



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE
PISCO A LAS MYPE PRODUCTORAS EN LA
PROVINCIA DE ICA, 2022**

**PRESENTADO POR
CINTHIA SILVANA MARTINEZ BALLUMBROSIO**

**ASESORA
BARBARA ISABEL PONCE PONCE**

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2024



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE PISCO A LAS MYPE
PRODUCTORAS EN LA PROVINCIA DE ICA, 2022**

**PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR
CINTHIA SILVANA MARTINEZ BALLUMBROSIO**

**ASESORA
DRA. BARBARA ISABEL PONCE PONCE**

LIMA, PERÚ

2024

DEDICATORIA

A mi familia, a mi esposo e hijos pues son el motor y motivo de mi superación profesional y personal.

CINTHIA SILVANA

AGRADECIMIENTO

A la Universidad de San Martín de Porres por ser una institución educativa superior universitaria de prestigio y está apoyando en especial a los jóvenes futuros profesionales realizando estudios superiores en Administración de Negocios Internacionales en beneficio del departamento de Ica.

A los docentes de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos; por tener mucha paciencia y orientar a los jóvenes para consolidar su carrera profesional universitaria.

A la Doctora Barbara Isabel Ponce Ponce; quien fue asesora del presente estudio orientando y sugiriendo durante el desarrollo de la tesis.

La Autora

ÍNDICE DE CONTENIDO

PÁGINAS PRELIMINARES	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICES	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	xii
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	20
1.1 Antecedentes de la investigación.....	20
1.1.1 Antecedentes Internacionales.....	20
1.1.2 Antecedentes Nacionales	21
1.2 Bases teóricas	22
1.2.1 Definición.....	22
1.2.2 Volumen de producción de pisco	23
1.2.3 Conocimiento sobre exportación de pisco para mype.....	24
1.2.4 Financiamiento para exportar pisco	25
1.2.5 Competencia en el mercado del producto pisco	26
1.2.6 Definición de exportación.....	27
1.2.7 Importancia de la exportación	28
1.2.8 Características de la exportación	29
1.2.9 Exportación de pisco en pandemia Covid-19	30

1.2.10 La exportación de pisco de las mype de Ica	31
1.3 Definición de términos básicos	32
CAPTULO II. HIPÓTESIS Y VARIABLES	34
2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas	34
2.1.1 Hipótesis principal.....	34
2.1.2 Hipótesis derivadas	34
2.2 Variables y definición operacional	35
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
3.1 Diseño metodológico.....	38
3.2 Diseño muestral	39
3.2.1 Población.....	39
3.2.2 Muestra	39
3.3 Técnicas de recolección de datos	40
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	41
3.5 Aspectos éticos.....	41
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	42
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	66
CONCLUSIONES.....	73
RECOMENDACIONES.....	75
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	76
ANEXOS.....	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	35
Tabla 2. Volumen de producción de pisco*Exportación del producto pisco.....	42
Tabla 3. Conocimientos sobre exportación*Exportación del producto pisco.....	44
Tabla 4. Acceso al financiamiento*Exportación del producto pisco.....	46
Tabla 5. Competencia de empresas nacionales e internacionales*Exportación del producto pisco.....	48
Tabla 6. Factores que inciden en la exportación de pisco*Exportación del producto pisco.....	51
Tabla 7. Prueba de normalidad.....	53
Tabla 8. Tabla cruzada. Volumen de producción de pisco *exportación del producto pisco.....	55
Tabla 9. Pruebas de Chi-cuadrado. Volumen de producción de pisco *exportación del producto pisco.....	56
Tabla 10. Tabla cruzada. Conocimientos sobre exportación*exportación del producto pisco.....	57
Tabla 11. Pruebas de Chi-cuadrado. Conocimientos sobre exportación del producto pisco.....	58
Tabla 12. Tabla cruzada. Acceso al financiamiento *exportación del producto pisco.....	59
Tabla 13. Pruebas de chi-cuadrado. Acceso al financiamiento *exportación del producto pisco.....	60
Tabla 14. Tabla cruzada. Competencia de empresas nacionales e internacionales*exportación del producto pisco.....	61
Tabla 15. Pruebas de chi-cuadrado. Competencia de empresas nacionales	

e internacionales *exportación del producto pisco.....	62
Tabla 16. Tabla cruzada. Factores que influyen en la exportación de pisco.....	64
Tabla 17. Pruebas de chi-cuadrado. Factores que influyen en la exportación de pisco	64
Tabla 18. Validación por juicio de expertos.....	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Simbología de nivel correlacional.....	38
Figura 2. Volumen de producción de pisco*Exportación del producto pisco...43	
Figura 3. Conocimientos sobre exportación*Exportación del producto pisco..45	
Figura 4. Acceso al financiamiento*Exportación del producto pisco.....47	
Figura 5. Competencia de empresas nacionales e internacionales*Exportación del producto pisco.....49	
Figura 6. Factores que inciden en la exportación de pisco*Exportación del producto pisco.....51	
Figura 7. Prueba de normalidad.....54	

RESUMEN

La investigación trató sobre los factores que influyen en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022. El estudio es descriptivo correlacional, de tipo no experimental, siendo la población de 163 micro y pequeñas empresas productoras de pisco en la provincia de Ica y la muestra fue de 115 micro y pequeños empresarios, se aplicó cuestionarios y con muestreo probabilístico con la técnica del muestro aleatorio simple.

Del total, un 41.7% de encuestados están totalmente en desacuerdo con aquellos factores que influyen en la exportación de pisco por ello nunca exportaron su producto Pisco durante la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19. Luego, la Chi cuadrada (χ^2) resalta el valor-p = 0,000 es menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1) confirmando que la exportación del producto pisco es dependiente de los factores que influyen en la exportación de pisco.

Estadísticamente, los factores que influyen directamente en la exportación de pisco de las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022, son el volumen de producción de pisco, los conocimientos sobre exportación, el acceso al financiamiento y la competencia de empresas nacionales e internacionales. Como aporte se ofrecerá un diagnóstico científico sobre el tema a la comunidad científica local, nacional e internacional.

Palabras clave. Exportación del producto pisco, factores que influyen en la exportación de pisco, volumen de producción, acceso al financiamiento, conocimiento y competencia nacional e internacional.

ABSTRACT

The research dealt with the factors that influence the export of pisco to the producing mype in the province of Ica in the 2022. The main objective was to determine the factors that influence the export of pisco to the producing mype in the province of Ica in the 2022. The study is descriptive correlational, of a non-experimental type, with the population being 163 micro and small pisco producing companies in the province of Ica and the sample was 115 micro and small entrepreneurs, questionnaires were applied and with probabilistic sampling with the simple random sampling technique.

Of the total, 41.7% of respondents totally disagree with those factors that influence the export of pisco, which is why they never exported their Pisco product during the health crisis due to the Covid-19 Pandemic. Then, the Chi square (X^2) highlights the p-value = 0.000 is less than $\alpha = 0.05$, so the null hypothesis (H_0) is rejected and the alternative hypothesis (H_1) is accepted, confirming that the export of the pisco product is dependent on the factors that influence exporting pisco.

Statistically, the factors that directly influence the export of pisco by the producing mype in the province of Ica in the 2022 are the volume of pisco production, knowledge about export, access to financing and competition from national and international companies. international. As a contribution, a scientific diagnosis on the topic will be offered to the local, national and international scientific community.

Keywords. Exportation of the pisco product, factors that influence the export of pisco, production volume, access to financing, knowledge and national and international competition.

NOMBRE DEL TRABAJO

CINTHIA MARTINEZ FINAL 6 FEBRERO 2
024.docxRECUENTO DE PALABRAS **17394**

Words

RECUENTO DE CARACTERES **98452**

Characters

RECUENTO DE PÁGINAS **103**

Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

5.1MB

FECHA DE ENTREGA

Feb 6, 2024 5:15 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Feb 6, 2024 5:16 PM GMT-5

● 13% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 12% Base de datos de Internet 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- Excluir del Reporte de Similitud
- Material bibliográfico Material citado
- Material citado Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Bloques de texto excluidos manualmente

INTRODUCCIÓN

Desde que empezó la pandemia del Covid-19, la comercialización internacional se vio seriamente afectado por las medidas sanitarias tomadas a nivel internacional por los países para intentar controlar el avance de dicha pandemia, sin duda se observa todavía un escenario que afecta negativamente el valor de las transacciones internacionales y este escenario también involucra a las empresas que realizan negocios internacionales de productos por exportar.

A pesar de los tiempos difíciles que vive la humanidad cada vez más empresas están intentando tomar el camino del comercio internacional, aunque esta intencionalidad se va concretando muy lentamente y observando que quedó truncado seriamente

Bárcena (2020) afirma que:

En el contexto de la Pandemia Covid-19 el volumen de producción del comercio mundial de bienes se redujo un 17,7% con relación al 2019. La reducción en casi el primer semestre del año 2020 fue generalizada, estaba afectado las exportaciones de Estados Unidos de Norteamérica, la Unión Europea y la gigante China fue afectada con contracción de sus exportaciones, pero controlaron el brote de la Pandemia Covid-19 y pudo reabrirse su economía con prontitud. Referente a América Latina y el Caribe fueron más perjudicados por la Pandemia, donde la producción de bienes y/o extracción de materias primas juegan un papel muy importante donde se intenta avanzar en volúmenes de producción, los conocimientos, infraestructura, financiamiento y la logística para ser países competitivos pudiendo ser involucrados en las medidas de recuperación económica.

De esta manera, en especial las empresas de los países de América Latina y el Caribe según sus montos enviados al extranjero se encuentran en una baja representación por las micro y pequeñas empresas a nivel latinoamericano. Esta problemática observada puede estar explicándose por cuatro probables factores entre los cuales podrían estar resaltándose pocos volúmenes de producción, limitación en el acceso al financiamiento, poco conocimiento sobre exportación y baja productividad respecto a la competitividad que exhiben las Mypes latinoamericanas.

En el Perú, se observa que la industria pisquera no fue ajena al impacto negativo por la Pandemia del Covid-19 en particular en los volúmenes de producción, en el conocimiento exportador, en el acceso al financiamiento y en ser competitivos nacional e internacionalmente, pero los productores tuvieron que reinventarse abriéndose otras oportunidades de comercio interno y hacia el exterior. Fueron desapareciendo distribuidoras, hoteles y restaurantes que son los potenciales clientes se tuvo que optar por el comercio electrónico por páginas webs o redes sociales para que los consumidores reciban las botellas de pisco en sus hogares.

Asociación de Exportadores (2022) afirma que:

Las exportaciones de pisco peruano entre los meses enero y mayo 2022 lograron USD3 millones 894 mil, felizmente aumentando en un 87% respecto a enero y mayo 2021, logrando solamente USD 2 millones 088 mil en el contexto de la Pandemia. No hay ya alguna duda que los consumidores internacionales reconocen la calidad del pisco peruano, sin embargo, en el contexto de la Pandemia y otros factores sigue siendo crucial continuar

trabajando con el comercio electrónico para retomar el posicionamiento en los mercados internacionales como era antes de la crisis sanitaria.

De esta forma se observa que los bodegueros peruanos, en su mayoría son micro y pequeños empresarios; todavía en pandemia Covid-19 se han dedicado a traer las uvas de sus propios campos de cultivo para elaborar el producto pisco, pero hay cosecha una sola vez al año.

Sin embargo, en la provincia de Ica se observa que los micro y pequeños empresarios pequeños de producción de pisco siguen buscando salidas y/o alternativas para sobrevivir pese a las pocas ventas registradas. Una de estas alternativas que más se tiene en cuenta en estos tiempos difíciles de pocos volúmenes de producción de pisco, exiguo conocimiento exportador, poco acceso al financiamiento y micro y pequeños empresarios poco competitivos es la de diversificar nacional e internacionalmente el negocio del pisco en la medida de las posibilidades.

Agencia Agraria (2022) afirman que:

Los productores pequeños de Ica han optado por estar alquilando pequeñas bodegas para elaborar su propio pisco en volúmenes menores a 1.000 litros.

La paralización productiva que causó la crisis sanitaria mundial trae consigo cambios y reconversiones. Así, las pequeñas empresas y los agricultores tuvieron que adecuarse a novedosas formas del conocimiento exportador, financiamiento y ser competitivos en el mercado nacional e internacional.

Entonces, los micro y pequeños empresarios de Ica están entrando al enoturismo, pero por la pandemia Covid-19 los resultados son poco alentadores.

La paralización productiva que generó el Covid-19 acarrió consigo cambios y reconversiones. Así, no solo empresas, sino también agricultores tuvieron que

adecuarse a nuevas formas de producción y venta, lo cual en el caso de la provincia de Ica ha dado origen a un mayor número de microempresarios en el rubro vitivinícola, siendo estos hombres de campo que cultivaban uva, hoy en día convertidos en pequeños productores de pisco y vino, cuyas bebidas son fabricadas a partir de sus propias siembras del fruto de la vid.

Sin embargo, el mercado de piscos se estaría ampliando con la aparición de nuevos productores, también hay poca oferta de uva, pues hay un sector de agricultores que priorizan los cultivos para su producción de bebidas antes que para la venta a las bodegas.

Finalmente, la presente investigación ha planteado los siguientes cuestionamientos formulando como problema principal ¿cuáles son los factores que influyen en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022? Luego, los problemas específicos son ¿el volumen de producción de pisco influye en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022?, ¿los conocimientos sobre exportación influye en las barreras de exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022?, ¿el acceso al financiamiento influye en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022? y ¿la competencia de empresas nacionales e internacionales influye en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022?.

Después, el objetivo general fue determinar los factores que influyen en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022.

Los objetivos específicos identificar si el volumen de producción de pisco influye en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022, establecer si los conocimientos sobre exportación influye en las barreras de exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022, identificar si el acceso al financiamiento influye en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022 y establecer si la competencia de empresas nacionales e internacionales influye en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022.

También, se tiene la hipótesis principal que menciona los factores que influyen directamente en la exportación de pisco de las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022 son el volumen de producción de pisco, los conocimientos sobre exportación, el acceso al financiamiento y la competencia de empresas nacionales e internacionales. Luego, las hipótesis derivadas fueron el volumen de producción de pisco influye directamente en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022, los conocimientos sobre exportación influyen directamente en las barreras de exportación de pisco a las mype productoras de la provincia de Ica en el 2022. El acceso al financiamiento influye directamente en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022 y la competencia de empresas nacionales e internacionales influye directamente en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022.

Es importante el presente trabajo de investigación porque se realizó un diagnóstico científico actualizado sobre los factores que influyen en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica, entonces la nueva normalidad está planteando novedosos retos en cuanto a tener presente los posibles factores mencionados como el volumen de producción de pisco, los conocimientos sobre exportación, el acceso al financiamiento y el ser competitivos a nivel nacional e internacional (en un contexto de pandemia Covid-19), para que de esta manera intentar que los micro y pequeños empresarios productores de pisco retomen el camino de posicionamiento de los mercados de la bebida del pisco peruano, pues, ya es más que conocido que la producción de Pisco en la provincia de Ica no ha sido ajena a los lamentables perjuicios generados por la crisis sanitaria.

En cuanto las limitaciones del estudio, se tiene la crisis sanitaria por Covid-19, donde se está todavía en un escenario del SARS-CoV-2, el virus de la Covid-19 con sus variantes contagiosas y otras enfermedades novedosas que están apareciendo lo cual limita la realización de las visitas a los micro y pequeños empresarios productores de Pisco de la provincia de Ica por riesgo de contagio, pero se realizaron los esfuerzos necesarios para cumplir con el trabajo de campo en forma presencial y cumpliendo todavía los protocolos sanitarios básicos. La limitación metodológica, donde los micro y pequeños empresarios integrantes de la muestra de estudio tienen sus obligaciones laborales o familiares lo cual no tienen el tiempo necesario para aplicar las encuestas correspondientes, pero se intentó cumplir con el trabajo de campo sin generar aburrimiento o cansancio en los encuestados con instrumentos de investigación adecuados.

La información actualizada, tiene que ver el acceso a la información especializada referente al tema de la presente investigación es una limitante pues existe gran cantidad de información, pero no actualizada, se realizó los esfuerzos necesarios por lograr acopiar información de fuentes confiables y especializadas en especial de las variables en estudio.

También, el modo que afectó el dominio de validez y el alcance de los resultados encontrados de la presente investigación han beneficiado directamente a los micro y pequeños empresarios productores de pisco de la provincia de Ica e indirectamente a los consumidores nacionales e internacionales, pues con este diagnóstico científico en el contexto de la reactivación económica en Ica, las autoridades regionales y municipales, las entidades privadas que tienen que ver con la exportación de pisco deben estar promoviendo la creación de nuevos hábitos culturales y comerciales con el comercio electrónico para tener una botella de pisco en los domicilios nacionales o internacionales consumiéndolo como un producto de bandera de la Región Ica y el Perú.

En cuanto a la metodología de la investigación se tuvo como diseño metodológico el descriptivo correlacional donde se manifiesta el fenómeno investigativo sin intervención ni manipulación de las variables de estudio, a lo que se conoce como método no experimental. La población fue de 163 micro y pequeñas empresas productoras de pisco en la provincia de Ica y como muestra representativa se tuvo a 115 micro y pequeños empresarios productores de pisco. Se empleó el muestreo probabilístico con la técnica del muestro aleatorio simple donde todos los integrantes de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Se utilizó la técnica de la encuesta con dos cuestionarios: Cuestionario sobre los factores que influyen en la exportación de pisco y

cuestionario sobre exportación del producto pisco con los cuales se obtuvieron datos presentados en tablas y figuras para realizar los análisis e interpretación de resultados. Para el procesamiento de los datos se utilizó el paquete estadístico SPSS v. 25 con la prueba de Chi cuadrada (χ^2).

Por último, para el desarrollo del estudio se tuvo en cuenta el Manual para elaboración de la tesis en su Anexo 4. Modelo General, el cual está estructurado en cinco capítulos: el primer capítulo contiene el marco teórico. El segundo capítulo contiene las hipótesis y variables, el tercer capítulo contiene la metodología de la investigación, el cuarto capítulo los resultados de la investigación. El quinto capítulo contiene la discusión de los resultados encontrados.

También, se tiene las conclusiones, recomendaciones, fuentes de información y anexos.

Se espera que la tesis sea aceptada por los interesados en el tema, además se aceptan las críticas constructivas para seguir mejorando el presente estudio.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1 Antecedentes Internacionales

Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile (2022). Realizaron una investigación titulada “Agro & alimentos. El sector agroalimentario chileno exportador”, que tiene como objetivo caracterizar el sector agroalimentario chileno exportador. La metodología es descriptivo comparativo de corte transversal. Llegaron a la siguiente conclusión:

El país sureño ha predominado 11 productos en el Contexto de la Pandemia Covid-19 para fortalecer la exportación de pisco y entre otros productos. El sector agroalimentario chileno es todavía dinámico y trabaja en relación de los gustos y preferencias de los consumidores, agregando atributos como volumen de producción, conocimiento exportador, financiamiento, competitividad que lo han llevado a recuperarse en los mercados internacionales.

Horta (2022). Realizó una investigación titulada “Evolución de las exportaciones de Pisco”, que tiene como objetivo Analizar la evolución de las exportaciones de Pisco. La metodología es un estudio cuali-cuantitativo. Llegó a la siguiente conclusión:

La exportación de pisco ha ido mejorando al 2022, pero ha sido necesario estar revisando y actualizando las cifras reales en el 2021 debido a las secuelas de la pandemia Covid-19 en el comercio internacional, para tener un panorama real de la evolución de este sector exportador en estos años. La producción de pisco en el país tiene una expectante capacidad de ir creciendo en volumen, pero depende de los mercados internacionales del Pisco postCovid-19. A la par se debe empezar a mejorar otra vez en la calidad,

presentación, promoción, etc., para volver a incrementar en un estimado de más del 50% las exportaciones de pisco en los años venideros.

1.1.2 Antecedentes Nacionales

Pérez (2021). Realizó una investigación titulada “Exportación Anual de pisco cayó -41%”, que tiene como objetivo caracterizar la exportación anual de pisco que cayó -41%. La metodología es descriptivo transversal. Llegó a la siguiente conclusión:

Por la Pandemia del Covid-19 se cerraron bares, restaurantes y discotecas a nivel mundial lo cual afectó el comercio internacional de pisco, cuyos envíos se redujeron en -41% entre enero y diciembre 2020, durante la cuarentena trajo muchos inconvenientes en el volumen de producción de pisco. Las pequeñas bodegas de pisco necesitan urgentemente acceso a financiamiento, mejorar los conocimientos sobre exportación en este nuevo escenario de crisis sanitaria y para ser otra vez competitivos en el mercado del pisco.

Castañeda y Zapata (2020). Realizaron una investigación titulada “Determinación de la relación de las exportaciones de pisco y los factores que propiciaron su internacionalización hacia Alemania y Reino Unido entre el 2013 y 2017 en el marco del TLC con la Unión Europea”, que tiene como objetivo determinar la relación de exportaciones de pisco y los factores que propiciaron su internacionalización hacia Alemania y Reino Unido entre el 2013 y el 2017 en el marco del TLC con la Unión Europea. La metodología es no experimental, longitudinal o evolutiva, de tipo de análisis evolutivo de grupos (cohorte). Llegaron a la siguiente conclusión:

Se tiene en cuenta el volumen de producción de pisco (valor FOB exportado) y la competencia de más empresas exportadoras, concluyendo que son los mayores determinantes de la internacionalización del pisco dirigidos a Alemania y Reino Unido. Se debe abarcar también aspectos de conocimiento

de exportación comercial y de financiamiento para mejorar el posicionamiento en los mercados del pisco.

Albarran (2022). Realizó una investigación titulada “Producción y comercialización de macerados a base de pisco con frutos nativos de la selva peruana”, que tiene como objetivo posicionar al mejor productor y comercializador de macerados de pisco, alcanzando 11% de cobertura del mercado internacional en el primer año. La metodología es cuantitativa y cualitativa. Llegó a la siguiente conclusión:

El producto pisco Raíces Peruanas es una empresa que tiene la oportunidad de ejercer la atención nacional e internacional en un escenario de recuperación económica postpandemia del Covid-19; se va adaptando a las novedosas exigencias de estos tiempos. La empresa mencionada para exportar el producto pisco debe ver los gastos operativos y administrativos y como financiarlos, pues si el precio disminuye un 15% resulta una variación negativa en un escenario riesgoso para el producto pisco.

1.2 Bases teóricas

Factores que influyen en la exportación de pisco

1.2.1 Definición

León y Zegarra (2019) afirman que:

Se van describiendo los principales conceptos para lograr una mayor comprensión y/o conocimiento de la exportación de pisco. Se ha revisado en el sector pisquero en el Perú su evolución a lo largo del tiempo para medir su volumen de producción de pisco en el mercado con valor FOB. De la misma manera, se revisa la propiedad intelectual para estar comprobando si la denominación de origen pisco se va encontrando dentro de los factores que tienen que ver en la exportación del pisco, por ejemplo, se evalúa la

competitividad empresarial y el nivel de cuota de financiamiento para enfrentar mejor a los competidores. Los objetivos planteados de la exportación de pisco tienen como finalidad ir comprobando si es que los factores mencionados tienen injerencia directa en la exportación de pisco.

También, Gallardo y Palomino (2018) afirman que:

La producción de pisco ha presentado un comportamiento decreciente en otros países, en cambio el Perú, que evidenció un incremento del volumen de producción de pisco, dándole una importante ventaja competitiva y de esta manera buscar destinos nuevos. Las principales ciudades productoras de pisco son Lima e Ica teniendo el 90% del mercado nacional. Otras ciudades son Arequipa, Moquegua y Tacna. Además, este interesante auge es por el conocimiento exportador y varias empresas financiadas reflejando una producción de 10.9 millones de litros de pisco en el año.

1.2.2 Volumen de producción de Pisco

Ministerio de la Producción del Perú (2022) afirman que:

Desde el año 2020 cuando inicio la crisis sanitaria mundial generada por la pandemia Covid-19, los volúmenes de producción de pisco exportado fueron de 605 miles de litros, disminuyeron en 32.3% en relación al 2019, luego de este dramático descenso se empezó a dar la recuperación del sector pisquero. Por ejemplo, entre enero y noviembre del 2021, las ventas totales de pisco fueron 6.7 millones de litros, representando un aumento de 53.2%, respecto al 2020 que fue 4.4 millones de litros de pisco. Con las ventas en el Perú fueron 5.8 millones de litros de pisco, volumen de producción de pisco superior al 50.2% en relación al mismo periodo del año anterior que fue 3.8 millones de litros. Para empezar a reactivar el sector productivo del pisco hubo un

trabajo articulado que viene realizando su sector para ir fortaleciendo la cadena productiva a nivel nacional internacional. El sector privado y las entidades del Estado estuvieron comprometidos con el fortalecimiento y desarrollo de la cadena productiva del sector pisquero sumando esfuerzos, junto a otros actores productivos como discotecas, restaurantes, hoteles, bares, bodegas entre otras micro y pequeñas empresas del sector de pisco para seguir posicionando la bebida bandera el pisco en el mercado exterior, trabajando mediante organizaciones no gubernamentales en beneficio de los productores y empresas pisqueras. Cabe resaltar que estos hechos de recuperación son explicados por la reanudación de actividades económicas a nivel nacional e internacional, donde se dinamiza otra vez el consumo en restaurantes, bares, discotecas, bodegas vitivinícolas, etc.

1.2.3 Conocimiento sobre exportación de pisco para mype

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y Turismo (2022) afirman que:

Se puede exportar pisco para mype realizando el envío mediante Serpost-Perú, si el valor de exportación no supera los USD7500 dólares americanos. Cada exportación de pisco puede contener varios bultos (sin límite de cantidad) siempre que no superen los 30 kg cada uno. Las mype puede ser persona natural o jurídica constituida formalmente en el país, vale decir, debe tener RUC y clave SOL. Emitir facturas o boletas. Cuando se va exportar, es muy necesario estar emitiendo los siguientes documentos que hacen posible la salida de pisco:

- Factura comercial de exportar, Declaración Exporta Fácil (DEF) y Lista de empaque.

- Certificado de origen, si hay un Tratado de Libre Comercio con el país de destino del producto bandera Pisco.

- Certificados obligatorios del producto pisco o a solicitud por el importador
2No hay limitaciones para utilizar Exporta Fácil. La Declaración Exporta Fácil (DEF) va consignando a un solo cliente y país destino. Los tiempos de exportación van dependiendo del tipo de servicio que se contrate directamente con Serpost-Perú.

Finalmente, las exportaciones de pisco están libres del pago de impuestos; pero, una vez que el producto bandero llegue al país destino y, en caso se aplique, el importador debe realizar los pagos por aranceles e impuestos como corresponde.

1.2.4 Financiamiento para exportar Pisco

Ministerio de la Producción del Perú (2022) afirman que:

Se ha lanzado la segunda convocatoria del Programa de Apoyo a la Internacionalización, iniciativa realizada por el Ministerio de la Producción, que su finalidad es brindar cofinanciamiento a las micro, pequeñas y medianas empresas peruanas que están buscando exportar pisco. Se trata de un fondo no reembolsable, vale decir no tiene que estar devolviéndose al Estado peruano desde S/.70,000 soles hasta S/.150,000 soles para apoyar a las mype con sus planes de internacionalización de su producto Pisco. Hay modalidades de financiamiento en la web del Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI) donde las micro y pequeñas empresas interesadas van participando de charlas informativas y varios talleres que van orientando a los postulantes sobre los requisitos de cada una de las modalidades y como es el proceso de postulación online. En este 2022, el Programa de Apoyo a

la Internacionalización tiene de fondo de financiamiento de S/ 10 millones de soles para mype ganadoras resultado de un concurso en cualquiera de las modalidades de internacionalización del pisco que ofrece el programa, en la actualidad. Por ejemplo, en el mes de octubre del 2021 se tuvo que lanzar el primer concurso del Programa de Apoyo a la Internacionalización, donde han salido ganando más de 70 mype provenientes de las regiones del Perú a quienes para que exporten se les ha comprometido S/10 millones de soles y son recursos económicos que no se reembolsan al Erario Público.

1.2.5 Competencia en el mercado del producto Pisco

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2022) afirma que:

Durante el 2022 se están desarrollando capacitaciones a los productores de la bebida emblemática pisco para ir generando mejores condiciones para estar compitiendo en el mercado internacional y nacional. En la Región Ica, las inquietudes del gremio empresarial de la producción del pisco se fundamentan en la economía iqueña y peruana, porque la misión es promover la riqueza de los empresarios en un escenario de libre, sana y real competencia, utilizando herramientas de competitividad como son algunas de ellas las marcas y las denominaciones de origen. En esa dirección se deben recoger las inquietudes que puedan estar surgiendo en el sector productivo de pisco, todo ello con la finalidad de continuar velando por el prestigio de la bebida bandera el pisco, se realiza capacitaciones como parte de las acciones que se desarrollan con la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica. Hay necesidad de estar promoviendo la actividad vitivinícola pisquera en Ica pues constituye una fuente importante de desarrollo socio económico más

por ser la Región de Ica muy golpeada por la pandemia Covid-19 que necesita con urgencia el máximo acompañamiento técnico para su reactivación económica promoviendo los registros formales de marcas, por ejemplo las marcas colectivas de las cadenas productivas del pisco, constituyendo unas herramientas de diferenciación, de asociatividad, de competitividad y de articulación con mercados teniendo la capacidad de estar contribuyendo con la reactivación económica por ejemplo de las mype iqueñas.

La exportación del producto pisco

1.2.6 Definición de exportación

Caro (2022) afirma que:

Son las transacciones comerciales para ir intercambiando bienes y servicios que realiza un país origen con otros países destino. La finalidad de las exportaciones es estar satisfaciendo la demanda de bienes y servicios de los clientes de los países con determinados productos que no se pueden cubrir o no tienen el producto o servicio en el país destino. Cuando se exporta se está hablando del país origen mientras que el país destino es parte del comercio global. Las exportaciones de los países se ubican en la balanza comercial que viene a ser la diferencia entre los productos que un país vende a nivel internacional y los productos que compra el mismo país del extranjero. Cuando el valor de las exportaciones es menor que el valor de las importaciones hay déficit en la balanza comercial de un país que comercializa a nivel internacional.

También, Rodríguez (2008) afirma que:

Se sabe que la exportación es aquella actividad donde hay salida de productos y servicios de un país cumpliendo los requisitos legales en utilización por los países involucrados y que genera divisas. Hay dos clases de productos exportables: los que son tradicionales y los que son no tradicionales. Las exportaciones no tradicionales quieren decir exportar productos novedosos en el comercio internacional, que presentan un comportamiento fluido; van cambiando su relevancia en la economía por su crecimiento como productos o servicios de venta internacional; también los bienes no tradicionales tienen valor agregado en su producción.

1.2.7 Importancia de la exportación

Hernández y Ávila (2010) afirman que:

Es importante la exportación de mercancías en el planeta para el incremento de la actividad comercial internacional fundamentado en varias teorías enfocadas en el mercantilismo realizando el esfuerzo en tener más exportaciones y pocas importaciones para ir favoreciendo la balanza comercial. El comercio internacional es muy beneficioso para un país donde se sostiene que el mercado de bienes y servicios se debe determinar con lo que importa o exporta en un país y los gobiernos no están teniendo influencia en el establecimiento de cuotas y/o impuestos a las personas que van comprando en el país, dando por resultado el libre comercio al estar confirmando que la economía de una nación va ganando si los ciudadanos compran algunos productos de otros países que son escasos y siendo producidos en el hogar, lo que resulta cada vez más amplias las modalidades para ingresar en los mercados internacionales o tener presente los

mecanismos integradores de negocios, como son, por ejemplo, las alianzas estratégicas lo cual disminuye el impacto negativo para con las empresas internacionales teniendo también a los inversionistas y empresarios de Ica disminuyendo la percepción de los compradores locales, permitiendo el generar el crecimiento económico correspondiente.

1.2.8 Características de la exportación

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú (2015), afirman que:

a. Capacidad para competir en los mercados internacionales

En este punto el exportador debe estar disponiendo los recursos adecuados. Es relevante que se vaya incorporando la tecnología moderna en el proceso de producción, durante la gestión obteniendo datos y en la forma de cómo se promueve.

b. Contar con productos competitivos en calidad, precio y valor agregado

El éxito para ir exportando debe cumplir los requerimientos de los mercados en calidad y precio, debiendo contar con un componente que al menos le brinde una característica que identifique las diferencias de otros, aportando más en su valor agregado.

c. Acceso a información suficiente y oportuna

Tener información abierta y debe permitir conocer las tendencias de los clientes, las cadenas de distribución, los procedimientos, las regulaciones, tanto a nivel país y en el extranjero.

d. Planificación adecuada de la exportación

Se debe estar diseñando y planificando el mercadeo internacional planteando objetivos y metas para el proceso de exportación, indicando las estrategias y acciones que deben realizar para ingresar y consolidarse en el mercado

internacional. La planificación debe tener información sobre los productos que está ofreciendo la empresa y el mercado donde se quiere llevar los productos para venderlos.

1.2.9 Exportación de Pisco en Pandemia Covid-19

Agroperú (2020) afirma que:

Se menciona que la pandemia del Covid-19 ha impactado demasiado en la venta y exportación del pisco. Entre enero y julio 2020 los envíos al exterior del pisco resultaron US\$ 1,65 millones de dólares y los envíos del 2019 fue de US\$ 6,88 millones de dólares. Con suspender las ventas en los restaurantes, los hoteles y demás eventos de bodegas, fueron cayendo las exportaciones y la capacidad de estar invirtiendo de cara a la temporada de la cosecha del 2021. La situación fue crítica. Se estima que la producción año por año es de 10 millones de litros de Pisco, y este año, con la paralización de las actividades económicas se llegan a colocar unos 3 millones de litros.

Se ve afectado significativamente la industria: de productores de uva, las empresas de pisco y las respectivas comercializadoras. Las bodegas han sufrido un descenso en las ventas y los correspondientes ingresos. De la misma manera, la producción de uva para pisco se ha visto afectada, siempre trabajada en su mayoría por micro y pequeños agricultores, pero no cuentan con respaldo financiero en estos tiempos de Pandemia Covid-19 para estar afrontando la crisis sanitaria. Se puede comprar la uva para ir reabasteciendo en el 2021, porque tener los inventarios. De esta manera los precios de la uva estuvieron cayendo en la demanda siendo la uva la materia prima para la elaboración del producto de bandera pisco.

Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (2021) afirma que:

Se menciona que el pisco peruano se va diferenciando con el aguardiente chileno debido a que, en primer lugar, la norma técnica que cada uno tiene detrás es muy distinto, la cantidad de uva utilizada. Pero lo más relevante, los canales a los cuales se van dirigiendo son muy diferentes. Por ejemplo, se va a segmentos premium por parte de Perú y Chile a segmentos más bajos, más masivos. La Asociación de Productores de Pisco de Chile está organizado a la industria pisquera para tener una voz común siendo más del 90% de productores chilenos de este destilado recibiendo apoyo gubernamental en torno a su producto. En cambio, las exportaciones peruanas de pisco han ido manteniendo un crecimiento en los últimos cinco años, promediando un estimado de US \$ 7 millones anuales y con países como Japón, Corea del Sur y China entre los 20 primeros destinos de exportación. En el 2020, sin embargo, los envíos han sufrido una disminución dramática de menos de US\$7 millones anuales por la contracción del consumo mundial por razón de la pandemia del COVID-19 detectándose una disminución porcentual estimada de -14,5% en 2020, a parte de la competencia internacional con el aguardiente chileno.

1.2.10 La exportación de pisco de las mype de Ica

Salas (2020) afirma que:

Paralizado los negocios durante la cuarentena en las mype la reducción del consumo de pisco ha sido un golpe duro, al igual que para los 480 micro y pequeños productores que existen solo en Ica. Las exportaciones de pisco de la empresa peruana son prácticamente menos de la tercera parte de lo que antes registraban en su exportación. Se comercializaron 6.000 botellas de

pisco; mientras que en los primeros siete meses del 2019 llegaron a las 22.000 botellas. Bajo este escenario de no exportación de pisco, se estima que para fin de año llegarán a las 10.000 botellas, lejos de las 40.000 botellas que comercializaron el año 2019.

Se concretarán envíos de 1.200 botellas de pisco (algo de 100 cajas) y de la misma manera espera que se concreten potenciales exportaciones a Estados Unidos y Holanda que realizaron negociaciones antes de la cuarentena por el Covid-19, pero por la pandemia quedaron en pausa los compradores en Estados Unidos, también están esperando que el negocio nocturno se reactive en sus actividades de bares y/o restaurantes para poder reiniciar su proceso de compra.

1.3 Definición de términos básicos

Acceso al financiamiento. “Proceso que va proporcionando financiamiento a una organización empresarial también persona natural para estar iniciando proyectos más eficientes y desarrollados” (Tomassian,2015, p.7).

Conocimiento sobre exportación. “Las personas y/o micro, pequeñas y grandes empresas dan inicio con el conocimiento de exportar productos o servicios” (Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación,2023, p.1).

Competencia empresarial. “Capacidad de una organización empresarial para buscar la rentabilidad en la implementación de varias estrategias para tener ventaja competitiva en relación a los competidores del mercado” (Pérez,2021, p.1).

Exportación. “Son los bienes y servicios que se venden por un país origen hacia territorio extranjero para su utilización. Es un mecanismo comercial importante de los países” (Secretaría Institucional,2022, p.1).

Exportación de Pisco. “El pisco se comercializa a nivel internacional cumpliendo los estándares requeridos por los países destino” (Instituto Nacional de Calidad,2021, p.1).

Mype. “Son unidades económicas que se surgen de una persona natural o persona jurídica (empresa), en las modalidades de organización existentes teniendo como objetivo desarrollar actividades económicas” (Dirección de Desarrollo Empresarial,2011, p.10).

Pisco. “Aguardiente peruano obtenido por la destilación de uvas frescas pisqueras fermentadas, empleando para ello métodos modernos y/o artesanales durante un proceso de elaboración puro de uva” (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual,2019, p.1).

Volumen de producción. “Cantidad producida de un producto obtenido por una organización empresarial durante un tiempo determinado de proceso productivo” (Administración y Dirección de Empresas,2023, p.1).

CAPITULO II. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas

2.1.1 Hipótesis principal

Los factores que influyen directamente en la exportación de pisco de las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022 son el volumen de producción de pisco, los conocimientos sobre exportación, el acceso al financiamiento y la competencia de empresas nacionales e internacionales.

2.1.2 Hipótesis derivadas

- El volumen de producción de pisco influye directamente en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022
- Los conocimientos sobre exportación influyen directamente en las barreras de exportación de pisco a las mype productoras de la provincia de Ica en el 2022
- El acceso al financiamiento influye directamente en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022
- La competencia de empresas nacionales e internacionales influye directamente en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022.

2.2 Variables y definición operacional

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLE 1: FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE PISCO				
DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	ÍNDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
En el contexto de la pandemia Covid-19 se tiene que los factores que influyen en la exportación de pisco son el volumen de producción de pisco, conocimientos sobre exportación, acceso al financiamiento y la competencia que enfrentan las mype de la provincia de Ica.	Volumen de producción de Pisco	1)Se produce pisco en una cantidad que se pueda exportar. 2)Está en proceso de aumentar su volumen de producción de pisco. 3)Se asegura una cuota mensual de producción de pisco. 4)El proceso de producción del pisco es adecuado.	-Totalmente en desacuerdo -Algo en desacuerdo -Ni de acuerdo, ni en desacuerdo -Algo de Acuerdo -Totalmente de acuerdo	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
	Conocimientos sobre exportación	5)Conoce lo que es exportación. 6)Existe personal calificado para dedicarse a esta actividad exportadora de pisco. 7)Ha recibido charlas capacitaciones sobre exportación de pisco. 8)Tiene acceso a las nuevas tecnologías para exportar.	-Totalmente en desacuerdo -Algo en desacuerdo -Ni de acuerdo, ni en desacuerdo -Algo de Acuerdo -Totalmente de acuerdo	
	Acceso al financiamiento	9)Obtiene créditos financieros como micro o pequeña empresa para exportar 10)Tiene usted historial crediticio 11)Tiene deudas con alguna entidad financiera pública o privada 12) El crédito que tiene le permite exportar pisco	-Totalmente en desacuerdo -Algo en desacuerdo -Ni de acuerdo, ni en desacuerdo -Algo de Acuerdo -Totalmente de acuerdo	

	Competencia	13)Conoce sobre principales países competidores. 14)Conoce sobre las empresas competidoras en el exterior. 15)Existen varias mypes productoras de pisco en la provincia de Ica. 16)Conoce sobre su mayor ventaja o desventaja frente a sus competidores directos para exportar pisco.	-Totalmente en desacuerdo -Algo en desacuerdo -Ni de acuerdo, ni en desacuerdo -Algo de Acuerdo -Totalmente de acuerdo	
--	-------------	--	--	--

**VARIABLE 2:
EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO**

DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La exportación del producto pisco debe ser evaluada en cuanto a la capacidad para competir en los mercados internacionales, contar con un producto competitivo en calidad, precio y valor agregado, acceso a información suficiente y oportuna y planificación adecuada de la exportación del producto pisco los cuales deben tener en cuenta las mype de la provincia de Ica.	Capacidad para competir en los mercados internacionales	1)¿Dispone de los recursos económicos adecuados para competir en el mercado internacional del Pisco? 2)¿Incorpora tecnología moderna a la producción y exportación de pisco? 3)¿Obtiene datos logísticos de sus competidores directos en la exportación de pisco? 4)¿Promueve la sana competencia en el mercado internacional del pisco?	-Nunca -Casi nunca -Siempre	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
	Contar con un producto competitivo en calidad, precio y valor agregado	5)¿El pisco que produce es de calidad y cumple los estándares internacionales? 6)¿El pisco que produce tiene un precio competitivo? 7)¿El pisco que produce tiene valor agregado acorde a los requerimientos internacionales?	-Nunca -Casi nunca -Siempre	

		8)¿El pisco que produce tiene un sabor y olor agradables al paladar?	
	Acceso a información suficiente y oportuna	9)¿Tiene información actualizada y de primera mano sobre sus competidores en el rubro pisquero? 10)¿Conoce las tendencias de los clientes internacionales sobre sus gustos y preferencias en cuanto al pisco? 11)¿Conoce las cadenas de distribución del Pisco para exportar? 12)¿Tiene información sobre los procedimientos y regulaciones para exportar Pisco?	-Nunca -Casi nunca -Siempre
	Planificación adecuada de la exportación del producto	13)¿Diseña usted mismo el mercadeo internacional para exportar pisco? 14)¿Planifica usted mismo el mercadeo internacional para exportar pisco? 15)¿Plantea objetivos y metas como empresa para el proceso de exportación de pisco? 16)¿Tiene información sobre las características del producto de su competencia internacional?	-Nunca -Casi nunca -Siempre

Variable interviniente: crisis sanitaria por pandemia de COVID-19

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño metodológico

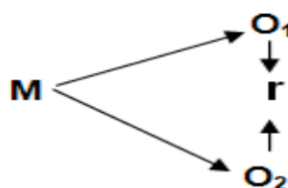
El diseño metodológico que se utilizó es el “descriptivo correlacional donde primero se describirán las variables en estudio, luego se determina la relación entre las variables siendo un diagnóstico científico” (Ramírez,2014, p.2).

El presente estudio tuvo como enfoque el cuantitativo que consiste “se va recolectando datos para estar comprobando hipótesis con fundamento estadístico, para estar estableciendo patrones de comportamiento humano con las teorías correspondientes” (Huamán, Treviños, Medina,2021, p.1).

Se observó “tal como se manifiesta el fenómeno investigativo, sin intervención ni manipulación de las variables de estudio, a lo que se conoce como diseño no experimental” (Valle,2023, p.1). La simbología es la siguiente de acuerdo a la figura 1.

Figura 1

Simbología de nivel correlacional



Nota. Las simbologías correlacionales establecen una relación observable entre las variables de estudio.

Fuente: Sampieri, Fernández y Baptista (2010)

Donde:

M = Muestra de las mype productoras de pisco en la Provincia de Ica

O₁ = Observación de la variable 1: Factores que influyen en la exportación de pisco.

O₂ = Observación de la variable 2: Exportación del producto pisco.

r = Relación de variables

3.2 Diseño muestral

3.2.1 Población

La población fue “de 163 micro y pequeñas empresas productoras de pisco en la provincia de Ica” (Paredes, 2021)

3.2.2 Muestra

La muestra “es parte representativa de la población con la que se va realizando el estudio científico” (Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado.,2020, p.1).

Para la selección de los integrantes de la muestra se ha empleado el muestreo probabilístico con la técnica del muestro aleatorio simple donde las 163 mype productoras de pisco en la provincia de Ica tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para integrar la muestra total. Luego, el tamaño de muestra fue de 115 mype obtenido con la fórmula de poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(N - 1) \cdot E^2 + PQZ^2}$$
$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 163}{(163-1) \times (0.05^2) + 0.50 \times 0.50 \times 1.96^2}$$

$$n = \frac{156.5452}{0.405 + 0.9604}$$

n = 115 micro y pequeños empresarios productores de pisco de la provincia de Ica.

Criterios de Inclusión:

El criterio de inclusión se fundamenta en la elección de los productores de pisco de la provincia de Ica, que puedan brindar su tiempo e información, hasta acumular una muestra significativa, con lo cual se logró conformar una muestra representativa.

3.3 Técnicas de recolección de datos

- Técnica de Encuesta

La encuesta “es una técnica de investigación con procedimientos estandarizados, por el cual se recoge, procesa y analiza un conjunto de datos de una muestra y se extrapolarán los resultados que de ella se obtengan” (Castro,2023, p.1).

Entonces, la técnica de la encuesta fue fácilmente aplicada y con mayor cobertura pues se tiene que encuestar a las 115 micro y pequeños empresarios de la muestra de estudio.

- Instrumentos

Se ha tenido dos cuestionarios:

- a. Cuestionario sobre los factores que influyen en la exportación de pisco:

Este cuestionario se ha utilizado para describir los factores que influyen en la exportación de pisco donde la escala de valoración fue de la siguiente manera: totalmente en desacuerdo, algo en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, algo de acuerdo y totalmente de acuerdo según lo que opinen los 115 micro y pequeños productores de pisco integrantes de la muestra. Este cuestionario contiene 16 afirmaciones con cinco respuestas y el trabajo de campo con este instrumento ha durado por lo menos 30 minutos por cada encuestado.

b. Cuestionario sobre exportación del producto pisco:

Este otro cuestionario se utilizó para caracterizar la exportación del producto pisco donde la escala de valoración fue de la siguiente manera: nunca, casi nunca y siempre según lo que opinen las 115 micro y pequeños productores de pisco integrantes de la muestra. Este cuestionario contiene también 16 preguntas con tres respuestas y el trabajo de campo con este instrumento ha durado por lo menos 30 minutos también por cada encuestado.

Validez. La validación de los instrumentos a utilizar se realizó con el juicio de expertos quienes evaluaron los cuestionarios correspondientes.

Confiabilidad. La confiabilidad de los instrumentos a utilizar se realizó con el Alpha de Cronbach (α) que es un coeficiente que refleja si los instrumentos planteados son confiables para el trabajo de campo del estudio.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Luego de realizar el trabajo de campo con los dos cuestionarios se han obtenido datos que fueron seleccionados y tabulados en base al diseño y las hipótesis planteadas. Con esta información obtenida se pudo elaborar tablas y figuras para realizar los análisis e interpretación de resultados. Para el procesamiento de los datos se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 25 teniendo los aportes de la estadística inferencial con el estadígrafo de la prueba de Chi cuadrada (χ^2).

3.5 Aspectos éticos

La presente investigación se sustentó en valores éticos de honestidad, veracidad, de respeto de la información de los colaboradores y con la transparencia en el procesamiento de información y la exposición de los resultados.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo

Descripción sobre identificar si el volumen de producción de pisco influye en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022

En esta parte, se analizó la opinión de las 115 micro y pequeños empresarios de la Provincia de Ica respecto al volumen de producción de pisco y la exportación de pisco, en base a los instrumentos aplicados en el trabajo de campo. Entonces, se tiene los siguientes resultados:

Tabla 2

*Volumen de producción de pisco*Exportación del producto pisco*

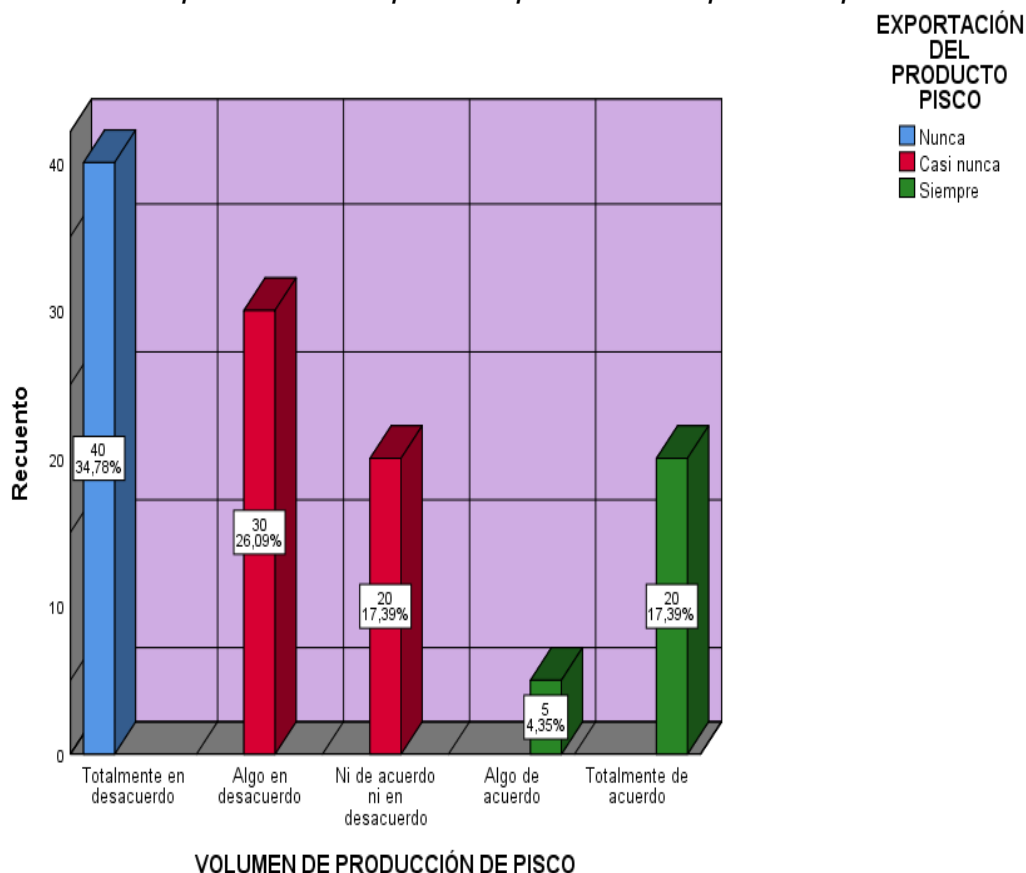
			EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO			
			Nunca	Casi nunca	Siempre	Total
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE PISCO	Totalmente en desacuerdo	Recuento	40	0	0	40
		% del total	34,8%	0,0%	0,0%	34,8%
	Algo en desacuerdo	Recuento	0	30	0	30
		% del total	0,0%	26,1%	0,0%	26,1%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	20	0	20
		% del total	0,0%	17,4%	0,0%	17,4%
	Algo de acuerdo	Recuento	0	0	5	5
		% del total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	20	20
		% del total	0,0%	0,0%	17,4%	17,4%
Total	Recuento	40	50	25	115	
	% del total	34,8%	43,5%	21,7%	100,0%	

Fuente: Aplicación de Cuestionario

Luego se tiene la siguiente gráfica de barras según la tabla 2

Figura 2

*Volumen de producción de pisco*Exportación del producto pisco*



Fuente: Aplicación de Cuestionario

Interpretación:

En este punto se ha encontrado en el total de la muestra estudiada ósea las 115 micro y pequeños empresarios productores de pisco de la provincia de Ica, a un 34.8% (40 encuestados) quienes opinaron estar totalmente en desacuerdo con el volumen de producción lo cual influye en que nunca exportaron su producto Pisco durante la crisis sanitaria por Pandemia de Covid-19; luego un 26.1% (30 encuestados) opinaron estar algo en desacuerdo con el volumen de producción entonces influye en que casi nunca exportaron su producto Pisco, un 17.4% (20 encuestados) opinaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con el volumen de producción entonces influye en que casi nunca exportaron su producto Pisco.

Por último, solamente un 4.3% (5 encuestados) mencionaron estar algo de acuerdo con el volumen de producción obtenido por ello influye en que siempre exportaron su producto pisco a pesar de la crisis sanitaria por Pandemia de Covid-19 y también un 17.4% (20 encuestados) mencionaron estar totalmente de acuerdo con el volumen de producción que se obtenía por ello influye en que siempre exportaron su producto pisco durante la crisis sanitaria por Pandemia de Covid-19.

Descripción sobre establecer si los conocimientos sobre exportación influyen en las barreras de exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022

En esta otra parte, se caracterizó la opinión de los micro y pequeños empresarios de la Provincia de Ica integrantes de la muestra referente al conocimiento sobre exportación y la exportación de pisco, según las encuestas aplicadas. Se tiene lo siguiente:

Tabla 3

*Conocimientos sobre exportación *Exportación del producto pisco*

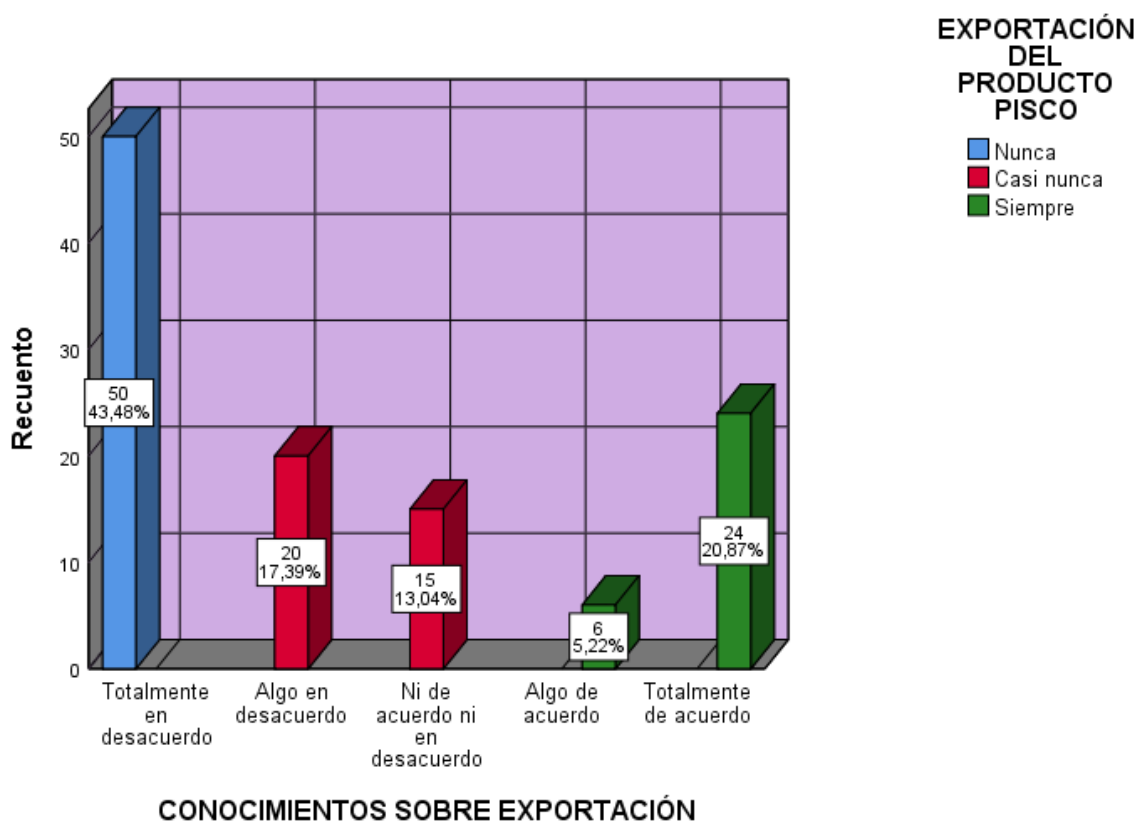
			EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO			Total
			Nunca	Casi nunca	Siempre	
CONOCIMIENTOS SOBRE EXPORTACIÓN	Totalmente en desacuerdo	Recuento	50	0	0	50
		% del total	43,5%	0,0%	0,0%	43,5%
	Algo en desacuerdo	Recuento	0	20	0	20
		% del total	0,0%	17,4%	0,0%	17,4%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	15	0	15
		% del total	0,0%	13,0%	0,0%	13,0%
	Algo de acuerdo	Recuento	0	0	6	6
		% del total	0,0%	0,0%	5,2%	5,2%
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	24	24
		% del total	0,0%	0,0%	20,9%	20,9%
Total	Recuento	50	35	30	115	
	% del total	43,5%	30,4%	26,1%	100,0%	

Fuente: Aplicación de Cuestionario

Luego se tiene la siguiente gráfica de barras según la tabla 3

Figura 3

*Conocimientos sobre exportación*Exportación del producto pisco*



Fuente: Aplicación de Cuestionario

Interpretación:

Luego de realizar el trabajo de campo con los 115 (100%) micro y pequeños empresarios productores de pisco de la provincia de Ica, se tiene un 43.5% (50) de micro y pequeños empresarios que están totalmente en desacuerdo con los pocos conocimientos sobre exportación que se tenía por ello influye en que nunca exportaron su producto pisco durante la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19; luego un 17.4% (20) de micro y pequeños empresarios están algo en desacuerdo con los pocos conocimientos sobre exportación que se tenía entonces influye en que casi nunca exportaron su producto Pisco, un 13.0% (15) opinaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con los pocos conocimientos sobre exportación que se tenía entonces influye en que casi nunca exportaron su producto Pisco.

Por último, solamente un 5.2% (6) mencionaron estar algo de acuerdo con los conocimientos sobre exportación que se tenía por ello influye en que siempre exportaron su producto pisco a pesar de las barreras que aparecieron durante la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19 y también un 20.9% (24) mencionaron estar totalmente de acuerdo con los conocimientos sobre exportación que se tenía por ello influye en que siempre exportaron su producto pisco a pesar de la crisis sanitaria por Covid-19.

Descripción sobre identificar si el acceso al financiamiento influye en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022

En esta sección, se ha caracterizado la opinión de los micro y pequeños empresarios de la provincia de Ica integrantes de la muestra referente al acceso al financiamiento y la exportación de pisco, según los instrumentos de estudio. Se lograron los siguientes resultados:

Tabla 4

*Acceso al financiamiento*Exportación del producto pisco*

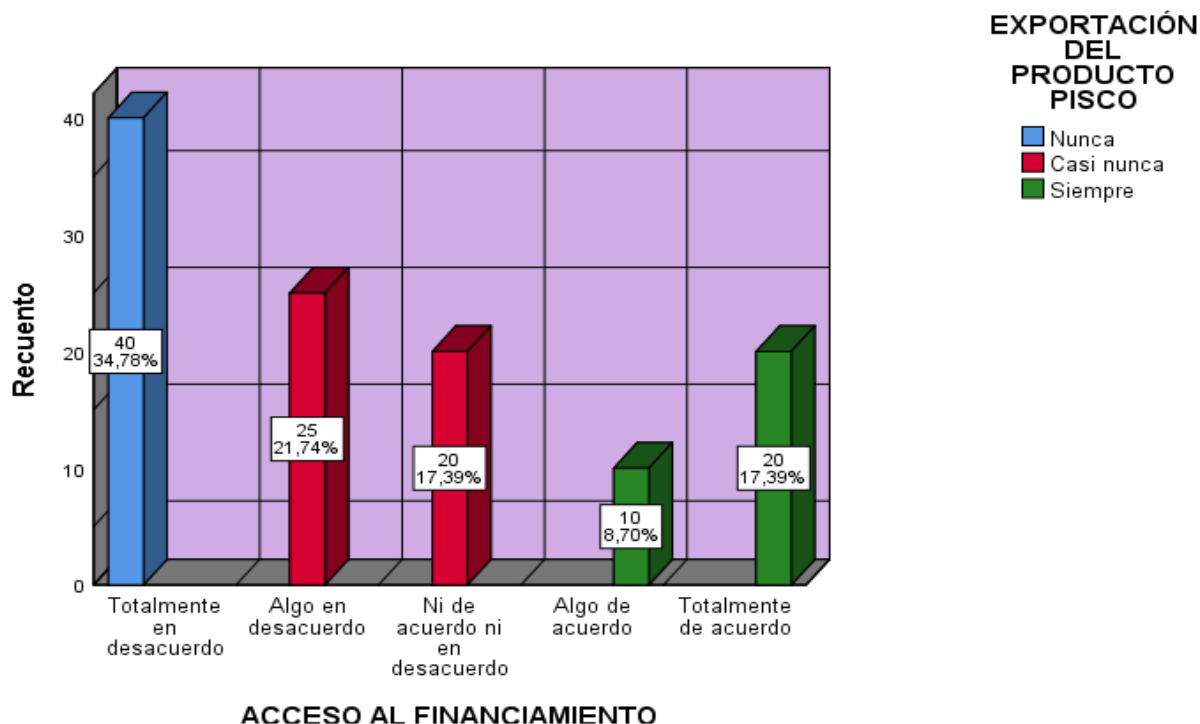
			EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO			
			Nunca	Casi nunca	Siempre	Total
ACCESO AL FINANCIAMIENTO	Totalmente en desacuerdo	Recuento	40	0	0	40
		% del total	34,8%	0,0%	0,0%	34,8%
	Algo en desacuerdo	Recuento	0	25	0	25
		% del total	0,0%	21,7%	0,0%	21,7%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	20	0	20
		% del total	0,0%	17,4%	0,0%	17,4%
	Algo de acuerdo	Recuento	0	0	10	10
		% del total	0,0%	0,0%	8,7%	8,7%
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	20	20
		% del total	0,0%	0,0%	17,4%	17,4%
Total		Recuento	40	45	30	115
		% del total	34,8%	39,1%	26,1%	100,0%

Fuente: Aplicación de Cuestionario

Luego se tiene la siguiente gráfica de barras según la tabla 4

Figura 4

*Acceso al financiamiento*Exportación del producto pisco*



Fuente: Aplicación de Cuestionario

Interpretación:

De las 115 (100%) micro y pequeños empresarios productores de pisco de la provincia de Ica, se ha encontrado un 34.8% (40) de micro y pequeños empresarios están totalmente en desacuerdo con el poco acceso al financiamiento que tuvieron por ello influye en que nunca exportaron su producto pisco durante la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19; luego un 21.7% (25) de micro y pequeños empresarios están algo en desacuerdo con el poco acceso al financiamiento que tuvieron entonces influye en que casi nunca exportaron su producto pisco, un 17.4% (20) han manifestado estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con el acceso al financiamiento que tuvieron entonces ha influido en que casi nunca exportaron su producto pisco.

Finalmente, un 8.7% (10) opinaron estar algo de acuerdo con el acceso al financiamiento que tenían por ello influye en que siempre exportaron su producto pisco a pesar de la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19 y también un 17.4% (20) mencionaron estar totalmente de acuerdo con el acceso al financiamiento que tenían por ello influye en que siempre exportaron su producto pisco a pesar de la crisis sanitaria por Covid-19.

Descripción sobre establecer si la competencia de empresas nacionales e internacionales influye en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022

Luego de realizar el trabajo de campo se ha descrito la opinión de los micro y pequeños empresarios de la provincia de Ica en lo referente a la competencia de empresas nacionales e internacionales y la exportación de pisco teniendo en cuenta las encuestas. Siendo así se logró lo siguiente:

Tabla 5

*Competencia de empresas nacionales e internacionales*Exportación del producto pisco*

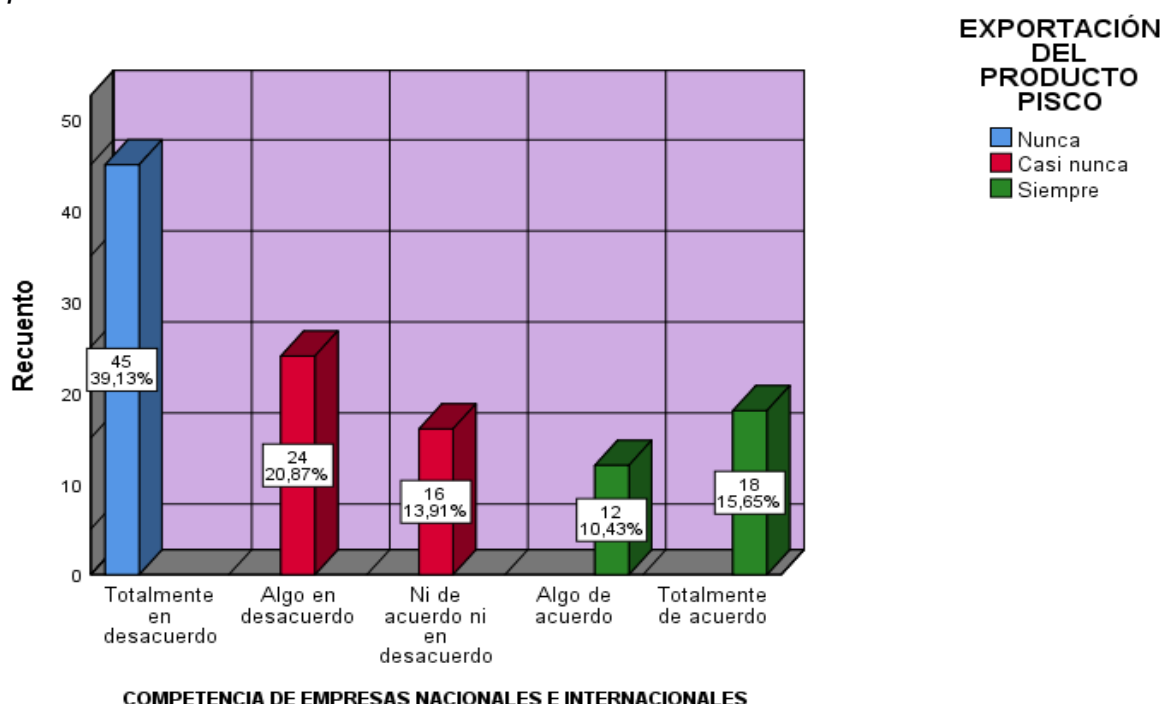
			EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO			
			Casi			
			Nunca	nunca	Siempre	Total
COMPETENCIA DE EMPRESAS NACIONALES E INTERNACIONALES	Totalmente en desacuerdo	Recuento	45	0	0	45
		% del total	39,1%	0,0%	0,0%	39,1%
	Algo en desacuerdo	Recuento	0	24	0	24
		% del total	0,0%	20,9%	0,0%	20,9%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	16	0	16
		% del total	0,0%	13,9%	0,0%	13,9%
	Algo de acuerdo	Recuento	0	0	12	12
		% del total	0,0%	0,0%	10,4%	10,4%
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	18	18
		% del total	0,0%	0,0%	15,7%	15,7%
Total		Recuento	45	40	30	115
		% del total	39,1%	34,8%	26,1%	100,0%

Fuente: Aplicación de Cuestionario

Luego se tiene la siguiente gráfica de barras según la tabla 5

Figura 5

*Competencia de empresas nacionales e internacionales*Exportación del producto pisco*



Fuente: Aplicación de Cuestionario

Interpretación:

Del 100% de micro y pequeños empresarios productores de pisco de la provincia de Ica integrantes de la muestra, hay un 39.1% correspondiente a 45 micro y pequeños empresarios están totalmente en desacuerdo con la desleal competencia de empresas nacionales e internacionales que había por ello influye en que nunca exportaron su producto pisco durante la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19; luego un 20.9% equivalente a 24 micro y pequeños empresarios están algo en desacuerdo con la desleal competencia de empresas nacionales e internacionales que había entonces influye en que casi nunca exportaron su producto pisco, un 13.9% correspondiente a 16 encuestados han manifestado estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la desleal competencia de empresas

nacionales e internacionales que había entonces influye en que casi nunca exportaron su producto pisco.

Finalmente, un 10.4% equivalente a 12 encuestados opinaron estar algo de acuerdo con la desleal competencia de empresas nacionales e internacionales que había por ello influye en que siempre exportaron su producto pisco a pesar de la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19 y también un 15.7% equivalente a 18 encuestados mencionaron estar totalmente de acuerdo con la desleal competencia de empresas nacionales e internacionales que había por ello influye en que siempre exportaron su producto pisco a pesar de la crisis sanitaria por Covid-19.

Descripción sobre determinar los factores que influyen en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022

En este punto de la investigación se ha descrito la opinión de los micro y pequeños empresarios de la Provincia de Ica en lo referente a los factores que influyen en la exportación de pisco y la exportación de pisco. Siendo así se logró lo siguiente del trabajo de campo realizado:

Tabla 6

*Factores que influyen en la exportación de pisco*Exportación del producto pisco*

			EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO			
			Casi			
			Nunca	nunca	Siempre	Total
FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE PISCO	Totalmente en desacuerdo	Recuento	48	0	0	48
		% del total	41,7%	0,0%	0,0%	41,7%
	Algo en desacuerdo	Recuento	0	22	0	22
		% del total	0,0%	19,1%	0,0%	19,1%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	16	0	16
		% del total	0,0%	13,9%	0,0%	13,9%
	Algo de acuerdo	Recuento	0	0	11	11
		% del total	0,0%	0,0%	9,6%	9,6%
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	18	18
		% del total	0,0%	0,0%	15,7%	15,7%

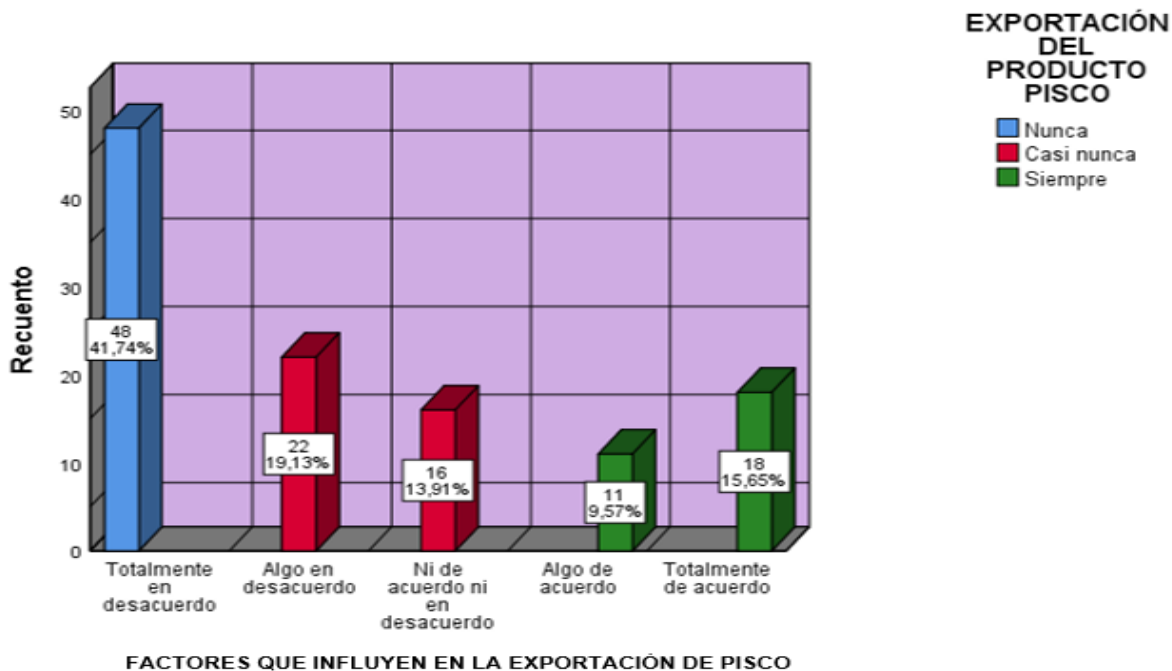
Total	Recuento	48	38	29	115
	% del total	41,7%	33,0%	25,2%	100,0%

Fuente: Aplicación de Cuestionario

Luego se tiene la siguiente gráfica de barras según la tabla 6

Figura 6

*Factores que influyen en la exportación de pisco*Exportación del producto pisco*



Fuente: Aplicación de Cuestionario

Interpretación:

Del 100% (115) de micro y pequeños empresarios productores de pisco de la provincia de Ica, hay un 41.7% correspondiente a 48 micro y pequeños empresarios que están totalmente en desacuerdo con aquellos factores que influyen en la exportación de pisco por eso entonces nunca exportaron su producto pisco durante la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19; luego un 19.1% equivalente a 22 micro y pequeños empresarios están algo en desacuerdo con aquellos factores que influyen en la exportación de pisco por eso entonces casi nunca exportaron su producto pisco, un 13.9% correspondiente a 16 encuestados

han manifestado estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con aquellos factores que influyen en la exportación de pisco entonces por ello casi nunca exportaron su producto pisco.

Por último, solamente un 9.6% equivalente a 11 encuestados opinaron estar algo de acuerdo con aquellos factores que influyen en la exportación de pisco por ello entonces siempre exportaron su producto pisco a pesar de la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19 y también un 15.7% equivalente a 18 encuestados mencionaron estar totalmente de acuerdo con aquellos factores que influyen en la exportación de pisco, por ello siempre exportaron su producto pisco a pesar de la crisis sanitaria por Covid-19 que afectó mucho a las mype productores de pisco para exportar.

4.2 Prueba de normalidad

1° Plantear las hipótesis estadísticas

H_0 :

La muestra sigue una distribución normal

H_1 :

La muestra no sigue una distribución normal

2° Nivel de significación: $\alpha = 0.05$ (5%)

3° Estadístico de prueba: Kolmogorov-Smirnov para muestras grandes ($n \geq 50$)

4° Regla de decisión

Donde p-valor es el valor de probabilidad y α es el nivel de significancia

Si p-valor $\leq \alpha$ se rechaza la hipótesis nula

Si p-valor $> \alpha$ no se rechaza la hipótesis nula

Se procedió a procesar la base de datos con el programa estadístico SPSS versión 25 cuyos resultados son:

Tabla 7

Prueba de normalidad

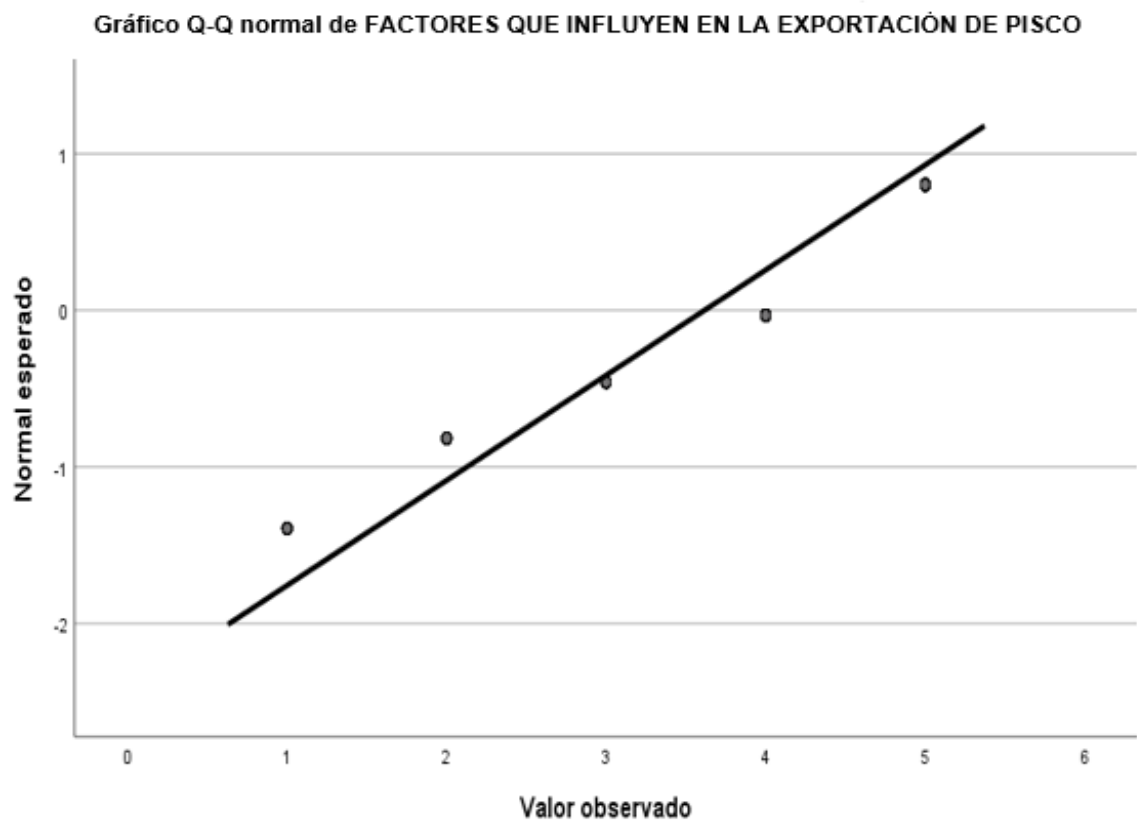
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE PISCO	0,241	115	0,3000	0,807	115	0,200
EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO	0,268	115	0,250	0,784	115	0,320

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Programa estadístico SPSS v.25

Figura 7

Prueba de normalidad



5. Toma de decisión

En vista que el valor-p obtenidos es $p= 0,300$ y $p= 0,250$ (Valor Sig.) siendo mayores a $\alpha = 0.05$ entonces no se rechaza la hipótesis nula (H_0). Este resultado confirma que los datos siguen una distribución normal.

4.3 Prueba de hipótesis

La primera hipótesis derivada dice: “El volumen de producción de pisco influye directamente en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022”

1. Plantear las hipótesis estadísticas

H_0 : La exportación del producto pisco es independiente del volumen de producción de pisco

H_1 : La exportación del producto pisco es dependiente del volumen de producción de pisco

2. Nivel de significación: $\alpha = 0.05$ (5%)

3. Estadístico de prueba: Chi cuadrada (χ^2).

4. Regla de decisión

Donde p-valor es el valor de probabilidad y α es el nivel de significancia

Si $p\text{-valor} \leq \alpha$ se rechaza la hipótesis nula

Si $p\text{-valor} > \alpha$ no se rechaza la hipótesis nula

Se procedió a procesar la base de datos con el programa estadístico SPSS versión 25 cuyos resultados son:

Tabla 8

Tabla cruzada VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE PISCO*EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO

			EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO			Total
			Casi			
			Nunca	nunca	Siempre	
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE PISCO	Totalmente en desacuerdo	Recuento	40	0	0	40
		Recuento esperado	13,9	17,4	8,7	40,0
	Algo en desacuerdo	Recuento	0	30	0	30
		Recuento esperado	10,4	13,0	6,5	30,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	20	0	20
		Recuento esperado	7,0	8,7	4,3	20,0
	Algo de acuerdo	Recuento	0	0	5	5
		Recuento esperado	1,7	2,2	1,1	5,0
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	20	20
		Recuento esperado	7,0	8,7	4,3	20,0
Total		Recuento	40	50	25	115
		Recuento esperado	40,0	50,0	25,0	115,0

Fuente: Programa estadístico SPSS v.2

Tabla 9

Pruebas de chi-cuadrado. VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE PISCO*EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO

	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	230,000 ^a	8	0,000
Razón de verosimilitud	244,078	8	0,000
Asociación lineal por lineal	103,045	1	0,000
N de casos válidos	115		

a. 5 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,09.

Fuente: Programa estadístico SPSS v.25

5. Toma de decisión

En vista que el valor-p obtenido es $p= 0,000$ (Significación asintótica bilateral) siendo menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1). Este resultado confirma que la

exportación del producto pisco es dependiente del volumen de producción de pisco. Por lo tanto, se comprueba que el volumen de producción de pisco influye directamente en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022.

Segunda hipótesis derivada: “Los conocimientos sobre exportación influye directamente en las barreras de exportación de pisco a las mype productoras de la provincia de Ica en el 2022”

1. Plantear las hipótesis estadísticas

H_0 : La exportación del producto pisco es independiente de los conocimientos sobre exportación

H_1 : La exportación del producto pisco es dependiente de los conocimientos sobre exportación

2. Nivel de significación: $\alpha = 0.05$ (5%)
3. Estadístico de prueba: Chi cuadrada (χ^2).
4. Regla de decisión

Donde p-valor es el valor de probabilidad y α es el nivel de significancia

Si p-valor $\leq \alpha$ se rechaza la hipótesis nula

Si p-valor $> \alpha$ no se rechaza la hipótesis nula

Se procedió a procesar la base de datos con el programa estadístico SPSS versión 25 cuyos resultados son:

Tabla 10

Tabla cruzada CONOCIMIENTOS SOBRE EXPORTACIÓN*EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO

			EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO			
			PISCO			Total
			Casi			
			Nunca	nunca	Siempre	
CONOCIMIENTO	Totalmente en	Recuento	50	0	0	50
S SOBRE	desacuerdo	Recuento esperado	21,7	15,2	13,0	50,0
EXPORTACIÓN	Algo en desacuerdo	Recuento	0	20	0	20
		Recuento esperado	8,7	6,1	5,2	20,0
	Ni de acuerdo ni en	Recuento	0	15	0	15
	desacuerdo	Recuento esperado	6,5	4,6	3,9	15,0
	Algo de acuerdo	Recuento	0	0	6	6
		Recuento esperado	2,6	1,8	1,6	6,0
	Totalmente de	Recuento	0	0	24	24
	acuerdo	Recuento esperado	10,4	7,3	6,3	24,0
Total		Recuento	50	35	30	115
		Recuento esperado	50,0	35,0	30,0	115,0

Fuente: Programa estadístico SPSS v.25

Tabla 11

Pruebas de chi-cuadrado. CONOCIMIENTOS SOBRE EXPORTACIÓN*EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO

	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	232,000 ^a	8	0,000
Razón de verosimilitud	247,186	8	0,000
Asociación lineal por lineal	106,507	1	0,000
N de casos válidos	115		

a. 5 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,57.

Fuente: Programa estadístico SPSS v.25

5. Toma de decisión

En vista que el valor-p obtenido es $p = 0,000$ (Significación asintótica bilateral) siendo menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1). Este resultado confirma que la

exportación del producto pisco es dependiente de los conocimientos sobre exportación. Por lo tanto, se comprueba que los conocimientos sobre exportación influyen directamente en las barreras de exportación de pisco a las mype productoras de la provincia de Ica en el 2022.

La tercera hipótesis derivada dice: “El acceso al financiamiento influye directamente en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022”

1. Plantear las hipótesis estadísticas

H_0 : La exportación del producto pisco es independiente del acceso al financiamiento

H_1 : La exportación del producto pisco es dependiente del acceso al financiamiento

2. Nivel de significación: $\alpha = 0.05$ (5%)

3. Estadístico de prueba: Chi cuadrada (χ^2).

4. Regla de decisión

Donde p-valor es el valor de probabilidad y α es el nivel de significancia

Si $p\text{-valor} \leq \alpha$ se rechaza la hipótesis nula

Si $p\text{-valor} > \alpha$ no se rechaza la hipótesis nula

Se procedió a procesar la base de datos con el programa estadístico SPSS versión 25 cuyos resultados son:

Tabla 12

Tabla cruzada ACCESO AL FINANCIAMIENTO *EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO

			EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO			
			PISCO			Total
			Casi			
			Nunca	nunca	Siempre	
ACCESO AL FINANCIAMIENTO	Totalmente en desacuerdo	Recuento	40	0	0	40
		Recuento esperado	13,9	15,7	10,4	40,0
	Algo en desacuerdo	Recuento	0	25	0	25
		Recuento esperado	8,7	9,8	6,5	25,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	20	0	20
		Recuento esperado	7,0	7,8	5,2	20,0
	Algo de acuerdo	Recuento	0	0	10	10
		Recuento esperado	3,5	3,9	2,6	10,0
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	20	20
		Recuento esperado	7,0	7,8	5,2	20,0
Total		Recuento	40	45	30	115
		Recuento esperado	40,0	45,0	30,0	115,0

Fuente: Programa estadístico SPSS v.25

Tabla 13

Pruebas de chi-cuadrado. ACCESO AL FINANCIAMIENTO *EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO

	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	236,000 ^a	8	0,000
Razón de verosimilitud	270,553	8	0,000
Asociación lineal por lineal	104,675	1	0,000
N de casos válidos	115		

a. 3 casillas (20,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,61.

Fuente: Programa estadístico SPSS v.25

5. Toma de decisión

En vista que el valor-p obtenido es $p = 0,000$ (Significación asintótica bilateral) siendo menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1). Este resultado confirma que la

exportación del producto pisco es dependiente del acceso al financiamiento. Por lo tanto, se comprueba que el acceso al financiamiento influye directamente en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022.

La cuarta hipótesis derivada dice: “La competencia de empresas nacionales e internacionales influye directamente en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022”

1. Plantear las hipótesis estadísticas

H₀:

La exportación del producto pisco es independiente de la competencia de empresas nacionales e internacionales

H₁:

La exportación del producto pisco es dependiente de la competencia de empresas nacionales e internacionales

2. Nivel de significación: $\alpha = 0.05$ (5%)

3. Estadístico de prueba: Chi cuadrada (χ^2).

4. Regla de decisión

Donde p-valor es el valor de probabilidad y α es el nivel de significancia

Si $p\text{-valor} \leq \alpha$ se rechaza la hipótesis nula

Si $p\text{-valor} > \alpha$ no se rechaza la hipótesis nula

Se procedió a procesar la base de datos con el programa estadístico SPSS versión 25 cuyos resultados son:

Tabla 14

Tabla cruzada *COMPETENCIA DE EMPRESAS NACIONALES E INTERNACIONALES*
**EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO*

			EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO			Total
			Nunca	Casi nunca	Siempre	
COMPETENCIA DE EMPRESAS NACIONALES E INTERNACIONALES	Totalmente en desacuerdo	Recuento	45	0	0	45
		Recuento esperado	17,6	15,7	11,7	45,0
	Algo en desacuerdo	Recuento	0	24	0	24
		Recuento esperado	9,4	8,3	6,3	24,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	16	0	16
		Recuento esperado	6,3	5,6	4,2	16,0
	Algo de acuerdo	Recuento	0	0	12	12
		Recuento esperado	4,7	4,2	3,1	12,0
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	18	18
		Recuento esperado	7,0	6,3	4,7	18,0
Total		Recuento	45	40	30	115
		Recuento esperado	45,0	40,0	30,0	115,0

Fuente: Programa estadístico SPSS v.25

Tabla 15

Pruebas de *chi-cuadrado*. *COMPETENCIA DE EMPRESAS NACIONALES E INTERNACIONALES*
**EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	237,000 ^a	8	0,000
Razón de verosimilitud	249,553	8	0,000
Asociación lineal por lineal	108,608	1	0,000
N de casos válidos	115		

a. 5 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3,13.

Fuente: Programa estadístico SPSS v.25

5. Toma de decisión

En vista que el valor-p obtenido es $p = 0,000$ (Significación asintótica bilateral) siendo menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0)

y se acepta la hipótesis alternativa (H_1). Este resultado confirma que la exportación del producto pisco es dependiente de la competencia de empresas nacionales e internacionales. Entonces, se comprueba que la competencia de empresas nacionales e internacionales influyen directamente en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022.

La hipótesis principal menciona: “Los factores que influyen directamente en la exportación de pisco de las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022 son el volumen de producción de pisco, los conocimientos sobre exportación, el acceso al financiamiento y la competencia de empresas nacionales e internacionales”.

1. Plantear las hipótesis estadísticas

H_0 :

La exportación del producto pisco es independiente de los factores que influyen en exportar pisco

H_1 :

La exportación del producto pisco es dependiente de los factores que influyen en exportar pisco

2. Nivel de significación: $\alpha = 0.05$ (5%)

3. Estadístico de prueba: Chi cuadrada (χ^2).

4. Regla de decisión

Donde p-valor es el valor de probabilidad y α es el nivel de significancia

Si $p\text{-valor} \leq \alpha$ se rechaza la hipótesis nula

Si $p\text{-valor} > \alpha$ no se rechaza la hipótesis nula

Se procedió a procesar la base de datos con el programa estadístico

SPSS versión 25 cuyos resultados son:

Tabla 16

*Tabla cruzada FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE PISCO
EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO

			EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO			
			Casi nunca			Total
			Nunca	nunca	Siempre	
FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE PISCO	Totalmente en desacuerdo	Recuento	48	0	0	48
		Recuento esperado	20,0	15,9	12,1	48,0
	Algo en desacuerdo	Recuento	0	22	0	22
		Recuento esperado	9,2	7,3	5,5	22,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	16	0	16
		Recuento esperado	6,7	5,3	4,0	16,0
	Algo de acuerdo	Recuento	0	0	11	11
		Recuento esperado	4,6	3,6	2,8	11,0
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	18	18
		Recuento esperado	7,5	5,9	4,5	18,0
Total		Recuento	48	38	29	115
		Recuento esperado	48,0	38,0	29,0	115,0

Fuente: Programa estadístico SPSS v.25

Tabla 17

*Pruebas de chi-cuadrado. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE PISCO *EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	235,000 ^a	8	0,000
Razón de verosimilitud	279,900	8	0,000
Asociación lineal por lineal	109,400	1	0,000
N de casos válidos	115		

a. 5 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,77.

Fuente: Programa estadístico SPSS v.25

5. Toma de decisión

En vista que el valor-p obtenido es $p = 0,000$ (Significación asintótica bilateral) siendo menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1). Este resultado confirma que la exportación del producto pisco es dependiente de los factores que influyen en exportar pisco. Por lo tanto, se comprueba que los factores que influyen directamente en la exportación de pisco de las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022 son el volumen de producción de pisco, los conocimientos sobre exportación, el acceso al financiamiento y la competencia de empresas nacionales e internacionales.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Para esta investigación se ha realizado un análisis externo para la confiabilidad del cuestionario; también para la validez de la consistencia entre variables, dimensiones, indicadores e ítems asociados con cada cuestionario presentado. En el anexo 4 se presentan las tres validaciones de los instrumentos.

Tabla 18

Validación por juicio de expertos

Nombre de los Expertos	Grado académico	Porcentaje de Validez
Mónica Elizabeth	Doctora	100%
Regalado Chamorro		
Jorge Vicente Mayurí	Doctor	100%
Barrón		
Aldo Medina Gamero	Doctor	100%

Fuente: Elaboración propia (2023)

Se tiene en la tabla 18; el promedio de valoración externa es de 100%; y a su vez el promedio de valoración interna mediante del coeficiente Alpha de Cronbach es de 84% (Anexo 6); lo que está garantizando la confiabilidad de los instrumentos utilizados y del presente estudio científico.

De otro lado, el estudio científico ha considerado como limitación el breve tiempo de realización el trabajo de campo porque se visitó a cada uno de los 115 micro y pequeños empresarios productores de pisco de la provincia de Ica y por ende el estudio sólo se pudo observar en el tiempo que tenían los encuestados y el periodo de investigación del año 2022.

De acuerdo; a los resultados obtenidos de la presente investigación, las variables se pueden generalizar a otros contextos y/o realidades, por ejemplo, en las áreas donde se produzca pisco de exportación; ya que las variables

involucradas pueden aplicarse a otros micro y pequeños empresarios productores de otras zonas geográficas del país y el mundo.

Gracias a la presente investigación se ha encontrado un panorama interesante luego de presentar los resultados donde se ha comprobado, estadísticamente, que el volumen de producción de pisco influye directamente en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022, esto es evidente, pues las características encontradas en la mayoría de encuestados es que el 34.8% están totalmente en desacuerdo con el volumen de producción obtenido por ello influye en que nunca exportaron su producto pisco durante la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19; un 26.1% estuvieron algo en desacuerdo con el volumen de producción obtenido entonces influye en que casi nunca exportaron su producto pisco, un 17.4% de encuestados están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el volumen de producción obtenido entonces influye en que casi nunca exportaron su producto pisco. Complementariamente, el análisis de la Chi cuadrada (X^2), confirma que el valor-p obtenido es $p= 0,000$ es menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1) por ello, la exportación del producto pisco es dependiente del volumen de producción de pisco.

También, estadísticamente, se confirma que los conocimientos sobre exportación influye directamente en las barreras de exportación de pisco a las mype productoras de la provincia de Ica en el 2022, esto es evidente, pues las características encontradas en la mayoría de encuestados es que un 43.5% de micro y pequeños empresarios están totalmente en desacuerdo con los pocos conocimientos sobre exportación que se tenía, por ello influye en que nunca exportaron su producto pisco durante la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19;

luego un 17.4% están algo en desacuerdo con los pocos conocimientos sobre exportación que se tenía entonces influye en que casi nunca exportaron su producto pisco, un 13.0% están ni de acuerdo ni en desacuerdo con los pocos conocimientos sobre exportación que se tenía entonces influye en que casi nunca exportaron su producto pisco. Complementariamente, el análisis de la Chi cuadrada (χ^2) confirma que el valor-p obtenido es $p= 0,000$ siendo menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1), por ello la exportación del producto pisco es dependiente de los conocimientos sobre exportación.

Luego, se comprobó, estadísticamente, que el acceso al financiamiento influye directamente en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022, esto es evidente pues en la mayoría de encuestados un 34.8% de micro y pequeños empresarios están totalmente en desacuerdo con el poco acceso al financiamiento que tuvieron por ello influye en que nunca exportaron su producto pisco durante la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19; luego un 21.7% están algo en desacuerdo con el poco acceso al financiamiento que tuvieron entonces influye en que casi nunca exportaron su producto pisco, un 17.4% están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el acceso al financiamiento que tuvieron entonces influye en que casi nunca exportaron su producto pisco. Luego, el análisis de la Chi Cuadrado (χ^2) confirma que el valor-p obtenido es $p= 0,000$ siendo menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1) por ello la exportación del producto pisco es dependiente del acceso al financiamiento.

Asimismo, se comprobó, estadísticamente, que la competencia de empresas nacionales e internacionales influye directamente en la exportación de pisco a las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022, esto es evidente, pues en la mayoría de encuestados un 39.1% están totalmente en desacuerdo con la desleal competencia de empresas nacionales e internacionales que había, por ello influye en que nunca exportaron su producto pisco durante la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19; luego un 20.9% están algo en desacuerdo con la desleal competencia de empresas nacionales e internacionales que había entonces influye en que casi nunca exportaron su producto pisco, un 13.9% manifestaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la desleal competencia de empresas nacionales e internacionales que había entonces influye en que casi nunca exportaron su producto pisco. Luego, el análisis de la Chi Cuadrado (X^2) confirma que el valor-p obtenido es $p= 0,000$ siendo menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1), por ello la exportación del producto pisco es dependiente de la competencia de empresas nacionales e internacionales.

Por último, se ha comprobado, estadísticamente, que los factores que influyen directamente la exportación de pisco de las mype productoras en la provincia de Ica en el 2022 son el volumen de producción de pisco, los conocimientos sobre exportación, el acceso al financiamiento y la competencia de empresas nacionales e internacionales, esto es evidente, pues en la mayoría de encuestados un 41.7% están totalmente en desacuerdo con aquellos factores que influyen en la exportación de pisco por ello entonces nunca exportaron su producto Pisco durante la crisis sanitaria por Pandemia de Covid-19; luego un 19.1% están algo en desacuerdo con aquellos factores que influyen en la exportación de pisco entonces

por eso casi nunca exportaron su producto pisco y un 13.9% manifestaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con aquellos factores que influyen en la exportación de pisco por eso entonces casi nunca exportaron su producto pisco. Luego, el análisis de la Chi cuadrada (χ^2), confirma que el valor-p obtenido es $p= 0,000$ siendo menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1) confirmando que la exportación del producto pisco es dependiente de los factores que influyen en exportar pisco. Al respecto de este aspecto se tiene a los teóricos León y Zegarra (2019) quienes describieron una mayor comprensión y/o conocimiento del sector pisquero en el Perú su evolución para medir su volumen de producción de pisco en el mercado con valor FOB. Se va encontrando factores que tienen que ver en la exportación del pisco, por ejemplo, se evalúa la competitividad empresarial y el nivel de cuota de financiamiento para enfrentar mejor a los competidores. Los objetivos planteados de la exportación de pisco tienen como finalidad ir comprobando si es que los factores mencionados tienen injerencia directa en la exportación de pisco.

Ahora, los resultados estadísticos de la presente investigación son apoyados por los investigadores del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile (2022) quienes concluyeron se ha predominado 11 productos durante la Pandemia Covid-19 para fortalecer la exportación de pisco siendo todavía dinámico y trabaja en relación de los gustos y preferencias de los consumidores teniendo en cuenta el volumen de producción, conocimiento exportador, financiamiento, competitividad, etc. También se tiene a Horta (2022) cuyo tema fue “Evolución de las exportaciones de pisco”. Sus resultados fueron muy similares al presente estudio ya que ha sido necesario estar revisando y actualizando las cifras reales en el 2021 debido a las secuelas de la pandemia Covid-19 donde la producción de pisco en el país tiene

una expectante capacidad de ir creciendo en volumen, pero depende de los mercados internacionales del pisco postCovid-19. A la par se debe empezar a mejorar otra vez en la calidad, presentación, promoción.

Luego, Pérez (2021) apoya con su investigación “Exportación Anual de pisco cayó -41%”. Sus resultados manifiestan por la Pandemia del Covid-19 se cerraron bares, restaurantes y discotecas a nivel mundial se redujeron en -41% entre enero y diciembre 2020, durante la cuarentena trajo muchos inconvenientes en el volumen de producción de Pisco. Se necesitó con urgencia acceso a financiamiento, mejorar los conocimientos sobre exportación en este nuevo escenario de crisis sanitaria y para ser otra vez competitivos en el mercado del pisco. Castañeda y Zapata (2020) manifiestan el volumen de producción de pisco y la competencia de más empresas exportadoras son los mayores determinantes de la internacionalización del pisco dirigidos a Alemania y Reino Unido.

Se tuvo la investigación de Albarran (2022) quien apoya los resultados de la presente investigación manifestado que el producto pisco Raíces Peruanas es una empresa que tiene la oportunidad de ejercer la atención nacional e internacional en un escenario de recuperación económica pos-pandemia del Covid-19; se debe tener en cuenta los gastos operativos y administrativos y como financiarlos, pues si el precio disminuye un 15% resulta una variación negativa en un escenario riesgoso para el producto pisco.

Finalmente; en la presente tesis; todas las hipótesis planteadas fueron comprobadas mediante la prueba de hipótesis Chi Cuadrada (X^2) de una muestra de 115 micro y pequeños empresarios productores de pisco de la provincia de Ica. Ello ha garantizado el uso de las dimensiones e indicadores planteados para tener un diagnóstico científico con los resultados obtenidos mediante las variables de

estudio y pueden ser aplicados en otros contextos o realidades del país y el mundo donde exporten Pisco. Como aporte futuro, se tiene una nueva idea de investigación, la cual consiste en estudiar cómo va la exportación de Pisco en un contexto de postpandemia Covid-19 y la crisis económica de recesión nacional e internacional.

CONCLUSIONES

Un 41.7% están totalmente en desacuerdo con aquellos factores que influyen en la exportación de pisco entonces por eso nunca exportaron su producto pisco durante la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19 y se encontró el valor-p = 0,000 siendo menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1) donde la exportación del producto pisco es dependiente de los factores que influyen en exportar pisco. Además, estos principales factores que influyen directamente en la exportación de pisco de las mype productoras en estudio son el volumen de producción de pisco, los conocimientos sobre exportación, el acceso al financiamiento y la competencia de empresas nacionales e internacionales en el contexto de pandemia Covid-19.

Un 34.8% están totalmente en desacuerdo con el volumen de producción obtenido por ello influye en que nunca exportaron su producto pisco durante la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19. Se confirmó el valor-p = 0,000 siendo menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1), por ello, la exportación del producto pisco es dependiente del volumen de producción de pisco.

Un 43.5% de micro y pequeños empresarios están totalmente en desacuerdo con los pocos conocimientos sobre exportación que se tenía, por ello, influye en que nunca exportaron su producto pisco durante la crisis sanitaria por Pandemia de Covid-19. Se confirmó el valor-p = 0,000 siendo menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1) , por ello, la exportación del producto pisco es dependiente de los conocimientos sobre exportación.

Un 34.8% de micro y pequeños empresarios están totalmente en desacuerdo con el poco acceso al financiamiento que tuvieron por ello influye en que nunca exportaron su producto pisco durante la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19. Se encontró el valor- $p = 0,000$ siendo menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1), por ello, la exportación del producto pisco es dependiente del acceso al financiamiento.

Un 39.1% están totalmente en desacuerdo con la desleal competencia de empresas nacionales e internacionales que había por ello influye en que nunca exportaron su producto pisco durante la crisis sanitaria por pandemia de Covid-19. Se encontró el valor- $p = 0,000$ siendo menor a $\alpha = 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1) por ello la exportación del producto pisco es dependiente de la competencia de empresas nacionales e internacionales.

RECOMENDACIONES

Los micro y pequeños empresarios productores de pisco de Ica deben participar de emprendimientos novedosos gestionados en redes virtuales de exportación de pisco motivando su talento iqueño para diferenciarse de otras mype extranjeras y de esta manera ir contribuyendo a la mejora de los volúmenes de producción hacia el exterior de las mype iqueñas productores de pisco.

Diversificar la cartera de clientes a nivel internacional buscando mercados potenciales para el producto bandera pisco teniendo el conocimiento para exportarlo con estrategias de venta de acuerdo al perfil de consumidor extranjero en el país de destino.

Crear fondos concursables gremiales en la provincia de Ica donde puedan participar todos los micro y pequeños empresarios de exportación de pisco para adquirir financiamiento para tecnología y la logística de producción de pisco.

Las instituciones públicas del sector exportador en Perú deben promover campañas de neuromarketing del pisco marca peruana para seguir recuperando la competitividad en el extranjero fundamentado en ser una bebida única y muy versátil.

Los micro y pequeños empresarios productores de pisco de Ica deben evaluar a mayor detalle los costos y la logística de los principales factores que influyen en la exportación de pisco que tengan injerencia directa con los micro y pequeños productores quienes fueron los más perjudicados por la pandemia Covid-19 estableciendo coordinaciones técnicas con las instituciones públicas del sector pisquero de la región Ica y a nivel Nacional.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Albarran L. (2022). Producción y comercialización de macerados a base de pisco con frutos nativos de la selva peruana (Tesis de pregrado, Universidad Marcelino Champagnat). Repositorio institucional UMCH.

https://repositorio.umch.edu.pe/bitstream/handle/UMCH/3510/405.Cier_TSP_Licenciatura_2022%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Administración y Dirección de Empresas (2023) Introducción: concepto de tamaño y crecimiento de la empresa. España: Universidad a Distancia de Madrid

<https://blogs.udima.es/administracion-y-direccion-de-empresas/libros/introduccion-a-la-organizacion-de-empresas-2/unidad-didactica-9-tamano-concentracion-y-crecimiento-de-la-empresa/1-introduccion-concepto-de-tamano-y-crecimiento-de-la-empresa/>

Asociación de Exportadores (2022) Perú: Exportaciones de pisco crecen 87% entre enero y mayo de 2022. Chile: Portal Portuario.

<https://portalportuario.cl/peru-exportaciones-de-pisco-crecen-87-entre-enero-y-mayo-de-2022/>

Agencia Agraria (2022) Un 30% de productores de uva en Ica son ahora fabricantes de pisco y vino. Ica-Perú: Gobierno Regional de Ica.

<https://www.agraria.pe/index.php/noticias/un-30-de-productores-de-uva-en-ica-son-ahora-fabricantes-de--27290>

Agroperú (2020). Exportaciones de pisco sumaron solo US\$ 1,65 millones en el primer semestre. Perú: Agro Perú Comunicaciones SRL.

<https://www.agroperu.pe/exportaciones-de-pisco-sumaron-solo-us-165-millones-en-el-primer-semestre/>

Bárcena A. (2020). Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística. Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/45877-efectos-covid-19-comercio-internacional-la-logistica>

Castañeda N. y Zapata L. (2020). Determinación de la relación de las exportaciones de Pisco y los factores que propiciaron su internacionalización hacia Alemania y Reino Unido entre el 2013 y el 2017 en el marco del TLC con la Unión Europea. (Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas). Repositorio institucional UPCA.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/651666/Aris_tizabal_CV.pdf?sequence=5

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2022) Exporta Fácil. Perú: Gobierno Peruano

<https://exportemos.pe/emprendedor-agronegocios>

Caro E. (2022) Negocios internacionales: Exportación e importación. España: Instituto Europeo de Posgrado.

<https://www.iep.edu.es/negocios-internacionales-exportacion-e-importacion/>

Castro J. (2023) La Encuesta como Técnica de Investigación, Validez y Confiabilidad. Uruguay: Universidad de la Empresa

<https://ude.edu.uy/la-encuesta-como-tecnica-de-investigacion-validez-y-confiabilidad/>

Dirección de Desarrollo Empresarial (2011). Estadísticas de la Micro y Pequeña Empresa Perú: Ministerio de la Producción.

https://www2.produce.gob.pe/RepositorioAPS/1/ger/BOL_EST_MYPE/boletin_estadistico_mype.pdf

Gallardo R. y Palomino A. (2018) Producción y exportación de pisco en Cañete – Lima durante el periodo 2017. (Tesis de pregrado, Universidad Privada César Vallejo). Repositorio institucional UCV.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/74565/Gallardo_PCR-%20Palomino_TGA-SD.pdf?sequence=1

Horta C.(2022). Evolución de las exportaciones de Pisco. Chile: Ministerio de Agricultura.

https://bibliotecadigital.odepa.gob.cl/bitstream/handle/20.500.12650/71881/Art_ExportacionesPisco2022.pdf

Hernández B. y Ávila D. (2010) Visión hacia la cultura de exportaciones de los empresarios de las pymes del estado de hidalgo y su impacto en el desarrollo regional. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_EcoReg/Blanca_Garcia/exportacion.pdf

Huamán J., Treviños L., Medina W. (2021). Epistemología de las investigaciones cuantitativas y cualitativas. Revista Horizonte de la Ciencia, 12(23), pp. 27-47.

<https://www.redalyc.org/journal/5709/570971314003/html/>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2022) El Indecopi capacitará a los productores de Pisco para generar mejores condiciones de competencia en el mercado. Perú: Presidencia del Consejo de ministros.
<https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/584833-el-indecopi-capacitara-a-los-productores-de-pisco-para-generar-mejores-condiciones-de-competencia-en-el-mercado>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2019) Guía Práctica de la denominación de origen Pisco. Perú: Presidencia del Consejo de ministros.
<https://www.indecopi.gob.pe/documents/1902049/3747615/pisco+%281%29.pdf/99a9dfb-0b6a-97ff-06fe-37ddec01899f>

Instituto Nacional de Calidad (2021). Inacal promueve estándares de calidad en la elaboración del Pisco. Perú: Gobierno Nacional
<https://www.gob.pe/institucion/inacal/noticias/507985-inacal-promueve-estandares-de-calidad-en-la-elaboracion-del-pisco>

Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. (2020). Población y muestra. España: Gobierno Nacional
http://descargas.pntic.mec.es/cedec/mat3_2/contenidos/M3_U10/poblacin_y_muestra.html

León L. y Zegarra S. (2019) Factores determinantes que influyeron en las exportaciones de Pisco al mercado de Estados Unidos en el marco del TLC, periodo 2002-2018 (Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas). Repositorio institucional UPCA.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626052/Leon_VL.pdf?sequence=1

Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile (2022). Agro & alimentos. El sector agroalimentario chileno exportador. Chile: Gobierno Nacional.

<https://www.prochile.gob.cl/sectores-exportadores/agro-y-alimentos>

Ministerio de la Producción del Perú (2022) Produce y la CONAPISCO anuncian inicio de recuperación del sector pisquero. Perú: Gobierno Peruano

<https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/581688-produce-y-la-conapisco-anuncian-inicio-de-recuperacion-del-sector-pisquero>

Ministerio de la Producción del Perú (2022) Mincetur y ProInnovate lanzan convocatoria para cofinanciar proyectos de internacionalización de mipymes. Perú: Gobierno Peruano.

<https://www.proinnovate.gob.pe/noticias/noticias/item/2769-mincetur-y-proinnovate-lanzan-convocatoria-para-cofinanciar-proyectos-de-internacionalizacion-de-mipymes>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú (2015) Cuáles son los Requisitos Básicos para Exportar. Perú: Gobierno Peruano.

<https://www.midagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icom-exportar/introduccion62/670-cuales-son-los-requisitos-basicos-para-exportar>

Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (2023). Exportar Conocimiento. Argentina: Gobierno Nacional.

<https://www.argentina.gob.ar/ciencia/exportar-conocimiento/institucional>

Pérez J. (2021). Exportación Anual de Pisco cayó -41%. Perú: Asociación de Exportadores ADEX.

<https://www.adexperu.org.pe/notadeprensa/exportacion-anual-de-pisco-cayo-41/>

Pérez A. (2021). Estrategia competitiva: definición, tipos y planteamiento. Gran Bretaña. OBS Business School

<https://www.obsbusiness.school/blog/estrategia-competitiva-definicion-tipos-y-planteamiento>

Paredes R. (2021) Promoción de la exportación del pisco de las bodegas vitivinícolas de Ica y su incidencia en la internacionalización hacia el mercado de Estados Unidos (Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma). Repositorio institucional URP.

https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/4194/NEG-T030_74611076_T%20%20%20PAREDES%20VEJARANO%20ROMINA%20OELIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodríguez I. (2008). Exportación. Colombia: Universidad Icesi,

<https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/01/25/36/>

Ramírez E. (2014) Estudios Correlacionales. España: Universidad de Jaén

<http://www4.ujaen.es/~eramirez/Descargas/tema5>

Salas L. (2020, 17 de agosto). Pisco: Productores recurren al e-commerce y la exportación tras reducción del consumo interno. Diario El Comercio.

<https://elcomercio.pe/economia/negocios/pisco-e-commerce-y-exportacion-las-puertas-que-ahora-tocan-los-productores-de-pisco-tras-la-reduccion-del-consumo-interno-producto-bandera-pandemia-crisis-tres-generaciones-ncze-noticia/>

Secretaría Institucional (2022). Estadísticas utilizadas en el comercio internacional.

Ginebra, Suiza: Organización Mundial del Comercio

https://www.wto.org/spanish/res_s/statistics/technote_s.htm

Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (2021) Chile y Perú calientan motores para la promoción de sus piscos en Asia. Venezuela: Consejo Latinoamericano.

<https://www.sela.org/es/prensa/servicio-informativo/20210430/si/72407/pisco>

Tesaurus UNESCO (2024). Palabra clave: *Administración*.

<https://vocabularies.unesco.org/browser/thesaurus/es/search?clang=es&q=administracion>

Tomassian G. (2015). Financiamiento de la infraestructura para la integración regional. Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/39839/S1501366_es.pdf

Sampieri R., Fernández C. y Baptista M. (2010) Metodología de la Investigación.

5° Edición. México: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.

Valle C. (2023) Investigación no experimental. Colombia: Instituto de Educación

Técnica Profesional de Roldanillo

https://intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018_1/Documentos/INVESTIGACION_NO_EXPERIMENTAL.pdf

ANEXOS

ANEXO 1: INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO SOBRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE PISCO

NOMBRE DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA:

INSTRUCCIONES: Lee cuidadosamente cada una de las afirmaciones siguientes y decide cuál responder.

Marca dentro del cuadro y tus respuestas serán confidenciales.

Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo de Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	--------------------	---------------------------------	-----------------	-----------------------

VARIABLE 1: FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE PISCO	Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo
DIMENSION 1: Volumen de producción de pisco					
1) Se produce pisco en una cantidad que se pueda exportar					
2) Está en proceso de aumentar su volumen de producción de pisco					
3) Se asegura una cuota mensual de producción de pisco					
4) El proceso de producción del pisco es adecuado					
DIMENSION 2: Conocimientos sobre exportación	Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo
5) Conoce lo que es exportación					
6) Existe personal calificado para dedicarse a esta actividad exportadora de pisco					
7) Ha recibido charlas, capacitaciones sobre exportación de pisco					
8) Tiene acceso a las nuevas tecnologías para exportar					
DIMENSION 3: Acceso al financiamiento.	Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo
9) Obtiene créditos financieros como micro o pequeña empresa para exportar					
10) Tiene usted historial crediticio					

11) Tiene deudas con alguna entidad financiera pública o privada					
12) El crédito que tiene le permite exportar pisco					
DIMENSION 4: La competencia	Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo
13) Conoce sobre principales países competidores					
14) Conoce sobre las empresas competidoras en el exterior					
15) Existen varias Mypes productoras de pisco en la provincia de Ica					
16) Conoce sobre su mayor ventaja o desventaja frente a sus competidores directos para exportar pisco					

¡MUCHAS GRACIAS POR TU COLABORACIÓN!

CUESTIONARIO SOBRE EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO

INSTRUCCIONES: Lee cuidadosamente cada una de las preguntas siguientes y decide cuál responder. Marca dentro del cuadro y tus respuestas serán confidenciales.

Nunca	Casi nunca	Siempre
-------	------------	---------

VARIABLE 2: EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO	Nunca	Casi nunca	Siempre
DIMENSION 1: Capacidad para competir en los mercados internacionales			
1) ¿Dispone de los recursos económicos adecuados para competir en el mercado internacional del Pisco?			
2) ¿Incorpora tecnología moderna a la producción y exportación de pisco?			
3) ¿Obtiene datos logísticos de sus competidores directos en la exportación de pisco?			
4) ¿Promueve la sana competencia en el mercado internacional del pisco?			
DIMENSION 2: Contar con un producto competitivo en calidad, precio y valor agregado	Nunca	Casi nunca	Siempre
5) ¿El pisco que produce es de calidad y cumple los estándares internacionales?			
6) ¿El pisco que produce tiene un precio competitivo?			
7) ¿El pisco que produce tiene valor agregado acorde a los requerimientos internacionales?			
8) ¿El pisco que produce tiene un sabor y olor agradables al paladar?			
DIMENSION 3: Acceso a información suficiente y oportuna	Nunca	Casi nunca	Siempre
9) ¿Tiene información actualizada y de primera mano sobre sus competidores en el rubro pisquero?			
10) ¿Conoce las tendencias de los clientes internacionales sobre sus gustos y preferencias en cuanto al pisco?			

11) ¿Conoce las cadenas de distribución del Pisco para exportar?			
12) ¿Tiene información sobre los procedimientos y regulaciones para exportar Pisco?			
DIMENSION 4: Planificación adecuada de la exportación del producto Pisco	Nunca	Casi nunca	Siempre
13) ¿Diseña usted mismo el mercadeo internacional para exportar pisco?			
14) ¿Planifica usted mismo el mercadeo internacional para exportar pisco?			
15) ¿Plantea objetivos y metas como empresa para el proceso de exportación de pisco?			
16) ¿Tiene información sobre las características del producto de su competencia internacional?			

GRACIAS POR TU APOYO

ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE PISCO A LAS MYPES PRODUCTORAS EN LA PROVINCIA DE ICA EN EL AÑO 2022

	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
GENERAL	¿Cuáles son los factores que influyen en la exportación de pisco a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022?	Determinar los factores que influyen en la exportación a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022.	<p>H1: Los factores que influyen directamente en la exportación de pisco de las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022 son el volumen de producción de pisco, los conocimientos sobre exportación, el acceso al financiamiento y la competencia de empresas nacionales e internacionales.</p> <p>HN: Los factores que influyen directamente la exportación de pisco de las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022 no son el volumen de producción de pisco, los conocimientos sobre exportación, el acceso al financiamiento y la competencia de empresas nacionales e internacionales.</p>	Variable 1: Factores que influyen en la exportación de pisco

ESPECÍFICOS

<p>1.¿El volumen de producción de pisco influye en la exportación de pisco a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022?</p>	<p>1.Identificar si el volumen de producción de pisco influye en la exportación de pisco a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022</p>	<p>H1:El volumen de producción de pisco influye directamente en la exportación de pisco a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022</p> <p>HN:El volumen de producción de pisco no influye directamente en la exportación de pisco a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022</p>	<p>Variable 2: Exportación del producto pisco</p>
<p>2.¿Los conocimientos sobre exportación influye en las barreras de exportación de pisco a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022?</p>	<p>2.Establecer si los conocimientos sobre exportación influyen en las barreras de exportación de pisco a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022</p>	<p>H2:Los conocimientos sobre exportación influye directamente en las barreras de exportación de pisco a las Mypes productoras de la provincia de Ica en el año 2022</p> <p>HN:Los conocimientos sobre exportación no influye directamente en las barreras de exportación de pisco a las Mypes productoras de la provincia de Ica en el año 2022</p>	<p>Variable Interviniente 3: Crisis sanitaria por Pandemia de Covid-19</p>

<p>3.¿El acceso al financiamiento influye en la exportación de pisco a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022?</p>	<p>3. Identificar si el acceso al financiamiento influye en la exportación de pisco a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022</p>	<p>H3:El acceso al financiamiento influye directamente en la exportación de pisco a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022</p> <p>HN:El acceso al financiamiento no influye directamente en la exportación de pisco a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022</p>
<p>4.¿La competencia de empresas nacionales e internacionales influye en la exportación de pisco a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022?</p>	<p>4. Establecer si la competencia de empresas nacionales e internacionales influye en la exportación de pisco a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022</p>	<p>H4:La competencia de empresas nacionales e internacionales influye directamente en la exportación de pisco a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022.</p> <p>HN:La competencia de empresas nacionales e internacionales no influye directamente en la exportación de pisco a las Mypes productoras en la provincia de Ica en el año 2022</p>

Fuente: Elaboración propia (2022).

ANEXO 3:

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES


VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	ÍNDICADORES	ÍTEMES	
					Cuestionario	Observación
Factores que influye en la exportación de pisco	Gallardo y Palomino (2018) afirman que la producción de pisco ha presentado un comportamiento decreciente en otros países, en cambio el Perú, que evidenció un incremento del volumen de producción de pisco, dándole una importante ventaja competitiva y de esta manera buscar destinos nuevos. Las principales ciudades productoras de pisco son Lima e Ica teniendo el 90% del mercado nacional. Otras ciudades son Arequipa, Moquegua y Tacna. Además, este interesante auge es por el conocimiento exportador y varias empresas	X1:Volumen de producción de Pisco	Se produce pisco en una cantidad para exportar con proceso de aumentar su volumen de producción asegurando una cuota mensual de producción de pisco siendo el proceso de producción del pisco adecuado	Produce pisco en una cantidad para exportar	1	
				Aumenta el volumen de producción de pisco	2	
				Cuota mensual de producción de pisco	3	
				Proceso de producción del pisco	4	
		X2:Conocimientos sobre exportación	Conoce lo que es exportación existiendo personal calificado recibiendo charlas, capacitaciones sobre exportación de pisco con acceso a las nuevas	Conocer la exportación	5	
				Personal calificado	6	
				Capacitaciones sobre exportación de pisco	7	
				Nuevas tecnologías para exportar	8	

financiadas reflejando una producción de 10.9 millones de litros de pisco en el año.		tecnologías para exportar			
	X3: Acceso al financiamiento	Tienen créditos financieros para exportar si tienen historial crediticio o con deudas con alguna entidad financiera pública o privada permitiendo exportar pisco	Obtener créditos financieros	9	
			Historial crediticio	10	
			Deudas con alguna entidad	11	
			Crédito para exportar pisco	12	
	X4: La competencia	Conocen países competidores también empresas competidoras en el exterior, a nivel local existen varias Mypes productoras de pisco con mayor ventaja o desventaja para exportar pisco	Países competidores	13	
			Empresas competidoras extranjeras	14	
			Varias mypes productoras de pisco	15	
Ventaja o desventaja frente a sus competidores			16		

Exportación del producto pisco	Rodríguez (2008) afirma la exportación es aquella actividad donde hay salida de productos y servicios de un país cumpliendo los requisitos legales en utilización por los países involucrados y que genera divisas. Hay dos clases de productos exportables: los que son tradicionales y los que son no tradicionales. Las exportaciones no tradicionales quieren decir exportar productos novedosos en el comercio internacional, que presentan un comportamiento fluido; van cambiando su relevancia en la economía por su crecimiento como productos o servicios de venta internacional; también los bienes no tradicionales tienen valor agregado en su producción.	Y1:Capacidad para competir en los mercados internacionales	Hay recursos económicos adecuados para competir en el mundo con tecnología moderna obteniendo datos logísticos de sus competidores promoviendo la sana competencia en el mercado mundial	Recursos económicos para competir	1			
				Tecnología moderna	2			
				Datos logísticos de competidores	3			
				Sana competencia del Pisco	4			
		Y2:Contar con un producto competitivo en calidad, precio y valor agregado	Pisco es de calidad y cumple los estándares internacionales con precio competitivo con valor agregado acorde a los requerimientos tienen sabor y olor agradables del Pisco			Pisco de calidad	5	
						Precio competitivo	6	
						Valor agregado del Pisco	7	
						Pisco con sabor y olor agradables	8	
		Y3:Acceso a información suficiente y oportuna	Se tiene información actualizada con tendencias de los clientes internacionales sobre sus gustos y preferencias con cadenas de distribución del			Información actualizada sobre competidores	9	
						Cientes internacionales con gustos y preferencias	10	
						Cadenas de distribución del Pisco	11	
						Procedimientos y regulaciones para exportar	12	

			Pisco con procedimientos y regulaciones para exportar Pisco			
		Y4:Planificación adecuada de la exportación del producto Pisco	Se diseña un mercadeo internacional planificando exportar pisco con objetivos y metas como empresa y las características del producto de su competencia internacional	Mercadeo internacional	13	
				Planificación propia	14	
				Objetivos y metas como empresa	15	
				Información de las características del producto Pisco	16	

ANEXO 4: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS



FORMATO DE VALIDACION DE JUICIO DE EXPERTOS

Instrucciones:
Para validar el instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que corresponda, según su evaluación basada en la presente rúbrica.

RUBRICA PARA LA VALIDACION DE JUICIO DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su antónimo y sinónimo son adecuados.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de los palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene sinónimo y antónimo adecuados.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial e importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que sea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial e importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.


Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.edu.co/psicometria/files/113/0514/5735/articulo3_juicio_de_experto_37-38.pdf

Santa Anita, 25. de septiembre de 2023

FORMATO DE VALIDACION DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA 1
Variable 1 (FACTORES QUE INCIDEN EN LA EXPORTACION DE PISCO)

Nombre del instrumento	Cuestionario					
Motivo de evaluación:						
Autor del instrumento	Martínez Selva, Ciro; Ciriña Silveira					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Independiente					
Población y muestra:	-Población: 103 micro y pequeñas empresas productoras de pisco en la provincia de Ica - Muestra: 115 micro y pequeñas empresarias productoras de pisco					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Volumen de producción de pisco	1. Se produce pisco en una cantidad que se pueda exportar	4	4	4	4	
	2. Está en proceso de aumentar su volumen de producción de pisco	4	4	4	4	
	3. Se asegura una cuota mensual de producción de pisco	4	4	4	4	
	4. El proceso de producción del pisco es adecuado	4	4	4	4	
D2: Conocimientos sobre exportación	5. Conoce lo que es exportación	4	4	4	4	
	6. Existe personal calificado para dedicarse a esta actividad exportadora de pisco	4	4	4	4	
	7. Ha recibido charlas, capacitaciones sobre exportación de pisco	4	4	4	4	
D3: Acceso al financiamiento.	8. Tiene acceso a las nuevas tecnologías para exportar	4	4	4	4	
	9. Obtiene créditos financieros como micro o pequeña empresa para exportar	4	4	4	4	
	10. Tiene buen historial crediticio	4	4	4	4	
	11. Tiene deudas con alguna entidad financiera pública o privada	4	4	4	4	
	12. El crédito que tiene le permite exportar pisco	4	4	4	4	



D4: La competencia	13. Conoce sobre principales países competidores	4	4	4	
	14. Conoce sobre las empresas competidoras en el exterior	4	4	4	
	15. Existen varios tipos productores de pisco en la provincia de Ica	4	4	4	
	16. Conoce sobre su mayor ventaja o desventaja frente a sus competidores directos para exportar pisco	4	4	4	

FORMATO DE VALIDACION DE JUICIO DE EXPERTOS

 TABLA 2
 Variable 2 (EXPORTACION DEL PRODUCTO PISCO)

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario				
Autor del instrumento	Martín Balbuena Cirio Silveira				
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Dependiente				
Población y muestra:	-Población: 163 micro y pequeñas empresas productoras de pisco en la provincia de Ica -Muestra: 116 micro y pequeñas empresarias productoras de pisco				
Dimensión / Indicador	Ítems	Relevancia	Cantidad	Coherencia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Capacidad para competir en los mercados internacionales	1. ¿Dispone de los recursos económicos adecuados para competir en el mercado internacional del Pisco?	4	4	4	
	2. ¿Incorpora tecnología moderna a la producción y exportación de pisco?	4	4	4	
	3. ¿Obtiene datos logísticos de sus competidores directos en la exportación de pisco?	4	4	4	
	4. ¿Promueve la sana competencia en el mercado internacional del pisco?	4	4	4	
D2: Contar con un producto competitivo en calidad, precio y valor agregado	5. ¿El pisco que produce es de calidad y cumple los estándares internacionales?	4	4	4	
	6. ¿El pisco que produce tiene un precio competitivo?	4	4	4	
	7. ¿El pisco que produce tiene valor agregado acorde a los requerimientos internacionales?	4	4	4	
	8. ¿El pisco que produce tiene un sabor y olor agradables al paladar?	4	4	4	

D3: Acceso a información suficiente y oportuna	9. ¿Tiene información actualizada y de primera mano sobre sus competidores en el rubro piquero?	4	4	4	
	10. ¿Conoce las tendencias de los clientes internacionales sobre sus gustos y preferencias en cuanto al pisco?	4	4	4	
	11. ¿Conoce las cadenas de distribución del Pisco para exportar?	4	4	4	
	12. ¿Tiene información sobre los procedimientos y regulaciones para exportar Pisco?	4	4	4	
D4: Planificación adecuada de la exportación del producto Pisco	13. ¿Diseña usted mismo el mercadeo internacional para exportar pisco?	4	4	4	
	14. ¿Planifica usted mismo el mercadeo internacional para exportar pisco?	4	4	4	
	15. ¿Plantea objetivos y metas como empresa para el proceso de exportación de pisco?	4	4	4	
	16. ¿Tiene información sobre las características del producto de su competencia internacional?	4	4	4	

Validado por:

Tipo de validador:	Interno <input checked="" type="checkbox"/> Externo () (Docente USMP)
Apellidos y nombres:	Dra. Ujico Elizabeth Regalado Cherrono
Sexo:	Hombre <input type="checkbox"/> Mujer <input checked="" type="checkbox"/>
Profesión:	
Grado académico:	Licenciado <input type="checkbox"/> Maestro () Doctor (x)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 <input type="checkbox"/> De 11 a 15 (x) De 16 a 20 () De 21 a más ()
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización:	
Nº telefónico de contacto:	
Correo electrónico de contacto:	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()



Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
Instrucciones:

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que corresponde, según su evaluación basad en la presente rúbrica.

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de esta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unel.co/psicometria/files/1138574/5706/articulo3_mico_de_experto_27-26.pdf

Santa Anita, 25. de septiembre de 2023

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
TABLA 1
Variable 1 (FACTORES QUE INCIDEN EN LA EXPORTACIÓN DE PISCO)

Nombre del instrumento motivo de evaluación:		Cuestionario				
Autor del instrumento		Martínez Salazar, Cinthia Silvana				
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)		Variable Independiente				
Población y muestra:		-Población: 163 micro y pequeñas empresas productoras de pisco en la provincia de Ica - Muestra: 115 micro y pequeños empresarios productores de pisco				
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Volumen de producción de pisco	1. Se produce pisco en una cantidad que se pueda exportar	4	4	4	4	
	2. Está en proceso de aumentar su volumen de producción de pisco		4	4	4	
	3. Se asegura una cuota mensual de producción de pisco		4	4	4	
	4. El proceso de producción del pisco es adecuado		4	4	4	
D2: Conocimientos sobre exportación	5. Conoce lo que es exportación	4	4	4	4	
	6. Existe personal calificado para dedicarse a esta actividad exportadora de pisco		4	4	4	
	7. Ha recibido charlas, capacitaciones sobre exportación de pisco		4	4	4	
	8. Tiene acceso a las nuevas tecnologías para exportar		4	4	4	
D3: Acceso al financiamiento.	9. Obtiene créditos financieros como micro o pequeña empresa para exportar	4	4	4	4	
	10. Tiene usted historial crediticio		4	4	4	
	11. Tiene deudas con alguna entidad financiera pública o privada		4	4	4	
	12. El crédito que tiene le permite exportar pisco		4	4	4	

D4: La competencia	13. Conoce sobre principales países competidores	4	4	4	
	14. Conoce sobre las empresas competidoras en el exterior	4	4	4	
	15. Existen varias MYPES productoras de pisco en la provincia de Ica	4	4	4	
	16. Conoce sobre su mayor ventaja o desventaja frente a sus competidores directos para exportar pisco	4	4	4	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA 2
Variable 2 (EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO)

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del instrumento	Martínez Salazar, Cinthia Silveira					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Dependiente					
Población y muestra:	-Población: 163 micro y pequeñas empresas productoras de pisco en la provincia de Ica - Muestra: 115 micro y pequeños empresarios productores de pisco					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Capacidad para competir en los mercados internacionales	1. ¿Dispone de los recursos económicos adecuados para competir en el mercado internacional del Pisco?	4	4	4	4	
	2. ¿Incorpora tecnología moderna a la producción y exportación de pisco?		4	4	4	
	3. ¿Obtiene datos logísticos de sus competidores directos en la exportación de pisco?		4	4	4	
	4. ¿Promueve la sana competencia en el mercado internacional del pisco?		4	4	4	
D2: Contar con un producto competitivo en calidad, precio y valor agregado	5. ¿El pisco que produce es de calidad y cumple los estándares internacionales?	4	4	4	4	
	6. ¿El pisco que produce tiene un precio competitivo?		4	4	4	
	7. ¿El pisco que produce tiene valor agregado acorde a los requerimientos internacionales?		4	4	4	
	8. ¿El pisco que produce tiene un sabor y olor agradables al paladar?		4	4	4	

D3: Acceso a información suficiente y oportuna	9. ¿Tiene información actualizada y de primera mano sobre sus competidores en el rubro pisquero?	4	4	4	
	10. ¿Conoce las tendencias de los clientes internacionales sobre sus gustos y preferencias en cuanto al pisco?	4	4	4	
	11. ¿Conoce las cadenas de distribución del Pisco para exportar?	4	4	4	
	12. ¿Tiene información sobre los procedimientos y regulaciones para exportar Pisco?	4	4	4	
D4: Planificación adecuada de la exportación del producto Pisco	13. ¿Diseña usted mismo el mercadeo internacional para exportar pisco?	4	4	4	
	14. ¿Planifica usted mismo el mercadeo internacional para exportar pisco?	4	4	4	
	15. ¿Plantea objetivos y metas como empresa para el proceso de exportación de pisco?	4	4	4	
	16. ¿Tiene información sobre las características del producto de su competencia internacional?	4	4	4	

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo () (Docente USMP)
Apellidos y nombres:	Dr. Jorge Vicente Muñoz Barrón
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer ()
Profesión:	
Grado académico	Licenciado (<input checked="" type="checkbox"/>) Maestro () Doctor (x)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (<input checked="" type="checkbox"/>) De 11 a 15 (x) De 16 a 20 () De 21 a más ()
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
Nº telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()

Firmante: MAYURI BARRON JORGE VICENTE Fecha: 01/02/2022 08:54
Docente Principal
Universidad Nacional Mayor de San Marcos



Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
Instrucciones:

Para validar el instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que corresponde, según su evaluación basad en la presente rúbrica.

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de esta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuadas.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que este mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.numara.una.co/psiconometria/files/7113/8574/8708/articulo3_mdc_06_experto_07-30.pdf

Santa Anita, 25. de septiembre de 2003

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA 1
Variable 1 (FACTORES QUE INCIDEN EN LA EXPORTACIÓN DE PISCO)

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del instrumento	Martínez Salazar, Cirilis Silveira					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Independiente					
Población y muestra:	-Población: 163 micro y pequeñas empresas productoras de pisco en la provincia de los Rios - Muestra: 115 micro y pequeñas empresarias productoras de pisco					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Volumen de producción de pisco	1. Se produce pisco en una cantidad que se pueda exportar	4	4	4	4	
	2. Está en proceso de aumentar su volumen de producción de pisco		4	4	4	
	3. Se asegure una cuota mensual de producción de pisco		4	4	4	
	4. El proceso de producción del pisco es adecuado		4	4	4	
D2: Conocimientos sobre exportación	5. Conoce lo que es exportación	4	4	4	4	
	6. Existe personal calificado para dedicarse a esta actividad exportadora de pisco		4	4	4	
	7. Ha recibido charlas, capacitaciones sobre exportación de pisco		4	4	4	
	8. Tiene acceso a las nuevas tecnologías para exportar		4	4	4	
D3: Acceso al financiamiento.	9. Obtiene créditos financieros como micro o pequeña empresa para exportar	4	4	4	4	
	10. Tiene usted historial crediticio		4	4	4	
	11. Tiene deudas con alguna entidad financiera pública o privada		4	4	4	
	12. El crédito que tiene le permite exportar pisco		4	4	4	

D4: La competencia	13. Conoce sobre principales países competidores	4	4	4	
	14. Conoce sobre las empresas competidores en el exterior	4	4	4	
	15. Existen varios tipos productores de pisco en la provincia de los Rios	4	4	4	
	16. Conoce sobre su mayor ventaja o desventaja frente a sus competidores directos para exportar pisco	4	4	4	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

 TABLA 2
 Variable 2 (EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO)

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del instrumento:	Martínez Balumbroso Cinthia Silvana					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Dependiente					
Población y muestra:	-Población: 163 micro y pequeñas empresas productoras de pisco en la provincia de los - Muestra: 115 micro y pequeñas empresarias productoras de pisco					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: Capacidad para competir en los mercados internacionales	1. ¿Dispone de los recursos económicos adecuados para competir en el mercado internacional del Pisco?	4	4	4	4	
	2. ¿Incorpora tecnología moderna a la producción y exportación de pisco?	4	4	4	4	
	3. ¿Obtiene datos logísticos de sus competidores directos en la exportación de pisco?	4	4	4	4	
	4. ¿Promueve la sana competencia en el mercado internacional del pisco?	4	4	4	4	
D2: Contar con un producto competitivo en calidad, precio y valor agregado	5. ¿El pisco que produce es de calidad y cumple los estándares internacionales?	4	4	4	4	
	6. ¿El pisco que produce tiene un precio competitivo?	4	4	4	4	
	7. ¿El pisco que produce tiene valor agregado acorde a los requerimientos internacionales?	4	4	4	4	
	8. ¿El pisco que produce tiene un sabor y olor agradables al paladar?	4	4	4	4	

D3: Acceso a información suficiente y oportuna	9. ¿Tiene información actualizada y de primera mano sobre sus competidores en el rubro piscoero?	4	4	4	
	10. ¿Conoce las tendencias de los clientes internacionales sobre sus gustos y preferencias en cuanto al pisco?	4	4	4	
	11. ¿Conoce las cadenas de distribución del Pisco para exportar?	4	4	4	
	12. ¿Tiene información sobre los procedimientos y regulaciones para exportar Pisco?	4	4	4	
D4: Planificación adecuada de la exportación del producto Pisco	13. ¿Diseña usted mismo el mercadeo internacional para exportar pisco?	4	4	4	
	14. ¿Planifica usted mismo el mercadeo internacional para exportar pisco?	4	4	4	
	15. ¿Plantea objetivos y metas como empresa para el proceso de exportación de pisco?	4	4	4	
	16. ¿Tiene información sobre las características del producto de su competencia internacional?	4	4	4	

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo () (Docente USMP)
Apellidos y nombres:	Mg. Aldo Medina Gamero
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer ()
Profesión:	
Grado académico	Licenciado (<input checked="" type="checkbox"/>) Maestro () Doctor (x)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (<input checked="" type="checkbox"/>) De 11 a 15 (x) De 16 a 20 () De 21 a más ()
Solemente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
Nº telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (<input checked="" type="checkbox"/>) Por correo electrónico ()



Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

ANEXO 5: FOTOS







ANEXO 6: PRUEBA PILOTO - CÁLCULO DE ALFA DE CRONBACH PARA CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTOS

N° MYPES DE PISCO	VARIABLE 1. FACTORES QUE INCIDEN EN LA EXPORTACION DE PISCO																SUMA
	Se prod	Está en	Se ase	El pro	Conoc	Existe perso nal	Ha reci	Tiene a	Obtien	Tiene usted histor	Tiene d	El créd	Conoce sobre principal	Conoc	Existen	Conoce	
1	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	37
2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	1	46
3	4	1	1	4	4	4	2	2	3	5	2	3	2	4	4	1	46
4	1	4	1	4	2	2	5	4	2	2	2	5	4	2	4	4	48
5	1	1	4	3	3	3	5	3	3	3	5	4	5	3	3	4	53
6	2	1	2	3	5	5	2	3	2	5	1	5	5	5	4	1	51
7	3	1	3	5	5	5	5	2	3	5	4	3	2	5	3	3	57
8	3	4	5	5	2	5	4	5	4	4	2	5	5	2	4	1	60
9	3	4	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	58
10	3	1	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3	3	3	5	3	49
11	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	5	51
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
VARIANZA	1.356	2.265	1.636	0.992	1.333	1.356	1.879	1.333	1.152	1.333	1.720	1.114	1.538	1.356	0.750	2.447	

CÁLCULO DEL ALFA DE CRONBACH -MÉTODO DE LA VARIANZA DE LOS ITEMS

FÓRMULA

α (Alfa de Cronbach)	0.8404
K (Número de items)	16
Vi (Varianza de cada ítem)	23.561
Vt (Varianza total)	111.1

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Respuesta: El coeficiente del Alfa de Cronbach es 0.8404 confirmando que el cuestionario es muy confiable

VARIABLE 2. EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO PISCO																	
N° MYPES DE PISCO	¿Dispone	¿Incorp	¿Obtiene	¿Promueve la sana com	¿El pisco (¿El pis	¿El pis	¿El pis	¿Tiene	¿Conoce	¿Conoc	¿Tiene in	¿Diseñ	¿Planifi	¿Plantea	¿Tiene	SUMA
1	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	39
2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	25
4	2	3	2	2	2	2	3	3	1	1	3	3	1	3	2	2	35
5	2	2	1	2	1	2	3	1	1	1	3	1	1	1	1	2	25
6	2	2	1	2	1	2	2	3	1	3	2	3	1	3	1	2	31
7	3	2	2	3	2	3	3	3	2	1	1	3	2	1	2	2	35
8	1	2	3	1	3	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	3	27
9	1	3	2	1	2	1	2	3	1	3	1	3	3	3	2	3	34
10	1	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	25
11	1	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	3	27
12	2	1	1	2	1	2	2	3	1	1	2	3	1	1	1	3	27
VARIANZA	0.629	0.424	0.545	0.265	0.545	0.265	0.424	1.061	0.455	0.811	0.727	0.629	0.606	0.932	0.447	0.568	

CÁLCULO DEL ALFA DE CRONBACH -MÉTODO DE LA VARIANZA DE LOS ITEMS

FÓRMULA

α (Alfa de Cronbach) **0.8407**

K (Número de items) 16

Vi (Varianza de cada ite 9.333

Vt (Varianza total) 44.060606

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Respuesta: El coeficiente del Alfa de Cronbach es 0.8407 confirmando que este cuestionario es muy confiable