentrada altamente en Ica como región y en unas cuantas bodegas en Arequipa Moquegua y Tacna, entonces la logística es otro elemento que se debe considerar de este desarrollo en la infraestructura, porque la inversión del a bodega debe estar en uno de estos lugares, principalmente en Ica en donde se debe ajustar al costo de alquiler, entre otros.

Concordancias:

-Para que una empresa logre una buena capacidad productiva debe planificar con la debida antelación, por ello debe evaluar los cuellos de botella, just in time a medida que se va suscitando el proceso productivo. Otros indicadores para evaluar la capacidad productiva es no solo tener maquinarias y equipos especializados, sino hacer uso de una infraestructura productiva para tener una distribución correcta de estos.

posibilidad de utilizar algunos subproductos que pueden llegar a surgir, relacionado a la mano de obra, rotación, motivación, entre otros.

Las barreras arancelarias protegen un poco la industria nacional, al mismo tiempo genera competitividad. Pero también el hecho de recaudar impuestos para un estado, es fundamental para ser utilizados en otros recursos, por ejemplo, construcción de carreteras, hospitales.

Dependiendo del tipo de arancel, siempre va a ser como un tipo de extra que hay que pagar para acceder a un mercado, es casi como un impuesto. Entonces en ese sentido la empresa puede ver reducida su rentabilidad por ese lado.

Es importante conocer el código arancelario, porque eso pone sobre el mapa, que habría que pagar, cuándo, en qué momento, porque y para tomar decisiones como respecto a la exportación de ese producto.

operativa que no esté tan alejado del centro de la ciudad, de modo tal que tengamos acceso a otros insumos materia prima que podríamos requerir en su momento.

Actualmente las barreras arancelarias del Perú son sumamente bajas, es uno de los 5 países que han aplicado reformas tan radicales en cuanto a la reducción de aranceles, que hoy en día tenemos arancel de 0%, 4%, 6% y 11 % ósea el Perú muestra una franja de aranceles sumamente bajos, el cual permite un entorno muy competitivo entre productos peruanos y extranjeros, en el mundo hay una tendencia muy fuerte de reducir los aranceles y a establecer mecanismos de producción a través de las barreras técnicas, sanitarias, de calidad. Hoy en día constituyen el obstáculo más difícil que tiene que enfrentar las empresas en países emergentes como es Perú, porque si hay barreras técnicas, sanitarias, hay barreras de calidad muy complejas, difícilmente el producto peruano pueda

El Perú tiene alrededor de 21 acuerdos comerciales, que hace que se tenga beneficios comerciales con más de 50 países, entonces se tiene un arancel de ingreso de 0% en término generales, específicamente si se habla del pisco la bebida entran sin arancel en muchos de estos países, y eso hace que se pueda obtener un precio más competitivo en el mercado, o que en todo caso no se encarezca, el impacto es que estos beneficios arancelarios no permiten ingresar sin aranceles. De todas formas, por tratarse de una bebida alcohólica en el país de destino se debe pagar los impuestos que cada economía establezca, por ejemplo, en el Perú se tiene el impuesto selectivo al consumo, en el caso de Chile, ellos también tienen acuerdos comerciales, no como el Perú, pero tiene beneficios con determinadas economías.

Concordancias:

-El Perú cuenta con barreras arancelarias muy bajas, sin embargo, los demás países con los que el Perú tiene una TLC le ofrecen aranceles 0%, que ayudará a que las empresas puedan obtener un precio más competitivo, pero tiene mayores barreras técnicas sanitarias, de calidad, un poco complejo de cumplir para un país emergente como el Perú.

Discordancias:

-Las barreras arancelarias protegen a la industria nacional, y recaudan impuestos para la construcción de carreteras y hospitales.

cumplir esos estándares de calidad, técnicos, sanitarios, según sea el caso.

Los países cada vez reducen los aranceles, pero establecen mecanismos no arancelarios, muchas veces complejos, difíciles, que puedan ser cumplidos por los productos de exportación provenientes de países en desarrollo, por lo tanto, los países que imponen las barreras técnicas sanitarias de calidad, engorrosas, complejas, burocracias. deben de informar a la secretaría de la OMC para que ésta informe a todos los países miembros de la OMC sobre la importación de una nueva barrera técnica sanitaria o de calidad.

OEBNA7

El certificado de origen es un documento para dar fiabilidad con respecto a ese producto, sus componentes, de dónde viene, básicamente es un símbolo de honestidad en relación al origen de ese producto.

La importancia de los subsidios y eliminación de barreras comerciales facilitan la exportación, hacen más competitiva la industria y

El certificado de Origen sirve justamente para dos cosas, para que el producto de exportación se acoja a beneficios arancelarios establecidos en el país de destino con el cual se tiene un TLC, el certificado de origen establece que el producto es originario del producto exportador y por lo tanto al ser originario del país exportador que ingresa al país

El certificado de origen es un documento que no es expresamente atribuido o requerido para el producto físico sino el certificado de origen es aquel por el que nos podemos beneficiar en cualquier parte del mundo, aquellos que tienen algún tratado comercial por ejemplo Perú con Estados Unidos, cualquier producto llámese pisco, chompa de alpaca, zapatos de cuero, cualquiera de estos productos que tienen

Concordancias:

-El certificado de origen sirve para dar fiabilidad de que el producto efectivamente proviene del país que indica, igualmente para que el producto pueda acogerse a una TLC necesita de este documento para dar veracidad que el producto es originario del país que se expresa, y con

facilitan el intercambio de bienes y servicios.

con el cual se tiene TLC, el producto se acoge a un beneficio arancelario, sea rebaja del arancel o exoneración del arancel, entonces el certificado de origen sirve para eso. A veces se exporta a otros países con el cual no tenemos TLC, entonces si bien no tenemos TLC para acogernos a las rebajas arancelarias establecidas por el TLC, se necesita contar con un certificado de origen que indique que el producto es originario del Perú y al ser originarios del Perú el cliente que compra va a poder vender las botellas de Pisco a sus clientes con la certificación y origen que acredite que el producto es peruano.

descuento arancelario cuando llegan a su destino y el importador quiere favorecerse de ese descuento arancelario es decir no pagar los aranceles, tiene ese importador que presentar el certificado de origen para decir básicamente que el producto se ha manufacturado en Perú con materia prima peruana

El pisco obtiene la denominación de origen porque la tierra, la geografía, la geología del suelo de Pisco específicamente tiene las características que le dan esos elementos distintivos a la uva que crecen esa zona y la uva que crecen esa zona Pisco es con la que se puede trabajar exclusivamente el Pisco como tal como bebida, una uva que yo he sembrado en mi invernadero aquí en Huancayo, por más que sea incluso la misma especie pero como no es la tierra no le va a dar los mismos aromas ni características ni azúcares y demás al producto.

ello puede acoger un beneficio arancelario.

Discordancias:

-Certificado de origen y la denominación son términos diferentes, ya que con la denominación de origen implica las características que hacen a un producto diferenciarse del otro.

OEI18	<p>Las empresas que han logrado cierto nivel al tener una certificación, dan a entender que logró ciertos resultados en el tema de calidad, procesos, etc. Al decir que la empresa tiene una determinada certificación es como un valor agregado que demuestra frente a las otras empresas.</p>	<p>Un exportador debería hacer el esfuerzo por conseguir buenas prácticas agrícolas o de manufactura, tener certificación comercio justo, le da valor al producto, tener certificación de RSE le da mayor valor a tu producto, tener certificación de producto orgánico. Es importante que las empresas hoy en día inviertan su capital en las certificaciones sobre todo en estas de comercio justo, RSE, eso le da valor a tu producto y va ser atractivo para esos luchadores del medio ambiente, te permite llegar hacia esos bolsones de potenciales clientes y consumidores para tu producto de exportación.</p>	<p>Propiamente no corresponden certificaciones, ya que en la categoría como tal no está el tema de certificaciones, lo que le da más bien una validez comercial o una visibilidad comercial, son los premios, en los que de hecho participan propiamente las bodegas que producen pisco en el país y que eventualmente son acompañados por algunas instituciones, como Promperu, Mincetur, Produce, etcétera, que acompañan a estas empresas o bodegas a nivel internacional para que obtengan las medallas que corresponden a la categoría, diferentes premios en el sector vitivinícola a nivel internacional.</p>	<p>Concordancias: -Las certificaciones hacen ver a una empresa que logró resultados óptimos como en la calidad y procesos, igualmente certificaciones como de valor del producto o RSE hacen que la empresa se vea más atractiva en el mercado y para los clientes.</p> <p>Discordancias: -Las certificaciones no son propias para las empresas del sector vitivinícola, sin embargo, los premios que obtienen si, como medallas que obtengan por diferentes categorías evaluadas, y que sean acompañadas por diferentes entidades como PromPerú, Mincetur, entre otros.</p>
OEI19	<p>En cierta parte son idóneas para el proceso logístico de las empresas porque el Perú desemboca en un océano, esto hace que haya más vías marítimas. El papel que juega la aduanas en la infraestructura logística, perjudica en el sentido de que puede ser un poco burocrático, en el proceso de ingreso de la</p>	<p>Las vías de transporte que posee el Perú no son idóneas, en el Callao por ejemplo si uno va a las 4 de la tarde, desde las 4 de la tarde hasta las 8, 9, 10 de la noche hay un tráfico infernal en la zona aledañas al muelle Sur al puerto Callao, por ejemplo el tráfico, si se autoriza, por ejemplo que en las rutas hacia el callao circulen</p>	<p>En general si se habla de todas las empresas va a depender de dónde están ubicadas, en ese sentido las del sector vitivinícola en general en el Perú están altamente concentradas en la Costa, entonces particularmente si hablamos del pisco tiene un puerto de salida de forma directa o eventualmente estamos hablando de una cercanía hacia el puerto principal Callao, entonces la posición que</p>	<p>Concordancias: -Las vías de transporte que posee el Perú no son tan idóneas en el mercado ya que poseen algunas deficiencias, sin embargo, para el sector vitivinícola que están concentrados en la Costa, estos tienen un puerto de salida de forma directa, uno de los el Callao, es por ello que el</p>

mercadería, beneficia en el sentido de que no cualquier producto puede entrar, se deben cumplir con ciertos requisitos, ciertas obligaciones que están dentro del marco legal y de eso sentido la aduanas si es una institución muy importante.

todo tipo de vehículos, retrasa y genera sobre costos en tiempo y conlleva a generar sobre tiempos y eso sobre costos y estos sobre tiempos se van a plasmar en precio no competitivo en precios altos entonces lo que tiene que hacer el gobierno es regular. El estado debería de priorizar el derecho que tienen los concesionarios los cuales ganaron una licitación los cuales ganaron para poder circular por ahí y se tienen que hacer respetar ese derecho que tienen los concesionarios de línea de transporte

tienen es bastante estratégica para el sector, para una salida y un dinamismo atractivo de hecho por eso la costa en el sector agroindustria es bastante más desarrollada que el sector agroindustria en la sierra y en la selva, por ejemplo si nosotros lo comparamos con la posición que nosotros tenemos como sierra y que estamos al centro del país tenemos más retos a nivel de infraestructura porque la carretera central está colapsada, ahora si se va por el otro lado, la competencia con Chile ellos si bien tienen una salida atractiva, el Perú tiene una posición estratégica por ser un hub aéreo como marítimo, es decir, incluso los aviones hacen escala de Chile a Perú y de ahí se toman otros vuelos, se hacen los cambios y demás lo mismo, pasa a nivel portuario.

sector agroindustria es más desarrollado.

Discordancias:

-El papel que juega la aduanas en la infraestructura logística perjudica en cierto punto ya que puede llegar a ser un poco burocrático debido a que se deben cumplir con ciertos requisitos y obligaciones dentro del marco legal.

-El Perú es un hub aéreo como marítimo, es decir, incluso los aviones hacen escala de Chile a Perú.

A grandes rasgos, la materia prima, los recursos que disponga como una muy buena mano de obra, materiales, insumos, muy buena comunicación, plaza, todo eso empuja a lo que es la calidad del producto, y si esto no fluye como se espera se cambia a nuevos componentes, se cambia la mano de obra, el proceso, los recursos, si la página web no

Si es que la empresa produce y exporta bienes cuya calidad no es la que se ha acordado en el contrato de compraventa internacional, entonces el comprador en este caso tiene el camino expedito para iniciar acciones legales en contra de la empresa que haciendo uso de artimañas leguleyadas, prácticas ilegales perjudica la competencia. Tiene que haber

Hay que diferenciar aquí, si se habla de calidad del producto, tenemos por un lado a la normatividad que es exigencia para que cualquier producto agroindustrial independientemente si estamos hablando de Pisco u otro, las Exigencias que tiene el gobierno peruano respecto a la inocuidad del producto es básicamente lo que se le solicita a un producto agroindustrial, el pisco así como una mermelada

-Concordancias:

Para lograr buenos resultados en cuanto a calidad de producto, tienen que ver dos aspectos fundamentales uno que son a nivel de normatividad que rige el estado peruano que se deben de cumplir ciertas exigencias y normativas de inocuidad y por otro lado está a nivel de empresa, que deben de tener

está a la altura del proyecto, se cambiara el desarrollo de la página, existen muchas aristas.

un organismo regulador que controle cualquier actitud nociva en contra de los consumidores o en contra de las empresas competidoras.

ambos tiene que presentar certificados sanitarios y por supuesto previo a esto tener registro sanitario, básicamente es inocuidad del producto es decir que esté apto para el consumo humano, desde el punto de vista de normatividad es lo único que se le exige a un producto como éste.

Ahora por el otro lado cuando se refiere a calidad, la calidad en realidad está en función al público, entonces el público es quien en el fondo evalúa y dice yo prefiero el producto a otro el producto b, en éste caso ya sea por intensidad de cítricos o de aromas florales dentro del pisco o etcétera. Lo primero es una obligación para que el producto lo consuma o se pueda consumir sin riesgo, lo segundo es la decisión concreta de qué es lo que busque el público y eso es la evaluación de la calidad que en realidad ocurre en general.

buenos insumos, materia prima, materiales, mano de obra capacitada, es decir todos los recursos disponibles de primera, porque en éste otro aspecto es donde en realidad está en función al público, entonces el público es quien en el fondo evalúa y da la preferencia y elección del producto de calidad.

Discordancias:

En el sentido de que el producto no haya resultado previamente como se tenía planificado, se tienen dos puntos de vista.

-Como empresa se cambia los procesos, materiales, recursos y diferentes aristas para que pueda producir el producto con las características que requiere.

-Como comprador si es que la empresa me vende los productos cuya calidad no es la que hemos acordado en el contrato de compraventa internacional, entonces se tiene el camino expedito para iniciar acciones legales en contra de la empresa que haciendo uso de artimañas

ICG1

La capacitación en todo lo que tenga que ver con internacionalización es fundamental, los temas técnicos todo centrado a la internacionalización, segmentos de mercado, negociación, etc. Por el lado de la consultoría, se analiza mucho, el impacto que pueda tener la información, es decir luego que se realice una consultoría, se hace una especie de seguimiento para ver cómo está haciendo la empresa y cuál es el impacto que está teniendo en el mercado, las finanzas, etc.

Toda empresa que proyecta la internacionalización de sus actividades debería tener una gestión de sus operaciones de comercio internacional adecuado pertinente efectiva eficaz, tener una oferta exportable diversificada es fundamental, pues su capacidad de negociación no es limitada, la empresa tiene una variedad de productos, lo cual da mayor poder de negociación a la hora de negociar con sus contrapartes porque los clientes de afuera buscan proveedores que le provean de todo. También es fundamental dentro de esta capacidad de gestión contactar a los proveedores de servicios que hagan las cosas rápidas y bien entre esos proveedores de servicios logísticos me refiero a las Agencias de Aduana, los Depósitos Temporales de los almacenes, las agencias de carga el transportista, La compañía aseguradora, toda la gestión que tenemos que realizar y que esté orientada a

En cualquier empresa de cualquier sector, las empresas deben ser consciente de la capacidad que tienen en términos financieros para entrar en un nuevo proyecto, si se ve a la exportación como un proyecto a futuro en el corto o mediano plazo tengo que tener la capacidad para invertir definitivamente porque lo que más me va a tocar hacer es involucrarse en actividades promocionales.

Para lograr esa visión el qué está a cargo es el gerente, tenemos en el país en todos los sectores muy buenas empresas en términos productivos, muy buenas. Pero de estas empresas quieren dar el salto a vender que no es lo mismo son muy buenas produciendo, pero no necesariamente son buenas vendiendo, por eso no suelen tener este presupuesto y no tener estrategias agresivas de ingreso al mercado.

leguleyadas, prácticas ilegales perjudica la competencia.

Concordancias:

-La capacidad de Gestión en una empresa que tiene miras internacionales debe de tener una gestión de sus actividades efectiva, con oferta exportable diversificada para que exista mayor poder de negociación, también en capacidad de términos financieros y de inversión, también es fundamental dentro de esta capacidad de gestión contactar a los proveedores de servicios que hagan las cosas rápidas y bien entre esos proveedores de servicios logísticos

IRE2	<p>Ventas ni hablar, se cree que eso es lo primero, también podría ser apertura de canales, ver los puntos de venta, apertura otros segmentos por ejemplo si solo se exporta a Nueva York se puede apertura exportar a Michigan, California, Etc., es un indicador bastante fuerte, ir viendo que se puedan reducir costos en los proveedores, por el lado financieros hablar de los ratios (rotación de activos) supongamos que a través de una inversión extranjera directa se apertura un almacén para la logística, un tema de rotación de activos, puede ser el nivel de trabajo o camión para hacer el traslado.</p>	<p>que la mercancía se embarque y exporte es fundamental</p> <p>Un primer indicador podría ser la cantidad de productos que tiene, por ejemplo que se tenga pisco quebranta de tal uva, otro pisco sabor a arándanos y otros diversos piscos, y mido por la oferta exportable diversificada, otro indicador podría ser número de países a los cuales exportan las empresas, si una empresa A solo exporta a Argentina, Brasil y Uruguay en cambio la otra empresa exporta a 10 empresas tendrá un rendimiento exportador mayor entonces cantidad de mercados a los cuales exporto, otro indicador sería el acceso al mercado.</p>	<p>Básicamente se estaría hablando en términos generales Incremento de las exportaciones, incremento del valor e incremento de mercados. Básicamente estos tres, entonces se deben incrementar en términos de cantidad por ejemplo más botellas anuales pero no son solo más botellas, sino que los mercados más atractivos pueden resultar siendo aquellos en los que en la misma cantidad de botellas me permito obtener mayor cantidad de dinero porque me pagan mejor, porque hay países que pueden valorar más el producto y el otro es el número de países y mercados en las cuales una empresa estaría ingresando entonces eso serían los tres indicadores principales</p>	<p>Concordancias: -Los principales indicadores de para medir el Rendimiento de Exportación sería el valor y cantidad de las exportaciones, número de países a los cuales exportan las empresas, el acceso a los mercados, incremento de las exportaciones, incremento del valor y las ratios de rotación de activos</p>
II3	<p>La innovación empieza por el que está en la cabeza y va cayendo como en cascada, esto se empieza a manifestar a partir de comités, en las consultorías que yo realizo se implementan comités de evaluación, es decir se reúnen todas las jefaturas o las gerencias. Y de abajo hacia arriba es que el cliente mismo es el que da las soluciones a través</p>	<p>La innovación hoy en día es clave para que la empresa pueda diferenciarse, pueda distinguirse de sus empresas competidoras según el manual de Oslo de la OCDE y según otros autores hay hasta cinco modalidades de Innovación que son, Innovación productiva, Innovación de procesos, innovación</p>	<p>De hecho si se habla del sector pisco, es uno de los de los puntos focos del país que ha tenido en términos de innovación tiene una posición preferente el día de hoy, por qué el desarrollo del sector a nivel internacional del nivel interno está muy de la mano del sector gastronómico peruano, se ha generado una marca específicamente para promocionar el Pisco, que en</p>	<p>Concordancias: -La innovación de producto es fundamental y clave para que una empresa pueda diferenciarse, si hablamos del Pisco es uno de los puntos en donde la posición ha sido preferente, porque está muy de la mano con el sector gastronómico peruano y hay una marca en específica que</p>

de testeos, porque va de acuerdo a la evolución del mercado, en algunos casos se tiene que incurrir en algún costo extra, tecnológica, Innovación de marketing o mercadeo e Innovación organizacional. Entonces, la innovación de producto es fundamental, ósea el hecho de crear una bebida alcohólica sobre la base de pisco, pero de repente con arándanos o con otras frutas, que haga el match perfecto. este caso es Pisco “Spirit of Peru” y esto se ha hecho básicamente para que se promocione el producto junto con la gastronomía peruana como tiene un reconocimiento destacable a nivel internacional, entonces la estrategia para desarrollar la introducción del pisco en el mundo ha sido ir de la mano de la gastronomía. se creado con la finalidad de promocionar el Pisco con la gastronomía peruana, lo que nos coloca en una posición ventajosa porque chile no tiene como asociar su pisco a la gastronomía porque la gastronomía que ha logrado reconocimiento ha sido la nuestra a nivel mundial.

Discordancias:

-Puede distinguirse de sus empresas competidoras según el manual de solo de la OCDE y según otros autores hay hasta cinco modalidades de Innovación que son, Innovación productiva, Innovación de procesos, innovación tecnológica, Innovación de marketing o mercadeo e Innovación organizacional.

ITLC4

-

-

-

-

VCP1

Sí, hay una relación directa, porque si se cuenta con un buen capital humano que esté motivado, que tenga ciertos conocimientos, que no tenga esa necesidad de que un jefe este monitoreándolos cada rato, Los indicadores para que haya mejora en la productividad se tiene que ver y determinar una serie de indicadores por ejemplo variedad de productos y en las presentaciones, tener envases variados, que tipo de insumos o uva se está Va a depender de la empresa y de sus procesos en sí, pero en general un indicador relevante sería porcentaje de mermas, porcentaje de productos defectuosos, tal vez como lo más relevante y la intensidad sería reducir ambos indicadores, otro elemento si es que quiero evaluar productividad **Concordancias:** -Para lograr mejoras en la productividad va a depender de los procesos y una serie de indicadores que permitan medir el porcentaje de mermas o productos defectuosos, también si es que

si ayuda mucho en la productividad.

Es importante, porque respecto a la eficacia y la eficiencia, porque a modo general podría ser un tema a modo de costo, de materiales, obtener lo mismo más con menos, optimizar tiempos para producir más.

utilizando, la más rendidora, que sea utilizable todo hasta la última prensa del mosto.

eventualmente sería si es qué hay procesos repetitivos, procesos repetitivos, horas de trabajo, eficiencia en uso de insumos creo que eso sería los más relevante en temas de productividad.

existen procesos repetitivos, eficiencia en el uso de insumos, que sería lo más relevante en temas de productividad.

Discordancias:

-El capital humano es una de las piezas claves en temas de productividad porque con un buen capital humano que esté motivado, que tenga ciertos conocimientos, que no tenga esa necesidad de que un jefe este monitoreándolos cada rato, si ayuda mucho en la productividad.

Escala va por el lado de que trato de vender más, voy a necesitar producir más, o la otra opción sería hacer una alianza para que se reduzcan los costos.

En la economía de escala por ejemplo si se va a producir y exportar pisco pues para no estar comprando 100 botellas en el mes tengo que comprar 5000 o 10000 botellas las cuales se adquirieron a precios sumamente bajos, si a eso le agregamos el hecho de que en la planta que hemos alquilado fabricar 1000 botellas de pisco es igual que fabricar 100.000 botellas de pisco porque igual la empresa dueña del local igual me cobrará por el local de renta, la economía de escala creo yo es la que finalmente

Bueno las economías de escala son eficientes para negocios que buscan una gran introducción hacia cierto sector que tenga un matiz masivo si ese es el objetivo, pues las principales ventajas que se va a aprender de este tipo de modelo o formato va a ser la disminución de costos o eficiencia de estos porque en alguna medida los costos se van a volver 0 e incluso si hablamos a nivel de producto por producto y eso le permite una comercialización bastante competitiva a una empresa, en el caso de este sector hay que tener cuidado de que hasta qué punto estamos hablando de economía de escala para

-Concordancias:

Uno de los modelos empresariales que se tomaría en cuenta para lograr mayor productividad es la Economía de Escala son eficientes para negocios que buscan una gran introducción hacia cierto sector que tenga un matiz masivo si ese es el objetivo, y las principales ventajas que se va a aprender de este tipo de modelo o formato va a ser la disminución de costos o eficiencia de estos porque en alguna medida los costos se van a volver 0 porque permite

permite la empresa producir en grandes cantidades e increíblemente a precios sumamente bajos Gracias a que estoy comprando los insumos y materias primas en grandes cantidades y volúmenes lo cual me permite negociar con ese proveedor la compra de insumos y materias primas a precios sumamente bajos que van a impactar en el precio final de pisco.

que se conserven las características del producto, pero si el enfoque de la empresa es más bien como decíamos artesanal el enfoque está es más bien por valor por mantener las características eventualmente en ese tipo de talleres no es que se produzca gran cantidad sino que se produzca piscos con gran valor y características particular

a la empresa producir en grandes cantidades e increíblemente a precios sumamente bajos.

-Discordancias:

Si el enfoque de la empresa es artesanal el enfoque está es más bien por valor por mantener las características eventualmente en ese tipo de talleres no es que se produzca gran cantidad, sino que se produzca piscos con gran valor y características particulares.

Es crucial analizar ello, por ejemplo, si se comienza exportar a Argentina y sobretodo, todo lo que tenga que ver con la parte de la cuenca agrícola ganadera, en la provincia de Santa Fe, Córdoba, si vas por ese camino es una zona muy llana es más accesible, en otros países la geografía tiene muchas montañas eso perjudica el hecho de poder trasladarse.

Definitivamente que si, la geografía entendida por los suelos, la tierra y todo lo que se produce en ella, y si a ellos le agregamos el clima o los microclimas y si a todo eso le agregamos también la capacidad humana, la mano de obra eficiente, eficaz, productiva, yo creo que todos estos elementos nos llevarían a tener una oferta exportable de bebidas alcohólicas en este caso de pisco sumamente competitiva, en el Perú tenemos la dicha de tener todas esas zonas de producción de uva, porque las condiciones de

Sí, definitivamente Perú tiene una mejor posición logística a pesar de que la distancia no es sustancial pero si bien geográficamente nosotros tenemos características distintas, si se habla desde el punto de vista del desarrollo del insumo que vendrían a ser las uvas leyendo algunas características también de la producción de uvas en Chile, ellos también destacan en un par de valles con una producción excepcional de uvas con alto contenido de azúcares, en el caso de Perú nosotros tenemos una ventaja geográfica desde el hecho de contar con ciertas características que le dan valor al producto y que son reconocidas por el público como un

Concordancias:

-Definitivamente sí es fundamental la geografía. en el Perú tenemos la dicha de tener todas esas zonas de producción de uva, porque las condiciones de tierra sumadas a las condiciones climáticas geográficas etcétera llevan a que se produzca ese fenómeno, en el caso de Perú nosotros tenemos una ventaja geográfica desde el hecho de contar con ciertas características que le dan valor al producto y que son reconocidas por el público como un sabor distintivo y

tierra sumadas a las condiciones climáticas geográficas etcétera llevan a que se produzca ese fenómeno, es por ello que es fundamental la geografía.

sabor distintivo y etcétera, entonces en ese sentido la geografía en este sector es muy importante.

etcétera, entonces en ese sentido la geografía en este sector es muy importante.

4.2. Aplicación del instrumento estructurado

4.2.1. Guía de análisis documental:

Precio Internacional

Se describió que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Precio Internacional, para ello a través del análisis del precio en los periodos 2018 - 2022, se estableció el comportamiento y la fluctuación. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por la plataforma Veritrade y Trademap para ambos países.

Tabla 6

Precio Internacional de Perú (Total US\$/FOB)

Empresas exportadoras	Precio Internacional de Perú (Total US\$ / FOB)				
	2018	2019	2020	2021	2022
Bodega San Isidro S.R.L.	767,780	1,151,759	508,220	1,142,476	1,613,406
Destilería La Caravedo S.R.L	680,807	1,173,009	709,624	1,246,785	1,351,083
Viña Tacama S.A.	372,299	698,094	563,216	695,378	1,446,608
Bodega San Nicolas Sociedad Anónima	772,250	645,951	252,320	848,759	1,129,903
Bodegas y viñedos Tabernero S.A.C.	633,779	718,607	341,034	343,868	666,401
Santiago Queirolo S.A.C.	376,801	415,275	470,433	434,859	726,158
Macchu Pisco S.A.C.	286,049	403,585	271,242	491,055	351,905
Destilería Nacional S.R.L.	215,738	270,314	709,624	464,398	308,111
Viña Ocucaje S A	276,775	251,649	139,927	208,909	380,953
Bodegas Don Luis Sociedad Anónima Cerrada	345,008	250,397	145,324	268,017	201,237

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2023)

Como se evidencia en la tabla 6, en el caso de Perú, se observan a las principales empresas exportadoras de Pisco con partida arancelaria 2208.20.10 entre

el periodo 2018-2022, de las cuales la empresa Bodega San Isidro S.R.L tuvo un valor FOB constante con una disminución mínima, pero luego incrementando teniendo en el 2022 un valor FOB de 1,613,406 US\$. La empresa Destilería la Caravedo S.R.L tuvo una disminución de valor FOB para el 2020, sin embargo, se mantuvo constante para los años posteriores, obteniendo un valor FOB de 1,351,083 US\$. Finalmente, sucedió lo mismo con la empresa Viña Tacama S.A que culminó en el año 2022 con un valor FOB de 1,446,608.

Tabla 7
Precio Internacional de Chile (Total US\$/FOB)

Empresas exportadoras	Precio Internacional de Chile (Total US\$ / FOB)				
	2018	2019	2020	2021	2022
Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA	993,433	1,120,697	673,842	1,048,490	No hay resultados
Cia.Pisquera de Chile S.A.	636,711	384,536	454,100	705,236	No hay resultados
Sociedad Vinícola Miguel Torres SA.	388,493	448,413	313,200	417,679	No hay resultados
X	305,946	147,789	542,514	378,944	No hay resultados
Pisquera Tulahuen LTDA	213,671	148,540	1,080	149,438	No hay resultados
Aba Distil Sociedad por Acciones	92,030	-	-	50,228	No hay resultados
Sociedad Agrícola Hacienda Mal Paso y Compañía LTDA	7,641	17,898	71,107	-	No hay resultados
Marnier-Lapostolle Chile SPA	72,822	13,391	-	-	No hay resultados
Raúl Eduardo Savastano E.I.R.L	62,244	-	-	-	No hay resultados
Comercial F H Engel S A	-	39,032	-	-	No hay resultados

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2023)

Como se evidencia en la tabla 7, en el caso de Chile se tiene las principales empresas exportadoras de Pisco con partida arancelaria 2208.20.10 entre el periodo 2018-2022, de las cuales la empresa Cooperativa Agrícola Pisquera Elqui LTDA tuvo un valor FOB constante de crecimiento con una disminución mínima, pero luego incrementando teniendo en el 2021 un valor FOB de 1,048,490 US\$. La empresa Cía. Pisquera de Chile S.A tuvo un crecimiento constante con valor FOB para el 2021 de 705,236 US\$. Finalmente, para la empresa Soc. Vinícola Miguel Torres S.A tuvo un crecimiento hasta el año 2019 con un valor FOB de 448,413 US\$ y luego disminuyó llegando al 2021 con un valor FOB de 417,679 S\$.

Tabla 8
Precio Internacional de Perú (US\$/Litro)

Empresas exportadoras	Precio Internacional de Perú (US\$ / Litro)				
	2018	2019	2020	2021	2022
Bodega San Isidro S.R.L.	7.922	7.890	7.811	7.958	7.949
Destilería La Caravedo S.R.L	10.476	9.047	9.557	8.743	7.822
Viña Tacama S.A.	7.740	4.402	7.850	7.622	7.924
Bodega San Nicolas Sociedad Anónima	12.135	8.974	-	8.195	9.227
Bodegas y viñedos Tabernerero S.A.C.	6.481	6.474	6.989	6.469	6.717
Santiago Queirolo S.A.C.	4.350	7.533	5.334	7.171	5.167
Macchu Pisco S.A.C.	7.392	9.959	11.832	10.261	-
Destilería Nacional S.R.L.	7.562	7.314	9.307	8.239	-
Viña Ocucaje S A	6.970	1.174	7.914	-	5.232
Bodegas Don Luis Sociedad Anónima Cerrada	8.054	9.038	8.161	8.234	-

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2023)

Como se evidencia en la tabla 8, en el caso de Perú se tiene las principales empresas exportadoras de Pisco con partida arancelaria 2208.20.21.00 entre el periodo

2018-2022, de las cuales la empresa Bodega San Isidro S.R.L. tuvo un precio constante con disminuciones mínimas, teniendo en el 2022 un precio unitario por litro de 7.949 US\$. La empresa Destilería La Caravedo S.R.L. tuvo una disminución de los precios, obteniendo un precio unitario por litro de 7.822 US\$. Finalmente, la empresa Viña Tacama S.A. tuvo una caída en los precios para el año 2019, sin embargo, tuvo un crecimiento constante.

Tabla 9
Precio Internacional de Chile (US\$ / Litro)

Empresas exportadoras	Precio Internacional de Chile (US\$ / Litro)				
	2018	2019	2020	2021	2022
Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA	5.300	5.965	5.693	5.693	No hay resultados
Cia.Pisquera de Chile S.A.	6.093	5.793	5.753	5.753	No hay resultados
Sociedad Vinícola Miguel Torres SA.	9.709	9.638	8.990	8.990	No hay resultados
X	3.453	7.289	9.589	9.589	No hay resultados
Pisquera Tulahuen LTDA	17.146	18.649	12.000	12.000	No hay resultados
Aba Distil Sociedad por Acciones	6.345	-	-	-	No hay resultados
Sociedad Agrícola Hacienda Mal Paso y Compañía LTDA	1.652	5.391	7.982	7.982	No hay resultados
Marnier-Lapostolle Chile SPA	14.270	12.012	-	-	No hay resultados
Raúl Eduardo Savastano E.I.R.L	1.260	-	-	-	No hay resultados
Comercial F H Engel S A	-	5.200	-	-	No hay resultados

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2023)

Como se evidencia en la tabla 9, en el caso de Chile se tiene las principales empresas exportadoras de Pisco con partida arancelaria 2208.20.10 entre el periodo 2018-2022, de las cuales la empresa Cooperación Agrícola Pisquera Elqui Ltda. tuvo un precio constante con disminuciones mínimas, teniendo en el 2022 un precio unitario por litro de 5.753 US\$. La empresa Destilería Cía. Pisquera de Chile S.A. tuvo una disminución de precios para el 2019, sin embargo, se mantuvo constante para los años posteriores, obteniendo un precio unitario por litro de 7.822 US\$. Finalmente, la empresa Soc. Vinícola Miguel Torres S.A. con una disminución mínima en sus precios.

Tabla 10
Precio Internacional de Perú (2018 - 2022)

<i>Empresas exportadoras</i>	Precio Internacional de Perú (2018 - 2022)			
	<i>Total US\$/ FOB</i>	<i>%</i>	<i>Total L.</i>	<i>US\$/L.</i>
Bodega San Isidro S.R.L.	5,183,640	14.57%	654,497	7.920
Destilería La Caravedo S.R.L.	5,181,308	14.51%	584,079	8.837
Viña Tacama S.A.	3,775,594	10.61%	552,218	6.837
Bodega San Nicolas Sociedad Anónima	3,849,183	10.26%	458,800	7.954
Bodegas y viñedos Tabernero S.A.C.	2,703,689	7.60%	409,800	6.595
Santiago Queirolo S.A.C.	2,423,527	6.81%	431,109	5.622
Macchu Pisco S.A.C.	1,803,836	5.07%	180,44	9.997
Destilería Nacional S.R.L.	1,418,733	3.99%	177,528	7.992
Viña Ocucaje S A	1,258,213	3.54%	369,019	3.410
Bodegas Don Luis Sociedad Anónima Cerrada	1,209,983	3.40%	143,506	8.432

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2023)

Como se evidencia en la tabla 10, en el caso de Perú se tiene las principales empresas exportadoras de Pisco con partida arancelaria 2208.20.21.00 entre el periodo

2018 - 2022, en donde la empresa Bodega San Isidro S.R.L con un total FOB 5,183,640, con un porcentaje de participación de 14.57% y Destilería la Caravedo S.R.L con un total FOB 5,181,308, con un porcentaje de participación de 14.51% tienen la mayor participación en la exportación de Pisco en el mercado internacional.

Tabla 11
Precio Internacional de Chile (2018 - 2022)

<i>Empresas exportadoras</i>	Precio Internacional de Chile (2018 - 2022)			
	<i>Total US\$/ FOB</i>	<i>%</i>	<i>Total L.</i>	<i>US\$/ L.</i>
Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA	3,836,462	38.41%	706,360	5.431
Cia.Pisquera de Chile S.A.	2,180,583	21.83%	342,618	6.364
Sociedad Vinícola Miguel Torres SA.	1,567,785	15.70%	168,870	9.284
X	1,375,193	13.77%	218,825	6.284
Pisquera Tulahuen LTDA	512,729	5.13%	28,329	18.099
Aba Distil Sociedad por Acciones	142,258	1.42%	22,041	6.454
Sociedad Agrícola Hacienda Mal Paso y Compañía LTDA	96,645	0.97%	16,854	5.734
Marnier-Lapostolle Chile SPA	86,213	0.86%	6,218	13.866
Raúl Eduardo Savastano E.I.R.L	62,244	0.62%	49,400	1.260
Comercial F H Engel S A	39,032	0.39%	7,506	5.200

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2023)

Como se evidencia en la tabla 11, en el caso de Chile se tiene las principales empresas exportadoras de Pisco con partida arancelaria 2208.20.10 entre el periodo 2018 - 2022, en donde la empresa Cooperación Agrícola Pisquera Elqui con un total FOB 3,836,462, con un porcentaje de participación de 38.41% y Cía. Pisquera de Chile S.A con un total FOB 2,180,583 con un porcentaje de participación de 21.83% tienen la mayor participación en la exportación de Pisco en el mercado internacional.

Tabla 12*Variabilidad del precio internacional Perú – Chile, 2018 al 2022*

Precio Internacional para Estados Unidos (<i>Valor Unitario, dólar americano por toneladas</i>)		
Años	Perú	Chile
	<i>US\$ / L</i>	<i>US\$ / L</i>
2018	5.139	5.880
2019	5.531	6.172
2020	4.605	6.560
2021	5.288	4.679
2022	5.355	6.236

Nota: Extraído de plataforma TradeMap (2023)

Como se evidencia en la tabla 12, el precio internacional para el producto pisco hacia el mercado estadounidense. En el caso de Perú, tuvo un crecimiento del 2018 al 2019, sin embargo, para el 2020 tuvo un decrecimiento debido a la coyuntura, por el cierre de bares y tiendas, para los años 2021 y 2022 tuvo un crecimiento. Con respecto a Chile tuvo un crecimiento del 2018 al 2020, sin embargo, para el 2021 tuvo un decrecimiento, recuperándose para el 2022.

Tabla 13*Variabilidad del precio internacional Perú – Chile, 2018 al 2022*

Precio Internacional para China (<i>Valor Unitario, dólar americano por toneladas</i>)		
Años	Perú	Chile
	<i>US\$ / L</i>	<i>US\$ / L</i>
2018	4.250	6.467
2019	5.000	7.588

2020	7.333	5.576
2021	6.500	8.791
2022	6.211	11.000

Nota: Extraído de plataforma TradeMap (2023)

Como se evidencia en la tabla 13, el precio internacional para el producto pisco hacia el mercado chino. En el caso de Perú, tuvo un crecimiento del 2018 al 2020, siendo el 2020 el año con el mayor precio, sin embargo, para el 2021 y 2022 tuvo un decrecimiento. Con respecto a Chile, tuvo un crecimiento al 2019, para el 2020 bajó, y para los años 2021 y 2022 tuvo un crecimiento, siendo el último año el mayor precio establecido.

Tecnología

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría Tecnología. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Tabla 14

Tecnología en el sector vitivinícola – Perú

Tecnología en el sector vitivinícola (Pisco) - Perú	
Instituto Tecnológico de la Producción	Según el Instituto Tecnológico de la Producción (2022), las cadenas productivas agroindustriales, principalmente la cadena productiva pisquera, formó parte de la donación del Instituto Tecnológico de Producción, de un total de 2 401 servicios tecnológicos y de innovación, como el control de proceso, verificación de bodega y toma de muestras de pisco.
Agraria	Según Agencia Agraria de Noticias (2021), en la actualidad la industria nacional usa de 6 a 8 kg de uva para producir un litro de pisco o aguardiente, sin embargo, con el proyecto de la universidad solo se usarían la mitad de kg. La Universidad Nacional de Ingeniería, junto con el Fondo Nacional de Desarrollo Científico, Tecnológico e Innovación Tecnológica, busca optimizar la producción de pisco, aprovechando las mermas de la uva.

Marca Perú	Según Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2019), el Perú cuenta con varias empresas que se dedican a producir pisco, algunas cuentan con la última tecnología, ya sea en equipos modernos y especialistas en el área de producción y comercialización.
Conapisco (Comisión Nacional del Pisco)	Según comisión Nacional del Pisco (2023), es un producto obtenido por destilación de los mostos frescos de “uvas pisqueras” fermentadas, haciendo uso de métodos que mantengan los principios tradicionales de calidad.
ANDINA	Según Agencia Peruana de Noticias (2022), investigadores de la Universidad Católica del Perú desarrollaron un prototipo de una nariz electrónica, que determinará la calidad del pisco, a través de sus sensores sintetizados e inteligencia artificial.

Tabla 15*Tecnología en el sector vitivinícola (Pisco) – Chile*

Tecnología en el sector vitivinícola (Pisco) - Chile	
ProChile	Según ProChile (2023) la Asociación de productores de pisco, consideran que la industria se encuentra en buena posición como para iniciar una expansión a mercados internacionales, debido al crecimiento constante en ciencia-tecnología e innovación.
Ministerio de Agricultura	Según el Ministerio de la Agricultura (2023), se formuló un Programa Territorial de la cadena productiva del Pisco, que estuvo a cargo de INIA. Este programa busca mejorar la competitividad y posicionamiento en el mercado internacional.
Oficina de Estudios y Políticas Agrarias [ODEPA]	Según la Producción y Mercado del Pisco (2021), la producción de la uva pisquera proviene de un poco más de 2 200 productores, de los cuales la mayoría corresponde a pequeños productores y más del 80% están dentro del modelo cooperativo.
Pisco Orgullo Chileno	Según el Programa Territorial Integrado para Industria Pisquera (2023), la industria pisquera es de tipo industrial y artesanal, en el caso de las pisqueras industriales, están van de la mano de la innovación mejorando su calidad, y las pisqueras artesanales buscan mantenerse con la tradición instaurada de años atrás.

Capacidad de producción

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Capacidad de Producción. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por la plataforma FAOSTAT - Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

Mano de obra:

Perú: Según Gestión (2022), da a conocer que ADEX, el 80% de productores de uva son pequeños agricultores que no tienen capacidad de inversión, sin embargo, el sector pisco tuvo un crecimiento del 81% de exportaciones con respecto al año 2021.

Chile: Sin información actual

Área cosechada

Tabla 16
Área cosechada de Uvas (01330) – Hectáreas

Área cosechada de Uvas (01330) - Hectáreas					
País	2018	2019	2020	2021	2022
Perú	32,543	33,238	35,162	35,704	no hay resultado
Chile	193,647	193,296	190,810	201,895	no hay resultado

Nota: Extraído de plataforma Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2023)

Como se evidencia en la tabla 16, en el caso del Perú, tuvo un crecimiento en el área cosechada de uvas, obteniendo en el 2021 un total de 35,704 hectáreas. En el caso de Chile, disminuyó para el 2020, sin embargo, tuvo un crecimiento para el 2021 con un total de 201,895.

*Rendimiento***Tabla 17***Rendimiento de Uvas (01330) - 100 g/ Ha*

Rendimiento de Uvas (01330) - 100 g/ Ha					
País	2018	2019	2020	2021	2022
Perú	198,366	192,493	208,598	231,279	no hay resultado
Chile	146,040	140,442	127,596	127,844	no hay resultado

Nota: Extraído de plataforma Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2023)

Como se evidencia en la tabla 17, en el caso del Perú, tuvo un crecimiento en el rendimiento de uvas, obteniendo en el 2021 un total de 231,279 de 100 g/Ha. En el caso de Chile, tuvo una disminución en el rendimiento del 2018 al 2021, llegando a un total de 127,844 de 100 g/Ha.

*Producción – Cantidad***Tabla 18***Producción de Uvas (01330) – Toneladas*

Producción de Uvas (01330) - Toneladas					
País	2018	2019	2020	2021	2022
Perú	645,545.06	639,814.93	733,472.46	825,749.79	no hay resultado
Chile	2,828,021	2,714,690.59	2,434,664.03	2,581,108.26	no hay resultado

Nota: Extraído de plataforma Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2023)

Como se evidencia en la tabla 18, en el caso del Perú, tuvo un crecimiento en la producción de uvas, obteniendo en el 2021 un total de 825,729.79 toneladas. En el

caso de Chile, tuvo un mayor crecimiento que Perú, obteniendo en el 2021 un total de 2,581,108,26 de toneladas.

Capacidad económica y financiera

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de capacidad económica y financiera. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Tabla 19
Capacidad económica y financiera de Perú

Capacidad económica y financiera de Perú	
(2018 - 2022)	
Instituciones	<i>Acceso a financiamiento / Condiciones financieras</i>
MEF	Según El Comercio (2020), el Ministerio de Economía y Finanzas, eliminó algunas actividades de Reactiva Perú, sin embargo, se incluyó a todas las empresas dedicadas a la producción de bebidas alcohólicas, como cerveza, pisco y vino. Mediante este programa, podrán acceder a programas crediticios.
Ministerio de desarrollo agrario y riego	Según Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2022), el FAE-AGRO 2021 es un fondo para otorgar créditos de capital de trabajo para los pequeños productores agropecuarios que permitirá financiar y garantizar la instalación de la campaña agrícola 2020-2021, ya que podrán recibir créditos hasta S/30,000 para lograr inyectar fondos económicos y continuar la producción de alimentos.
Banco Mundial	Según Banco Mundial (2023), el crédito interno al sector privado es de 47.8% del PBI en el 2021.
Doing Business	Según Doing Business (2023), para la obtención de crédito en el año 2020 es de un rango de 75 al igual que en el año 2019.

Tabla 20
Capacidad económica y financiera de Chile

Capacidad económica y financiera de Chile (2018 - 2022)	
Instituciones	<i>Acceso a financiamiento / Condiciones financieras</i>
Minagri	Según Ministerio de Agricultura (2022), un convenio de transferencia de fondos por \$28.000.000 suscribió la Subsecretaría de Agricultura con la Asociación de Productores de Pisco A.G. (Pisco Chile), con el objetivo de potenciar y promover los atributos del pisco como producto identitario de Chile, además de estimular su competitividad, incrementar los volúmenes de sus exportaciones y mejorar sus condiciones de comercialización.
Gobierno Regional de Coquimbo	Según Gobierno Regional Región de Coquimbo (2023), se busca fortalecer e incrementar las acciones de promoción internacional de la categoría de pisco Chile en el mercado internacional, para ello el Subsecretario de Agricultura, José Ignacio Pinochet Olave detalló acerca del plan, y mencionó que "Este Plan de Protección y Promoción Internacional del Pisco Chileno será crucial para el desarrollo de los 2.800 agricultores que cultivan alguna de las 11 variedades de uva pisquera en las regiones de Coquimbo y Atacama". Igualmente se agrega que "estos 7.100 millones de pesos aportados por el presupuesto nacional y los Gobiernos Regionales de Atacama y Coquimbo, que se ejecutarán entre 2021 y 2024, constituyen el comienzo de una nueva etapa, en que ojalá los chilenos tomemos conciencia, con orgullo, de que más de 40 mil personas trabajan directa o indirectamente en esta agroindustria, que aporta en impuestos al país más de 100 mil millones de pesos anualmente".
Banco Mundial	Según Banco Mundial (2023), El crédito interno al sector privado es de 108.66% del PBI en el 2021.
Doing Business	Según Doing Business (2023), para la obtención de crédito en el año 2020 es de un rango de 94 al igual que en el año 2019.

Infraestructura productiva

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de infraestructura productiva. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será

recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Tabla 21
Infraestructura productiva

Indicadores	Infraestructura productiva	
	Perú	Chile
Áreas apropiadas de producción	Según PiscoesPeru.com (2023), las zonas productoras de vid en el Perú principalmente están en Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna. Siendo el departamento de Ica que presentó las características más apropiadas para la actividad vitivinícola. Su clima es semicálido y las precipitaciones pluviales son escasas y las temperaturas medias son saludablemente uniformes.	Según Programa Territorial Integrado para Industria Pisquera (2023), los fértiles valles de Chile albergan una gran variedad de vides, las cuales son idóneas para elaborar los vinos y piscos. En la actualidad el 10% de los productores realizan el procedimiento de manera artesanal, el 85% de los agricultores que venden uva poseen menos de 5 hectáreas plantadas, entre las regiones de Atacama y Coquimbo.
Maquinaria y equipos	Según Ministerio de desarrollo Agrario y Riego (2019), el Minagri inauguró una moderna planta de producción de Pisco para impulsar la exportación, la inversión de S/433,456.80 incluyó la adquisición de tanques de acero inoxidable, despalladora, prensa, bomba orujera, sistema de gas y mejoramiento de la infraestructura para la ampliación del área de fermentados.	Según Ministerio de agricultura (2022), el Instituto de Desarrollo Agropecuario entregó fertilizantes e incentivos para maquinarias a agricultores para poder mantener su intención de siembra de los cultivos de primavera, y que busca paliar en parte las alzas de los precios que han sufrido estos productos en el último tiempo.

Barreras arancelarias

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de las barreras arancelarias. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por las plataformas Trademap y Macmap.

Tabla 22
Principales países importadores de pisco (220820)

Importadores	Valor importado en 2022(miles de USD)	Saldo comercial 2022(miles de USD)	Cantidad importada en 2022	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2018-2022 (%)
Mundo	7.265.221	-298.414	0	No medida		0
Estados Unidos de América	2.258.659	-2.115.600	0	No medida		8
China	1.417.263	-1.362.655	34.977	Toneladas	40.520	11
Singapur	869.441	80.297	15.561	Metros cúbicos	55.873	1
Rusia	370.509	-370.380	0	No medida		0

Nota: Extraído de plataforma TradeMap (2023)

Como se evidencia en la tabla 22, se observa a los principales importadores de pisco a nivel mundial, en primer lugar, se encuentra Estados Unidos de América con un valor importado en el 2022 de 2,258,659 y una tasa de crecimiento anual de 8%. En segundo lugar, se encuentra China con un valor importado en el 2022 de 1,417,263 y una tasa de crecimiento de 11%.

Tabla 23
Barreras Arancelarias

Barreras Arancelarias						
	Perú (2208.20)			Chile (2208.20)		
	Si	No	Argumento	Si	No	Argumento
Estados Unidos de América	x		Según Market Access Map (2023), el régimen arancelario en el 2022 es de 0.00% con un equivalente ad valorem de 0.00%.	x		Según Market Access Map (2023), el régimen arancelario en el 2022 es de 0.00% con un equivalente ad valorem de 0.00%.

China	x	Según Market Access Map (2023), el régimen arancelario en el 2022 es de 10.00% con un equivalente ad valorem de 10.00%. Con una tarifa preferencial para Perú de 0.00%.	x	Según Market Access Map (2023), el régimen arancelario en el 2022 es de 10.00% con un equivalente ad valorem de 10.00%. Con una tarifa preferencial para Perú de 0.00%.
-------	---	---	---	---

Barreras no arancelarias

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Barreras No arancelarias. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por las plataformas Trademap y Macmap.

Tabla 24

Barreras No Arancelarias

Barreras No Arancelarias		
Países	Perú	Chile
	Argumento	Argumento
Estados Unidos de América	Según Market Access Map (2023), Por producto 2208.20– Pisco y singani Exportado desde Perú a Estados Unidos de América Revisión del SA: SA Rev.2012 Clasificación de las MNA: NTM Rev. 2019 MNA año: 2018 Fuente: UNCTAD.	Según Market Access Map (2023), Por producto 2208.20– Pisco y singani Exportado desde Chile a Estados Unidos de América Revisión del SA: SA Rev.2012 Clasificación de las MNA: NTM Rev. 2019 MNA año: 2018 Fuente: UNCTAD
	Entre los Requisitos de importación aplicados a este producto son 68, entre los principales tenemos a: <ul style="list-style-type: none"> • A130-Enfoque de sistemas. • A150-Requisito de autorización para los importadores por razones sanitarias y fitosanitarias. 	Entre los Requisitos de importación aplicados a este producto son 68, entre los principales tenemos a: <ul style="list-style-type: none"> • A130- Enfoque de sistemas • A150- Requisito de autorización para los importadores por razones sanitarias y fitosanitarias.

	<ul style="list-style-type: none"> • A190-Prohibiciones/restricciones de las importaciones por razones sanitarias y fitosanitarias, no especificadas en otra parte. • A220-Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos y piensos y sus materiales de contacto. • A310-Requisitos de etiquetado. 	<ul style="list-style-type: none"> • A190-Prohibiciones/restricciones de las importaciones por razones sanitarias y fitosanitarias, no especificadas en otra parte. • A220- Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos y piensos y sus materiales de contacto. • A310- Requisitos de etiquetado.
China	<p>Según Market Access Map (2023), Por producto 2208.20 - Aguardientes obtenidos por destilación de vino de uva o de orujo de uva (aguardiente de uva) Exportado de Chile a la Región Administrativa Especial de Hong Kong, China, Revisión del SA: SA Rev.2012. Clasificación de las MNA: NTM Rev. 2018 MNA año: 2016 Fuente: UNCTAD</p> <p>Entre los Requisitos de importación aplicados a este producto son 30, entre los principales tenemos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A150-Requisito de autorización para los importadores por razones sanitarias y fitosanitarias • A210-Límites de tolerancia para residuos o contaminación por ciertas sustancias (no microbiológicas) • A220-Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos y piensos y sus materiales de contacto • A310-Requisitos de etiquetado. • A852-Historial de procesamiento. 	<p>Según Market Access Map (2023), Por producto 2208.20 - Aguardientes obtenidos por destilación de vino de uva o de orujo de uva (aguardiente de uva) Exportado desde Perú a la Región Administrativa Especial de Hong Kong, China Revisión del SA: SA Rev.2012. Clasificación de las MNA: NTM Rev. 2018 MNA año: 2016 Fuente: UNCTAD</p> <p>Entre los Requisitos de importación aplicados a este producto son 30, entre los principales tenemos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A150-Requisito de autorización para los importadores por razones sanitarias y fitosanitarias. • A210-Límites de tolerancia para residuos o contaminación por ciertas sustancias (no microbiológicas). • A220-Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos y piensos y sus materiales de contacto • A310-Requisitos de etiquetado. • A852-Historial de procesamiento.

Certificaciones internacionales

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Certificaciones Internacionales que son obligatorias para los países de destino, debido a que ayudarán al ingreso de estos mercados sin ningún contratiempo. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Importancia de las certificaciones internacionales

Perú: Según PromPerú (2019), las certificaciones sostenibles, se convierten en una herramienta de competitividad y es una propuesta que genera valor para que la empresa pueda llegar a un mercado internacional.

Chile: Según ProChile (2020), son herramientas que permiten identificar y garantizar atributos de valor de los productos finales y de los procesos con los que se elaboran.

Tabla 25
Certificaciones internacionales de Perú

Certificaciones internacionales de Perú			
Indicadores	Estados Unidos	China	Información adicional
Certificaciones	Hazard Analysis and Critical Control Point		-Permite identificar, evaluar y controlar los peligros significativos para la inocuidad de los alimentos.
	USDA Organic	China Compulsory Certificate	-Certifica que los productos hayan sido obtenidos y procesados naturales, sin la aplicación de insumos o productos químicos. -La marca CCC es una marca de seguridad para

			muchos productos importados.
	Fair Trade Certified o Certificado de comercio Justo		Certificación representativa y utilizada para exportar al mercado estadounidense.
	Conapisco (Comisión Nacional del Pisco)		Certificación de calidad del producto que cuente con la autorización de uso de la denominación de origen Pisco.
	BPM (Buenas prácticas de manufactura)	GAP (Buenas prácticas agropecuarias)	-Garantiza que los productos como alimentos se produzcan y controlen de forma constante de acuerdo a los estándares de calidad. -Administrada por la AQSIQ entidad independiente para promover la unificación de los dos regímenes de inspección.
Regulaciones sanitarias	Dirección General de Salud ambiental (DIGESA)		Certificación de sanidad en la exportación de alimentos y bebidas destinados al consumo humano.
	-Departamento del Tesoro de los Estados Unidos con el reglamento de la Oficina de Impuestos y Comercio del alcohol y tabaco (TTB). -Administración de alimentos y medicamentos (FDA) con la norma de Administración de alimentos y medicamentos. -Departamento de agricultura de los Estados Unidos (USDA) con la norma de Límite máximo de residuos de plaguicidas.		

Reconocimientos Según Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2022), la bebida bandera obtuvo 8 great gold, 17 gold y 8 silver, es decir 33 medallas, los productos que se llevaron el reconocimiento más alto en la categoría espirituoso fueron los piscos Don Rómulo Quebranta, Camaná Puro Quebranta y Mosto Verde Albilla.

En los premios del Concurso Internacional de Espirituosos de España, fueron 18 bebidas espirituosas nacionales que lograron galardones como el Pisco Portón Mosto Verde Italia de la Destilería La Caravedo SRL y de Viña D'Los Campos.

Según Sanchez Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2022), estos resultados ayudan a fortalecer el posicionamiento de pisco en el mercado internacional.

Nota: Extraído de plataforma TradeMap

En la siguiente tabla 25, se observa las certificaciones internacionales que son una herramienta indispensable que Perú debe cumplir, para ingresar a los países de destino de exportación:

Según PromPerú (2019), se observan las certificaciones internacionales necesarias para Estados Unidos, entre ellas se encuentran Hazard Analysis and Critical Control Point, USDA Organic y Fair Trade Certified o Certificado de comercio Justo. Igualmente, según (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo), otras certificaciones a considerar son: La certificación de calidad de Conapisco y BPM (Buenas prácticas de manufactura).

De acuerdo a PromPerú (2015), se menciona certificaciones internacionales que se deben cumplir para ingresar al mercado chino, entre ellas China Compulsory Certificate y GAP (Buenas prácticas agropecuarias).

Tabla 26
Certificaciones internacionales de Chile

Certificaciones internacionales de Chile			
Indicadores	Estados Unidos	China	Información adicional
Certificaciones	Fair Trade Certified o Certificado de comercio Justo		Certificación representativa y utilizada para exportar al mercado estadounidense.
	USDA Organic	China Compulsory Certificate	-Certifica que los productos hayan sido obtenidos y procesados naturales, sin la aplicación de insumos o productos químicos. -La marca CCC es una marca de seguridad para muchos productos importados.
	Hazard Analysis and Critical control point		Permite identificar, evaluar y controlar los peligros significativos para la inocuidad de los alimentos.
Regulaciones sanitarias	Registro Nacional de Bebidas Alcohólicas (Servicio Agrícola Ganadero)		SAG otorga la certificación que acredita la potabilidad, genuinidad y la denominación de origen de los vinos y piscos que se exportan.
Reconocimientos	Según Mostos y Destilados (2021), recibió 11 distinciones el pisco chileno en la competencia de International Spirits Challenge 2021, la más destacada fue la medalla de oro perteneciente al Pisco Mistral Gran Nobel 40 ^a , las medallas plateadas fueron para los piscos Diablo especial y diablo reservado.		

Nota: Extraído de la plataforma del Ministerio de Agricultura - Servicio Agrícola Ganadero (2023)

Tabla 27
Certificado de denominación de origen

Certificado de denominación de origen		
País	<i>Perú</i>	<i>Chile</i>
Conceptualización	Según Andina (2020), Indecopi precisa que las denominaciones de origen distinguen a los productos nacionales emblemáticos únicos y de alta calidad, que refuerzan el sentimiento y espíritu de peruanidad dentro y fuera de nuestro territorio”	Instituto Nacional de Propiedad Industrial - Chile, 2022) “Signo distintivo que identifica un producto como originario del país o de una región o localidad del territorio nacional, cuando la calidad, reputación u otra característica del mismo sea imputable, fundamentalmente a su origen geográfico”
Entidad	Otorgadas por la Dirección de Signos Distintivos (DSD) del Indecopi.	Documento oficial que emite la empresa certificadora autorizada por el Servicio Agrícola y Ganadero.
Fecha	Según Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la propiedad intelectual (2019): <ul style="list-style-type: none"> • Mediante Resolución Directoral N° 072087-DIPI • Promulgado: 12 de diciembre de 1990 • Ratificado: 16 de enero 1991 	Según la Biblioteca del comercio Nacional de Chile (2023): <ul style="list-style-type: none"> • Promulgado: 30 diciembre 1999 • Publicación: 27 mayo 2000 • Versión: Última versión 22 diciembre 2020
Países que lo reconocen	Según INDECOPI (2019), en el 2019, 70 países reconocen la denominación de origen Pisco para el Perú, entre ellos en el continente americano se encuentran Bolivia, Canadá, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, República Dominicana y Venezuela.	Según El Comercio (2019), la denominación de origen de pisco chileno, es reconocido por 50 países en el mundo, además Indecopi menciona que son cuatro países los que reconocen la denominación de origen de Pisco como chileno, entre ellos están Australia, Brunéi, Nueva Zelanda y Turquía.

Infraestructura logística

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Infraestructura Logística. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por las plataformas Doing Business y Veritrade.

Para conocer la eficiencia de los procesos logísticos:

Tabla 28
Doing business de Perú

Doing business	Perú	
	2019	2020
	Puesto 76 del Ranking DB con una puntuación de 68.7	
Apertura de un negocio	82.4	133
Comercio transfronterizo	102	68.2
Tiempo para exportar: cumplimiento fronterizo (horas)		48
Costo para exportar: cumplimiento fronterizo (USD)		630
Tiempo para exportar: cumplimiento documental (horas)		24
Costo para exportar: cumplimiento documental (USD)		50

Nota: Extraído de la plataforma Doing Business (2023)

Tabla 29
Doing business de Chile

Doing business	Chile	
	2019	2020
	Puesto 59 del Ranking DB con una puntuación de 72.6	
Apertura de un negocio	89.1	91.4
Comercio transfronterizo	80.6	80.6
Tiempo para exportar: cumplimiento fronterizo (horas)		60
Costo para exportar: cumplimiento fronterizo (USD)		290
Tiempo para exportar: cumplimiento documental (horas)		24
Costo para exportar: cumplimiento documental (USD)		50

Nota: Extraído de la plataforma Doing Business (2023)

Como se evidencia en las tablas 28 y 29, se puede observar el Doing Business de Perú y Chile, en la Chile se ubicó en el puesto 59 sobre Perú con una puntuación de 72.6, y Perú en el puesto 76 con una puntuación 68.7. Con respecto a la apertura de un negocio Perú tuvo un crecimiento del año 2019 a 2022, con 133. Chile tuvo un crecimiento menor de 89.1 a 91.4. De acuerdo al indicador comercio transfronterizo, en Perú disminuyó y en Chile se mantuvo con 80.6. Lo que incide en tiempo para exportar, en el cumplimiento fronterizo en horas, Chile ocupa mayor cantidad de horas en exportar a diferencia de Perú que lo realiza en 48 horas. Lo que incide en costo para exportar, en el cumplimiento fronterizo en horas, Perú posee un costo mayor con 630 USD a diferencia de Chile quien posee un costo de 290 USD.

*Vías de transporte Perú***Tabla 30***Vías de transporte de las exportaciones de pisco: Perú (2013-2018) - Total US\$ FOB*

Vía de Transporte	Total US\$ FOB				
	2018	2019	2020	2021	2022
Marítimo	5,757,407	6,800,170	4,128,261	7,497,460	10,830,171
Aéreo	63,638	78,751	36,847	118,433	106,101
Carretera	4,520	8,573	19,434	59,182	64,947

Nota: Extraído de plataforma Veritrade (2023)

Como se evidencia en la tabla 30, se puede observar las vías de transporte que utiliza el Perú, con respecto a la vía marítima ha tenido un crecimiento del año 2018 al 2019, sin embargo, para el 2020 disminuyó, en el 2021 tuvo un crecimiento hasta el 2022 en el cual obtuvo 10,830,171 del total de US\$ FOB. En el caso de la vía aérea ha tenido un crecimiento del año 2018 al 2019, sin embargo, para el 2020 disminuyó, recuperándose para el 2021, teniendo una disminución para el 2022. Finalmente, para la vía carretera ha tenido un crecimiento constante desde el 2018 a 2022.

*Vías de transporte Chile***Tabla 31***Vías de transporte de las exportaciones de pisco Chile 2013-2018 - Total US\$ FOB*

Vía de Transporte	Total US\$ FOB				
	2018	2019	2020	2021	2022
Marítimo	2,306,183	2,197,299	1,914,148	2,724,485	no hay resultados
Aéreo	500,095	137,589	-	-	no hay resultados
Carretera	302	2,886	166,048	38,101	no hay resultados

Nota: Extraído de plataforma Veritrade (2023)

Como se evidencia en la tabla 31, se puede observar las vías de transporte que utiliza Chile, con respecto a la vía marítima ha tenido un decrecimiento del año 2018 al 2019, sin embargo, para el 2021 tuvo un crecimiento con 2,724,485 US\$ FOB. En el caso de la vía aérea ha tenido una disminución de 500,095 a 137,589 para el 2019, en el 2020 y 2021, no se encontraron resultados. Finalmente, para la vía carretera ha tenido un crecimiento constante al 2020, después tuvo una caída para el 2021.

Aduanas de Perú

Tabla 32

Aduanas de las exportaciones de pisco de Perú 2018-2022

Aduanas	Años (%)				
	2018	2019	2020	2021	2022
Marítimo del Callao	98.8%	98.8%	98.6%	97.8%	98.4%
Aérea del Callao	1.1%	1.1%	0.9%	1.5%	1.0%
Tumbes	0.1%	0.1%	0.5%	0.2%	0.1%
Tacna	-	-	-	0.5%	-
Desaguadero	-	-	-	-	0.5%

Nota: Extraído de plataforma Veritrade (2023)

Como se evidencia en la tabla 32, se puede observar la aduana de Perú de los años 2018 - 2022, entre ellas la aduana que predomina es la Marítima del Callao con un porcentaje constante con variaciones mínimas, seguida de la Aérea del Callao y Tumbes.

Aduanas de Chile

Tabla 33
Aduanas de las exportaciones de pisco de Chile 2018 – 2022

Aduanas	Años (%)				
	2018	2019	2020	2021	2022
San Antonio	52.6%	67%	70.1%	79.6%	no hay resultados
Valparaíso	29.5%	27%	21.9%	19.1%	no hay resultados
Los Andes	13.8%	5.6%	8%	1.3%	no hay resultados
Arica	4%	0.3%	-	0.0%	no hay resultados
Metropolitana	0.1%	0.1%	-	-	no hay resultados

Nota: Extraído de plataforma Veritrade (2023)

Como se evidencia en la tabla 33, se puede observar la aduana de Chile de los años 2018 - 2022, entre ellas la aduana que predomina San Antonio con un crecimiento constante hasta el 2021, seguida de Valparaíso quien tuvo un decrecimiento a lo largo de los años y Los Andes.

Calidad del Producto

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Calidad del Producto. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Perú:

Según Indecopi (2023), el Perú posee diez productos con denominación de origen, el pisco fue uno de los primeros en recibir esta distinción. Esta denominación de origen otorgada por el INDECOPI, requiere que los productores presenten algunas muestras del producto a laboratorios especializados en certificación que determinan si

el producto se adecua a los requisitos establecidos en la norma técnica, esto garantiza que el producto tiene una calidad certificada.

Marca Perú (2023), promueve “la marca *Pisco Spirit of Peru* como parte de una herencia ancestral a través de su programa de licenciarios, cuyo propósito es otorgar licencias de uso de marca a aquellas empresas que cumplan con los requisitos de calidad establecidos”.

De acuerdo a La República (2022), en los CINVE 2022 Awards, Perú fue la delegación que obtuvo las mayores puntuaciones en el concurso por la calidad que demostraron los piscos presentados.

Empresas peruanas:

- Destilería La Caravedo: De acuerdo a Business Empresarial (2020), en el año 2019 recibió una distinción de PromPerú, por la labor de promover el destilado de uva en el mundo, en la categoría “Pisco, Spirit of Peru”.
- Tacama: La primera viña de Sudamérica (2023), una empresa que posee una amplia gama de vinos, espumosos y piscos creados con la más alta calidad, es por ello que recibieron medallas desde al año 2020 a 2022, una de ellas es la medalla de plata en el concurso “Vinalies-Internacionales” por el premium Demonio de los Andes Quebranta. Perú es reconocido a nivel internacional como uno de los principales productores de pisco de alta calidad.
- Pisco Huamaní: Marca Perú (2023) menciona que, la empresa elabora un pisco artesanal, con técnicas tradicionales, cuentan con campos propios de uva, con una producción de lotes pequeños, muy controlados y reposos de al menos un año para lograr que los sabores y aromas hayan madurado para que el cliente disfrute un pisco de primera calidad.

Chile:

Según Chileestuyo (2021), la denominación de origen que posee, que es una de las más antiguas de América, y la segunda a nivel mundial, con esa normativa, producen el pisco chileno con los más estrictos estándares de calidad.

Empresas chilenas:

- Cooperativa Agrícola Pisquera Elqui Limitada: De acuerdo a Cooperativa Capel (2023), obtuvo reconocimientos a lo largo de los años, con más de 109 premios, en el 2017 obtuvieron 8 premios, todo ello hizo que se siguiera incrementando su posicionamiento a través de nuevos productos con mejoras sustanciales en calidad. Trabajan bajo un modelo asociativo y solidario implementando las mejores prácticas de gestión y buscan asegurar la calidad.
- CIA Pisquera de Chile S.A.: Según Compañía de Cervecerías Unidas (2021), lograron 6 medallas en Francisco World Spirits Competition 2021 y 8 medallas en International Spirits Challenge 2021. Debido a que se distinguen en el mercado por su calidad y artesanía, además que fueron evaluados en la categoría de sabor, textura y características.
- De acuerdo a Europa Press Catalunya (2022), Familia Torres ha recibido el premio al mejor vino blanco de la Guía de la Semana Vitivinícola 2022 por el Milmanda 2018.

Capacidad de gestión

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Capacidad de Gestión. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Tabla 34
Capacidad de gestión

Indicadores	Sector bebidas alcohólicas (Pisco) Perú	Sector bebidas alcohólicas (Pisco) Chile
Conocimiento del negocio / Adaptación al cambio	<p>Según Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2019), el sector Público y privado presentaron una marca Sectorial “Pisco, Spirit of Perú”, cuyo lema acompaña a la bebida bandera en la conquista de los mercados del mundo.</p> <p>Esta marca forma parte de una estrategia del gobierno peruano para destacar, a nivel global, los atributos que lo convierten en un destilado diferenciado y especialmente único.</p>	<p>Asociación de productores de Pisco A.G. (2020), para la actividad productiva y patrimonial se fomenta el turismo vinculado a los valles y viñas pisqueras en donde el Gerente de la Asociación de Productores de Pisco, Claudio Escobar, destacando el aporte de los diversos programas “que han permitido fortalecer la asociatividad y la competitividad del sector en diversas áreas, tales como investigación y desarrollo, transferencia tecnológica, inversión productiva y apoyo para el desarrollo comercial para que de esta manera se pueda fortalecer la industria pisquera ampliando sus mercados”.</p>
Capacitaciones	<p>SENASA Contigo (2018), capacita a pequeños productores en temas de inocuidad Agroalimentaria y Producción Orgánica y a través de ello para garantizar la producción de alimentos, el Ministerio de Agricultura y Riego a través de Senasa, capacitó a 53 productores en Ica sobre la importancia de la Inocuidad en los procesos productivos.</p>	<p>Ministerio de Agricultura (2020), impulsó compromiso por la capacitación del Agro con 30 universidades e Instituciones, esta iniciativa que se tuvo en la que participa el INIA es un trabajo colaborativo en beneficio de las pequeños agricultoras y agricultoras y así para incitar la capacitación a agricultores, en temas como el buen uso del agua, agricultura sustentable, cambio climático, buenas prácticas y control de plagas.</p>
Habilidades y destrezas en el sector pisco	<p>Marca Perú (2023), con la entrega del registro de la marca “Pisco, Spirits of Peru” el Estado, a través del Indecopi, Mincetur y Promperú, fortalece el trabajo de posicionamiento de la Denominación de Origen Pisco, una de las más emblemáticas del país.</p>	<p>ProChile (2023), una docena de empresas pisqueras de la región de Coquimbo muestran su oferta en importante feria internacional realizada en Brooklyn, evento internacional que convoca a las marcas más importantes del mundo de la industria de las bebidas espirituosas y que se convierte en una significativa</p>

La denominación de Origen de Pisco es reconocida en 70 países y ha sido merecedor de innumerables premios en los más importantes certámenes de licores y bebidas espirituosas del mundo.

vitrina que da a conocer el destilado nacional.

Paola Vásquez, directora regional de ProChile Coquimbo, señaló “Que la feria de Nueva York es la plaza más importante que hoy día tiene la distribución de los piscos chilenos en el mundo. Estados Unidos es por lejos el mercado en el que se tiene mayor presencia y por ende es donde se tiene el gran desafío de mantener lo que se ha ido ganando en este tiempo y también en el trabajo de abrirse hacia nuevos destinos”, indicó.

Rendimiento de las exportaciones

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Rendimiento de las Exportaciones. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por las plataformas Trademap, de instituciones del estado y privadas de cada país.

Tabla 35
Rendimiento de las exportaciones de Perú (220820)

Indicadores	Rendimiento de las exportaciones de Perú (220820)				
	2018	2019	2020	2021	2022
	Cantidad en toneladas				
Volumen de exportación a nivel mundo	2.013	2.007	1.180	2.198	3.323
Volumen de exportación a mercado de destino (EE.UU)	490	563	370	690	840
Volumen de exportación a mercado de destino (China)	4	5	3	2	19

Nota: Extraído de plataforma TradeMap (2023)

Como se evidencia en la tabla N° 35, hubo un aumento del volumen de exportación de pisco peruano al mundo, en el 2022 con 3.323 toneladas. Con respecto a las exportaciones peruanas hacia el mercado estadounidense tuvo un crecimiento intermitente con 840 para el año 2022, en el caso del mercado chino, fue un menor volumen de exportación con un decrecimiento del 2018 a 2021, sin embargo, para el 2022 se recuperó el volumen exportado hasta 19 toneladas.

Tabla 36
Rendimiento de las exportaciones de Chile (220820)

Indicadores	Rendimiento de las exportaciones de Chile (220820)				
	2018	2019	2020	2021	2022
	Cantidad en toneladas				
Volumen de exportación a nivel mundo	2.254	1.575	1.921	1.041	1.221
Volumen de exportación a mercado de destino (EE.UU)	100	128	75	137	178
Volumen de exportación a mercado de destino (China)	15	17	33	43	21

Nota: Extraído de plataforma TradeMap (2023)

Como se evidencia en la tabla 36, hubo una disminución del volumen de exportación de pisco chileno al mundo, en el 2022 con 1.221 toneladas. Con respecto a las exportaciones peruanas hacia el mercado estadounidense tuvo un crecimiento intermitente con 178 para el año 2022, en el caso del mercado chino, fue un menor volumen de exportación con un crecimiento del 2018 a 2021, sin embargo, para el 2022 se disminuyó el volumen exportado a 21 toneladas.

Innovación

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Innovación. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país, Datos Macro y OMPI.

Tabla 37
Índice Mundial de Innovación

Índice Mundial de Innovación					
País	2018	2019	2020	2021	2022
Perú	71° ranking (31.80)	69	76	70	65
Chile	47° ranking (37.79)	51	54	53	50

Nota: Extraído de la plataforma Datos Macro (2022)

Como se evidencia en la tabla 37, se observa que el Perú tuvo subidas y bajadas a lo largo del 2018 al 2022, obteniendo en el 2022 un rango de 65 de acuerdo al índice mundial de innovación, en el caso de Chile, se observó un crecimiento para el año 2020, sin embargo, tuvo una caída para los años posteriores, obteniendo un rango de 50 para el año 2022.

Perú: Según World Intellectual Property Organization WIPO (2021), menciona que:

- Perú ocupa el puesto 70 entre las 132 economías destacadas en el Gil 2021.
- El Índice de Innovación Global (GI) clasifica las economías mundiales según sus capacidades de innovación. El GIL, que consta de aproximadamente 80 indicadores, agrupados en entradas y salidas de innovación, tiene como objetivo capturar las facetas multidimensionales de la innovación.

- El intervalo de confianza estadístico para el ranking de Perú en el GII 2021 se encuentra entre los puestos 68 y 73.

De acuerdo a ComexPerú (2021), el Perú en el año 2021 tuvo un 62% por debajo de los países con respecto a la capacidad de adopción tecnológica e innovación empresarial, debido a las falencias del uso extensivo de tecnologías de la información y comunicaciones, según el índice de innovación global. *La información recabada fue traducida del idioma inglés al español.

Chile: De acuerdo a World Intellectual Property Organization – WIPO, (2021):

- Chile ocupa el puesto 53 entre las 132 economías destacadas en el GII 2021.
- El Índice de Innovación Global (GII) clasifica las economías mundiales según sus capacidades de innovación. Compuesto por aproximadamente 80 indicadores, agrupados en entradas y salidas de innovación, el GII tiene como objetivo capturar las facetas multidimensionales de la innovación.
- El intervalo de confianza estadístico para el ranking de Chile en el GII 2021 se encuentra entre los puestos 49 y 55. *La información recabada fue traducida del idioma inglés al español.

Cámara de Comercio de Santiago (2022), ofrece como un método de innovación una nueva plataforma de Registro para empresas de Comercio Exterior, que entrega soluciones a las necesidades de sus clientes, facilita todos los procesos en materia de importaciones y exportaciones, ya que busca dar respuesta a la demanda de las empresas y trabajadores que requieren ampliar su red de contactos para desarrollar una eficiente gestión comercial y posicionarse, tanto en mercados extranjeros como locales.

Tratados de libre comercio

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Tratados de Libre Comercio. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Tabla 38
TLC Perú - Estados Unidos

País	Perú
Acuerdo	<i>TLC Perú - Estados Unidos</i>
Año	Entró en vigencia el 1° de febrero de 2009
Lugar	Se firmó en Washington en el 2006
Partida arancelaria	2208.20.21.00
Beneficios	ComexPerú (2023), el país norteamericano ha ido posicionándose como el segundo mercado más importante de exportación, solo por detrás de China. EE. UU. ha invertido US \$3,232 millones (11% del total de la inversión extranjera directa) en nuestro país en 2022, según cifras de Pro inversión. El TLC trajo consigo el aumento de las oportunidades de exportación, razón por la cual el valor exportado de las mypes pasó de US \$151 millones en el año 2009, a US \$189 millones para finales del 2022. La inversión privada genera puestos de trabajo sostenibles. Con el TLC, esta también se vio ampliamente favorecida.

Nota: Extraído de la plataforma del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2023)

Tabla 39
TLC Chile - Estados Unidos

País	Chile
Acuerdo	<i>TLC Chile - Estados Unidos</i>
Año	Comenzó a regir el 01 de Enero de 2004
Lugar	Firmado en Miami, Estados Unidos, el 06 de Junio de 2003
Partida arancelaria	22.08.20.10
Beneficios	<p>Según Gobierno de Chile (2023), el intercambio comercial con Estados Unidos alcanzó los US \$35.400 millones en el año 2022, experimentando un crecimiento promedio anual del 9,2% anual desde 2003.</p> <p>Las importaciones pasaron de los US \$2.813 millones en 2003 a los US \$21.859 millones en 2022, experimentando un alza del 11,4% anual.</p> <p>El TLC ha permitido que el número de empresas chilenas exportando bienes y servicios a Estados Unidos haya crecido en 6% a lo largo de los últimos 20 años.</p> <p>Chile fue el mayor proveedor de Estados Unidos de un total de 51 productos, entre los cuales destacan uvas frescas, cerezas frescas, filetes de salmón, yodo, carbonatos de litio, naranjas frescas, manzanas frescas, duraznos frescos, ciruelas frescas, mejillones, ciruelas deshidratadas, inulina, tableros MDF, cobre refinado, abonos NKS, fósforos y manzanas deshidratadas.</p>

Nota: Extraído de la plataforma Ministerio de Relaciones Exteriores (2023)

Tabla 40
TLC Perú – China

Acuerdo	<i>TLC Perú - China</i>
Año	Entró en vigencia el 01 de marzo de 2010
Lugar	Fue suscrito el 28 de abril de 2009 en la ciudad de Beijing-China
Partida arancelaria	2208.20.21.00
Beneficios	Según ComexPerú (2023), en cuanto a la evolución del flujo comercial desde antes de la entrada en vigor del TLC hasta 2022, se tienen cambios bastantes significativos. Las exportaciones totales con destino a China, en el periodo 2009-2022, registraron un crecimiento del 412%, con un crecimiento promedio anual del 13.4%. En el caso de las exportaciones del rubro tradicional, estas acumularon un incremento del 418%, con un promedio anual del 13.5%; mientras que las de rubro no tradicional acumularon un dinamismo del 284%, con un promedio anual del 10.9%.

Nota: Extraído de la plataforma del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2023)

Tabla 41
TLC Chile – China

Acuerdo	<i>TLC Chile - China</i>
Año	Noviembre de 2004
Lugar	A cabo en la Cumbre de Líderes APEC, celebrada en Santiago de Chile
Partida arancelaria	22.08.20.10
Beneficios	La Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales (2023), 37 empresas chilenas exportaron servicios a Hong Kong, China, las cuales en forma colectiva prestaron 27 diferentes tipos de servicios, siendo los tres más relevantes: “Carrier internacional” (US\$ 3,7 millones), “asesoría comercial

y gestión” (US\$ 1,0 millón) y “comisionista comercial” (US\$ 763 mil).

“Las regiones con mayores envíos de servicios a Hong Kong, China, en 2022 fueron la Región Metropolitana, de O’Higgins, de Valparaíso y de Los Ríos”.

Nota: Extraído de la plataforma del Ministerio de Relaciones Exteriores (2023)

Productividad

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Productividad. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Tabla 42
Productividad

Indicadores	Perú	Chile
Atributos	<p>Según Spirit of Peru (2023):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cultura: Procede de tradiciones y costumbres pisqueras. • Biodiversidad: 8 tipos de uvas pisqueras debido a la amplia diversidad de climas. • Calidad: Tradición en el proceso de destilación. • Versatilidad: Ofrece una infinidad de sensaciones y sabores. <p>De acuerdo a Gerencia de Agro y Agroindustria, (2023), las uvas Pisqueras Aromáticas y no Aromáticas, tienen un:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proceso artesanal (pisa) e industrial. • En el proceso artesanal el mosto no fermenta con los orujos. En el industrial sí, previa eliminación de los raspones. • Luego de fermentar el mosto, se destila inmediatamente, no se clarifica, ni se deja reposar. 	<p>De acuerdo a Gerencia de Agro y Agroindustria (2023):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sólo utiliza uvas aromáticas. • Proceso industrial. • El mosto se fermenta con los orujos (4 a 7 días). Se prensan los orujos y se juntan los dos caldos. El mosto se deja reposar 30 a 50 días para clarificarlo, al igual que el vino. Luego se trasiega y recién en ese momento se procede a la destilación. • Al mosto se le agrega anhídrido sulfuroso. No se respeta el proceso natural. • Se adicionan levaduras al mosto para garantizar su fermentación.

	El mosto no es tratado con compuestos artificiales.	
Variedad de productos	<p>De acuerdo a Comisión Nacional de Pisco (2023), el Pisco, es el producto obtenido exclusivamente por destilación de mostos frescos de “Uvas Pisqueras” recientemente fermentados, utilizando métodos que mantengan los principios tradicionales de calidad.</p> <p>Uvas Pisqueras: Son las uvas de la variedad Quebranta, Negra Criolla, Mollar, Italia, Moscatel, Albilla, Torontel y Uvina.</p> <p>Clasificación:</p> <p>Se reconocen los siguientes tipos de Pisco:</p> <p>-Pisco puro: Es el Pisco obtenido exclusivamente de una sola variedad de uva pisquera.</p> <p>-Pisco mosto verde: Es el Pisco obtenido de la destilación de mostos frescos de uvas pisqueras con fermentación interrumpida.</p> <p>-Pisco acholado: Es el Pisco obtenido de la mezcla de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uvas pisqueras, aromáticas y/o no aromáticas. • Mostos de uvas pisqueras aromáticas y/o no aromáticas. • Mostos frescos completamente fermentados (vinos frescos) de uvas pisqueras aromáticas y/o no aromáticas. <p>-Piscos provenientes de uvas pisqueras aromáticas y/o no aromáticas.</p>	<p>De acuerdo Buzzetti, Producción y Mercado del Pisco (2021):</p> <p>“La palabra pisco se usó por primera vez refiriéndose así al aguardiente de uva que se produce en el valle del Elqui. Respecto de las variedades plantadas, hay cuatro variedades que cubren más del 96% de la superficie total, siendo tres de ellas del grupo de las moscateles (49% total), cepas con muy buenas condiciones organolépticas para la producción de piscos de buena calidad. La variedad Pedro Jiménez es otra de las principales cepas plantadas, alcanzando el 47% de la superficie. Esta variedad es muy valorada por su alto nivel de productividad por hectárea”.</p> <p>Chileestuyo (2021), el pisco no se clasifica por tipo de uva sino por la graduación alcohólica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pisco corriente o tradicional que tiene una graduación alcohólica de 30°. • Pisco especial que tiene 35° • Pisco reservado que tiene 40° • Gran pisco que tiene 43° o más. <p>De acuerdo a Ministerio de Economía Fomento y Turismo (2021), los tipos de uvas pisqueras:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Moscatel de Alejandria o BlancaItalia o Uva Italia • Moscatel Rosada o Rosada pastilla • Torontel • Moscatel de Austria o Torrontés San Juanino • Pedro Jiménez o Pedro Giménez

- Moscatel Blanca o Temprana o Moscatel de Frontignan o Moscato de Canelli

Presentaciones (empaquetado y envase)	<p>Embotellado: Según Spirit of Peru (2023), “Antes de su envasado, el Pisco es filtrado para eliminar impurezas. Las diferentes bodegas de elaboración de Pisco envasan sus Piscos con una graduación alcohólica que va desde 38° hasta 48° (% por volumen), también a decisión del productor. Para tapar las botellas, se usan tapones sintéticos o tapas roscas que deben tener la certificación mundial en grado alimenticio, así como los sellos de seguridad que se desarrollan en la industria pisquera”.</p>	<p>Según Liquidados.cl (2023), de acuerdo a cuando el pisco Perú sale de la faca o alambique después de destilarse, se embotella tal cual, de hecho, en el país está prohibido envejecer esta bebida. Por su parte, el pisco chileno se puede embotellar o envejecer en barricas de roble.</p>
---------------------------------------	--	--

Economías de escala

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Economías de escala. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

A nivel de mundo:

En Alimentos (2022), da a conocer que se prevé que el mercado internacional del sector bebidas alcohólicas, tendrá un crecimiento de 440,180 mdd a una CAGR del 3.5% al 2026. Debido a que la mayoría de proveedores de este producto hacen uso de economías de escala y tienen una presencia internacional establecida, debido a que confían en su posicionamiento en el mercado y el precio que ofertan.

Tabla 43
Economías de escala

Economías de escala	
<i>Perú</i>	<i>Chile</i>
Según PerúRetail (2019), acceder a una economía de escala ofrece la posibilidad de reducir costos y gozar de un mejor y mayor número de servicios. Uno de los beneficios de este modelo de negocio es que los gastos esenciales, como los de seguridad, limpieza y mantenimiento, pueden ser diluidos al compartirse entre varias empresas”, señaló Juan Felipe Llona, Gerente de Desarrollo de Negocios de BSF Almacenes del Perú.	Revista Marina (2019), los gastos de los terminales portuarios para manejar naves de mayor envergadura aumentan, junto con hacerse necesario expandir el espacio físico para evitar congestiones, aun cuando no haya mayor volumen de carga. Las economías de escala de los megabarcos solo funcionan para toda la cadena logística si los terminales pueden mejorar la productividad de la mano con el aumento de capacidad de las naves.

Geografía

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Geografía. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Zonas de producción (Valles, Departamentos)

Perú:

Según Ministerio de Cultura (2019), nos menciona que:

- **Región Lima:** Comprende una de las zonas productoras de pisco más antiguas, las cuales se ubican al sur de la ciudad de Lima, colindantes con el departamento de Ica. Las principales zonas productoras de pisco se encuentran en los valles de Cañete, Mala y Chilca, así mismo los distritos que destacan son Lunahuaná, San Vicente de Cañete, Quilmaná y Zúñiga, donde se cultivan principalmente la variedad Uvina.

- Región Ica: Constituye la más importante región pisquera del país por su desarrollo y productividad. Las principales zonas productoras de pisco se encuentran en los valles de Chincha, Ica y Pisco y en menor medida Nasca, donde se cultivan principalmente las uvas Italia, Albilla, Quebranta y Mollar.
- Región Arequipa: Ubicada en el sur del país, es una de las regiones de mayor tradición pisquera del Perú. Las principales zonas productoras de pisco se encuentran en los valles de Caraveli, Majes y Vítor, donde se cultivan principalmente las variedades Negra Criolla y en menor medida, Italia y Quebranta.
- Región Moquegua: Se encuentra dentro de las zonas pisqueras y con denominación. Las principales zonas productoras de pisco se encuentran en el valle de Osmore, donde se cultivan principalmente las variedades Albilla, Negra Criolla y en menor medida, Italia y Mollar.
- Región Tacna: A diferencia de las anteriores es la que contempla menores zonas productoras de pisco. Las principales zonas productoras de pisco se encuentran en los valles de Caplina, Locumba y Sama, donde se cultivan principalmente las variedades Negra Criolla y en menor medida, Italia y Quebranta.

Chile:

De acuerdo a Turismo Antrónomico (2023), la zona de producción del pisco chileno, la zona pisquera, fue definida por el Decreto con Fuerza de Ley N° 181 de 16 de mayo de 1931, incluyendo a las provincias de Atacama y Coquimbo, equivalentes a las actuales regiones de Atacama y de Coquimbo. En esta zona, conocida como norte chico, la depresión intermedia es reemplazada por valles transversales, que van de la cordillera al mar, regados por los ríos Copiapó, Huasco, Elqui, Limarí y Choapa. Con

contrastes de temperatura y un clima cálido y seco, la zona es ideal para el cultivo de la uva moscatel, la principal con que el pisco chileno es elaborado.

Según Programa Territorial Integrado para Industria Pisquera (2023), hace casi 3 siglos, en el corazón del valle del elqui, nació el pisco. En un registro de 1733 en la Hacienda La Torre se usó por primera vez la palabra “Pisco”, refiriendo así al aguardiente de Uva que se producía en la zona.

La historia de esta zona, sumada a su geografía, cultura y habitantes, dan vida al terruño o terroir pisquero: conjunto de factores que involucran una zona geográfica, un suelo característico, condiciones climáticas, flora, la influencia del hombre en ese espacio y sus técnicas para producir un producto único, imposible de reproducir en ninguna parte del mundo.

Los colonizadores españoles trajeron consigo la vid española, planta que se adaptó con sorprendente rapidez a nuestros fértiles suelos, comenzando así una floreciente industria vitivinícola.

Condiciones climáticas geográficas

Perú:

Según menciona la Agencia Peruana de Noticias (2019), la biodiversidad es un factor primordial que ha permitido la producción de ocho tipos de uvas pisqueras, las cuales contienen cualidades únicas de las 5 regiones donde se cultivan y la cadena de producción del Pisco, especialmente su tradicional proceso de destilación, hace que su calidad sea muy alta.

Chile:

Programa Territorial Integrado para Industria Pisquera (2023), menciona que, al sur del Desierto de Atacama, la geografía chilena cambia drásticamente, dando paso

a una formación inusual: los valles transversales. En esta zona, la cordillera de los Andes cambia su carácter volcánico y extiende sus brazos hacia el mar, formando suaves cordones montañosos en sentido oeste-este. Estos brazos se unen con la cordillera de la costa, dando vida así a los valles transversales de Copiapó, Huasco, Elqui, Limarí y Choapa. Estos valles se estructuran en torno a ríos que corren de cordillera a mar y llevan los nombres de los valles que alimentan.

Agroindustria

Perú:

De acuerdo a Agencia Agraria de Noticias (2021), el sector agroalimentario peruano es enormemente productivo, diverso y con una enorme dimensión internacional. De hecho, no es ningún secreto que los productos agrícolas peruanos están presentes en todo el mundo, tanto en Estados Unidos, como en Rusia, Asia, Medio Oriente, Australia, Unión Europea, etcétera. Las cualidades que caracterizan a los productos peruanos son su inocuidad, seguridad alimentaria, calidad y su gran proyección internacional, conocida en todo el mundo.

Sin embargo, hay que reconocer que la industria agroalimentaria peruana debe impulsar también otros capítulos que son de enorme importancia como la promoción, el marketing, la comunicación y la investigación y desarrollo en el área agroalimentaria. A esto hay que unir, la necesidad cada vez más urgente de forjar alianzas estratégicas con otros países para tener mayor influencia comercial y mayor expansión internacional. En este sentido, España sería un gran aliado comercial para Perú en la distribución y comercialización de las agroexportaciones peruanas a la Unión Europea.

Chile:

Según ProChile (2021), el sector agroalimentario chileno es uno de los más dinámicos de la economía nacional por su aporte al PIB, el que se estima alrededor del 4,7%, generando alrededor de 369.000 empleos directos en el país y con exportaciones que en 2020 superaron los 16 mil millones de dólares. Nuestros alimentos tienen altos estándares en seguridad, con atributos transversales de inocuidad, trazabilidad y sostenibilidad.

La exportación del sector agroalimentos de Chile alcanza cifras importantes, siendo el principal para los envíos no cobre del país, con alrededor de 970 productos diferentes, que van a más de 170 destinos, siendo los principales: Estados Unidos, China y Japón.

Las exportaciones de alimentos de Chile han aumentado en forma sostenida desde el año 2010 a la fecha, pasando de US\$ 10.074 millones en 2010 a US\$ 16.184 millones en 2020, creciendo así en un 60,6%.

Tabla 44

Esquema de las concordancias y discordancias de las subcategorías según la guía de Análisis Documental

Subcategorías	Perú	Chile	Concordancias y discordancias
Precio Internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Precio Internacional Total FOB US\$: La Bodega San Isidro S.R.L. es la que predomina, debido a que tuvo un crecimiento constante a lo largo de los años, obteniendo 1,613,406 para el 2022, seguido de la empresa Destilería La Caravedo S.R.L. con 1,351,083 para el mismo año. • Precio Internacional Litro US\$: Entre las tres principales empresas exportadoras, la que tiene un mayor precio es la empresa Bodega San Isidro S.R.L. con 7,949, seguida de Viña Tacama S.A. con 7.924 y Destilería La Caravedo S.R.L con 7.822. • Precio Internacional (2018-2022): Las empresas que tienen una mayor participación en el mercado internacional son: Bodega San Isidro S.R.L. con 14.57%, Destilería La Caravedo S.R.L con 14.51% y finalmente Viña Tacama S.A. con 10.61%. • Variabilidad del precio internacional: Tuvo un crecimiento mínimo con 5.355 en el 2022 para el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Precio Internacional Total FOB US\$: La Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA es la que predomina, sin embargo, tuvo una caída en el 2020, recuperándose para el 2021 con 1,048,490, seguido de la empresa Cia Pisquera de Chile S.A. quien tuvo caídas hasta el 2020, recuperándose para el 2021 con 705,236. • Precio Internacional Litro US\$: Entre las tres principales empresas exportadoras, la que tiene un mayor precio es la empresa Sociedad Vinícola Miguel Torres SA. con 8.990, seguida de Cia.Pisquera de Chile S.A. con 5.753 y Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA con 5.693. • Precio Internacional (2018-2022): Las empresas que tienen una mayor participación en el mercado internacional son: Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA con 38.41%, Cia.Pisquera de Chile S.A. con 21.83% y finalmente Sociedad Vinícola Miguel Torres SA. con 15.70%. 	<p>Concordancias: Las empresas peruanas y chilenas tuvieron un crecimiento constante en torno a las exportaciones en total FOB US\$, al igual que la variabilidad en el precio internacional que tuvo un crecimiento mínimo para ambos países.</p> <p>Discordancias: Las empresas peruanas tuvieron mayor crecimiento en el Total FOB US\$, la empresa Bodega San Isidro S.R.L. obtuvo 1,613,406, igualmente la empresa Destilería La Caravedo S.R.L. que obtuvo 1,351,083, por otro lado, las empresas chilenas, la Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA obtuvo 1,048,490 y Cia Pisquera de Chile S.A tuvo 705,236.</p> <p>En el caso del precio internacional por litro US\$, la empresa chilena Sociedad Vinícola Miguel Torres SA. tuvo el mayor precio con 8.990, a diferencia de las empresas peruanas, la empresa Bodega San Isidro S.R.L. tuvo 7.949.</p>

estadounidense, para el mercado chino fue parecido con 6.211.

• Variabilidad del precio internacional: Tuvo un crecimiento obteniendo 6.236 en el 2022 para el mercado estadounidense, sin embargo, fue mayor para el mercado chino con 11.

Las empresas peruanas con mayor participación internacional tienen un porcentaje parecido entre el 10% al 15%, a lo que las empresas chilenas, hay una que predomina, con 38.41%.

Las empresas peruanas tuvieron un crecimiento mínimo y no varía mucho entre el mercado estadounidense y chino, ofreciendo un precio de 5.355 y 6.211 respectivamente, por el otro lado las empresas chilenas ofrecen un precio más alto para China con 11, que a Estados Unidos con 6.236.

Tecnología

- El Instituto Tecnológico de la Producción dio a conocer que se han incorporado cadenas agroindustriales para la cadena pisquera que ayudarán en la mejora de procesos, verificación de bodegas y toma de muestras.
- La Agencia Agraria de Noticias informó que a través de un proyecto de la UNI se podrá optimizar la producción de pisco.
- El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el Perú cuenta con varias empresas con última tecnología y especialistas en el área pisquera.
- La Agencia Peruana de Noticias, mencionó que la Universidad Católica creó un prototipo de una nariz electrónica para determinar la calidad del pisco.

- ProChile informó que la industria pisquera se encuentra en una posición favorable para una expansión internacional, debido al crecimiento en tecnología.
- El Ministerio de Agricultura informó sobre un programa que busca mejorar la competitividad y el posicionamiento a través de mejoras tecnológicas.
- Producción y Mercado del Pisco informaron que la producción de uva pisquera proviene de productores, de los cuales un 80% tienen un modelo cooperativo.
- Pisco Orgullo Chileno dio a conocer que la industria de pisco es tanto artesanal

Concordancias:

Ambos países han incorporado programas y proyectos para favorecer el incremento de la tecnología en sus diversos procesos de producción.

Las empresas pisqueras cuentan con empresas con última tecnología y especialistas quienes ayudan al posicionamiento internacional.

Discordancias:

-Perú implantó cadenas industriales para mejorar los procesos, la verificación de las bodegas y toma de muestras, por el Instituto Tecnológico de la Producción, además a través de un prototipo realizado por la Universidad Católica que consiste en una nariz electrónica, se podrá

Capacidad de producción	<ul style="list-style-type: none"> • Mano de obra: Según ADEX el 80% de productores de uva son pequeños agricultores que no tenían capacidad de inversión, a pesar de ello se tuvo un mayor crecimiento en las exportaciones. • Área cosechada: Tuvo un crecimiento en el área cosechada de uvas obteniendo 35,704 Ha. en el 2021. • Rendimiento de uvas: Tuvo un crecimiento obteniendo 231,279 g/ Ha para el 2021. • Producción de uvas: Tuvo un crecimiento obteniendo 825,749.79 Tn. para el 2021. 	<p>como industrial, y van mejorando en la calidad e innovación tecnológica.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mano de obra: Sin información • Área cosechada: Tuvo un crecimiento en el área cosechada de uvas obteniendo 201,895 Ha. en el 2021. • Rendimiento de uvas: Tuvo una caída a lo largo de los años, obteniendo 127,844 g/ Ha para el 2021. • Producción de uvas: Tuvo una caída a lo largo de los años, obteniendo 2,581,108.26 Tn. para el 2021. 	<p>mejorar la calidad del pisco y optimizar la producción del mismo.</p> <p>-Chile implantó un programa para mejorar la competitividad por el Ministerio de Agricultura, además realizaron la aplicación de un modelo cooperativo para los productores de uva.</p> <p>Concordancias: Con respecto al área cosechada de uvas por cada país, ambas tuvieron un crecimiento constante, en el caso de Perú el crecimiento fue de 35,704 Ha. y de Chile fue de 201,895 Ha. ambos en el 2021.</p> <p>Discordancias: Perú posee algunos pequeños productores de uva que no tuvieron una correcta capacidad de inversión. En el área cosechada de uvas Chile tuvo una mayor cantidad de hectáreas que Perú.</p> <p>En el rendimiento de uvas, Perú tuvo un mayor crecimiento con 231,279 g/ Ha, en cambio de Chile fue de 127,844 g/ Ha para el 2021.</p> <p>En la producción de uvas, si bien Chile tuvo una caída a lo largo de los años desde el 2018, tuvo una mayor producción que Perú, con 2,581,108.26</p>
	<hr/>		

Capacidad económica y financiera

- Según el Ministerio de Economía y Finanzas, en el programa Reactiva Perú se incluyó a empresas del sector de bebidas alcohólicas para que puedan acceder a programas crediticios.
- El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego incorporó un programa llamado FAE-AGRO 20021, el cual permite otorgar créditos de capital de trabajo para pequeños productores.
- El Banco Mundial informó que el crédito interno para el sector privado es de 47.8% del PBI.
- Doing Business informó que la obtención de crédito para el 2020 fue de un rango de 75.
- El Ministerio de Agricultura dió a conocer que un convenio de transferencia de \$28.000.00 se suscribió juntamente con la Asociación de Productores de Pisco A.G. buscando promover y potenciar los atributos del pisco para estimular su competitividad y el crecimiento en las exportaciones.
- El Gobierno Regional de Coquimbo busca fortalecer e incrementar la promoción de la categoría de pisco, por ello implementaron un plan, en el cual se invirtió 7.100 millones que se ejecutarán en los años 2021 al 2024.
- El Banco Mundial informó que el crédito interno para el sector privado es de 108.66% del PBI.
- Doing Business informó que la obtención de crédito para el 2020 fue de un rango de 94.

en el 2021 y para Perú 825,749.79 Tn. para el mismo año.

Concordancias:

Ambos países ayudan a sus empresas del sector bebidas alcohólicas a obtener créditos. Realizan inversiones para el mejoramiento del producto y así lograr el crecimiento de las exportaciones.

Discordancias:

En el caso de Perú, se implantó el programa Reactiva Perú para que las empresas del sector de bebidas alcohólicas puedan acceder a programas crediticios, al igual que el programa FAE-AGRO del Ministerio de Desarrollo y Riego.

En el caso de Chile, el Ministerio de Agricultura realizó un convenio de transferencia de \$28,000.00 para potenciar los atributos del pisco y mejorar la competitividad, al igual que el gobierno de Coquimbo, implementó un plan con una inversión de 7.100 con el mismo fin.

Según el Banco Mundial, Chile tiene un mayor crédito interno con 108.66%, a diferencia del Perú, quien tiene 47.8% del PBI.

Según Doing Business, Chile tiene un mayor rango para la obtención de un

Infraestructura productiva	<ul style="list-style-type: none"> • PiscesPerú informó que las zonas productoras de vid en el Perú principalmente son Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna, las cuales presentaron características apropiadas para el sector vitivinícola debido al clima y temperatura que poseen. • El Ministerio de Desarrollo Agrario dió a conocer que el Minagri inauguró una planta moderna que incluyó la adquisición de tanques de acero, despalilladora, bomba orujera, prensa, sistema de gas y mejoramiento en el área de fermentados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Territorial Integrado para la Industria Pisquera, informó que los valles de Chile albergan una variedad de vides, las regiones principales son Atacama y Coquimbo. • El Ministerio de Agricultura informó que el Instituto de Desarrollo Agropecuario entregó fertilizantes e incentivo para maquinarias a los agricultores para que puedan mantener sus siembras debido al alza de precios que sufrieron. 	<p>crédito que Perú, con un rango de 94 y 75 respectivamente.</p> <p>Concordancias: Cuentan con áreas apropiadas para producir uvas, influenciadas por el clima ideal para el crecimiento correcto de la materia prima.</p> <p>Discordancias: Perú cuenta con 5 departamentos que predominan como los ideales para la producción de uva de pisco entre ellos Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna, a diferencia de Chile quien cuenta con 2 principales departamentos, Atacama y Coquimbo.</p> <p>En Perú el Ministerio de Desarrollo Agrario inauguró una planta moderna correctamente equipada, en Chile el Ministerio de Agricultura hizo entrega de fertilizantes e incentivos para maquinarias a los agricultores para mejorar las siembras.</p> <p>Concordancias: Para ambos países el régimen arancelario con Estados Unidos es de 0%.</p> <p>Discordancias: Para ambos países el régimen arancelario con China es de 10% con una tarifa preferencial de 0%.</p>
Barreras arancelarias	<p>Para el mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos: El régimen arancelario es de 0%. • China: El régimen arancelario es de 10%, con una tarifa preferencial de 0%. 	<p>Para el mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos: El régimen arancelario es de 0%. • China: El régimen arancelario es de 10%, con una tarifa preferencial de 0%. 	

Barreras no arancelarias	<p>Para el mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos: Son 68 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización y etiquetado. • China: Son 30 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización, límites de tolerancia, uso restringido de ciertas sustancias e historial de procesamiento. 	<p>Para el mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos: Son 68 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización y etiquetado. • China: Son 30 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización, límites de tolerancia, uso restringido de ciertas sustancias e historial de procesamiento. 	<p>Concordancias: Ambos países tienen diferentes requisitos reglamentarios que cumplir, con respecto a Estados Unidos son 68, y para China son 30 requisitos.</p>
Certificaciones internacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Certificaciones: Para ingresar al mercado estadounidense es necesario obtener certificaciones por parte de las empresas peruana entre ellas, el Hazard Analysis and Critical Control Point al igual que al mercado chino, USDA Organic, Fair Trade Certified, Conapisco, BPM, y para China, China Compulsory Certificate, GAP. • Regulaciones sanitarias: Tener el certificado de sanidad de exportación por DIGESA, para Estados Unidos, tener el certificado por parte del departamento de agricultura con la norma de límite máximo de uso de plaguicidas. • Reconocimientos: Según el Ministerio de Comercio Exterior de Turismo, la bebida pisco obtuvo diferentes premios, 8 premios great gold, 8 silver y 18 bebidas 	<ul style="list-style-type: none"> • Certificaciones: Para ingresar al mercado estadounidense es necesario obtener certificaciones por parte de las empresas peruana entre ellas, el Hazard Analysis and Critical Control Point al igual que al mercado chino, USDA Organic, Fair Trade Certified, Conapisco, BPM, y para China, China Compulsory Certificate. • Regulaciones sanitarias: Certificado de sanidad, potabilidad y genuidad por el SAG (Servicio Agrícola Ganadero). • Reconocimientos: Recibieron 11 distinciones en la competencia Spirits Challenge 2021, obteniendo una medalla de oro. • Certificado de denominación de origen: Otorgado por el Servicio Agrícola 	<p>Concordancias: Ambos países deben cumplir con el Hazard Analysis and Critical Control Point al igual que al mercado chino, USDA Organic, Fair Trade Certified, Conapisco, BPM para ingresar al mercado estadounidense y para el mercado chino el China Compulsory Certificate, GAP. Ambos países deben cumplir con certificaciones para ingresar al mercado de destino que elijan. Tanto empresas pisqueras peruanas como chilenas obtuvieron reconocimientos por la calidad, sabor de sus bebidas alcohólicas, de importantes concursos a nivel mundial.</p>

	<p>ganaron el concurso Internacional Espirituosos de España.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Certificado de denominación de origen: Otorgado por la Dirección de Signos Distintivos de Indecopi, 70 países lo reconocían el 2019. 	<p>Ganadero, 50 países lo reconocían el 2019.</p>	<p>Ambos países cuentan con el certificado de denominación de origen de su producto.</p> <p>Discordancias:</p> <p>Ambos países deben cumplir con regulaciones sanitarias, DIGESA es la entidad que otorga dicha certificación para Perú, y para Chile el SAG.</p> <p>Perú es el país que obtuvo la denominación de origen un año antes que Chile, en 1999, igualmente que fue reconocida por 70 países en el 2019, y Chile fue reconocida por 50 países para el mismo año.</p>
<p>Infraestructura logística</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Doing business: La facilidad para hacer negocio en Perú, La plataforma de Doing Business clasifica a Perú en el puesto 76 con una puntuación de 68.7. • Otro punto a resaltar es que el tiempo para exportar es de 48 horas • Vías de Transporte: Perú ha demostrado un crecimiento considerable en la vía marítima obteniendo 10,830,171 del total de US\$ FOB en el 2022. • Aduanas de Perú: La que predomina y es principal es la Marítima del Callao con 98.4% 	<ul style="list-style-type: none"> • Doing business: La facilidad para hacer negocio en Chile, La plataforma de Doing Business clasifica a Chile en el puesto 59 con una puntuación de 72.6. • Otro punto a resaltar es que el tiempo para exportar es de 60 horas • Vías de Transporte: En Chile lo que prevalece es la vía marítima obteniendo 2,724,485 del total de US\$ FOB en el 2021. • Aduanas de Chile: La que predomina y es principal es la de San Antonio con un 79,6% seguida de Valparaíso con 19,1%. 	<p>Concordancias:</p> <p>En las vías de transporte tanto Perú como Chile han ido creciendo considerablemente en la vía marítima, considerándolo como la mayor cantidad FOB exportada por ese medio.</p> <p>Discordancias:</p> <p>-Perú se encuentra en el puesto 76 de la plataforma de Doing Business a diferencia de Chile que está ubicado en el puesto 59, con esta puntuación se busca que tenga mayores facilidades para hacer negocios.</p> <p>-El tiempo para exportar en Perú es de 48 horas, que es mucho menor al de Chile que es de 60 horas.</p>

Calidad del producto	<p>La denominación de origen: El Pisco ha sido uno de los primeros productos en recibir esta distinción, para así garantizar que el producto tiene una calidad garantizada.</p> <p>Además de ello que PROMPERÚ promueve la marca “Pisco Spirit of Perú” como parte de una herencia ancestral, cuyo propósito es otorgar licencias de uso de marca a aquellas empresas que cumplan con los requisitos de calidad establecidos.</p> <p>En los CINVE 2022 Awards, Perú fue la delegación que obtuvo las mayores puntuaciones en el concurso por la calidad que demostraron los piscos presentados.</p> <p>Empresas peruanas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Destilería La Caravedo: En el año 2019 recibió una distinción de PromPerú, por la labor de promover el destilado de uva en el mundo, en la categoría “Pisco, Spirits of Peru”. • TACAMA: Una empresa que posee una amplia gama de vinos, espumosos y pisco creados con la más alta calidad, recibieron medallas en el concurso “Vinalies-Internacionales” por el 	<p>La denominación de origen: Con la denominación de origen que posee, que es una de las más antiguas de América y que gracias a esta normativa se produce el pisco chileno con altos estándares de calidad.</p> <p>Empresas chilenas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperativa Agrícola Pisquera Elqui Limitada: Obtuvo reconocimientos a lo largo de los años, con más de 109 premios, en el 2017 obtuvieron 8 premios, todo ello hizo que se siguiera incrementando su posicionamiento a través de nuevos productos con mejoras sustanciales en calidad. • CIA Pisquera de Chile S.A.: Lograron 6 medallas en Francisco World Spirits Competition 2021 y 8 medallas en International Spirits Challenge 2021. • Familia Torres ha recibido el premio al mejor vino blanco de la Guía de la Semana Vitivinícola 2022 por el Milmanda 2018. 	<p>-En las Aduanas de Perú la que predomina con mayor porcentaje de 90% es Marítima de Callao y en Chile con un 79% en la de San Antonio y Valparaíso con 19%.</p> <p>Concordancias:</p> <p>-Ambos países tienen el reconocimiento por la denominación de origen, esta distinción que garantiza la calidad del producto.</p> <p>Además de ello que ambas empresas tanto peruanas como chilenas tienen diferentes reconocimientos a lo largo de los años que les han permitido posicionarse y tener puertas internacionales.</p> <p>Discordancias:</p> <p>Los distintos reconocimientos que obtuvieron fueron:</p> <p>La empresa peruana Destilería la Caravedo recibió una distinción por la labor de promover el destilado de uva en el mundo, en la categoría “Pisco, Spirits of Peru”, la más reconocida.</p> <p>La empresa chilena CIA Pisquera de Chile S.A.: Lograron 6 medallas en Francisco World Spirits Competition 2021 y 8 medallas en International Spirits Challenge 2021.</p>
----------------------	---	--	--

Capacidad de gestión	<p>premium Demonio de los Andes Quebranta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pisco Huamaní: Elaboran un pisco artesanal, con técnicas tradicionales, muy controladas para lograr que los sabores y aromas hayan madurado para que el cliente disfrute un pisco de primera calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptación al cambio: Para la actividad productiva y patrimonial se fomenta el turismo vinculado a los valles y viñas pisqueras en donde el Gerente de la Asociación de Productores de Pisco, Claudio Escobar, destaca el aporte de los diversos programas que han permitido fortalecer la asociatividad y la competitividad del sector. • Capacitaciones: El Minagri impulsó el compromiso por la capacitación del Agro con 30 universidades e Instituciones, este fue un trabajo colaborativo con INIA en beneficio de los pequeños agricultores en temas como el buen uso del agua, agricultura sustentable, cambio climático, buenas prácticas y control de plagas. • Habilidades y destrezas en el sector pisco: Una docena de empresas pisqueras de la región de Coquimbo muestran su oferta en importante feria 	<p>Concordancias:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ambos países se han adaptado a los cambios que surgieron con las nuevas tecnologías y así posicionarse mejor en el mercado. -De igual manera han incursionado en las capacitaciones en temas de producción y así garantizar mejores procesos productivos. <p>Discordancias:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Adaptación al cambio: La marca peruana “Pisco, Spirit of Perú”, forma parte de una estrategia del gobierno peruano para destacar, a nivel global. Y en Chile se han fomentado diversos programas que han permitido fortalecer la asociatividad y la competitividad del sector. -Capacitaciones:
	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptación al cambio: Se presentó una marca Sectorial “Pisco, Spirit of Perú”, cuyo lema acompañará a nuestra bebida de bandera en la conquista de los mercados del mundo. Esta marca forma parte de una estrategia del gobierno peruano para destacar, a nivel global, los atributos que lo convierten en un destilado diferenciado y especialmente único. • Capacitaciones: Senasa capacita a pequeños productores en temas de inocuidad Agroalimentaria y Producción Orgánica y a través de ello para garantizar la producción de alimentos y sobre la importancia de la Inocuidad en los procesos productivos. • Habilidades y destrezas en el sector pisco: Con la entrega del registro de la marca “Pisco, Spirits of Peru” el Estado, a través del Indecopi, Mincetur y Promperú, fortalecieron el trabajo de 			

	<p>posicionamiento de la Denominación de Origen Pisco, la denominación de Origen de Pisco es reconocida en 70 países y ha sido merecedor de innumerables premios en los más importantes certámenes de licores y bebidas espirituosas del mundo.</p>	<p>internacional realizada en Brooklyn, evento internacional que convoca a las marcas más importantes del mundo de la industria de las bebidas espirituosas y que se convierte en una significativa vitrina que da a conocer el destilado nacional.</p>	<p>En Perú Senasa capacita a pequeños productores en temas de inocuidad Agroalimentaria y Producción Orgánica. En Chile El Minagri impulsó compromiso por la capacitación del Agro.</p> <p>-Habilidades y destreza en el sector Pisco:</p> <p>En Perú con la entrega del registro de la marca “Pisco, Spirits of Peru” el Estado, a través del Indecopi, Mincetur y Promperu han fortalecido la denominación de origen de Pisco y han sido merecedores de innumerables premios.</p> <p>En Chile se han presentado y demostrado en una feria internacional en Brooklyn una oferta de los productos bandera.</p>
<p>Rendimiento de las exportaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Volumen de exportación a nivel mundo: Hubo un incremento del volumen de exportación de pisco peruano al mundo, en el 2022 con 3.323 toneladas. • Con respecto a las exportaciones peruanas hacia el mercado estadounidense tuvo un crecimiento intermitente con 840 toneladas para el año 2022. • Con respecto a las exportaciones peruanas hacia el mercado chino tuvo un 	<ul style="list-style-type: none"> • Volumen de exportación a nivel mundo: Hubo una disminución del volumen de exportación de pisco chileno al mundo, en el 2022 con 1.221 toneladas. • Con respecto a las exportaciones chilenas hacia el mercado estadounidense tuvo un crecimiento intermitente con 178 toneladas para el año 2022. • Con respecto a las exportaciones chilenas hacia el mercado chino tuvo 	<p>Concordancias:</p> <p>Ambos países han presentado un incremento del volumen de exportación de Pisco en el 2022</p> <p>Discordancias:</p> <p>-Volumen de exportación:</p> <p>En el Perú hubo un incremento del volumen de exportación con la cantidad de 3.323 toneladas mientras que en Chile hubo una disminución en el volumen exportado llegando a tener 1.221 toneladas, en el 2022.</p>

Innovación	<p>crecimiento intermitente con 19 toneladas para el año 2022.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Índice Mundial de Innovación: En el ranking de innovación Perú se encuentra en el puesto 65° en el año 2022. • Adopción tecnológica: Perú en el año 2021 tuvo un 62% por debajo de los países, con respecto a la capacidad de adopción tecnológica e innovación empresarial, esto debido a las falencias del uso extensivo de tecnologías de la información y comunicaciones, según el índice de innovación global. 	<p>una disminución con 21 toneladas para el año 2022.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Índice Mundial de Innovación: En el ranking de innovación Chile se encuentra en el puesto 50° en el año 2022. • Adopción tecnológica: ChileComex ofrece como un método de innovación una nueva plataforma de Registro para empresas de Comercio Exterior, que entrega soluciones a las necesidades de sus clientes facilitando los procesos en materia de importación y exportación para desarrollar una eficiente gestión comercial y posicionarse, tanto en mercados extranjeros como locales. 	<p>En tanto a las exportaciones hacia Estados Unidos, Perú prevaleció con un crecimiento intermitente de 840 toneladas a diferencia de Chile que solo fue de 178 toneladas.</p> <p>En tanto a las exportaciones hacia el mercado chino, Perú tuvo un crecimiento intermitente de 19 toneladas a diferencia de Chile que en éste caso fue superior por 21 toneladas.</p> <p>Concordancias: Ambos se encuentran entre las 132 economías destacadas en el GII 2021 con un considerable Índice de ranking de Innovación Mundial.</p> <p>Discordancias: -Adopción Tecnológica: Perú tuvo adopción tecnológica e innovación empresarial, pero en el año 2021 tuvo un desbalance de 62% por debajo de los países, Chile por su parte también ofrece como un método de innovación una nueva plataforma de Registro para empresas de Comercio Exterior. En el Índice Mundial de Innovación, Perú se encuentra en el puesto 65° del ranking, mientras que Chile se encuentra</p>
------------	---	---	--

Tratado de libre
comercio

Acuerdo:

TLC Perú - Estados Unidos

AÑO: Entró en vigencia el 1° de febrero de 2009.

LUGAR: Se firmó en Washington en el 2006

Beneficios:

El TLC trajo consigo el aumento de las oportunidades de exportación, razón por la cual el valor exportado de las mypes pasó de US \$151 millones en el año 2009, a US \$189 millones para finales del 2022.

TLC Perú - China

AÑO: Entró en vigencia el 01 de marzo del 2010.

LUGAR: Fue suscrito el 28 de abril de 2009 en la ciudad de Beijing-China

Beneficios: Nuestras exportaciones totales con destino a China, en el periodo 2009-2022, registraron un crecimiento del 412%, con un crecimiento promedio anual del 13.4%.

Acuerdo

TLC Chile - Estados Unidos

AÑO: Comenzó a regir el 01 de enero de 2004

LUGAR: Se firmó en Miami, Estados Unidos, el 06 de junio de 2003.

Beneficios:

El TLC ha permitido que el número de empresas chilenas exportando bienes y servicios a Estados Unidos haya crecido en 6% a lo largo de los últimos 20 años.

El intercambio comercial con Estados Unidos alcanzó los US \$35.400 millones en el año 2022, experimentando un crecimiento promedio anual del 9,2% anual desde 2003.

TLC Chile - China

LUGAR: En la Cumbre de Líderes APEC, celebrada en Santiago de Chile

Beneficios: En 2022, 37 empresas chilenas exportaron servicios a Hong Kong, China, las cuales en forma colectiva prestaron 27 diferentes tipos de servicios,

en un mejor puesto en el ranking, ocupando el puesto 50°.

Concordancias:

El acuerdo que tiene Estados Unidos con ambos países ha generado múltiples beneficios y han incrementado las oportunidades de exportación. Lo mismo ocurrió en el TLL con China, que registró un incremento en las exportaciones.

Discordancias:

En el caso del TLC con Estados Unidos, en Perú se incrementó el valor exportado llegando en el 2022 a US \$189 millones, mientras que para Chile el intercambio comercial alcanzó los US \$35.400 millones en el año 2022.

Además, que el año que entró en vigencia el acuerdo de EE. UU con Perú fue el 2009 a diferencia de Chile que fue el 2004.

En el caso del TLC con China, con Perú se registraron un incremento del 412% con un crecimiento promedio anual del 13.4%.

Mientras que con Chile 37 empresas chilenas exportaron servicios a Hong Kong prestando múltiples servicios.

Productividad	<ul style="list-style-type: none"> • Atributos: Procede de tradiciones y costumbres pisqueras, con ocho tipos de uvas pisqueras debido a la amplia diversidad de climas y el proceso de destilación es de forma tradicional, se maneja este proceso artesanal (pisa) e industrial. • Variedad de productos: <ul style="list-style-type: none"> -Pisco Puro. Es el Pisco obtenido exclusivamente de una sola variedad de uva pisquera. -Pisco mosto verde: Es el Pisco obtenido de la destilación de mostos frescos de uvas pisqueras con fermentación interrumpida. -Pisco acholado: Es el Pisco obtenido de la mezcla. • Presentación de envase y empaque: Para tapar las botellas, se usan tapones sintéticos o tapas roscas que deben tener la certificación mundial en grado alimenticio, así como los sellos de seguridad que se desarrollan en la industria pisquera”. 	<ul style="list-style-type: none"> • Atributos: Es de proceso industrial, sólo se utilizan uvas aromáticas donde el mosto se deja reposar 30 a 50 días para clarificar, luego se trasiega y recién en ese momento se procede a la destilación. y se agrega anhídrido sulfuroso y es por ello que no se respeta el proceso natural. • Variedad de productos: <ul style="list-style-type: none"> El pisco no se clasifica por tipo de uva sino por la graduación alcohólica: <ul style="list-style-type: none"> -Pisco corriente o tradicional que tiene una graduación alcohólica de 30°. -Pisco especial que tiene 35° -Pisco reservado que tiene 40° -Gran pisco que tiene 43° o más. • Presentación de envase y empaque: El pisco chileno se puede embotellar y envejecer en barricas de roble. 	<p>Concordancias:</p> <p>-Dentro de los atributos que tienen ambos países poseen una diversidad de climas y suelos cálidos que les permite producir una de las mejores cepas de vid.</p> <p>Discordancias:</p> <p><i>Atributos:</i> En Perú el procedimiento es tradicional costumbrista con los ocho tipos de uvas pisqueras y con el proceso de forma artesanal (pisa) y también industrial a diferencia de Chile que se realizan procesos netamente industriales y se agregan otras sustancias como anhídrido sulfuroso y es por ello que no se respeta tanto el proceso natural.</p> <p><i>Variedad de productos:</i> En Perú se da la clasificación del pisco por la destilación de las diferentes uvas pisqueras y se obtienen el Pisco Puro, el Mosto Verde y el Acholado. A diferencia de Chile que la clasificación del Pisco es por la graduación alcohólica que posee, considerando así el Pisco especial que tiene 35°, Pisco reservado que tiene 40° y el Gran pisco que tiene 43°.</p> <p><i>Presentación de envase y empaque:</i></p>
---------------	---	---	--

Economías de
escala

Acceder a una economía de escala ofrece la posibilidad de reducir costos y gozar de un mejor y mayor número de servicios. Uno de los beneficios de este modelo de negocio es que los gastos esenciales, como los de seguridad, limpieza y mantenimiento, pueden ser diluidos al compartirse entre varias empresas”, señaló Juan Felipe Llona, Gerente de Desarrollo de Negocios de BSF Almacenes del Perú.

Los gastos de los terminales portuarios para manejar naves de mayor envergadura aumentan, junto con hacerse necesario expandir el espacio físico para evitar congestiones, aun cuando no haya mayor volumen de carga. Las economías de escala de los megabarcos solo funcionan para toda la cadena logística si los terminales pueden mejorar la productividad de la mano con el aumento de capacidad de las naves.

En Perú se usan tapones sintéticos o tapas roscas que deben tener la certificación mundial en grado alimenticio, A diferencia del pisco chileno que se puede embotellar y envejecer en barricas de roble.

Concordancias:

En ambos casos por cada país, se denota la importancia de la economía de escala, y cómo influye de manera positiva en sus procesos.

Discordancias:

En el caso de Perú, el Gerente de Desarrollo de Negocios de BSF Almacenes del Perú explica que acceder a una economía de escala ayuda a reducir costos y a obtener un mayor número de servicios, los gastos esenciales como el de seguridad, limpieza y mantenimiento se disuelven al ser tercerizado.

En el caso de los gastos de las terminales portuarias cuando necesitan manejar naves con mayor envergadura, las economías de escala funcionan en la cadena logística para poder mejorar la productividad de la mano de obra con el aumento en la capacidad de la nave.

Concordancias:

Geografía

Zonas de producción:

-Región Lima: Comprende una de las zonas productoras de pisco más antiguas, las cuales

Zonas de producción:

En el corazón del valle del elqui, nació el pisco, la zona de producción del pisco

se ubican al sur de la ciudad de Lima, colindantes con el departamento de Ica.

-Región Ica: Las principales zonas productoras de pisco se encuentran en los valles de Chincha, Ica y Pisco y en menor medida Nasca, donde se cultivan principalmente las uvas Italia, Albilla, Quebranta y Mollar.

-Región Arequipa: Las principales zonas productoras de pisco se encuentran en los valles de Caraveli, Majes y Vitor, donde se cultivan principalmente las variedades Negra Criolla y en menor medida, Italia y Quebranta.

-Región Moquegua: Las principales zonas productoras de pisco se encuentran en el valle de Osmore, donde se cultivan principalmente las variedades Albilla, Negra Criolla y en menor medida, Italia y Mollar.

-Región Tacna: A diferencia de las anteriores es la que contempla menores zonas productoras de pisco.

Condiciones climáticas geográficas:

Nuestra biodiversidad es un factor primordial que ha permitido la producción de ocho tipos de uvas pisqueras, las cuales contienen cualidades únicas de las 5 regiones donde se cultivan y la cadena de producción del Pisco.

Agroindustria:

chileno, son las provincias de Atacama y Coquimbo, que van de la cordillera al mar, regados por los ríos Copiapó, Huasco, Elqui, Limarí y Choapa.

Condiciones climáticas geográficas:

Atacama y Coquimbo, en esta zona, conocida como norte chico, la depresión intermedia es reemplazada por valles transversales, con contrastes de temperatura y un clima cálido y seco, la zona es ideal para el cultivo de la uva moscatel, la principal con que el pisco chileno es elaborado. La historia de esta zona, sumada a su geografía, cultura y habitantes, dan vida al terruño pisquero: conjunto de factores que involucran una zona geográfica, un suelo característico, condiciones climáticas, flora, la influencia del hombre en ese espacio y sus técnicas para producir un producto único, imposible de reproducir en ninguna parte del mundo.

Agroindustria:

El sector agroalimentario chileno es uno de los más dinámicos de la economía nacional por su aporte al PIB, el que se estima alrededor del 4,7%, generando alrededor de 369.000 empleos directos en el país y con exportaciones que en 2020 superaron los 16 mil millones de dólares.

Ambos países tienen zonas geográficas de producción especiales en donde se cultivan las mejores uvas.

De la misma manera en condiciones climáticas geográficas, de los valles y regiones que cada uno de los países tiene permite la producción de calidad de las vides pisqueras.

En Agroindustria se puede mencionar que ambos países son dinámicos y tienen una dimensión con visión internacional.

Discordancias:

-Condiciones climáticas geográficas: Perú señala que su biodiversidad es un factor primordial que ha permitido la producción de ocho tipos de uvas pisqueras, las cuales contienen cualidades únicas de las 5 regiones donde se cultivan y la cadena de producción del Pisco. y de la misma manera Chile en las zonas por valles transversales, con contrastes de temperatura y un clima cálido y seco es la zona ideal para el cultivo de la uva moscatel, la principal con que el pisco chileno es elaborado.

-Agroindustria:

Se menciona que el sector agro peruano es enormemente productivo, diverso y con una enorme dimensión internacional. Y de la misma manera el sector

El sector agroalimentario peruano es enormemente productivo, diverso y con una enorme dimensión internacional. De hecho, no es ningún secreto que los productos agrícolas peruanos están presentes en todo el mundo, las cualidades que caracterizan a los productos peruanos son su inocuidad, seguridad alimentaria, calidad y su gran proyección internacional, conocida en todo el mundo.

agroalimentario chileno es uno de los más dinámicos de la economía nacional por su aporte al PIB.

4.3. Triangulación

Tabla 45

Análisis de los dos instrumentos con la teoría recopilada para el país Perú

Subcategoría	Expertos	Instrumento	Documentos	Hallazgos
OEPII	<ul style="list-style-type: none"> • Es importante hacer uso de una estrategia de precios, con una estrategia adecuada, basándose en el segmento al cual se va a enfocar, adaptarse al público, se puede hacer uso de bajar los precios, pero sin descuidar la calidad del producto y servicio. • Hacer uso de una estrategia de precios puede llevar a un punto de riesgo si no se tiene un buen manejo de ello, por ejemplo, el bajar los precios demasiado y después no poder hacer frente a una competencia directa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Precio Internacional Total Fob US\$: La Bodega San Isidro S.R.L. es la que predomina, debido a que tuvo un crecimiento constante a lo largo de los años, obteniendo 1,613,406 para el 2022, seguido de la empresa Destilería La Caravedo S.R.L. con 1,351,083 para el mismo año. • Precio Internacional Litro US\$: Entre las tres principales empresas exportadoras, la que tiene un mayor precio es la empresa Bodega San Isidro S.R.L. con 7,949, seguida de Viña Tacama S.A. con 7.924 y Destilería La Caravedo S.R.L con 7.822. • Precio Internacional (2018-2022): Las empresas que tienen una mayor participación en el mercado internacional son: Bodega San Isidro S.R.L. con 14.57%, Destilería La Caravedo S.R.L con 14.51% y finalmente Viña Tacama S.A. con 10.61%. 	<p>De acuerdo a Sulser & Pedroza (2004), definió que:</p> <p>El precio es la cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto o servicio. El precio en general es una medida cuantitativa, que nos indica el valor de un producto o servicio. No así, para algunos bienes que tienen valores cualitativos, como el aprecio o consideraciones de otro tipo. El precio es la variable del marketing mix que se puede modificar con más facilidad.</p>	<p>Concordancias: La teoría demuestra que, el precio nos va a indicar el valor de un producto, para ello este precio varía de acuerdo a un marketing mix y las condiciones del mercado. Al igual que el experto que considera que el precio internacional depende del mercado al cual se va a direccionar, por tanto los precios se deben adaptar a ello, según el estudio en el mercado, las principales empresas como La Bodega San Isidro S.R.L. tuvo un crecimiento constante a lo largo de los años, obteniendo 1,613,406 para el 2022, seguido de la empresa Destilería La Caravedo S.R.L. con 1,351,083 para el mismo año; debido al precio que ofrecieron el cual tuvo un crecimiento mínimo con 5.355 en el 2022 para el mercado Estadounidense, para el mercado chino fue parecido con 6.211. Y con respecto al precio internacional por litros US\$, la empresa con mayor precio es la</p>

OET2

- Variabilidad del precio internacional: Tuvo un crecimiento mínimo con 5.355 en el 2022 para el mercado estadounidense, para el mercado chino fue parecido con 6.211.
- La tecnología ha sido de gran ayuda en el ámbito empresarial y en general, ya que ayuda a reducir costos y por ende fijar precios más competitivos, igualmente que la reducción de tiempos.
- Se debe automatizar los procesos de la empresa, pero se debe tener en cuenta la naturaleza del mercado al cual se va a exportar.
- El Instituto Tecnológico de la Producción dió a conocer que se han incorporado cadenas agroindustriales para la cadena pisquera que ayudarán en la mejora de procesos, verificación de bodegas y toma de muestras.
- La Agencia Agraria de Noticias informó que a través de un proyecto de la UNI se podrá optimizar la producción de pisco.
- El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el Perú cuenta con varias empresas con última tecnología y especialistas en el área pisquera.
- La Agencia Peruana de Noticias, mencionó que la Universidad Católica creó un prototipo de una nariz electrónica para determinar la calidad del pisco.

De acuerdo a Saavedra & Sánchez (2021), nos dió a conocer sobre la tecnología:

La tecnología se refiere a los medios artificiales que ayudan a resolver problemas prácticos.

La tecnología involucra los artefactos y procesos necesarios para la producción de bienes o la prestación de servicios de cualquier naturaleza, así como sus principios organizativos o de funcionamiento.

Bodega San Isidro S.R.L. con 7,949, seguida de Viña Tacama S.A. con 7.924 y Destilería La Caravedo S.R.L con 7.822.

Concordancias: Según la teoría, la tecnología ayuda a que una empresa pueda resolver problemas prácticos, debido a que involucra los procesos necesarios para la producción. Al igual que el experto, considera que la tecnología ha sido de gran ayuda para el ámbito empresarial, y que es necesario automatizar los procesos de la empresa, teniendo en cuenta el destino final, por ello según el estudio al mercado, se observa que diversas instituciones buscan mejoras para el producto pisco, por ejemplo el Instituto Tecnológico de la Producción dió a conocer que se han incorporado cadenas agroindustriales para la cadena pisquera que ayudarán en la mejora de procesos, verificación de bodegas y toma de muestras. Igualmente, la Universidad Nacional de Ingeniería y la Universidad Católica crearon proyectos para optimizar la producción del producto pisco. Finalmente, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo,

OECP3

-Se debe hacer un análisis de producción de la empresa mediante una guía de observación en donde se visualice la capacidad operativa, horas, antigüedad, fuente de energía, entre otros, ello permitirá conocer si las maquinarias y equipos están siendo productivas, igualmente se podrá analizar dependiendo a lo que necesite la empresa como tercerizar, turnos rotativos.

También es importante evaluar la capacidad de producción según el punto de vista de la eficiencia y los elementos de valoración del público.

-Dentro de la capacidad productiva es importante un buen capital humano ya que ellos sabrán cómo hacer un uso correcto de los recursos, maquinarias, entre otros.

- Mano de obra: Según ADEX el 80% de productores de uva son pequeños agricultores que no tenían capacidad de inversión, a pesar de ello se tuvo un mayor crecimiento en las exportaciones.
- Área cosechada: Tuvo un crecimiento en el área cosechada de uvas obteniendo 35,704 Ha. en el 2021.
- Rendimiento de uvas: Tuvo un crecimiento obteniendo 231,279 g/Ha para el 2021.
- Producción de uvas: Tuvo un crecimiento obteniendo 825,749.79 Tn. para el 2021.

De acuerdo a Cajigas, Ramírez , & Ramirez (2019), definió que:

-Para realizar un cálculo de la capacidad de producción de una organización activa, es necesario valorar los recursos, medir la cantidad y calidad de los recursos humanos, maquinarias y equipos.

-Capacidad productiva es el máximo volumen de producción posible de determinada nomenclatura y surtido o de procesamiento de materias primas en la unidad de tiempo, generalmente un año.

mencionó que el Perú cuenta con varias empresas con última tecnología y especialistas en el área pisquera.

Concordancias: Según la teoría para realizar un cálculo de la capacidad de producción se debe valorar los recursos y medir tanto calidad como cantidad en los recursos humanos, maquinarias y equipos, al igual que los expertos, inciden en que para realizar un correcto análisis de la capacidad de producción se debe observar la capacidad operativa, para evaluar a las maquinarias y equipos, también es importante un buen capital humano ya que ellos serán los que trabajen directamente en los procesos. Según el estudio del mercado se observa que, en la mano de obra, el 80% de los productores no tuvieron una capacidad de inversión pero que ello no impidió que se tenga un mayor crecimiento en las exportaciones, con respecto al área cosechada se tuvo un crecimiento en el área cosechada de uvas obteniendo 35,704 Ha. en el 2021. Con respecto al rendimiento de uvas, también se tuvo un crecimiento obteniendo 231,279 g/Ha para el 2021. Y en la producción de uvas se tuvo un

OECEF4

-Es importante contar con un respaldo económico ya que si un plan de negocio o proyecto no tiene la capacidad financiera entonces no va a poder expandirse en el mercado, se requiere de un financiamiento para poder emprender el negocio, sin embargo, la empresa debe contar con una capacidad de pago y endeudamiento. Para que los bancos puedan evaluar a las empresas y darles el préstamo evaluarán la evolución de las ventas, para ello se tiene que hacer un análisis constante.

-Cuando una empresa está exportando, la entidad financiera no suele prestarle, porque no tiene evidencia de lo que está sucediendo con la empresa, es por ello que esta debe crecer con su capital propio o el de socios.

-Una empresa primeriza exportadora puede llegar a obtener préstamos pero dependiendo del tamaño de

• Según el Ministerio de Economía y Finanzas, en el programa Reactiva Perú se incluyó a empresas del sector de bebidas alcohólicas para que puedan acceder a programas crediticios.

• El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego incorporó un programa llamado FAE-AGRO 20021, el cual permite otorgar créditos de capital de trabajo para pequeños productores.

• El Banco Mundial informó que el crédito interno para el sector privado es de 47.8% del PBI.

• Doing Business informó que la obtención de crédito para el 2020 fue de un rango de 75.

Según la perspectiva de Masbernat (2010):

La capacidad económica menciona que es la relación con la potencialidad económica vinculada a la titularidad y disponibilidad de la riqueza; con la aptitud, la posibilidad real, la suficiencia de un sujeto de derecho para hacer frente a la exigencia de una obligación tributaria concreta por parte de una Administración Pública.

La apropiación de los conocimientos, las habilidades y la confianza (actitud) para conocer y reconocer las oportunidades financieras, tomar decisiones informadas y efectivas para mejorar su bienestar financiero (comportamiento). Desde esta perspectiva, no es suficiente que una persona conozca los productos y servicios (el enfoque de educación financiera suele hacer hincapié o abordar sólo estos aspectos), también debe comprender qué son, qué

crecimiento obteniendo 825,749.79 Tn. para el 2021.

Concordancias:

La teoría demuestra que, la capacidad económica es la relación con la potencialidad económica vinculada a la titularidad y disponibilidad de la riqueza, la apropiación de los conocimientos, las habilidades y la confianza (actitud) para conocer y reconocer las oportunidades financieras, tomar decisiones informadas y efectivas para mejorar su bienestar financiero (comportamiento). Al igual que los expertos consideran que, es importante contar con un respaldo económico ya que si un plan de negocio o proyecto no tiene la capacidad financiera entonces no va a poder expandirse en el mercado, se requiere de un financiamiento para poder emprender el negocio, sin embargo, la empresa debe contar con una capacidad de pago y endeudamiento, según el estudio en el mercado, el Ministerio de Economía y Finanzas, en el programa Reactiva Perú se incluyó a empresas del sector de bebidas alcohólicas para que puedan acceder a programas crediticios.

El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego incorporó un programa

esta, ya que el banco prestará a empresas que tengan la capacidad de poner una contrapartida.

-Para que una empresa logre una buena capacidad productiva debe planificar con la debida antelación, por ello debe evaluar los cuellos de botella, just in time a medida que se va suscitando el proceso productivo.

Otros indicadores para evaluar la capacidad productiva es no solo tener maquinarias y equipos especializados, sino hacer uso de una infraestructura productiva para tener una distribución correcta de estos.

OEIP5

- PiscoesPerú informó que las zonas productoras de vid en el Perú principalmente son Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna, las cuales presentaron características apropiadas para el sector vitivinícola debido al clima y temperatura que poseen.
- El Ministerio de Desarrollo Agrario dió a conocer que el Minagri inauguró una planta moderna que incluyó la adquisición de tanques de acero, despalilladora, bomba orujera, prensa, sistema de gas y mejoramiento en el área de fermentados.

ofrecen y cómo usarlos, no solo para mejorar los rendimientos, sino para mejorar sus medios de vida en un sentido amplio.

Según coincidieron los autores (Rozas y Sanchez, 2004) y (Barajas y Gutiérrez, 2012).

Las inversiones en infraestructura influyen indirectamente en la productividad del resto de los insumos en el proceso productivo y de las firmas. En el caso de los factores productivos, la tierra, el trabajo y el capital físico aumentan su productividad con las inversiones en infraestructura que facilitan el transporte de los bienes e insumos intermedios o la provisión de los servicios antes mencionados, en el caso que su prestación se realice de manera eficiente.

llamado FAE-AGRO 20021, el cual permite otorgar créditos de capital de trabajo para pequeños productores.

El Banco Mundial informó que el crédito interno para el sector privado es de 47.8% del PBI. Y con respecto al Doing Business informó que la obtención de crédito para el 2020 fue de un rango de 75.

Concordancias: La teoría demuestra que, la infraestructura productiva influye indirectamente en la productividad del resto de los insumos en el proceso productivo y de las firmas. En el caso de los factores productivos, la tierra, el trabajo y el capital físico aumentan su productividad con las inversiones en infraestructura que facilitan el transporte de los bienes e insumos intermedios o la provisión de los servicios antes mencionados. Igualmente, los expertos consideran que para que una empresa logre una buena capacidad productiva debe planificar con la debida antelación, por ello debe evaluar los cuellos de botella, just in time a medida que se va suscitando el proceso productivo.

Otros indicadores para evaluar la capacidad productiva es no solo tener maquinarias y equipos

OEBA6

-El Perú cuenta con barreras arancelarias muy bajas, sin embargo, los demás países con los que el Perú tiene una TLC le ofrecen aranceles 0%, que ayudará a que las empresas puedan obtener un precio más competitivo, pero tiene mayores barreras técnicas sanitarias, de calidad, un poco complejo de cumplir para un país emergente como el Perú.

Para el mercado:

- Estados Unidos: El régimen arancelario es de 0%.
- China: El régimen arancelario es de 10%, con una tarifa preferencial de 0%.

La infraestructura es la suma de los materiales institucionales, personales y físicos que sustentan una economía y contribuyen a la remuneración de los factores teniendo en cuenta una asignación oportuna de recursos, es decir, un grado relativamente alto de integración y el nivel más alto posible de los derechos económicos de las actividades.

Según mencionó Baena (2018), las barreras arancelarias:

Como un impuesto que se aplica al comercio internacional expresado en diferentes formas y tipos; todo ello, para generar ingresos adicionales por concepto de impuestos agregando así además valor al precio de las mercancías de origen extranjero. En este sentido se

especializados, sino hacer uso de una infraestructura productiva para tener una distribución correcta de estos, según el estudio en el mercado, se observó que las zonas productoras de vid en el Perú principalmente son Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna, las cuales presentaron características apropiadas para el sector vitivinícola debido al clima y temperatura que poseen, el Ministerio de Desarrollo Agrario dió a conocer que el Minagri inauguró una planta moderna que incluyó la adquisición de tanques de acero, despalilladora, bomba orujera, prensa, sistema de gas y mejoramiento en el área de fermentados.

Concordancias: La teoría demuestra que, las barreras arancelarias son un impuesto que se aplica al comercio internacional expresado en diferentes formas y tipos; todo ello, para generar ingresos adicionales por concepto de impuestos agregando así además valor al precio de las mercancías de origen extranjero, se gravan las mercancías que se importan a fin de proteger a las empresas que fabrican bienes similares en el país que aplica tales medidas Al igual que los

-Las barreras arancelarias protegen a la industria nacional, y recaudan impuestos para la construcción de carreteras y hospitales.

-El certificado de origen sirve para dar fiabilidad de que el producto efectivamente proviene del país que indica, igualmente para que el producto pueda acogerse a una TLC necesita de este documento para dar veracidad que el producto es originario del país que se expresa, y con ello puede acoger un beneficio arancelario.

-Certificado de origen y la denominación son términos diferentes, ya que con la denominación de origen implica las características que hacen a un producto diferenciarse del otro.

OEBNA7

Para el mercado:

- Estados Unidos: Son 68 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización y etiquetado.
- China: Son 30 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización, límites de tolerancia, uso restringido de ciertas sustancias e historial de procesamiento.
- Certificado de denominación de origen: Otorgado por la Dirección de Signos Distintivos de Indecopi, 70 países lo reconocían el 2019.

gravan las mercancías que se importan a fin de proteger a las empresas que fabrican bienes similares en el país que aplica tales medidas; ya que la instauración de aranceles responde a la idea de que el comercio internacional puede producir efectos negativos dentro de las economías.

Según dió a conocer Baena (2018), las barreras no arancelarias:

Cualquier medida distinta a un arancel que pueda afectar el comercio de las mercancías importadas; así dentro de esta categoría se pueden destacar las medidas sanitarias y fitosanitarias injustificadas, los obstáculos técnicos al comercio que exigen cambiar las características técnicas de las importaciones, entre un muy amplio número de medidas más que terminan constituyendo una restricción encubierta al comercio.

expertos que consideran que el Perú cuenta con barreras arancelarias muy bajas, sin embargo, los demás países con los que el Perú tiene una TLC le ofrecen aranceles 0%, que ayudará a que las empresas puedan obtener un precio más competitivo, según el estudio en el mercado, en el caso de Estados Unidos, el régimen arancelario es de 0%, y para China, el régimen arancelario es de 10%, con una tarifa preferencial de 0%.

Concordancias: La teoría demuestra que, las barreras no arancelarias son medidas que pueden afectar el comercio de las mercancías importadas; así dentro de esta categoría se pueden destacar las medidas sanitarias y fitosanitarias injustificadas, de cierta forma terminan constituyendo una restricción encubierta al comercio. Según el estudio en el mercado, estas barreras no arancelarias varían según el mercado de destino, para Estados Unidos, son 68 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización y etiquetado, en el caso de China, son 30 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización, límites

OEI8

-Las certificaciones hacen ver a una empresa que logró resultados óptimos como en la calidad y procesos, igualmente certificaciones como de valor del producto o RSE hacen que la empresa se vea más atractiva en el mercado y para los clientes.

-Las certificaciones no son propias para las empresas del sector vitivinícola, sin

- Certificaciones: Para ingresar al mercado estadounidense es necesario obtener certificaciones por parte de las empresas peruana entre ellas, el Hazard Analysis and Critical Control Point al igual que al mercado chino, USDA Organic, Fair Trade Certified, Conapisco, BPM, y para China, China Compulsory Certificate, GAP.
- Regulaciones sanitarias: Tener el certificado de sanidad de exportación por DIGESA, para

Según se mencionó Mora, Lituma, & González (2020), las certificaciones: Cumplen un rol importante en la generación de valor estratégico para las empresas, toda vez que robustecen su reputación y compromiso con la sociedad. La implementación de procesos que conducen a la obtención de certificaciones, como

de tolerancia, uso restringido de ciertas sustancias e historial de procesamiento.

Discordancias: Los expertos opinan que el certificado de origen sirve para dar fiabilidad de que el producto efectivamente proviene del país que indica, igualmente para que el producto pueda acogerse a una TLC necesita de este documento para dar veracidad que el producto es originario del país que se expresa, y con ello puede acoger un beneficio arancelario. Según el estudio de mercado, acerca del certificado de denominación de origen para el producto pisco, fue otorgado por la Dirección de Signos Distintivos de Indecopi, 70 países lo reconocían en el 2019.

Concordancias: La teoría demuestra que, las certificaciones cumplen un rol importante ya que generan un valor estratégico en las empresas, al igual que favorece las oportunidades para dar a conocer las prácticas que se siguen para la exportación de productos, aumentando las posibilidades de ingresar a nuevos mercados. Al igual que los expertos consideran que las certificaciones hacen ver a una empresa que logró resultados

embargo, los premios que obtienen si, como medallas que obtengan por diferentes categorías evaluadas, y que sean acompañadas por diferentes entidades como PromPerú, Mincetur, entre otros.

Estados Unidos, tener el certificado por parte del departamento de agricultura con la norma de límite máximo de uso de plaguicidas.

- Reconocimientos: Según el Ministerio de Comercio Exterior de Turismo, la bebida pisco obtuvo diferentes premios, 8 premios great gold, 8 silver y 18 bebidas ganaron el concurso Internacional Espirituosos de España.

estrategia empresarial, favorece las oportunidades para dar a conocer las prácticas que se siguen para la exportación de productos, aumentando las posibilidades de ingresar a nuevos mercados.

óptimos como en la calidad y procesos, ello hace que se vea más atractiva en el mercado y para los clientes. según el estudio en el mercado, existen diferentes certificaciones que debe cumplir el producto pisco para ingresar a los principales mercados de importación del producto, Para ingresar al mercado estadounidense es necesario obtener certificaciones por parte de las empresas peruana entre ellas, el Hazard Analysis and Critical Control Point al igual que al mercado chino, USDA Organic, Fair Trade Certified, Conapisco, BPM, y para China, China Compulsory Certificate, GAP. Igualmente debe cumplir con regulaciones sanitarias, entre ellas tener el certificado de sanidad de exportación por DIGESA, para Estados Unidos, tener el certificado por parte del departamento de agricultura con la norma de límite máximo de uso de plaguicidas.

Discordancias:

Un experto indica que las certificaciones no son propias para las empresas del sector vitivinícola, sin embargo, los premios que obtienen si, como medallas que obtengan por diferentes categorías evaluadas, y que sean acompañadas

OEIL9

-Las vías de transporte que posee el Perú no son tan idóneas en el mercado ya que poseen algunas deficiencias, sin embargo, para el sector vitivinícola que están concentrados en la Costa, estos tienen un puerto de salida de forma directa, uno ellos es el puerto del Callao, es por ello que el sector agroindustria es más desarrollado.

-El papel que juega la aduanas en la infraestructura logística perjudica en cierto punto ya que puede llegar a ser un poco burocrático debido a que se deben cumplir con ciertos requisitos y obligaciones dentro del marco legal.

-El Perú es un hub aéreo como marítimo, es decir, incluso los aviones hacen escala de Chile a Perú.

- Doing business: La facilidad para hacer negocios en Perú, La plataforma de Doing Business clasifica a Perú en el puesto 76 con una puntuación de 68.7.
- Otro punto a resaltar es que el tiempo para exportar es de 48 horas
- Vías de Transporte: Perú ha demostrado un crecimiento considerable en la vía marítima obteniendo 10,830,171 del total de US\$ FOB en el 2022.
- Aduanas de Perú: La que predomina y es principal es la Marítima del Callao con 98.4%

Según coincidieron los autores (De la Hoz, Orozco, & Martinez, 2018), (Diaz, 2007) y (Castellanos, Lombana, & Velásquez, 2015)

-La importancia de la infraestructura logística para la competitividad de los puertos, nace por la necesidad de espacio que están demandando para el manejo de las cargas, a fin de no rezagarse y considerarse obsoletos, deficientes y poco competitivos. En el contexto portuario hacen su aparición este tipo de construcciones que, ligadas a las terminales portuarias, permiten prestar las funciones de almacenamiento y distribución dentro de la

por diferentes entidades como PromPerú, Mincetur, entre otros. Según el estudio de mercado acorde al Ministerio de Comercio Exterior de Turismo, la bebida pisco obtuvo diferentes premios, 8 premios great gold, 8 silver y 18 bebidas ganaron el concurso Internacional Espirituosos de España.

Concordancias: La teoría demuestra que, la infraestructura logística es importante para la competitividad de los puertos, en donde los terminales portuarios, permiten prestar las funciones de almacenamiento y distribución dentro de la cadena logística, para llegar directamente a los clientes o a los centros satelitales de las empresas. Al igual que los expertos consideran que para el sector vitivinícola que está concentrado en la Costa, estos tienen un puerto de salida de forma directa, uno de ellos es el puerto del Callao, es por ello que el sector agroindustria es más desarrollado.

También según el estudio del Doing business, es decir la facilidad para hacer negocios, el Perú ocupa el puesto 76 con una puntuación de 68.7.

Otro punto a resaltar es que el tiempo para exportar es de 48 horas.

<p>OECP10</p> <p>Para lograr buenos resultados en cuanto a calidad de producto, tienen que ver dos aspectos fundamentales uno que son a nivel de normatividad que rige el estado peruano que se deben de cumplir ciertas exigencias y normativas de inocuidad y por otro lado está a nivel de empresa, que deben de tener buenos insumos, materia</p>	<p>La denominación de origen: El Pisco ha sido uno de los primeros productos en recibir esta distinción, para así garantizar que el producto tiene una calidad garantizada. Además de ello que PROMPERÚ promueve la marca “Pisco Spirit of Perú” como parte de una herencia ancestral, cuyo propósito es otorgar licencias de uso de marca a aquellas empresas que cumplan con los requisitos de calidad establecidos.</p>	<p>cadena logística, para llegar directamente a los clientes o a los centros satelitales de las empresas</p> <p>Desde la perspectiva de Duque (2005), la calidad del producto: Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con</p>	<p>También en las Vías de Transporte, Perú ha demostrado un crecimiento considerable en la vía marítima obteniendo 10,830,171 del total de US\$ FOB en el 2022.</p> <p>Aduanas de Perú: La que predomina y es principal es la Marítima del Callao con 98.4%.</p> <p>Discordancias: A diferencia de lo que mencionan los expertos, las vías de transporte que posee el Perú no son tan idóneas en el mercado ya que poseen algunas deficiencias. Además, el papel que juega la aduanas en la infraestructura logística perjudica en cierto punto ya que puede llegar a ser un poco burocrático debido a que se deben cumplir con ciertos requisitos y obligaciones dentro del marco legal, todo ello relacionado.</p> <p>Concordancias: Con respecto a calidad de producto, la teoría menciona que es la conformidad con los requerimientos establecidos para así garantizar la calidad del producto. Relacionado con lo que los expertos mencionan que es fundamental cumplir con niveles de normatividad y cumplir las exigencias de inocuidad. De la misma manera el estudio del mercado nos detalla que Perú ha recibido una de las distinciones</p>
---	--	--	---

prima, materiales, mano de obra capacitada, es decir todos los recursos disponibles de primera, porque en éste otro aspecto es donde en realidad está en función al público, entonces el público es quien en el fondo evalúa y da la preferencia y elección del producto de calidad.

En el sentido de que el producto no haya resultado previamente como se tenía planificado, se tienen dos puntos de vista.

-Como empresa se cambia los procesos, materiales, recursos y diferentes aristas para que pueda producir el producto con las características que requiere.

-Como comprador si es que la empresa me vende los productos cuya calidad no es la que hemos acordado en el contrato de compraventa internacional, entonces se tiene el camino expedito para iniciar acciones legales en contra de la empresa que haciendo uso de artimañas

En los CINVE 2022 Awards, Perú fue la delegación que obtuvo las mayores puntuaciones en el concurso por la calidad que demostraron los piscos presentados.

Empresas peruanas:

- Destilería La Caravedo: En el año 2019 recibió una distinción de PromPerú, por la labor de promover el destilado de uva en el mundo, en la categoría “Pisco, Spirits of Peru”.
- TACAMA: Una empresa que posee una amplia gama de vinos, espumosos y piscos creados con la más alta calidad, recibieron medallas en el concurso “Vinalies-Internacionales” por el premium Demonio de los Andes Quebranta.
- Pisco Huamaní: Elaboran un pisco artesanal, con técnicas tradicionales, muy controladas para lograr que los sabores y aromas hayan madurado para que el cliente disfrute un pisco de primera calidad.

esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad.

como la de denominación de origen que le permite garantizar que el producto es de buena calidad, además de ello, que PROMPERÚ promueve la marca “Pisco Spirit of Perú” cuyo propósito es otorgar licencias de uso de marca a aquellas empresas que cumplan con los requisitos de calidad establecidos. También cabe destacar que en los CINVE 2022 Awards, Perú fue la delegación que obtuvo las mayores puntuaciones en el concurso por la calidad que demostraron los piscos presentados.

Igualmente, se observan a las 3 principales empresas que obtuvieron reconocimientos por implantar la calidad en sus productos y procesos, la Destilería La Caravedo, en el año 2019 recibió una distinción de PromPerú, por la labor de promover el destilado de uva en el mundo, en la categoría “Pisco, Spirits of Peru”. TACAMA, es una empresa que posee una amplia gama de vinos, espumosos y piscos creados con la más alta calidad, recibieron medallas en el concurso “Vinalies-Internacionales” por el premium Demonio de los Andes Quebranta. Y Pisco Huamaní, elaboran un pisco artesanal, con técnicas

leguleyadas, prácticas ilegales perjudica la competencia.

ICG1

-La capacidad de Gestión en una empresa que tiene miras internacionales debe de tener una gestión de sus actividades efectiva, con oferta exportable diversificada para que exista mayor poder de negociación, también en capacidad de términos financieros y de inversión, también es fundamental dentro de esta capacidad de gestión contactar a los proveedores de servicios que hagan las cosas rápidas y

- Adaptación al cambio: Se presentó una marca Sectorial “Pisco, Spirit of Perú”, cuyo lema acompañará a nuestra bebida de bandera en la conquista de los mercados del mundo. Esta marca forma parte de una estrategia del gobierno peruano para destacar, a nivel global, los atributos que lo convierten en un destilado diferenciado y especialmente único.
- Capacitaciones: Senasa capacita a pequeños productores en temas de

Según coinciden los autores (Robbins & Coulter, 2014) y (Hitt, Stewart, & Porter, 2006).

-La coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas, lo cual se convierte en el objetivo principal de toda gestión.

tradicionales, muy controladas para lograr que los sabores y aromas hayan madurado para que el cliente disfrute un pisco de primera calidad.

Discordancias:

En el sentido de que el producto no haya resultado como se tenía planificado, se tienen dos puntos de vista:

-Cambiar los procesos, materiales, recursos y diferentes aristas para que pueda producir el producto con las características que requiere.

-Como comprador si es que la empresa no cumple con la calidad en los productos establecidos en el contrato de compraventa internacional, se tiene el camino expedito para iniciar acciones legales en contra de la empresa.

Concordancias:

La Capacidad de Gestión según se menciona teóricamente es la coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz, lo mismo mencionado por los expertos ya que se dice que una empresa que tiene miras internacionales debe de tener una gestión de sus actividades efectivas, con oferta exportable diversificada para que exista mayor poder de negociación.

bien entre esos proveedores de servicios logísticos

inocuidad Agroalimentaria y Producción Orgánica y a través de ello para garantizar la producción de alimentos y sobre la importancia de la Inocuidad en los procesos productivos.

- Habilidades y destrezas en el sector pisco: Con la entrega del registro de la marca “Pisco, Spirits of Peru” el Estado, a través del Indecopi, Mincetur y Promperú, fortalecieron el trabajo de posicionamiento de la Denominación de Origen Pisco, la denominación de Origen de Pisco es reconocida en 70 países y ha sido merecedor de innumerables premios en los más importantes certámenes de licores y bebidas espirituosas del mundo.

-El proceso de estructurar y utilizar un conjunto de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional.

Todo ello relacionado con el estudio del mercado, como la adaptación al cambio, en donde se presentó una marca Sectorial “Pisco, Spirit of Perú”, esta marca forma parte de una estrategia del gobierno peruano para destacar, a nivel global, los atributos que lo convierten en un destilado diferenciado y especialmente único. También las capacitaciones desarrolladas por SENASA en temas de inocuidad Agroalimentaria y Producción Orgánica para garantizar la producción de alimentos y sobre la importancia de la Inocuidad en los procesos productivos.

Habilidades y destrezas en el sector pisco: Con la entrega del registro de la marca “Pisco, Spirits of Peru” el Estado, a través del Indecopi, Mincetur y Promperú, fortalecieron el trabajo de posicionamiento de la Denominación de Origen Pisco.

-Los principales indicadores de para medir el Rendimiento de Exportación sería el valor y cantidad de las exportaciones, número de países a los cuales exportan las empresas, el acceso a los mercados, Incremento de las exportaciones, incremento del

IRE2

- Volumen de exportación a nivel mundo: Hubo un incremento del volumen de exportación de pisco peruano al mundo, en el 2022 con 3.323 toneladas.
- Con respecto a las exportaciones peruanas hacia el mercado estadounidense tuvo un crecimiento intermitente con 840 toneladas para el año 2022.

Según coincidieron los autores (Geldres Weiss, Etchebarne López, & Bustos Medina, 2011), (Ibarra Morales & Blanco Jiménez, 2015) y (Horta, 2015).

Concordancias:

El desempeño de las exportaciones según se menciona teóricamente, se define como la medida en que los objetivos corporativos de la empresa se logran mediante la ejecución de la estrategia de exportación de la empresa, lo mismo mencionado por los expertos que para medir el rendimiento de

valor y los ratios de rotación de activos

- Con respecto a las exportaciones peruanas hacia el mercado chino tuvo un crecimiento intermitente con 19 toneladas para el año 2022.

El desempeño de las exportaciones se define como la medida en que los objetivos corporativos de la empresa, ambos, estratégicos y financieros, con respecto a la exportación de un producto a un mercado específico, se logran mediante la ejecución de la estrategia de exportación de la empresa. En la literatura, en el desempeño de exportación los investigadores han utilizado una amplia gama de medidas para medir el rendimiento

Exportación se debe evaluar el valor y cantidad de las exportaciones y el incremento de ambos, Todo ello relacionado con el estudio del mercado, en el caso del volumen de exportación a nivel mundo, hubo un incremento del volumen de exportación de pisco peruano al mundo, en el 2022 con 3.323 toneladas. También las exportaciones peruanas hacia el mercado estadounidense hubo un crecimiento intermitente con 840 toneladas para el año 2022 y para el mercado chino tuvo un crecimiento intermitente con 19 toneladas para el año 2022.

-La innovación de producto es fundamental y clave para que una empresa pueda diferenciarse, si hablamos del Pisco es uno de los puntos en donde la posición ha sido preferente, porque está muy de la mano con el sector gastronómico peruano y hay una marca en específica que se creado con la finalidad de promocionar el Pisco con la gastronomía peruana, lo que nos coloca en una posición ventajosa porque chile no tiene como asociar su pisco a la gastronomía porque la

- Índice Mundial de Innovación: En el ranking de innovación Perú se encuentra en el puesto 65° en el año 2022.
- Adopción tecnológica: Perú en el año 2021 tuvo un 62% por debajo de los países, con respecto a la capacidad de adopción tecnológica e innovación empresarial, esto debido a las falencias del uso extensivo de tecnologías de la información y comunicaciones, según el índice de innovación global.

Según coincidieron los autores (Gámez, 2019), (Sabbagh & Mackinlay, 2011) y (Fundación de la Innovación Bankinter, 2010).

Es ampliamente reconocida como una necesidad imperante. Parece haber consenso con respecto al hecho de que, actualmente, las organizaciones están inmersas en una era de constantes cambios de contexto: cambios en las reglas de juego, en la

Concordancias:

La Innovación según menciona la teoría es una necesidad imperante al hecho de que, actualmente, las organizaciones están inmersas en una era de constantes cambios, que demanda la implementación de soluciones creativas que superen los patrones habituales de desempeño para maximizar la rentabilidad y la sustentabilidad, mejorar la calidad de vida y adquirir ventajas competitivas importantes, lo mismo mencionado por los expertos, que la innovación es fundamental y clave para que una empresa pueda diferenciarse, si

gastronomía que ha logrado reconocimiento ha sido la nuestra a nivel mundial.

-Puede distinguirse de sus empresas competidoras según el manual de Oslo de la OCDE y según otros autores hay hasta cinco modalidades de Innovación que son, Innovación productiva, Innovación de procesos, innovación tecnológica, Innovación de marketing o mercadeo e Innovación organizacional.

ITDL4

Peru y Chile Tienen un TLC en particular, son miembros de ALADI y en ALADI ya se han establecido algunas rebajas arancelarias, el TLC entre Perú y Chile ha dinamizado un mayor intercambio comercial entre ambos países a través del

Acuerdo:
TLC Perú - Estados Unidos
AÑO: Entró en vigencia el 1° de febrero de 2009.
LUGAR: Se firmó en Washington en el 2006
Beneficios:
El TLC trajo consigo el aumento de las oportunidades de exportación,

tecnología y en la conformación sociocultural. Están sumidas en una era que demanda la implementación de soluciones creativas que superen los patrones habituales de desempeño para maximizar la rentabilidad y la sustentabilidad, mejorar la calidad de vida y adquirir ventajas competitivas importantes. En otras palabras, el discurso de los directivos y los gerentes en las empresas sostiene que las organizaciones actuales están inmersas en una era que demanda innovación

Según coincidieron los autores (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013), (Charles, 2011) y (Lerma y Márquez, 2010).

De acuerdo con Lerma & Márquez (2010), menciona que:

hablamos del Pisco es uno de los puntos en donde la posición ha sido preferente, porque está muy de la mano con el sector gastronómico peruano lo que nos coloca en una posición ventajosa porque Chile no tiene como asociar su pisco a la gastronomía.

Todo ello relacionado con el estudio del mercado, acerca del Índice Mundial de Innovación, en el ranking de innovación, Perú se encuentra en el puesto 65° en el año 2022.

Discordancias:

Perú en el año 2021 tuvo un 62% por debajo de los países, con respecto a la capacidad de adopción tecnológica e innovación empresarial, esto debido a las falencias del uso extensivo de tecnologías de la información y comunicaciones, según el índice de innovación global.

Concordancias: La teoría demuestra que los acuerdos, convenios y tratados bilaterales son aquellos que se realizan entre dos países. En el ámbito internacional se ha facilitado la integración de las economías mediante la concertación de acuerdos. Al igual que los expertos consideran que los

<p>otorgamiento de rebajas arancelarias.</p>	<p>razón por la cual el valor exportado de las mypes pasó de US \$151 millones en el año 2009, a US \$189 millones para finales del 2022.</p> <p>TLC Perú - China AÑO: Entró en vigencia el 01 de marzo del 2010. LUGAR: Fue suscrito el 28 de abril de 2009 en la ciudad de Beijing-China Beneficios: Nuestras exportaciones totales con destino a China, en el periodo 2009-2022, registraron un crecimiento del 412%, con un crecimiento promedio anual del 13.4%.</p>	<p>“Los acuerdos, convenios y tratados bilaterales son aquellos que se realizan entre dos países. En el ámbito internacional se ha facilitado la integración de las economías mediante la concertación de acuerdos, convenios y tratados bilaterales” (p.353).</p>	<p>acuerdos comerciales permiten dinamizar un mayor intercambio comercial entre países, Perú y Chile, tienen un TLC en particular, son miembros de ALADI, en el cual se han establecido algunas rebajas arancelarias. Según el estudio en el mercado, con respecto al TLC Perú - Estados Unidos trajo consigo el aumento de las oportunidades de exportación, razón por la cual el valor exportado de las mypes llegó a unos a US \$189 millones para finales del 2022. y el TLC Perú - China también trajo consigo beneficios en las exportaciones en el periodo 2009-2022, registraron un crecimiento promedio anual del 13.4%.</p>
<p>VCP1</p> <p>-Para lograr mejoras en la productividad va a depender de los procesos y una serie de indicadores que permitan medir el porcentaje de mermas o productos defectuosos, también si es que existen procesos repetitivos, eficiencia en el uso de insumos, que sería lo más relevante en temas de productividad.</p> <p>-El capital humano es una de las piezas claves en temas de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Atributos: Procede de tradiciones y costumbres pisqueras, con ocho tipos de uvas pisqueras debido a la amplia diversidad de climas y el proceso de destilación es de forma tradicional, se maneja éste proceso artesanal (pisa) e industrial. • Variedad de productos: <ul style="list-style-type: none"> -Pisco Puro. Es el Pisco obtenido exclusivamente de una sola variedad de uva pisquera. -Pisco mosto verde: Es el Pisco obtenido de la destilación de 	<p>Según coinciden los autores (Carro & Gonzáles, 2012) y (Gutiérrez, 2010)</p> <p>La productividad implica la mejora del proceso productivo. La mejora significa una comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos. Por ende, la productividad es un índice que relaciona lo producido por un sistema (salidas o</p>	<p>Concordancias: La teoría demuestra que la productividad implica la mejora del proceso productivo, ello implica la comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos, por ello es un índice que relaciona lo producido y los recursos utilizados para generarlo. Al igual que los expertos mencionan que para lograr mejoras en la productividad va a depender de los procesos y una serie de indicadores que permitan medir el porcentaje de</p>

productividad porque con un buen capital humano que esté motivado, que tenga ciertos conocimientos, que no tenga esa necesidad de que un jefe este monitoreo dándolos cada rato, si ayuda mucho en la productividad.

mostos frescos de uvas pisqueras con fermentación interrumpida.
-Pisco acholado: Es el Pisco obtenido de la mezcla.

- Presentación de envase y empaque: Para tapar las botellas, se usan tapones sintéticos o tapas roscas que deben tener la certificación mundial en grado alimenticio así como los sellos de seguridad que se desarrollan en la industria pisquera”.

producto) y los recursos utilizados para generarlo (entradas o insumos).

mermas o productos defectuosos. Según el estudio en el mercado, para lograr una mayor productividad se requiere de ciertas condiciones como; los atributos que debe tener el producto pisco en el Perú, proceden de tradiciones y costumbres pisqueras, con ocho tipos de uvas pisqueras debido a la amplia diversidad de climas y el proceso de destilación es de forma tradicional, se maneja este proceso artesanal (pisa) e industrial. También la variedad de productos que se tiene como; Pisco Puro, Pisco Mosto Verde y Pisco Acholado.

VCEE2

Uno de los modelos empresariales que se tomaría en cuenta para lograr mayor productividad es la Economía de Escala son eficientes para negocios que buscan una gran introducción hacia cierto sector que tenga un matiz masivo si ese es el objetivo, y las principales ventajas que se va a aprender de este tipo de modelo o formato va a ser la disminución de costos o eficiencia de estos porque en alguna medida los costos se van a volver 0 porque permite a la empresa producir en grandes cantidades e

Acceder a una economía de escala ofrece la posibilidad de reducir costos y gozar de un mejor y mayor número de servicios. Uno de los beneficios de este modelo de negocio es que los gastos esenciales, como los de seguridad, limpieza y mantenimiento, pueden ser diluidos al compartirse entre varias empresas”, señaló Juan Felipe Llona, Gerente de Desarrollo de Negocios de BSF Almacenes del Perú.

Según coincidieron los autores (Castro & Portuondo, 2009) y (Ricoy, 2005).

Una de las generalizaciones más reveladoras y útiles que se puede encontrar en toda la literatura económica. Se ha interpretado, en general, en términos de la noción de rendimientos crecientes a escala o de las economías a escala; en consecuencia, la visión de Smith de la ‘eficiencia’ productiva se ha tendido a considerar desde la perspectiva del nivel de la

Concordancias: La teoría demuestra que las economías de escala son en sí una eficiencia productiva que se considera para las escalas de producción. Al igual que los expertos mencionan es uno de los modelos empresariales que se tomaría en cuenta para lograr mayor productividad y disminución de costos o eficiencia de estos, porque permite a la empresa producir en grandes cantidades e increíblemente a precios sumamente bajos. Según el estudio en el mercado acceder a una economía de escala ofrece la posibilidad de reducir costos y gozar de un mejor y mayor número de servicios.

increíblemente a precios sumamente bajos.

Si el enfoque de la empresa es artesanal el enfoque está es más bien por valor por mantener las características eventualmente en ese tipo de talleres no es que se produzca gran cantidad, sino que se produzca piscos con gran valor y características particulares.

-Definitivamente sí es fundamental la geografía. en el Perú tenemos la dicha de tener todas esas zonas de producción de uva, porque las condiciones de tierra sumadas a las condiciones climáticas geográficas etcétera llevan a que se produzca ese fenómeno, en el caso de Perú nosotros tenemos una ventaja geográfica desde el hecho de contar con ciertas características que le dan valor al producto y que son reconocidas por el público como un sabor distintivo y etcétera, entonces en ese sentido la geografía en este sector es muy importante.

VCG3

- Zonas de producción:
 - Región Lima: Comprende una de las zonas productoras de pisco más antiguas, las cuales se ubican al sur de la ciudad de Lima, colindantes con el departamento de Ica.
 - Región Ica: Las principales zonas productoras de pisco se encuentran en los valles de Chincha, Ica y Pisco y en menor medida Nasca, donde se cultivan principalmente las uvas Italia, Albilla, Quebranta y Mollar.
 - Región Arequipa: Las principales zonas productoras de pisco se encuentran en los valles de Caraveli, Majes y Vitor, donde se cultivan principalmente las variedades Negra Criolla y en menor medida, Italia y Quebranta.
 - Región Moquegua: Las principales zonas productoras de pisco se encuentran en el valle de Osmore, donde se cultivan principalmente las

escala de producción de cada mercancía particular.

Según Llanos (2006), se mencionó que:

A lo largo del siglo XX la geografía alcanzó un notable desarrollo teórico que se manifestó a través del surgimiento de varios paradigmas que se sucedieron unos a otros o que coexistieron en la misma época, los cuales mostraban a la geografía como una ciencia dinámica que se iba adaptando a los cambios y a las nuevas circunstancias que se presentaban en la sociedad; así vemos cómo desde la irrupción del paradigma posibilista o regional a principios de esa centuria y hasta la aparición de las llamadas geografías

Concordancias:

La teoría demuestra que la geografía alcanzó un notable desarrollo teórico, los cuales la mostraban como una ciencia dinámica que se iba adaptando a los cambios y a las nuevas circunstancias que se presentaban en la sociedad, al igual que los expertos mencionan que definitivamente es fundamental la geografía, además que en el Perú se tiene la dicha de tener variedades y condiciones climáticas geográficas lo que genera que se tenga una ventaja geográfica que le dan valor al producto y que son reconocidas por el público como un sabor distintivo.

Todo ello relacionado con los diferentes criterios del estudio del mercado, como las zonas de producción del producto pisco que se tiene en Perú, las cuales son, la

variedades Albilla, Negra Criolla y en menor medida, Italia y Mollar.

-Región Tacna: A diferencia de las anteriores es la que contempla menores zonas productoras de pisco.

- Condiciones climáticas geográficas:

Nuestra biodiversidad es un factor primordial que ha permitido la producción de ocho tipos de uvas pisqueras, las cuales contienen cualidades únicas de las 5 regiones donde se cultivan y la cadena de producción del Pisco.

- Agroindustria:

El sector agroalimentario peruano es enormemente productivo, diverso y con una enorme dimensión internacional. De hecho, no es ningún secreto que los productos agrícolas peruanos están presentes en todo el mundo, las cualidades que caracterizan a los productos peruanos son su inocuidad, seguridad alimentaria, calidad y su gran proyección internacional, conocida en todo el mundo.

postmodernas a finales del siglo, jugaron un papel trascendental la llamada Nueva Geografía o Geografía Cuantitativa, la Geografía Radical y la Geografía de la Percepción, entre otras

Región Lima, Región Ica, Región Arequipa, Región Moquegua y la Región Tacna.

Cabe mencionar las condiciones climáticas geográficas son un factor primordial que ha permitido la producción de ocho tipos de uvas pisqueras, y también el sector agroalimentario peruano, que es enormemente productivo, diverso y con una enorme dimensión internacional.

Tabla 46

Análisis de los dos instrumentos con la teoría recopilada para el país Chile

Subcategoría	Expertos	Instrumento	Documentos	Hallazgos
OEPII	<p>-Es importante hacer uso de una estrategia de precios, con una estrategia adecuada, basándose en el segmento al cual se va a enfocar, adaptarse al público, se puede hacer uso de bajar los precios, pero sin descuidar la calidad del producto y servicio.</p> <p>-Hacer uso de una estrategia de precios puede llevar a un punto de riesgo si no se tiene un buen manejo de ello, por ejemplo, el bajar los precios demasiado y después no poder hacer frente a una competencia directa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Precio Internacional Total Fob US\$: La Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA es la que predomina, sin embargo tuvo una caída en el 2020, recuperándose para el 2021 con 1,048,490, seguido de la empresa Cia Pisquera de Chile S.A.caídas hasta el 2020, recuperándose para el 2021 con 705,236. • Precio Internacional Litro US\$: Entre las tres principales empresas exportadoras, la que tiene un mayor precio es la empresa Sociedad Vinícola Miguel Torres SA. con 8.990, seguida de Cia.Pisquera de Chile S.A. con 5.753 y Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA con 5.693. • Precio Internacional (2018-2022): Las empresas que tienen una mayor participación en el mercado internacional son: Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA con 38.41%, Cia.Pisquera de Chile S.A. con 21.83% y finalmente Sociedad 	<p>De acuerdo a Sulser & Pedroza (2004), definió que: El precio es la cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto o servicio. El precio en general es una medida cuantitativa, que nos indica el valor de un producto o servicio. No así, para algunos bienes que tienen valores cualitativos, como el aprecio o consideraciones de otro tipo. El precio es la variable del marketing mix que se puede modificar con más facilidad.</p>	<p>Concordancias: La teoría demuestra que, el precio nos va a indicar el valor de un producto, para ello este precio varía de acuerdo a un marketing mix y las condiciones del mercado. Al igual que el experto que considera que el precio internacional depende del mercado al cual se va a direccionar, por lo cual los precios se deben adaptar a ello, según el estudio en el mercado, las principales empresas como La Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA es la que predomina, sin embargo tuvo una caída en el 2020, recuperándose para el 2021 con 1,048,490, seguido de la empresa Cia Pisquera de Chile S.A.caídas hasta el 2020, recuperándose para el 2021 con 705,236; y el precio que ofrecieron el cual tuvo un crecimiento obteniendo 6.236 en el 2022 para el mercado Estadounidense, sin embargo fue mayor para el mercado chino con 11. Y con respecto al precio internacional por litros US\$, la empresa con mayor</p>

<p>OET2</p>	<p>Vinícola Miguel Torres SA. con 15.70%.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabilidad del precio internacional: Tuvo un crecimiento obteniendo 6.236 en el 2022 para el mercado estadounidense, sin embargo, fue mayor para el mercado chino con 11. <p>-La tecnología ha sido de gran ayuda en el ámbito empresarial y en general, ya que ayuda a reducir costos y por ende fijar precios más competitivos, igualmente que la reducción de tiempos.</p> <p>-Se debe automatizar los procesos de la empresa, pero se debe tener en cuenta la naturaleza del mercado al cual se va a exportar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ProChile informó que la industria pisquera se encuentra en una posición favorable para una expansión internacional, debido al crecimiento en tecnología. • El Ministerio de Agricultura informó sobre un programa que busca mejorar la competitividad y el posicionamiento a través de mejoras tecnológicas. • Producción y Mercado del Pisco informaron que la producción de uva pisquera proviene de productores, de los cuales un 80% tienen un modelo cooperativo. • Pisco Orgullo Chileno dió a conocer que la industria de pisco es tanto artesanal como industrial, y van mejorando en la calidad e innovación tecnológica. 	<p>De acuerdo a Saavedra & Sánchez (2021), nos dió a conocer sobre la tecnología: La tecnología se refiere a los medios artificiales que ayudan a resolver problemas prácticos.</p> <p>La tecnología involucra los artefactos y procesos necesarios para la producción de bienes o la prestación de servicios de cualquier naturaleza, así como sus principios organizativos o de funcionamiento.</p>	<p>precio es la Sociedad Vinícola Miguel Torres SA. con 8.990, seguida de Cia.Pisquera de Chile S.A. con 5.753 y Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA con 5.693.</p> <p>Concordancias: Según la teoría, la tecnología ayuda a que una empresa pueda resolver problemas prácticos, debido a que involucra los procesos necesarios para la producción. Al igual que el experto, considera que la tecnología ha sido de gran ayuda para el ámbito empresarial, y que es necesario automatizar los procesos de la empresa, teniendo en cuenta el destino final, por ello según el estudio al mercado, se observa que diversas instituciones buscan mejoras para el producto pisco, por ejemplo, ProChile informó que la industria pisquera se encuentra en una posición favorable para una expansión internacional, debido al crecimiento en tecnología. Al igual que el Ministerio de Agricultura informó sobre un programa que busca mejorar la competitividad y el posicionamiento a través de</p>
-------------	--	---	--

OECP3

-Se debe hacer un análisis de producción de la empresa mediante una guía de observación en donde se visualice la capacidad operativa, horas, antigüedad, fuente de energía, entre otros, ello permitirá conocer si las maquinarias y equipos están siendo productivas, igualmente se podrá analizar dependiendo a lo que necesite la empresa como tercerizar, turnos rotativos. También es importante evaluar la capacidad de producción según el punto de vista de la eficiencia y los elementos de valoración del público.

-Dentro de la capacidad productiva es importante un

- Mano de obra: Sin información
- Área cosechada: Tuvo un crecimiento en el área cosechada de uvas obteniendo 201,895 Ha. en el 2021.
- Rendimiento de uvas: Tuvo una caída a lo largo de los años, obteniendo 127,844 g/ Ha para el 2021.
- Producción de uvas: Tuvo una caída a lo largo de los años, obteniendo 2,581,108.26 Tn. para el 2021.

De acuerdo a Cajigas, Ramírez, & Ramirez (2019), definió que:

-Para realizar un cálculo de la capacidad de producción de una organización activa, es necesario valorar los recursos, medir la cantidad y calidad de los recursos humanos, maquinarias y equipos.

-Capacidad productiva es el máximo volumen de producción posible de determinada nomenclatura y surtido o de procesamiento de materias primas en la unidad de tiempo, generalmente un año.

mejoras tecnológicas. La institución de Producción y Mercado del Pisco informaron que la producción de uva pisquera proviene de productores, de los cuales un 80% tienen un modelo cooperativo. Al igual que la página "Pisco Orgullo Chileno" dió a conocer que la industria de pisco es tanto artesanal como industrial, y van mejorando en la calidad e innovación tecnológica.

Concordancias: Según la teoría para realizar un cálculo de la capacidad de producción se debe valorar los recursos y medir tanto calidad como cantidad en los recursos humanos, maquinarias y equipos, al igual que los expertos, inciden en que para que haya un correcto análisis de la capacidad de producción se debe observar la capacidad operativa, para evaluar a las maquinarias y equipos, también es importante un buen capital humano ya que ellos serán los que trabajen directamente en los procesos. Según el estudio del mercado se observa, con respecto al área cosechada de uvas se tuvo un crecimiento 201,895 Ha. en el 2021. Con respecto al rendimiento de uvas, se tuvo una caída a lo largo de los años, obteniendo

buen capital humano ya que ellos sabrán cómo hacer un uso correcto de los recursos, maquinarias, entre otros.

OECEF4

-Es importante contar con un respaldo económico ya que si un plan de negocio o proyecto no tiene la capacidad financiera entonces no va a poder expandirse en el mercado, se requiere de un financiamiento para poder emprender el negocio, sin embargo, la empresa debe contar con una capacidad de pago y endeudamiento. Para que los bancos puedan evaluar a las empresas y darles el préstamo evaluarán la evolución de las ventas, para ello se tiene que hacer un análisis constante.

-Cuando una empresa está exportando, la entidad financiera no suele prestarle, porque no tiene evidencia de lo que está sucediendo con la empresa, es por ello que esta debe crecer con su capital propio o el de socios.

-Una empresa primeriza exportadora puede llegar a

- El Ministerio de Agricultura dió a conocer que un convenio de transferencia de \$28.000.00 se suscribió juntamente con la Asociación de Productores de Pisco A.G. buscando promover y potenciar los atributos del pisco para estimular su competitividad y el crecimiento en las exportaciones.
- El Gobierno Regional de Coquimbo busca fortalecer e incrementar la promoción de la categoría de pisco, por ello implementaron un plan, en el cual se invirtió 7.100 millones que se ejecutarán en los años 2021 al 2024.
- El Banco Mundial informó que el crédito interno para el sector privado es de 108.66% del PBI.
- Doing Business informó que la obtención de crédito para el 2020 fue de un rango de 94.

Según la perspectiva de Masbernat (2010):

La capacidad económica menciona que es la relación con la potencialidad económica vinculada a la titularidad y disponibilidad de la riqueza; con la aptitud, la posibilidad real, la suficiencia de un sujeto de derecho para hacer frente a la exigencia de una obligación tributaria concreta por parte de una Administración Pública.

La apropiación de los conocimientos, las habilidades y la confianza (actitud) para conocer y reconocer las oportunidades financieras, tomar decisiones informadas y efectivas para mejorar su bienestar financiero (comportamiento). Desde esta perspectiva, no es suficiente que una persona conozca los productos y servicios (el enfoque de educación financiera suele hacer hincapié o abordar sólo estos aspectos),

127,844 g/Ha para el 2021. Y en la producción de uvas se tuvo una caída a lo largo de los años, obteniendo 2,581,108.26 Tn. para el 2021.

Concordancias:

La teoría demuestra que, la capacidad económica es la relación con la potencialidad económica vinculada a la titularidad y disponibilidad de la riqueza, la apropiación de los conocimientos, las habilidades y la confianza (actitud) para conocer y reconocer las oportunidades financieras, tomar decisiones informadas y efectivas para mejorar su bienestar financiero (comportamiento). Al igual que los expertos consideran que, es importante contar con un respaldo económico ya que si un plan de negocio o proyecto no tiene la capacidad financiera entonces no va a poder expandirse en el mercado, se requiere de un financiamiento para poder emprender el negocio, sin embargo, la empresa debe contar con una capacidad de pago y endeudamiento., según el estudio en el mercado, el Ministerio de Agricultura dió a conocer que un convenio de transferencia de \$28.000.00 se suscribió

obtener préstamos en entidades financieras, pero dependiendo del tamaño de esta, ya que el banco prestará a empresas que tengan la capacidad de poner una contrapartida.

también debe comprender qué son, qué ofrecen y cómo usarlos, no solo para mejorar los rendimientos, sino para mejorar sus medios de vida en un sentido amplio.

juntamente con la Asociación de Productores de Pisco A.G. buscando promover y potenciar los atributos del pisco para estimular su competitividad y el crecimiento en las exportaciones. El Gobierno Regional de Coquimbo busca fortalecer e incrementar la promoción de la categoría de pisco, por ello implementaron un plan, en el cual se invirtió 7.100 millones que se ejecutarán en los años 2021 al 2024. El Banco Mundial informó que el crédito interno para el sector privado es de 108.66% del PBI. Con respecto al Doing Business informó que la obtención de crédito para el 2020 fue de un rango de 94.

OEIP5

-Para que una empresa logre una buena capacidad productiva debe planificar con la debida antelación, por ello debe evaluar los cuellos de botella, just in time a medida que se va suscitando el proceso productivo. Otros indicadores para evaluar la capacidad productiva es no solo tener maquinarias y equipos especializados, sino hacer uso de una infraestructura productiva

- Programa Territorial Integrado para la Industria Pisquera, informó que los valles de Chile albergan una variedad de vides, las regiones principales son Atacama y Coquimbo.
- El Ministerio de Agricultura informó que el Instituto de Desarrollo Agropecuario entregó fertilizantes e incentivo para maquinarias a los agricultores para que puedan mantener sus siembras debido al alza de precios que sufrieron.

Según coincidieron los autores (Rozas y Sanchez, 2004) y (Barajas y Gutiérrez, 2012).

Las inversiones en infraestructura influyen indirectamente en la productividad del resto de los insumos en el proceso productivo y de las firmas. En el caso de los factores productivos, la tierra, el trabajo y el capital físico aumentan su productividad con las

Concordancias: La teoría demuestra que, la infraestructura productiva influye indirectamente en la productividad del resto de los insumos en el proceso productivo y de las firmas. En el caso de los factores productivos, la tierra, el trabajo y el capital físico aumentan su productividad con las inversiones en infraestructura que facilitan el transporte de los bienes e insumos intermedios o la provisión de los servicios antes mencionados. Igualmente, los expertos consideran que para que

para tener una distribución correcta de estos.

inversiones en infraestructura que facilitan el transporte de los bienes e insumos intermedios o la provisión de los servicios antes mencionados, en el caso que su prestación se realice de manera eficiente.

La infraestructura es la suma de los materiales institucionales, personales y físicos que sustentan una economía y contribuyen a la remuneración de los factores teniendo en cuenta una asignación oportuna de recursos, es decir, un grado relativamente alto de integración y el nivel más alto posible de los derechos económicos de las actividades.

una empresa logre una buena capacidad productiva debe planificar con la debida antelación, por ello debe evaluar los cuellos de botella, just in time a medida que se va suscitando el proceso productivo.

Otros indicadores para evaluar son no solo tener maquinarias y equipos especializados, sino hacer uso de una infraestructura productiva para tener una distribución correcta de estos, según el estudio en el mercado, el Programa Territorial Integrado para la Industria Pisquera, informó que los valles de Chile albergan una variedad de vides, las regiones principales son Atacama y Coquimbo. Además, el Ministerio de Agricultura informó que el Instituto de Desarrollo Agropecuario entregó fertilizantes e incentivo para maquinarias a los agricultores para que puedan mantener sus siembras debido al alza de precios que sufrieron.

OEBA6

-El Perú cuenta con barreras arancelarias muy bajas, sin embargo, los demás países con los que el Perú tiene una TLC le ofrecen aranceles 0%, que ayudará a que las empresas puedan obtener un precio más

Para el mercado:

- Estados Unidos: El régimen arancelario es de 0%.
- China: El régimen arancelario es de 10%, con una tarifa preferencial de 0%.

Según mencionó Baena (2018), las barreras arancelarias:

Como un impuesto que se aplica al comercio internacional expresado en diferentes formas

Concordancias: La teoría demuestra que, las barreras arancelarias son un impuesto que se aplica al comercio internacional expresado en diferentes formas y tipos; todo ello, para generar ingresos adicionales por concepto

competitivo, pero tiene mayores barreras técnicas sanitarias, de calidad, un poco complejo de cumplir para un país emergente como el Perú.

-Las barreras arancelarias protegen a la industria nacional, y recaudan impuestos para la construcción de carreteras y hospitales.

-El certificado de origen sirve para dar fiabilidad de que el producto efectivamente proviene del país que indica, igualmente para que el producto pueda acogerse a una TLC necesita de este documento para dar veracidad que el producto es originario del país que se expresa, y con ello puede acoger un beneficio arancelario.

OEBNA7

Para el mercado:

- Estados Unidos: Son 68 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización y etiquetado.
- China: Son 30 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización, límites de tolerancia, uso restringido de ciertas sustancias e historial de procesamiento.

y tipos; todo ello, para generar ingresos adicionales por concepto de impuestos agregando así además valor al precio de las mercancías de origen extranjero. En este sentido se gravan las mercancías que se importan a fin de proteger a las empresas que fabrican bienes similares en el país que aplica tales medidas; ya que la instauración de aranceles responde a la idea de que el comercio internacional puede producir efectos negativos dentro de las economías.

Según dió a conocer Baena (2018), las barreras no arancelarias:

Cualquier medida distinta a un arancel que pueda afectar el comercio de las mercancías importadas; así dentro de esta categoría se pueden destacar las medidas sanitarias y fitosanitarias injustificadas, los obstáculos técnicos al comercio que exigen cambiar las

de impuestos agregando así además valor al precio de las mercancías de origen extranjero, se gravan las mercancías que se importan a fin de proteger a las empresas que fabrican bienes similares en el país que aplica tales medidas Al igual que los expertos que consideran que el Perú cuenta con barreras arancelarias muy bajas, sin embargo, los demás países con los que el Perú tiene una TLC le ofrecen aranceles 0%, que ayudará a que las empresas puedan obtener un precio más competitivo, según el estudio en el mercado, en el caso de Estados Unidos, el régimen arancelario es de 0%, y para China, el régimen arancelario es de 10%, con una tarifa preferencial de 0%.

Concordancias: La teoría demuestra que, las barreras no arancelarias son medidas que pueden afectar el comercio de las mercancías importadas; así dentro de esta categoría se pueden destacar las medidas sanitarias y fitosanitarias injustificadas, de cierta forma terminan constituyendo una restricción encubierta al comercio. Según el estudio en el mercado, estas barreras no arancelarias varían

-
- Certificado de origen y la denominación son términos diferentes, ya que con la denominación de origen implica las características que hacen a un producto diferenciarse del otro.
- Certificado de denominación de origen: Otorgado por el Servicio Agrícola Ganadero, 50 países lo reconocían el 2019.
- características técnicas de las importaciones, entre un muy amplio número de medidas más que terminan constituyendo una restricción encubierta al comercio.
- según el mercado de destino, para Estados Unidos, son 68 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización y etiquetado., en el caso de China, son 30 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización, límites de tolerancia, uso restringido de ciertas sustancias e historial de procesamiento.

Discordancias: Los expertos opinan que el certificado de origen sirve para dar fiabilidad de que el producto efectivamente proviene del país que indica, igualmente para que el producto pueda acogerse a una TLC necesita de este documento para dar veracidad que el producto es originario del país que se expresa, y con ello puede acoger un beneficio arancelario. Según el estudio de mercado, acerca del certificado de denominación de origen para el producto pisco, fue otorgado por el Servicio Agrícola Ganadero, 50 países lo reconocían en el 2019.

OEI8

-Las certificaciones hacen ver a una empresa que logró resultados óptimos como en la calidad y procesos, igualmente certificaciones como de valor del producto o RSE hacen que la empresa se vea más atractiva en el mercado y para los clientes.

-Las certificaciones no son propias para las empresas del sector vitivinícola, sin embargo, los premios que obtienen si, como medallas que obtengan por diferentes categorías evaluadas, y que sean acompañadas por diferentes entidades como PromPerú, Mincetur, entre otros.

- Certificaciones: Para ingresar al mercado estadounidense es necesario obtener certificaciones por parte de las empresas peruana entre ellas, el Hazard Analysis and Critical Control Point al igual que al mercado chino, USDA Organic, Fair Trade Certified, Conapisco, BPM, y para China, China Compulsory Certificate.
- Regulaciones sanitarias: Certificado de sanidad, potabilidad y genuidad por el SAG (Servicio Agrícola Ganadero).
- Reconocimientos: Recibieron 11 distinciones en la competencia Spirits Challenge 2021, obteniendo una medalla de oro.

Según se mencionó Mora, Lituma, & González (2020), las certificaciones:

Cumplen un rol importante en la generación de valor estratégico para las empresas, toda vez que robustecen su reputación y compromiso con la sociedad. La implementación de procesos que conducen a la obtención de certificaciones, como estrategia empresarial, favorece las oportunidades para dar a conocer las prácticas que se siguen para la exportación de productos, aumentando las posibilidades de ingresar a nuevos mercados.

Concordancias: La teoría demuestra que, las certificaciones cumplen un rol importante ya que generan un valor estratégico en las empresas, al igual que favorece las oportunidades para dar a conocer las prácticas que se siguen para la exportación de productos, aumentando las posibilidades de ingresar a nuevos mercados. Al igual que los expertos consideran que las certificaciones hacen ver a una empresa que logró resultados óptimos como en la calidad y procesos, ello hace que se vea más atractiva en el mercado y para los clientes. según el estudio en el mercado, existen diferentes certificaciones que debe cumplir el producto pisco para ingresar a los principales mercados de importación del producto, para ingresar al mercado estadounidense es necesario obtener certificaciones por parte de las empresas peruana entre ellas, el Hazard Analysis and Critical Control Point al igual que al mercado chino, USDA Organic, Fair Trade Certified, Conapisco, BPM, y para China, China Compulsory Certificate. Igualmente debe cumplir con regulaciones sanitarias, entre ellas

OEIL9

-Las vías de transporte que posee el Perú no son tan idóneas en el mercado ya que poseen algunas deficiencias, sin embargo, para el sector vitivinícola que están concentrados en la Costa, estos tienen un puerto de salida de forma directa, uno de los el Callao, es por ello que el sector agroindustria es más desarrollado.

- Doing business: La facilidad para hacer negocio en Chile, La plataforma de Doing Business clasifica a Chile en el puesto 59 con una puntuación de 72.6.
- Otro punto a resaltar es que el tiempo para exportar es de 60 horas
- Vías de Transporte: En Chile lo que prevalece es la vía marítima obteniendo 2,724,485 del total de US\$ FOB en el 2021.
- Aduanas de Chile: La que predomina y es principal es la de

Según coincidieron los autores (De la Hoz, Orozco, & Martinez, 2018), (Diaz, 2007) y (Castellanos, Lombana, & Velásquez, 2015)

-La importancia de la infraestructura logística para la competitividad de los puertos, nace por la necesidad de espacio que están demandando para el manejo de las cargas, a fin de no rezagarse y

tener el Certificado de sanidad, potabilidad y genuidad por el SAG (Servicio Agrícola Ganadero).

Discordancias:

Un experto indica que las certificaciones no son propias para las empresas del sector vitivinícola, sin embargo, los premios que obtienen si, como medallas que obtengan por diferentes categorías evaluadas, y que sean acompañadas por diferentes entidades como PromPerú, Mincetur, entre otros. Según el estudio de mercado, las empresas chilenas recibieron 11 distinciones en la competencia Spirits Challenge 2021, obteniendo una medalla de oro.

Concordancias: La teoría demuestra que, la infraestructura logística es importante para la competitividad de los puertos, en donde las terminales portuarias, permiten prestar las funciones de almacenamiento y distribución dentro de la cadena logística, para llegar directamente a los clientes o a los centros satélites de las empresas.

Al igual que los expertos consideran que para el sector vitivinícola que está concentrado

-El papel que juega la aduanas en la infraestructura logística perjudica en cierto punto ya que puede llegar a ser un poco burocrático debido a que se deben cumplir con ciertos requisitos y obligaciones dentro del marco legal.
-El Perú es un hub aéreo como marítimo, es decir, incluso los aviones hacen escala de Chile a Perú.

San Antonio con un 79,6% seguida de Valparaíso con 19,1%.

considerarse obsoletos, deficientes y poco competitivos. En el contexto portuario hacen su aparición este tipo de construcciones que, ligadas a las terminales portuarias, permiten prestar las funciones de almacenamiento y distribución dentro de la cadena logística, para llegar directamente a los clientes o a los centros satelitales de las empresas

en la Costa, estos tienen un puerto de salida de forma directa, uno de ellos es el puerto del Callao, es por ello que el sector agroindustria es más desarrollado.
el estudio del mercado chileno dió resultado, como por ejemplo el doing business, en donde la facilidad para hacer negocio clasifica a Chile en el puesto 59, otro punto a resaltar es que el tiempo para exportar es de 60 horas y en las vías de Transporte: En Chile lo que prevalece es la vía marítima obteniendo 2,724,485 del total de US\$ FOB en el 2021.
Y aduanas de Chile: La que predomina y es principal es la de San Antonio con un 79,6% seguida de Valparaíso con 19,1%

OECP10

Para lograr buenos resultados en cuanto a calidad de producto, tienen que ver dos aspectos fundamentales uno que son a nivel de normatividad que rige el estado peruano que se deben de cumplir ciertas exigencias y normativas de inocuidad y por otro lado está a nivel de empresa, que deben de tener buenos insumos, materia prima, materiales, mano de

La denominación de origen: Con la denominación de origen que posee, que es una de las más antiguas de América y que gracias a esta normativa se produce el pisco chileno con altos estándares de calidad.

Empresas chilenas:

- Cooperativa Agrícola Pisquera Elqui Limitada: Obtuvo reconocimientos a lo largo de los años, con más de 109 premios, en el 2017 obtuvieron 8 premios, todo ello hizo que se siguiera

Desde la perspectiva de Duque (2005), la calidad del producto:

Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no

Con respecto a Calidad de producto, la teoría menciona que es la conformidad con los requerimientos establecidos para así garantizar la calidad del producto,
Los expertos mencionan que es fundamental cumplir con niveles de normatividad y cumplir las exigencias de inocuidad, De la misma manera el instrumento de la guía nos detalla que Chile es una de las más antiguas de América y que gracias a esta normativa se

obra capacitada, es decir todos los recursos disponibles de primera, porque en éste otro aspecto es donde en realidad está en función al público, entonces el público es quien en el fondo evalúa y da la preferencia y elección del producto de calidad.

En el sentido de que el producto no haya resultado previamente como se tenía planificado, se tienen dos puntos de vista.

-Como empresa se cambia los procesos, materiales, recursos y diferentes aristas para que pueda producir el producto con las características que requiere.

-Como comprador si es que la empresa me vende los productos cuya calidad no es la que hemos acordado en el contrato de compraventa internacional, entonces se tiene el camino expedito para iniciar acciones legales en contra de la empresa que haciendo uso de artimañas leguleyadas, prácticas ilegales perjudica la competencia.

incrementando su posicionamiento a través de nuevos productos con mejoras sustanciales en calidad.

- CIA Pisquera de Chile S.A.: Lograron 6 medallas en Francisco World Spirits Competition 2021 y 8 medallas en International Spirits Challenge 2021.
- Familia Torres ha recibido el premio al mejor vino blanco de la Guía de la Semana Vitivinícola 2022 por el Milmanda 2018.

conformidad detectada es una ausencia de calidad.

produce el pisco chileno con altos estándares de calidad.

Además de ello que la CIA Pisquera de Chile S.A.: Lograron 6 medallas en Francisco World Spirits Competition 2021 y 8 medallas en International Spirits Challenge 2021.

También cabe destacar que la Cooperativa Agrícola Pisquera Elqui Limitada: Obtuvo reconocimientos a lo largo de los años, con más de 109 premios lo que hizo que siguiera incrementando su posicionamiento a través de nuevos productos con mejoras sustanciales en calidad.

Discordancias:

En el sentido de que el producto no haya resultado como se tenía planificado, se tienen dos puntos de vista:

-Cambiar los procesos, materiales, recursos y diferentes aristas para que pueda producir el producto con las características que requiere.

-Como comprador si es que la empresa no cumple con la calidad en los productos establecidos en el contrato de compraventa internacional, se tiene el camino expedito para iniciar acciones legales en contra de la empresa.

ICG1

-La capacidad de Gestión en una empresa que tiene miras internacionales debe de tener una gestión de sus actividades efectiva, con oferta exportable diversificada para que exista mayor poder de negociación, también en capacidad de términos financieros y de inversión, también es fundamental dentro de esta capacidad de gestión contactar a los proveedores de servicios que hagan las cosas rápidas y bien entre esos proveedores de servicios logísticos

- Adaptación al cambio: Para la actividad productiva y patrimonial se fomenta el turismo vinculado a los valles y viñas pisqueras en donde el Gerente de la Asociación de Productores de Pisco, Claudio Escobar, destaca el aporte de los diversos programas que han permitido fortalecer la asociatividad y la competitividad del sector.
- Capacitaciones: El Minagri impulsó el compromiso por la capacitación del Agro con 30 universidades e Instituciones, este fue un trabajo colaborativo con INIA en beneficio de los pequeños agricultores en temas como el buen uso del agua, agricultura sustentable, cambio climático, buenas prácticas y control de plagas.
- Habilidades y destrezas en el sector pisco: Una docena de empresas pisqueras de la región de Coquimbo muestran su oferta en importante feria internacional realizada en Brooklyn, evento internacional que convoca a las marcas más importantes del mundo de la industria de las bebidas espirituosas y que se convierte en una significativa

Según coinciden los autores (Robbins & Coulter, 2014) y (Hitt, Stewart, & Porter, 2006).

-La coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas, lo cual se convierte en el objetivo principal de toda gestión.

-El proceso de estructurar y utilizar un conjunto de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional.

La Capacidad de Gestión según se menciona teóricamente es la coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz, lo mismo mencionado por los expertos ya que se dice que una empresa que tiene miras internacionales debe de tener una gestión de sus actividades efectiva, con oferta exportable diversificada para que exista mayor poder de negociación.

Todo ello relacionado con los diferentes criterios que se desarrollaron en la guía, como la adaptación al cambio en donde en Chile el Gerente de la Asociación de Productores de Pisco, destaca el aporte de los diversos programas que han permitido fortalecer la asociatividad y la competitividad del sector.

También las capacitaciones en donde El Minagri impulsó el compromiso por la capacitación del Agro con 30 universidades e Instituciones.

Además de ello que las Habilidades y destrezas en el sector pisco ha permitido que las empresas pisqueras de la región de Coquimbo muestren su oferta en

	<p>vitrina que da a conocer el destilado nacional.</p>		<p>importante feria internacional realizada en Brooklyn, que es un evento internacional que convoca a las marcas más importantes del mundo de la industria de las bebidas espirituosas.</p>
<p>-Los principales indicadores de para medir el Rendimiento de Exportación sería el valor y cantidad de las exportaciones, número de países a los cuales exportan las empresas, el acceso a los mercados, Incremento de las exportaciones, incremento del valor y los ratios de rotación de activos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Volumen de exportación a nivel mundo: Hubo una disminución del volumen de exportación de pisco chileno al mundo, en el 2022 con 1.221 toneladas. • Con respecto a las exportaciones chilenas hacia el mercado estadounidense tuvo un crecimiento intermitente con 178 toneladas para el año 2022. • Con respecto a las exportaciones chilenas hacia el mercado chino tuvo una disminución con 21 toneladas para el año 2022. 	<p>Según coincidieron los autores (Geldres Weiss, Etchebarne López, & Bustos Medina, 2011), (Ibarra Morales & Blanco Jiménez, 2015) y (Horta, 2015).</p> <p>El desempeño de las exportaciones se define como la medida en que los objetivos corporativos de la empresa, ambos, estratégicos y financieros, con respecto a la exportación de un producto a un mercado específico, se logran mediante la ejecución de la estrategia de exportación de la empresa. En la literatura, en el desempeño de exportación los investigadores han utilizado una amplia gama de medidas para medir el rendimiento</p>	<p>El desempeño de las exportaciones según se menciona teóricamente se define como la medida en que los objetivos corporativos de la empresa se logran mediante la ejecución de la estrategia de exportación de la empresa, lo mismo mencionado por los expertos que para medir el Rendimiento de Exportación se debe evaluar el valor y cantidad de las exportaciones y el incremento de ambos, Todo ello relacionado con los diferentes criterios que se desarrollaron en la guía, como el Volumen de exportación a nivel mundo donde hubo una disminución del volumen de exportación de pisco chileno al mundo, en el 2022 con 1.221 toneladas. También con respecto a las exportaciones chilenas hacia el mercado estadounidense tuvo un crecimiento intermitente con 178 toneladas para el año 2022 y para el mercado chino tuvo una</p>

IRE2

II3

-La innovación de producto es fundamental y clave para que una empresa pueda diferenciarse, si hablamos del Pisco es uno de los puntos en donde la posición ha sido preferente, porque está muy de la mano con el sector gastronómico peruano y hay una marca en específica que se creado con la finalidad de promocionar el Pisco con la gastronomía peruana, lo que nos coloca en una posición ventajosa porque Chile no tiene como asociar su pisco a la gastronomía porque la gastronomía que ha logrado reconocimiento ha sido la nuestra a nivel mundial.

-Puede distinguirse de sus empresas competidoras según el manual de solo de la OCDE y según otros autores hay hasta cinco cinco modalidades de Innovación que son, Innovación productiva, Innovación de procesos, innovación tecnológica, Innovación de marketing o

- Índice Mundial de Innovación: En el ranking de innovación Chile se encuentra en el puesto 50° en el año 2022.
- Adopción tecnológica: ChileComex ofrece como un método de innovación una nueva plataforma de Registro para empresas de Comercio Exterior, que entrega soluciones a las necesidades de sus clientes facilitando los procesos en materia de importación y exportación para desarrollar una eficiente gestión comercial y posicionarse, tanto en mercados extranjeros como locales

Según coincidieron los autores (Gámez, 2019), (Sabbagh & Mackinlay, 2011) y (Fundación de la Innovación Bankinter, 2010).

Es ampliamente reconocida como una necesidad imperante. Parece haber consenso con respecto al hecho de que, actualmente, las organizaciones están inmersas en una era de constantes cambios de contexto: cambios en las reglas de juego, en la tecnología y en la conformación sociocultural. Están sumidas en una era que demanda la implementación de soluciones creativas que superen los patrones habituales de desempeño para maximizar la rentabilidad y la sustentabilidad, mejorar la calidad de vida y adquirir ventajas competitivas importantes. En otras palabras, el discurso de los directivos y los gerentes en las empresas sostiene que las organizaciones actuales están inmersas en una era que demanda innovación

disminución con 21 toneladas para el año 2022.

La Innovación según menciona la teoría es una necesidad imperante al hecho de que, actualmente, las organizaciones están inmersas en una era de constantes cambios, lo mismo mencionado por los expertos que la innovación es fundamental y clave para que una empresa pueda diferenciarse, si hablamos del Pisco es uno de los puntos en donde la posición ha sido preferente, porque está muy de la mano con el sector gastronómico peruano lo que nos coloca en una posición ventajosa porque Chile no tiene como asociar su pisco a la gastronomía.

Todo ello relacionado con los diferentes criterios que se desarrollaron en la guía, como el Índice Mundial de Innovación Chile se encuentra en el puesto 50° en el año 2022.

Cabe destacar otro criterio en la Adopción tecnológica que lleva a través de ChileComex ofrece como un método de innovación una nueva plataforma de Registro para empresas de Comercio Exterior,

mercadeo e Innovación
organizacional.

-Sin información específica

Acuerdo
TLC Chile - Estados Unidos
AÑO: Comenzó a regir el 01 de enero de 2004
LUGAR: Se firmó en Miami, Estados Unidos, el 06 de junio de 2003.
Beneficios:
El TLC ha permitido que el número de empresas chilenas exportando bienes y servicios a Estados Unidos haya crecido en 6% a lo largo de los últimos 20 años.
El intercambio comercial con Estados Unidos alcanzó los US \$35.400 millones en el año 2022, experimentando un crecimiento promedio anual del 9,2% anual desde 2003.

TLC Chile - China

LUGAR: En la Cumbre de Líderes APEC, celebrada en Santiago de Chile
Beneficios: En 2022, 37 empresas chilenas exportaron servicios a Hong Kong, China, las cuales en forma colectiva prestaron 27 diferentes tipos de servicios.

Según coincidieron los autores (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013), (Charles, 2011) y (Lerma y Márquez, 2010).

De acuerdo con Lerma & Márquez (2010), menciona que:

“Los acuerdos, convenios y tratados bilaterales son aquellos que se realizan entre dos países. En el ámbito internacional se ha facilitado la integración de las economías mediante la concertación de acuerdos, convenios y tratados bilaterales” (p.353).

La teoría demuestra que los acuerdos, convenios y tratados bilaterales son aquellos que se realizan entre dos países. En el ámbito internacional se ha facilitado la integración de las economías mediante la concertación de acuerdos. Al igual que los expertos consideran que los acuerdos comerciales permiten dinamizar un mayor intercambio comercial entre países, Perú y Chile Tienen un TLC en particular, son miembros de ALADI y en ALADI ya se han establecido algunas rebajas arancelarias, según el estudio en el mercado, ***TLC Chile - Estados Unidos*** ha permitido que el número de empresas chilenas exportando bienes y servicios a Estados Unidos haya crecido en 6% a lo largo de los últimos 20 años, y el ***TLC Chile- China también trajo consigo beneficios*** como en el 2022 37 empresas chilenas exportaron servicios a Hong Kong, China, las cuales en forma colectiva prestaron 27 diferentes tipos de servicios.

ITDL4

VCP1

-Para lograr mejoras en la productividad va a depender de los procesos y una serie de indicadores que permitan medir el porcentaje de mermas o productos defectuosos, también si es que existen procesos repetitivos, eficiencia en el uso de insumos, que sería lo más relevante en temas de productividad.

-El capital humano es una de las piezas claves en temas de productividad porque con un buen capital humano que esté motivado, que tenga ciertos conocimientos, que no tenga esa necesidad de que un jefe este monitoreo ándolos cada rato, si ayuda mucho en la productividad.

- Atributos: Es de proceso industrial, sólo se utilizan uvas aromáticas donde el mosto se deja reposar 30 a 50 días para clarificar, luego se trasiega y recién en ese momento se procede a la destilación. y se agrega anhídrido sulfuroso y es por ello que no se respeta el proceso natural.

- Variedad de productos: El pisco no se clasifica por tipo de uva sino por la graduación alcohólica:

- Pisco corriente o tradicional que tiene una graduación alcohólica de 30°.

- Pisco especial que tiene 35°

- Pisco reservado que tiene 40°

- Gran pisco que tiene 43° o más.

- Presentación de envase y empaque:

El pisco chileno se puede embotellar y envejecer en barricas de roble.

Según coinciden los autores (Carro & González, 2012) y (Gutiérrez, 2010)

La productividad implica la mejora del proceso productivo. La mejora significa una comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos. Por ende, la productividad es un índice que relaciona lo producido por un sistema (salidas o producto) y los recursos utilizados para generarlo (entradas o insumos).

La teoría demuestra que la productividad implica la mejora del proceso productivo, ello implica la comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos, por ello es un índice que relaciona lo producido y los recursos utilizados para generarlo. Al igual que los expertos que mencionan que para lograr mejoras en la productividad va a depender de los procesos y una serie de indicadores que permitan medir el porcentaje de mermas o productos defectuosos. Según el estudio en el mercado, para lograr una mayor productividad se requiere de ciertas condiciones como; los atributos que deba tener un producto en este caso Chile, presenta una desventaja en cuanto al proceso industrial, sólo se utilizan uvas aromáticas donde el mosto se deja reposar 30 a 50 días para clarificar, luego se trasiega y recién en ese momento se procede a la destilación. y se agrega anhídrido sulfuroso y es por ello que no se respeta el proceso natural.

También la variedad de productos que se tiene en Chile es reducida El

VCEE2

Uno de los modelos empresariales que se tomaría en cuenta para lograr mayor productividad es la Economía de Escala son eficientes para negocios que buscan una gran introducción hacia cierto sector que tenga un matiz masivo si ese es el objetivo, y las principales ventajas que se va a aprender de este tipo de modelo o formato va a ser la disminución de costos o eficiencia de estos porque en alguna medida los costos se van a volver 0 porque permite a la empresa producir en grandes cantidades e increíblemente a precios sumamente bajos.

Si el enfoque de la empresa es artesanal el enfoque está es más bien por valor por mantener las características eventualmente en ese tipo de talleres no es que se produzca

Los gastos de los terminales portuarios para manejar naves de mayor envergadura aumentan, junto con hacerse necesario expandir el espacio físico para evitar congestiones, aun cuando no haya mayor volumen de carga. Las economías de escala de los megabarcos solo funcionan para toda la cadena logística si los terminales pueden mejorar la productividad de la mano con el aumento de capacidad de las naves.

Según coincidieron los autores (Castro & Portuondo, 2009) y (Ricoy, 2005).

Una de las generalizaciones más reveladoras y útiles que se puede encontrar en toda la literatura económica. Se ha interpretado, en general, en términos de la noción de rendimientos crecientes a escala o de las economías a escala; en consecuencia, la visión de Smith de la 'eficiencia' productiva se ha tendido a considerar desde la perspectiva del nivel de la escala de producción de cada mercancía particular.

pisco no se clasifica por tipo de uva sino por la graduación alcohólica:
-Pisco corriente o tradicional que tiene una graduación alcohólica de 30°.

-Pisco especial que tiene 35°

-Pisco reservado que tiene 40°

-Gran pisco que tiene 43° o más.

La teoría demuestra que Las Economías de Escala son en sí una eficiencia productiva que se considera para las escalas de producción, al igual que los expertos que esto es uno de los modelos empresariales que se tomaría en cuenta para lograr mayor productividad y disminución de costos o eficiencia de estos porque permite a la empresa producir en grandes cantidades e increíblemente a precios sumamente bajos.

Según el estudio en el mercado los gastos de los terminales portuarios para manejar naves de mayor envergadura aumentan, junto con hacerse necesario expandir el espacio físico para evitar congestiones, aun cuando no haya mayor volumen de carga.

gran cantidad, sino que se produzca pisco con gran valor y características particulares.

-Definitivamente sí es fundamental la geografía. en el Perú tenemos la dicha de tener todas esas zonas de producción de uva, porque las condiciones de tierra sumadas a las condiciones climáticas geográficas etcétera llevan a que se produzca ese fenómeno, en el caso de Perú nosotros tenemos una ventaja geográfica desde el hecho de contar con ciertas características que le dan valor al producto y que son reconocidas por el público como un sabor distintivo y etcétera, entonces en ese sentido la geografía en este sector es muy importante.

VCG3

- Zonas de producción En el corazón del valle del elqui, nació el pisco, la zona de producción del pisco chileno, son las provincias de Atacama y Coquimbo, que van de la cordillera al mar, regados por los ríos Copiapó, Huasco, Elqui, Limarí y Choapa.
- Condiciones climáticas geográficas: Atacama y Coquimbo, en esta zona, conocida como norte chico, la depresión intermedia es reemplazada por valles transversales, con contrastes de temperatura y un clima cálido y seco, la zona es ideal para el cultivo de la uva moscatel, la principal con que el pisco chileno es elaborado. La historia de esta zona, sumada a su geografía, cultura y habitantes, dan vida al terruño pisquero: conjunto de factores que involucran una zona geográfica, un suelo característico, condiciones climáticas, flora, la influencia del hombre en ese espacio y sus técnicas para producir un producto único, imposible de reproducir en ninguna parte del mundo.

Según Llanos (2006), se mencionó que:

A lo largo del siglo XX la geografía alcanzó un notable desarrollo teórico que se manifestó a través del surgimiento de varios paradigmas que se sucedieron unos a otros o que coexistieron en la misma época, los cuales mostraban a la geografía como una ciencia dinámica que se iba adaptando a los cambios y a las nuevas circunstancias que se presentaban en la sociedad; así vemos cómo desde la irrupción del paradigma posibilista o regional a principios de esa centuria y hasta la aparición de las llamadas geografías postmodernas a finales del siglo, jugaron un papel trascendental la llamada Nueva Geografía o Geografía Cuantitativa, la Geografía Radical y la Geografía de la Percepción, entre otras

La teoría demuestra que alcanzó un notable desarrollo teórico, los cuales mostraban a la geografía como una ciencia dinámica que se iba adaptando a los cambios y a las nuevas circunstancias que se presentaban en la sociedad; al igual que los expertos mencionan que definitivamente es fundamental la geografía, además que en el Perú se tiene la dicha de tener variedades y condiciones climáticas geográficas lo que genera que se tenga una ventaja geográfica que le dan valor al producto y que son reconocidas por el público como un sabor distintivo.

Todo ello relacionado con los diferentes criterios que se desarrollaron en la guía, como las zonas de producción que se tiene en Chile En el corazón del valle del elqui, nació el pisco, en las provincias de Atacama y Coquimbo, por los ríos Copiapó, Huasco, Elqui, Limarí y Choapa. Además de las condiciones climáticas geográficas, la zona es ideal para el cultivo de la uva

- Agroindustria:

El sector agroalimentario chileno es uno de los más dinámicos de la economía nacional por su aporte al PIB, el que se estima alrededor del 4,7%, generando alrededor de 369.000 empleos directos en el país y con exportaciones que en 2020 superaron los 16 mil millones de dólares.

moscatel, la principal con que el pisco chileno es elaborado. La historia de esta zona, sumada a su geografía, cultura y habitantes, dan vida al terruño pisquero: conjunto de factores que involucran una zona geográfica, un suelo característico, condiciones climáticas y flora para la óptima producción, Además de ello la Agroindustria del sector agroalimentario chileno es uno de los más dinámicos de la economía nacional por su aporte al PIB, el que se estima alrededor del 4,7%.

Tabla 47*Cuadro de hallazgos comparando los países Perú y Chile*

SubCategoría	Hallazgo Perú	Hallazgo Chile
OEPI1	<p>La teoría demuestra que, el precio nos va a indicar el valor de un producto, para ello este precio varía de acuerdo a un marketing mix y las condiciones del mercado. Al igual que el experto que considera que el precio internacional depende del mercado al cual se va a direccionar, por tanto los precios se deben adaptar a ello, según el estudio en el mercado, las principales empresas como La Bodega San Isidro S.R.L. tuvo un crecimiento constante a lo largo de los años, obteniendo 1,613,406 para el 2022, seguido de la empresa Destilería La Caravedo S.R.L. con 1,351,083 para el mismo año; debido al precio que ofrecieron el cual tuvo un crecimiento mínimo con 5.355 en el 2022 para el mercado Estadounidense, para el mercado chino fue parecido con 6.211. Y con respecto al precio internacional por litros US\$, la empresa con mayor precio es la Bodega San Isidro S.R.L. con 7,949, seguida de Viña Tacama S.A. con 7.924 y Destilería La Caravedo S.R.L con 7.822.</p>	<p>La teoría demuestra que, el precio nos va a indicar el valor de un producto, para ello este precio varía de acuerdo a un marketing mix y las condiciones del mercado. Al igual que el experto que considera que el precio internacional depende del mercado al cual se va a direccionar, por lo cual los precios se deben adaptar a ello, según el estudio en el mercado, las principales empresas como La Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA es la que predomina, sin embargo tuvo una caída en el 2020, recuperándose para el 2021 con 1,048,490, seguido de la empresa Cia Pisquera de Chile S.A.caídas hasta el 2020, recuperándose para el 2021 con 705,236; y el precio que ofrecieron el cual tuvo un crecimiento obteniendo 6.236 en el 2022 para el mercado Estadounidense, sin embargo fue mayor para el mercado chino con 11. Y con respecto al precio internacional por litros US\$, la empresa con mayor precio es la Sociedad Vinícola Miguel Torres SA. con 8.990, seguida de Cia.Pisquera de Chile S.A. con 5.753 y Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA con 5.693.</p>
OET2	<p>Según la teoría, la tecnología ayuda a que una empresa pueda resolver problemas prácticos, debido a que involucra los procesos necesarios para la producción. Al igual que el experto, considera que la tecnología ha sido de gran ayuda para el ámbito empresarial, y que es necesario automatizar los procesos de la empresa, teniendo en cuenta el destino final, por ello según el estudio al mercado, se observa que diversas instituciones buscan mejoras para el producto</p>	<p>Según la teoría, la tecnología ayuda a que una empresa pueda resolver problemas prácticos, debido a que involucra los procesos necesarios para la producción. Al igual que el experto, considera que la tecnología ha sido de gran ayuda para el ámbito empresarial, y que es necesario automatizar los procesos de la empresa, teniendo en cuenta el destino final, por ello según el estudio al mercado, se observa que diversas instituciones buscan mejoras para el producto</p>

pisco, por ejemplo el Instituto Tecnológico de la Producción dió a conocer que se han incorporado cadenas agroindustriales para la cadena pisquera que ayudarán en la mejora de procesos, verificación de bodegas y toma de muestras. Igualmente, la Universidad Nacional de Ingeniería y la Universidad Católica crearon proyectos para optimizar la producción del producto pisco. Finalmente, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, mencionó que el Perú cuenta con varias empresas con última tecnología y especialistas en el área pisquera.

Según la teoría para realizar un cálculo de la capacidad de producción se debe valorar los recursos y medir tanto calidad como cantidad en los recursos humanos, maquinarias y equipos, al igual que los expertos, inciden en que para realizar un correcto análisis de la capacidad de producción se debe observar la capacidad operativa, para evaluar a las maquinarias y equipos, también es importante un buen capital humano ya que ellos serán los que trabajen directamente en los procesos. Según el estudio del mercado se observa que, en la mano de obra, el 80% de los productores no tuvieron una capacidad de inversión pero que ello no impidió que se tenga un mayor crecimiento en las exportaciones, con respecto al área cosechada se tuvo un crecimiento en el área cosechada de uvas obteniendo 35,704 Ha. en el 2021. Con respecto al rendimiento de uvas, también se tuvo un crecimiento obteniendo 231,279 g/Ha para el 2021. Y en la producción de uvas se tuvo un crecimiento obteniendo 825,749.79 Tn. para el 2021.

pisco, por ejemplo, ProChile informó que la industria pisquera se encuentra en una posición favorable para una expansión internacional, debido al crecimiento en tecnología. Al igual que el Ministerio de Agricultura informó sobre un programa que busca mejorar la competitividad y el posicionamiento a través de mejoras tecnológicas. La institución de Producción y Mercado del Pisco informaron que la producción de uva pisquera proviene de productores, de los cuales un 80% tienen un modelo cooperativo. Al igual que la página “Pisco Orgullo Chileno” dió a conocer que la industria de pisco es tanto artesanal como industrial, y van mejorando en la calidad e innovación tecnológica.

Según la teoría para realizar un cálculo de la capacidad de producción se debe valorar los recursos y medir tanto calidad como cantidad en los recursos humanos, maquinarias y equipos, al igual que los expertos, inciden en que para que haya un correcto análisis de la capacidad de producción se debe observar la capacidad operativa, para evaluar a las maquinarias y equipos, también es importante un buen capital humano ya que ellos serán los que trabajen directamente en los procesos. Según el estudio del mercado se observa, con respecto al área cosechada de uvas se tuvo un crecimiento 201,895 Ha. en el 2021. Con respecto al rendimiento de uvas, se tuvo una caída a lo largo de los años, obteniendo 127,844 g/Ha para el 2021. Y en la producción de uvas se tuvo una caída a lo largo de los años, obteniendo 2,581,108.26 Tn. para el 2021.

OECP3

OECEF4	<p>La teoría demuestra que, la capacidad económica es la relación con la potencialidad económica vinculada a la titularidad y disponibilidad de la riqueza, la apropiación de los conocimientos, las habilidades y la confianza (actitud) para conocer y reconocer las oportunidades financieras, tomar decisiones informadas y efectivas para mejorar su bienestar financiero (comportamiento). Al igual que los expertos consideran que, es importante contar con un respaldo económico ya que si un plan de negocio o proyecto no tiene la capacidad financiera entonces no va a poder expandirse en el mercado, se requiere de un financiamiento para poder emprender el negocio, sin embargo, la empresa debe contar con una capacidad de pago y endeudamiento, según el estudio en el mercado, el Ministerio de Economía y Finanzas, en el programa Reactiva Perú se incluyó a empresas del sector de bebidas alcohólicas para que puedan acceder a programas crediticios.</p> <p>El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego incorporó un programa llamado FAE-AGRO 20021, el cual permite otorgar créditos de capital de trabajo para pequeños productores.</p> <p>El Banco Mundial informó que el crédito interno para el sector privado es de 47.8% del PBI. Y con respecto al Doing Business informó que la obtención de crédito para el 2020 fue de un rango de 75.</p>	<p>La teoría demuestra que, la capacidad económica es la relación con la potencialidad económica vinculada a la titularidad y disponibilidad de la riqueza, la apropiación de los conocimientos, las habilidades y la confianza (actitud) para conocer y reconocer las oportunidades financieras, tomar decisiones informadas y efectivas para mejorar su bienestar financiero (comportamiento). Al igual que los expertos consideran que, es importante contar con un respaldo económico ya que si un plan de negocio o proyecto no tiene la capacidad financiera entonces no va a poder expandirse en el mercado, se requiere de un financiamiento para poder emprender el negocio, sin embargo, la empresa debe contar con una capacidad de pago y endeudamiento., según el estudio en el mercado, el Ministerio de Agricultura dió a conocer que un convenio de transferencia de \$28.000.00 se suscribió juntamente con la Asociación de Productores de Pisco A.G. buscando promover y potenciar los atributos del pisco para estimular su competitividad y el crecimiento en las exportaciones. El Gobierno Regional de Coquimbo busca fortalecer e incrementar la promoción de la categoría de pisco, por ello implementaron un plan, en el cual se invirtió 7.100 millones que se ejecutarán en los años 2021 al 2024.</p> <p>El Banco Mundial informó que el crédito interno para el sector privado es de 108.66% del PBI. Con respecto al Doing Business informó que la obtención de crédito para el 2020 fue de un rango de 94.</p>
OEIP5	<p>La teoría demuestra que, la infraestructura productiva influye indirectamente en la productividad del resto de los insumos en el proceso productivo y de las firmas. En el caso de los factores productivos, la tierra, el trabajo y el capital físico aumentan su productividad con las inversiones en infraestructura que facilitan el</p>	<p>La teoría demuestra que, la infraestructura productiva influye indirectamente en la productividad del resto de los insumos en el proceso productivo y de las firmas. En el caso de los factores productivos, la tierra, el trabajo y el capital físico aumentan su productividad con las inversiones en infraestructura que facilitan el</p>

transporte de los bienes e insumos intermedios o la provisión de los servicios antes mencionados. Igualmente, los expertos consideran que para que una empresa logre una buena capacidad productiva debe planificar con la debida antelación, por ello debe evaluar los cuellos de botella, just in time a medida que se va suscitando el proceso productivo.

Otros indicadores para evaluar la capacidad productiva es no solo tener maquinarias y equipos especializados, sino hacer uso de una infraestructura productiva para tener una distribución correcta de estos, según el estudio en el mercado, se observó que las zonas productoras de vid en el Perú principalmente son Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna, las cuales presentaron características apropiadas para el sector vitivinícola debido al clima y temperatura que poseen, el Ministerio de Desarrollo Agrario dió a conocer que el Minagri inauguró una planta moderna que incluyó la adquisición de tanques de acero, despalladora, bomba orujera, prensa, sistema de gas y mejoramiento en el área de fermentados.

La teoría demuestra que, las barreras arancelarias son un impuesto que se aplica al comercio internacional expresado en diferentes formas y tipos; todo ello, para generar ingresos adicionales por concepto de impuestos agregando así además valor al precio de las mercancías de origen extranjero, se gravan las mercancías que se importan a fin de proteger a las empresas que fabrican bienes similares en el país que aplica tales medidas Al igual que los expertos que consideran que el Perú cuenta con barreras arancelarias muy bajas, sin embargo, los demás países con los que el Perú tiene una TLC le ofrecen aranceles 0%, que ayudará a que las empresas puedan obtener un precio más competitivo, según el estudio en el mercado, en el caso de Estados Unidos, el régimen arancelario es de 0%, y para

transporte de los bienes e insumos intermedios o la provisión de los servicios antes mencionados. Igualmente, los expertos consideran que para que una empresa logre una buena capacidad productiva debe planificar con la debida antelación, por ello debe evaluar los cuellos de botella, just in time a medida que se va suscitando el proceso productivo.

Otros indicadores para evaluar son no solo tener maquinarias y equipos especializados, sino hacer uso de una infraestructura productiva para tener una distribución correcta de estos, según el estudio en el mercado, el Programa Territorial Integrado para la Industria Pisquera, informó que los valles de Chile albergan una variedad de vides, las regiones principales son Atacama y Coquimbo. Además, el Ministerio de Agricultura informó que el Instituto de Desarrollo Agropecuario entregó fertilizantes e incentivo para maquinarias a los agricultores para que puedan mantener sus siembras debido al alza de precios que sufrieron.

La teoría demuestra que, las barreras arancelarias son un impuesto que se aplica al comercio internacional expresado en diferentes formas y tipos; todo ello, para generar ingresos adicionales por concepto de impuestos agregando así además valor al precio de las mercancías de origen extranjero, se gravan las mercancías que se importan a fin de proteger a las empresas que fabrican bienes similares en el país que aplica tales medidas Al igual que los expertos que consideran que el Perú cuenta con barreras arancelarias muy bajas, sin embargo, los demás países con los que el Perú tiene una TLC le ofrecen aranceles 0%, que ayudará a que las empresas puedan obtener un precio más competitivo, según el estudio en el mercado, en el caso de Estados Unidos, el régimen

	<p>China, el régimen arancelario es de 10%, con una tarifa preferencial de 0%.</p>	<p>arancelario es de 0%, y para China, el régimen arancelario es de 10%, con una tarifa preferencial de 0%.</p>
OEBNA7	<p>La teoría demuestra que, las barreras no arancelarias son medidas que pueden afectar el comercio de las mercancías importadas; así dentro de esta categoría se pueden destacar las medidas sanitarias y fitosanitarias injustificadas, de cierta forma terminan constituyendo una restricción encubierta al comercio. Según el estudio en el mercado, estas barreras no arancelarias varían según el mercado de destino, para Estados Unidos, son 68 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización y etiquetado, en el caso de China, son 30 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización, límites de tolerancia, uso restringido de ciertas sustancias e historial de procesamiento.</p>	<p>La teoría demuestra que, las barreras no arancelarias son medidas que pueden afectar el comercio de las mercancías importadas; así dentro de esta categoría se pueden destacar las medidas sanitarias y fitosanitarias injustificadas, de cierta forma terminan constituyendo una restricción encubierta al comercio. Según el estudio en el mercado, estas barreras no arancelarias varían según el mercado de destino, para Estados Unidos, son 68 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización y etiquetado., en el caso de China, son 30 requisitos aplicados al producto pisco, entre ellos el enfoque de sistemas, requisitos de autorización, límites de tolerancia, uso restringido de ciertas sustancias e historial de procesamiento.</p>
	<p>Los expertos opinan que el certificado de origen sirve para dar fiabilidad de que el producto efectivamente proviene del país que indica, igualmente para que el producto pueda acogerse a una TLC necesita de este documento para dar veracidad que el producto es originario del país que se expresa, y con ello puede acoger un beneficio arancelario. Según el estudio de mercado, acerca del certificado de denominación de origen para el producto pisco, fue otorgado por la Dirección de Signos Distintivos de Indecopi, 70 países lo reconocían en el 2019.</p>	<p>Los expertos opinan que el certificado de origen sirve para dar fiabilidad de que el producto efectivamente proviene del país que indica, igualmente para que el producto pueda acogerse a una TLC necesita de este documento para dar veracidad que el producto es originario del país que se expresa, y con ello puede acoger un beneficio arancelario. Según el estudio de mercado, acerca del certificado de denominación de origen para el producto pisco, fue otorgado por el Servicio Agrícola Ganadero, 50 países lo reconocían en el 2019.</p>
OEI8	<p>La teoría demuestra que, las certificaciones cumplen un rol importante ya que generan un valor estratégico en las empresas, al igual que favorece las oportunidades para dar a conocer las prácticas que se siguen para la exportación de productos, aumentando las</p>	<p>La teoría demuestra que, las certificaciones cumplen un rol importante ya que generan un valor estratégico en las empresas, al igual que favorece las oportunidades para dar a conocer las prácticas que se siguen para la exportación de productos, aumentando las</p>

posibilidades de ingresar a nuevos mercados. Al igual que los expertos consideran que las certificaciones hacen ver a una empresa que logró resultados óptimos como en la calidad y procesos, ello hace que se vea más atractiva en el mercado y para los clientes. según el estudio en el mercado, existen diferentes certificaciones que debe cumplir el producto pisco para ingresar a los principales mercados de importación del producto, Para ingresar al mercado estadounidense es necesario obtener certificaciones por parte de las empresas peruana entre ellas, el Hazard Analysis and Critical Control Point al igual que al mercado chino, USDA Organic, Fair Trade Certified, Conapisco, BPM, y para China, China Compulsory Certificate, GAP. Igualmente debe cumplir con regulaciones sanitarias, entre ellas tener el certificado de sanidad de exportación por DIGESA, para Estados Unidos, tener el certificado por parte del departamento de agricultura con la norma de límite máximo de uso de plaguicidas.

Un experto indica que las certificaciones no son propias para las empresas del sector vitivinícola, sin embargo, los premios que obtienen si, como medallas que obtengan por diferentes categorías evaluadas, y que sean acompañadas por diferentes entidades como PromPerú, Mincetur, entre otros. Según el estudio de mercado acorde al Ministerio de Comercio Exterior de Turismo, la bebida pisco obtuvo diferentes premios, 8 premios great gold, 8 silver y 18 bebidas ganaron el concurso Internacional Espirituosos de España.

La teoría demuestra que, la infraestructura logística es importante para la competitividad de los puertos, en donde los terminales portuarios, permiten prestar las funciones de almacenamiento y distribución dentro de la cadena logística, para llegar directamente a los clientes o a los centros satelitales de las empresas. Al igual que

posibilidades de ingresar a nuevos mercados. Al igual que los expertos consideran que las certificaciones hacen ver a una empresa que logró resultados óptimos como en la calidad y procesos, ello hace que se vea más atractiva en el mercado y para los clientes. según el estudio en el mercado, existen diferentes certificaciones que debe cumplir el producto pisco para ingresar a los principales mercados de importación del producto, para ingresar al mercado estadounidense es necesario obtener certificaciones por parte de las empresas peruana entre ellas, el Hazard Analysis and Critical Control Point al igual que al mercado chino, USDA Organic, Fair Trade Certified, Conapisco, BPM, y para China, China Compulsory Certificate Igualmente debe cumplir con regulaciones sanitarias, entre ellas tener el Certificado de sanidad, potabilidad y genuidad por el SAG (Servicio Agrícola Ganadero).

Un experto indica que las certificaciones no son propias para las empresas del sector vitivinícola, sin embargo, los premios que obtienen si, como medallas que obtengan por diferentes categorías evaluadas, y que sean acompañadas por diferentes entidades como PromPerú, Mincetur, entre otros. Según el estudio de mercado, las empresas chilenas recibieron 11 distinciones en la competencia Spirits Challenge 2021, obteniendo una medalla de oro.

Concordancias: La teoría demuestra que, la infraestructura logística es importante para la competitividad de los puertos, en donde las terminales portuarias, permiten prestar las funciones de almacenamiento y distribución dentro de la cadena logística, para

los expertos consideran que para el sector vitivinícola que está concentrado en la Costa, estos tienen un puerto de salida de forma directa, uno de ellos es el puerto del Callao, es por ello que el sector agroindustria es más desarrollado.

También según el estudio del Doing business, es decir la facilidad para hacer negocios, el Perú ocupa el puesto 76 con una puntuación de 68.7.

Otro punto a resaltar es que el tiempo para exportar es de 48 horas. También en las Vías de Transporte, Perú ha demostrado un crecimiento considerable en la vía marítima obteniendo 10,830,171 del total de US\$ FOB en el 2022.

Aduanas de Perú: La que predomina y es principal es la Marítima del Callao con 98.4%.

A diferencia de lo que mencionan los expertos, las vías de transporte que posee el Perú no son tan idóneas en el mercado ya que poseen algunas deficiencias. Además, el papel que juega la aduanas en la infraestructura logística perjudica en cierto punto ya que puede llegar a ser un poco burocrático debido a que se deben cumplir con ciertos requisitos y obligaciones dentro del marco legal, todo ello relacionado.

Con respecto a calidad de producto, la teoría menciona que es la conformidad con los requerimientos establecidos para así garantizar la calidad del producto. Relacionado con lo que los expertos mencionan que es fundamental cumplir con niveles de normatividad y cumplir las exigencias de inocuidad. De la misma manera el estudio del mercado nos detalla que Perú ha recibido una de las distinciones

llegar directamente a los clientes o a los centros satélites de las empresas.

Al igual que los expertos consideran que para el sector vitivinícola que está concentrado en la Costa, estos tienen un puerto de salida de forma directa, uno de ellos es el puerto del Callao, es por ello que el sector agroindustria es más desarrollado.

El estudio del mercado chileno dió resultado, como por ejemplo el doing business, en donde la facilidad para hacer negocio clasifica a Chile en el puesto 59, otro punto a resaltar es que el tiempo para exportar es de 60 horas y en las vías de Transporte: En Chile lo que prevalece es la vía marítima obteniendo 2,724,485 del total de US\$ FOB en el 2021.

Y aduanas de Chile: La que predomina y es principal es la de San Antonio con un 79,6% seguida de Valparaíso con 19,1%

Con respecto a calidad de producto, la teoría menciona que es la conformidad con los requerimientos establecidos para así garantizar la calidad del producto. Relacionado con lo que los expertos mencionan que es fundamental cumplir con niveles de normatividad y cumplir las exigencias de inocuidad. De la misma manera el estudio del mercado nos detalla que Chile es una de las más antiguas

como la de denominación de origen que le permite garantizar que el producto es de buena calidad,

además de ello, que PROMPERÚ promueve la marca “Pisco Spirit of Perú” cuyo propósito es otorgar licencias de uso de marca a aquellas empresas que cumplan con los requisitos de calidad establecidos.

También cabe destacar que en los CINVE 2022 Awards, Perú fue la delegación que obtuvo las mayores puntuaciones en el concurso por la calidad que demostraron los piscos presentados.

Igualmente, se observan a las 3 principales empresas que obtuvieron reconocimientos por implantar la calidad en sus productos y procesos, la Destilería La Caravedo, en el año 2019 recibió una distinción de PromPerú, por la labor de promover el destilado de uva en el mundo, en la categoría “Pisco, Spirits of Peru”. TACAMA, es una empresa que posee una amplia gama de vinos, espumosos y piscos creados con la más alta calidad, recibieron medallas en el concurso “Vinalies-Internacionales” por el premium Demonio de los Andes Quebranta. Y Pisco Huamaní, elaboran un pisco artesanal, con técnicas tradicionales, muy controladas para lograr que los sabores y aromas hayan madurado para que el cliente disfrute un pisco de primera calidad.

En el sentido de que el producto no haya resultado como se tenía planificado, se tienen dos puntos de vista:

-Cambiar los procesos, materiales, recursos y diferentes aristas para que pueda producir el producto con las características que requiere.

-Como comprador si es que la empresa no cumple con la calidad en los productos establecidos en el contrato de compraventa internacional, se tiene el camino expedito para iniciar acciones legales en contra de la empresa.

de América y que gracias a esta normativa se produce el pisco chileno con altos estándares de calidad.

Además de ello que la CIA Pisquera de Chile S.A.: Lograron 6 medallas en Francisco World Spirits Competition 2021 y 8 medallas en International Spirits Challenge 2021.

También cabe destacar que la Cooperativa Agrícola Pisquera Elqui Limitada: Obtuvo reconocimientos a lo largo de los años, con más de 109 premios lo que hizo que siguiera incrementando su posicionamiento a través de nuevos productos con mejoras sustanciales en calidad.

Discordancias:

En el sentido de que el producto no haya resultado como se tenía planificado, se tienen dos puntos de vista:

-Cambiar los procesos, materiales, recursos y diferentes aristas para que pueda producir el producto con las características que requiere.

-Como comprador si es que la empresa no cumple con la calidad en los productos establecidos en el contrato de compraventa internacional, se tiene el camino expedito para iniciar acciones legales en contra de la empresa.

ICG1	<p>La Capacidad de Gestión según se menciona teóricamente es la coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz, lo mismo mencionado por los expertos ya que se dice que una empresa que tiene miras internacionales debe de tener una gestión de sus actividades efectivas, con oferta exportable diversificada para que exista mayor poder de negociación.</p> <p>Todo ello relacionado con el estudio del mercado, como la adaptación al cambio, en donde se presentó una marca Sectorial “Pisco, Spirit of Perú”, esta marca forma parte de una estrategia del gobierno peruano para destacar, a nivel global, los atributos que lo convierten en un destilado diferenciado y especialmente único.</p> <p>También las capacitaciones desarrolladas por SENASA en temas de inocuidad Agroalimentaria y Producción Orgánica para garantizar la producción de alimentos y sobre la importancia de la Inocuidad en los procesos productivos.</p> <p>Habilidades y destrezas en el sector pisco: Con la entrega del registro de la marca “Pisco, Spirits of Peru” el Estado, a través del Indecopi, Mincetur y Promperú, fortalecieron el trabajo de posicionamiento de la Denominación de Origen Pisco.</p>	<p>La Capacidad de Gestión según se menciona teóricamente es la coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz, lo mismo mencionado por los expertos ya que se dice que una empresa que tiene miras internacionales debe de tener una gestión de sus actividades efectiva, con oferta exportable diversificada para que exista mayor poder de negociación.</p> <p>Todo ello relacionado el estudio del mercado, como la adaptación al cambio en donde en Chile el Gerente de la Asociación de Productores de Pisco, destaca el aporte de los diversos programas que han permitido fortalecer la asociatividad y la competitividad del sector.</p> <p>También las capacitaciones en donde El Minagri impulsó el compromiso por la capacitación del Agro con 30 universidades e Instituciones.</p> <p>Además de ello que las Habilidades y destrezas en el sector pisco ha permitido que las empresas pisqueras de la región de Coquimbo muestren su oferta en importante feria internacional realizada en Brooklyn, que es un evento internacional que convoca a las marcas más importantes del mundo de la industria de las bebidas espirituosas</p>
IRE2	<p>El desempeño de las exportaciones según se menciona teóricamente, se define como la medida en que los objetivos corporativos de la empresa se logran mediante la ejecución de la estrategia de exportación de la empresa, lo mismo mencionado por los expertos que para medir el rendimiento de Exportación se debe evaluar el valor y cantidad de las exportaciones y el incremento de ambos,</p> <p>Todo ello relacionado con el estudio del mercado, en el caso del volumen de exportación a nivel mundo, hubo un incremento del</p>	<p>El desempeño de las exportaciones según se menciona teóricamente se define como la medida en que los objetivos corporativos de la empresa se logran mediante la ejecución de la estrategia de exportación de la empresa, lo mismo mencionado por los expertos que para medir el Rendimiento de Exportación se debe evaluar el valor y cantidad de las exportaciones y el incremento de ambos,</p> <p>Todo ello relacionado con los diferentes criterios que se desarrollaron en la guía, como el Volumen de exportación a nivel</p>

volumen de exportación de pisco peruano al mundo, en el 2022 con 3.323 toneladas. También las exportaciones peruanas hacia el mercado estadounidense hubo un crecimiento intermitente con 840 toneladas para el año 2022 y para el mercado chino tuvo un crecimiento intermitente con 19 toneladas para el año 2022

La Innovación según menciona la teoría es una necesidad imperante al hecho de que, actualmente, las organizaciones están inmersas en una era de constantes cambios, que demanda la implementación de soluciones creativas que superen los patrones habituales de desempeño para maximizar la rentabilidad y la sustentabilidad, mejorar la calidad de vida y adquirir ventajas competitivas importantes, lo mismo mencionado por los expertos, que la innovación es fundamental y clave para que una empresa pueda diferenciarse, si hablamos del Pisco es uno de los puntos en donde la posición ha sido preferente, porque está muy de la mano con el sector gastronómico peruano lo que nos coloca en una posición ventajosa porque Chile no tiene como asociar su pisco a la gastronomía.

Todo ello relacionado con el estudio del mercado, acerca del Índice Mundial de Innovación, en el ranking de innovación, Perú se encuentra en el puesto 65° en el año 2022.

Perú en el año 2021 tuvo un 62% por debajo de los países, con respecto a la capacidad de adopción tecnológica e innovación empresarial, esto debido a las falencias del uso extensivo de tecnologías de la información y comunicaciones, según el índice de innovación global.

La teoría demuestra que los acuerdos, convenios y tratados bilaterales son aquellos que se realizan entre dos países. En el ámbito

mundo donde hubo una disminución del volumen de exportación de pisco chileno al mundo, en el 2022 con 1.221 toneladas.

También con respecto a las exportaciones chilenas hacia el mercado estadounidense tuvo un crecimiento intermitente con 178 toneladas para el año 2022 y para el mercado chino tuvo una disminución con 21 toneladas para el año 2022.

La Innovación según menciona la teoría es una necesidad imperante al hecho de que, actualmente, las organizaciones están inmersas en una era de constantes cambios, que demanda la implementación de soluciones creativas que superen los patrones habituales de desempeño para maximizar la rentabilidad y la sustentabilidad, mejorar la calidad de vida y adquirir ventajas competitivas importantes, lo mismo mencionado por los expertos que la innovación es fundamental y clave para que una empresa pueda diferenciarse, si hablamos del Pisco es uno de los puntos en donde la posición ha sido preferente, porque está muy de la mano con el sector gastronómico peruano lo que nos coloca en una posición ventajosa porque Chile no tiene como asociar su pisco a la gastronomía.

Todo ello relacionado con los diferentes criterios que se desarrollaron en la guía, como el Índice Mundial de Innovación Chile se encuentra en el puesto 50° en el año 2022.

Cabe destacar otro criterio en la Adopción tecnológica que lleva a través de ChileComex ofrece como un método de innovación una nueva plataforma de Registro para empresas de Comercio Exterior,

La teoría demuestra que los acuerdos, convenios y tratados bilaterales son aquellos que se realizan entre dos países. En el

II3

ITDL4

internacional se ha facilitado la integración de las economías mediante la concertación de acuerdos. Al igual que los expertos consideran que los acuerdos comerciales permiten dinamizar un mayor intercambio comercial entre países, Perú y Chile, tienen un TLC en particular, son miembros de ALADI, en el cual se han establecido algunas rebajas arancelarias. Según el estudio en el mercado, con respecto al TLC Perú - Estados Unidos trajo consigo el aumento de las oportunidades de exportación, razón por la cual el valor exportado de las mypes llegó a unos a US \$189 millones para finales del 2022. y el TLC Perú - China también trajo consigo beneficios en las exportaciones en el periodo 2009-2022, registraron un crecimiento promedio anual del 13.4%.

La teoría demuestra que la productividad implica la mejora del proceso productivo, ello implica la comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos, por ello es un índice que relaciona lo producido y los recursos utilizados para generarlo. Al igual que los expertos mencionan que para lograr mejoras en la productividad va a depender de los procesos y una serie de indicadores que permitan medir el porcentaje de mermas o productos defectuosos. Según el estudio en el mercado, para lograr una mayor productividad se requiere de ciertas condiciones como; los atributos que debe tener el producto pisco en el Perú, proceden de tradiciones y costumbres pisqueras, con ocho tipos de uvas pisqueras debido a la amplia diversidad de climas y el proceso de destilación es de forma tradicional, se maneja este proceso artesanal (pisa) e industrial. También la variedad de productos que se tiene como; Pisco Puro, Pisco Mosto Verde y Pisco Acholado.

ámbito internacional se ha facilitado la integración de las economías mediante la concertación de acuerdos. Al igual que los expertos consideran que los acuerdos comerciales permiten dinamizar un mayor intercambio comercial entre países, Peru y Chile Tienen un tlc en particular, son miembros de ALADI y en ALADI ya se han establecido algunas rebajas arancelarias, según el estudio en el mercado, *TLC Chile - Estados Unidos* ha permitido que el número de empresas chilenas exportando bienes y servicios a Estados Unidos haya crecido en 6% a lo largo de los últimos 20 años y el *TLC Chile- China también trajo consigo beneficios* como en el 2022 37 empresas chilenas exportaron servicios a Hong Kong, China, las cuales en forma colectiva prestaron 27 diferentes tipos de servicios.

La teoría demuestra que la productividad implica la mejora del proceso productivo, ello implica la comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos, por ello es un índice que relaciona lo producido y los recursos utilizados para generarlo. Al igual que los expertos que mencionan que para lograr mejoras en la productividad va a depender de los procesos y una serie de indicadores que permitan medir el porcentaje de mermas o productos defectuosos. Según el estudio en el mercado, para lograr una mayor productividad se requiere de ciertas condiciones como; los atributos que deba tener un producto en este caso Chile, presenta una desventaja en cuanto al proceso industrial, sólo se utilizan uvas aromáticas donde el mosto se deja reposar 30 a 50 días para clarificar, luego se trasiega y recién en ese momento se procede a la destilación. y se agrega anhídrido sulfuroso y es por ello que no se respeta el proceso natural.

VCEE2	<p>La teoría demuestra que las economías de escala son en sí una eficiencia productiva que se considera para las escalas de producción. Al igual que los expertos mencionan es uno de los modelos empresariales que se tomaría en cuenta para lograr mayor productividad y disminución de costos o eficiencia de estos, porque permite a la empresa producir en grandes cantidades e increíblemente a precios sumamente bajos.</p> <p>Según el estudio en el mercado acceder a una economía de escala ofrece la posibilidad de reducir costos y gozar de un mejor y mayor número de servicios.</p>	<p>También la variedad de productos que se tiene en Chile es reducida El pisco no se clasifica por tipo de uva sino por la graduación alcohólica:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pisco corriente o tradicional que tiene una graduación alcohólica de 30°. -Pisco especial que tiene 35° -Pisco reservado que tiene 40° -Gran pisco que tiene 43° o más.
VCG3	<p>La teoría demuestra que la geografía alcanzó un notable desarrollo teórico, los cuales la mostraban como una ciencia dinámica que se iba adaptando a los cambios y a las nuevas circunstancias que se presentaban en la sociedad, al igual que los expertos mencionan que definitivamente es fundamental la geografía, además que en en el Perú se tiene la dicha de tener variedades y condiciones climáticas geográficas lo que genera que se tenga una ventaja geográfica que le dan valor al producto y que son reconocidas por el público como un sabor distintivo.</p>	<p>La teoría demuestra que Las Economías de Escala son en sí una eficiencia productiva que se considera para las escalas de producción, Al igual que los expertos que esto es uno de los modelos empresariales que se tomaría en cuenta para lograr mayor productividad y disminución de costos o eficiencia de estos porque permite a la empresa producir en grandes cantidades e increíblemente a precios sumamente bajos.</p> <p>Según el estudio en el mercado los gastos de los terminales portuarios para manejar naves de mayor envergadura aumentan, junto con hacerse necesario expandir el espacio físico para evitar congestiones, aun cuando no haya mayor volumen de carga.</p> <p>La teoría demuestra que alcanzó un notable desarrollo teórico, los cuales mostraban a la geografía como una ciencia dinámica que se iba adaptando a los cambios y a las nuevas circunstancias que se presentaban en la sociedad. Al igual que los expertos mencionan que definitivamente es fundamental la geografía, además que en en el Perú se tiene la dicha de tener variedades y condiciones climáticas geográficas lo que genera que se tenga una ventaja geográfica que le dan valor al producto y que son reconocidas por el público como un sabor distintivo.</p>

Todo ello relacionado con los diferentes criterios del estudio del mercado, como las zonas de producción del producto pisco que se tiene en Perú, las cuales son, la Región Lima, Región Ica, Región Arequipa, Región Moquegua y la Región Tacna.

Cabe mencionar las condiciones climáticas geográficas son un factor primordial que ha permitido la producción de ocho tipos de uvas pisqueras, y también el sector agroalimentario peruano, que es enormemente productivo, diverso y con una enorme dimensión internacional.

Todo ello relacionado con los diferentes criterios que se desarrollaron en la guía, como las zonas de producción que se tiene en Chile En el corazón del valle del elqui, nació el pisco, en las provincias de Atacama y Coquimbo, por los ríos Copiapó, Huasco, Elqui, Limarí y Choapa.

Además de las condiciones climáticas geográficas, la zona es ideal para el cultivo de la uva moscatel, la principal con que el pisco chileno es elaborado. La historia de esta zona, sumada a su geografía, cultura y habitantes, dan vida al terruño pisquero: conjunto de factores que involucran una zona geográfica, un suelo característico, condiciones climáticas y flora para la óptima producción,

Además de ello la Agroindustria del sector agroalimentario chileno es uno de los más dinámicos de la economía nacional por su aporte al PIB, el que se estima alrededor del 4,7%.

Tabla 48

Similitud o diferencias de las subcategorías de la comparación de los países Perú y Chile

Subcategorías	Similitud o Diferencias
OEPI1	<p>Similitudes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La teoría demuestra que, el precio nos va a indicar el valor de un producto, para ello este precio varía de acuerdo a un marketing mix y las condiciones del mercado. Al igual que el experto que considera que el precio internacional depende del mercado al cual se va a direccionar, por tanto, los precios se deben adaptar a ello. • Las empresas peruanas y chilenas tuvieron un crecimiento constante en torno a las exportaciones en total FOB US\$, al igual que la variabilidad en el precio internacional que tuvo un crecimiento mínimo para ambos países. <p>Diferencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las empresas peruanas tuvieron mayor crecimiento en el Total FOB US\$, la empresa Bodega San Isidro S.R.L. obtuvo 1,613,406, por otro lado, las empresas chilenas, la Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA obtuvo 1,048,490. • En el caso del precio internacional por litro US\$, la empresa chilena Sociedad Vinícola Miguel Torres SA. tuvo el mayor precio con 8.990, a diferencia de las empresas peruanas, la empresa Bodega San Isidro S.R.L. tuvo 7.949. • Las empresas peruanas con mayor participación internacional tienen un porcentaje parecido entre el 10% al 15%, a lo que las empresas chilenas, hay una que predomina, con 38.41%. • Las empresas peruanas tuvieron un crecimiento mínimo y no varía mucho entre el mercado estadounidense y chino, con 5.355 y 6.211 respectivamente, por el otro lado las empresas chilenas ofrecen un precio más alto para China con 11, que a Estados Unidos con 6.236.
OET2	<p>Similitudes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Según la teoría, la tecnología ayuda a que una empresa pueda resolver problemas prácticos, debido a que involucra los procesos necesarios para la producción. Al igual que el experto, considera que la tecnología ha sido de gran ayuda para el ámbito empresarial, y que es necesario automatizar los procesos de la empresa, teniendo en cuenta el destino final. • Ambos países han incorporado programas y proyectos para favorecer el incremento de la tecnología en sus diversos procesos de producción. Las empresas pisqueras cuentan con empresas con última tecnología y especialistas quienes ayudan al posicionamiento internacional.

Diferencias:

- Perú implantó cadenas industriales para mejorar los procesos, la verificación de las bodegas y toma de muestras, por el Instituto Tecnológico de la Producción, además a través de un prototipo realizado por la Universidad Católica que consiste en una nariz electrónica, se podrá mejorar la calidad del pisco y optimizar la producción del mismo.
- Chile implantó un programa para mejorar la competitividad por el Ministerio de Agricultura, además realizaron la aplicación de un modelo cooperativo para los productores de uva.

Similitudes:

- Según la teoría para realizar un cálculo de la capacidad de producción se debe valorar los recursos y medir tanto calidad como cantidad en los recursos humanos, maquinarias y equipos, al igual que los expertos, inciden en que para realizar un correcto análisis de la capacidad de producción se debe observar la capacidad operativa, para evaluar a las maquinarias y equipos, también es importante un buen capital humano.
- Con respecto al área cosechada de uvas por cada país, ambas tuvieron un crecimiento constante, en el caso de Perú el crecimiento fue de 35,704 Ha. y de Chile fue de 201,895 Ha. ambos en el 2021.

OECP3

Diferencias:

- Perú posee algunos pequeños productores de uva que no tuvieron una correcta capacidad de inversión.
- En el área cosechada de uvas Chile tuvo una mayor cantidad de hectáreas que Perú.
- En el rendimiento de uvas, Perú tuvo un mayor crecimiento con 231,279 g/ Ha, en cambio de Chile fue de 127,844 g/ Ha para el 2021.
- En la producción de uvas, si bien Chile tuvo una caída a lo largo de los años desde el 2018, tuvo una mayor producción que Perú, con 2,581,108.26 en el 2021 y para Perú 825,749.79 Tn. para el mismo año.

Similitudes:

- La teoría demuestra que, la capacidad económica es la relación con la potencialidad económica vinculada a la titularidad y disponibilidad de la riqueza, la apropiación de los conocimientos, las habilidades y la confianza (actitud) para conocer y reconocer las oportunidades financieras. Al igual que los expertos consideran que, para expandirse en el mercado, se requiere de un financiamiento para poder emprender el negocio, sin embargo, la empresa debe contar con una capacidad de pago y endeudamiento.
- Ambos países ayudan a sus empresas del sector bebidas alcohólicas a obtener créditos. Realizan inversiones para el mejoramiento del producto y así lograr el crecimiento de las exportaciones.

OECEF4

Diferencias:

- En el caso de Perú, se implantó el programa Reactiva Perú para que las empresas del sector de bebidas alcohólicas puedan acceder a programas crediticios, al igual que el programa FAE-AGRO del Ministerio de Desarrollo y Riego.
- En el caso de Chile, el Ministerio de Agricultura realizó un convenio de transferencia de \$28,000.00 para potenciar los atributos del pisco y mejorar la competitividad, al igual que el gobierno de Coquimbo, implementó un plan con una inversión de 7.100 con el mismo fin.
- Según el Banco Mundial, Chile tiene un mayor crédito interno con 108.66%, a diferencia del Perú, quien tiene 47.8% del PBI.
- Según Doing Business, Chile tiene un mayor rango para la obtención de un crédito que Perú, con un rango de 94 y 75 respectivamente.

Similitudes:

- La teoría demuestra que, la infraestructura productiva influye indirectamente en la productividad del resto de los insumos en el proceso productivo y de las firmas. En el caso de los factores productivos, la tierra, el trabajo y el capital físico aumentan su productividad. Igualmente, los expertos consideran que para que una empresa logre una buena capacidad productiva debe planificar con la debida antelación. Otros indicadores para evaluar la capacidad productiva es hacer uso de una infraestructura productiva para tener una distribución correcta de estos. Cuentan con áreas apropiadas para producir uvas, influenciadas por el clima ideal para el crecimiento correcto de la materia prima.

OEIP5

Diferencias:

- Perú cuenta con 5 departamentos que predominan como los ideales para la producción de uva de pisco entre ellos Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna, a diferencia de Chile quien cuenta con 2 principales departamentos, Atacama y Coquimbo.
- En Perú el Ministerio de Desarrollo Agrario inauguró una planta moderna correctamente equipada, en Chile el Ministerio de Agricultura hizo entrega de fertilizantes e incentivos para maquinarias a los agricultores para mejorar las siembras.

Similitudes:

- La teoría demuestra que, las barreras arancelarias son un impuesto que se aplica al comercio internacional expresado en diferentes formas y tipos; todo ello, para generar ingresos adicionales. Al igual que los expertos que consideran que el Perú cuenta con barreras arancelarias muy bajas, sin embargo, los demás países con los que el Perú tiene una TLC le ofrecen aranceles 0%, que ayudará a que las empresas puedan obtener un precio más competitivo.
- Para ambos países el régimen arancelario con Estados Unidos es de 0%.

OEBA6

Diferencias:

-
- Para ambos países el régimen arancelario con China es de 10% con una tarifa preferencial de 0%.

Similitudes:

- La teoría demuestra que, las barreras no arancelarias son medidas que pueden afectar el comercio de las mercancías importadas; así dentro de esta categoría se pueden destacar las medidas sanitarias y fitosanitarias injustificadas, de cierta forma terminan constituyendo una restricción encubierta al comercio.
- Ambos países tienen diferentes requisitos reglamentarios que cumplir, con respecto a Estados Unidos son 68, y para China son 30 requisitos.

OEBNA7

Diferencias:

- Los expertos opinan que el certificado de origen sirve para dar fiabilidad de que el producto efectivamente proviene del país que indica, igualmente para que el producto pueda acogerse a una TLC. Acerca del certificado de denominación de origen para el producto pisco, fue otorgado por la Dirección de Signos Distintivos de Indecopi, 70 países lo reconocían en el 2019 en el Perú, y para el caso de Chile fue otorgado por el Servicio Agrícola Ganadero, 50 países lo reconocían en el 2019.

Similitudes:

- La teoría demuestra que, las certificaciones son importantes porque generan un valor estratégico en las empresas, al igual que favorece las oportunidades para dar a conocer las prácticas que se siguen para la exportación de productos, aumentando las posibilidades de ingresar a nuevos mercados. Al igual que los expertos consideran que las certificaciones hacen ver a una empresa que logró resultados óptimos como en la calidad y procesos, ello hace que se vea más atractiva en el mercado y para los clientes.
- Ambos países deben cumplir con el Hazard Analysis and Critical Control Point al igual que al mercado chino, USDA Organic, Fair Trade Certified, Conapisco, BPM para ingresar al mercado estadounidense y para el mercado chino el China Compulsory Certificate, GAP.
- Ambos países deben cumplir con certificaciones para ingresar al mercado de destino que elijan.
- Tanto empresas pisqueras peruanas como chilenas obtuvieron reconocimientos por la calidad, sabor de sus bebidas alcohólicas, de importantes concursos a nivel mundial.
- Ambos países cuentan con el certificado de denominación de origen de su producto.

OEI8

Diferencias:

- Un experto indica que las certificaciones no son propias para las empresas del sector vitivinícola, sin embargo, los premios que obtienen si, como medallas. Según el estudio de mercado para Perú, acorde al Ministerio de Comercio Exterior de Turismo, la bebida pisco obtuvo diferentes premios, 8 premios great gold, 8 silver y 18 bebidas ganaron el concurso Internacional Espirituosos
-

de España. En el caso de Chile las empresas chilenas recibieron 11 distinciones en la competencia Spirits Challenge 2021, obteniendo una medalla de oro.

- Ambos países deben cumplir con regulaciones sanitarias, DIGESA es la entidad que otorga dicha certificación para Perú, y para Chile el SAG.
- Perú es el país que obtuvo la denominación de origen un año antes que Chile, en 1999, igualmente que fue reconocida por 70 países en el 2019, y Chile fue reconocida por 50 países para el mismo año.

Similitudes:

- La teoría demuestra que, la infraestructura logística es importante para la competitividad de los puertos, en donde las terminales portuarias, permiten prestar las funciones de almacenamiento y distribución dentro de la cadena logística, para llegar directamente a los clientes o a los centros satélites de las empresas. Al igual que los expertos consideran que para el sector vitivinícola que está concentrado en la Costa, estos tienen un puerto de salida de forma directa, uno de ellos es el puerto del Callao, es por ello que el sector agroindustria es más desarrollado.
- En las vías de transporte tanto Perú como Chile han ido creciendo considerablemente en la vía marítima, considerándolo como la mayor cantidad FOB exportada por ese medio.

Diferencias:

- OEIL9
- Según el estudio Doing business, es decir la facilidad para hacer negocios, el Perú ocupa el puesto 76 con una puntuación de 68.7, en tanto Chile ocupa el puesto 59 con una puntuación de 72.6.
 - Otro punto a resaltar es que el tiempo a exportar en Perú es de 48 horas mientras que en Chile son 60 horas.
 - Perú ha demostrado un crecimiento considerable en la vía marítima obteniendo 10,830,171 del total de US\$ FOB en el 2022, mientras que Chile lo que prevalece es la vía marítima obteniendo 2,724,485 del total de US\$ FOB en el 2021.
 - En las Aduanas de Perú la que predomina con mayor porcentaje de 90% es Marítima de Callao y en Chile con un 79% en la de San Antonio y Valparaíso con 19%.

Similitudes:

- OECP10
- Con respecto a calidad de producto, la teoría menciona que es la conformidad con los requerimientos establecidos para así garantizar la calidad del producto. Relacionado con lo que los expertos mencionan que es fundamental cumplir con niveles de normatividad y cumplir las exigencias de inocuidad.
 - Ambos países tienen el reconocimiento por la denominación de origen, esta distinción que garantiza la calidad del producto.
-

-
- Además de ello que ambas empresas tanto peruanas como chilenas tienen diferentes reconocimientos a lo largo de los años que les han permitido posicionarse y tener puertas internacionales.

Diferencias:

- Los distintos reconocimientos que obtuvieron fueron:
- La empresa peruana Destilería la Caravedo recibió una distinción por la labor de promover el destilado de uva en el mundo, en la categoría “Pisco, Spirits of Peru”, la más reconocida.
- La empresa chilena CIA Pisquera de Chile S.A.: Lograron 6 medallas en Francisco World Spirits Competition 2021 y 8 medallas en International Spirits Challenge 2021.

Similitudes:

- La Capacidad de Gestión según se menciona teóricamente es la coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz, lo mismo mencionado por los expertos ya que se dice que una empresa que tiene miras internacionales debe de tener una gestión de sus actividades efectiva, con oferta exportable diversificada para que exista mayor poder de negociación.
- Ambos países se han adaptado a los cambios que surgieron con las nuevas tecnologías y así posicionarse mejor en el mercado.
- De igual manera han incursionado en las capacitaciones en temas de producción y así garantizar mejores procesos productivos.

Diferencias:

ICG1

- Adaptación al cambio: La marca peruana “Pisco, Spirit of Perú”, forma parte de una estrategia del gobierno peruano para destacar, a nivel global.
Y en Chile se han fomentado diversos programas que han permitido fortalecer la asociatividad y la competitividad del sector.
- Capacitaciones: En Perú Senasa capacita a pequeños productores en temas de inocuidad Agroalimentaria y Producción Orgánica. En Chile El Minagri impulsó el compromiso por la capacitación del Agro.
- Habilidades y destreza en el sector Pisco:
En Perú con la entrega del registro de la marca “Pisco, Spirits of Peru” el Estado, a través del Indecopi, Mincetur y Promperu han fortalecido la denominación de origen de Pisco y han sido merecedores de innumerables premios.
En Chile se han presentado y demostrado en una feria internacional en Brooklyn una oferta de los productos bandera.

IRE2

Similitudes:

-
- El desempeño de las exportaciones según se menciona teóricamente se define como la medida en que los objetivos corporativos de la empresa se logran mediante la ejecución de la estrategia de exportación de la empresa, lo mismo mencionado por los expertos que para medir el Rendimiento de Exportación se debe evaluar el valor y cantidad de las exportaciones y el incremento de ambos.
 - Ambos países han presentado un incremento del volumen de exportación de Pisco en el 2022.

Diferencias:

- Volumen de exportación: En el Perú hubo un incremento del volumen de exportación con la cantidad de 3.323 toneladas mientras que en Chile hubo una disminución en el volumen exportado llegando a tener 1.221 toneladas, en el 2022.
- En tanto a las exportaciones hacia Estados Unidos, Perú prevaleció con un crecimiento intermitente de 840 toneladas a diferencia de Chile que solo fue de 178 toneladas.
- En tanto a las exportaciones hacia en el mercado chino, Perú tuvo un crecimiento intermitente de 19 toneladas a diferencia de Chile que en este caso fue superior por 21 toneladas.

Similitudes:

- La Innovación según menciona la teoría es una necesidad imperante al hecho de que, actualmente, las organizaciones están inmersas en una era de constantes cambios, lo mismo mencionado por los expertos que la innovación es fundamental y clave para que una empresa pueda diferenciarse, si hablamos del Pisco es uno de los puntos en donde la posición ha sido preferente, porque está muy de la mano con el sector gastronómico peruano lo que nos coloca en una posición ventajosa porque Chile no tiene como asociar su pisco a la gastronomía.
- Ambos se encuentran entre las 132 economías destacadas en el GII 2021 con un considerable Índice de ranking de Innovación Mundial.

II3

Diferencias:

- Adopción Tecnológica: Perú tuvo adopción tecnológica e innovación empresarial, pero en el año 2021 tuvo un desbalance de 62% por debajo de los países, Chile por su parte también ofrece como un método de innovación una nueva plataforma de Registro para empresas de Comercio Exterior.
- En el Índice Mundial de Innovación, Perú se encuentra en el puesto 65° del ranking, mientras que Chile se encuentra en un mejor puesto en el ranking, ocupando el puesto 50°.

Similitudes:

- La teoría demuestra que los acuerdos, convenios y tratados bilaterales son aquellos que se realizan entre dos países. En el ámbito internacional se ha facilitado la integración de las economías mediante la concertación de acuerdos. Al igual que los expertos
-

ITDL4

consideran que los acuerdos comerciales permiten dinamizar un mayor intercambio comercial entre países, Peru y Chile Tienen un TLC en particular, son miembros de ALADI y en ALADI ya se han establecido algunas rebajas arancelarias.

- El acuerdo que tiene Estados Unidos con ambos países ha generado múltiples beneficios y han incrementado las oportunidades de exportación. Lo mismo ocurrió en el TLL con China, que registró un incremento en las exportaciones.

Diferencias:

- En el caso del TLC con Estados Unidos, en Perú se incrementó el valor exportado llegando en el 2022 a US \$189 millones, mientras que para Chile el intercambio comercial alcanzó los US \$35.400 millones en el año 2022. Además, que el año que entró en vigencia el acuerdo de EE. UU con Perú fue el 2009 a diferencia de Chile que fue el 2004.
- En el caso del TLC con China, con Perú se registraron un incremento del 412% con un crecimiento promedio anual del 13.4%. Mientras que con Chile 37 empresas chilenas exportaron servicios a Hong Kong prestando múltiples servicios.

Similitudes:

- La teoría demuestra que la productividad implica la mejora del proceso productivo, ello implica la comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos, por ello es un índice que relaciona lo producido y los recursos utilizados para generarlo. Al igual que los expertos que mencionan que para lograr mejoras en la productividad va a depender de los procesos y una serie de indicadores que permitan medir el porcentaje de mermas o productos defectuosos.
- Dentro de los atributos que tienen ambos países poseen una diversidad de climas y suelos cálidos que les permite producir una de las mejores cepas de vid.

Diferencias:

- *Atributos:*
En Perú el procedimiento es tradicional costumbrista con los ocho tipos de uvas pisqueras y con el proceso de forma artesanal (pisa) y también industrial a diferencia de Chile que se realizan procesos netamente industriales y se agregan otras sustancias como anhídrido sulfuroso y es por ello que no se respeta tanto el proceso natural.
 - *Variedad de productos:*
En Perú se da la clasificación del pisco por la destilación de las diferentes uvas pisqueras y se obtienen el Pisco Puro, el Mosto Verde y el Acholado.
A diferencia de Chile que la clasificación del Pisco es por la graduación alcohólica que posee, considerando así el Pisco especial que tiene 35°, Pisco reservado que tiene 40° y el Gran pisco que tiene 43°.
 - *Presentación de envase y empaque:*
-

En Perú se usan tapones sintéticos o tapas roscas que deben tener la certificación mundial en grado alimenticio, A diferencia del pisco chileno que se puede embotellar y envejecer en barricas de roble.

Similitudes:

- La teoría demuestra que Las Economías de Escala son en sí una eficiencia productiva que se considera para las escalas de producción, Al igual que los expertos que esto es uno de los modelos empresariales que se tomaría en cuenta para lograr mayor productividad y disminución de costos o eficiencia de estos porque permite a la empresa producir en grandes cantidades e increíblemente a precios sumamente bajos.
- En ambos casos por cada país, se denota la importancia de la economía de escala, y cómo influye de manera positiva en sus procesos.

VCEE2

Diferencias:

- En el caso de Perú, el Gerente de Desarrollo de Negocios de BSF Almacenes del Perú explica que acceder a una economía de escala ayuda a reducir costos y a obtener un mayor número de servicios, los gastos esenciales como el de seguridad, limpieza y mantenimiento se disuelven al ser tercerizado.
- En el caso de los gastos de las terminales portuarias cuando necesitan manejar naves con mayor envergadura, las economías de escala funcionan en la cadena logística para poder mejorar la productividad de la mano de obra con el aumento en la capacidad de la nave.

Similitudes:

- La teoría demuestra que alcanzó un notable desarrollo teórico, los cuales mostraban a la geografía como una ciencia dinámica que se iba adaptando a los cambios y a las nuevas circunstancias que se presentaban en la sociedad; al igual que los expertos mencionan que definitivamente es fundamental la geografía, además que en el Perú se tiene la dicha de tener variedades y condiciones climáticas geográficas lo que genera que se tenga una ventaja geográfica que le dan valor al producto y que son reconocidas por el público como un sabor distintivo.
- Ambos países tienen zonas geográficas de producción especiales en donde se cultivan las mejores uvas. De la misma manera en condiciones climáticas geográficas, de los valles y regiones que cada uno de los países tiene permite la producción de calidad de las vides pisqueras.
En Agroindustria se puede mencionar que ambos países son dinámicos y tienen una dimensión con visión internacional.

VCG3

Diferencias:

-
- Condiciones climáticas geográficas: Perú señala que su biodiversidad es un factor primordial que ha permitido la producción de ocho tipos de uvas pisqueras, las cuales contienen cualidades únicas de las 5 regiones donde se cultivan y la cadena de producción del Pisco. y de la misma manera Chile en las zonas por valles transversales, con contrastes de temperatura y un clima cálido y seco es la zona ideal para el cultivo de la uva moscatel, la principal con que el pisco chileno es elaborado.
 - Agroindustria: Se menciona que el sector agro peruano es enormemente productivo, diverso y con una enorme dimensión internacional. Y de la misma manera el sector agroalimentario chileno es uno de los más dinámicos de la economía nacional por su aporte al PIB.
-

4.4. Hallazgos

Oferta exportable

Precio internacional:

- El precio nos va a indicar el valor de un producto, para ello este precio varía de acuerdo a un marketing mix y las condiciones del mercado, el precio internacional depende del mercado al cual se va a direccionar, por tanto, los precios se deben adaptar a ello.
- Las empresas peruanas y chilenas tienen un crecimiento constante en torno a las exportaciones en total FOB US\$, al igual que la variabilidad en el precio internacional que tienen un crecimiento mínimo para ambos países.
- Las empresas peruanas tienen mayor crecimiento en el Total FOB US\$, la empresa Bodega San Isidro S.R.L. obtuvo 1,613,406, por otro lado, las empresas chilenas, la Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA obtuvo 1,048,490.
- En el caso del precio internacional por litro US\$, la empresa chilena Sociedad Vinícola Miguel Torres SA. tuvo el mayor precio con 8.990, a diferencia de las empresas peruanas, la empresa Bodega San Isidro S.R.L. tuvo 7.949.
- Las empresas peruanas con mayor participación internacional tienen un porcentaje parecido entre el 10% al 15%, a lo que las empresas chilenas, hay una que predomina, con 38.41%.
- Las empresas peruanas tienen un crecimiento mínimo y no varía mucho entre el mercado estadounidense y chino, con 5.355 y 6.211 respectivamente, por el otro lado las empresas chilenas ofrecen un precio más alto para China con 11, que a Estados Unidos con 6.236.

Capacidad de producción

- Para realizar un cálculo de la capacidad de producción se valora y mide los recursos en tanto calidad como cantidad en los recursos humanos, maquinarias y equipos, al igual que para realizar un correcto análisis de la capacidad de producción se observa la capacidad operativa, para evaluar a las maquinarias y equipos, también es importante un buen capital humano.
- Perú posee algunos pequeños productores de uva que no tuvieron una correcta capacidad de inversión.
- En el área cosechada de uvas Chile tiene una mayor cantidad de hectáreas que Perú.
- En el rendimiento de uvas, Perú tiene un mayor crecimiento con 231,279 g/ Ha, en cambio de Chile fue de 127,844 g/ Ha para el 2021.
- En la producción de uvas, si bien Chile tuvo una caída a lo largo de los años desde el 2018, tuvo una mayor producción que Perú, con 2,581,108.26 en el 2021 y para Perú 825,749.79 Tn. para el mismo año.

Infraestructura productiva

- La infraestructura productiva influye indirectamente en la productividad del resto de los insumos en el proceso productivo y de las firmas. En el caso de los factores productivos, la tierra, el trabajo y el capital físico aumentan su productividad. Igualmente, los expertos consideran que para que una empresa logre una buena capacidad productiva debe planificar con la debida antelación. Otros indicadores para evaluar la capacidad productiva es hacer uso de una infraestructura productiva para tener una distribución correcta de estos, contar

con áreas apropiadas para producir uvas, influenciadas por el clima ideal para el crecimiento correcto de la materia prima.

- Perú cuenta con 5 departamentos que predominan como los ideales para la producción de uva de pisco entre ellos Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna, a diferencia de Chile quien cuenta con 2 principales departamentos, Atacama y Coquimbo.
- En Perú el Ministerio de Desarrollo Agrario inauguró una planta moderna correctamente equipada, en Chile el Ministerio de Agricultura hizo entrega de fertilizantes e incentivos para maquinarias a los agricultores para mejorar las siembras.

Barreras no arancelarias

- Las barreras no arancelarias son medidas que pueden afectar el comercio de las mercancías importadas; así dentro de esta categoría se pueden destacar las medidas sanitarias y fitosanitarias injustificadas, de cierta forma terminan constituyendo una restricción encubierta al comercio.
- Ambos países tienen diferentes requisitos reglamentarios que cumplir, con respecto a Estados Unidos son 68, y para China son 30 requisitos.
- El certificado de origen sirve para dar fiabilidad de que el producto efectivamente proviene del país que indica, igualmente para que el producto pueda acogerse a una TLC. Acerca del certificado de denominación de origen para el producto pisco, fue otorgado por la Dirección de Signos Distintivos de Indecopi, 70 países lo reconocían en el 2019 en el Perú, y para el caso de Chile fue otorgado por el Servicio Agrícola Ganadero, 50 países lo reconocían en el 2019.

Certificaciones internacionales

- Las certificaciones son importantes porque generan un valor estratégico en las empresas, al igual que favorece las oportunidades para dar a conocer las prácticas que se siguen para la exportación de productos, aumentando las posibilidades de ingresar a nuevos mercados viéndose más atractiva para el cliente.
- Ambos países deben cumplir con el Hazard Analysis and Critical Control Point al igual que al mercado chino, USDA Organic, Fair Trade Certified, Conapisco, BPM para ingresar al mercado estadounidense y para el mercado chino el China Compulsory Certificate, GAP.
- Ambos países deben cumplir con certificaciones para ingresar al mercado de destino que elijan.
- Tanto empresas pisqueras peruanas como chilenas obtuvieron reconocimientos por la calidad, sabor de sus bebidas alcohólicas, de importantes concursos a nivel mundial.
- Un experto indica que las certificaciones no son propias para las empresas del sector vitivinícola, sin embargo, los premios que obtienen si, como medallas. Según el estudio de mercado para Perú, acorde al Ministerio de Comercio Exterior de Turismo, la bebida pisco obtuvo diferentes premios, 8 premios great gold, 8 silver y 18 bebidas ganaron el concurso Internacional Espirituosos de España. En el caso de Chile las empresas chilenas recibieron 11 distinciones en la competencia Spirits Challenge 2021, obteniendo una medalla de oro.
- Ambos países deben cumplir con regulaciones sanitarias, DIGESA es la entidad que otorga dicha certificación para Perú, y para Chile el SAG.

- Perú es el país que obtuvo la denominación de origen un año antes que Chile, en 1999, igualmente que fue reconocida por 70 países en el 2019, y Chile fue reconocida por 50 países para el mismo año.

Infraestructura logística

- La infraestructura logística es importante para la competitividad de los puertos, en donde las terminales portuarias, permiten prestar las funciones de almacenamiento y distribución dentro de la cadena logística, para llegar directamente a los clientes o a los centros satélites de las empresas. Para el sector vitivinícola que está concentrado en la Costa, estos tienen un puerto de salida de forma directa, uno de ellos es el puerto del Callao, es por ello que el sector agroindustria es más desarrollado.
- Según el estudio Doing business, es decir la facilidad para hacer negocios, el Perú ocupa el puesto 76 con una puntuación de 68.7, en tanto Chile ocupa el puesto 59 con una puntuación de 72.6.
- Otro punto a resaltar es que el tiempo a exportar en Perú es de 48 horas mientras que en Chile son 60 horas.
- Perú ha demostrado un crecimiento considerable en la vía marítima obteniendo 10,830,171 del total de US\$ FOB en el 2022, mientras que Chile lo que prevalece es la vía marítima obteniendo 2,724,485 del total de US\$ FOB en el 2021.
- En las Aduanas de Perú la que predomina con mayor porcentaje de 90% es Marítima de Callao y en Chile con un 79% en la de San Antonio y Valparaíso con 19%.

Internacionalización

Capacidad de gestión

- La capacidad de gestión según se menciona es la coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz, lo mismo que se dice que una empresa que tiene miras internacionales debe de tener una gestión de sus actividades efectiva, con oferta exportable diversificada para que exista mayor poder de negociación.
- Ambos países se han adaptado a los cambios que surgieron con las nuevas tecnologías y así posicionarse mejor en el mercado, de igual manera han incursionado en las capacitaciones en temas de producción y así garantizar mejores procesos productivos.
- En Adaptación al cambio la marca peruana “Pisco, Spirit of Perú”, forma parte de una estrategia del gobierno peruano para destacar, a nivel global. Y en Chile se han fomentado diversos programas que han permitido fortalecer la asociatividad y la competitividad del sector.
- Las habilidades y destreza en el sector Pisco, En Perú con la entrega del registro de la marca “Pisco, Spirits of Peru” el Estado, a través del Indecopi, Mincetur y Promperu han fortalecido la denominación de origen de Pisco y han sido merecedores de innumerables premios. En Chile se han presentado y demostrado en una feria internacional en Brooklyn una oferta de los productos bandera.

Rendimiento de las exportaciones

- El desempeño de las exportaciones según se menciona se define como la medida en que los objetivos corporativos de la empresa se logran mediante la ejecución de la estrategia de exportación de la empresa, para medir el Rendimiento de

Exportación se debe evaluar el valor y cantidad de las exportaciones y el incremento de ambos.

- Volumen de exportación: En el Perú hubo un incremento del volumen de exportación con la cantidad de 3.323 toneladas mientras que en Chile hubo una disminución en el volumen exportado llegando a tener 1.221 toneladas, en el 2022.
- En tanto a las exportaciones hacia Estados Unidos, Perú prevaleció con un crecimiento intermitente de 840 toneladas a diferencia de Chile que solo fue de 178 toneladas.
- En tanto a las exportaciones hacia en el mercado chino, Perú tuvo un crecimiento intermitente de 19 toneladas a diferencia de Chile que en este caso fue superior por 21 toneladas.

Ventaja Comparativa

Productividad

- La productividad implica la mejora del proceso productivo, ello implica la comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos, por ello es un índice que relaciona lo producido y los recursos utilizados para generarlo. Al igual que para lograr mejoras en la productividad va a depender de los procesos y una serie de indicadores que permitan medir el porcentaje de mermas o productos defectuosos.
- Atributos: En Perú el procedimiento es tradicional costumbrista con los ocho tipos de uvas pisqueras y con el proceso de forma artesanal (pisa) y también industrial a diferencia de Chile que se realizan procesos netamente industriales

y se agregan otras sustancias como anhídrido sulfuroso y es por ello que no se respeta tanto el proceso natural.

- Variedad de productos: En Perú se da la clasificación del pisco por la destilación de las diferentes uvas pisqueras y se obtienen el Pisco Puro, el Mosto Verde y el Acholado. A diferencia de Chile que la clasificación del Pisco es por la graduación alcohólica que posee, considerando así el Pisco especial que tiene 35°, Pisco reservado que tiene 40° y el Gran pisco que tiene 43°.

Geografía

- Se demuestra que se alcanzó un notable desarrollo teórico, los cuales mostraban a la geografía como una ciencia dinámica que se iba adaptando a los cambios y a las nuevas circunstancias que se presentaban en la sociedad; mencionan que definitivamente es fundamental la geografía, además que en el Perú se tiene la dicha de tener variedades y condiciones climáticas geográficas lo que genera que se tenga una ventaja geográfica que le dan valor al producto y que son reconocidas por el público como un sabor distintivo.
- Ambos países tienen zonas geográficas de producción especiales en donde se cultivan las mejores uvas.
- De la misma manera en condiciones climáticas geográficas, de los valles y regiones que cada uno de los países tiene permite la producción de calidad de las vides pisqueras. En Agroindustria se puede mencionar que ambos países son dinámicos y tienen una dimensión con visión internacional.
- Condiciones climáticas geográficas: Perú señala que su biodiversidad es un factor primordial que ha permitido la producción de ocho tipos de uvas pisqueras, las cuales contienen cualidades únicas de las 5 regiones donde se

cultivan y la cadena de producción del Pisco. y de la misma manera Chile en las zonas por valles transversales, con contrastes de temperatura y un clima cálido y seco es la zona ideal para el cultivo de la uva moscatel, la principal con que el pisco chileno es elaborado.

4.5. Discusión de resultados

El propósito planteado en la presente investigación fue establecer el análisis comparativo de la evolución de las exportaciones de pisco de Perú y Chile, en los periodos 2018 a 2022. Los resultados demuestran que en la categoría oferta exportable, el precio internacional nos indica el valor de un producto, para ello este precio varía de acuerdo a un marketing mix y las condiciones del mercado, además que depende del mercado al cual se va a direccionar. Las empresas peruanas tuvieron mayor crecimiento en el Total FOB US\$, como la empresa Bodega San Isidro S.R.L. obtuvo 1,613,406, por otro lado, las empresas chilenas, la Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA obtuvo 1,048,490. En el caso del precio internacional por litro US\$, la empresa chilena Sociedad Vinícola Miguel Torres SA. tuvo el mayor precio con 8.990, a diferencia de las empresas peruanas, Bodega San Isidro S.R.L. tuvo 7.949. Las empresas peruanas con mayor participación internacional tienen un porcentaje parecido entre el 10% al 15%, a lo que las empresas chilenas, hay una que predomina, con 38.41%. Las empresas peruanas tuvieron un crecimiento mínimo del valor unitario y no varía mucho entre el mercado estadounidense y chino, con 5.355 y 6.211 US\$/L respectivamente, y Chile ofrece un precio más alto para China con 11 y Estados Unidos con 6.236 US\$/L.

Con respecto a la capacidad de producción, para realizar un cálculo se debe medir tanto calidad como cantidad en los recursos humanos, maquinarias y equipos, al igual que para realizar un correcto análisis de la capacidad de producción se debe observar la capacidad operativa. En el área cosechada de uvas Chile tuvo mayor cantidad de hectáreas

cosechadas que Perú. En el rendimiento de uvas, Perú tuvo un mayor crecimiento con 231,279 g/ Ha, en cambio de Chile fue de 127,844 g/ Ha para el 2021. En la producción de uvas, si bien Chile tuvo una caída a lo largo de los años desde el 2018, tuvo una mayor producción que Perú, con 2,581,108.26 en el 2021 y para Perú 825,749.79 Tn. para el mismo año.

En tanto al estudio de la infraestructura productiva, según los factores productivos, la tierra, el trabajo y el capital físico aumentan la productividad de una empresa. Otros indicadores para evaluar la capacidad productiva es tener una distribución correcta de ellos, contar con áreas apropiadas para producir uvas, influenciadas por el clima ideal para el crecimiento correcto de la materia prima. Perú cuenta con 5 departamentos que predominan como los ideales para la producción de uva de pisco entre ellos Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna, a diferencia de Chile quien cuenta con 2 principales departamentos, Atacama y Coquimbo. Con respecto a las maquinarias y equipos en el Perú el Ministerio de Desarrollo Agrario inauguró una planta moderna correctamente equipada y en Chile el Ministerio de Agricultura hizo entrega de fertilizantes e incentivos para maquinarias a los agricultores para mejorar las siembras.

Con respecto a las barreras no arancelarias, son medidas que pueden afectar el comercio de las mercancías importadas; así dentro de esta categoría se pueden destacar las medidas sanitarias y fitosanitarias injustificadas. Ambos países tienen diferentes requisitos reglamentarios que cumplir, con respecto a Estados Unidos son 68, y para China son 30 requisitos. El certificado de origen sirve para dar fiabilidad de que el producto efectivamente proviene del país que indica, igualmente para acogerse a una TLC. Acerca del certificado de denominación de origen para el producto pisco, fue otorgado por la Dirección de Signos Distintivos de Indecopi, 70 países lo reconocían en el 2019 en el Perú, y para el caso de Chile fue otorgado por el Servicio Agrícola Ganadero, 50 países lo reconocían en el 2019.

En tanto las certificaciones son importantes porque generan un valor estratégico en las empresas, al igual que favorece las oportunidades para dar a conocer las prácticas que se siguen para la exportación de productos. Perú y Chile deben cumplir con el Hazard Analysis and Critical Control Point como certificación reglamentaria para los mercados Estados Unidos y China, adicionalmente para ingresar al mercado estadounidense se requiere de USDA Organic, Fair Trade Certified, Conapisco, BPM y para el mercado chino el China Compulsory Certificate, GAP. Con respecto a los premios que obtuvieron las empresas, el Ministerio de Comercio Exterior de Turismo otorgó al Perú, 8 premios great gold, 8 silver y 18 bebidas ganaron el concurso Internacional Espirituosos de España. En el caso de Chile, las empresas recibieron 11 distinciones en la competencia Spirits Challenge 2021, obteniendo una medalla de oro. Perú es el país que obtuvo la denominación de origen un año antes que Chile, en 1999, igualmente que fue reconocida por 70 países en el 2019, y Chile fue reconocida por 50 países para el mismo año.

Referente a la infraestructura logística, es importante para la competitividad de los puertos, en donde las terminales portuarias, permiten prestar las funciones de almacenamiento y distribución dentro de la cadena logística, para llegar directamente a los clientes o a los centros satélites de las empresas. Para el sector vitivinícola que está concentrado en la Costa, estos tienen un puerto de salida de forma directa, uno de ellos es el puerto del Callao, es por ello que el sector agroindustria es más desarrollado. Según el estudio Doing business, es decir la facilidad para hacer negocios, el Perú ocupa el puesto 76 con una puntuación de 68.7, en tanto Chile ocupa el puesto 59 con una puntuación de 72.6. Otro punto a resaltar es que el tiempo a exportar en Perú es de 48 horas mientras que en Chile son 60 horas. Perú ha demostrado un crecimiento considerable en la vía marítima obteniendo 10,830,171 del total de US\$ FOB en el 2022, mientras que Chile lo que prevalece es la vía marítima obteniendo 2,724,485 del total de US\$ FOB en el 2021. En las Aduanas

de Perú la que predomina con mayor porcentaje de 90% es Marítima de Callao y en Chile con un 79% en la de San Antonio y Valparaíso con 19%.

También demuestran que en la categoría internacionalización, la capacidad de gestión según se menciona es la coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz, lo mismo para una empresa con miras internacionales debe de tener una gestión de sus actividades efectiva, con oferta exportable diversificada para que exista mayor poder de negociación. Ambos países se han adaptado a los cambios que surgieron con las nuevas tecnologías para posicionarse mejor en el mercado, de igual manera han incursionado en las capacitaciones en temas de producción garantizando mejores procesos productivos. En adaptación al cambio la marca peruana “Pisco, Spirit of Perú”, forma parte de una estrategia del gobierno peruano para destacar, a nivel global. Y en Chile se han fomentado diversos programas que han permitido fortalecer la asociatividad y la competitividad del sector. Por otra parte, las habilidades y destreza en el sector Pisco, En Perú con la entrega del registro de la marca “Pisco, Spirits of Peru” el Estado, a través del Indecopi, Mincetur y Promperu han fortalecido la denominación de origen de Pisco y han sido merecedores de innumerables premios. En Chile se han presentado y demostrado en una feria internacional en Brooklyn una oferta de los productos bandera.

Con respecto al desempeño de las exportaciones se define como la medida en que los objetivos corporativos de la empresa se logran mediante la ejecución de la estrategia de exportación de la empresa, para medir el Rendimiento de Exportación se debe evaluar el valor y cantidad de las exportaciones y el incremento de ambos. Volumen de exportación: En el Perú hubo un incremento del volumen de exportación con la cantidad de 3.323 toneladas mientras que en Chile hubo una disminución en el volumen exportado llegando a tener 1.221 toneladas, en el 2022. En tanto a las exportaciones hacia Estados Unidos, Perú

prevaleció con un crecimiento intermitente de 840 toneladas a diferencia de Chile que solo fue de 178 toneladas. En tanto a las exportaciones hacia el mercado chino, Perú tuvo un crecimiento intermitente de 19 toneladas a diferencia de Chile que en este caso fue superior por 21 toneladas.

Finalmente, con respecto a la última categoría ventaja comparativa, la productividad implica la mejora del proceso productivo, ello denota la comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos. Al igual que para lograr mejoras en la productividad, va a depender de los procesos y una serie de indicadores que permitan medir el porcentaje de mermas o productos defectuosos. En el caso de los atributos, Perú realiza el procedimiento de forma tradicional costumbrista con los ocho tipos de uvas pisqueras, de forma artesanal (pisa) y también industrial, a diferencia de Chile que realizan procesos netamente industriales y se agregan otras sustancias como anhídrido sulfuroso y es por ello que no se respeta tanto el proceso natural. En el caso de la variedad de productos, en Perú se da la clasificación del pisco por la destilación de las diferentes uvas pisqueras y se obtienen el Pisco Puro, el Mosto Verde y el Acholado. A diferencia de Chile que la clasificación del Pisco es por la graduación alcohólica que posee, considerando así el Pisco especial que tiene 35°, Pisco reservado que tiene 40° y el Gran pisco que tiene 43° grados alcohólicos.

En tanto a la geografía, diversos autores mencionan que es definitivamente fundamental en los estudios, además que en el Perú se tiene la dicha de tener variedades y condiciones climáticas geográficas favorables, lo que genera que se tenga una ventaja geográfica que le dan valor al producto y que son reconocidas por el público como un sabor distintivo. Ambos países tienen zonas geográficas de producción especiales en donde se cultivan las mejores uvas. En Agroindustria se puede mencionar que ambos países son dinámicos y tienen una dimensión con visión internacional. Con respecto a las condiciones

climáticas geográficas, de los valles y regiones que cada uno de los países tiene, permite la producción de calidad de las vides pisqueras. Perú señala que su biodiversidad es un factor primordial que ha permitido la producción de ocho tipos de uvas pisqueras, las cuales contienen cualidades únicas de las 5 regiones donde se cultivan y la cadena de producción del Pisco y de la misma manera Chile en las zonas por valles transversales, con contrastes de temperatura y un clima cálido y seco es la zona ideal para el cultivo de la uva moscatel, la principal con que el pisco chileno es elaborado.

Conclusiones

1. Según lo estudiado, se observan tres categorías relevantes que determinan al análisis comparativo para las exportaciones de pisco de los años 2018 a 2022, las cuales son la oferta exportable, la internacionalización y la ventaja comparativa, quienes a su vez cuentan con diferentes subcategorías. En el caso de la oferta exportable una de sus subcategorías importantes es el precio internacional, la capacidad de producción, infraestructura productiva, barreras no arancelarias, certificaciones internacionales y la infraestructura logística. Con respecto a la internacionalización, sus principales subcategorías son, la capacidad de gestión, rendimiento de las exportaciones. Y finalmente en la ventaja comparativa se tiene a la productividad y geografía.
2. En la categoría oferta exportable, se observa que, en el precio internacional, las empresas peruanas tienen mayor crecimiento en el Total FOB US\$, como la empresa Bodega San Isidro S.R.L. tiene 1,613,406, por otro lado, las empresas chilenas, la Cooperación Agrícola Pisquera Elqui LTDA tiene 1,048,490. En el caso del precio internacional por litro US\$, la empresa chilena Sociedad Vinícola Miguel Torres SA. tiene el mayor precio con 8.990, a diferencia de las empresas peruanas, Bodega San Isidro S.R.L. tiene 7.949. Las empresas peruanas tienen un crecimiento mínimo del valor unitario y no varía mucho entre el mercado estadounidense y chino, y Chile ofrece un precio más alto para China con 11 y Estados Unidos con 6.236 US\$/L. Con respecto a la capacidad de producción, para realizar un cálculo se debe medir tanto calidad como cantidad en los recursos humanos, maquinarias y equipos, En el rendimiento de uvas, Perú tiene un mayor crecimiento con 231,279 g/ Ha, en cambio de Chile es de de 127,844 g/ Ha para el 2021. En la producción de uvas, si bien Chile tiene una caída a lo largo de los años desde el 2018, tiene una mayor producción que Perú.

En tanto al estudio de la infraestructura productiva, según los factores productivos, la tierra, el trabajo y el capital físico aumentan la productividad de una empresa. Perú cuenta con 5 departamentos que predominan como los ideales para la producción de uva de pisco entre ellos Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna, a diferencia de Chile quien cuenta con 2 principales departamentos, Atacama y Coquimbo. Con respecto a las barreras no arancelarias, ambos países tienen diferentes requisitos reglamentarios que cumplir, con respecto a Estados Unidos son 68, y para China son 30 requisitos. Acerca del certificado de denominación de origen para el producto pisco, es otorgado por la Dirección de Signos Distintivos de Indecopi, 70 países lo reconocen en el 2019 en el Perú, y para el caso de Chile es otorgado por el Servicio Agrícola Ganadero, 50 países lo reconocen en el 2019. En tanto las certificaciones, Perú y Chile deben cumplir con el Hazard Analysis and Critical Control Point como certificación reglamentaria para los mercados Estados Unidos y China, adicionalmente para ingresar al mercado estadounidense se requiere de USDA Organic, Fair Trade Certified, Conapisco, BPM y para el mercado chino el China Compulsory Certificate, GAP. Con respecto a los premios que obtuvieron las empresas, el Ministerio de Comercio Exterior de Turismo otorga al Perú, 8 premios great gold, 8 silver y 18 bebidas ganaron el concurso Internacional Espirituosos de España. En el caso de Chile, las empresas recibieron 11 distinciones en la competencia Spirits Challenge 2021, obteniendo una medalla de oro. Referente a la infraestructura logística, según el estudio Doing business, es decir la facilidad para hacer negocios, el Perú ocupa el puesto 76 con una puntuación de 68.7, en tanto Chile ocupa el puesto 59 con una puntuación de 72.6. Otro punto a resaltar es que el tiempo a exportar en Perú es de 48 horas mientras que en Chile son 60 horas. Perú ha demostrado un crecimiento considerable en la vía marítima obteniendo 10,830,171 del total de US\$ FOB en el

2022, mientras que Chile lo que prevalece es la vía marítima obteniendo 2,724,485 del total de US\$ FOB en el 2021. En las Aduanas de Perú la que predomina con mayor porcentaje de 90% es Marítima de Callao y en Chile con un 79% en la de San Antonio y Valparaíso con 19%.

3. En la categoría internacionalización, se pone a detalle la capacidad de gestión de modo que las actividades de trabajo puedan desarrollarse de manera eficiente y eficaz, lo mismo para empresas con miras internacionales para que sus gestiones adapten a actividades con mayor oferta exportable diversificada y de esta manera haya mayor poder de negociación. En la innovación ambos países se adaptan a los cambios que surgen con las nuevas tecnologías para posicionarse mejor en el mercado también que se desarrollan capacitaciones en temas de producción garantizando mejores procesos productivos, también que en adaptación al cambio la marca peruana “Pisco, Spirit of Perú”, forma parte de una estrategia del gobierno peruano para destacar, a nivel global, en donde a Perú con la entrega del registro de la marca “Pisco, Spirits of Peru” el Estado, a través del Indecopi, Mincetur y Promperu fortalecen la denominación de origen de Pisco y han sido merecedores de innumerables premios. Y en Chile se fomenta diversos programas para fortalecer la asociatividad y la competitividad del sector demostrado en una feria internacional en Brooklyn una oferta de los productos bandera. También en otro sentido el Volumen de exportación para el Perú tiene un incremento con la cantidad de 3.323 toneladas mientras que en Chile tiene una disminución llegando a tener 1.221 toneladas, en el 2022. Ahora para las exportaciones hacia Estados Unidos, Perú prevalece con un crecimiento intermitente de 840 toneladas a diferencia de Chile que solo es de 178 toneladas. Y para las exportaciones hacia el mercado chino, Perú tiene un crecimiento intermitente de 19 toneladas a diferencia de Chile que en éste caso es superior por 21 toneladas.

4. Finalmente, la última categoría de la ventaja comparativa, se toma en consideración diferentes aspectos como el de la productividad que para lograr mejoras en el proceso productivo se denota entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos, dependiendo de ciertos indicadores que permitan medir el porcentaje de mermas o productos defectuosos. Ahora en el tema de los atributos del producto Pisco, Perú realiza el procedimiento de forma tradicional costumbrista con los ocho tipos de uvas pisqueras, de forma artesanal (pisa) y también industrial, a diferencia de Chile que realizan procesos netamente industriales y se agregan otras sustancias, también se resalta en la variedad de productos, en Perú se da la clasificación del pisco por la destilación de las diferentes uvas pisqueras y se obtienen el Pisco Puro, el Mosto Verde y el Acholado, a diferencia de Chile que la clasificación del Pisco es por la graduación alcohólica que posee, considerando así el Pisco especial que tiene 35°, Pisco reservado que tiene 40° y el Gran pisco que tiene 43° grados alcohólicos. Y en la geografía el Perú tiene la dicha de tener variedades y condiciones climáticas geográficas favorables, lo que genera que tenga una ventaja geográfica que le da valor al producto y sea reconocidas por el público como un sabor distintivo. Perú señala que su biodiversidad es un factor primordial que ha permitido la producción de ocho tipos de uvas pisqueras, las cuales contienen cualidades únicas de las 5 regiones donde se cultivan y la cadena de producción del Pisco y de la misma manera Chile en las zonas por valles transversales, con contrastes de temperatura y un clima cálido y seco es la zona ideal para el cultivo de la uva moscatel, la principal con que el pisco chileno es elaborado. En donde las condiciones climáticas geográficas, de los valles y regiones que cada uno de los países tiene, permite la producción de calidad de las vides pisqueras.

Recomendaciones

1. De acuerdo con los resultados obtenidos sobre el análisis comparativo de la evolución de las exportaciones de pisco de Perú y Chile. Se toma en cuenta los 3 factores de la exportación del Pisco en el 2018 -2022 que son: La Oferta Exportable, internacionalización y Ventaja Comparativa, tener un manejo de información sobre la oferta exportable y profundizar más en ello para concretizar cuánto será la producción anual en litros del Pisco que permita a la empresa a tener mayor sostenibilidad, de la misma manera sofisticar el tema de la estacionalidad y ver en qué épocas es lo que está más cotizada el precio, esto va a permitir pronosticar la producción y futuras demandas a nivel internacional, para todo ello el estado debe promover la investigación y la inversión en tecnologías sofisticadas para la producción y elaboración del producto Pisco.
2. En cuanto a la categoría oferta exportable, en el precio internacional se recomienda aprovechar que las empresas peruanas están teniendo un mayor crecimiento en el total de las exportaciones FOB, ya sea porque el mercado peruano ofrece sus productos a un menor precio que las empresas chilenas, ya que gracias a ello el Perú ha tenido una mayor participación internacional la cual debe aprovecharse para una mayor expansión del mercado del pisco en el extranjero, capacidad de producción se observa que Chile ha producido una mayor cantidad de hectáreas, se debe observar el proceso que usan para poder tener una mayor área de cosecha, se debe aprovechar que Chile a pesar de tener una mayor área cosechada tuvo un mayor rendimiento del producto. En la infraestructura productiva, el Perú debe tomar ventaja sobre Chile, debido a que posee mayores áreas apropiadas para la producción de la materia prima al igual que estas poseen un clima ideal que es un valor agregado para ella. Barreras no arancelarias, se observa que tanto Perú y Chile poseen los mismos requisitos

reglamentarios, sin embargo, se debe aprovechar que en el caso del certificado de denominación de origen Perú es reconocido por 70 países, a diferencia de Chile que solo fue de 50. Certificaciones internacionales se observa que tanto Perú y Chile deben cumplir con diferentes certificaciones para poder ingresar al mercado internacional, para ello deben hacer uso de los acuerdos comerciales que tienen con los países a donde exportarán para que puedan tener una mayor aceptación del producto, por esa razón en el caso del mercado peruano, se deben tener en cuenta la constante mejora en la calidad, sabor y presentación. En la infraestructura logística, en el caso del Perú, debe aprovechar los puertos de salida que tienen ya que son de forma directa, como el puerto del Callao, esto conlleva que el tiempo para exportar sea menor al de Chile. Igualmente, el Perú, debe tomar ventaja el estar al borde del océano pacífico, ya que esto logrará que tenga un mayor crecimiento en las exportaciones en la vía marítima, como se observó en el año 2021.

3. En cuanto a la categoría de la internacionalización tanto Perú y Chile deberían de aprovechar en ingresar a otras economías internacionales para que de esta manera puedan consolidar su presencia y posicionamiento en dichos mercados internacionales, también que el estado peruano debe de promover la firma de más acuerdos comerciales a fin de dar apertura de nuevos mercados potenciales y de esta manera expandir las exportaciones peruanas y chilenas, en particular a la uva fresca mucho más allá del producto Pisco en sí, ya que esto va a permitir la búsqueda e ingreso de nuevos mercados internacionales.
4. Por ultima en la Ventaja Comparativa asimismo, se necesita afianzar el pronóstico de producción y demanda del producto para contar con economías de escala productiva y exportadora al momento de la negociación comercial, y en el tema de los atributos del producto en el caso de Perú consolidar y sacar mayor provecho a los diferentes

reconocimientos por los atributos del producto Pisco obtenidos en diferentes ferias internacionales esto a través de la implementación tecnológica en la producción agrícola.

Referencias

- Acuña, J. (2022). *Análisis de las exportaciones de piña ecuatoriana durante el periodo 2010 - 2020*. Universidad de Guayaquil. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. (Tesis para optar al Título de Economista). Recuperado el 19 de marzo de 2023, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/64268/1/ACU%c3%91A%20MACIAS%20JEAN.pdf>
- ADEX (ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES). (2021 de julio de 2022). *ADEX (ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES)*. Recuperado el 07 de noviembre de 2023, de ADEX (ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES): <https://www.adexperu.org.pe/notadeprensa/adex-exportacion-de-pisco-entre-enero-y-mayo-crecio-87/>
- Agencia Agraria de Noticias. (17 de agosto de 2017). *Agencia Agraria de Noticias*. Recuperado el 15 de abril de 2023, de Agencia Agraria de Noticias: <https://agraria.pe/noticias/exportaciones-de-pisco-peruano-superan-a-los-despachos-del-a-14601>
- Agencia Agraria de Noticias. (31 de marzo de 2021). *Agencia Agraria de Noticias*. (F. Seva, Editor) Recuperado el 26 de julio de 2023, de Agencia Agraria de Noticias: <https://agraria.pe/columna/la-agroindustria-de-peru-un-ejemplo-a-nivel-mundial-24045>
- Agencia Agraria de Noticias. (25 de febrero de 2021). *Agraria.pe*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de Agraria.pe: <https://agraria.pe/noticias/uni-busca-optimizar-produccion-del-pisco-aprovechando-desech-23763>
- Agencia Peruana de Noticias. (2019). *América Economía*. Recuperado el 26 de julio de 2023, de América Economía: <https://www.americaeconomia.com/negocios->

industrias/produccion-de-pisco-en-el-peru-ascenderia-74m-de-litros-durante-el-2019

Agencia Peruana de Noticias. (11 de agosto de 2022). *Andina*. (K. Cuba, & S. Pichihua, Editores) Recuperado el 11 de julio de 2023, de Andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-investigadores-peruanos-desarrollan-nariz-electronica-para-evaluar-calidad-pisco-898530.aspx>

Aguilar, S., & Barroso, J. (julio de 2015). La Triangulación de datos como estrategia de investigación educativa. *Pixel-Bit, revista de medios y educación*, 1(47), 73-88. Recuperado el 24 de noviembre de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/368/36841180005.pdf>

Aguirre, L., & Olivarez, T. (2020). *Elementos de la oferta exportable que influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass hacia China durante los años 2014 al 2018*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. (Tesis para optar el título profesional de licenciado en Negocios Internacionales). Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado el 19 de marzo de 2023, de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/651667/Aguirre_GL.pdf?sequence=3

Alaminos, A., & Castejón, J. (2006). *Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios y escalas de opinión*. (U. d. d'Alacant, Ed.) España: Editorial Marfil. Recuperado el 23 de 11 de 2023, de <https://core.ac.uk/download/pdf/16372347.pdf>

Alomoto, E., & Huaca, J. (2019). *Análisis comparativo de la oferta exportable de aguacate en la CAN hacia España - Unión Europea*. Universidad de las Fuerzas Armadas. Ecuador- Sangolquí: Universidad de las Fuerzas Armadas. (Tesis para optar al Título

de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Internacional). Recuperado el 19 de marzo de 2023, de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/20818/T-ESPE-039787.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

América Economía. (30 de abril de 2021). *América Economía*. (G. Ledger, Editor) Recuperado el 15 de abril de 2023, de América Economía: <https://gestion.pe/peru/exportacion-de-pisco-crecio-en-45-durante-los-primeros-once-meses-del-2022-noticia/>

Andina. (28 de julio de 2020). *Andina*. (J. Ramón, Editor) Recuperado el 13 de julio de 2023, de Andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-conoce-las-10-denominaciones-origen-llenar-orgullo-a-los-peruanos-807573.aspx>

Andrade, A. (2023). Cómo determinar el costo de oportunidad. *Contadores y Empresas*, 181. Recuperado el 18 de mayo de 2023, de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/604385/Art%C3%ADculo+1+Mayo+2012++Costo+de+Oportunidad.pdf?sequence=1>

Arce, K., & Condor, T. (2019). *Análisis situacional de la oferta exportable para el proceso de exportación de la Asociación de productores de maca de la provincia de Junín – Perú*. Universidad de Ciencias Aplicadas. (Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales) Perú: Universidad de Ciencias Aplicadas. Recuperado el 19 de marzo de 2023, de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625791/Arce_ck.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Arias, J., & Segura, O. (2004). Índice de ventaja comparativa revelada: *InterCambio: área de comercia y agronegocios*, 10. Recuperado el 05 de abril de 2023, de <http://repiica.iica.int/DOCS/B0550E/B0550E.PDF>
- Asociación de productores de Pisco A.G. (2020). *PiscoChile*. Recuperado el 15 de julio de 2023, de PiscoChile: <https://piscochile.com/pisco-avances-en-asociatividad-y-competitividad/>
- Avila, H. S. (junio de 2017). El modelo de gravedad y los determinantes del comercio entre Colombia y sus principales socios económicos. *Civilizar de empresa y economía*, 12(1), 89-121. Recuperado el 5 de abril de 2023, de <https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/ceye/article/view/688/582>
- Baena , J. (2018). Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio internacional. *Revista venezolana de Gerencia*, 23(83), 542-558. Recuperado el 26 de abril de 2023, de <https://www.redalyc.org/journal/290/29058775003/html/>
- Banco Mundial. (2023). *Banco Mundial*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de Banco Mundial:
<https://datos.bancomundial.org/indicador/FS.AST.PRVT.GD.ZS?locations=PE&view=chart>
- Banco Mundial. (2023). *Banco Mundial*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de Banco Mundial:
<https://datos.bancomundial.org/indicador/FS.AST.PRVT.GD.ZS?locations=CL&view=chart>
- Barajas, H., & Gutierrez, L. (junio de 2012). La importancia de la Infraestructura física en el crecimiento económico de los municipios de la frontera norte. *Estudios*

- Fronterizos*, 13(25), 57-86. Recuperado el 04 de junio de 2023, de <https://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v13n25/v13n25a3.pdf>
- BBC News Mundo. (10 de noviembre de 2017). *BBC News Mundo*. (L. Fajardo , Editor) Recuperado el 15 de abril de 2023, de BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-41839586>
- BBC News Mundo. (04 de marzo de 2019). *BBC News Mundo*. Recuperado el 15 de abril de 2023, de BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-47446953>
- Biblioteca del comercio Nacional de Chile. (2023). *Biblioteca del comercio Nacional de Chile*. Obtenido de Biblioteca del comercio Nacional de Chile: <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=169561>
- Borja , K., Vite , H., Garzón, V., & Carvajal, H. (Junio de 2021). Analisis de las exportaciones del cacao ecuatoriano en grano en el periodo 2008 al 2018. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 4, 147-155. Recuperado el 19 de 03 de 2023, de <http://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/422/442>
- Burch, E., & Henry, W. (1974). Opportunity and incremental cost: attempt to define in systems terms; a comment. 49(1), 118-123. Recuperado el 18 de mayo de 2023, de <https://www.jstor.org/stable/244804>
- Business Empresarial. (25 de febrero de 2020). *Johnny Schuler recibe reconocimiento "PISCO, SPIRITS OF PERU" otorgado por Promperú*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de <https://www.businessempresarial.com.pe/johnny-schuler-recibe-reconocimiento-pisco-spirits-of-peru-otorgado-por-promperu/>
- Bustillo, R. (2009). *Comercio exterior- Materia y ejercicios* (Primera ed., Vol. 1). Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Recuperado el 01 de setiembre de 2023, de <https://web-argitalpena.adm.ehu.es/pdf/UWLGEC2831.pdf>

- Buzzetti, C. (julio de 2021). Producción y Mercado del Pisco. *Oficina de estudios y Políticas Agrarias*, 1(1), 1-11. Recuperado el 11 de julio de 2023, de <https://bibliotecadigital.odepa.gob.cl/bitstream/handle/20.500.12650/70828/ArtPisco062021.pdf>
- Buzzetti, C. (setiembre de 2022). Evolución de las exportaciones de Pisco. *Oficina de Estudios y Políticas Agrarias*, 17. Recuperado el 2015 de abril de 2023, de https://bibliotecadigital.odepa.gob.cl/bitstream/handle/20.500.12650/71881/Art_ExportacionesPisco2022.pdf
- Cajigas, M., Ramírez, E., & Ramirez, D. (2019). Capacidad de producción y sostenibilidad en empresas nuevas. *Espacios*, 40(43), 1-15. Recuperado el 26 de abril de 2023, de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n43/a19v40n43p15.pdf>
- Cámara de Comercio de Santiago. (07 de marzo de 2022). *Cámara de Comercio de Santiago*. Recuperado el 15 de julio de 2023, de Cámara de Comercio de Santiago: <https://www.ccs.cl/2022/03/07/chilecomex-ofrece-una-nueva-plataforma-de-registro-para-empresas-de-comercio-exterior/>
- Carro, R., & Gonzáles, D. (2012). Productividad y competitividad. *Facultad de ciencias y económica y sociales*, 18. Recuperado el 18 de mayo de 2023, de https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1607/1/02_productividad_competitividad.pdf
- Castellanos, A., Lombana, J., & Velásquez, M. (2015). Infraestructura logística y estrategias de Marketing para la competitividad Portuaria. *Revista de Economía y Administración*, 12(2), 96-112. Recuperado el 26 de abril de 2023, de <https://revistas.uao.edu.co/ojs/index.php/REYA/article/view/101/85>

- Castro, M., & Portuondo, F. (2009). Acerca de las economías de escala, el tamaño y la localización de inversiones. *Ingeniería Industrial*, 30(1), 1-4. Recuperado el 04 de junio de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433568002.pdf>
- Cevallos, P. (2019). *Análisis de la evolución de las exportaciones no petroleras de Ecuador, 2008 - 2018*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. (Tesis para optar al Título de Ingeniería en Comercio exterior). Ecuador- Esmeraldas: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado el 19 de marzo de 2023, de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1911/1/CEVALLOS%20BECERRA%20PATRICIO%20STIVEN.pdf>
- Charles, H. (2011). *Negocios Internacionales: Competencia en el mercado global* (octava ed.). Ciudad de México: McGraw-Hill/Interamericana Editores. Recuperado el 05 de abril de 2023, de <https://www.pdfdrive.com/negocios-internacionales-e57967877.html>
- Chileestuyo. (12 de mayo de 2021). *Chileestuyo*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de Chileestuyo: <https://chileestuyo.cl/pisco-chileno-orgullos-y-tradicion-nacional/>
- ComexPerú. (23 de abril de 2021). *ComexPerú*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de ComexPerú: <https://www.comexperu.org.pe/en/articulo/el-peru-se-encuentra-por-debajo-del-62-de-paises-en-cuanto-a-la-capacidad-de-adopcion-tecnologica-e-innovacion-empresarial>
- ComexPerú. (27 de enero de 2023). *ComexPerú*. Recuperado el 15 de julio de 2023, de ComexPerú: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/14-anos-del-tlc-peru-ee-uu>
- ComexPerú. (10 de marzo de 2023). *ComexPerú*. Recuperado el 15 de julio de 2023, de ComexPerú: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/trece-anos-del-tlc-peru-china-analisis-de-los-resultados-de-nuestro-intercambio-internacional>

- Comisión Nacional de Pisco. (2023). *Comisión Nacional de Pisco*. Recuperado el 15 de julio de 2023, de Comisión Nacional de Pisco: <https://conapisco.org.pe/el-pisco.html>
- Comisión Nacional del Pisco. (2023). *CONAPISCO*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de CONAPISCO: <https://conapisco.org.pe/index.html>
- Compañía de Cervecerías Unidas. (18 de junio de 2021). *Compañía de Cervecerías Unidas*. Recuperado el 15 de julio de 2023, de Compañía de Cervecerías Unidas: <https://www.ccu.cl/piscos-de-compania-pisquera-de-chile-obtienen-importantes-logros-en-competencias-internacionales/>
- Cooperativa Capel. (2023). *Cooperativa Capel*. Recuperado el 15 de julio de 2023, de Cooperativa Capel: <https://www.cooperativacapel.cl/noticias/reconocimientos>
- Daniels, J., Lee , R., & Sullivan, D. (2018). *Negocios internacionales* (decimoquinta ed.). México: Pearson Educación. Recuperado el 5 de abril de 2023, de <https://ebooks724.continental.elogim.com/stage.aspx?il=7340&pg=&ed=>
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2013). *Negocios internacionales: Ambientes y operaciones* (Decimocuarta ed.). Estado de México, México: PEARSON. Recuperado el 05 de abril de 2023, de <https://www.pdfdrive.com/negocios-internacionales-ambientes-y-operaciones-e166397008.html>
- Datos Macro. (2022). *Plataforma Datos Macro*. Recuperado el 14 de julio de 2023, de Plataforma Datos Macro: <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-mundial-innovacion/peru>
- De la Hoz, E., Orozco, E., & Martinez, D. (marzo de 2018). Diseño de un modelo de factores clave de capacidad logística para las pequeñas y medianas empresas el sector de confecciones de Cartagena, Colombia. *43*(3), 215-218. Recuperado el 26 de abril de

2023, de https://www.interciencia.net/wp-content/uploads/2018/03/215-6213-DELAHOZ-43_3.pdf

Diario Gestión. (9 de setiembre de 2020). *Diario Gestión*. Recuperado el 15 de abril de 2023, de Diario Gestión: <https://gestion.pe/economia/venta-y-exportacion-de-pisco-se-derrumba-con-la-crisis-del-covid-19-coronavirus-noticia/>

Díaz, J. (2007). Infraestructura logística como apalancamiento para aumentar la competitividad y reducir el costo país: revisión de cuatro estudios con ecuaciones estructurales. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 13. Recuperado el 26 de abril de 2023, de <https://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/download/667/848/>

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Metodología de Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167. Recuperado el 03 de noviembre de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>

Doing Business. (2023). *Banco Mundial*. Recuperado el 25 de julio de 2023, de Banco Mundial: <https://archive.doingbusiness.org/es/data/exploreconomies/peru>

Doing Business. (2023). *Banco Mundial*. Recuperado el 25 de julio de 2023, de Banco Mundial: <https://archive.doingbusiness.org/es/data/exploreconomies/chile>

Doing Business. (2023). *Doing Business*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de Doing Business: <https://archive.doingbusiness.org/es/data/exploreconomies/peru>

Doing Business. (2023). *Plataforma Doing Business*. Recuperado el 17 de julio de 2023, de Plataforma Doing Business: https://archive.doingbusiness.org/es/data/exploreconomies/chile#DB_gc

- Dulzaides, M., & Molina, A. (22 de marzo de 2004). Análisis documental y de información: Dos componentes de un mismo proceso. *Scielo*, 5. Recuperado el 03 de diciembre de 2023, de <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v12n2/aci11204.pdf>
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista de ciencias administrativas y sociales*, 15(25), 64-80. Recuperado el 26 de abril de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>
- Durán , J., & Alvarez, M. (2008). *Indicadores de comercio exterior y política comercial: mediciones de posición y dinamismo comercial*. Santiago de Chile: ZEPAL. Recuperado el 15 de abril de 2023, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3690/1/S2008794_es.pdf
- Echevarry, R. (2017). Política comercial. *Areandina Fundación Universitaria del área Andino*, 133. Recuperado el 26 de abril de 2023, de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1376/Politica%20Comercial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- El Comercio. (05 de marzo de 2019). *El Comercio*. (P. Villar, Editor) Recuperado el 14 de julio de 2023, de El Comercio: <https://elcomercio.pe/economia/peru/pisco-paises-reconocen-denominacion-favor-peru-chile-aguardiente-ministro-cultura-agricultura-indecopi-noticia-426143-noticia/>
- El Comercio. (02 de junio de 2020). *El Comercio*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de El Comercio: <https://elcomercio.pe/economia/peru/coronavirus-peru-reactiva-peru-que-negocios-podran-solicitar-creditos-en-la-segunda-etapa-del-programa-cerveza-pisco-vino-tabaco-financiamiento-noticia/>

En Alimentos. (06 de diciembre de 2022). *En Alimentos*. Recuperado el 15 de julio de 2023, de En Alimentos: <https://enalimentos.lat/noticias/6397-se-preve-que-mercado-mundial-de-bebidas-alcoholicas-alcance-los-440-180-mdd-en-2026.html>

Europa Press Catalunya. (21 de setiembre de 2022). *Europa Press Catalunya*. Recuperado el 15 de junio de 2023, de Europa Press Catalunya: <https://www.europapress.es/catalunya/noticia-familia-torres-premio-mejor-vino-blanco-guia-semana-vitivinicola-2022-20220921173211.html>

Fajardo, L. (10 de noviembre de 2017). *BBC News Mundo*. Recuperado el 07 de noviembre de 2023, de BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-41839586>

Fundación de la Innovación Bankinter. (2010). El arte de innovar y emprender. 100. Recuperado el 05 de abril de 2023, de https://www.upo.es/upotec/static/upload/files/INNO_3590_FTFXIV_El_arte_de_innovar_y_emprenderv2_.pdf

Gámez, J. A. (2019). *Emprendimiento, Creatividad e Innovación*. Perú: Universidad de la Salle. Recuperado el 05 de abril de 2023, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/unicont/detail.action?docID=6527317>

García , S., & Vite , H. (Junio de 2021). Análisis comparativo de las exportaciones bananeras del Ecuador entre el primer semestre 2019 vs el primer semestre 2020 post covid-19. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 4, 194 - 201. Recuperado el 19 de marzo de 2023, de <http://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/427/447>

García Escobar, A. (2010). De la ventaja comparativa a la ventaja competitiva: Una explicación al comercio internacional. 47-52. Recuperado el 07 de noviembre de 2023, de

https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/2558/1/Ventaja_comparativa_ventaja.pdf

Geldres Weiss, V., Etchebarne López, M. S., & Bustos Medina, L. H. (marzo de 2011). La distancia psíquica y el desempeño exportador: Un reto para la Pyme en la era de la globalización. *Estudios Gerenciales*, 27, 85-96. Recuperado el 12 de abril de 2023, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592311701474>

Gerencia de Agro y Agroindustria. (2023). *Mercado Internacional del Pisco*. PromPerú. Lima: PromPerú. Recuperado el 15 de julio de 2023, de PromPerú: <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/d1866853-8d71-4359-ba58-9fe1492dd5e1.pdf>

Gestión. (25 de setiembre de 2022). *Gestión*. (M. García, Editor) Recuperado el 11 de julio de 2023, de Gestión: <https://gestion.pe/economia/empresas/produccion-de-pisco-al-limite-sin-mano-de-obra-y-sin-financiamiento-noticia/>

Gestión. (02 de febrero de 2023). *Gestión*. Recuperado el 15 de abril de 2023, de Gestión: <https://gestion.pe/peru/exportacion-de-pisco-crecio-en-45-durante-los-primeros-once-meses-del-2022-noticia/>

Gobierno de Chile. (06 de junio de 2023). *Gob.cl*. Recuperado el 15 de julio de 2023, de Gob.cl: <https://www.gob.cl/noticias/se-cumplen-20-anos-de-la-firma-del-tratado-de-libre-comercio-tlc-chile-estados-unidos-estas-son-sus-cifras/>

Gobierno Regional Región de Coquimbo. (2023). *Gobierno Regional Región de Coquimbo*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de Gobierno Regional Región de Coquimbo: <https://www.gorecoquimbo.cl/gobierno-y-productores-de-pisco-ponen-en-marcha-plan-de-proteccion-y-gorecoquimbo/2021-07-09/193309.html>

- Gonzabay, á., Vite, H., Garzón , V., & Quizhpe, P. (Setiembre de 2021). Análisis de la producción de camarón en el Ecuador para su exportación a la Unión Europea en el período 2015-2020. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas* , 6(9), 1040 - 1058. Recuperado el 19 de 03 de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8094522>
- Goode , W. (2021). *Diccionario de Términos de Política Comercial* (Sexta ed.). Organización Mundial del Comercio. Recuperado el 26 de abril de 2023, de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/dictionary_trade_policy_s.pdf
- Gutiérrez, H. (2010). *Calidad total y productividad* (Tercera edición ed.). Ciudad de México: Mc Graw Hill. Recuperado el 18 de mayo de 2023, de <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1392/calidad%20total%20y%20productividad.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guzmán, E., De La Garza, M., Revollar, S., Hernández, J., & Garcia, J. (2011). Factores determinantes de la demanda Internacional del Turismo en Mexico. *Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 5(3), 30-49. Recuperado el 26 de abril de 2023, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511851328001>
- Heredia, J., & Huarachi, J. (2009). El índice de la ventaja comparativa revelada (VCR) entre el Perú y los principales exportadores del mundo El caso de la Región Lambayeque. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 14(26), 27-55. Recuperado el 05 de abril de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/3607/360733606002.pdf>
- Hitt, M., Ireland, D., & Hoskisson, R. (2008). *Administración estratégica* (séptima ed.). Ciudad de México, México: Cengage learning. Recuperado el 2023 de abril de 2023,

de <https://dokumen.tips/documents/126-administracion-estrategica-hitt-7th.html?page=30>

Hitt, M., Stewart, J., & Porter, L. (2006). *Administración* (Novena edición ed.). Mexico: Pearson Educación. Recuperado el 18 de mayo de 2023, de <https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/09/libro-Administraci%C3%B3n-Michael-A.-Hitt-1Edi-Copy.pdf>

Horta, R. (diciembre de 2015). Conceptualización del desempeño exportador: análisis de. *Revista OIKOS*(40), 137-150. Recuperado el 5 de abril de 2023, de ediciones.ucsh.cl/ojs/index.php/Oikos/article/download/976/917

Huamán, M. (2018). Sistema tributario aduanero peruano y beneficios de los acuerdos de integración comercial Perú - México. *Revista de la facultad de derecho y ciencia política*, 16(22), 271-300. Recuperado el 27 de abril de 2023, de <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/1658/1550>

Huesca Rodríguez, C. (2012). Comercio internacional. *Red Tercer Milenio*, 129. Recuperado el 12 de abril de 2023, de <https://www.pdfdrive.com/comercio-internacional-e47930644.html>

Ibarra Morales, L. E., & Blanco Jiménez, M. (2015). Factores de éxito que mejoran el desempeño exportador de las pymes industriales mexicanas. *Research Gate*(17), 37-52. Recuperado el 12 de abril de 2023, de https://www.researchgate.net/publication/324805247_FACTORES_DE_EXITO_QUE_MEJORAN_EL_DESEMPENO_EXPORTADOR_DE_LAS_PYMES_INDUSTRIALES_MEXICANAS/link/5ae3513caca272ba507ce5f0/download

INDECOPI. (01 de febrero de 2019). *INDECOPI*. Recuperado el 14 de julio de 2023, de INDECOPI: <https://indecopi.gob.pe/noticias/>

/asset_publisher/E4hIS8IHZWs9/content/-dia-del-pisco-sour-70-paises-reconocen-la-denominacion-de-origen-pisco-para-el-peru?inheritRedirect=false

Indecopi. (2023). *Indecopi*. Recuperado el 14 de julio de 2023, de Indecopi: <https://indecopi.gob.pe/web/dop/pisco>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la propiedad intelectual. (2019). Guía práctica de la denominación de origen Pisco. (A. Valladolid, Ed.) *Dirección de signos distintivos*, 16. Recuperado el 13 de julio de 2023, de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/1902049/3747615/pisco+%281%29.pdf/99a9fdfb-0b6a-97ff-06fe-37ddec01899f>

Instituto Pacífico. (2018). Ingeniería de la exportación y medios internacionales de pago. *Staff revista actualidad empresarial*, 254. Recuperado el 5 de abril de 2023, de http://catalogo.continental.edu.pe/F/?func=myshelf-full&doc_number=000031917¤t_library=UCP01¤t_base=UCP01

Instituto Tecnológico de la Producción. (05 de febrero de 2022). *Gob.pe*. (UFCII, Editor) Recuperado el 11 de julio de 2023, de *Gob.pe*: <https://www.gob.pe/institucion/itp/noticias/581621-cadena-productiva-de-pisco-recibio-mas-de-2-400-servicios-tecnologicos-y-de-innovacion-en-los-ultimos-anos>

Krugman, P., & Obstfeld, M. (2006). *Economía internacional: Teoría y práctica* (séptima ed.). Madrid, España: PEARSON. Recuperado el 5 de abril de 2023, de <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/Krugman-y-Obstfeld-2006-Economia-Internacional.pdf>

- Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2016). *Economía internacional* (Décima ed.). PEARSON Educación. Recuperado el 05 de abril de 2023, de <https://ebooks724.continental.elogim.com/stage.aspx?il=4431&pg=&ed=>
- La República. (2022). *La República*. Recuperado el 14 de julio de 2023, de La República: <https://larepublica.pe/gastronomia/2022/07/05/pisco-peruano-gana-tres-premios-en-el-concurso-internacional-de-espirituosos-cinve-2022-atmp>
- Landeta, J., & Villareal, O. (2006). *La estrategia de inertancionailzación de la empresa un estudio de casos de multinacionales Vascas*. Universidad del País Vasco. Bilbao: Dialnet. Recuperado el 12 de junio de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=169969>
- Landin, S. (2018). Marketing, Comercio Internacional y las Tic's. *Redes 2017*, 167. Recuperado el 5 de abril de 2023, de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14266/1/Cap.4-Comercio%20internacional.pdf>
- León , L., Arcaya , M., Barbotó, N., & Bermeo, Y. (junio de 2018). Ecuador: Análisis comparativo de las Exportaciones de banano orgánico y convencional e incidencia en la Balanza Comercial, 2018. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 7(2), 38-46. doi:10.26423/rctu.v7i2.521
- Lerma, A., & Márquez, E. (2010). *Comercio y marketing Internacional* (cuarta ed.). Ciudad de México, México: Cengage Learning Editores. Recuperado el 5 de abril de 2023, de <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Comercio%20y%20Marketing%20internacional.pdf>

- Liquidos.cl. (2023). *Liquidos.cl*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de Liquidos.cl: <https://www.liquidos.cl/blog/15/%C2%BF-Que-diferencia-hay-entre-el-pisco-peruano-y-el-chileno-?>
- LLanos, E. (2006). El papel de la Geografía en la Época Actual: El caso de la Educación. *Revista del Instituto de Estudios en educación - Universidad del Norte*(7), 86-95. Recuperado el 04 de junio de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/853/85300705.pdf>
- López, D., & Muñoz, F. (11 de noviembre de 2008). Los modelos de gravedad en América Latina: el caso de Chile y México. *Comercio Exterior*, 58(11), 803-813. Recuperado el 05 de abril de 2023, de http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/120/6/803_LopezG-MunozN.pdf
- López, M., & Cedillo Cerrato, A. (2021). Análisis de competitividad frente al comercio exterior para el mercado de cacao, miel natural y cebolla en Honduras 2006-2019. *Economía y administración*, 12(2), 33-57. Recuperado el 15 de abril de 2023, de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/300/3002749002/html/>
- Mankiw, G. (2015). *Principios de economía* (séptima ed.). México: Cengage Learning. Recuperado el 12 de abril de 2023, de https://issuu.com/cengagelatam/docs/mankiw_issuu/25
- Market Access Map. (2023). *Market Access Map*. Recuperado el 13 de julio de 2023, de Market Access Map: <https://www.macmap.org/>
- Martínez, J., Palacios, G., & Oliva, D. (junio de 2023). Guía para la revisión y el análisis documental: Propuesta desde el enfoque investigativo. *Guía para la revisión y el análisis documental: Propuesta desde el enfoque investigativo*, 19(1), 67-83.

Recuperado el 3 de diciembre de 2023, de <https://drive.google.com/file/d/121ggC3dwJyxvoJ-HJi1Q91hp5uU6wWGV/view>

Masbernat, P. (2010). El principio de capacidad económica como principio jurídico material de la tributación: Su elaboración doctrinal y jurisprudencial en España. *Artículos de doctrina - Derecho Tributario*(1), 303-332. Recuperado el 26 de abril de 2023, de <https://www.scielo.cl/pdf/iusetp/v16n1/art11.pdf>

Mathews, J. C. (2009). Competitividad: El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las MYPES. *Proyecto USAID/PERU/MYPE COMPETITIVA*, 53. Recuperado el 05 de abril de 2023, de <http://www.crecemype.pe/Creceemype/docs/COMPETITIVIDAD.pdf>

Mayorga, J., & Martínez, C. (2008). Paul Krugman: Y El Nuevo Comercio Internacional. *Criterio Libre*(8), 73-86. Recuperado el 04 de junio de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4547087.pdf>

Mincetur. (2014). *Comercio Exterior* (Tercera Edición ed.). Lima. Recuperado el 18 de mayo de 2023, de Mincetur: https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/herramientas/Mincetur

Ministerio de Agricultura - Servicio Agrícola Ganadero. (2023). *Ministerio de Agricultura - Servicio Agrícola Ganadero*. Recuperado el 14 de julio de 2023, de Ministerio de Agricultura - Servicio Agrícola Ganadero: <https://www.sag.gob.cl/ambitos-de-accion/certificacion-de-denominacion-de-origen-de-uvas-y-vinos>

Ministerio de Agricultura. (16 de diciembre de 2020). *Instituto de Investigaciones Agropecuarias - INIA*. Recuperado el 15 de julio de 2023, de Instituto de Investigaciones Agropecuarias - INIA: <https://web.inia.cl/blog/2020/12/16/minagri->

impulsa-compromiso-por-la-capacitacion-del-agro-con-30-universidades-e-instituciones/

Ministerio de agricultura. (21 de octubre de 2022). *Ministerio de agricultura*. Recuperado el 13 de julio de 2023, de Ministerio de agricultura: <https://minagri.gob.cl/noticia/indap-entrego-fertilizantes-e-incentivos-para-maquinarias-a-agricultores-de-san-javier/>

Ministerio de Agricultura. (2022). *Ministerio de Agricultura*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de Ministerio de Agricultura: <https://www.minagri.gob.cl/noticia/subsecretaria-de-agricultura-y-productores-de-pisco-suscriben-convenio-para-promocionar-el-destilado-en-los-mercados-nacionales-e-internacionales/>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (03 de setiembre de 2019). *Blog Perú*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de Blog Perú: <https://peru.info/es-pe/GASTRONOMIA/Noticias/2/12/fascinante-y-cautivadora--asi-es-la-historia-del-pisco-peruano>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (26 de marzo de 2019). *Gob.pe*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de Gob.pe: <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/26927-sectores-publico-y-privado-presentan-marca-sectorial-pisco-spirit-of-peru>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (24 de mayo de 2022). *Gob.pe*. Recuperado el 13 de julio de 2023, de Gob.pe: <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/609995-ministro-sanchez-exportaciones-de-pisco-se-consolidan-gracias-a-actividades-de-promocion-y-obtencion-de-premios-internacionales>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (31 de julio de 2022). *Gob.pe*. Recuperado el

11 de julio de 2023, de Gob.pe:

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/636322-pisco-fue-el-gran-ganador-del-concurso-internacional-de-espirtuosos-cinve-2022>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2023). *Acuerdos Comerciales del Perú*.

Recuperado el 25 de julio de 2023, de

https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En_Vigencia/EEUU/inicio.html

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2023). *Acuerdos Comerciales del Perú*.

Recuperado el 25 de julio de 2023, de Acuerdos Comerciales del Perú:

https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En_Vigencia/China/inicio.html

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). El mercado el Pisco - Estados Unidos y

Canadá. 2. Recuperado el 11 de julio de 2023, de

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2274974/EE.UU%20y%20Canad%C3%A1%20Pisco%20-%202020.pdf>

Ministerio de Cultura. (mayo de 2019). Bodegas y viñedos para la producción tradicional de

Pisco. (L. Castillo, Ed.) *Formulario de presentación lista indicativa*, 20. Recuperado

el 15 de julio de 2023, de

https://patrimoniomundial.cultura.pe/sites/default/files/li/pdf/9.%20Bodegas%20de%20pisco%20-%20Esp_compressed.pdf

Ministerio de desarrollo Agrario y Riego. (03 de mayo de 2019). *Gob.pe*. Recuperado el 11

de julio de 2023, de Gob.pe: [https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/28084-](https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/28084-arequipa-minagri-inaugura-moderna-planta-de-produccion-de-pisco-para-impulsar-su-exportacion)

[arequipa-minagri-inaugura-moderna-planta-de-produccion-de-pisco-para-impulsar-su-exportacion](https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/28084-arequipa-minagri-inaugura-moderna-planta-de-produccion-de-pisco-para-impulsar-su-exportacion)

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (09 de marzo de 2022). *Gob.pe*. Recuperado el

11 de julio de 2023, de Gob.pe:

<https://www.gob.pe/institucion/midagri/campa%C3%B1as/1358-fae-agro-creditos-faciles-para-el-agro>

Ministerio de Economía Fomento y Turismo. (2021). *Asociación Central de Bartenders de*

Chile. Recuperado el 26 de julio de 2023, de Asociación Central de Bartenders de

Chile: <http://www.acebach.cl/sponsors/item/pisco-chile>

Ministerio de la Agricultura. (2023). *Observatorio para la Innovación Silvoagropecuaria*.

Recuperado el 11 de julio de 2023, de Observatorio para la Innovación

Silvoagropecuaria: <https://opia.fia.cl/601/w3-article-7058.html>

Ministerio de Relaciones Exteriores. (2023). *Acuerdos económico-comerciales vigentes*.

Recuperado el 25 de julio de 2023, de Acuerdos económico-comerciales vigentes:

<https://www.subrei.gob.cl/acuerdos-comerciales/acuerdos-comerciales-vigentes/china>

Ministerio de Relaciones Exteriores. (2023). *Acuerdos económico-comerciales vigentes*.

Recuperado el 25 de julio de 2023, de Acuerdos económico-comerciales vigentes:

<https://www.subrei.gob.cl/acuerdos-comerciales/acuerdos-comerciales-vigentes/ee-uu>

Mochón, F., & Alberto, V. (2008). *Economía principios y aplicaciones* (Cuarta edición ed.).

Mexico: McGraw Hill Interamericana. Recuperado el 18 de mayo de 2023, de

<https://ens9004-inf.d.mendoza.edu.ar/sitio/geografia-economica/upload/09->

[%20MOCHON%20MORCILLO%20%26%20BEKER%20-%20LIBRO%20-](https://ens9004-inf.d.mendoza.edu.ar/sitio/geografia-economica/upload/09-%20MOCHON%20MORCILLO%20%26%20BEKER%20-%20LIBRO%20-)

[%20Principios%20y%20Aplicaciones%20de%20Econom%EDa.pdf](https://ens9004-inf.d.mendoza.edu.ar/sitio/geografia-economica/upload/09-%20Principios%20y%20Aplicaciones%20de%20Econom%EDa.pdf)

- Montoya, D. A., Gonzales, C. H., & Duarte, L. K. (2016). Situación y retos de Colombia en materia de comercio exterior, en el marco de la Alianza del Pacífico. *Entramado*, 12(1), 50-65. Recuperado el 15 de abril de 2023, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-38032016000100005#:~:text=El%20C3%ADndice%20de%20Balassa%20compa,ra,o%20de%20un%20solo%20pa%C3%ADs
- Mora, D., Lituma, A., & González, M. (2020). Las certificaciones como estrategia para la competitividad de las empresas exportadoras. *Innova Research Journal*, 5(2), 113-132. Recuperado el 26 de abril de 2023, de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1274/1693>
- Mostos y Destilados. (21 de junio de 2021). *Mostos y Destilados*. Recuperado el 13 de julio de 2023, de Mostos y Destilados: <https://mostosydestilados.cl/pisco-chileno-arrasa-en-competencia-internacional/>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación*. Bogotá - Colombia: Ediciones de la U. Recuperado el 03 de diciembre de 2023, de https://www.lopezgalvezasesores.com/descargas/metodologia_investigaci%C3%B3n.pdf
- ODEPA - Oficina de Estudios y Políticas Agrarias. (25 de junio de 2021). *ODEPA - Oficina de Estudios y Políticas Agrarias*. Recuperado el 2023, de ODEPA - Oficina de Estudios y Políticas Agrarias: <https://www.odepa.gob.cl/publicaciones/noticias/agro-en-la-prensa/la-exportacion-de-pisco-ha-aumentado-en-volumen-pero-principalmente-en-valor-en-los-ultimos-anos>

- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2023). *Food and Agriculture Organization*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de Food and Agriculture Organization: <https://www.fao.org/faostat/es/#data/QCL>
- Oros, L. (2015). Análisis comparativo del modelo Heckscher-Ohlin y la teoría de Linder. *10(29)*, 49-66. Recuperado el 04 de junio de 2023, de <http://tiempoeconomico.azc.uam.mx/wp-content/uploads/2017/08/29te4.pdf>
- Oswaldo, J. (2017). Fundamentos de la producción. *Programa Administración de Empresas*, 108. Recuperado el 26 de abril de 2023, de <https://core.ac.uk/download/pdf/326424395.pdf>
- Palomino, J., Peña, J., Zevallos, G., & Orizano, L. (2019). *Metodología de la investigación*. Lima: San Marcos EIRL. Recuperado el 20 de abril de 2023
- Paul, F. (23 de julio de 2021). *BBC News Corporativo*. Recuperado el 07 de noviembre de 2023, de BBC News Corporativo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-57798942>
- Peña, S. (2017). *Análisis de datos* (Primera ed.). (F. e. Areandino, Ed.) Bogotá, Colombia: Fundación universitaria del Área Andina. Recuperado el 24 de noviembre de 2023, de <https://core.ac.uk/download/pdf/326425169.pdf>
- Pérez, J., & Lopera, I. (2016). Gestión humana de orientación analítica: Un camino para la responsabilización. *Revista de administración de empresas - RAE*, 56, 101-113. Recuperado el 20 de abril de 2023, de <https://www.scielo.br/j/rae/a/m46dNGpzKGHvvSswzq78KWJ/?format=pdf&lang=es>

PerúRetail. (20 de diciembre de 2019). *PerúRetail*. Recuperado el 15 de julio de 2023, de PerúRetail: <https://www.peru-retail.com/peru-economia-escala-enfriamiento-economia/>

Pilco, M. (2020). *Análisis comparativo para la exportación de arándano fresco de la empresa Mitzi Aranda hacia los mercados de Estados Unidos y Países Bajos*. Universidad Católica de Santa María. (Tesis para optar el título profesional de Ingeniera Comercial en la especialidad de Negocios Internacionales.). Perú-Arequipa: Universidad Católica de Santa María. Recuperado el 19 de marzo de 2023, de <https://repositorio.ucsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12920/10461/40.1139.CE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

PiscoesPeru.com. (2023). *PiscoesPeru.com*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de PiscoesPeru.com: https://www.piscoesperu.com/asi_se_produce_pisco.php

Portal Portuario. (22 de julio de 2022). *Portal Portuario*. Recuperado el 15 de abril de 2023, de Portal Portuario: <https://portalportuario.cl/peru-exportaciones-de-pisco-crecen-87-entre-enero-y-mayo-de-2022/>

PortalPortuario. (04 de febrero de 2023). *PortalPortuario*. Recuperado el 07 de noviembre de 2023, de PortalPortuario: <https://portalportuario.cl/peru-exportaciones-de-pisco-crecen-44-en-11-meses-de-2022/>

Porter, M. (2015). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior* (segunda ed.). Ciudad de México, México: Grupo editorial patria. Recuperado el 05 de abril de 2023, de <https://ebookcentral.continental.elogim.com/lib/unicont/reader.action?docID=4824579&query=ventaja%20competitiva&ppg=41>

Pozo, J., Zamora, T., & Lanza, J. (2020). Contribución de la determinación de la capacidad de producción en empresas de proyectos. *Observatorio de la economía Latinoamericana*, 18. Recuperado el 26 de abril de 2023, de <https://www.eumed.net/rev/oel/2020/01/produccion-empresas-proyectos.pdf>

ProChile. (26 de agosto de 2020). Informe final: Elaboración de catastro de certificaciones, de sostenibilidad de las empresas del sector agroexportador chileno. (C. D. consulting, Ed.) 123. Recuperado el 11 de julio de 2023, de ProChile: https://acceso.prochile.cl/wp-content/uploads/2020/09/2020.08.26.-INFORME-FINAL_PROCHILE-CLIOD.pdf

ProChile. (26 de octubre de 2021). *ProChile*. Recuperado el 26 de julio de 2023, de ProChile: <https://www.prochile.gob.cl/noticias/detalle-noticia/2021/10/26/eenexpro-fruittrade-2021-alimentos-y-futuro-en-el-foco-del-debate#:~:text=%E2%80%9CEl%20sector%20agroalimentario%20chileno%20es,16%20mil%20millones%20de%20d%C3%B3lares.>

ProChile. (05 de Mayo de 2023). *ProChile*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de ProChile: <https://www.prochile.gob.cl/noticias/detalle-noticia/2023/05/25/lanzan-proyecto-que-permitir%C3%A1-promocionar-los-piscos-de-la-regi%C3%B3n-de-coquimbo-en-mercados-internacionales>

ProChile. (27 de junio de 2023). *ProChile*. Recuperado el 15 de julio de 2023, de ProChile: <https://www.prochile.gob.cl/noticias/detalle-noticia/2023/06/27/piscos-de-la-regi%C3%B3n-de-coquimbo-muestran-su-oferta-en-importante-feria-internacional-realizada-en-brooklyn>

- Programa Territorial Integrado para Industria Pisquera. (2023). *Programa Territorial Integrado para Industria Pisquera*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de Programa Territorial Integrado para Industria Pisquera: <https://piscoorgullochileno.cl/historia/>
- PromPerú. (2015). Guía de requisitos de acceso de alimentos a China. *Servicios al Exportador*, 49. Recuperado el 26 de julio de 2023, de <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/guia-requisitos-acceso-alimentos-china-2015.pdf>
- PromPerú. (febrero de 2019). Perfil Producto Mercado . *Pisco en Estados Unidos*, 8. Recuperado el 11 de julio de 2023, de <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/535639196radFDF35.pdf>
- PromPerú. (2019). Perfil Producto Mercado - Pisco en Estados Unidos. (I. d. PromPerú, Ed.) *Inteligencia de mercados - PromPerú*, 8. Recuperado el 13 de julio de 2023, de <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/535639196radFDF35.pdf>
- Revista Marina. (01 de mayo de 2019). El fin de las economías de escala en la industria naviera mundial. *Revista Marina*, 136(969). Recuperado el 15 de julio de 2023, de Revista Marina: <https://revistamarina.cl/es/articulo/el-fin-de-las-economias-de-escala-en-la-industria-naviera-mundial>
- Ricoy Lorenzo, C. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Red de revistas científicas de América Latina del Caribe y Portugal*, 31(1), 11-22. Recuperado el 11 de Noviembre de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/1171/117117257002.pdf>
- Ricoy, C. (2005). La Teoría del Crecimiento Económico de Adam Smith. *Economía y Desarrollo*, 138(1), 11-47. Recuperado el 04 de junio de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/4255/425541308001.pdf>

Robins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración*. Ciudad de México, México: PEARSON.

Recuperado el 05 de abril de 2023

Rosado, J., Villareal, F., & Stezano, F. (2020). *Fortalecimiento de la inclusión y capacidades financieras en el ámbito rural* (Primera ed.). Ciudad de México.

Recuperado el 26 de abril de 2023, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45115/4/S2000323_es.pdf

Rozas, P., & Sanchez, R. (octubre de 2004). Desarrollo de Infraestructura y Crecimiento

Económico: Revisión Conceptual. *División de Recursos Naturales e Infraestructura*(75), 75. Recuperado el 04 de junio de 2023, de

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/6441-desarrollo-infraestructura-crecimiento-economico-revision-conceptual>

Saavedra, C., & Sánchez, P. (2021). Acercamiento teórico al concepto de tecnología desde

la educación en tecnología. *Acercamiento teórico al concepto de tecnología desde la educación en tecnología*, 11. Recuperado el 26 de abril de 2023, de

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8116432.pdf>

Sabbagh, A., & Mackinlay, M. (2011). *El método de innovación creativa: un método para*

generar ideas y transformarlas en proyectos sustentables. Buenos Aires: Ediciones

Granica. Recuperado el 05 de abril de 2023, de <https://ebookcentral.continental.elogim.com/lib/unicont/reader.action?docID=3219>

632

Salazar, E., Morales, K., & Martínez, J. (2020). Análisis de las exportaciones del sector manufacturero en los departamentos con mayor índice de desarrollo industrial en

Colombia. (Redalyn, Ed.) *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 564-574.

Recuperado el 19 de marzo de 2023, de <https://www.redalyc.org/journal/290/29063559010/29063559010.pdf>

Sandoval, C. (1996). *Investigación cualitativa*. Bogotá, Colombia: Instituto Colombiano para el fomento de la Educación Superior. Recuperado el 20 de abril de 2023, de [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/manual%20colombia%20cualitativo%20\(1\)%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/manual%20colombia%20cualitativo%20(1)%20(1).pdf)

Santillan, L. (2020). *Análisis comparativo del sector exportador de atún en conserva entre Ecuador y Tailandia*. Universidad Agraria del Ecuador. (Tesis para optar al Título de Economista). Ecuador- Guayaquil: Universidad Agraria del Ecuador. Recuperado el 19 de marzo de 2023, de <https://cia.uagraria.edu.ec/Archivos/SANTILLAN%20ARREAGA%20LISBETH%20KATHERINE.pdf>

Sayago, Z. (Noviembre de 2002). *EL EJE DE PRÁCTICAS PROFESIONALES EN EL MARCO DE LA FORMACIÓN DOCENTE*. Universitat Rovira I Virgili. Tarragona, España: Universitat Rovira I Virgili. Recuperado el 23 de 11 de 2023, de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8900/ZSCapituloIVDef.pdf;sequence=7#:~:text=El%20Paradigma%20de%20investigaci%C3%B3n%20Interpretativo,se%20construye%20una%20relaci%C3%B3n%20dial%C3%A9ctica.>

SENASA Contigo. (15 de marzo de 2018). *SENASA Contigo*. Recuperado el 15 de julio de 2023, de SENASA Contigo: <https://www.senasa.gob.pe/senasacontigo/ica-senasa-capacita-a-pequenos-productores-en-temas-de-inocuidad-agroalimentaria-y-produccion-organica/>

Smith, A. (1996). *Las riquezas de las Naciones*. Madrid, España: El Libro de Bolsillo Alianza Editorial Madrid. Recuperado el 26 de abril de 2023, de

[http://www.iunma.edu.ar/doc/MB/lic_historia_mat_bibliografico/Fundamentos%20de%20Econom%C3%ADa%20Pol%C3%ADtica/194-Smith,%20Adam%20-%20La%20riqueza%20de%20las%20naciones%20\(Alianza\).pdf](http://www.iunma.edu.ar/doc/MB/lic_historia_mat_bibliografico/Fundamentos%20de%20Econom%C3%ADa%20Pol%C3%ADtica/194-Smith,%20Adam%20-%20La%20riqueza%20de%20las%20naciones%20(Alianza).pdf)

Spirit of Peru. (2023). *Marca Perú*. Recuperado el 14 de julio de 2023, de Marca Perú: <https://sites.peru.info/es-pe/piscospiritofperu/det/esta-es-la-marca-de-nuestra-bebida-de-bandera---pisco-spirit-of-peru->

Subsecretaria de Relaciones Económicas Internacionales. (06 de abril de 2023). *Ministerio de Relaciones Exteriores*. Recuperado el junio de 2023, de Ministerio de Relaciones Exteriores: <https://www.subrei.gob.cl/sala-de-prensa/noticias/detalle-noticias/2023/04/06/entra-en-vigor-modernizaci%C3%B3n-del-acuerdo-de-servicios-entre-chile-y-hong-kong-china>

Sulser, R., & Pedroza, J. (2004). *Exportación efectiva* (Primera ed.). Ciudad de México, México: Ediciones Fiscales ISEF. Recuperado el 5 de abril de 2023, de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xAUmAgalnHAC&oi=fnd&pg=PA19&dq=exportaci%C3%B3n&ots=Zu6fA7Ja5d&sig=h0pY8DquDnscD1fXRztKh8d2xLo#v=onepage&q=exportaci%C3%B3n&f=false>

TACAMA - La primera viña de Sudamérica. (12 de abril de 2023). *TACAMA - La primera viña de Sudamérica*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de TACAMA - La primera viña de Sudamérica: <https://www.tacama.com/blog/el-mejor-pisco-del-mundo-esta-en-peru-brindamos>

Tacuche, G. (2020). *Análisis comparativo de los factores de oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013-2018*. Universidad Continental. (Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales.) Perú- Huancayo: Universidad Continental. Recuperado el 19 de

marzo de 2023, de
[https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8474/4/IV_FCE_315
 _TE_Iparraguirre_Tacuche_2020.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8474/4/IV_FCE_315_TE_Iparraguirre_Tacuche_2020.pdf)

Tello, S. (2009). La industria del pisco análisis económicos a través de la teorías de juegos. *Turismo y patrimonio*(6), 71-94. Recuperado el 15 de abril de 2023, de <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/120>

Torres, N. (2018). *Análisis de variables económicas determinantes de la oferta exportable del jugo de maracuyá en el Perú periodo 2000 - 2016*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. (Tesis para optar el título profesional de Economista). Perú-Lima: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo . Recuperado el 19 de marzo de 2023, de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1482/1/TL_NicolasTorresMiguel.pdf

TradeMap. (2023). *Plataforma TradeMap*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de Plataforma TradeMap:
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c220820%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c3%7c1%7c1

TradeMap. (2023). *Plataforma TradeMap*. Recuperado el 14 de julio de 2023, de Plataforma TradeMap:
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c2208%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1

Turismo Antrónico. (2023). *Turismo Antrónico*. Recuperado el 26 de julio de 2023, de Turismo Antrónico: <https://www.turismoastronomico.cl/pisco-chile.html>

Valenciano, J. D., Román, I., & Uribe, J. (2002). España: competitividad revelada. *Comercio Exterior*, 62(1), 51-59. Recuperado el 05 de abril de 2023, de http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/138/5/VOL._62-1_Espa%C3%B1a.pdf

Veritrade. (2023). *Plataforma Veritrade*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de Plataforma Veritrade: <https://business2.veritradecorp.com/es/mis-busquedas>

Washington , G. (2021). *Análisis de la evolución de las exportaciones del camaron ecuatoriano en el periodo 2014- 2020 hacia el mercado asiático*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. (Tesis para optar al Título de Licenciado en Comercio exterior). Ecuador- Esmeraldas: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado el 19 de marzo de 2023, de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2593/1/GUASHPA%20ACOSTA%20WASHINGTON.pdf>

World Intellectual Property Organization - WIPO. (2021). *Global Innovation Index 2021 - Chile*. Recuperado el 15 de julio de 2023, de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021/cl.pdf

World Intellectual Property Organization (WIPO). (2021). *Global Innovation Index 2021 - Perú*. Recuperado el 11 de julio de 2023, de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021/pe.pdf

Yllescas, P., Espinoza, R., & Macha, R. (2021). Diversificación de la oferta exportable y las exportaciones peruanas. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINOMIA*, 1, 322 -

341. Recuperado el 26 de abril de 2023, de
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8217201.pdf>

Apéndices

Apéndice A: Matriz de consistencia

Formulación de problema	Propósito	Categorías y Subcategorías	Metodología
¿Cuál es la situación en la evolución de las exportaciones de pisco de Perú y Chile, en los periodos 2018 al 2022?	Establecer el análisis situacional comparativo de la evolución de las exportaciones de pisco de Perú y Chile, en los periodos 2018 al 2022.	<p>Categoría:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oferta Exportable • Internacionalización • Ventaja comparativa <p>Subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precio Internacional, Tecnología, capacidad de producción, capacidad económica y financiera, infraestructura productiva, barreras arancelarias, barreras no arancelarias, certificaciones internacionales, infraestructura logística, calidad del producto • Capacidad de gestión, rendimiento de las exportaciones, innovación, tratado de libre comercio • Productividad, economía de escala, geografía 	<p>Enfoque de la investigación Cualitativo</p> <p>Paradigma de la investigación Teoría fundada</p> <p>Método de investigación Método analítico</p> <p>Población Empresas exportadoras de pisco de los países de Perú y Chile</p> <p>Muestra Las 10 primeras empresas exportadoras de ambos países según Veritrade</p>

Apéndice B: Matriz del instrumento: Entrevista a profundidad de los expertos

Unidad Temática	Categorías	Subcategorías	Caracterización de información	Código
Exportación	Oferta exportable	Precio internacional	Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas: <ul style="list-style-type: none"> • ¿Es importante hacer uso de una estrategia de precios? • ¿El valor del producto percibido por el cliente repercute de manera directa en el precio internacional? • ¿Considera que el establecer un precio internacional por debajo de la competencia ayudará a eliminar o frenar alguna pérdida? 	OEPI1
Desde la perspectiva de Lerma & Márquez (2010), la exportación es: “Una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente; junto con las importaciones integra el concepto de comercio internacional. Tener un negocio de alcance internacional representa oportunidades y riesgos, y un	Según Mincetur (2014) define a la oferta exportable como el producto competitivo que cumple con los estándares de calidad, con la capacidad de abastecimiento continuo y sostenido en función de los volúmenes exigidos por el comprador, en un determinado mercado, en el momento requerido. Por lo cual la oferta exportable involucra cuatro capacidades de la empresa: la productiva, el económico financiero, la comercial y, finalmente, la de personal y gestión. Para los autores Monchon & Alberto (2008) afirman que la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas producen y venden sus productos. La tabla de oferta representa, para unos precios determinados, las cantidades que los productores estarían dispuestos a ofrecer.	Tecnología	Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas: <ul style="list-style-type: none"> • Mediante las tecnologías transformamos al mundo natural creando un hábitat artificial, ¿En el mundo empresarial se dan resultados positivos o negativos? • ¿Es necesario automatizar los procesos en una empresa? • ¿El reemplazo del ambiente natural a un ambiente artificial, de qué manera influye en la mano de obra? 	OET2

conjunto de actividades para desenvolverse en el contexto global”	Capacidad de producción	<p>Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Es importante hacer un análisis de cálculo de capacidad de producción? • ¿Cómo se calcula la capacidad de producción de una empresa activa? • ¿De qué manera puede influir el buen desempeño del capital humano en la optimización de recursos de la empresa? 	OCCP3
	Capacidad económica y financiera	<p>Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Se necesita realiza una evaluación financiera de manera periódica para el buen manejo de la organización? • ¿Es importante contar con un respaldo económico financiero para exportar? • ¿Qué estrategias puede tomar en cuenta la empresa para incrementar los recursos económicos? 	OECEF4
	Infraestructura productiva	<p>Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿El buen desarrollo de las capacidades productivas y de inversión permite a las empresas generar oportunidades económicas? 	OEIP5

	<ul style="list-style-type: none"> • ¿La infraestructura productiva coadyuva al fortalecimiento de la base productiva y valor agregado? • ¿La infraestructura productiva ayuda a sumar esfuerzos a proyectos internacionales? 	
Barreras arancelarias	<p>Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Las barreras arancelarias se realizan principalmente para dar proteccionismo comercial nacional? • ¿Considera pertinente que las barreras arancelarias están pasando a segundo plano y que las no arancelarias tengan más protagonismo? • ¿Qué impacto tienen los aranceles aduaneros en las exportaciones? • ¿Es importante conocer el código arancelario del producto que se va a exportar? 	OEBA6
Barreras no arancelarias	<p>Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Con qué finalidad se imponen las estrategias y regulaciones no arancelarias en el comercio exterior? • ¿Por qué considera que el certificado de origen es uno de los documentos más solicitados? 	OEBNA7

	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la importancia de los subsidios y eliminación de Barreras Comerciales para el comercio internacional? 	
Certificaciones internacionales	<p>Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué beneficios obtienen las empresas al obtener las certificaciones internacionales? • ¿Considera que es importante que la empresa obtenga certificaciones que acrediten la potabilidad, genuidad y denominación de origen? • ¿Es importante el conocer las certificaciones que se exigen en el país destino de la exportación? 	OEIC8
Infraestructura logística	<p>Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Es necesario contar con personal capacitado en la infraestructura logística? • ¿Cómo impacta el estudio de las vías de transporte y puertos/aeropuertos en el proceso logístico? • ¿Qué papel juega la Aduanas en la infraestructura logística? 	OEIL9
Calidad del producto	<p>Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas:</p>	OECP10

<p>Internacionalización</p> <p>Saravia, et al. (2018) la internacionalización está asociado a la globalización, esto permite aminorar los obstáculos entre fronteras, tecnologías y conocimientos. “Sin embargo, el modelo del negocio internacionalizado integrada verticalmente no está al alcance de todas las empresas agrícolas o agroindustriales, porque no todos están al mismo nivel o tener la misma capacidad de ejecución e innovación” (Saravia, et al., 2018, p. 10).</p>	<p>Capacidad de gestión</p>	<p>Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué fases considera que son las que se toman en consideración para lograr un producto de calidad? • ¿Qué medidas podría tomarse en consideración si los requerimientos del producto no están conforme con lo establecido? • ¿Considera usted que la inspección y el control son piezas fundamentales para obtener un producto de calidad? 	<p>ICG1</p>
<p>Según Etenad (2015), la internacionalización empresarial puede ser definida como un proceso por el que una empresa aumenta gradualmente su implicación en operaciones internacionales. Este proceso evoluciona en una interacción entre, por un lado, el</p>	<p>Rendimiento de las exportaciones</p>	<p>Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Las ventas totales del producto son una pieza clave para analizar el rendimiento de las exportaciones? 	<p>IRE2</p>

desarrollo del conocimiento sobre los mercados extranjeros y las operaciones y, por otro lado, el compromiso creciente de recursos en los mercados extranjeros.

- ¿Considera que un buen desempeño en las exportaciones atrae a un mercado internacional?
- ¿La consecuencia de un buen rendimiento de las exportaciones es obtener una alta rentabilidad?

Innovación

Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas:

II3

- ¿Cómo se podría crear un ecosistema de innovación y crear mejores políticas para ser más competitivos a nivel de mercado Internacional?
- ¿Cómo podemos hacer que la inteligencia artificial y la robotización conduzcan a mejores trabajos en vez de generar desempleo?
- ¿Rediseñar productos y servicios pueden ser considerados como estrategias de Innovación? ¿Esto generaría costos adicionales y cómo implicaría?

Tratado de libre comercio

Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas:

ITLC4

- ¿Es importante que una empresa, conozca los acuerdos comerciales que posee el país de destino de exportación?
- ¿Un tratado de libre comercio ayuda a que se complementen las economías de ambos países?

Ventaja comparativa	Productividad	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué impacto tiene un tratado de libre comercio en el comercio internacional? <p>Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Considera que un buen capital humano en la empresa, ayudará a que esta posea mayor productividad en el desarrollo del producto? • ¿Poseer eficiencia y eficacia en los procesos de producción, mejorará la productividad de la organización? • ¿Qué subdimensiones se deben tener en cuenta para que haya mejoras en la productividad en el proceso productivo? 	VCP1
<p>Según el modelo de Heckscher-Ohlin (sostiene que aquellas diferencias a nivel internacional en la dotación de factores (trabajo, habilidades, capital físico, y tierra), por esa misma razón, crean diferentes ventajas comparativas. Pues debemos tener en cuenta que los países tienen distinta abundancia relativa de estos factores de producción mencionados. De la misma forma que es importante tener en cuenta que los procesos productivos usan estos factores de producción con diferentes intensidades.</p>	Economías de escala	<p>Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo beneficia una economía de escala a la organización? • ¿Qué impacto tiene en la empresa una economía de escala interna? • ¿Qué consecuencia tiene en la organización, cuando esta logra una economía de escala en relación a sus utilidades? 	VCEE2
<p>Paul Krugman (2006) sostiene que parte del comercio internacional es explicado por la existencia de la competencia imperfecta y de economías de escalas crecientes. La competencia imperfecta como la competencia monopolista implica que estos países producen productos semejantes pero diferenciados.</p>	Geografía	<p>Para la correcta obtención de la información, se plantearon las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Es importante hacer uso de la geografía en el comercio internacional? 	VCG3

- ¿Qué importancia tiene la ubicación de mercancías, servicios o productos que se comercializan en ciertas demarcaciones en el mundo?

Matriz del instrumento: Guía de Análisis Documental

Unidad Temática	Categorías	Subcategorías	Caracterización de información	Código
Exportación	Oferta exportable	Precio internacional	Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas Veritrade y Trademap, de los cuales se subdividió en lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Precio Internacional de Perú y Chile (Total US\$ / FOB) • Precio Internacional de Perú y Chile (US\$ / Litro) • Precio Internacional de Perú y Chile (2018 - 2022) • Precio Internacional para Estados Unidos de Perú y Chile • Precio Internacional para China de Perú y Chile 	OEPI1
Desde la perspectiva de Lerma & Márquez (2010), la exportación es: “Una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente; junto con las importaciones integra el concepto de comercio internacional. Tener un negocio de alcance internacional	Según Mincetur (2014) define a la oferta exportable como el producto competitivo que cumple con los estándares de calidad, con la capacidad de abastecimiento continuo y sostenido en función de los volúmenes exigidos por el comprador, en un determinado mercado, en el momento requerido. Por lo cual la oferta exportable involucra cuatro capacidades de la empresa: la productiva, el económico financiero, la comercial y, finalmente, la de personal y gestión. Para los autores Monchon & Alberto (2008) afirman que la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas producen y venden sus productos. La tabla de oferta representa, para unos precios determinados, las cantidades que los productores estarían dispuestos a ofrecer.	Tecnología	Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país, las cuales fueron: Para Perú: <ul style="list-style-type: none"> • Instituto Tecnológico de la Producción • AGRARIA 	OET2

representa oportunidades y riesgos, y un conjunto de actividades para desenvolverse en el contexto global”

- Marca Perú
- Conapisco (Comisión Nacional del Pisco)
- ANDINA

Para Chile:

- ProChile
- Ministerio de Agricultura
- Oficina de Estudios y Políticas Agrarias [ODEPA]
- Pisco Orgullo Chileno

Capacidad de producción

Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas FAOSTAT - Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, de los cuales se subdividió en lo siguiente:

OCCP3

- Mano de obra
- Área cosechada
- Rendimiento
- Producción - Cantidad

Capacidad económica y financiera

Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

OECEF4

Para Perú:

- MEF
- Ministerio de desarrollo agrario y riego
- Banco Mundial
- Doing Business

Para Chile:

- Minagri
 - Gobierno Regional de Coquimbo
-

-
- Banco Mundial
 - Doing Business

Infraestructura productiva	Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país. Se evaluaron los siguientes indicadores: <ul style="list-style-type: none">• Áreas apropiadas de producción• Maquinaria y equipos	OEIP5
Barreras arancelarias	Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas Trademap y Macmap. Se evaluó en los dos mercados de destino: <ul style="list-style-type: none">• Estados Unidos de América• China	OEBA6
Barreras no arancelarias	Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas Trademap y Macmap. Se evaluó para los dos mercados de destino: <ul style="list-style-type: none">• Estados Unidos de América• China	OEBNA7

Certificaciones internacionales	<p>Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país. Se evaluaron los siguientes indicadores, para ambos países:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Certificaciones • Regulaciones sanitarias • Reconocimientos • Certificado de denominación de origen 	OEI8
Infraestructura logística	<p>Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas Doing Business y Veritrade. Se evaluaron los siguientes indicadores, para ambos países:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Doing Business • Vías de transporte • Aduanas 	OEI9
Calidad del producto	<p>Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país. Se evaluó a nivel de país y empresas, tanto para Perú como Chile.</p>	OEI10
<p>Internacionalización</p> <p>Saravia, et al. (2018) la internacionalización está asociado a la globalización, esto permite aminorar los obstáculos entre fronteras, tecnologías y</p>	<p>Capacidad de gestión</p> <p>Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país. Se evaluaron los siguientes indicadores, para ambos países en el sector de bebidas alcohólicas:</p>	ICG1

conocimientos. “Sin embargo, el modelo del negocio internacionalizado integrada verticalmente no está al alcance de todas las empresas agrícolas o agroindustriales, porque no todos están al mismo nivel o tener la misma capacidad de ejecución e innovación” (Saravia, et al., 2018, p. 10).

Según Etenad (2015), la internacionalización empresarial puede ser definida como un proceso por el que una empresa aumenta gradualmente su implicación en operaciones internacionales. Este proceso evoluciona en una interacción entre, por un lado, el desarrollo del conocimiento sobre los mercados extranjeros y las operaciones y, por otro lado, el compromiso creciente de recursos en los mercados extranjeros.

Ventaja comparativa

Según el modelo de Heckscher-Ohlin (sostiene que aquellas diferencias a nivel internacional en la dotación de factores (trabajo, habilidades, capital físico, y tierra), por esa misma razón, crean diferentes ventajas comparativas. Pues

- Conocimiento del negocio/Adaptación al cambio
- Capacitaciones
- Habilidades y destrezas en el sector pisco

Rendimiento de las exportaciones

Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país. Se evaluaron los siguientes indicadores, para ambos países:

- Volumen de exportación a nivel mundo
- Volumen de exportación a nivel del mercado de destino, es decir Estados Unidos y China.

Innovación

Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país, Datos Macro y OMPI, para Perú y Chile.

Tratado de libre comercio

Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país. Orientado a los mercados de destino, Estados Unidos y China.

Productividad

Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país, se evaluarán los siguientes indicadores, para ambos países:

- Atributos
- Variedad de productos

IRE2

II3

ITLC4

VCP1

debemos tener en cuenta que los países tienen distinta abundancia relativa de estos factores de producción mencionados. De la misma forma que es importante tener en cuenta que los procesos productivos usan estos factores de producción con diferentes intensidades.

Paul Krugman (2006) sostiene que parte del comercio internacional es explicado por la existencia de la competencia imperfecta y de economías de escalas crecientes. La competencia imperfecta como la competencia monopolista implica que estos países producen productos semejantes pero diferenciados.

Economías de escala	<ul style="list-style-type: none"> • Presentaciones (empaques y envases) <p>Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.</p>	VCEE2
Geografía	<p>Recolección de información de los últimos 5 años, recopilados en las plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país, se evaluaron los siguientes indicadores, para ambos países:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zonas de producción (Valles, Departamentos) • Condiciones climáticas geográficas • Agroindustria. 	VCG3

Apéndice C: Guía de Entrevista a profundidad

Estimado Sr(a) / Srita., conociendo su labor y las actividades que realiza, agradecerle por el tiempo que nos está brindado para poder realizar esta entrevista, somos la bachiller Valderrama Chiquillan Nikol y la bachiller Nájera Herrera Valeria, de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Continental. Mediante el presente, se está desarrollando la Tesis Titulada “Análisis comparativo de la evolución de las exportaciones de pisco de Perú y Chile, en los periodos 2018 a 2022”.

Además, queremos dar mención que las opiniones e información brindadas serán con fines netamente académicos que aportarán de manera sustancial el desarrollo de la tesis, por lo cual requerimos su valiosa colaboración.

A continuación, se presentará una guía de 15 preguntas las cuales se responderán de manera abierta, explayándose.

Perfil del entrevistado:

Departamento u área de trabajo:

Cargo que desempeña:

DNI:

Preguntas:

Precio Internacional

¿Es importante hacer uso de una estrategia de precios?

¿El valor del producto percibido por el cliente repercute de manera directa en el precio internacional?

¿Considera que el establecer un precio internacional por debajo de la competencia ayudará a eliminar o frenar alguna pérdida?

Tecnología

Mediante las tecnologías transformamos al mundo natural creando un hábitat artificial, ¿En el mundo empresarial se dan resultados positivos o negativos?

¿Es necesario automatizar los procesos en una empresa?

¿El reemplazo del ambiente natural a un ambiente artificial, de qué manera influye en la mano de obra?

Capacidad de producción

¿Es importante hacer un análisis de cálculo de capacidad de producción?

¿Cómo se calcula la capacidad de producción de una empresa activa?

¿De qué manera puede influir el buen desempeño del capital humano en la optimización de recursos de la empresa?

Capacidad de económica y financiera

¿Se necesita realiza una evaluación financiera de manera periódica para el buen manejo de la organización?

¿Es importante contar con un respaldo económico financiero para exportar?

¿Qué estrategias puede tomar en cuenta la empresa para incrementar los recursos económicos?

Infraestructura productiva

¿El buen desarrollo de las capacidades productivas y de inversión permite a las empresas generar oportunidades económicas?

¿La infraestructura productiva coadyuva al fortalecimiento de la base productiva y valor agregado?

¿La infraestructura productiva ayuda a sumar esfuerzos a proyectos internacionales?

Barreras arancelarias

¿Las barreras arancelarias se realizan principalmente para dar proteccionismo comercial nacional?

¿Considera pertinente que las barreras arancelarias están pasando a segundo plano y que las no arancelarias tengan más protagonismo?

¿Qué impacto tienen los aranceles aduaneros en las exportaciones?

¿Es importante conocer el código arancelario del producto que se va a exportar?

Barreras no arancelarias

¿Con qué finalidad se imponen las estrategias y regulaciones no arancelarias en el comercio exterior?

¿Por qué considera que el certificado de origen es uno de los documentos más solicitados?

¿Cuál es la importancia de los subsidios y eliminación de Barreras Comerciales para el comercio internacional?

Certificaciones internacionales

¿Qué beneficios obtienen las empresas al obtener las certificaciones internacionales?

¿Considera que es importante que la empresa obtenga certificaciones que acrediten la potabilidad, genuidad y denominación de origen?

¿Es importante el conocer las certificaciones que se exigen en el país destino de la exportación?

Infraestructura logística

¿Es necesario contar con personal capacitado en la infraestructura logística?

¿Cómo impacta el estudio de las vías de transporte y puertos/aeropuertos en el proceso logístico?

¿Qué papel juega la Aduanas en la infraestructura logística?

Calidad del producto

¿Qué fases considera que son las que se toman en consideración para lograr un producto de calidad?

¿Qué medidas podría tomarse en consideración si los requerimientos del producto no están conforme con lo establecido?

¿Considera usted que la inspección y el control son piezas fundamentales para obtener un producto de calidad?

Capacidad de gestión

¿Qué aspectos se podría considerar para mejorar la capacidad de gestión en una empresa que tiene enfoque internacional?

¿Es necesario contar con una retroalimentación del avance y logro de los objetivos que se realizan en una empresa con todos los niveles o sólo la parte jerárquica?

¿Qué competencias son necesarias en una organización para establecer y alcanzar sus propios objetivos de desarrollo a lo largo del tiempo?

Rendimiento de las exportaciones

¿Las ventas totales del producto son una pieza clave para analizar el rendimiento de las exportaciones?

¿Considera que un buen desempeño en las exportaciones atrae a un mercado internacional?

¿La consecuencia de un buen rendimiento de las exportaciones es obtener una alta rentabilidad?

Innovación

¿Cómo se podría crear un ecosistema de innovación y crear mejores políticas para ser más competitivos a nivel de mercado Internacional?

¿Cómo podemos hacer que la inteligencia artificial y la robotización conduzcan a mejores trabajos en vez de generar desempleo?

¿Rediseñar productos y servicios pueden ser considerados como estrategias de Innovación?
¿Esto generaría costos adicionales y cómo implicaría?

Tratado de libre comercio

¿Es importante que una empresa, conozca los acuerdos comerciales que posee el país de destino de exportación?

¿Un tratado de libre comercio ayuda a que se complementen las economías de ambos países?

¿Qué impacto tiene un tratado de libre comercio en el comercio internacional?

Productividad

¿Considera que un buen capital humano en la empresa, ayudará a que esta posea mayor productividad en el desarrollo del producto?

¿Poseer eficiencia y eficacia en los procesos de producción, mejorará la productividad de la organización?

¿Qué subdimensiones se deben tener en cuenta para que haya mejoras en la productividad en el proceso productivo?

Economías de escala

¿Cómo beneficia una economía de escala a la organización?

¿Qué impacto tiene en la empresa una economía de escala interna?

¿Qué consecuencia tiene en la organización, cuando esta logra una economía de escala en relación a sus utilidades?

Geografía

¿Es importante hacer uso de la geografía en el comercio internacional?

¿Qué importancia tiene la ubicación de mercancías, servicios o productos que se comercializan en ciertas demarcaciones en el mundo?

Apéndice D: Guía de Análisis Documental

Precio Internacional

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Precio Internacional, para ello a través del análisis del precio en los periodos 2018 - 2022, se establecerá el comportamiento y la fluctuación. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por la plataforma Veritrade y Trademap para ambos países.

Empresas exportadoras	Precio Internacional de Perú (Total US\$ / FOB)				
------------------------------	--	--	--	--	--

	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>
--	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Empresas exportadoras	Precio Internacional de Chile (Total US\$ / FOB)				
------------------------------	---	--	--	--	--

	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>
--	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Empresas exportadoras	Precio Internacional de Perú (US\$ / Litro)				
------------------------------	--	--	--	--	--

	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>
--	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Empresas exportadoras	Precio Internacional de Chile (US\$ / Litro)				
------------------------------	---	--	--	--	--

	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>
--	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Empresas exportadoras	Precio Internacional de Perú (2018 - 2022)			
------------------------------	---	--	--	--

	<i>Total US\$/ FOB</i>	<i>%</i>	<i>Total L.</i>	<i>US\$/ L.</i>
--	------------------------	----------	-----------------	-----------------

Empresas exportadoras	Precio Internacional de Chile (2018 - 2022)			
------------------------------	--	--	--	--

	<i>Total US\$/ FOB</i>	<i>%</i>	<i>Total L.</i>	<i>US\$/ L.</i>
--	------------------------	----------	-----------------	-----------------

Precio Internacional para Estados Unidos (*Valor Unitario,
Dólar americano por toneladas*)

Años	Perú	Chile
	<i>US\$/ L</i>	<i>US\$/ L</i>
<i>2018</i>		
<i>2019</i>		
<i>2020</i>		

2021		
2022		
Precio Internacional para China (<i>Valor Unitario, Dólar americano por toneladas</i>)		
Años	Perú	Chile
	US\$ / L	US\$ / L
2018		
2019		
2020		
2021		
2022		

Tecnología

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría Tecnología. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Tecnología en el sector vitivinícola (Pisco) - Perú

Instituto Tecnológico de la Producción

AGRARIA

Marca Perú

Conapisco (Comisión Nacional del Pisco)

ANDINA

Tecnología en el sector vitivinícola (Pisco) - Chile

ProChile

Ministerio de Agricultura

Oficina de Estudios y Políticas Agrarias
[ODEPA]

Pisco Orgullo Chileno

Capacidad de producción

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Capacidad de Producción. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por la plataforma FAOSTAT - Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

- *Mano de obra*
- *Área cosechada*

Área cosechada de Uvas (01330) - Hectáreas

País	2018	2019	2020	2021	2022
Perú					
Chile					

- *Rendimiento*

Rendimiento de Uvas (01330) - 100 g/ Ha

País	2018	2019	2020	2021	2022
Perú					
Chile					

- *Producción - Cantidad*

Producción de Uvas (01330) - Toneladas

País	2018	2019	2020	2021	2022
Perú					
Chile					

Capacidad Económica y Financiera

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Capacidad Económica y Financiera. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Capacidad Económica y Financiera de Perú
(2018 - 2022)

Instituciones	<i>Acceso a financiamiento / Condiciones financieras</i>
MEF	
Ministerio de desarrollo agrario y riego	
Banco Mundial	
Doing Business	

Capacidad Económica y Financiera de Chile
(2018 - 2022)

Instituciones	<i>Acceso a financiamiento / Condiciones financieras</i>
Minagri	
Gobierno Regional de Coquimbo	
Banco Mundial	
Doing Business	

Infraestructura Productiva

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Infraestructura Productiva. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Indicadores	Infraestructura productiva	
	Perú	Chile
Área apropiadas de producción		
Maquinaria y equipos		

Barreras Arancelarias

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de las Barreras Arancelarias. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por las plataformas Trademap y Macmap.

Barreras Arancelarias						
Países	Perú (2208.20)			Chile (2208.20)		
	Si	No	Argumento	Si	No	Argumento
Estados Unidos de América		x				x
China		x				x

Barreras No Arancelarias

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Barreras No arancelarias. Por ello se toma en consideración los siguientes

aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por las plataformas Trademap y Macmap.

Barreras No Arancelarias		
Países	Perú	Chile
	Argumento	Argumento
Estados Unidos de América		
China		

Certificaciones internacionales

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Certificaciones Internacionales que son obligatorias para los países de destino, debido a que ayudarán al ingreso de estos mercados sin ningún contratiempo. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Certificaciones internacionales de Perú			
Indicadores	Estados Unidos	China	Información adicional
Certificaciones			
Regulaciones sanitarias			
Reconocimientos			

Certificaciones internacionales de Chile

Indicadores	Estados Unidos	China	Información adicional
--------------------	-----------------------	--------------	------------------------------

Certificaciones

Regulaciones sanitarias

Reconocimientos

Certificado de denominación de origen

País	<i>Perú</i>	<i>Chile</i>
-------------	--------------------	---------------------

Conceptualización

Entidad

Fecha

Países que lo reconocen

Infraestructura logística

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Infraestructura Logística. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por las plataformas Doing Business y Veritrade.

- *Doing business*

Doing business	Perú	
	2019	2020
Apertura de un negocio		
Comercio transfronterizo		
Tiempo para exportar: cumplimiento fronterizo (horas)		
Costo para exportar: cumplimiento fronterizo (USD)		
Tiempo para exportar: cumplimiento documental (horas)		
Costo para exportar: cumplimiento documental (USD)		

Doing business	Chile	
	2019	2020
Apertura de un negocio		
Comercio transfronterizo		
Tiempo para exportar: cumplimiento fronterizo (horas)		
Costo para exportar: cumplimiento fronterizo (USD)		
Tiempo para exportar: cumplimiento documental (horas)		
Costo para exportar: cumplimiento documental (USD)		

- *Vías de transporte*

Vía de Transporte Perú	Total US\$ FOB				
	2018	2019	2020	2021	2022

Marítimo	
Aéreo	
Carretera	
<hr/>	
Vía de Transporte Chile	Total US\$ FOB
	2018 2019 2020 2021 2022
<hr/>	
Marítimo	
Aéreo	
Carretera	
<hr/>	

- *Aduanas*

Aduanas Perú	Años (%)				
	2018	2019	2020	2021	2022
Marítimo del Callao					
Aérea del Callao					
Tumbes					
Tacna					
Desaguadero					
<hr/>					
Aduanas Chile	Años (%)				
	2018	2019	2020	2021	2022
San Antonio					
Valparaíso					
Los Andes					
Arica					
Metropolitana					
<hr/>					

Calidad del Producto

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Calidad del Producto. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

- *Perú:*
- *Empresas peruanas:*
- *Chile:*
- *Empresas chilenas:*

Capacidad de Gestión

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Capacidad de Gestión. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Indicadores	Sector bebidas alcohólicas (Pisco) Perú	Sector bebidas alcohólicas (Pisco) Chile
Conocimiento del negocio / Adaptación al cambio Capacitaciones Habilidades y destrezas en el sector pisco		

Rendimiento de las Exportaciones

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Rendimiento de las Exportaciones. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada

y analizada por las plataformas Trademap, de instituciones del estado y privadas de cada país.

Indicadores	Rendimiento de las exportaciones de Perú (220820)				
	2018	2019	2020	2021	2022
	Cantidad en toneladas				
Volumen de exportación a nivel mundo					
Volumen de exportación a mercado de destino (EE.UU)					
Volumen de exportación a mercado de destino (China)					

Indicadores	Rendimiento de las exportaciones de Chile (220820)				
	2018	2019	2020	2021	2022
	Cantidad en toneladas				
Volumen de exportación a nivel mundo					
Volumen de exportación a mercado de destino (EE.UU)					
Volumen de exportación a mercado de destino (China)					

Innovación

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Innovación. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país, Datos Macro y OMPI.

Índice Mundial de Innovación					
País	2018	2019	2020	2021	2022
Perú					
Chile					

Tratados de Libre Comercio

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Tratados de Libre Comercio. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Acuerdo	<i>TLC Perú - Estados Unidos</i>
Año	
Lugar	
Partida arancelaria	
Beneficios	
Acuerdo	<i>TLC Chile - Estados Unidos</i>
Año	
Lugar	
Partida arancelaria	
Beneficios	
Acuerdo	<i>TLC Perú - China</i>
Año	
Lugar	
Partida arancelaria	
Beneficios	

Acuerdo	<i>TLC Chile - China</i>
Año	
Lugar	
Partida arancelaria	
Beneficios	

Productividad

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Productividad. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Indicadores	Perú	Chile
Atributos		
Variedad de productos		
Presentaciones (empaquete y envase)		

Economías de escala

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Economías de escala. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

Economías de escala	
<i>Perú</i>	<i>Chile</i>

Geografía

Se describe que, en la exportación de pisco de Perú y Chile, se debe evaluar la subcategoría de Geografía. Por ello se toma en consideración los siguientes aspectos. Además, se hará un análisis comparativo. La información será recabada y analizada por plataformas de instituciones del estado y privadas de cada país.

- *Zonas de producción (Valles, Departamentos)*
- *Condiciones climáticas geográficas*
- *Agroindustria*

Apéndice E: Validación por juicio de expertos

FICHA PARA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Nombre del instrumento:	GUIA DE ENTREVISTA
Título de la investigación:	ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE...
Nombre del juez/experto:	MARCO ANTONIO LEDESMA MUNIVE
Teléfono:	+51 967 293 855
Correo electrónico:	MLEDESMA@CONTINENTAL.EDU.PE
Área de acción laboral:	EXPORTACION DE SERVICIOS
Título Profesional:	LIC. EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
Grado Académico:	MAGISTER EN ADMINISTRACION

INDICACIONES: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

Criterios de evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X					X
2. La secuencia de prestación de los ítems es óptima.					X					X					X
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X					X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X					X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X					X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X					X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X					X
9. El instrumento abarca las variables y dimensiones.					X					X					X
10. Los ítems son medibles directamente.					X					X					X
Total parcial	50					50					50				
Total	150														
Congruencia	Claridad					Tendenciosidad (sesgo en la formulación de los ítems, es decir, si sugieren o no una respuesta)									
5 - Óptimo	5 - Óptimo					5 - Mínimo									
4 - Satisfactorio	4 - Satisfactorio					4 - Poca									
3 - Bueno	3 - Bueno					3 - Regular									
2 - Regular	2 - Regular					2 - Bastante									
1 - Deficiente	1 - Deficiente					1 - Fuerte									

Escala de calificación final:

Deficiente (30-54) - Regular (55-78) - Bueno (79-102) - Satisfactorio (103-126) - Óptimo (126-150)

Observaciones:

Firma del Experto

D.N.I.:

FICHA PARA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Nombre del instrumento:	Guía de entrevista
Título de la investigación:	Análisis comparativo de los efectos de las exportaciones.
Nombre del juez/experto:	Malpartido Lago, Lucho Lorenzo
Teléfono:	+51 922 553 630
Correo electrónico:	lmalpartida
Área de acción laboral:	Negocios internacionales
Título Profesional:	Economista
Grado Académico:	Magister - Gestión Pública


INDICACIONES: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

Criterios de evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X				X						X
2. La secuencia de prestación de los ítems es óptima.					X					X				X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.				X						X					X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X				X						X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.				X					X						X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X				X						X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X				X						X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X			X							X
9. El instrumento abarca las variables y dimensiones.					X				X						X
10. Los ítems son medibles directamente.					X				X						X
Total parcial					48				48						49
Total					105										
Congruencia	Claridad					Tendenciosidad (sesgo en la formulación de los ítems, es decir, si sugieren o no una respuesta)									
5 - Óptimo	5 - Óptimo					5 - Mínimo									
4 - Satisfactorio	4 - Satisfactorio					4 - Poca									
3 - Bueno	3 - Bueno					3 - Regular									
2 - Regular	2 - Regular					2 - Bastante									
1 - Deficiente	1 - Deficiente					1 - Fuerte									

Escala de calificación final:

Deficiente (30-54) - Regular (55-78) - Bueno (79-102) - Satisfactorio (103-126) - Óptimo (126-150)

Observaciones:

Firma del Experto

D.N.I.: 20100424

Ficha para validación de expertos

Datos generales:


Nombre del instrumento:	Guía de entrevista
Título de la investigación:	Análisis comparativo de la evolución de las exportaciones de pisco entre Perú y Chile, en los periodos 2018 al 2022
Nombre del juez/experto:	Harold Angulo Bustinza
Teléfono:	+51 950 828 866
Correo electrónico:	hangulo@Continental.edu.pe
Área de acción laboral:	Docente e Investigador RENACYT en Economía y Negocios Internacionales
Título Profesional:	
Grado Académico:	Doctor en economía y negocios internacionales

INDICACIONES: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

Criterios de evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X					X
2. La secuencia de prestación de los ítems es óptima.					X				X					X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X				X						X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X					X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X					X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X					X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X				X					X	
9. El instrumento abarca las variables y dimensiones.					X				X						X
10. Los ítems son medibles directamente.					X					X					X
Total parcial	50					46					48				
Total	144														
Congruencia	Claridad					Tendenciosidad (sesgo en la formulación de los ítems, es decir, si sugieren o no una respuesta)									
5 - Optimo 4 - Satisfactorio 3 - Bueno 2 - Regular 1 - Deficiente	5 - Optimo 4 - Satisfactorio 3 - Bueno 2 - Regular 1 - Deficiente					5 - Mínimo 4 - Poca 3 - Regular 2 - Bastante 1 - Fuerte									

Escala de calificación final:

Deficiente (30-54) - Regular (55-78) - Bueno (79-102) - Satisfactorio (103-126) - **Óptimo (126-150)**

Observaciones:
Tener sustento teórico en las categorías en base a un autor y mejorar las preguntas observadas.

Firma del Experto.