



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

**FACTORES QUE INCIDEN EN LA DISMINUCIÓN DE LAS  
EXPORTACIONES PERUANAS DE T-SHIRT HACIA EL  
MERCADO DE ESTADOS UNIDOS (2007-2016)**

**PRESENTADA POR**

**STEFANNY TERESA ESPINOZA TITO**

**MAYRA ALEJANDRA LAMAS VALLADOLID**

**ASESOR**

**JORGE ENRIQUE COSIO SOTO**

**TESIS**

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

**LIMA – PERÚ**

**2018**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

Los autores sólo permiten 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/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**FACTORES QUE INCIDEN EN LA DISMINUCIÓN DE LAS  
EXPORTACIONES PERUANAS DE T-SHIRT HACIA EL MERCADO DE  
ESTADOS UNIDOS (2007-2016)**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTADO POR:

**Bachiller Espinoza Tito, Stefanny Teresa**

**Bachiller Lamas Valladolid, Mayra Alejandra**

ASESOR:

**Mg. JORGE COSIO SOTO**

**LIMA-PERÚ**

**2018**

## **DEDICATORIA**

A Dios, por darme la oportunidad de cumplir uno de los mis objetivos tan anhelados, y por darme unos padres maravillosos, sin cuyo apoyo incondicional este trabajo nunca se habría elaborado.

**Stefanny Teresa Espinoza Tito**

A Dios, por ser mi fiel compañero y brindarme el conocimiento y sabiduría para desarrollo de la presente investigación.

A mi familia, en especial a dos personas importantes en vida, mi Madre Emerita Valladolid Márquez y mi sobrino Nicolás, porque son mi motor y motivo para salir adelante e inspirarme día tras día.

Finalmente, a todos mis seres queridos y amistades que aportaron, ya sea de manera directa como indirecta a la realización del presente trabajo académico.

**Mayra Alejandra Lamas Valladolid**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por darme la dicha de disfrutar cada etapa de mi vida al máximo, y sobre todo tener una unión inquebrantable con mis padres Luis Espinoza y Teresa Tito por su motivación constante, su entera preocupación velando por mi educación y bienestar, convirtiéndose en mi soporte en todo momento, depositándome su entera confianza, su amor infinito y, además, por ser el motor de mi vida.

### **Stefanny Teresa Espinoza Tito**

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por estar a mi lado en cada paso que doy.

A mi madre por ser una persona luchadora a la cual admiro mucho, ya que gracias a ella soy la persona que soy, y es quien me alienta a seguir adelante.

### **Mayra Alejandra Lamas Valladolid**

Asimismo, la presente investigación ha requerido de esfuerzo, perseverancia y dedicación, pero no hubiese sido posible sin el apoyo desinteresado de personas que nos motivaron y apoyaron de manera constante e incondicional.

Por ello, aprovechamos la presente, para agradecer a cada una de ellas.

A nuestro asesor, Jorge Cosío Soto, por transmitirnos su conocimiento, por el aporte constante e inquebrantable dedicación, que fueron vitales para la culminación de esta tesis.

A los gremios empresariales y/o instituciones, quienes nos proporcionaron información relevante y necesaria, así como brindarnos su tiempo e interés, mediante entrevistas para el trabajo de campo.

A nuestros compañeros, por brindarnos consejos y apoyo en todo el transcurso de nuestra vida universitaria, ya que a pesar de las adversidades que se presentaron en el camino, siempre tuvieron las palabras y actitudes claves para seguir adelante.

A cada uno de ustedes por su valioso aporte, siempre le estaremos eternamente agradecidos.

¡Miles de Gracias de todo corazón! Siempre perseveren y nunca dejen sus sueños.

Stefanny Espinoza y Mayra Lamas

## ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	11
ABSTRACT.....	13
INTRODUCCIÓN.....	15
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.1. Descripción de la situación problemática .....	17
1.2. Formulación del Problema.....	19
1.2.1. Problema General .....	19
1.2.2. Problemas Específicos .....	20
1.3. Objetivos de la investigación .....	20
1.3.1. Objetivo General .....	20
1.3.2. Objetivos Específicos .....	20
1.4. Justificación de la investigación .....	21
1.4.1. Importancia de la investigación .....	21
1.4.2. Viabilidad de la investigación .....	23
CAPITULO II: MARCO TEORICO .....	33
2.2. Bases teóricas.....	33
2.2.1. Contexto del Sector textil.....	33
2.2.1.1. Productos textiles .....	34
2.2.1.2. T-shirt .....	36

2.2.1.3.	Variedades de t-shirt .....	36
2.2.1.4.	Subpartida Arancelaria .....	38
2.2.2.	Comercio Exterior de t-shirt.....	39
2.2.2.1.	Exportaciones peruanas de t-shirt al mundo .....	39
2.2.2.2.	Exportaciones peruanas de T-shirt a EE.UU.....	45
2.2.3.	Importaciones de T-shirt.....	52
2.2.3.1.	Importaciones estadounidenses de T-shirt.....	52
2.2.4.	Drawback .....	58
2.2.4.1.	Definición del drawback.....	58
2.2.4.2.	Restricciones del drawback.....	59
2.2.4.3.	Beneficios del drawback.....	61
2.2.4.4.	Análisis de las tasas del drawback y sus variaciones .....	62
2.2.5.	Transporte Internacional.....	64
2.2.5.1.	Modos de transporte Internacional .....	64
2.2.5.2.	Flete Internacional.....	67
2.2.6.	Recursos .....	71
2.2.6.1.	Mano de Obra .....	71
2.2.6.2.	Materia Prima .....	76
2.2.6.3.	Tecnología.....	78
2.2.7.	Calidad y Variedad .....	81

2.2.7.1.	Diferenciación del Producto.....	81
2.3.	Definición de Términos Básicos .....	84
2.4.	Hipótesis.....	86
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA .....		87
3.1.	Diseño metodológico .....	87
3.2.	Procedimiento de muestreo.....	89
3.3.	Instrumentación.....	90
3.4.	Procedimiento de la investigación .....	92
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....		95
4.1.	Resultados de la investigación .....	95
4.2.	Discusión de Resultados .....	125
4.2.1.	Análisis de validez y generalización .....	125
4.2.2.	Contrastación de resultados.....	126
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		134
Conclusiones .....		134
Recomendaciones .....		136
REFERENCIAS.....		138

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 : Variedades de Productos Textileros de Exportación en el Perú.....	35
Tabla N° 2: Variedades de t-shirt en el Perú .....	36
Tabla N° 3: Partidas Arancelarias .....	38
Tabla N° 4: Valor de las exportaciones por años .....	40
Tabla N° 5: Exportaciones peruanas según países de destino .....	44
Tabla N° 6: Exportaciones de t-shirt a Estados Unidos.....	45
Tabla N° 7: Tipo de cambio en las exportaciones peruanas de t-shirt .....	48
Tabla N° 8: Países proveedores de t-shirt a Estados Unidos por Valores .....	53
Tabla N° 9: Posición del Perú como proveedor de Estados Unidos.....	57
Tabla N° 10: Transporte Marítimo .....	65
Tabla N° 11: Transporte Aéreo.....	66
Tabla N° 12: Flete aéreo internacional, recargos en origen y destino (Lima – Miami) bajo incoterms DAT .....	69
Tabla N° 13: Flete marítimo internacional, recargos en origen y destino (Callao – Miami) bajo incoterms DAT .....	70
Tabla N° 14: Mano de obra de los países proveedores a EE.UU. ....	73
Tabla N° 15: Producción de algodón nacional en el año 2017 .....	77
Tabla N° 16: Especialistas del sector textil.....	89
Tabla N° 17: Variaciones progresivas del Drawback frente a las exportaciones.....	100
Tabla N° 18: Relación de las variaciones de la tasa del drawback y las exportaciones anuales.....	101
Tabla N° 19: Producción de algodón por departamentos (2007-2016) .....	113

Tabla N° 20: Superficie cosechada de algodón (2007-2016) .....	116
Tabla N° 21: Costeo de producción marítimo.....	120
Tabla N° 22: Costeo de producción aéreo .....	121
Tabla N° 23: Contrastación de antecedentes y resultados.....	127

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Valor (USD) de las Exportaciones de t-shirt (2007-2016) .....	40
Figura N° 2: Exportaciones de t-shirt a Estados Unidos (Valor FOB).....	45
Figura N° 3: Tipo de cambio en las exportaciones peruanas de t-shirt .....	49
Figura N° 4: Tipo de cambio en las exportaciones peruanas de t-shirt .....	50
Figura N° 5: Participación porcentual de los proveedores de t-shirt a Estados Unidos .....	54
Figura N° 6: Posición del Perú como proveedor de Estados Unidos.....	57
Figura N° 7: Beneficiarios para acogerse a la tasa del drawback .....	59
Figura N° 8: Restricciones para acogerse al drawback.....	60
Figura N° 9: Beneficios del Drawback.....	61
Figura N° 10: Variaciones de la tasa Drawback .....	62
Figura N° 11: Transporte Internacional .....	64
Figura N° 12: Información para cotizar fletes internacionales .....	68
Figura N° 13: Salario mínimo en la industria textil 2016.....	72
Figura N° 14: Mano de obra de los países proveedores a EE.UU. ....	74
Figura N° 15: Producción de Algodón por Departamentos en el año 2017 .....	76
Figura N° 16: Factores claves para la diferenciación de un producto .....	81
Figura N° 17: Marca: Perú Textiles .....	82
Figura N° 18: Adquisición de insumo para la aplicación de la tasa del drawback. ....	85
Figura N° 19: Árbol de problemas de las variaciones del Drawback.....	97
Figura N° 20: Drawback en las exportaciones t-shirt.....	98
Figura N° 21: Variaciones progresivas del drawback frente a las exportaciones. ...	100

Figura N° 22: Relación de las variaciones de la tasa del drawback y las exportaciones anuales.....	102
Figura N° 23: Modos de transporte adecuados para exportación t-shirt a Estados Unidos .....	104
Figura N° 24: Exportaciones de t-shirt a Estados Unidos, según modo de transporte .....	105
Figura N° 25: Modos de transporte (2001-2016).....	105
Figura N° 26: Ciudades importadoras en Estados Unidos .....	106
Figura N° 27: Aeropuertos de Destino en Estados Unidos de exportación t-shirt ...	106
Figura N° 28: Puertos de Destino en Estados Unidos de exportación t-shirt .....	107
Figura N° 29: Ubicación geográfica para la exportación .....	108
Figura N° 30: Características de los fletes logísticos. ....	109
Figura N° 31: Mano de Obra Peruana vs. Competidores. ....	111
Figura N° 32: Departamentos de producción de algodón.....	112
Figura N° 33: Productores de Algodón (2007-2016) .....	112
Figura N° 34: Tendencia de producción de algodón (2007-2016).....	114
Figura N° 35: Insuficiente capacidad productiva .....	115
Figura N° 36: Cosecha Nacional del algodón (2007-2016) .....	117
Figura N° 37: Tendencia de cosecha por años (2007-2016).....	117
Figura N° 38: Características tecnológicas. ....	119
Figura N° 39: Calidad y variedad t-shirt.....	123
Figura N° 40: Marca y diseño de t-shirt .....	124

## RESUMEN

El Perú es un gran productor de algodón y por ende exportador de textiles, principalmente de su producto estrella los “T-shirt” que ha tenido una tendencia negativa durante los últimos años. Es por ello que la presente investigación, determinó los principales factores que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.

Se utilizó un diseño exploratorio de carácter etnográfico, y un procedimiento de entrevistas a profundidad no estructurada en una muestra representativa conformada por especialistas perteneciente a Gremios Empresariales y/o Instituciones del Sector Textil, para la obtención de información veraz y relevante.

Se observó que a través de diversos factores como: la variación de la tasa del drawback, el alto costo de transporte internacional, los altos costos de mano de obra, la falta aprovisionamiento del algodón por la insuficiente producción nacional, la mala aplicación de la tecnología que impulse la producción a menor costo, y la poca diferenciación de nuestros productos frente a la alta competencia internacional.

Finalmente, se concluye que los factores antes mencionados han afectado negativamente a las empresas peruanas exportadoras de t-shirt debido a la fuerte competencia a nivel internacional en los últimos años, principalmente por parte de los países Centroamericanos que consideran al Sector Textil como uno de sus principales

sectores económicos, mientras que el enfoque tomado a nivel gubernamental ha desplazado este sector por la minería, agricultura, entre otros.

- **Palabras claves:** Drawback, t-shirt, exportación, capacidad productiva, tecnología.

## **ABSTRACT**

Peru is a large producer of cotton and therefore an exporter of textiles, mainly of its flagship product, the "T-shirt", which has had a negative trend in recent years. That is why this research, determined the main factors that affect the decline of Peruvian exports of t-shirt to the US market.

An exploratory ethnographic design was used, as well as an unstructured in-depth interview procedure in a representative sample made up of specialists belonging to Business Associations and / or Institutions of the Textile Sector, in order to obtain truthful and relevant information.

It was observed that through various factors such as: the variation of the drawback rate, the high cost of international transportation, high labor costs, lack of supply of cotton due to insufficient national production, poor application of technology that drives production at lower cost, and the low differentiation of our products against high international competition.

Finally, it is concluded that the aforementioned factors have negatively affected Peruvian t-shirt exporting companies due to the strong international competition in recent years, mainly by the Central American countries that consider the Textile Sector as one of their major economic sectors, while the approach taken at the governmental level has displaced this sector by mining, agriculture, among others.

- **Keywords:** Drawback, t-shirt, export, productive capacity, technology.

## INTRODUCCIÓN

El algodón peruano es una de las fibras más apreciadas en el mundo, cuyas variedades más conocidas son el Pima y el Tangüis por su calidad, resistencia y por la facilidad para darle un color al teñir las prendas. El t-shirt es considerado el producto estrella de exportación no tradicional, siendo el producto más exportado del sector textil por su calidad de algodón, teniendo gran aceptación en el mercado exterior, principalmente el de Estados Unidos. Cabe resaltar, que la calidad de algodón peruano es reconocida a nivel mundial.

Por lo expuesto líneas arriba, el objetivo de nuestra investigación, es de determinar los principales factores que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos, debido que, en la actualidad, existe la preocupación de los empresarios exportadores y en muchos casos por algunas empresas que han dejado de exportar t-shirt, ya que el sector textil es considerado uno de los sectores más potentes de la industria nacional y sus cifras de exportación indican que se ha estado perdiendo competitividad.

La presente investigación, se desarrolla en cinco capítulos. El primer capítulo comprende el planteamiento del problema de investigación, identificando tanto el problema general como el específico, así como también los objetivos de nuestra investigación, la justificación de la investigación, la viabilidad y las limitaciones que tuvimos para poder realizar toda la tesis.

En el segundo capítulo, se presentan los antecedentes de nuestra investigación tanto nacional como internacional, la fundamentación teórica, que comprende las bases teóricas en el que se desarrollará todo el sustento de nuestro tema, las hipótesis y finalizando por conceptos claves de los términos para brindar un mayor entendimiento de las palabras de la investigación.

En el tercer capítulo, se describe la metodología de la investigación, el diseño metodológico, la población y muestra que se consideró para desarrollar el presente estudio, así como el procedimiento y las técnicas que se utilizó para el procesamiento y análisis de datos.

En el cuarto capítulo, se presenta los resultados de la investigación obtenidos a través del trabajo de campo, identificando los factores que inciden en las exportaciones de t-shirt al mercado de Estados Unidos. Asimismo, se contrasta las hipótesis con antecedentes y discusión de resultados.

Finalmente, se presenta las conclusiones y recomendaciones que se han logrado determinar luego de realizado el estudio, así como las referencias bibliográficas utilizadas y los anexos que acompañan la investigación.

## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Descripción de la situación problemática**

El sector textil es de vital importancia para el Perú, no solo por los aportes que hace a la economía, sino también porque representa el 8% del PBI manufacturero en el país; sin embargo, las cifras de exportación del producto estrella del sector textil, los “t-shirt”, han disminuido en un 42% aproximadamente el valor de las exportaciones con relación a las exportaciones de hace 10 años. Pero ¿qué ha sucedido?, ¿por qué bajaron nuestras cifras de exportación?, ¿el sector textil estuvo destinado a la crisis?, pues esta situación ha significado un fuerte golpe a la economía peruana, ya que no se estuvo preparados para un acontecimiento de gran magnitud y tampoco para hacer frente a la competencia internacional.

Nuestras exportaciones de t-shirt en el año 2007 han sido USD 468,790,235.53 (valor FOB) y en el año 2016 han sido de USD 273,196,407.48 (valor FOB), lo cual demuestra un retroceso continuo, que lleva a un análisis de los factores que han hecho que las exportaciones hayan disminuido. En el 2016, los principales destinos de exportaciones textiles peruanas han sido Estados Unidos (49%), seguido de Colombia (6.9%) y Brasil (5.9%).

(Semana Económica, 2016), expone que entre los problemas que destaca el sector textil y confecciones es el costo de la mano de obra, el cual representa el 10 a 13% del valor de una prenda, muy a comparación de sus principales competidores que son China, Vietnam, Bangladesh e Indonesia, quienes tienen costos muchos menores,

debido a que en el Perú los costos de la mano de obra son mayores, por los costos laborales.

Asimismo, lo que adolece a este sector es la reducción del drawback, lo cual es importante señalar que las dificultades que enfrenta es debido a las progresivas disminuciones durante los últimos años, muy a pesar que es una de las industrias más beneficiadas por esta restitución de derechos arancelarios.

Asimismo, en la actualidad, los mercados internacionales demandan productos con óptima calidad, pero también con los tiempos de entrega muchos más rápidos, con costos de transporte más barato y cuyos productos sean innovadores en diseño y variedad, siendo el Perú no ajeno al avance tecnológico. En base al transporte es importante señalar que los costos han impactado en las exportaciones del sector textil, muy a pesar de que el Perú tiene las condiciones para convertirse en un Hub de comercio, ya que la cercanía geográfica favorece más a nuestros principales competidores que se encuentran en Centroamérica para que realicen sus exportaciones al mercado estadounidense.

Si bien es cierto, el Perú ha alcanzado a ser reconocido a nivel mundial por su textura y calidad, la cual es difícil de sustituir, pese a ello se está presentando un decrecimiento en las exportaciones, porque estamos perdiendo innovación y no le estamos prestando atención a este hecho, el cual es de mucha exigencia para hacer al mercado internacional.

Por su parte Llosa (2015), menciona que otro de los factores que han conllevado a la disminución de nuestras exportaciones es la baja producción de algodón nacional, pese a que el Perú anteriormente ha sido autosuficiente e incluso exportábamos el algodón, pero, en la actualidad, vemos que los países asiáticos se están apoderando del mercado de Estados Unidos, que es el principal comprador de estas prendas.

Según Salazar (2012), en su revista indica que la producción del algodón ha decaído durante los años 2006 – 2011 en un 44% (de 79 mil toneladas anuales a 44 mil toneladas anuales) al igual que en el caso de la siembra del algodón de 86 a 51 mil hectáreas, debido a que la producción del algodón nacional ha sido reemplazada por algodón importado subsidiado, siendo EE.UU. el principal proveedor del total con 99.2%, cuya importación a Perú en ese periodo se duplicó de 37,990 a 66,550 toneladas, lo cual coincide con la reducción de la producción del algodón.

Finalmente, existen muchas oportunidades para revertir la situación que el sector textil ha atravesado en los últimos 10 años y que permitirá tener ventajas competitivas en el futuro, para lo cual se estudiará a través de la presente investigación los factores por los cuales estas exportaciones han disminuido.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema General**

- ¿Cuáles son los principales factores que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

- ¿Cómo la variación de la tasa del drawback incide en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos?
- ¿Cuáles son los factores del transporte internacional que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos?
- ¿Cómo afecta la disponibilidad y el costo de los principales recursos en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos?
- ¿Cuáles son las deficiencias en cuanto a calidad y variedad que afectan la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1. Objetivo General**

- Determinar los principales factores que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Determinar como la variación de la tasa de drawback ha afectado en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.
- Identificar los factores del transporte internacional que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.

- Determinar como la disponibilidad y el costo de los principales recursos afecta la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.
- Determinar las deficiencias respecto a la calidad y variedad de la oferta exportable de t-shirt que afectan la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.

## **1.4. Justificación de la investigación**

### **1.4.1. Importancia de la investigación**

La presente investigación es relevante debido a que se explica cuáles son los factores que han incidido en la disminución de las exportaciones de t-shirt al mercado de Estados Unidos, además permitirá mejorar la oferta exportable y competitividad en los mercados internacionales, con mayores volúmenes de exportación.

Cabe resaltar que en los últimos 10 años, nuestras exportaciones de t-shirt han disminuido en grandes volúmenes, según (ADUANET, 2017) en un 42% aproximadamente de lo que exportamos en el 2016 respecto al 2007, cuyas cifras son preocupantes especialmente para el sector textil.

Asimismo, los factores encontrados en la presente investigación son la disminución y las variaciones de la tasa del drawback, los altos costos del flete internacional, el costo de la mano de obra, cambios en el mercado relacionado con el precio, y el tiempo de tránsito que va de la mano con la ubicación geográfica, la falta de disponibilidad de

recursos y finalmente las deficiencias en cuanto a calidad y variedad de la oferta exportable.

La presente investigación podrá ser usada por las empresas exportadoras de t-shirt y las empresas que quieran mejorar sus volúmenes de exportación, no solo de t-shirt, sino también de productos textiles similares, que desconocen que, en la actualidad, para ser competitivos no solo depende de un desarrollo del producto a nivel local o nacional, sino de un mercado global, al cual sacarle el mejor beneficio. También podrá ayudar a los futuros emprendedores, en su inicio de implementación de un negocio relacionado con la exportación de productos textiles.

Por otro lado, los resultados obtenidos, servirán para proponer soluciones y mejoras a los factores que inciden la disminución del volumen de exportación de productos textiles, así como mejorar el comercio internacional, ya que beneficia directamente a la economía de país, mostrando el verdadero impacto que tienen cuando disminuyen y cuando aumentan.

Finalmente, a la Universidad San Martín de Porres, por contribuir en la investigación de materia textil – t-shirt, para mayor prestigio de nuestra alma mater motivando al sector empresarial.

### **1.4.2. Viabilidad de la investigación**

Se puede desarrollar considerando los siguientes aspectos:

#### **a) Viabilidad Técnica:**

La presente investigación es viable, ya que para las empresas exportadoras del sector textil es preocupante que nuestras exportaciones hayan disminuido en los últimos 10 años, debido a que nuestra competitividad ha ido disminuyendo. Es por ello, que el presente estudio se podrá llevar a cabo, ya que se cuenta con el acceso a la información base que será analizada, facilitando la respuesta a nuestro problema formulado líneas arriba.

Respecto al acceso de información, las fuentes obtenidas han sido logradas a través libros, tesis y/o revistas publicadas por organismos y entidades de diferentes partes de mundo.

#### **b) Viabilidad Económica**

La presente investigación tiene viabilidad económica debido a que se cuenta con los medios para llevar a cabo el trabajo teórico, y por ende trasladarnos hacia las diferentes bibliotecas o lugares de estudio donde se pueda recabar la mayor información posible, así como para poder realizar nuestro trabajo de campo.

### **c) Viabilidad Social**

La presente investigación es viable socialmente, ya que se contará con el apoyo de especialistas y/o gremios empresariales, que aportaran su know-how y experiencia, siendo base de la presente investigación.

Es por ello que lo mencionado no impide el desarrollo del mismo, lo cual hace factible la realización de la investigación.

### **1.5. Limitaciones del estudio**

Para llevar a cabo la presente investigación tuvimos como principal inconveniente, el factor de poca disponibilidad de tiempo y/o falta de cooperación por parte de las principales empresas exportadoras de t-shirt a Estados Unidos, específicamente las representantes del 80% de total valor exportado anualmente, pero en contraparte a lo mencionado, hemos obtenidos resultados muy enriquecedores por las entrevistas realizadas a los principales gremios empresariales y/o instituciones como Mincetur, Promperú, ADEX, Comité Textil, entre otras, para la obtención de información como fuentes de datos fundamentales que complementen nuestra investigación.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes de la investigación**

Se ha podido encontrar investigaciones respecto al sector textil en base a prendas de vestir, así como el de los t-shirt a nivel nacional e internacional, que están orientados a aspectos de comercialización, distribución y exportación, así como otros aspectos que explican sobre temas tributarios y financieros.

Con relación a los factores que inciden en la disminución de las exportaciones, no se ha encontrado información que se enfoque sobre aspectos que repercuten en la caída de las exportaciones de los t-shirt, pero sí de diversos autores que sostienen cuáles son los factores que afectan a las exportaciones, como las variaciones en la tasa del drawback, los costos de flete internacional y la ubicación geográfica con respecto a otros países, los recursos para la fabricación de los t-shirt y las deficiencias en cuanto a calidad y variedad.

#### **2.1.1. Antecedentes Nacionales**

En el ÁMBITO NACIONAL existen investigaciones sobre:

Según (Franklin, Rojas, Rojas, & Taza, 2016) a través de su estudio de tesis indica que la reducción de la tasa del drawback incide en la competitividad del sector de prendas de vestir del Perú, muy a pesar de que el drawback es considerado un estímulo para fomentar las exportaciones. Asimismo, indica que la tasa de Restitución de Derechos Arancelarios, drawback ha sido de 5%, pero luego de la crisis económica internacional para hacer frente a este entorno internacional es que se elevó

temporalmente a 8%, y con el pasar de los años esta tasa ha ido variando progresivamente. Por otro lado, la presente tesis realiza un análisis del destino de las exportaciones del sector de prendas de vestir, teniendo como resultado a Estados Unidos. También en el presente estudio, se analizó que el número de solicitudes para acogerse al drawback ha ido disminuyendo con relación a la variación progresiva de las tasas del drawback. Finalmente, han llegado como conclusión que el sector textil ha ido disminuyendo debido a la competencia de las empresas del sector asiático del mismo sector y como consecuencia la pérdida de mercado internacional.

En la presente investigación de tesis, los autores (Mallqui, Quispe, & Rabanal, 2017), basan sus estudios en analizar el algodón orgánico como un elemento clave de diferenciación orientado a la exportación textil y confecciones en el Perú, ya que en los últimos años las exportaciones de este sector han sido negativas, y requieren de estrategias para la realización de un producto creativo e innovador. Asimismo, mencionan que México, por ejemplo, ha diseñado estrategias para la competitividad como son habilidades de diseño, diferenciación, así como las constantes capacitaciones y certificaciones en materia de recursos humanos y la incorporación de nuevas tecnologías. Por otro lado, menciona que la tendencia en relación al comercio está basada en la velocidad, calidad, cumplimiento de ámbitos legales, logística y los costos de producción. Finalmente, llegaron a la conclusión que para dinamizar el comercio internacional del sector textil se debe exportar prendas de calidad.

El estudio de investigación sectorial sobre la industria textil y confecciones, (Ministerio de Producción, 2015) sostiene que las exportaciones del sector textil y confecciones

han venido disminuyendo, siendo el mercado internacional el principal destino de nuestra producción nacional, así como también explica sobre las variaciones porcentuales del drawback que han afectado a dicho sector. Además, el presente informe explica que para asegurar la calidad de los productos textiles a exportar éstos deben cumplir con la implementación de normas técnicas y certificaciones, que son regulados por INACAL.

En la presente tesis (Miranda, 2016), expone que las exportaciones en la industria textil no son muy competitivas debido a los sobrecostos de la cadena exportadora del sector, la caída de la demanda internacional y el encarecimiento de la mano de obra peruana.

Sullon (2017), menciona a través de su tesis que las exportaciones del sector textil han ido decayendo con el pasar de los años y no alcanzamos la competitividad necesaria para competir con los países de Asia o países como El Salvador, que son nuestros principales competidores. También señala que el Perú es uno de los países con costos de producción más altos con respecto a sus competidores, y como estrategia se debe de innovar y buscar diferenciarse, con la mejor calidad de materia prima y los mejores precios.

Arbieto, Palma, Santos, & Taipe (2016) a través de su investigación analiza sobre la situación de las MYPE exportadoras de prendas de algodón y sobre la creación de una marca como sostenibilidad a las exportaciones, en la cual se ha tenido como resultado que en los últimos 5 años las exportaciones textiles han decrecido debido a la crisis económica que ha surgido en Venezuela, por la apertura internacional y el ingreso de

nuevos mercados competidores, que impide permitir competir con precios no competitivos. Además, se señala como resultado de la presente tesis que es importante contar con una marca para poder diferenciarse tanto a nivel nacional, como internacional.

Barboza & Carraco (2015) a través de su presente tesis investigaron sobre la influencia del drawback en las exportaciones peruanas no tradicionales, en la cual este porcentaje influye a gran medida en que se disminuya o aumente. Asimismo, tuvo como resultados que el drawback ha sido un factor que ha reactivado el escenario de las exportaciones y ha sido una medida de salvavidas para lograr que las empresas liquiden en sus épocas de crisis.

Benites (2016) investiga sobre el empleo del drawback como una estrategia financiera para las exportaciones del sector textil, teniendo como resultados que la restitución de los derechos arancelarios incide en la reducción de los costos de producción, permitiendo que el empresario pueda recuperar parte de su costo y que el mercado de los textiles no solo es el país, sino que mediante el TLC es que se apertura más mercados.

Huashuayo (2018) identificó que la problemática que envuelve al sector textil es la falta de los incentivos que contribuyen a su crecimiento y expansión de mercados por parte del gobierno, para lo cual una manera de recibir beneficios es mediante el drawback, pero pese a este mecanismo las MYPE textileras encuentran dificultades para su aplicación. Otro de los problemas investigados es el bajo valor de las exportaciones

debido a la dificultad del micro y la pequeña empresa para diversificar sus productos. Los resultados obtenidos en la tesis han sido que solo el 30% de las Mype Arequipeñas se acoge al drawback y el 70% de ellas no lo hace dejando de percibir este incentivo por las trabas que existe para su aplicación.

### **2.1.2. Antecedentes Internacionales**

Alzate, Hernandez, Ramirez, & Duque (2014) a través del presente informe indican porque las empresas del sector textil colombiano están perdiendo competitividad, lo cual está enfocada en los costos de mano de obra, materia prima, la competencia, los costos del transporte, entre otros. Con relación a los costos del transporte, Colombia no cuenta con un buen sistema vial, además que las empresas del sector textil se encuentran lejos de los puertos, lo cual eleva los costos para transportar ya sea tanto materias primas como productos terminados y como consecuencia este alto costo se ve reflejado en los precios de los productos y no permite ser competitivos internacionalmente. Respecto a la mano de obra, Colombia, después de México y Argentina, es el país que tiene los mayores impuestos asociados al trabajo, además de contar con el salario mínimo más alto en América en latina. Finalmente, señalan que los factores anteriormente mencionados son la amenaza de la sostenibilidad del sector textil provocando situación crítica a esta industria, pero se deben de crear estrategias para lograr mayor competitividad.

Arreaga (2008) a través de su tesis estudia que el mercado internacional del sector textil y vestido es ampliamente competitivo, siendo las prendas de vestir hoy en día un producto perecedero, ya que la moda cambia constantemente. Asimismo, resalta que

la gran ventaja que tiene Centroamérica en materia de transporte es su cercanía con los Estados Unidos, por los gustos del consumidor cambiante, pero gracias a la tecnología de transporte marítima que por ejemplo tiene Cosco, compañía naviera, ha hecho que la diferencia en tiempos para la entrega desde Centroamérica y desde China inclusive se reduzca. A esta problemática, se le suma variables en materia del costo de manufactura, como el costo de la mano de obra, ya que los salarios en Guatemala por hora en el rubro textil son sustancialmente más altos que en China.

El Centro de estudios de competitividad (2008) explica que la industria textil de México atraviesa una crisis textil industrial por varios factores como la pérdida de la competitividad tanto en su mercado nacional como también el internacional que están relacionadas a los costos (costos de producción y transporte), el tiempo de respuesta (no se aprovecha la cercanía que hay entre México y EEUU), diseño y diferenciación de productos textiles (tecnología moderna), la disponibilidad y costos de insumos. En este último factor, el costo de los insumos nacionales versus los internacionales, ya que en el caso de México sus costos se ubican por encima de los costos de la competencia que incide de manera negativa en la industria textil mexicana.

Gonzales & De Miguel Molina (2012) analizan la competitividad comercial del sector textil de China por medio de su cadena de valor, es decir los países europeos y Estados Unidos presentan una alta cadena de valor por su buena capacidad en diseño y venta, mientras que la cadena de valor propio de ellos es baja por su dedicación en la fabricación. En conclusión, la baja capacidad de Investigación + Desarrollo, falta de alianzas comerciales estratégicas, alta producción por volumen vs. calidad, el

incremento de los costos de recursos (aumento del costo laboral – fuga de personal), y la falta de presencia de marca internacional, han causado que hasta el momento solo haya un abastecimiento de productos básicos y/o insumos de poca calidad, evitando obtener una ventaja competitiva en el sector.

Campos (2011) analiza el sector textil de El Salvador a través de los cambios constantes en los precios de las materias primas, con la finalidad de brindar estrategias comerciales para generar competitividad comercial en el sector. Asimismo, nos comenta que el sector textil Centroamericano presenta limitaciones de mano de obra competente, falta de orquestación empresarial, infraestructura, oferta comercial hacia un solo mercado, entre otros, lo que evita un despegue del posicionamiento comercial. La alta demanda de algodón ha ido en aumento en los últimos 5 años (2006 – 2011) principalmente de China, India, y Estados Unidos. El sector textil de El Salvador tiene una desventaja competitiva en el factor recursos – materia prima, ya que ellos tienen una producción nula de algodón, generando un impacto negativo en su coste de producción.

The Beijing Axis (2012) a través de su blog indica que el sector textil y confecciones se encuentra en un proceso de cambio, en el cual los países del sudeste asiático se encuentran desafiando aún más al país de China que tiene ventajas respecto a su infraestructura, cadena de suministros establecidos y la experiencia para la fabricación de prendas de vestir. Sin embargo, tenemos a otros países asiáticos, como proveedores de prendas de vestir, que están en constante crecimiento, que son Bangladesh, India, Vietnam, Pakistán que se están volviendo atractivos y que China

no es el único país para el suministro de prendas de vestir, ni con la mano de obra y algodón a bajo costo, sino que los países señalados líneas arriba están volviéndose atractivos.

La revista Journal of Textile Science & Engineering (2014), explica que el sector textil es una industria multimillonaria que centra resultados de manera óptima en temas de suministros, producción, distribución, tecnológicos y las tendencias de la moda. Asimismo, resalta que uno de los problemas que enfrenta la industria textil es que los productos en el mercado no pueden durar para siempre, es por ello que la presente revista señala la innovación permanente, especialmente en este sector y recomienda la creación de prendas de vestir de calidad atractivas.

## **CAPITULO II: MARCO TEORICO**

### **2.2. Bases teóricas**

#### **2.2.1. Contexto del Sector textil**

El sector textil con el transcurrir de los años ha ido posicionándose como uno de los sectores primordiales en la economía peruana, debido a sus importantes niveles de crecimiento y desarrollo durante los últimos 15 años. Asimismo, dicho sector permite generar empleo y utilizar los recursos naturales del país como el sector agrícola, para el cultivo del algodón; el sector ganadero, para la obtención de la lana; la industria plástica, para fabricar botones, cierres; la industria química, para la realización tanto de insumos como colorantes; y la industria de papel y cartón (Segura Arévalo, 2010).

Así como hay aspectos positivos de crecimiento, también es importante señalar que, en el año 2012, la industria textil vivió un momento crítico por el ingreso de prendas chinas al país con precio “dumping”, lo cual ha ocasionado el cierre de varias empresas de confección textil en el Perú, ya que hubo falta de competitividad con los precios (Pérez, 2012). En base a lo expuesto, el director de la Unión Nacional de Empresarios Textiles de Gamarra señala que los productos de China ingresan con costos de \$2 aproximadamente y que en el Perú pueden estar vendiéndose a S/ 80, es por ello que el gobierno tuvo que salvaguardar la importación de prendas, a fin de proteger la industria nacional.

Al respecto, es importante señalar que no solo la problemática del dumping afecta a la industria textil, sino también a los productores algodonereros, hilanderos, teñidores, tejedores, que trabajan en este sector, y por ende esto afecta a la economía nacional.

Al respecto, el Diario La República (2015), menciona que el 40% de ropa que se vende en el Emporio Comercial de Gamarra son provenientes de los países asiáticos y el otro 50% son por fabricaciones en el mismo Emporio Comercial, pero con tela China. En este sentido, Gamarra se está viendo afectada.

Por otro lado, tenemos que el Perú tiene que mirar hacia el exterior y hacer frente a la problemática que viene atravesando, exportando sus productos. En este sentido, Estados Unidos y Brasil son los mercados de destino peruano, que pese a ser gran productor mundial de confección de algodón de fibra corta, nuestras prendas respecto en calidad de teñido y acabado van de acuerdo a un nicho de calidad.

#### **2.2.1.1. Productos textiles**

En el Perú, el sector textil y de confecciones abarca una serie de actividades que incluye el tratamiento de fibras naturales o artificiales para la elaboración de hilos, continuando con la fabricación y acabado de telas, y finalizando con la confección de prendas de vestir y otros artículos.

En el mercado peruano se puede distinguir dos grandes subsectores dentro de la gran cadena de valor que constituye la actividad manufacturera textil, y dentro de esta encontramos a la industria textil propiamente dicha y a la industria de la confección. La primera abarcando desde la etapa inicial del desmote del algodón hasta la elaboración de telas acabadas e incluyendo, a su vez, a las actividades de hilado, tejido y teñido acabado. De otra parte, la industria de confección comprende todas las actividades vinculadas a la confección de prendas de vestir.

Los principales productos del sector son prendas de vestir, entre las cuales tenemos polos, pantalones, suéteres, camisas. (Perez, Rodriguez, & Ingar, 2010).

Tabla N° 1 : Variedades de Productos Textileros de Exportación en el Perú

<b>VARIEDADES DE TEXTIL DE EXPORTACIÓN EN EL PERÚ</b>		
<b>POLOS</b>	Llamados T-SHIRT en el caso de exportaciones.	
<b>PANTALONES</b>	Llamados JEAN en el caso de exportación.	
<b>CHOMPAS</b>	Llamados SUÉTERES en el caso de exportación.	
<b>CAMISAS</b>	Llamados SHIRT en el caso de exportación.	
<b>ZAPATOS</b>	Llamados SHOES en el caso de exportación.	

Fuente: (Perez, Rodriguez, & Ingar, 2010). Elaboración Propia

A su vez, Segura Arévalo (2010) menciona que uno de los productos estrellas para las exportaciones a los diferentes mercados internacionales son t-shirt de algodón, que se pasara a detallar a continuación.

### 2.2.1.2. T-shirt

La palabra t-shirt, que en español significa “Polos” surgió en Europa en 1913, en aquel tiempo en plena segunda guerra mundial, los estadounidenses se quedaron asombrados por este producto que usaban los europeos. Es así como nace los t-shirt, y al pasar los años en la época de los 90’s con el auge del internet, surgieron las tiendas on-line de prendas de vestir, incluidos los t-shirt.

Actualmente, existen infinitas tiendas virtuales como presenciales en las que podemos encontrar las diferentes variedades de t-shirt, las cuales se muestran a continuación.

### 2.2.1.3. Variedades de t-shirt

En nuestro país podemos encontrar diversas variedades de t-shirt, según el siguiente cuadro:

Tabla N° 2: Variedades de t-shirt en el Perú

VARIEDADES DE T-SHIRT EN EL PERÚ		
<b>BABY HARVEST</b>	Polos para niños tallas de 6 meses hasta 3 años.	

<p><b>HARVEST</b></p>	<p>Polo estampado con encaje para niños de 4 años hasta 12 años.</p>	
<p><b>POLO ESTÁNDAR</b></p>	<p>Polo estándar para hombre. Estilo camisero.</p>	
<p><b>POLO CORTE ENTALLADO</b></p>	<p>Polo estándar de corte entallado para hombre. Estilo camisero.</p>	
<p><b>POLO CLÁSICO</b></p>	<p>T-shirt clásica hombre / unisex.</p>	
<p><b>POLO MANGA LARGA</b></p>	<p>T-shirt manga larga hombre / unisex</p>	
<p><b>POLO CORTE ENTALLADO</b></p>	<p>Polo estándar de corte entallado para hombre.</p>	
<p><b>POLO CLÁSICO MUJER</b></p>	<p>T-shirt clásica para mujer.</p>	
<p><b>POLO CLÁSICO MUJER ENTALLADO</b></p>	<p>T-shirt clásica para mujer entallada.</p>	

<b>POLO CLÁSICO ELÁSTICA MANGA 3/4</b>	T-shirt clásica para mujer entallada manga ¾.	
<b>POLO CLÁSICO HOMBRE ESTAMPADO</b>	Polo clásico para hombre estampado.	
<b>POLO MODA MUJER ESTAMPADA</b>	Polo de moda para mujer estampada.	

Fuente: Elaboración Propia.

#### 2.2.1.4. Subpartida Arancelaria

Las sub - partidas arancelarias que analizaremos en una investigación son la que se presentan, a continuación, en la presente tabla:

Tabla N° 3: Partidas Arancelarias

Sección	XI	
	Materiales textiles y sus manufacturas	
Capítulo	61	
Partida del Sistema Armonizado	61.09	"t-shirt" y camisetas, de punto.
Subpartida del Sistema Armonizado	6109.10	
Subpartida NANDINA	6109.10.00	De algodón: "t-shirt" para hombres o mujeres
Subpartida Nacional	6109.10.00.31	De tejido teñido de un solo color uniforme, incluidos los blanqueados
	6109.10.00.32	De tejido con hilados de distintos colores, con motivos de rayas
	6109.10.00.39	Los demás
Subpartida NANDINA	6109.10.00	De algodón: "t-shirt" para niños o niñas:
Subpartida Nacional	6109.10.00.41	De tejido teñido de un solo color uniforme, incluidos los blanqueados

	6109.10.00.42	De tejido con hilados de distintos colores, con motivos de rayas
	6109.10.00.49	Los demás

Fuente: (SUNAT, 2017). Elaboración propia

Se ha determinado que la subpartida de nuestra investigación pertenece a la sección XI: Materias Textiles y su Manufactura, y capítulo 61: Prendas y complementos (Accesorios) de vestir de punto.

### **2.2.2. Comercio Exterior de t-shirt**

En los últimos años hemos podido visualizar que las exportaciones del sector textil han ido disminuyendo gradualmente y sus cifras se deben tanto a las actividades productivas como las relacionadas con el comercio, cuyo análisis será el de las exportaciones.

Es por ello que en el presente estudio se está considerando como objeto de análisis los t-shirt de punto, clasificado en el capítulo 61, ya que han tenido gran participación, como se podrá visualizar líneas abajo.

#### **2.2.2.1. Exportaciones peruanas de t-shirt al mundo**

##### **a) Cifras de Exportaciones peruanas de t-shirt al mundo**

Según la información recabada de ADUANET, se visualiza que las exportaciones han tenido las siguientes fluctuaciones.

Tabla N° 4: Valor de las exportaciones por años

AÑO	VALOR USD FOB
2007	468,790,235.53
2008	485,183,202.74
2009	405,532,542.03
2010	372,500,800.75
2011	414,530,572.68
2012	484,874,387.18
2013	377,161,811.09
2014	362,965,731.42
2015	281,415,934.11
2016	273,196,407.48

Fuente: (SUNAT, 2017). Elaboración propia

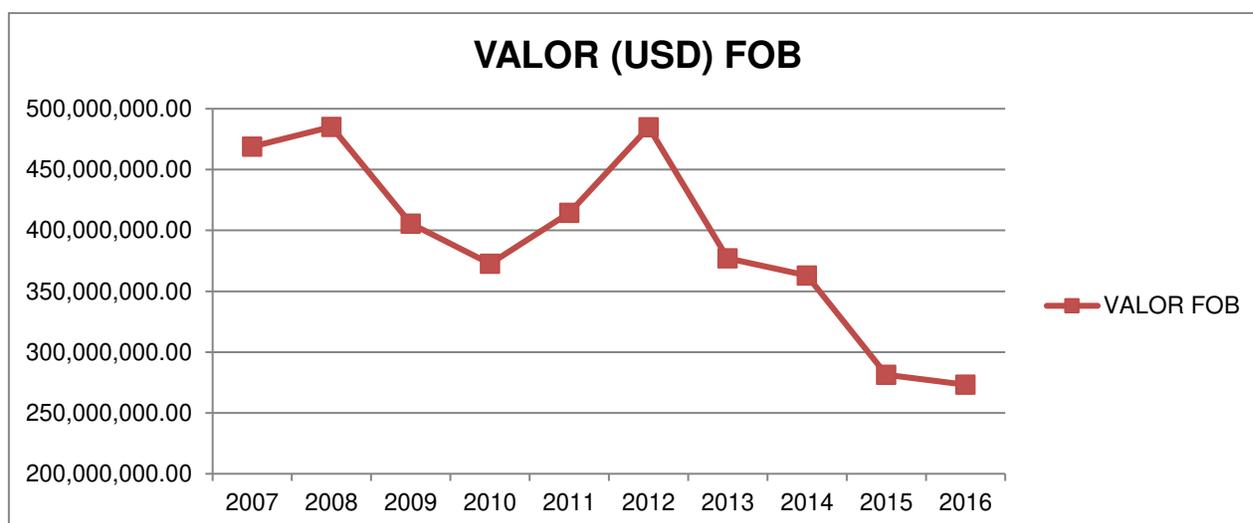


Figura N° 1 Valor (USD) de las Exportaciones de t-shirt (2007-2016)  
Fuente: (SUNAT, 2017). Elaboración propia

**2007:** En el 2007 los mercados que demandaron en mayor proporción los t-shirt fue Venezuela con un total de 105,973,458.91 (USD FOB), seguido de Estados Unidos, ocupando el 2do lugar de los países destino.

**2008:** Es este periodo las exportaciones crecieron con una variación de 3.5%, debido a la demanda principalmente de Estados Unidos y Venezuela.

**2009 – 2011:** En estos años, el sector textil, se ha visto afectado por el dumping, que es una competencia desleal, afectando la producción nacional de prendas de vestir, realizada por las importaciones chinas, lo cual ha sido aprobado por INDECOPI (Cámara de Comercio de Lima, 2017). Es por ello que en los años 2009, 2010 y 2011 las exportaciones han sido 405,532,542.03 (USD FOB), 372,500,800.75 (USD FOB), 414,530,572.68 (USD FOB) respectivamente y para evitar que las exportaciones disminuyan INDECOPI, aplico medidas antidumping para salvaguardar la producción nacional y, por consiguiente, su comercialización nacional.

Cabe resaltar que los datos obtenidos líneas arriba se debe por los siguientes motivos: mayor importancia a la producción importada que la nacional, disminuyendo desde ya la producción de algodón pima, que obliga a los fabricantes a importar materia prima barata o de menor costo, la competencia que tenemos con los países Asiáticos, la competencia desleal de bajo costo, cuyas consecuencias están afectando la comercialización de los productos peruano, y por ende las exportaciones (Larco, 2016)

Otro de los motivos de la desaceleración para el año 2009 es la crisis internacional, trayendo como consecuencia una menor demanda de los productos, en general, prueba de ello tenemos que las exportaciones de las partidas estudiadas en la

presente investigación han tenido una variación negativa de 16.42%, respecto del año 2008. Además, esta reducción se ha debido a que los productos textiles requeridos no han podido ser atendidos por los mercados asiáticos, ya que se han solicitado en tiempo de entrega muy cortos, lo cual trajo como consecuencia la reducción de las exportaciones del sector. (CENTRUM, 2010)

Asimismo, tenemos que el crecimiento para el año 2011, se debió debido a la participación y mayor posicionamiento de mercados regionales como Venezuela 72,570,554.74 (USD FOB), Brasil 18,010,381.79 (USD FOB), Italia 17,473,408.68 (USD FOB), Colombia 12,661,455.00 (USD FOB).

**2012:** En este año, los productos con mayor demanda fueron los t-shirt de algodón (Promperu, 2012) principalmente por el incremento de las exportaciones de Venezuela, y no siendo afectado por el descenso considerable del mercado con mayores volúmenes de importación de nuestro producto que es Estados Unidos.

Hablando término generales, en lo que respecta t-shirt de algodón, tenemos que las exportaciones tuvieron una variación de 16.97%, respecto del año anterior.

También, el crecimiento de las exportaciones en este periodo, se debió a que en el 2011 el valor exportado (USD FOB) a Venezuela, fue de 72,570,554.74; mientras que para el año 2012, estas exportaciones tuvieron un alza de 142,857,096.95 (USD FOB), cuya variación ha sido de 97 %, es decir, casi el doble del valor exportado con relación al año 2011, cuyo motivo se debe por el efecto artificial del tipo de cambio en ese año, según señala (Ministerio de Producción, 2017), es por ello que para el 2013, estos valores se ven ajustados.

**2013 – 2014:** Las exportaciones de t-shirt en este año han disminuido, debido a la competencia internacional que ofrecen sus productos a bajo costo, tales son India, Vietnam y China, quienes tienen un costo de la mano de obra por hora trabajada, menor al costo registrado en Perú. Asimismo, tenemos, la baja demanda de t-shirt en Venezuela, ya que como se explicó líneas arriba, el efecto artificial del tipo de cambio en el año 2012 hizo que las exportaciones se duplicaran.

Por otro lado, tenemos que la demanda de los venezolanos disminuyó, debido al contexto económico que están pasando hasta la actualidad, lo cual trae consigo el enfrentamiento de divisas, lo que dificulta el ingreso a dicho mercado.

**2015:** Para el año 2014, tenemos que Venezuela, uno de los mercados que importaba nuestros productos, bajo a ocupar el 8vo lugar debido a la crisis económica que viene enfrentado actualmente.

**2016:** En este año, las exportaciones han tenido una variación de -2.92% respecto del año 2015, cuya variación se debe a un mayor dinamismo de las exportaciones de t-shirt de Argentina y Suecia.

#### **b) Exportaciones peruanas según países de destino**

Como se señaló líneas arriba, las exportaciones del sector textil han venido decayendo a causa de la débil demanda internacional y de la mayor competencia de los países cuyos costos de producción son menores como por ejemplo de China e India.

Es por ello que la presente investigación, centrará sus estudios en el mercado de Estados Unidos que, a pesar de haber reducido sus exportaciones, sigue siendo el principal país de destino de t-shirt.

Tabla N° 5: Exportaciones peruanas según países de destino

Unidad: miles Dólar Americano

PAÍSES DE DESTINO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Estados Unidos de América</b>	310,301.00	303,082.00	244,916.00	248,579.00	271,294.00	234,924.00	225,712.00	230,587.00	192,074.00	203,306.00
<b>Brasil</b>	332.00	1,633.00	2,207.00	9,158.00	19,164.00	19,534.00	23,726.00	30,023.00	23,328.00	13,163.00
<b>Alemania</b>	1,779.00	1,611.00	2,918.00	2,703.00	3,176.00	5,025.00	7,558.00	7,221.00	8,743.00	8,858.00
<b>Canadá</b>	5,947.00	4,619.00	4,995.00	6,166.00	6,802.00	8,479.00	10,082.00	7,214.00	8,550.00	8,691.00
<b>Argentina</b>	735.00	3,031.00	3,146.00	5,188.00	7,453.00	4,965.00	4,345.00	4,583.00	4,091.00	5,028.00
<b>Hong Kong, China</b>	1,713.00	2,748.00	1,382.00	1,910.00	2,484.00	3,167.00	3,977.00	4,271.00	5,195.00	4,462.00
<b>Chile</b>	5,074.00	4,477.00	3,481.00	5,522.00	6,050.00	4,422.00	5,982.00	4,534.00	3,185.00	3,990.00
<b>Italia</b>	8,916.00	10,621.00	11,522.00	13,890.00	18,397.00	15,844.00	11,436.00	9,035.00	6,851.00	3,301.00
<b>Reino Unido</b>	1,882.00	1,618.00	2,068.00	2,942.00	2,677.00	1,638.00	1,867.00	1,891.00	2,093.00	2,745.00
<b>Japón</b>	1,151.00	944.00	1,356.00	1,215.00	2,374.00	2,254.00	1,557.00	1,860.00	1,684.00	2,317.00
<b>Colombia</b>	5,669.00	7,362.00	9,774.00	15,102.00	14,950.00	11,219.00	5,233.00	3,586.00	2,650.00	2,077.00
<b>Francia</b>	2,962.00	3,949.00	2,454.00	2,309.00	2,737.00	2,356.00	2,049.00	2,291.00	2,577.00	2,037.00
<b>Australia</b>	161.00	389.00	195.00	274.00	358.00	1,047.00	1,146.00	1,484.00	2,138.00	1,931.00
<b>México</b>	1,274.00	1,645.00	1,525.00	703.00	1,779.00	1,839.00	3,362.00	3,446.00	1,470.00	1,664.00
<b>Venezuela</b>	105,973.00	123,562.00	81,174.00	35,520.00	94,212.00	142,857.00	51,933.00	36,096.00	3,066.00	1,400.00
<b>Ecuador</b>	955.00	1,556.00	2,031.00	1,320.00	3,010.00	3,630.00	4,983.00	4,278.00	2,384.00	1,013.00
<b>Países Bajos</b>	3,427.00	2,213.00	1,189.00	1,758.00	2,191.00	944.00	403.00	473.00	677.00	890.00
<b>Costa Rica</b>	91.00	287.00	14,934.00	2,628.00	2,167.00	1,813.00	1,031.00	383.00	584.00	858.00
<b>República Dominicana</b>	410.00	1,203.00	1,401.00	1,378.00	1,019.00	1,799.00	1,334.00	1,138.00	1,189.00	797.00
<b>Corea</b>	189.00	200.00	177.00	205.00	341.00	388.00	442.00	512.00	549.00	644.00

Fuente: (TRADEMAP -Trade statistics for international business development, 2017). Elaboración propia.

### 2.2.2.2. Exportaciones peruanas de T-shirt a EE.UU.

Tabla N° 6: Exportaciones de t-shirt a Estados Unidos

Unidad: miles Dólar Americano

PAÍSES DE DESTINO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Estados Unidos de América	310,301.00	303,082.00	244,916.00	248,579.00	271,294.00	234,924.00	225,712.00	230,587.00	192,074.00	203,306.00

Fuente: (TRADEMAP -Trade statistics for international business development, 2017). Elaboración propia.

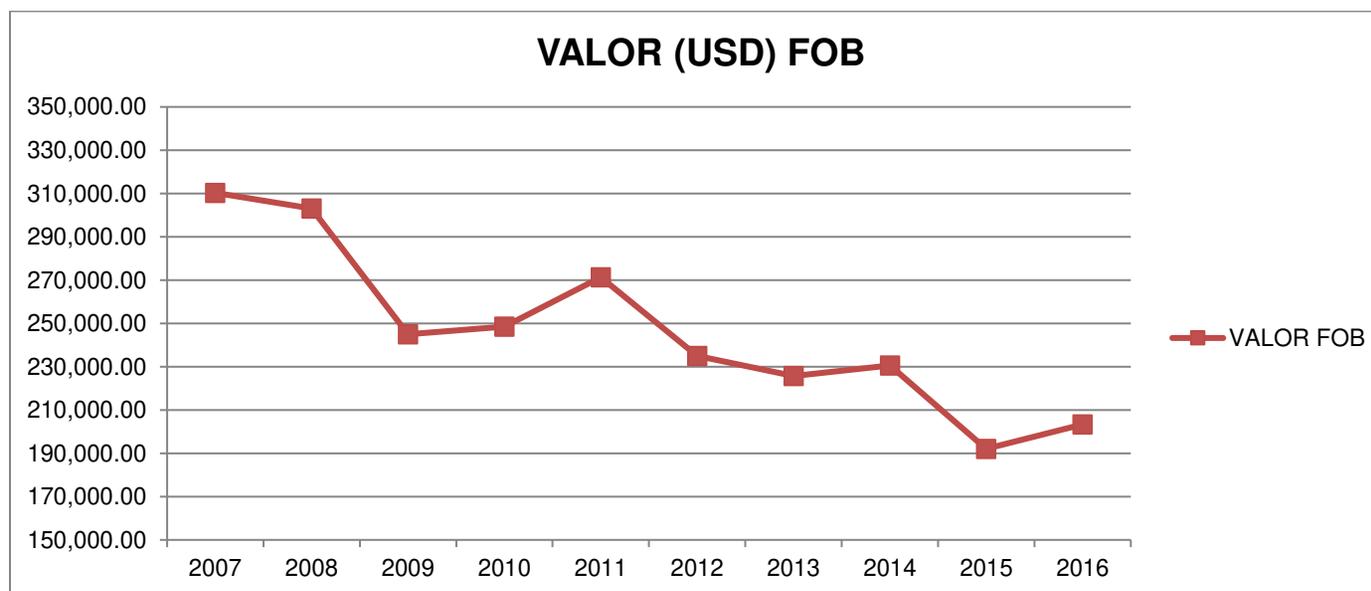


Figura N° 2: Exportaciones de t-shirt a Estados Unidos (Valor FOB)

Fuente: (TRADEMAP -Trade statistics for international business development, 2017). Elaboración propia.

En la presente tabla podremos observar que, al transcurrir de los años, las exportaciones se han ido reduciendo de manera gradual, teniendo como una diferencia porcentual de 42% aproximadamente del año 2016, con respecto al año 2007, es decir, las estadísticas están mostrando que nuestras exportaciones de t-shirt han tendido a disminuir.

El tipo de cambio en la economía del país marca un rol fundamental, ya que el valor de la moneda marca el poder adquisitivo, es decir la cantidad de bienes y servicios que se podrán adquirir con cada una de las unidades monetarias. Los efectos que produce el tipo de cambio influyen tanto en el mercado interior y exterior, es decir es favorable para los exportadores el alza del tipo de cambio y en el caso de los importadores sucede de forma viceversa.

Analizando el gráfico presentado sobre la influencia que ha tenido el tipo de cambio en las exportaciones del Perú a EE.UU. de T-shirt, se observa que mientras el tipo de cambio sube, el valor de las exportaciones de T-shirt también ha aumentado por lo explicado líneas arriba, pero en el caso del año 2009, esta relación de  $\uparrow$  T.C. (aumento de tipo de cambio) mejora las exportaciones, no se vio reflejado debido a la crisis económica internacional sucedida en ese año, es por ello que se ve una disminución en lo enviado al país estadounidense.

Cabe resaltar que en el 2011, el tipo de cambio disminuyó a 2.75 % principalmente por una tendencia regional ante la desaceleración china, esto quiere decir que el valor de

nuestra moneda local no se ha depreciado viéndose reflejada en el incremento en nuestro valor exportado ante la mayor oferta peruana de t-shirt en USD. Es importante enfatizar, que el valor de nuestras exportaciones se ha incrementado en mayor proporción a nuestra cantidad de t-shirt en tonelada. Mientras, en el periodo (2011 – 2016) a pesar de que el tipo de cambio ha sido muy fluctuante, el valor de nuestras exportaciones ha disminuido y la cantidad exportada han incrementado.

Finalmente, podemos indicar que el aumento en el tipo de cambio origina que cada vez se necesiten más soles para comprar la misma cantidad de dólares y que las exportaciones no se han visto afectadas por las variaciones del tipo de cambio de manera significativa, sino por el contrario ha sido de la mano los USD exportados.

### **Análisis del tipo de cambio en las exportaciones peruanas de t-shirt**

A continuación se mostrará la influencia del tipo de cambio en las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos en el periodo estudiado 2007-2016.

Tabla N° 7: Tipo de cambio en las exportaciones peruanas de t-shirt  
 Unidad: miles Dólar Americano

PAÍSES DE DESTINO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Exportaciones (USD)</b>	310,301.00	303,082.00	244,916.00	248,579.00	271,294.00	234,924.00	225,712.00	230,587.00	192,074.00	203,306.00
<b>Tipo de Cambio</b>	3.13	2.93	3.01	2.83	2.75	2.64	2.70	2.84	3.19	3.38
<b>Exportaciones (S/.)</b>	970,919.57	886,793.17	737,737.05	702,430.93	747,335.95	619,774.73	610,050.33	654,724.38	611,965.19	686,589.89
<b>Cantidad exportada en toneladas</b>	5,069.00	18,321.00	3,468.00	3,878.00	3,239.00	4,075.00	4,223.00	4,196.00	3,594.00	3,995.00

Fuente: (Banco Central de la Reserva del Perú, 2018). Elaboración propia.

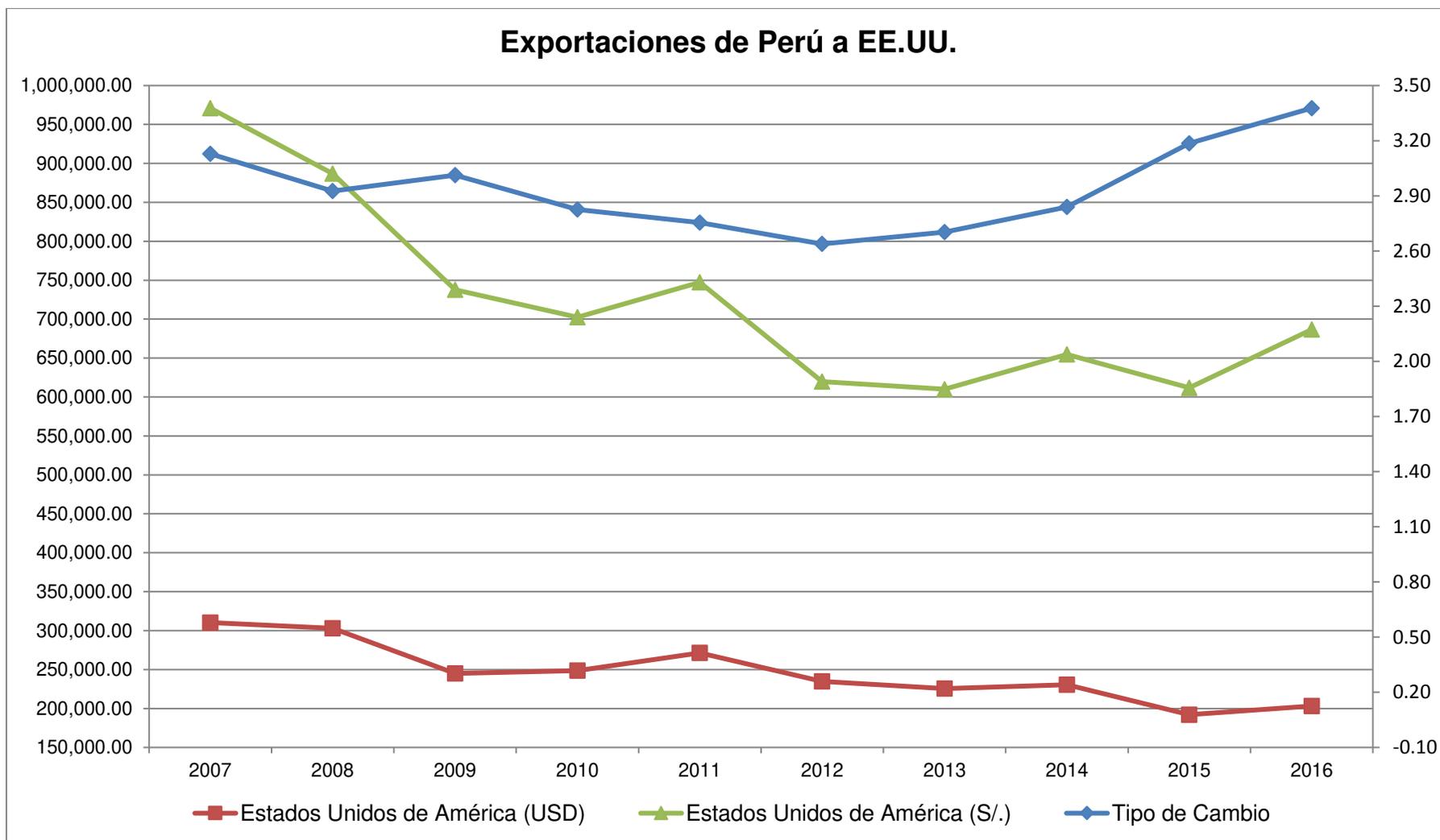


Figura N° 3: Tipo de cambio en las exportaciones peruanas de t-shirt  
 Fuente: (Banco Central de la Reserva del Perú, 2018). Elaboración propia.

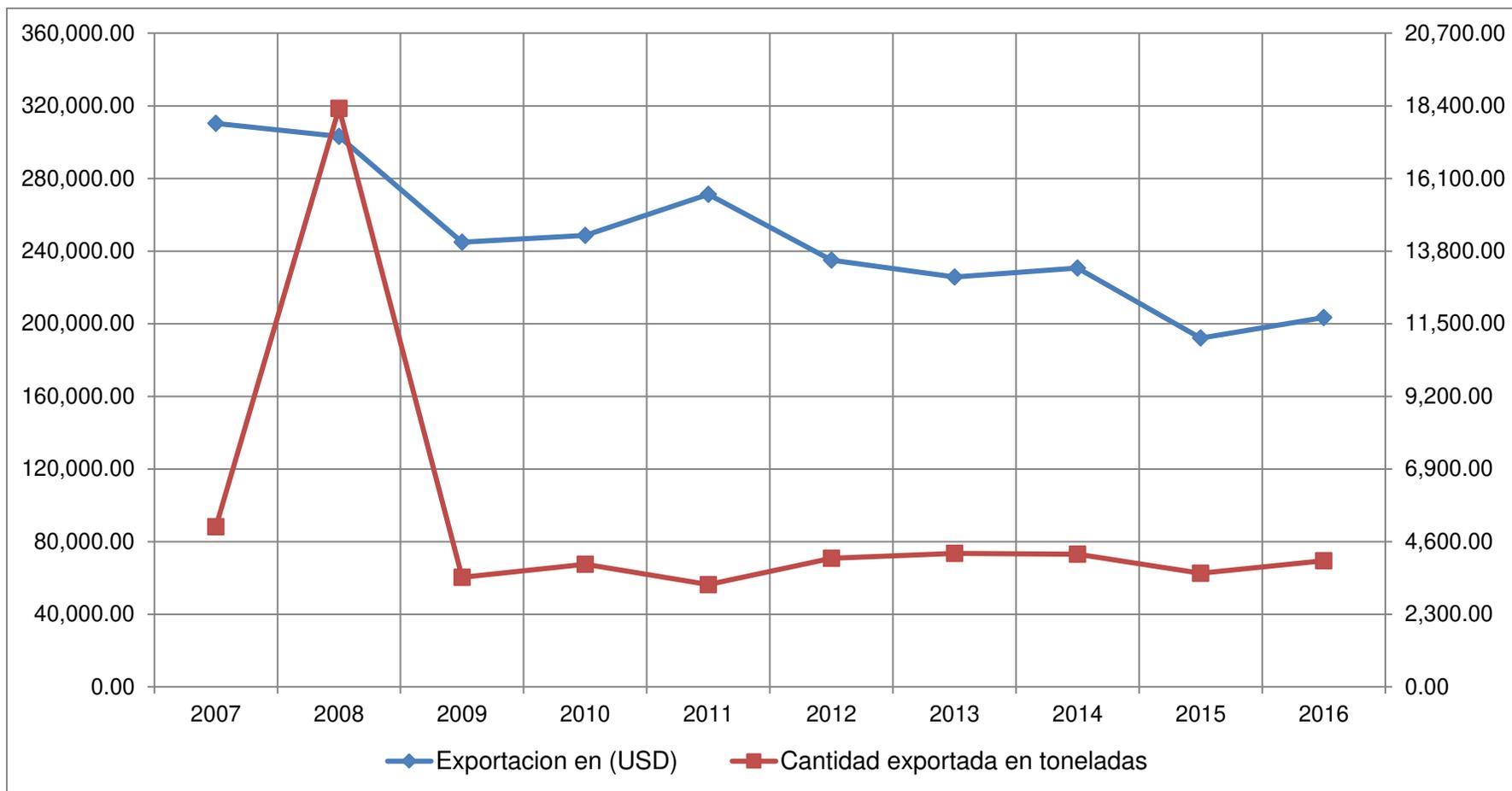


Figura N° 4: Tipo de cambio en las exportaciones peruanas de t-shirt  
 Fuente: (Banco Central de la Reserva del Perú, 2018). Elaboración propia.

El tipo de cambio en la economía del país marca un rol fundamental, ya que el valor de la moneda marca el poder adquisitivo, es decir la cantidad de bienes y servicios que se podrán adquirir con cada una de las unidades monetarias. Los efectos que produce el tipo de cambio influyen tanto en el mercado interior y exterior, es decir es favorable para los exportadores el alza del tipo de cambio y en el caso de los importadores sucede de forma viceversa.

Analizando el gráfico presentado sobre la influencia que ha tenido el tipo de cambio en las exportaciones del Perú a EE.UU. de t-shirt, se observa que mientras el tipo de cambio sube, el valor de las exportaciones de t-shirt también ha aumentado por lo explicado líneas arriba, pero en el caso del año 2009, esta relación de  $\uparrow$  T.C. (aumento de tipo de cambio) mejora las exportaciones, no se vio reflejado debido a la crisis económica internacional sucedida en ese año, es por ello que se ve una disminución en lo enviado al país estadounidense.

Cabe resaltar que en el 2011, el tipo de cambio disminuyó a 2.75 % principalmente por una tendencia regional ante la desaceleración China, esto quiere decir que el valor de nuestra moneda local no se ha depreciado viéndose reflejada en el incremento en nuestro valor exportado ante la mayor oferta peruana de t-shirt en USD. Es importante enfatizar, que el valor de nuestras exportaciones se ha incrementado en mayor proporción a nuestra cantidad de t-shirt en tonelada. Mientras, en el periodo (2011 – 2016) a pesar de que el tipo de cambio ha sido muy fluctuante, el valor de nuestras exportaciones ha disminuido y la cantidad exportada han incrementado.

Finalmente, podemos indicar que el aumento en el tipo de cambio origina que cada vez se necesiten más soles para comprar la misma cantidad de dólares y que las exportaciones no se han visto afectadas por las variaciones del tipo de cambio de manera significativa, sino por el contrario ha sido de la mano los USD exportados.

### **2.2.3. Importaciones de T-shirt**

#### **2.2.3.1. Importaciones estadounidenses de T-shirt**

Los principales proveedores para las importaciones por parte de Estados Unidos de t-shirt durante los últimos 5 años: son Honduras, China, El Salvador, México y Haití. En el caso de Perú, tenemos que se encuentra en la posición 11 de mercados proveedores.

A continuación, se podrá observar las estadísticas obtenidas:

Tabla N° 8: Países proveedores de t-shirt a Estados Unidos por Valores

Unidad: miles Dólar Americano

PROVEEDORES	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Honduras</b>	588,592.00	722,194.00	430,918.00	630,255.00	793,253.00	776,010.00	703,909.00	647,325.00	704,165.00	759,478.00
<b>China</b>	282,963.00	300,129.00	478,036.00	671,262.00	691,541.00	716,278.00	714,821.00	710,181.00	743,560.00	683,409.00
<b>Nicaragua</b>	121,053.00	182,659.00	205,321.00	245,551.00	334,570.00	303,391.00	297,722.00	431,170.00	490,448.00	539,914.00
<b>México</b>	559,490.00	567,936.00	510,907.00	570,549.00	587,650.00	566,559.00	580,689.00	594,171.00	592,260.00	573,388.00
<b>El Salvador</b>	437,629.00	511,008.00	436,280.00	567,518.00	549,999.00	622,554.00	592,177.00	573,506.00	545,603.00	575,578.00
<b>Vietnam</b>	140,616.00	238,148.00	238,124.00	286,798.00	306,092.00	310,048.00	315,550.00	307,366.00	384,414.00	385,229.00
<b>Haití</b>	213,443.00	176,860.00	219,764.00	241,025.00	283,262.00	309,526.00	369,127.00	395,287.00	407,106.00	363,354.00
<b>República Dominicana</b>	113,219.00	113,380.00	102,259.00	141,310.00	165,540.00	187,366.00	219,725.00	256,214.00	291,903.00	344,817.00
<b>Guatemala</b>	133,630.00	176,521.00	186,650.00	216,771.00	210,004.00	193,913.00	247,800.00	257,059.00	294,258.00	293,639.00
<b>India</b>	204,023.00	219,614.00	181,666.00	227,390.00	257,298.00	213,751.00	195,336.00	216,928.00	260,282.00	230,352.00
<b>Perú</b>	147,663.00	164,565.00	135,456.00	148,705.00	150,127.00	163,788.00	179,531.00	191,407.00	171,029.00	206,252.00
<b>Bangladesh</b>	108,389.00	150,025.00	137,015.00	163,003.00	154,149.00	175,567.00	187,315.00	194,654.00	227,898.00	198,114.00
<b>Pakistán</b>	131,429.00	182,414.00	162,159.00	200,015.00	189,288.00	161,519.00	182,125.00	145,619.00	148,660.00	151,595.00
<b>Indonesia</b>	122,131.00	141,945.00	161,612.00	166,221.00	167,604.00	159,917.00	140,941.00	123,707.00	132,238.00	117,614.00
<b>Camboya</b>	113,251.00	136,815.00	112,099.00	125,047.00	127,431.00	140,879.00	131,458.00	121,768.00	131,895.00	110,331.00
<b>Jordania</b>	63,159.00	42,942.00	43,763.00	44,420.00	54,025.00	54,603.00	54,000.00	48,510.00	51,558.00	48,246.00
<b>Egipto</b>	37,146.00	48,449.00	57,840.00	74,631.00	64,255.00	54,766.00	48,956.00	61,284.00	69,748.00	52,750.00
<b>Sri Lanka</b>	40,645.00	31,110.00	23,489.00	18,991.00	22,965.00	19,377.00	27,763.00	40,617.00	57,100.00	57,720.00
<b>Turquía</b>	42,084.00	25,412.00	16,540.00	19,692.00	19,439.00	23,051.00	24,850.00	23,991.00	27,852.00	27,954.00
<b>Tailandia</b>	75,407.00	94,440.00	57,596.00	70,144.00	51,305.00	35,015.00	36,510.00	25,692.00	28,443.00	31,314.00

Fuente: (TRADEMAP -Trade statistics for international business development, 2017). Elaboración propia



Figura N° 5: Participación porcentual de los proveedores de t-shirt a Estados Unidos

Fuente: (TRADEMAP -Trade statistics for international business development, 2017). Elaboración propia.

En el gráfico líneas arriba se ha podido observar la participación porcentual de cada uno de los países proveedores de Estados Unidos, cuya explicación se detallará de la siguiente manera.

**HONDURAS:** Estados Unidos importa t-shirt, principalmente de Honduras, debido a que se cuenta con preferencias arancelarias entre ambos países, por la posición estratégica en la que se encuentra ubicada geográficamente, estando en la parte central de todo América, factor que permite reducir el tiempo y costos de exportación en comparación a lo que ofrece el mercado asiático. (Gobierno de la República de Honduras)

Asimismo, se puede destacar que Honduras, ya se encuentra como un hub global de textiles, además de contar con grandes avances en materia ambiental y porque garantiza la mejor calidad de vida de sus trabajadores, mediante el acceso a una mejor vivienda.

**CHINA:** Las importaciones estadounidenses de este mercado se deben principalmente por la mano de obra barata de China (costos bajos de producción)

**EL SALVADOR:** En el año 2015, las exportaciones de El Salvador fueron principalmente al mercado de es Estados Unidos, destacando que más del 80% provienen de la manufactura textil, entre las que se destaca, principalmente, los suéteres, t-shirt de algodón, sostenes, pantalones, entre otros. (Banco Central de Reserva de El Salvador, 2015)

**MÉXICO:** la gran fortaleza macroeconómica que posee México es el comercio continuo y cercano que tiene con Estados Unidos, facilitando las exportaciones. Asimismo, tenemos que mencionar México es el único país que ha ganado cuota

en las exportaciones a USA, lo cual trae consigo productividad a las empresas.  
(Promperu, 2013)

Cabe resaltar que, entre México y Estados Unidos, también hay acuerdos comerciales que facilitan el comercio internacional, como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (vigente desde el 1 de enero de 1994, en el que también participa Canadá), sin embargo, a través del ingreso del Donald Trump a la presidencia estadounidense, indica que este tratado ha favorecido en mayor proporción a México que a EE.UU., lo cual puede resultar en cierta salida de dicho tratado.

**HAITÍ:** Tras el terremoto suscitado en Haití el 12/01/2010, Estados Unidos adoptó medidas para apoyar dicho país, a través de la iniciativa aprobada en mayo 2010 por los representantes de la Cámara de Representantes de Estados Unidos, la cual busca impulsar la economía mediante las exportaciones de los productos más importantes (textiles y ropas) de Haití a USA libre de aranceles.

La posición del Perú como proveedor comercial del mercado estadounidense se ve reflejada de la siguiente manera:

Tabla N° 9: Posición del Perú como proveedor de Estados Unidos

Posición por años	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Posición Perú	7	11	13	13	14	12	13	12	12	11

Fuente: Elaboración propia.

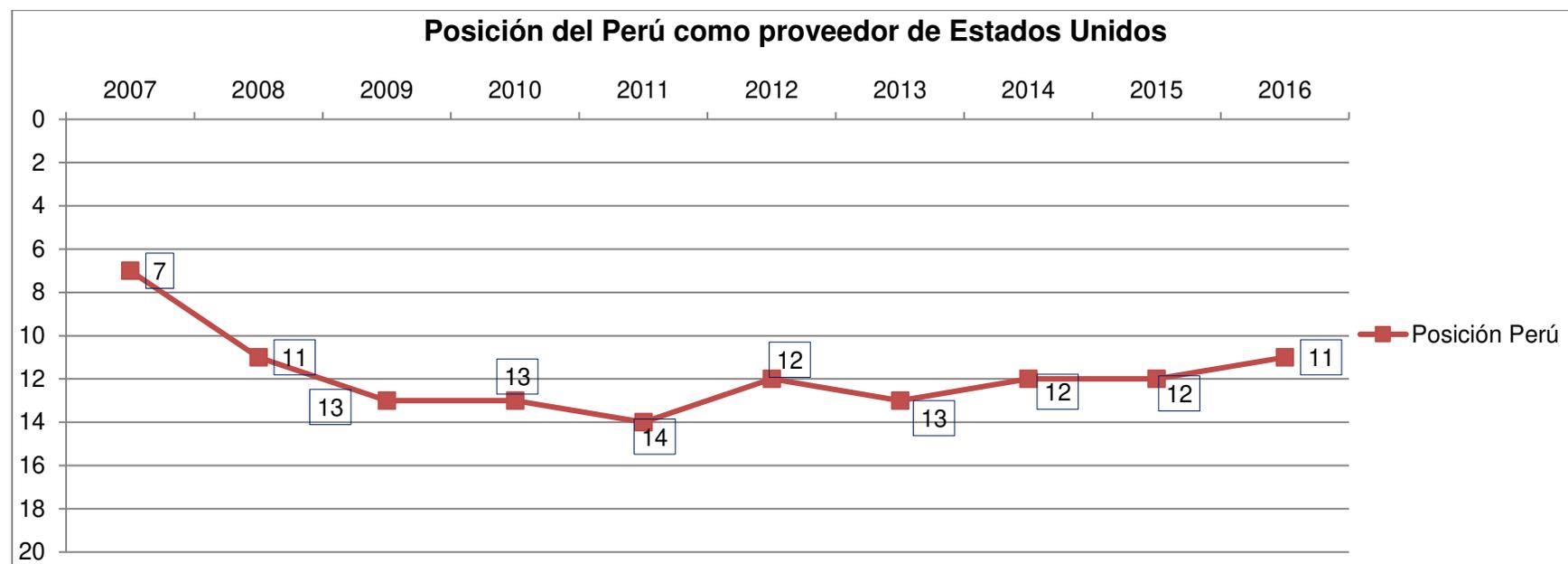


Figura N° 6: Posición del Perú como proveedor de Estados Unidos

Fuente: Elaboración propia.

A través de la presente tabla y gráfico podemos observar las posiciones que ocupa el Perú como proveedor del mercado de Estados Unidos, teniendo como una de las mejores posiciones en el año 2007 y posteriormente ha ido disminuyendo por los motivos anteriormente expuestos. Es por ello el presente análisis de la caída de las exportaciones en el periodo del 2007-2016 ha disminuido en 4 posiciones.

#### **2.2.4. Drawback**

##### **2.2.4.1. Definición del drawback**

El drawback es el régimen aduanero de restitución arancelaria de mercancías creado en el año 1995, el cual permite la devolución ya sea de forma total o parcial porcentual del valor FOB de exportación de bienes para su consumo definitivo en el extranjero. Las empresas exportadoras se beneficiarán del presente régimen aduanero siempre y cuando los insumos importados con pago de derechos arancelarios, hayan sido agregados en el producto final, ya que los costos de fabricación y/o producción del producto se han incrementado.

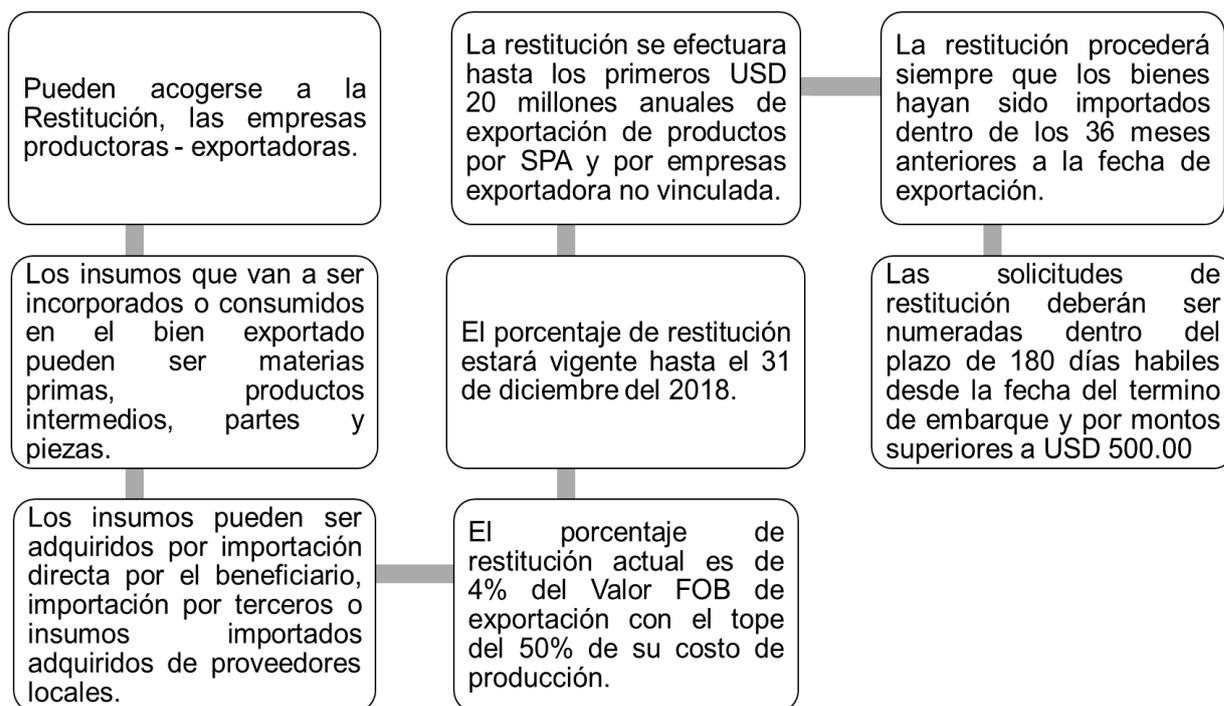


Figura N° 7: Beneficiarios para acogerse a la tasa del drawback

FUENTE: (SUNAT, 2003). Elaboración propia

#### 2.2.4.2. Restricciones del drawback

No se acogerán al presente beneficio del drawback, aquellas empresas exportadoras que incumplan con las siguientes restricciones:

- Desvinculación directa o indirectamente en el proceso productivo. Hacemos referencia a la participación indirectamente cuando se atribuyó a un tercero un encargo de producción a través de un contrato y factura por dicho servicio.
- La solicitud del beneficio del drawback no se haya sido requerido por la empresa exportadora.

Cabe resaltar que no se podrán acoger al drawback, los bienes exportados que tengan incorporados los siguientes insumos:

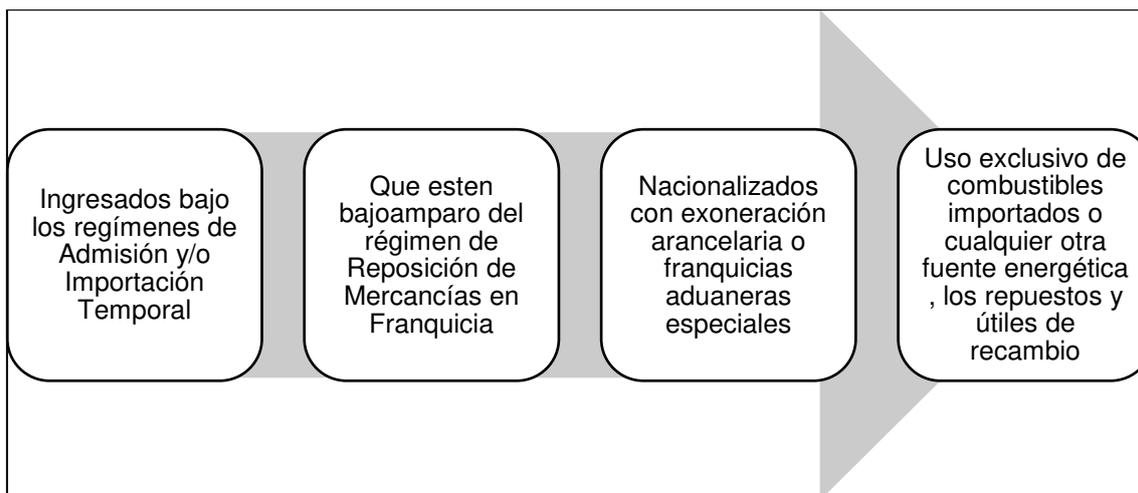


Figura N° 8: Restricciones para acogerse al drawback

Fuente: (SUNAT, 2003). Elaboración propia.

- Los insumos importados – nacionalizados bajo los regímenes de Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado y/o para Perfeccionamiento Activo, salvo que hubieren sido previamente nacionalizados pagando el íntegro de sus derechos.
- Asimismo, aquellos sujetos al régimen de Reposición de Mercancías en Franquicia.
- Los insumos importados – nacionalizados con exoneración arancelaria, con preferencia arancelaria o franquicias aduaneras especiales otorgadas por acuerdos comerciales internacionales.
- Los insumos importados – nacionalizados con tasa arancelaria cero, siendo único insumo importado.
- Entre otros.

### 2.2.4.3. Beneficios del drawback

Para el presente año el porcentaje del drawback es del 4% del valor FOB exportado, cuya finalidad es la de fomentar las exportaciones de productos no tradicionales.

Entre los beneficios que ofrece el drawback son:

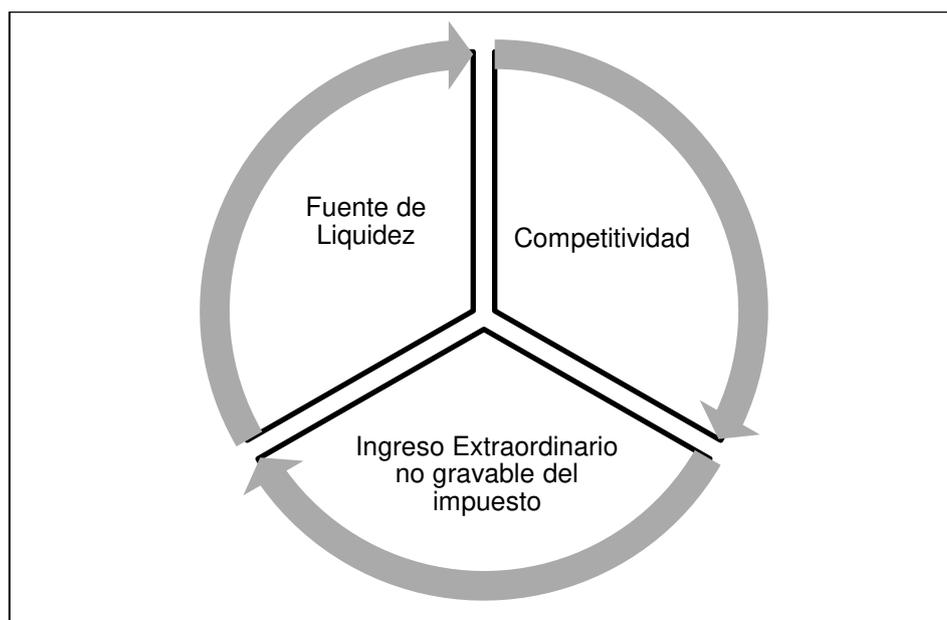


Figura N° 9: Beneficios del Drawback.  
Fuente: (Araujo, 2009). Elaboración propia.

A través de la presente figura se puede destacar que los beneficios que brinda el drawback son:

- Fuente de Liquidez: quiere decir que, al colocar a los productos exportados, insumos que han sido importados en su mercadería, se genera un flujo de caja mayor.
- Competitividad: crea una ventaja competitiva con respecto a otros países cuyas empresas exportadoras también atienden a los mismos países de destino.

- Ingreso Extraordinario no gravable del impuesto: se basa en que el valor de la restitución de los derechos arancelarios es considerado en el Estado de Ganancias y Pérdidas.

#### 2.2.4.4. Análisis de las tasas del drawback y sus variaciones

A continuación, en la figura 7 se presentan las variaciones de la tasa del drawback en el tiempo, desde su creación en el año 1995, hasta la actualidad.

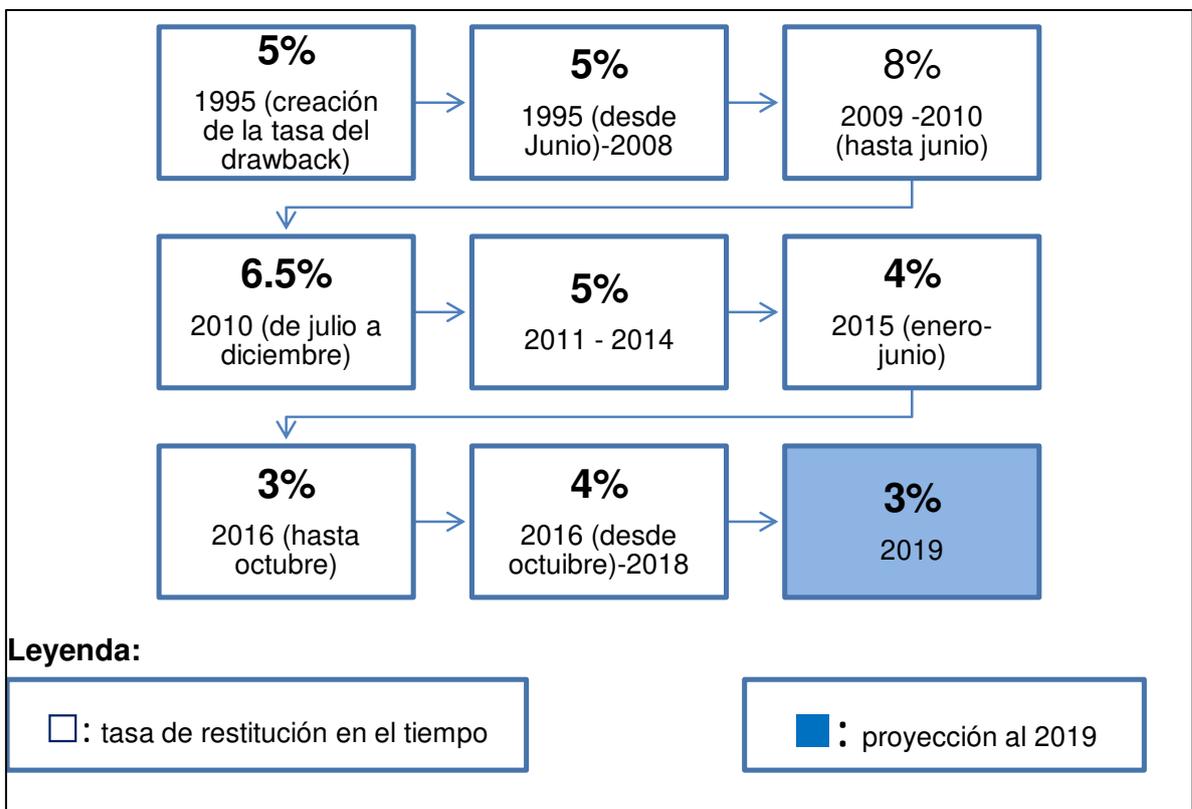


Figura N° 10: Variaciones de la tasa Drawback

Fuente: (Oyarse, 2016). Elaboración propia.

Desde el periodo de 1995 hasta la actualizada la tasa del drawback ha ido variando de forma progresiva, cuya explicación es:

- 1995. Se crea el régimen aduanero del drawback en el Perú mediante el Decreto Supremo N° 104-95-EF, con una tasa de 5% del valor FOB.
- 1995-2008: La restitución de derechos arancelarios se mantuvo en 5% en el presente periodo.
- 2009: Desde el mes de enero a junio 2010, el MEF elevó el beneficio arancelario a 8% como medida temporal en el marco del Plan Estratégico Económico (PEE), y poder enfrentar la crisis internacional, originados por la burbuja financiera que experimentó el mercado norteamericano. Este aumento de tasa tuvo como finalidad fomentar las exportaciones no tradicionales.
- 2010: Desde el mes de julio la tasa del drawback disminuyó a 6.5%, de forma gradual para no afectar el 8% otorgado debido a la crisis financiera del 2009.
- 2015: en el gobierno del expresidente Ollanta Humala, la tasa del drawback disminuyó de manera progresiva, ya que para el periodo 2015 fue de 4%
- 2016: Desde el mes de enero a octubre a través del Decreto Supremo N° 282-2016, se modificó la tasa del drawback que continuó variando hasta llegar a un 3%.
- 2016-2018. A través del gobierno del expresidente Pedro Pablo Kuczynski es que desde junio 2016 al término del presente año, la tasa de restitución de derechos arancelarios es de 4%.
- 2019: El Ministerio de Economía y Finanzas a través del Decreto Supremo decreto supremo N° 282-2016-EF, oficializó que para el año 2019, se tendría una tasa de drawback de 3%.

### 2.2.5. Transporte Internacional

El transporte internacional es aquella operación de tránsito aduanero, que implica el traslado de mercaderías de un país de origen a uno de destino, ya sea de personas o mercancías. (Instituto Pacífico, 2013)

Por su parte, es importante señalar que el transporte internacional evoluciona de manera constante, siendo fundamental en la cadena logística, ya que incluye al medio de transporte que son clasificados de acuerdo con la modalidad de y el medio a utilizar, lo cual tenemos:

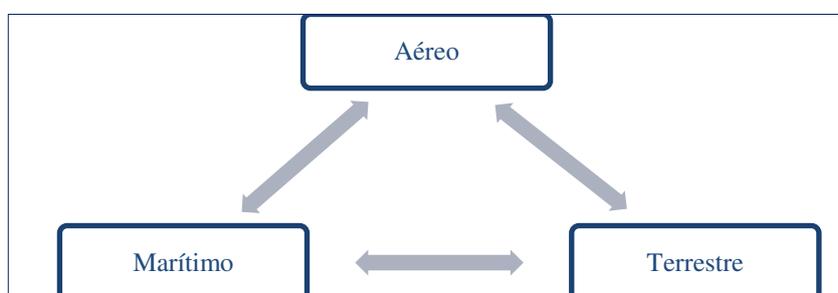


Figura N° 11: Transporte Internacional

Fuente: (Instituto Pacífico, 2013). Elaboración Propia

#### 2.2.5.1. Modos de transporte Internacional

##### a) Transporte Marítimo:

El transporte marítimo internacional es el traslado de carga o pasajeros a través del mar de un país de origen a un país de destino, cuyo medio de transporte usado son los barcos (Instituto Pacífico, 2013).

Cabe resaltar que el transporte marítimo es aquel que permite el traslado de grandes volúmenes de mercancías, así como diferente tipo de carga.

Tabla N° 10: Transporte Marítimo

<b>TRANSPORTE MARÍTIMO</b>	
PAÍSES DE DESTINO	ESTADOS UNIDOS
PUERTOS DE INGRESO	New York, Houston, Miami
TIEMPO DE TRÁNSITO	10-12 días aproximadamente
TIPO DE CONTENEDOR	Contenedor de 20' o 40'
COSTO DE FLETE FOB CALLAO	Depende de la temporada

Fuente: Elaboración Propia

En la presente tabla podemos observar, los puertos de ingreso al mercado de Estados Unidos principalmente de las empresas exportadoras del sector textil durante los últimos 5 años, los cuales son New York, Houston, y principalmente Miami, que es el puerto HUB de Estados Unidos.

#### **b) Transporte Aéreo:**

El transporte aéreo internacional es la actividad que permite el traslado de personas o mercancías, de un lugar a otro, es decir del territorio peruano a otro país, cuyo medio de transporte utilizado es la aeronave. (Instituto Pacífico, 2013)

Las características de este modo de transporte es la rapidez, usado principalmente para el transporte de mercancías que requieren de urgencia y seguridad, para mercaderías que son de valor.

Tabla N° 11: Transporte Aéreo

<b>TRANSPORTE AÉREO</b>	
PAÍSES DE DESTINO	ESTADOS UNIDOS
AEROPUERTOS DE INGRESO	Miami, New York, Los Ángeles, Orlando y Atlanta
TIEMPO DE TRÁNSITO	1-2 días
TIPO DE CONTENEDOR	Las exportaciones por este medio son mayormente por carga consolidada.
COSTO DE FLETE FOB CALLAO	Depende de los detalles de la carga

Fuente: Elaboración Propia.

En la presente tabla podemos observar, los aeropuertos de ingreso al mercado de Estados Unidos durante los últimos 5 años, los cuales son a través de los aeropuertos de Miami, New York, Estados Unidos, Los Ángeles, Orlando y Atlanta. Cabe mencionar, que el principal es del Miami, Florida.

### **c) Transporte Terrestre**

El Instituto Pacífico (2013), menciona que el transporte de carga internacional vía terrestre es aquella actividad que permite trasladar mercancías o personas de un lugar a otro, es decir de un lugar de origen a otro de destino; por superficie terrestre, cuyo medio de transporte mayormente utilizado es el camión.

Cabe resaltar, que también hay otros medios de transporte terrestre como traylers, semitraylers, traylers cisterna, volquetes, entre otros; que va a depender mucho del tipo de carga, ya que existe camiones tanto ligeros, mediano y también pesados.

Asimismo, hay diferentes empresas de transporte, ya sea para traslado local e internacional, y en algunos casos se realiza conexiones de transporte multimodal o intermodal, facilitando la entrega de la mercadería al importador.

Por otro lado, el transporte terrestre presenta las siguientes características:

- Flexibilidad: debido al tiempo de entrega y cantidad de productos a transportar.
- Accesibilidad y rapidez: a los puntos de carga y descarga de la mercadería.

Cabe resaltar, que el presente modo de transporte no es empleado para las exportaciones peruanas de t-shirt con dirección a los Estados Unidos por razones de costo, tiempo de tránsito entre otros, es por ello que las empresas exportadoras del sector textil optan por el transporte aéreo y marítimo.

Sin embargo, esta sería una de las modalidades más empleadas por nuestro competidor México, dada su cercanía al resto del mercado norteamericano.

#### **2.2.5.2. Flete Internacional**

El flete es el precio por el servicio de transporte internacional a través de los diversos modos de transporte que permite el traslado de mercancías, cuya información se obtiene a través de tarifarios (cotizaciones) que nos brinda el agente de carga internacional.

Cabe resaltar que, para llevar a cabo las exportaciones, es necesario contar con la siguiente información, que permiten cotizar el costo del flete:

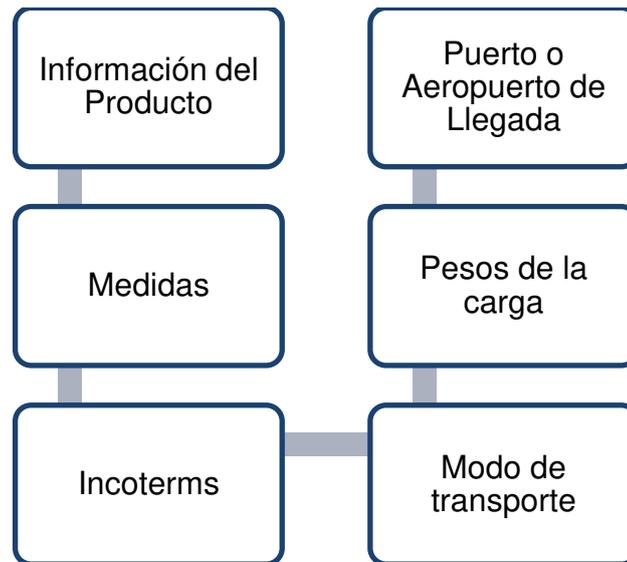


Figura N° 12: Información para cotizar fletes internacionales

Fuente: elaboración propia

El costo del flete varía de acuerdo al tipo de carga a transportar, del modo de transporte (aéreo, marítimo o terrestre), de las dimensiones de la carga y al lugar donde se dirige, es por ello que es necesario proporcionar la información señalada en el grafico que va a permitir obtener la cotización.

### a) Tarifario aéreo internacional

A continuación se muestra nuestro tarifario aéreo de exportación que incluyen los recargos tanto en origen como en destino bajo incoterm DAT, de los principales países competidores.

Tabla N° 12: Flete aéreo internacional, recargos en origen y destino (Lima – Miami) bajo incoterms DAT

**Peso Bruto:** 1000.00 Kg.  
**Vigencia:** (01/08/2018 - 30/09/2018)  
**Tipo de Cambio:** 1 USD = 3,29869 PEN 3.29869

COSTOS DE EXPORTACIÓN AEREA	PERÚ		HONDURAS		CHINA (SHANGHAI)		NICARAGUA		MEXICO	
	USD	S/.	USD	S/.	USD	S/.	USD	S/.	USD	S/.
<b>INCOTERM DAP</b>										
FLETE AÉREO :	USD 2,200.00	S/. 7,257.12	USD 1,800.00	USD 5,937.64	USD 5,235.62	S/. 17,270.69	USD 1,600.00	S/. 5,277.90	USD 1,100.00	S/. 3,628.56
RECARGOS EN ORIGEN:	USD 300.00	S/. 989.61	USD 213.74	USD 705.07	USD 222.12	S/. 732.71	USD 707.00	S/. 2,332.17	USD 760.00	S/. 2,507.00
RECARGO EN DESTINO:	USD 535.00	S/. 1,764.80	USD 535.00	S/. 1,764.80	USD 535.00	S/. 1,764.80	USD 535.00	S/. 1,764.80	USD 535.00	S/. 1,764.80
<b>COSTO TOTAL x Ton :</b>	<b>USD 3,035.00</b>	<b>S/. 10,011.52</b>	<b>USD 2,548.74</b>	<b>S/. 8,407.51</b>	<b>USD 5,992.74</b>	<b>S/. 19,768.19</b>	<b>USD 2,842.00</b>	<b>S/. 9,374.88</b>	<b>USD 2,395.00</b>	<b>S/. 7,900.36</b>
<b>COSTO TOTAL x Kg :</b>	<b>USD 3.04</b>	<b>S/. 10.01</b>	<b>USD 2.55</b>	<b>S/. 8.41</b>	<b>USD 5.99</b>	<b>S/. 19.77</b>	<b>USD 2.84</b>	<b>S/. 9.37</b>	<b>USD 2.40</b>	<b>S/. 7.90</b>

Fuente: (JAS FORWARDING WORLDWIDE, 2018). Elaboración propia.

## b) Tarifario marítimo LCL internacional

A continuación se muestra nuestro tarifario marítimo LCL de exportación que incluyen los recargos tanto en origen como en destino bajo incoterm DAT, de los principales países competidores.

Tabla N° 13: Flete marítimo internacional, recargos en origen y destino (Callao – Miami) bajo incoterms DAT

**Peso Bruto:** 1 Ton  
**Vigencia:** (01/08/2018 - 30/09/2018)  
**Tipo de Cambio:** 1 USD = 3,29869 PEN 3.29869

COSTOS DE EXPORTACIÓN MARÍTIMA LCL	PERÚ		HONDURAS		CHINA (SHANGHAI)		NICARAGUA		MEXICO	
	USD	S/.								
<b>INCOTERM DAP</b>	<b>USD</b>	<b>S/.</b>								
FLETE LCL :	USD 15.00	S/. 49.48	USD 350.00	S/. 1,154.54	USD 35.00	S/. 115.45	USD 250.00	S/. 824.67	USD 95.00	S/. 313.38
RECARGOS EN ORIGEN:	USD 675.00	S/. 2,226.62	USD 157.16	S/. 518.41	USD 277.33	S/. 914.83	USD 725.00	S/. 2,391.55	USD 995.00	S/. 3,282.20
RECARGO EN DESTINO:	USD 696.00	S/. 2,295.89								
<b>COSTO TOTAL x Ton :</b>	<b>USD 1,386.00</b>	<b>S/. 4,571.98</b>	<b>USD 1,203.16</b>	<b>S/. 3,968.84</b>	<b>USD 1,008.33</b>	<b>S/. 3,326.17</b>	<b>USD 1,671.00</b>	<b>S/. 5,512.11</b>	<b>USD 1,786.00</b>	<b>S/. 5,891.46</b>
<b>COSTO TOTAL x Kg :</b>	<b>USD 1.39</b>	<b>S/. 4.57</b>	<b>USD 1.20</b>	<b>S/. 3.97</b>	<b>USD 1.01</b>	<b>S/. 3.33</b>	<b>USD 1.67</b>	<b>S/. 5.51</b>	<b>USD 1.79</b>	<b>S/. 5.89</b>

Fuente: (JAS FORWARDING WORLDWIDE, 2018). Elaboración propia.

## **2.2.6. Recursos**

### **2.2.6.1. Mano de Obra**

El Ministerio de Producción (2017), menciona a través de su informe sectorial que las empresas que realizan exportaciones no tradicionales, pueden aplicar el Decreto Legislativo N° 22342, cuyo objetivo es promover las exportaciones, especialmente de productos manufactureros, el cual permite que se puedan realizar contrataciones de personal de manera temporal, pero que dichas exportaciones deben ser del 40% de su producción anual. Asimismo, mencionan que del total de contratos que se realizan en Lima (54%), el sector textil y confecciones representa el 85.9%, sin embargo, en los dos últimos años, este tipo de contrato ha presentado una caída debido a un menor dinamismo en el sector.

#### **a) Mano de obra en los países asiáticos:**

Lu (2016), del Departamento de Estudios de Moda y Vestimenta de la Universidad de Delaware, menciona a través de su blog que los países asiáticos enfrentan un aumento del salario mínimo en más del 5% por razones como:

- En Camboya, es impulsado por los sindicatos.
- En la India se ajustan los salarios en función de sus factores económicos.
- En el caso de China por ejemplo el costo de la mano de obra está llegando a USD 321 por mes, mientras que en Bangladesh es de USD 225, con una diferencia de USD 68.



Figura N° 13: Salario mínimo en la industria textil 2016  
Fuente: (Lu, 2016)

Como se puede observar a través del presente gráfico los países asiáticos están aumentando su salario mínimo, pero aún muy a pesar de ello tenemos países como por ejemplo Bangladesh y la India que son los principales proveedores de t-shirt del mercado de Estados Unidos al cual el mercado peruano tiene que hacer frente en relación a sus costos de mano de obra.

## b) Mano de obra de los principales países competidores

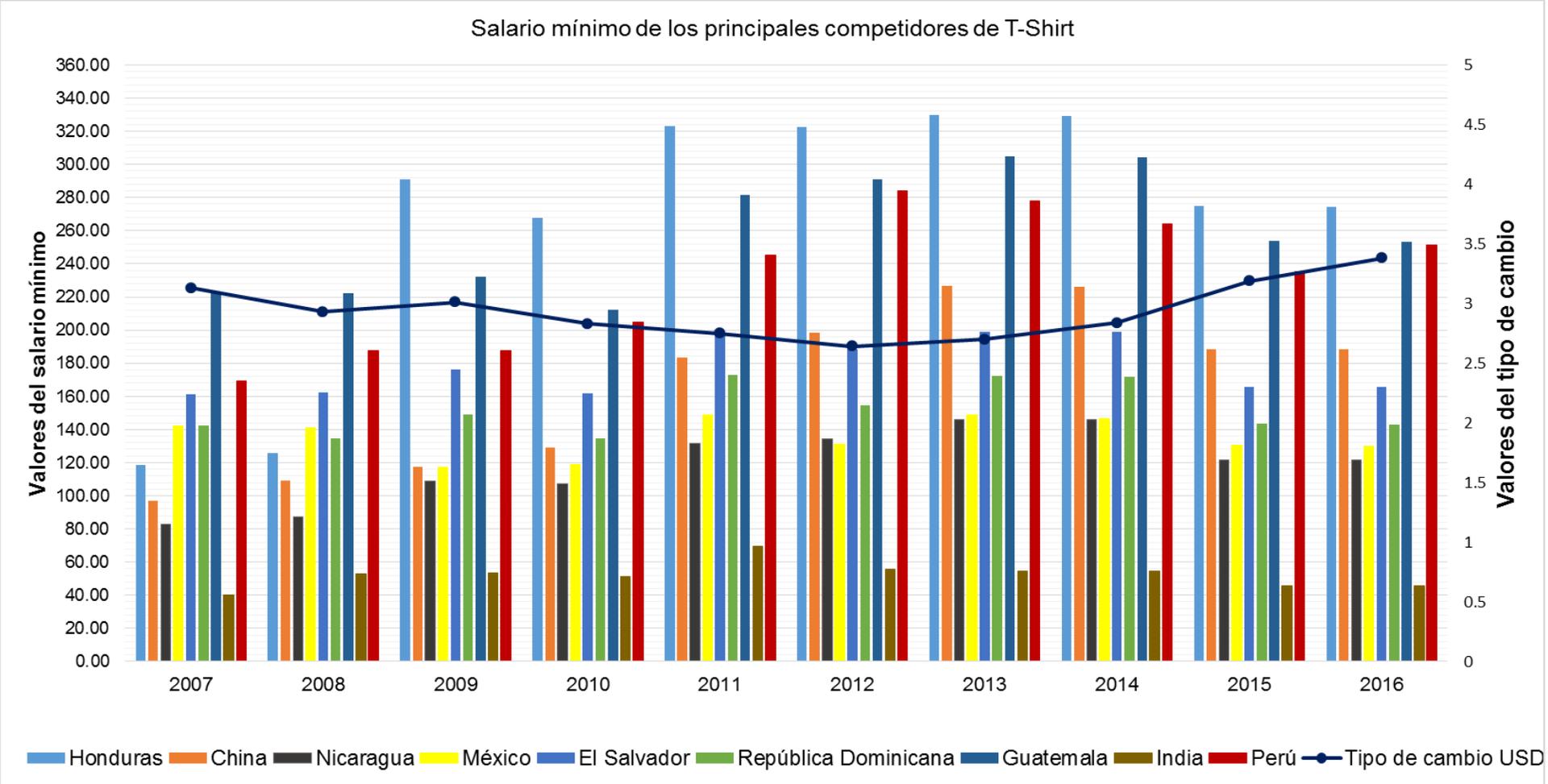
Para el análisis de la mano de obra se están considerando los salarios mínimos de cada uno de los países, especialmente de los competidores, mas no directamente del sector textil al no contar con esa información confidencial, pero de acuerdo a ello podemos observar las fluctuaciones del tipo de cambio en el periodo analizado. Además, no se está considerando a los países de Vietnam y Haití, debido a que no se cuenta con la información del tipo de cambio de la moneda nacional de Vietnam y Haití para luego obtener su conversión ya sea a soles, dólares y/o euros y contar con el análisis en una misma moneda.

Tabla N° 14: Mano de obra de los países proveedores a EE.UU.

Moneda: USD dólares

<b>Año</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Tipo de cambio USD</b>	<b>3.13</b>	<b>2.93</b>	<b>3.01</b>	<b>2.83</b>	<b>2.75</b>	<b>2.64</b>	<b>2.7</b>	<b>2.84</b>	<b>3.19</b>	<b>3.38</b>
<b>Principales competidores</b>	<b>Salario Mínimo por años</b>									
Honduras	118.53	126.05	290.95	267.71	323.35	322.39	329.85	329.24	274.71	274.10
China	97.18	109.04	117.24	129.28	183.28	198.32	226.42	226.00	188.57	188.15
Nicaragua	82.95	87.06	109.04	107.30	131.43	134.48	146.11	145.84	121.69	121.42
México	142.35	140.99	116.97	118.82	148.71	130.88	148.51	146.51	130.55	129.82
El Salvador	161.24	162.25	175.94	161.87	198.19	188.55	199.16	198.79	165.87	165.50
República Dominicana	142.49	134.84	149.09	134.72	172.68	154.77	172.30	171.99	143.50	143.18
Guatemala	222.28	222.48	232.40	212.47	281.25	291.05	304.99	304.43	254.01	253.44
India	40.38	52.76	53.68	51.40	69.69	55.87	54.78	54.68	45.62	45.52
Perú	169.30	187.70	187.70	204.90	245.45	284.09	277.78	264.08	235.11	251.48

Fuente: (EXPANSION, 2018). Elaboración propia.



Moneda: USD dólares

Figura N° 14: Mano de obra de los países proveedores a EE.UU.

Fuente: (EXPANSION, 2018).

A través del gráfico y tabla anterior, podemos analizar que el país que tiene el salario más bajo es India, seguido principalmente de Nicaragua y México y por el contrario, los países quienes tendrían un mayor salario son Guatemala, Honduras y Perú, quienes se encuentran entre los 10 primeros competidores para el Perú en exportación en cuanto a t-shirt.

China, es otro de los países cuya mano de obra es barata y muchas veces es llamada como la fábrica de los textiles, pues cuenta con una amplia infraestructura para la fabricación de los textiles, cuyo valor de su mano de obra en los últimos años ha ido incrementándose, pero pese a ello sigue siendo competitiva.

En el caso de India, cuenta con costos laborales textiles mucho menor que China, pese a no contar con una increíble infraestructura que lo convierte en una ventaja comparativa para los países Asiáticos.

En el caso de los países latinoamericanos, quienes cuentan con costos de mano de obra mucho mayor, el país que resalta por su mano de obra es Honduras, pues es calificada como de alta calidad. Para el caso de Perú, cuenta con mano de obra muy cara, a pesar de tener el salario mínimo de S/.850.00 en la actualidad y uno de los motivos que conlleva esto es que las personas prefieren muchas veces trabajar en los retails que en una fábrica de confecciones.

### 2.2.6.2. Materia Prima

Las zonas de producción del algodón son principalmente en Piura, en la cual se fabrica algodón Pima, mientras que en Ica tenemos la fabricación en mayores volúmenes de algodón Tangüis.

Cabe resaltar que nuestra producción de Algodón ha disminuido gradualmente, y también ha disminuido las hectáreas cosechadas, debido a la agresiva competencia internacional y al cambio de rubro de los agricultores, ya que han migrado a la producción de otros cultivos para obtener mayores ingresos.

A continuación, a través del presente gráfico podemos visualizar los departamentos con mayor producción para el año 2017, que han sido Ica con 65% de la producción nacional, Lima con un 12% y Piura con un 8%.

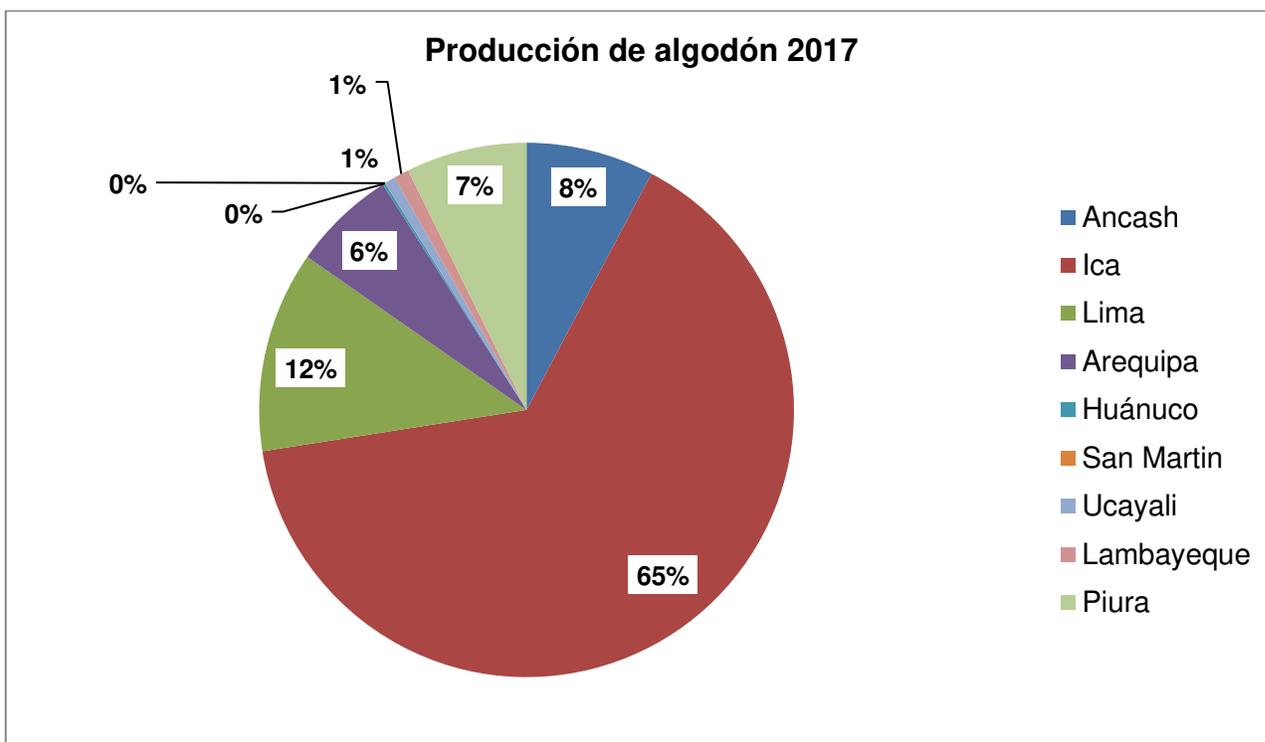


Figura N° 15: Producción de Algodón por Departamentos en el año 2017  
Fuente: (Ministerio de Agricultura, 2018). Elaboración propia.

Tabla N° 15: Producción de algodón nacional en el año 2017  
Unidad: Toneladas

Región	Produccion (t)												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Set.	Octub	Nov	Dic	TOTAL
<b>Nacional</b>	<b>1,384</b>	<b>2,265</b>	<b>2,266</b>	<b>4,483</b>	<b>5,023</b>	<b>4,765</b>	<b>638</b>	<b>316</b>	<b>50</b>	<b>166</b>	<b>1,438</b>	<b>460</b>	<b>23,255</b>
<b>Ancash</b>	340	806	546	109	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>1,801</b>
<b>Ica</b>	1,044	1,459	1,540	3,697	3,885	2,575	590	7	0	0	2	264	<b>15,064</b>
<b>Lima</b>	0	0	180	202	450	1,970	31	0	0	0	0	0	<b>2,833</b>
<b>Arequipa</b>	0	0	0	475	475	220	0	287	0	0	0	0	<b>1,457</b>
<b>Huánuco</b>	0	0	0	0	0	0	17	20	0	0	0	0	<b>37</b>
<b>San Martín</b>	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	<b>1</b>
<b>Ucayali</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	50	45	54	0	<b>149</b>
<b>Lambayeque</b>	0	0	0	0	213	0	0	0	0	0	0	0	<b>213</b>
<b>Piura</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	121	1,382	196	<b>1,699</b>

Fuente: (Ministerio de Agricultura, 2018). Elaboración propia

A través de la presente tabla, se puede visualizar que la estacionalidad de la producción de algodón para el año 2017 ha sido principalmente en los meses de febrero a junio, cuya producción ha sido principalmente en el departamento de Ica que representa 15,064 toneladas, cuyos montos aumentaron debido mayormente a la demanda local que se ha elevado.

### **2.2.6.3. Tecnología**

El desarrollo tecnológico en el sector textil peruano está relacionado directamente a las inversiones en maquinarias para una mayor producción a un menor costo, lo cual tiene un enfoque específico e incompleto. Los países desarrollados en este sector económico se han fortalecido a través de su inversión continua en Investigación y Desarrollo (I+D) de nuevas tecnologías de punta, por lo que este factor comprende una amplia gama de componentes y/o pilares necesarios para una alta capacidad de innovación tecnológica, siendo la cultura, recursos, competencias, y las relaciones comerciales externas.

El sector textil y confecciones en el Perú tienen un crecimiento tardío por la falta de implementación de estrategias de uso y optimización de tecnologías en la producción de prendas de vestir repercutiendo en su estructura de costos, ya que no les permite reducir el costo de la mano de obra.

Para el presente estudio de la tecnología se va ver basada en los siguientes aspectos:

#### **a) Diseño:**

Susana Saldaña, emprendedora del Emporio Comercial de Gamarra, quien participa del Colombiatex de las Américas, menciona que al Perú le hace falta llegar tecnología que permita a los productores ser más competitivos, especialmente, el trabajar en nuevos diseños, ya que contamos con un producto base (LA REPUBLICA, 2017)

Es por ello, las empresas con un enfoque innovador, están implementando sistemas de software para lograr diseños 3D integrado directamente al área de creación, corte,

confección y acabado. Esto da inicio a la elaboración de telas inteligentes con tejidos funcionales (biodegradables, antibacteriales, etc), como también de la impresión 3D para agilizar el proceso de producción de la prenda.

**b) Maquinarias:**

La Sociedad Nacional de Industrias a través de (ANDINA : Agencia Peruana de Noticias, 2011), menciona que las inversiones del sector textil del Perú se concentran en la adquisición de equipos para el acabado, que permita atender las exigencias del mercado internacional, además el ingreso de maquinaria de alta tecnología es el éxito que necesita el exportador peruano.

Además, es importante mencionar que las etapas de hilandería y tintorería son las más críticas, pues los montos de inversión son elevados.

Cabe precisar, que los países más innovadores son los de nuestra competencia tales como India, China, Bangladesh, Taiwán, es decir, los países asiáticos y en Sudamérica, el país que está desarrollándose es Colombia.

La Feria Textil ITMA es la exposición internacional de máquinas textil más grande del Mundo, que ha ido con el transcurrir de los años teniendo mayor tendencia y presentando las innovaciones tecnológicas de acuerdo a los desafíos de la industria, tal es así, maquinarias para hilados, tejidos, teñido, lavadora, entre otros. (ASOCIACIÓN PERUANA DE TÉCNICOS TEXTILES, 2016) La última feria fue en el año 2015, Milán (Italia) y la próxima feria a desarrollarse será en el 2019 en Barcelona (España) del 20 al 26 de Junio.

Alemania es el país considerado como uno de los mejores en el mundo en lo que respecta maquinaria textil, ya que brindan el asesoramiento, la flexibilidad, la calidad para la producción, debido a que es un país que invierte en tecnología y desarrollo, siendo demandado por diferentes países, entre ellos los Latinoamericanos, especialmente México.

Es vital tener claro que, el sector textil peruano actual cuenta con maquinarias mediano básicas que les demanda depender de un mayor número de personal insatisfecho por presión de producir más, por lo que deberían adoptar e invertir en maquinarias de nivel para eliminar los cuellos de botella existentes (reprocesos, nivel de inventariado, salarial, entre otros), optimizando su sistema de producción interna. (Sociedad Nacional de Industrias, 2012)

**c) Innovación:**

El Perú tiene muchas ventajas que se ha dejado entender por sí solo en el desarrollo de la presente investigación, tales como el algodón pima, que nos da fibras de calidad, pero nos falta conocer más sobre lo que es innovar que va de la mano con el desarrollo de nuevos productos que nos den el valor agregado y el desarrollo de nuestra marca (se detalla en el punto 2.2.7).

Finalmente, resaltar que la industria peruana de las confecciones ha venido perdiendo competitividad en los mercados internacionales debido, entre otras razones, a la falta de inversión e innovación tecnológica pero "se está en el camino correcto para

cambiarlo" y poder revertir la situación por la cual el Perú ha perdido competitividad. (GESTIÓN, 2018)

## 2.2.7. Calidad y Variedad

### 2.2.7.1. Diferenciación del Producto

La diferenciación del producto es una estrategia que tiene como objetivo que el consumidor perciba aspectos de valor agregado en el bien, permitiendo a las empresas generar una posición en el mercado a nivel nacional e internacional. En el sector textil, el colocarse una prenda define el estilo de una persona, que está frente a tendencias y cambios de moda.

Hoy en día hacer frente a la agresiva competencia internacional es necesario, y estar preparados es un requisito, más aun siendo la industria textil una de las más talentosas que tendrán que diferenciar sus productos a través tres puntos claves que son:



Figura N° 16: Factores claves para la diferenciación de un producto  
Fuente: Elaboración propia.

A través del siguiente gráfico, podemos explicar que:

- **Publicidad:** una de las formas más efectivas de hacer publicidad es el de boca a boca, porque a través de los clientes permite que se conozcan las bondades del producto.

- Marketing; el contar con blogs y redes sociales ayudan a que los demás perciban la experiencia en la moda
- Comunicación: va de la mano con la imagen de marca que están asociadas a símbolos.

Si bien es cierto el Perú es uno de los países con mayor producción textil, pero aún no ha desarrollado un valor agregado a sus exportaciones, siendo el diseño un factor clave que generan automáticamente la decisión del consumidor por la compra y muchas empresas del sector textil se enfocan en desarrollar nuevos diseños variados y auténticos con la finalidad de enfocarse en varios segmentos o nichos de mercado dependiendo de las preferencias y gustos del consumidor final.

Ante lo mencionado líneas arriba, el desarrollo y/o posicionamiento de una marca textil está imperativamente sujeto a la diferenciación de las prendas de vestir a través de la implementación de ciertas particularidades indagados del consumidor. Es decir, el consumidor atraviesa por tres procesos de compra: interés (basado en el color, estilo, diseño, fibra y tejido de las prenda de vestir), prueba (basado en el estilo y apariencia), y, finalmente, compra (basado en la decisión final del cliente).



Figura N° 17: Marca: Perú Textiles  
Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016)

El Ministerio de Comercio Exterior y turismo (2016) para maximizar y posicionar nuestras exportaciones peruanas de t-shirt en el mercado de destino ha creado una marca denominada “PERÚ TEXTILES” a través del de PERU MODA, primer impulso pionero para cumplir esa finalidad dirigida por las pequeñas y medianas empresas dedicadas al rubro textil en el Perú. Es importante mencionar que la tasa de crecimiento de consumo de esta línea de productos de vestir será más lenta, por lo que los principales países productores como lo son China e India presentaran un incremento en su estructura de costos, ante una mayor demanda de productos.

#### **2.2.7.2. Estándares de Calidad**

Para poder llevar a cabo las exportaciones al sector textil en Estados Unidos, la institución Consumer Product Safety Commission (CPSC) nos indica que para que estos productos ingresen al país norteamericano deberán de cumplir con la norma Flammable Fabrics Act (prohíbe el ingreso de prendas altamente inflamable) y Consumer Product Safety Improvement Act (prendas con contenido de plomo, entre otros).

La institución U.S. Federal Trade Commission (FTC) ha normalizado como requisitos de etiquetado de las prendas de vestir de importación: Composición de la fibra, datos del producto (exportador, importador, distribuidor o minorista), país de origen, idioma, care labeling rule. (PROMPERÚ, 2014).

### 2.3. Definición de Términos Básicos

a) Exportación: Según la (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria -SUNAT, 2017) lo define como “Régimen aduanero por el cual, se permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. Para ello la transferencia de bienes debe efectuarse a un cliente domiciliado en el extranjero”

La presente definición, hace referencia al envío de un producto o servicio de mercaderías que son de tipo nacional o ya nacionalizadas (mercadería extranjera que ingresaron al territorio aduanero) a un país del extranjero. Asimismo, el envío puede realizarse por cual modo de transporte, ya sea terrestre, marítimo, aéreo, etc.

c) Valor FOB: es el precio de la mercadería a importar cuando está al borde del buque, que incluye los costos de embalado y transito interno.

d) Empresa productora – exportadora: de acuerdo a la normativa del INTA PG.07 (SUNAT, 2003), hay dos maneras de entenderse el presente concepto, las cuales son:

- Cualquier persona ya sea natural o jurídica que produzca o elabore con los bienes importados el producto a exportar, y este se haya visto incrementado en el pago de los derechos que gravan la importación de los insumos incorporados o consumidos en la producción del producto exportado.
- La otra manera de entender el presente concepto es: Aquella empresa que haya encargado a terceros la producción o elaboración del producto a exportar, siempre y cuando haya habido un acuerdo previo escrito en la producción, entre la empresa exportadora y productora.

e) Insumo: para la aplicación del drawback, de acuerdo a la normativa del INTA PG.07, (SUNAT, 2003) el concepto de insumo debe entenderse materias primas, productos intermedios, partes y piezas.

Asimismo, estos insumos pueden ser adquiridos de la siguiente manera:

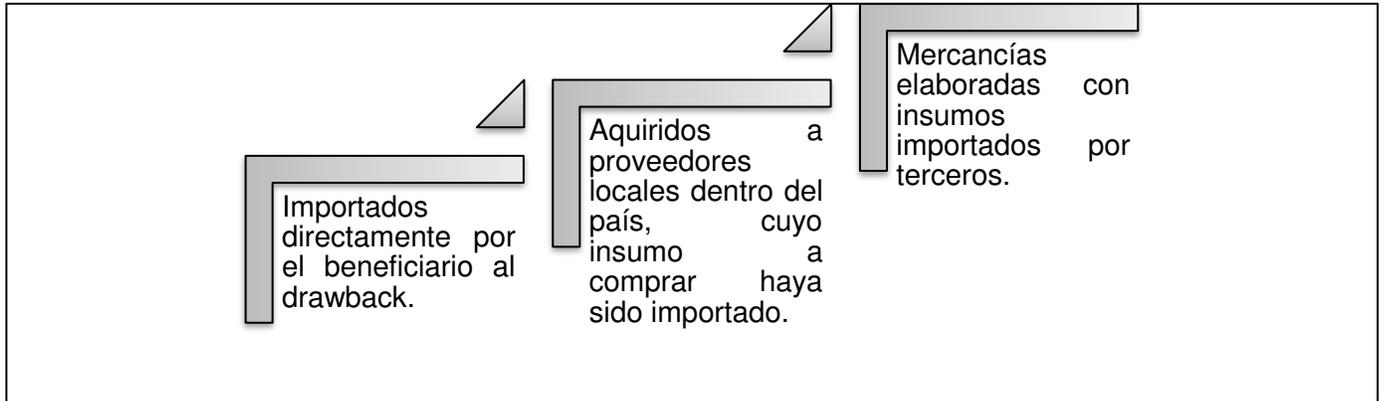


Figura N° 18: Adquisición de insumo para la aplicación de la tasa del drawback.  
Fuente: (SUNAT, 2003). Elaboración propia

f) Competitividad: el término hace referencia a como el conjunto de instituciones, políticas y factores que rigen el crecimiento de un país, empresa o persona, y por ende su rentabilidad. Mucho se confunde el término competitividad, respecto de la competitividad industrial, que es la capacidad del mencionado sector para poder hacer frente a la competencia, que se puede alcanzar mediante estrategias en la cadena productiva.

## 2.4. Hipótesis

- El drawback ha afectado la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos a través de su reducción de la restitución de los derechos.
- Los principales factores del transporte internacional que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt es la ubicación geográfica de nuestros competidores centroamericanos que implica los costos de flete y el tiempo de tránsito hacia Estados Unidos.
- Los principales recursos que han afectado la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia Estados Unidos son: Mano de Obra (por el alto costo laboral de un trabajador textil peruano frente a la mano de obra del mundo); Materia Prima (por la sustitución comercial productiva del algodón peruano); como también la tecnología (maquinarias que impulsen mayor producción).
- Las deficiencias en cuanto a calidad y variedad del producto en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos ha sido la poca diferenciación efectuada por las empresas textiles frente a la competencia internacional.

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

### 3.1. Diseño metodológico

Horna (2010) sostiene que los diseños de investigación son propósitos estratégicos que se elegirán acorde a los problemas, objetivos e hipótesis planteadas como respuesta objetiva a las interrogantes de la investigación.

La presente investigación obedece a un enfoque cualitativo con un alcance exploratorio, lo cual deriva de una metodología científica, siendo los más provechosos y confiables para llevar a cabo nuestras averiguaciones. Cabe resaltar que, en la actualidad no se presentan estudios específicos que expliquen factores que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt, por otro lado, no se ha abordado en el análisis de la problemática que engloba las variaciones del drawback en el sector textil, los costos de los fletes para llegar a los mercados de destino, en este caso a EE.UU. principal importador de nuestros productos, la disponibilidad de recursos para hacer frente a nuestra demanda y finalmente la calidad y variedad de nuestros productos, convirtiéndose en materias de gran envergadura.

A continuación, se precisa que tipo de diseño exploratorio se utilizó de acuerdo a cada objetivo de la investigación:

- **Objetivo 1:** Identificar como la variación de la tasa del drawback ha afectado en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.

Para poder establecer nuestro diseño de investigación se aplicó exploratorio cualitativo de tipo etnográfico, ya que se llegará a las empresas exportadoras del sector textil a través de sus gremios empresariales y/o instituciones.

- **Objetivo 2:** Identificar los factores del transporte internacional que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.
- **Objetivo 3:** Identificar como la disponibilidad y el costo de los principales recursos afecta la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.

Para estos dos objetivos de investigación se aplicó el diseño de investigación exploratorio cualitativo de tipo etnográfico debido a que se centra en las empresas exportadoras de t-shirt a través de sus gremios empresariales y/o instituciones, en otras palabras, una etnia o grupo y documental, porque se requería recabar informes basados en estudios analíticos.

- **Objetivo 4:** Determinar las deficiencias respecto a la calidad y variedad de la oferta exportable de t-shirt que afectan la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.

En el presente objetivo, se utilizó el diseño de investigación exploratorio cualitativo de tipo etnográfico, ya que se podrá obtener información sobre la calidad y variedad de nuestro producto a través de sus gremios empresariales y/o instituciones.

### 3.2. Procedimiento de muestreo

Para recabar la información se analiza a la población de la presente manera.

a) Población: La población está conformada por especialistas (gremios y/o instituciones) del sector textil, cuyos criterios de inclusión o exclusión para la delimitación poblacional son los siguientes:

- Especialistas encargados de promover las exportaciones del sector textil.
- Especialistas que se encargan de analizar los datos estadísticos de las exportaciones.
- Especialistas que conocen del tema.

b) Técnica de Muestreo: Se utilizó un muestreo no probabilístico de tipo intencional.

c) Tamaño de Muestra: El procedimiento para calcular el tamaño de la muestra ha sido bajo los criterios expuestos líneas arriba, debido a que se consideró a toda la población como muestra para la evaluación de la variable, y también por ser esta de un número reducido que componen dicha población; teniendo los siguiente:

Tabla N° 16: Especialistas del sector textil

N°	INSTITUCIONES	NOMBRE DE CONTACTO	CARGO
1	ADEX	Ysabel Segura	Gerente de Manufactura
2	PROMPERU	Noemi Quintana	Especialista de Inteligencia de Mercados
3	MINCETUR	Jose Luis Sanchez	Dirección de la Unidad de Origen de Comercio Exterior
4	COMITÉ TEXTIL – SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS	Ing. Yolanda Bonilla	Asesora Técnica Comité Textil
5	ASODEX (Asociación de Exportadores del Emporio comercial de Gamarra)	Humberto Machaca	Presidente Ejecutivo de ASODEX

6	CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA	Luis Antonio Aspillaga Banchemo	Gerente del Gremio Indumentaria
---	----------------------------	---------------------------------	---------------------------------

Fuente: Elaboración Propia.

### 3.3. Instrumentación

En la presente investigación se empleó 2 tipos de instrumentos como medio de recolección de datos: la entrevista a profundidad y la revisión documental.

#### a) Entrevista a profundidad no estructurada

La entrevista a profundidad no estructurada fue dirigida a los especialistas del sector textil, lo cual servirá para registrar las experiencias, comentarios, análisis, opiniones, y recomendaciones desde la perspectiva exportadora y de producción, que nos permitirá analizar los factores que inciden en la disminución de las exportaciones de t-shirt.

Este instrumento sirve para formular preguntas en base a la información recopilada en nuestras bases teóricas, analizar y comprender la opinión de los expertos entrevistados y de sus experiencias de manera objetiva que conlleven a conocer profundamente la realidad de las exportaciones de los t-shirt.

Este instrumento contiene las siguientes áreas de interés:

- Información general de la empresa y la del entrevistado.
- Información acerca de las variaciones del drawback y sus efectos en las exportaciones

- Información sobre los costos de flete.
- Información sobre los recursos (capacidad productiva) para la fabricación de los t-shirt.
- Información sobre diferenciación de nuestro producto para hacer frente a la competencia.
- Identificar qué factores inciden en la disminución de las exportaciones.

**Fiabilidad de la investigación:** Se solicitó permiso a las personas entrevistadas para realizar el estudio deseado y sea posible la captura de imágenes, audio y/o video, mediante el registro de las entrevistas.

**Validez de la investigación:** Se analizó mediante la guía de la entrevista no estructurada, la cual basa su contenido en los objetivos de la presente investigación.

**b) Revisión documental:**

Se recopiló la información, en base a la recomendación de los entrevistados, quienes nos proporcionaron información y páginas web para un mejor análisis y estudio de nuestra investigación.

Los criterios utilizados para las consultas son los siguientes:

- Revisión documental sobre la producción de algodón siendo la materia prima para la fabricación de t-shirt.
- Revisión documental del sector textil y su competitividad.
- Revisión de tarifas de flete para la exportación al mercado de Estados Unidos.

- Revisión documental del récord de exportaciones de t-shirt

**Fiabilidad de la investigación:** Se revisó información de páginas web como SUNAT, PROMPERU, SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS, SIICEX e investigaciones de fuentes confiables.

**Validez de contenido:** Se contrastó la información encontrada con la opinión de los empresarios y especialistas del rubro textil.

### **3.4. Procedimiento de la investigación**

La presente investigación se realizó a través del siguiente procedimiento:

#### **a) Entrevista a profundidad**

- Se estableció una lista de gremios y/o instituciones relacionadas con el tema a investigar.
- Se ingresó a las páginas web de estas instituciones y/o gremios empresariales de tal manera que podamos obtener a través de ese medio su número telefónico, correos y la dirección de donde se encuentre ubicado.
- Se envió correos a los especialistas explicándoles el motivo del mail, así como el tema de nuestra investigación, de manera que nos puedan brindar una entrevista.
- Posterior a ello, se procedió con el contacto a través de vía telefónica, asegurando que hayan recibido el correo enviado previamente y posterior a ello, pactar para la ejecución de la entrevista.
- Luego se procedió a realizar entrevistas en las fechas pactadas, empleando el

tiempo requerido para que se contesten todas las preguntas y se pueda recabar suficiente información.

- Las entrevistas fueron registradas a través de audios e imágenes y fotografías.

#### **Durante la entrevista:**

- Se evitó preguntas subjetivas y que generen respuestas de sí o no, ya que de lo contrario no se podría obtener la mayor información posible para su análisis.
- Se procedió con la explicación del tema de investigación para su mejor entendimiento al momento de la entrevista.
- La primera pregunta permitió conocer a la empresa con la finalidad de generar empatía y confianza en el entrevistado, posteriormente se realizó las preguntas acerca de los temas pertinentes.
- Se evitaron preguntas sesgadas, que señalan al entrevistado (a) lo que debe responder.

#### **Posterior a la entrevista:**

- Con la información recabada, se elaboró una base de datos registrada en un documento de Microsoft Word para proceder al compendio y análisis de la información.

#### **b) Revisión documental:**

- Se estableció los temas que se han de investigar.
- Se recogió información de instituciones como el comité textil.

- Se consiguió información electrónica de fuentes como SIICEX, PROMPERU, SUNAT, TRADEMAP.
- Se organizó información en función a su relevancia.
- Finalmente, se analizó y seleccionó la información que tenga relación directa con el tema de investigación.

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. Resultados de la investigación**

En el presente capítulo, se presentan los resultados obtenidos en el trabajo de campo a través del análisis de los gremios y/o instituciones especialistas en la industria textil, así como la revisión documentaria correspondiente a la investigación. Este análisis está basado en los factores que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt al mercado de Estados Unidos, cuya información fue obtenida mediante entrevistas no estructuradas a los especialistas.

Cabe recalcar que el instrumento que se empleó fueron las entrevistas a profundidad no estructuradas validadas a través de profesores especialistas, quienes se encargaron de afinar y corregir adecuadamente el instrumento con la finalidad de poder recabar la información requerida para la investigación.

A continuación, se muestra a través de organizadores los resultados obtenidos por cada uno de los objetivos planteados.

**OBJETIVO N°1. Identificar como la disminución del Drawback ha afectado en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.**

### **Causas y consecuencias de la variación progresiva de las tasas del Drawback**

Desde la creación del régimen aduanero con fines tributarios que fue en 1995 hasta junio del 2018, la tasa del drawback se ha mantenido constante en un 5 %, pero luego a causa de la burbuja inmobiliaria que trajo consigo una crisis financiera internacional, dio inicio a que el Ministerio de Economía y Finanzas proyectara la restitución arancelaria a un 8%, de manera que se incentiven las exportaciones no tradicionales. Otras de las causas, que hicieron que las variaciones sean progresivas, es el mal uso del Drawback, ya que se estuvieron estimulando exportaciones de productos “fantasmas”, para buscar la devolución de este porcentaje. Por otro lado, el Estado considera al drawback como un subsidio para el sector textil, ya que los montos que se devuelven son mayores a los aranceles pagados por los insumos importados para su uso en la producción de t-shirt.

Como medida para contrarrestar los sobrecostos de producción es que el drawback se ha considerado dentro de la estructura de costos para hacer frente a la competencia internacional, quienes compiten a menores precios.

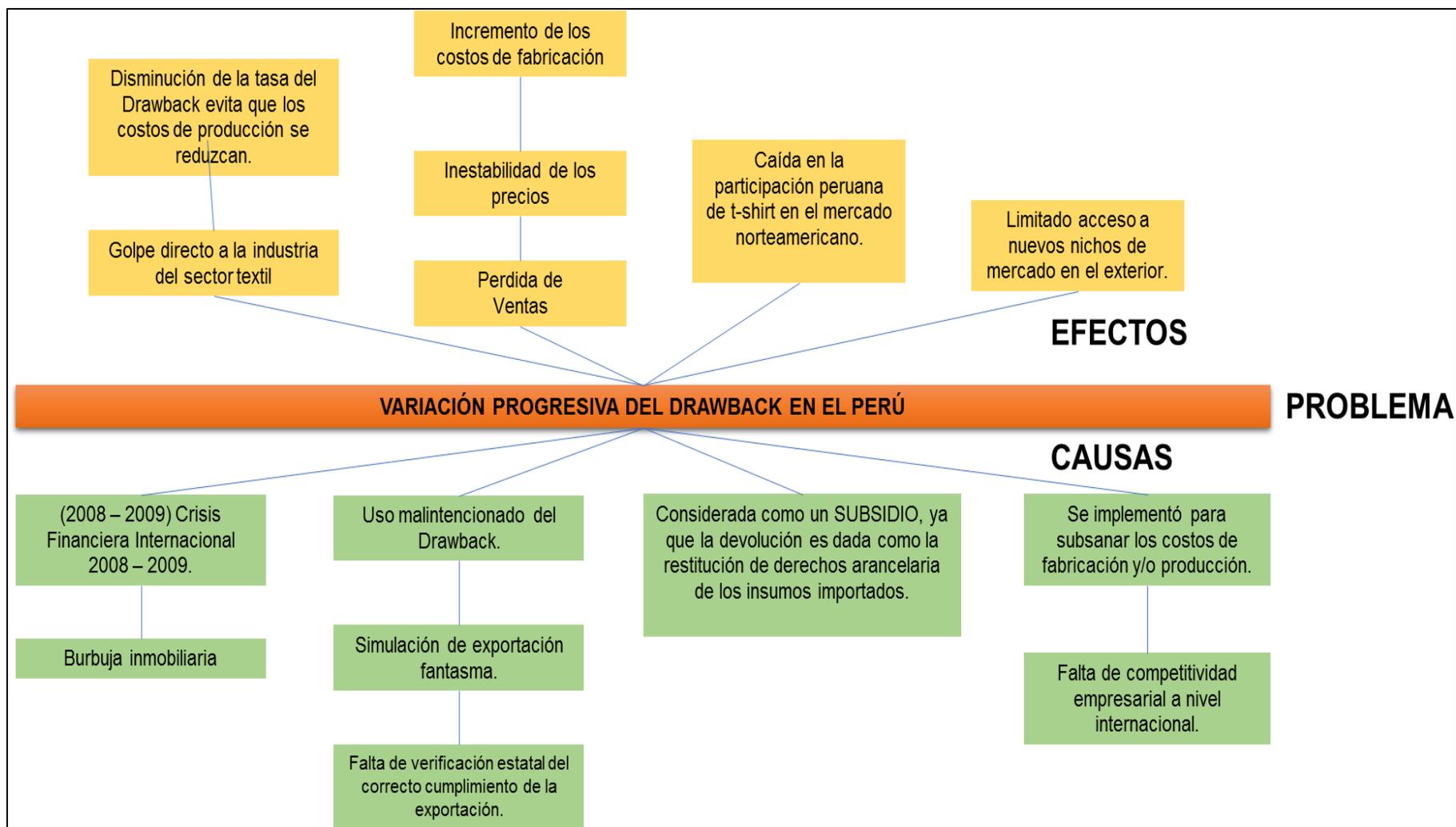


Figura N° 19: Árbol de problemas de las variaciones del Drawback  
Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas.

Los efectos de los cambios del drawback trae consigo consecuencias que han afectado a nuestro sector textil, es decir, sí la tasa tiende a bajar, esto producirá que nuestros costos de producción aumenten, y el precio de las prendas no sean competitivas a nivel internacional.

Asimismo, tenemos que dichos cambios afectan a las ventas ya que habrá una inestabilidad de precios por los costos de producción que no se han subsidiado y/o subvencionado.

El sector textil ha estado enfrentando la pérdida de la competitividad frente a los principales países que también exportan t-shirt y, por ende, está perdiendo mercado, no solo en el norteamericano, sino también en el brasilero, que son los principales destinos de nuestras exportaciones.

### Beneficios, perspectivas y viabilidad del drawback para las exportaciones

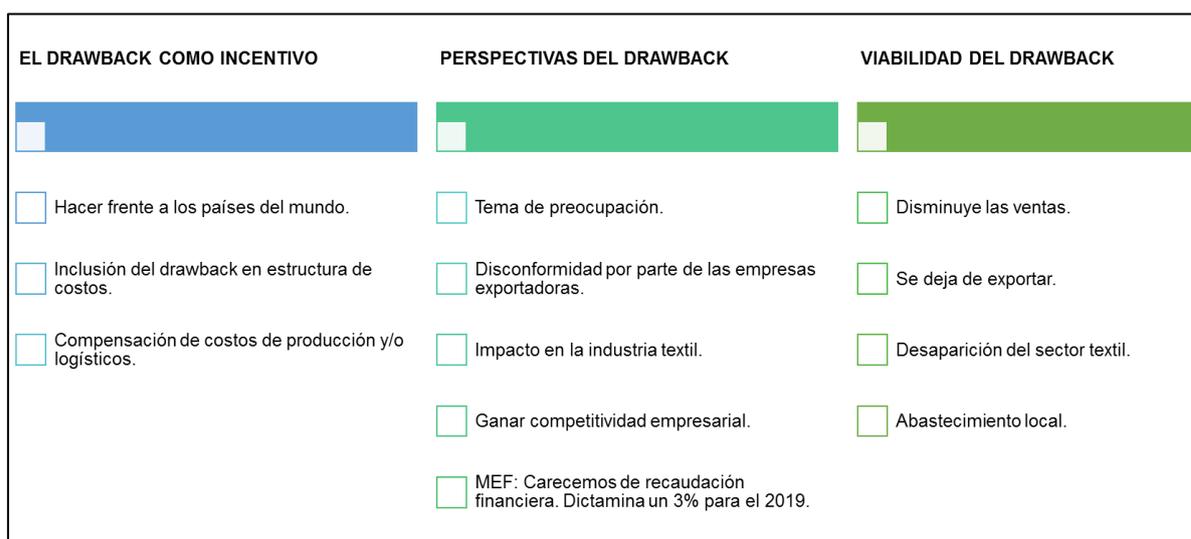


Figura N° 20: Drawback en las exportaciones t-shirt.  
Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas.

Según los resultados obtenidos, el drawback es considerado como un incentivo para las empresas exportadoras de t-shirt, ya que han colocado en su estructura de costos esta restitución de manera que se reduzca el precio final, y lograr tener mayor competitividad y participación en los mercados globales.

En la actualidad, para las empresas exportadoras de t-shirt, el drawback es tema de gran envergadura y preocupante por las constantes variaciones que han ido teniendo a través de los años, y hay una disconformidad por parte de los exportadores por que la industria textil está siendo golpeada, y más aun con la dictaminación que ha indicado el Ministerio de Economía y Finanzas para que el año 2019 tenga una tasa de 3%, y para los especialistas esta disminución va a impactar al sector en los últimos años, mientras ha tenido un pequeño aumento con la tasa de 4% estipuladas para el 2017 y 2018.

Como se muestra en el presente gráfico, la reducción prolongada de las tasas del drawback va a tener un impacto negativo porque se empieza a perder ventas, continuidad en la caída de las exportaciones, y, por consiguiente, las empresas del sector tenderán a abastecer solo el mercado local.

A continuación se muestra la correlación que hay entre la tasa del Drawback y el valor de las exportaciones peruanas de T-shirt en el periodo 2007 – 2016:

Tabla N° 17: Variaciones progresivas del Drawback frente a las exportaciones.

AÑOS	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Estados Unidos de América (USD)</b>	310,301.00	303,082.00	244,916.00	248,579.00	271,294.00	234,924.00	225,712.00	230,587.00	192,074.00	203,306.00
<b>% de Drawback</b>	5%	5%	8%	6.50%	5%	5%	5%	5%	4%	3%

Fuente: (TRADEMAP -Trade statistics for international business development, 2017) / (Oyarse, 2016). Elaboración propia.

En el siguiente gráfico, se muestra la influencia que ha tenido las variaciones progresivas del Drawback en las exportaciones de T-shirt.

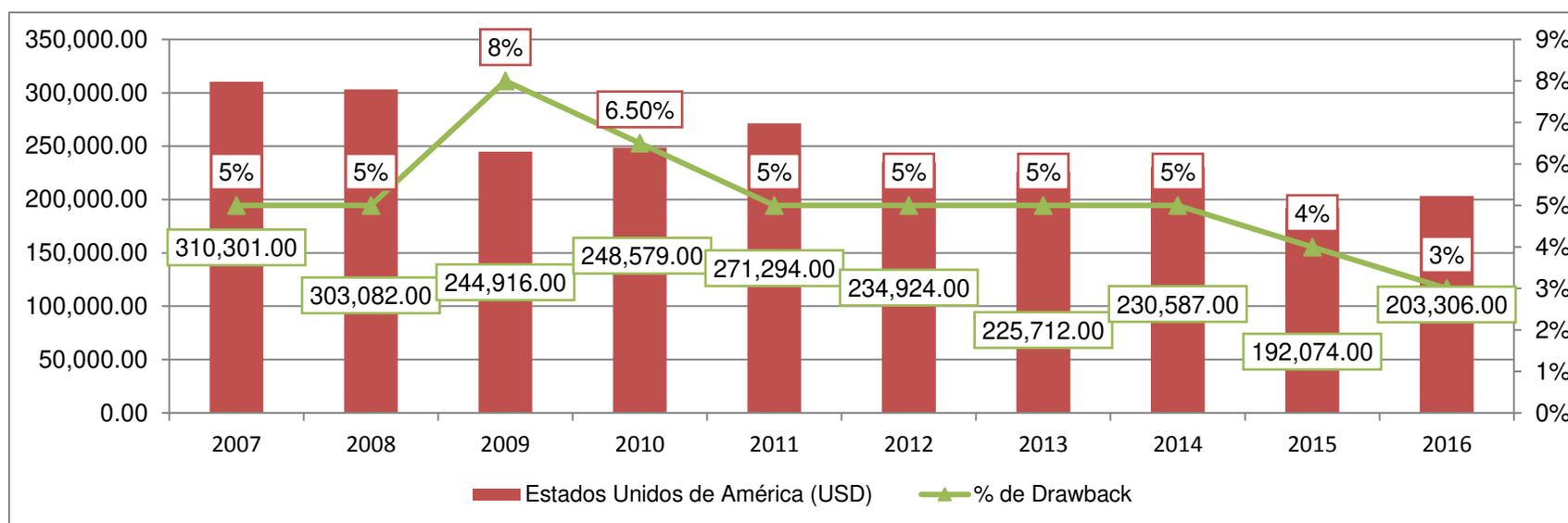


Figura N° 21: Variaciones progresivas del drawback frente a las exportaciones.

Fuente: (TRADEMAP -Trade statistics for international business development, 2017) / (Oyarse, 2016). Elaboración propia.

Por consiguiente, se mostrará la variación real de las exportaciones del sector textil, ya que como se puede apreciar a través de la presente tabla las variaciones de la tasa del drawback ha sido por años y en algunos casos por periodos, lo que hace que no se vea reflejado de manera detallada en el grafico anterior.

Tabla N° 18: Relación de las variaciones de la tasa del drawback y las exportaciones anuales.

<b>PAÍSES DE DESTINO</b>	<b>Años</b>	<b>Exportaciones anuales</b>	<b>% de drawback</b>	<b>Exportaciones por periodo</b>
<b>Año 2007</b>	2007	310,301.00	5%	310,301.00
<b>(Enero - Junio ) Año 2008</b>	2008	303,082.00	5%	163,050.00
<b>(Julio - Diciembre ) Año 2008</b>			8%	140,032.00
<b>Año 2009</b>	2009	244,916.00	8%	244,916.00
<b>(Enero - Junio) Año 2010</b>	2010	248,579.00	8%	126,602.00
<b>(Julio- Diciembre) Año 2010</b>			6.50%	121,977.00
<b>Año 2011</b>	2011	271,294.00	5%	271,294.00
<b>Año 2012</b>	2012	234,924.00	5%	234,924.00
<b>Año 2013</b>	2013	225,712.00	5%	225,712.00
<b>Año 2014</b>	2014	230,587.00	5%	230,587.00
<b>(Enero - Junio) Año 2015</b>	2015	192,074.00	4%	98,720.00
<b>(Julio- Diciembre) Año 2015</b>			3%	93,354.00
<b>(Enero - Octubre) Año 2016</b>	2016	203,306.00	3%	168,835.00
<b>(Noviembre - Diciembre) Año 2016</b>			4%	34,471.00

Fuente: (ADUANET) / (Oyarse, 2016). Elaboración propia.

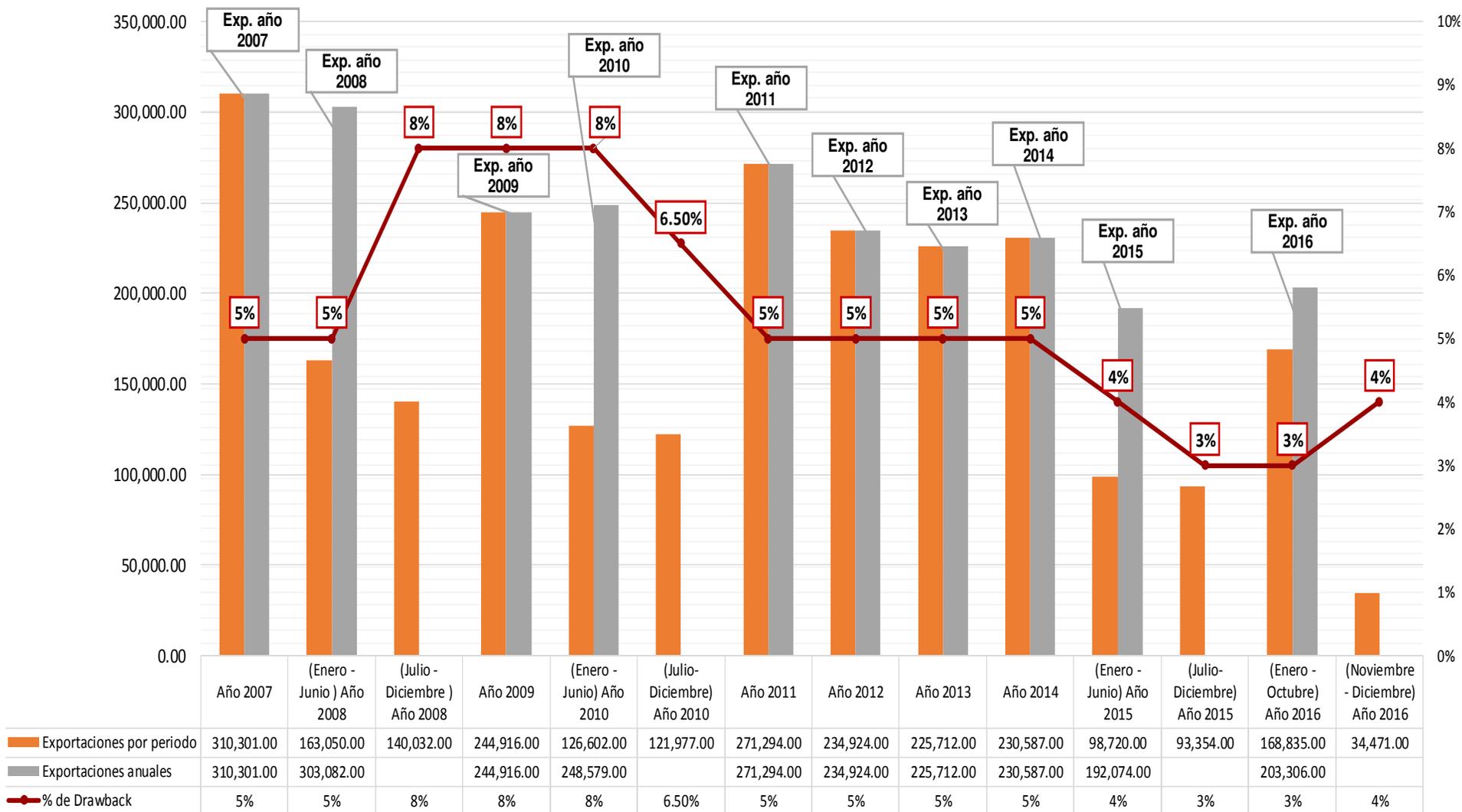


Figura N°22: Relación de las variaciones de la tasa del drawback y las exportaciones anuales.

Fuente: (ADUANET) / (Oyarse, 2016). Elaboración propia.

Como se puede apreciar en el año 2016, hubo un cambio significativo en las exportaciones respecto al año 2015, debido a que en el último trimestre el drawback varió de 3 a 4%

Además, podemos indicar que las fluctuaciones de las tasas del drawback han variado en la misma tendencia que han variado las exportaciones de t-shirt.

**OBJETIVO N°2: Identificar los factores del transporte internacional que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.**

### **Modos de transporte para la exportación de t-shirt a Estados Unidos**

Los entrevistados indicaron que el modo de transporte adecuado para la exportación de los t-shirt para Estados Unidos es el aéreo y marítimo. En el caso del aéreo, tenemos que las tendencias de moda han llevado que se cambie de manera constante los diseños, tal como el llamado “Fast Fashion”, que está orientado a modelos que se venden de manera muy rápida a un bajo costo. Si bien es cierto, el contar con un transporte aéreo, ayuda mucho a esta tendencia, pero tiene altos costos por el reducido tiempo para llegar a los mercados de destino. Los pedidos que realiza el mercado estadounidense son a través de fechas límites, por lo cual nuestras exportaciones tienen que llegar en los plazos acordados con el cliente.

En el caso marítimo, es usado para la exportación de grandes cantidades a un bajo costo, pero para ello, los empresarios exportadores de t-shirt deben de tener una buena planificación acorde a sus fechas de producción, ya que se puede perder varios

días por la demora en algunos de sus procesos de producción, pues al demorar en uno de ellos, optan por la exportación aérea al tener días perdidos.

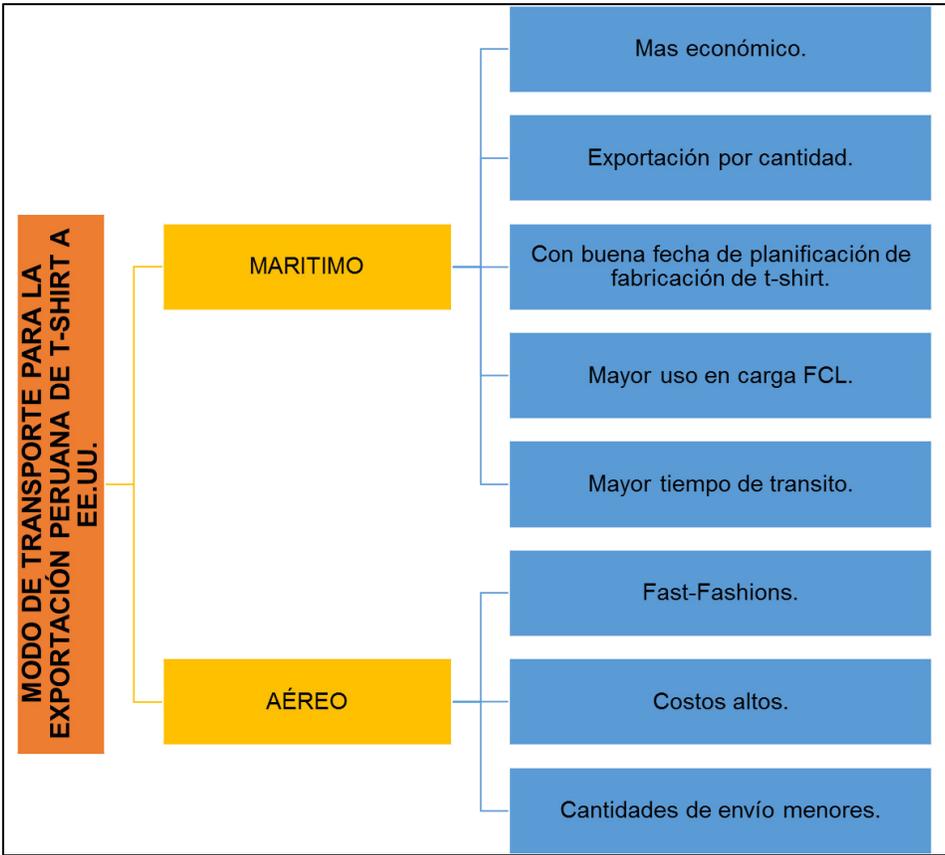


Figura N°23: Modos de transporte adecuados para exportación t-shirt a Estados Unidos  
Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas.

A través de la revisión documentaria, el grafico mostrado líneas abajo, complementa lo mencionado por los entrevistados, quienes expusieron que las exportaciones se están realizando en mayor proporción en modo aéreo. Las cifras durante los últimos 5 años muestran que la exportación marítima se ha mantenido constante, frente a la aérea, que ha crecido en los últimos años.

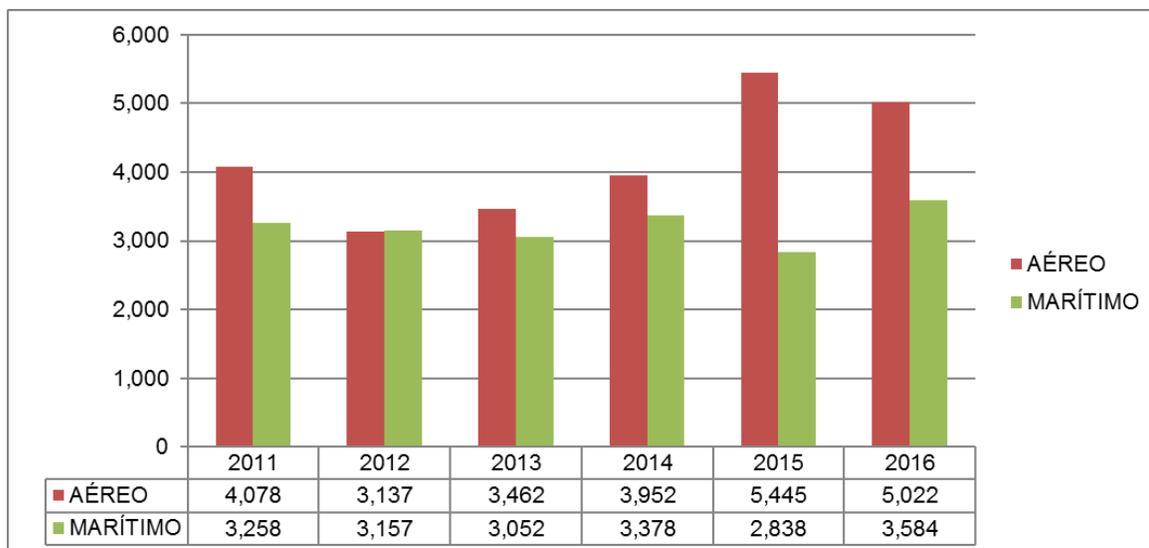


Figura N° 24: Exportaciones de t-shirt a Estados Unidos, según modo de transporte  
Fuente: Elaboración propia en base a revisión documentaria

Asimismo, tenemos que durante los últimos 5 años para llegar al mercado de Estados Unidos los principales modos de transporte utilizado han sido el marítimo y aéreo, diferenciándose en un 14%.

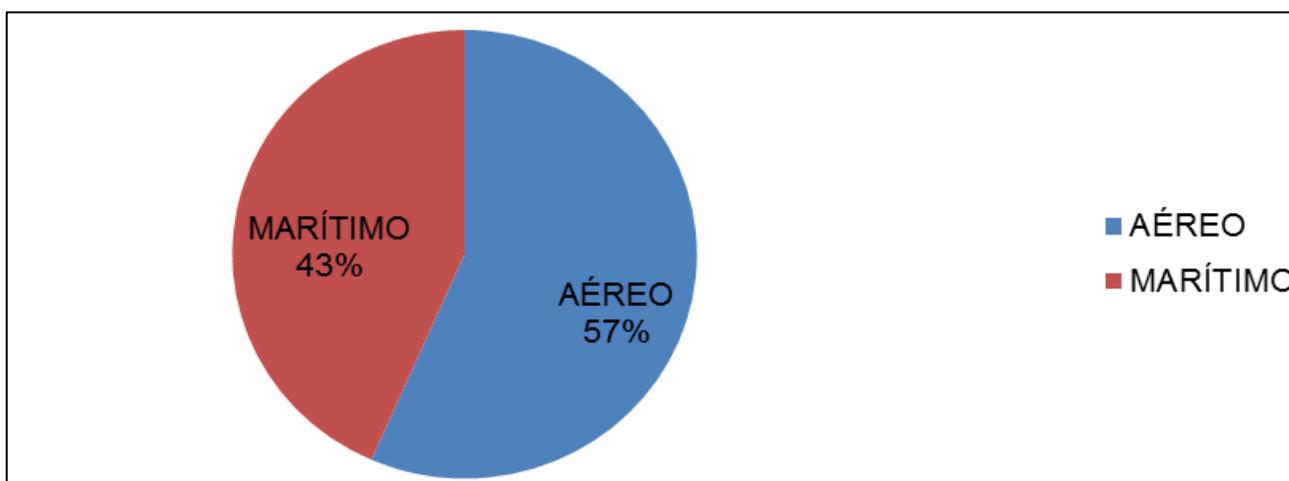


Figura N° 25: Modos de transporte (2011-2016).  
Fuente: Elaboración propia en base a revisión documentaria

## Principales ciudades importadoras en Estados Unidos

Los especialistas indicaron que los principales destinos de nuestras exportaciones en el mercado estadounidense son principalmente Miami y New York, y los mercados a los que se está tratando de ingresar más aún son Los Ángeles y California.



Figura N° 26: Ciudades importadoras en Estados Unidos  
Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas.

Asimismo, a través de la revisión documentaria tenemos que los principales aeropuertos de destino de las exportaciones de t-shirt es principalmente Miami, con un 38% de destino, seguido de New York con un 25%, y Los Ángeles con un 9%.

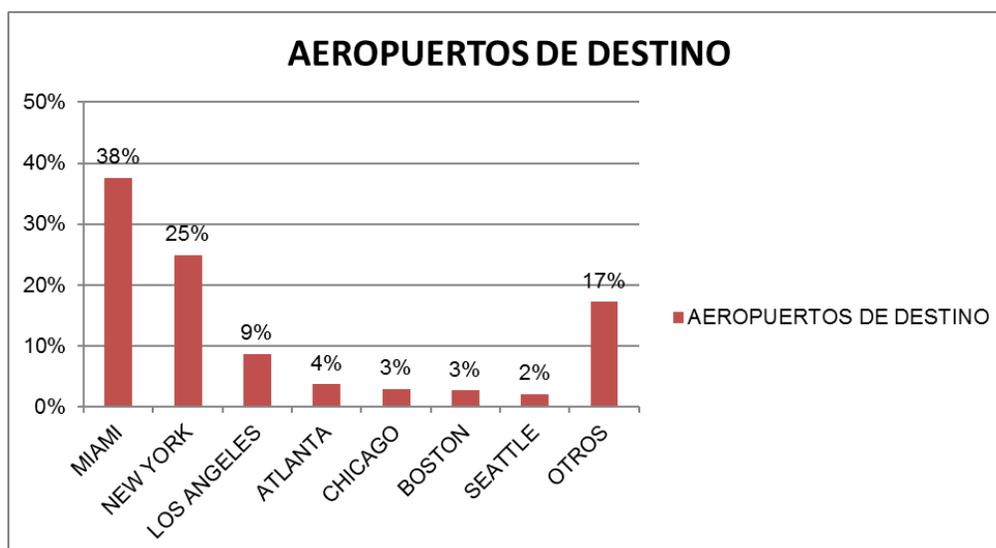


Figura N° 27: Aeropuertos de Destino en Estados Unidos de exportación t-shirt  
Fuente: Elaboración propia en base a revisión documentaria y a las entrevistas.

En el caso de los puertos de destino de nuestras exportaciones son New York y Miami con el 45% y 25% respectivamente de nuestras operaciones. Seguido del puerto ubicado en New Jersey con un 5% de participación y Los Ángeles con 4%.

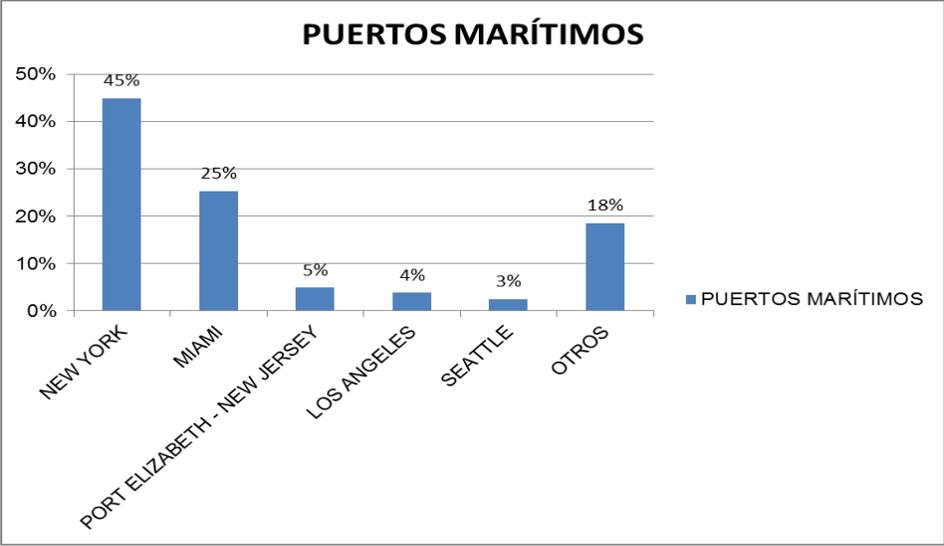


Figura N° 28: Puertos de Destino en Estados Unidos de exportación t-shirt  
Fuente: Elaboración propia en base a revisión documentaria y a las entrevistas.

**Efectos de la ubicación geográfica frente a los competidores**

Los resultados recopilados a través de los entrevistados fue que la ubicación geográfica es un principal factor que afecta en los costos de flete internacional y, por ende, en los costos de exportación. En el caso de los países asiáticos, Perú representa una gran ventaja competitiva, al contar con una ubicación privilegiada, sin embargo frente a los países centroamericanos posee una desventaja, ya que se encuentran mucho más cerca a los Estados Unidos. Cabe resaltar que el gobierno central de China, subsidia los costos de flete internacional, según lo informado por la Ingeniera Yolanda Bonilla del Comité que a pesar de tener costos logísticos altos, estos son compensados.



Figura N° 29: Ubicación geográfica para la exportación  
Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas.

### **Característica de los Fletes Logísticos**

Durante el proceso de cotización de fletes logísticos para la exportación es importante señalar que implica costos que van a depender del Incoterm establecido en el contrato internacional y de los costos que se asuma como: los costos de transporte local, flete, recargos y aduanas. Por otro lado, los especialistas mencionaron que un factor importante que incide en los costos logísticos está relacionado con la cantidad de pedido que haga Estados Unidos, porque a mayor pedido mayor movilización de carga, ayudando a la obtención de fletes competitivos con las aerolíneas y navieras.



Figura N° 30: Características de los fletes logísticos.  
 Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas.

**OBJETIVO N°3: Identificar como la disponibilidad y el costo de los principales recursos afecta la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.**

La información brindada por los especialistas para nuestro tercer objetivo que va relacionado con la disponibilidad de recursos, ha sido organizada de la siguiente manera:

**Diferencias entre la mano de obra peruana y de los competidores de t-shirt**

Los entrevistados resaltaron que el Perú cuenta con un costo de mano de obra mucho mayor frente a los principales proveedores de t-shirt de Estados Unidos, puesto que aún nos falta tener trabajadores capacitados y/o especializados al momento de ingresar a los talleres de fabricación de las prendas, ya que estos puedan ser más ágiles y no permitir tener tiempos muertos que causan demoras.

Asimismo, la Asesora Técnica, Yolanda Bonilla, resaltó que nuestra mano de obra es eventual, ya que tenemos el Decreto Legislativo N° 22342, que fue creado finalidad de promover las exportaciones de productos manufactureros y además que la eventualidad se realiza por las temporadas en la que son solicitados en grandes volúmenes los pedidos. Otro factor de la eventualidad es que los trabajadores siempre están a la búsqueda de un mejor salario.

Otro elemento importante relacionado a los costos de mano de obra peruana es el contar con una regularización laboral más estricta, que implica salarios formales, cuyo mínimo recientemente establecido es de 930.00 soles frente a China, cuyo salario mínimo es de 200.00 dólares.

Con relación a los países que exportan los t-shirt a Estados Unidos, los especialistas precisaron que la mano de obra de nuestros competidores es permanente y con mayor capacitación, como es el caso de Honduras que están mayor entrenados en la fabricación de prendas. Si bien es cierto, Estados Unidos es el mercado que demanda t-shirt al Perú, pero esto se debe a que cuentan con una mano de obra mucho más cara, haciendo que tercericen los productos desde Centroamérica.

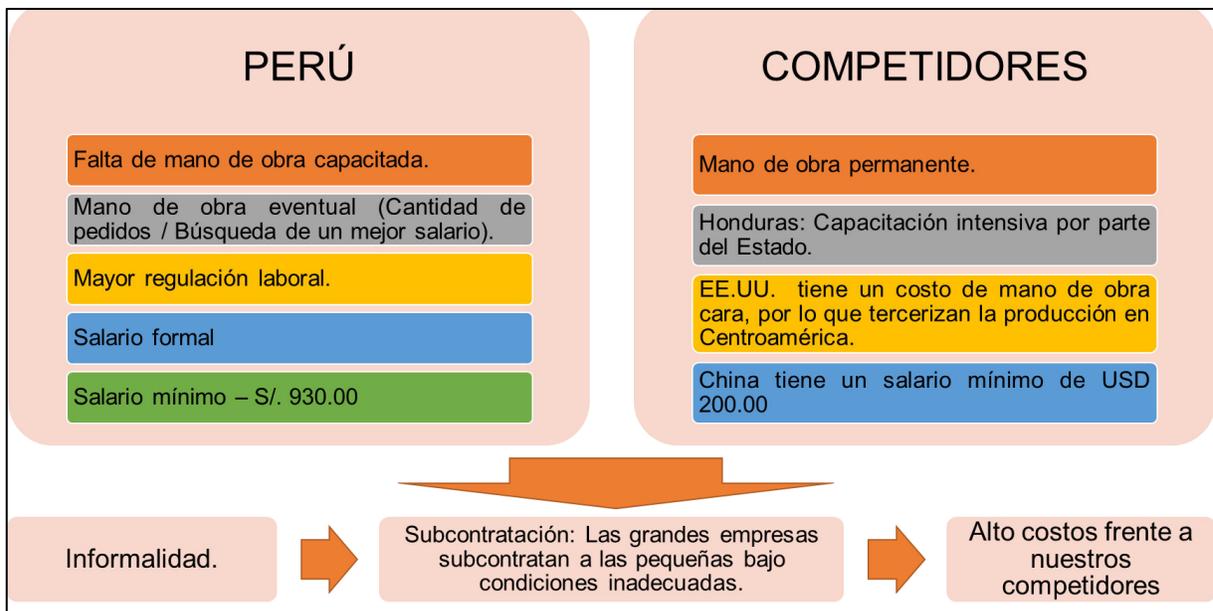


Figura N° 31: Mano de Obra Peruana vs. Competidores.  
Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas.

Las diferencias que el Perú ha tenido que afrontar con los principales competidores de t-shirt son: la informalidad laboral, es decir, personas que están trabajando sin que el Estado lo sepa, la subcontratación que realizan las grandes empresas a las pequeñas en condiciones inadecuadas y sin que estas personas estén en planilla. Finalmente, es importante resaltar que estas diferencias han traído consigo costos más altos frente a nuestros competidores y por ende nuestra demanda internacional de exportación de t-shirt disminuya.

### Regiones de producción del Algodón

Los entrevistados expusieron que los principales departamentos de producción de Algodón son en el norte de país en Chiclayo con el Pima, en la costa central, Lima con producción de algodón Tangüis y al Sur en Ica.



Figura N° 32: Departamentos de producción de algodón  
Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas.

A través del presente gráfico podemos destacar que durante los últimos 10 años los departamentos donde los agricultores han estado produciendo el algodón son Ica (durante los últimos 10 años el porcentaje que representa es de 51% del total producido), seguido de Lima con un 14.17%, Lambayeque con un 11.19% y Piura con un 9.98 y en las regiones con menos producción son Ancash, La Libertad y San Martín.

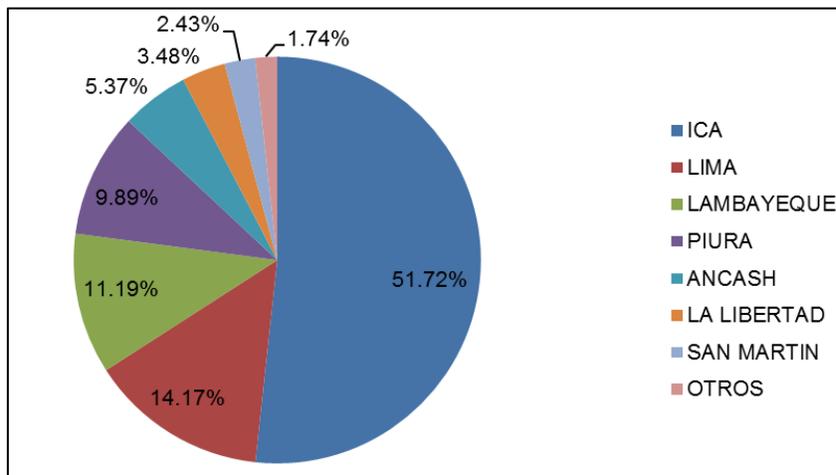


Figura N° 33: Productores de Algodón (2007-2016)  
Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas y revisión documentaria.

Las cifras de producción del algodón por cada uno de los años desde el periodo 2007 al 2016, las podemos observar a través de la presente tabla en la que se indica que Ica siempre ha sido el mayor productor de algodón en el transcurrir de los años.

Tabla N° 19: Producción de algodón por departamentos (2007-2016)

<b>Años</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>TOTAL POR DEPARTAMENTO</b>
<b>ANCASH</b>	17,012.00	8,893.00	6,416.00	1,696.00	4,466.00	9,286.00	6,029.00	4,219.00	2,618.00	1,484.00	62,119.00
<b>AREQUIPA</b>	1,776.00	1,910.00	1,580.00	996.00	1,326.00	1,920.00	406.00	616.00	252.00	680.00	11,462.00
<b>AYACUCHO</b>	2.00	2.00	2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	6.00
<b>CAJAMARCA</b>	63.00	37.00	24.00	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	144.00
<b>HUANUCO</b>	823.00	359.00	241.00	120.00	72.00	60.00	66.00	35.00	35.00	38.00	1,849.00
<b>ICA</b>	87,865.00	84,769.00	55,553.00	42,309.00	67,028.00	67,355.00	56,390.00	60,951.00	44,485.00	31,211.00	597,916.00
<b>LA LIBERTAD</b>	4,368.00	3,283.00	107.00	3,916.00	8,629.00	5,902.00	5,377.00	5,816.00	2,680.00	167.00	40,245.00
<b>LAMBAYEQUE</b>	29,661.00	23,724.00	12,251.00	4,024.00	17,253.00	13,954.00	4,086.00	6,500.00	11,671.00	6,300.00	129,424.00
<b>LIMA</b>	21,372.00	16,372.00	6,797.00	3,311.00	6,842.00	4,761.00	3,323.00	93,611.00	3,447.00	4,040.00	163,876.00
<b>PASCO</b>	20.00	34.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	54.00
<b>PIURA</b>	40,369.00	21,974.00	9,057.00	5,032.00	11,946.00	5,482.00	4,784.00	9,951.00	4,577.00	1,197.00	114,369.00
<b>SAN MARTIN</b>	7,600.00	5,380.00	3,753.00	2,137.00	4,338.00	2,057.00	1,741.00	662.00	286.00	113.00	28,067.00
<b>UCAYALI</b>	4,508.00	660.00	187.00	197.00	147.00	178.00	422.00	102.00	101.00	128.00	6,630.00
<b>TOTAL POR AÑOS</b>	215,439.00	167,397.00	95,968.00	63,758.00	122,047.00	110,955.00	82,624.00	182,463.00	70,152.00	45,358.00	1,156,161.00

Fuente: Elaboración propia en base a revisión documentaria

La tendencia en producción de algodón total en los últimos 10 años ha ido disminuyendo como se puede apreciar a través del presente gráfico estadístico mostrado líneas abajo, en la que se indica que la menor producción de algodón ha sido en el 2016 con un 3.92% del total y en el año 2007 ha sido la mayor cantidad producción con un 18.63%.

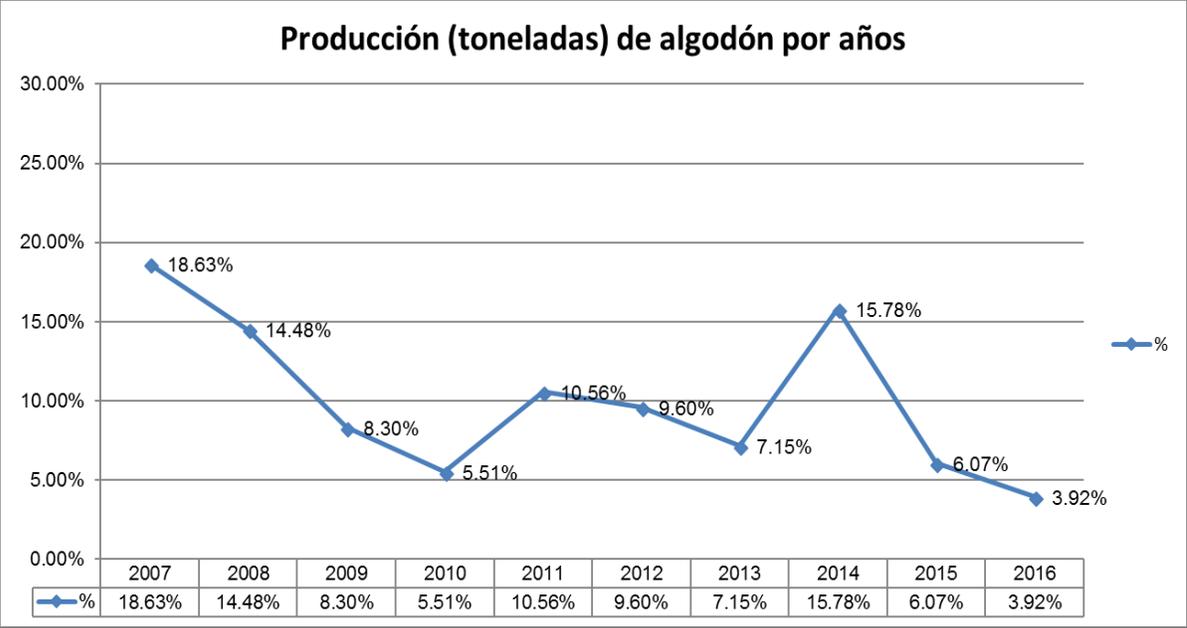


Figura N° 34: Tendencia de producción de algodón (2007-2016).  
Fuente: Elaboración propia en base a revisión documentaria.

**Efectos de la insuficiente capacidad productiva**

Los efectos que ha traído consigo la insuficiente capacidad productiva para hacer frente a la demanda internacional, es debido a los siguientes elementos:

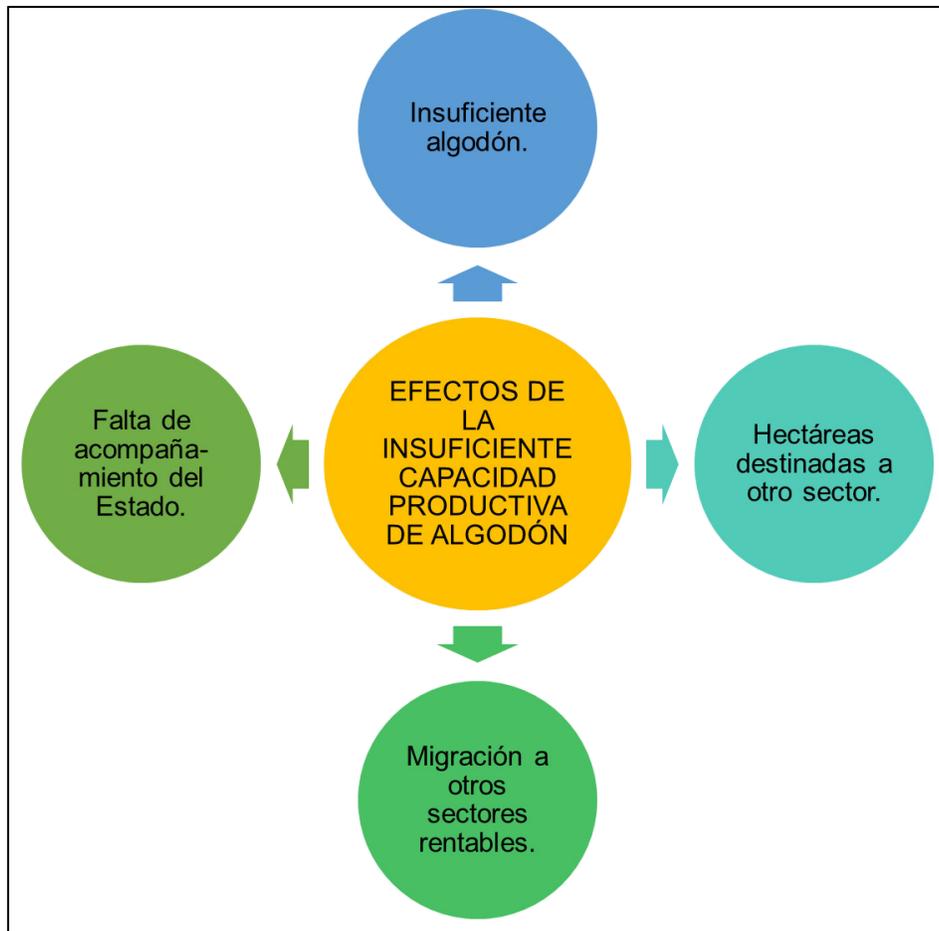


Figura N° 35: Insuficiente capacidad productiva  
 Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas.

El Perú se ha vuelto insuficiente para atender la demanda nacional e internacional de algodón, por lo cual los agricultores han desplegado su cosecha a otros sectores agrícolas que le puedan brindar mayor rentabilidad. Este hecho se ha debido a que hay una falta de acompañamiento del Estado para menguar la falta de producción del algodón (pima y tangüis).

Tabla N° 20: Superficie cosechada de algodón (2007-2016)

Años	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL POR DEPARTAMENTO
<b>ANCASH</b>	5,543.00	2,899.00	1,706.00	477.00	1,505.00	3,120.00	1,892.00	1,110.00	895.00	518.00	19,665.00
<b>AREQUIPA</b>	624.00	700.00	556.00	332.00	377.00	470.00	145.00	179.00	64.00	107.00	3,554.00
<b>AYACUCHO</b>	2.00	2.00	2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	6.00
<b>CAJAMARCA</b>	44.00	24.00	23.00	19.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	110.00
<b>HUANUCO</b>	1,253.00	566.00	395.00	164.00	136.00	72.00	78.00	61.00	61.00	65.00	2,851.00
<b>ICA</b>	35,300.00	33,193.00	23,120.00	19,228.00	24,353.00	29,169.00	22,711.00	21,463.00	17,226.00	12,377.00	238,140.00
<b>LA LIBERTAD</b>	879.00	942.00	70.00	969.00	1,464.00	1,360.00	900.00	985.00	554.00	36.00	8,159.00
<b>LAMBAYEQUE</b>	10,498.00	12,154.00	4,904.00	1,206.00	5,579.00	6,189.00	1,419.00	2,110.00	4,355.00	3,133.00	51,547.00
<b>LIMA</b>	7,247.00	5,710.00	2,294.00	1,115.00	2,433.00	1,557.00	1,124.00	1,324.00	1,104.00	1,296.00	25,204.00
<b>PASCO</b>	20.00	34.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	54.00
<b>PIURA</b>	16,271.00	9,132.00	3,395.00	2,396.00	5,959.00	6,603.00	1,284.00	3,586.00	2,316.00	373.00	51,315.00
<b>SAN MARTIN</b>	6,147.00	4,427.00	3,977.00	1,840.00	3,835.00	1,938.00	1,455.00	564.00	280.00	105.00	24,568.00
<b>UCAYALI</b>	5,600.00	724.00	198.00	217.00	170.00	208.00	383.00	68.00	73.00	89.00	7,730.00
<b>TOTAL POR AÑOS</b>	89,428.00	70,507.00	40,640.00	27,963.00	45,811.00	50,686.00	31,391.00	31,450.00	26,928.00	18,099.00	432,903.00

Fuente: Elaboración propia en base a revisión documentaria.

En la presente tabla, podemos observar que los principales departamentos donde se cosecha algodón por toneladas son Ica, Lambayeque y Piura, en la cual Ica siempre ha destacado durante los últimos 10 años en mayor superficie cosechada y producción.

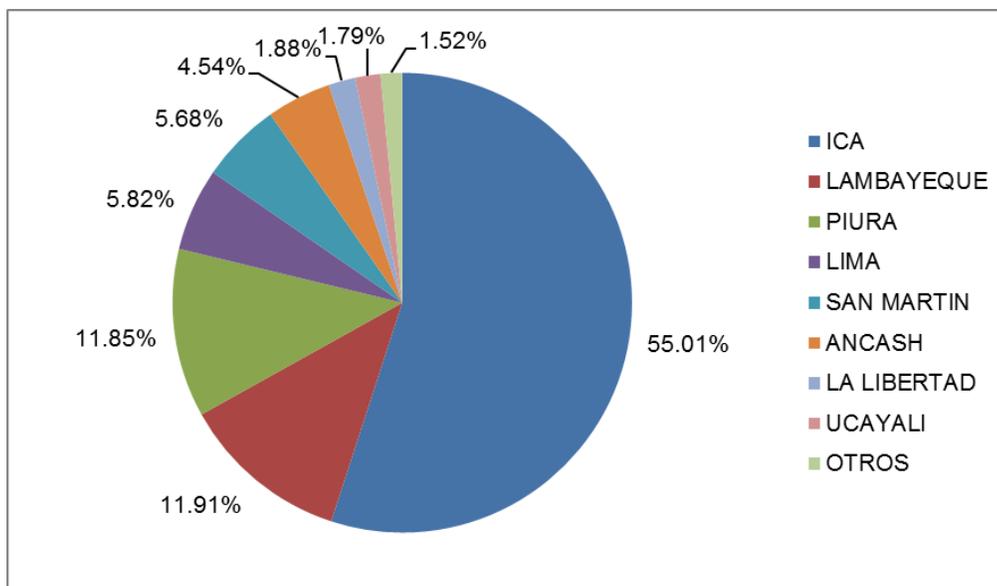


Figura N° 36: Cosecha Nacional del algodón (2007-2016)  
Fuente: Elaboración propia en base a revisión documentaria.

Para una mayor explicación de los contenidos líneas arriba, es que a través del presente grafico podemos destacar que Ica ha cosechado en los últimos 10 años el 55.01% de total la cosecha nacional.

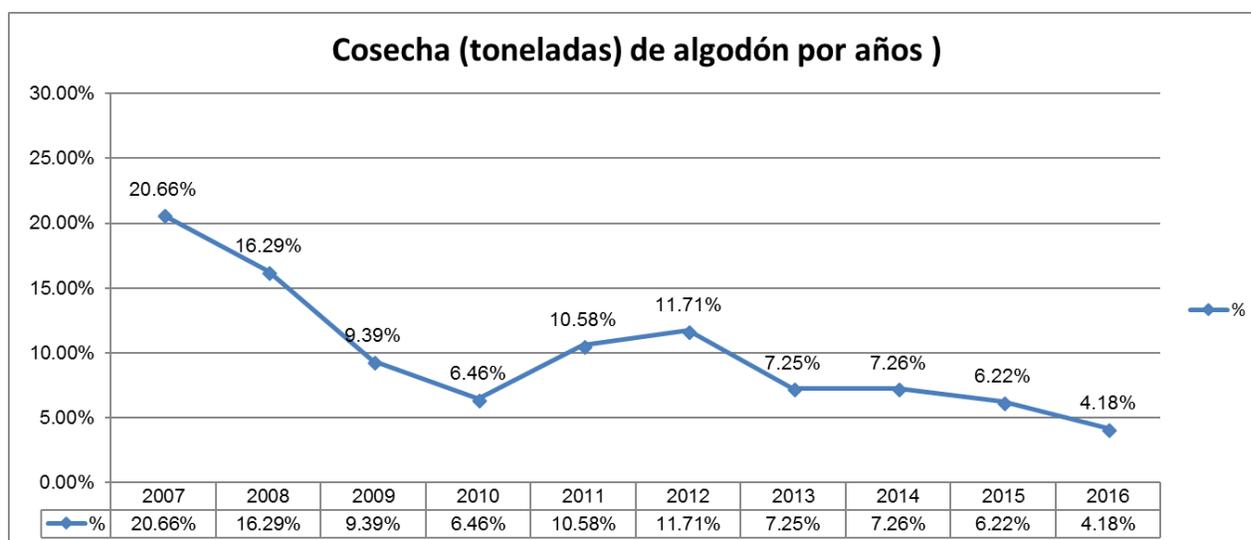


Figura N° 37: Tendencia de cosecha por años (2007-2016)  
Fuente: Elaboración propia en base a revisión documentaria.

Las tendencias de la cosecha de algodón peruana en los últimos 10 años ha ido disminuyendo como se puede apreciar a través del presente gráfico estadístico, en la que se indica que la menor cosecha de algodón ha sido en el 2016 con un 4.18% del total y en el año 2007 ha sido la mayor cantidad producción con un 20.66%. Asimismo, podemos visualizar que desde el 2007 al 2010 tendió a bajar por las malas prácticas y falta de apoyo en la investigación y formalización en el cultivo, pero en el 2011 y 2012, tuvo una tendencia positiva por la promoción por parte del MINAGRI sobre una campaña de financiamiento para maximizar la siembra de algodón peruana principalmente en Piura, de manera que se erradique su reducción.

### **Características tecnológicas de la exportación de t-shirt**

Los especialistas mencionaron que al Perú en el aspecto tecnológico aún le falta desarrollar, puesto que las empresas exportadoras de t-shirt aun cuentan con maquinaria antigua, lo cual les genera una mayor demanda laboral y mayor tiempo de producción, en consecuencia realizan subcontrataciones a empresas más pequeñas.

Cabe resaltar que si los fabricantes de prendas de vestir cuentan con maquinarias grandes éstas les van ser rentables siempre y cuando manejen producciones grandes, caso contrario al contar con pedidos de menor cantidad los llevara a que no sea muy rentable, ya que les generaría sobrecostos.



Figura N° 38: Características tecnológicas.  
 Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas.

Si bien es cierto, al Perú le falta mayor modernización en equipamientos, ante ello, se está promoviendo innovar en tecnología para reducir costos; tenemos el caso de Gamarra que está promoviendo un Centro de Investigación Tecnológica, que permita hacer frente a la competencia, como China e India que cuentan con tecnología desarrollada.

**Influencia de los recursos en la estructura de costos de producción de t-shirt exportable a EE.UU.**

En las presentes tablas, podemos apreciar la estructura de costos para la producción peruana de un t-shirt básico exportable a Estados Unidos:

Tabla N° 21: Costeo de producción marítimo

COSTEO MARÍTIMO		UNIDAD	MONE DA	PRECIO UNITARIO	MERMA	DESPERDIC IO	CONSUMO NETO	CONSUMO TOTAL	COSTO DE MATERIALES	ANÁLISIS	ANALISIS %	
<b>COSTO DE MATERIALES DIRECTOS</b>										<b>MATERIA PRIMA</b>	57%	
1	Tela jersey algodón pima 20/1	Kg.	S/.	28.00	0.0046	0.0115	0.23	0.246	6.89	<b>2.10</b>		
2	Botones	unidad	S/.	0.10			3	3.000	0.30	<b>OTROS INSUMOS</b>	9%	
3	Pelón para pechera	prenda	S/.	0.02			1	1.000	0.02	<b>0.32</b>		
4	Hilo de coser	prenda	S/.	0.05			1	1.000	0.05			
5	Etiqueta de talla y marca	unidad	S/.	0.10			1	1.000	0.10			
6	Etiqueta de cuidado	unidad	S/.	0.05			1	1.000	0.05			
7	Cinta twill de refuerzo del cuello	prenda	S/.	0.02			1	1.000	0.02			
8	Cuello tejido	unidad	S/.	0.50			1	1.000	0.50			
<b>COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA</b>											<b>MANO DE OBRA</b>	13%
	Mano de obra (S/. X min.)	22 minutos	S/.	0.072					1.58	<b>0.48</b>		
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>										<b>OTROS COSTOS</b>	15%	
	Taller (Electricidad, agua, otros)	22 minutos	S/.	0.082					1.80	<b>0.55</b>		
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL (EXW)</b>										<b>11.32</b>		
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL (EXW)</b>										<b>USD</b>		
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL (EXW)</b>										<b>3.44</b>	<b>FLETE AEREO INTERNACIONAL</b>	10%
	Flete marítimo LCL y recargos en origen	prenda	USD						0.35	<b>0.35</b>		
<b>DRAWBACK</b>										<b>DRAWBACK</b>	4%	
	tasa del Drawback		%	4.00					0.14	<b>0.14</b>		
<b>COSTO TOTAL DE EXPORTACIÓN TOTAL (CFR)</b>										<b>USD</b>		
<b>COSTO TOTAL DE EXPORTACIÓN TOTAL (CFR)</b>										<b>3.65</b>	<b>3.65</b>	100%

\* Tipo de Cambio - BCRP: 1 USD = 3,2890 PEN

Fuente: (Ministerio de Economía y Finanzas, 2016). Elaboración propia.

Tabla N° 22: Costeo de producción aéreo

	COSTEO AÉREO	UNIDAD	MONEDA	PRECIO UNITARIO	MERMA	DESPERDICIO	CONSUMO NETO	CONSUMO TOTAL	COSTO DE MATERIALES	ANÁLISIS	ANÁLISIS %
<b>COSTO DE MATERIALES DIRECTOS</b>										<b>MATERIA PRIMA</b>	55%
1	Tela jersey algodón pima 20/1	Kg.	S/.	28.00	0.0046	0.0115	0.23	0.246	6.89	<b>2.10</b>	
2	Botones	unidad	S/.	0.10			3	3.000	0.30	<b>OTROS INSUMOS</b>	8%
3	Pelón para pechera	prenda	S/.	0.02			1	1.000	0.02		
4	Hilo de coser	prenda	S/.	0.05			1	1.000	0.05		
5	Etiqueta de talla y marca	unidad	S/.	0.10			1	1.000	0.10		
6	Etiqueta de cuidado	unidad	S/.	0.05			1	1.000	0.05		
7	Cinta twill de refuerzo del cuello	prenda	S/.	0.02			1	1.000	0.02		
8	Cuello tejido	unidad	S/.	0.50			1	1.000	0.50		
<b>COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA</b>										<b>MANO DE OBRA</b>	13%
	Mano de obra (S/. X min.)	22 minutos	S/.	0.072					1.58	<b>0.48</b>	
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>										<b>OTROS COSTOS</b>	14%
	Taller (Electricidad, agua, otros)	22 minutos	S/.	0.082					1.80	<b>0.55</b>	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL (EXW)</b>			S/.						<b>11.32</b>		
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL (EXW)</b>			USD						<b>3.44</b>	<b>FLETE AEREO INTERNACIONAL</b>	13%
	Flete aéreo y recargos en origen	prenda	USD						0.50	<b>0.50</b>	
<b>DRAWBACK</b>										<b>DRAWBACK</b>	4%
	tasa del Drawback		%	4.00				0.14	<b>0.14</b>		
<b>COSTO TOTAL DE EXPORTACIÓN TOTAL (CFR)</b>			USD						<b>3.80</b>	<b>3.80</b>	100%
* Tipo de Cambio - BCRP: 1 USD = 3,2890 PEN											

Fuente: (Ministerio de Economía y Finanzas, 2016). Elaboración propia.

Hemos realizado una estructura de costos de producción de una unidad de t-shirt (polo cuello camisa para damas y varones) exportable a Estados Unidos con la finalidad de visualizar la influencia de los costos como la materia prima, mano de obra, flete internacional aéreo y marítimo, y el drawback.

Es importante mencionar, cada costo de producción puede fluctuar dependiendo de una serie de factores, principalmente por la cantidad de prendas a producirse a mediana o gran escala dependiendo de la demanda de su cliente final. Otros de los factores, y no menos importantes son el tipo de algodón a emplearse, número de empleados, maquinarias, modelo de prenda, tipo de punto, entre otros.

Como podemos visualizar en la tabla líneas arriba, el costo de la materia prima a utilizarse en la confección representa un 55% del costo total de producción unitaria, seguido de los costos indirectos o fijos como la electricidad, agua, mantenimiento de la maquinaria, alquileres de planta o almacén con un impacto del 15%, mayor a los costos de mano de obra unitaria.

Por otro lado, los costos de exportación representan un 10%, por lo que no sería un obstáculo para llevar a cabo la exportación, y enfocarse en el abastecimiento del mercado nacional.

Obtuvimos un enfoque diferente respecto a nuestros costos locales de producción frente a China, Vietnam e India como principales proveedores de t-shirt a EE.UU., ejemplificándonos que un t-shirt producido en Vietnam cuesta USD 6.00 mientras que el peruano es de USD 10.00, siendo nuestro costo unitario mayor en un 67%, pero

esto se verá reducido en un 30% gracias a la liberación de aranceles al gozar de nuestro TLC con EE.UU. Esto sería realmente lo que marcaría la diferencia reflejada en nuestras exportaciones (Donaldson, 2014).

**OBJETIVO N°4: Determinar las deficiencias respecto a la calidad y variedad de la oferta exportable de t-shirt que afectan la disminución de las exportaciones peruanas hacia el mercado de Estados Unidos.**

**Calidad y Variedad demandada por Estados Unidos**

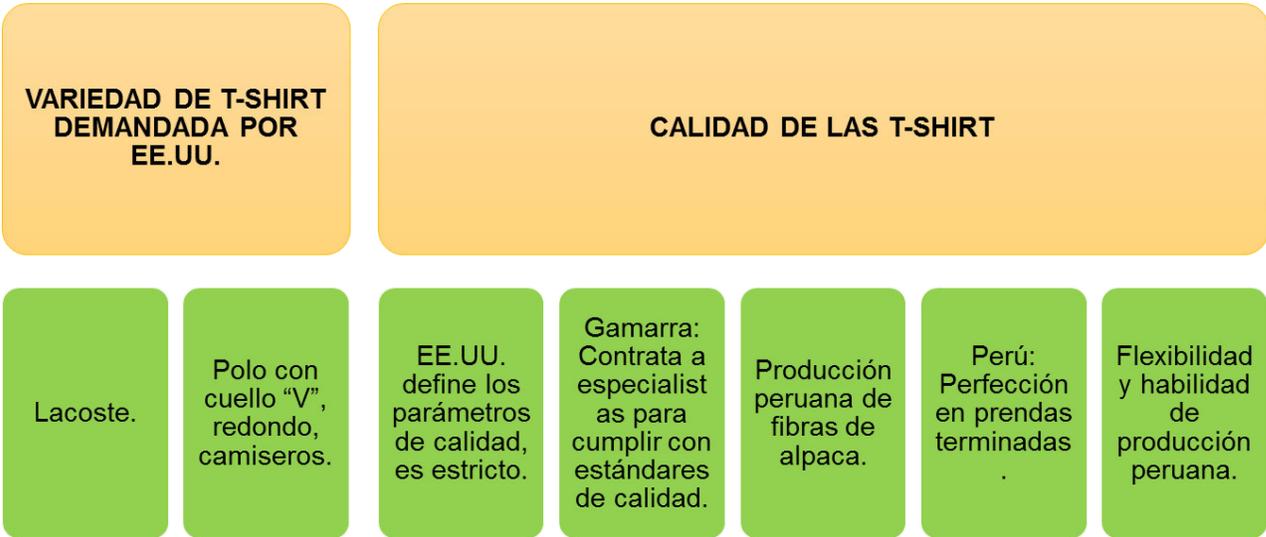


Figura N° 39: Calidad y variedad t-shirt  
Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas.

Las variedades de t-shirt más demandadas por Estados Unidos son los polos con cuello en "V", cuello redondo y cuello camiseros (marca Lacoste).

La calidad de t-shirt peruana es muy aceptada por el mercado norteamericano, por el tipo de algodón que poseen nuestros productos y por el cumplimiento de los

parámetros de calidad dados por ellos. Cabe precisar, su principal requisito de origen es exportar solo prendas hechas por algodón peruano y/o americano, siendo esta la principal desventaja para impulsar nuestras exportaciones. Es por ello que en consecuencia, al tener presente un parámetro de calidad exigente, tendemos a contratar un especialista, para que nuestra exportación sea viable.

**Marca y Diseño demandado por Estados Unidos**

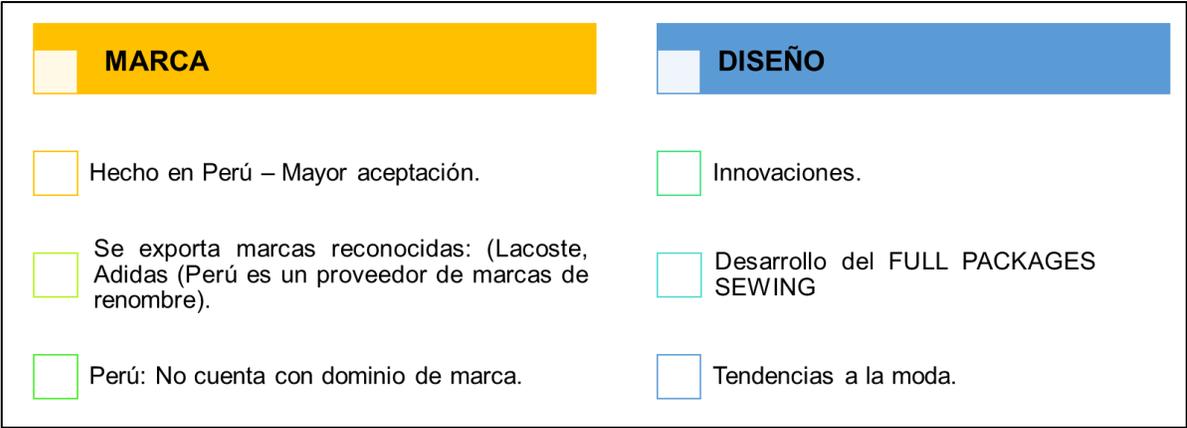


Figura N° 40: Marca y diseño de t-shirt  
Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas.

Las marcas más demandadas por el mercado norteamericano son Lacoste, Adidas entre otros, ya que en los últimos 10 años, los empresarios exportadores de t-shirt solo producían bajo las instrucciones “específicas” de pedidos dados por los bróker (en medida, tallas, color, modelo, textura, etc.), por lo que se promovió a nivel nacional este *Full Packages Sewing* con etiquetas (componentes del producto y precio final). Esto dio pie a prescindir del desarrollo de diseños peruanos, dado que en la actualidad, recién se están enfocando en el lanzamiento de nuevas tendencia de moda peruana, con la finalidad de innovar nuestras prendas, e impulsar y fortalecer el reconocimiento

de una marca peruano para su renombre en el extranjero. Inclusive, en el Perú se está desarrollando la marca PERU MODA a nivel gubernamental.

## **4.2. Discusión de Resultados**

### **4.2.1. Análisis de validez y generalización**

Para la presente investigación, los resultados obtenidos se recabaron utilizando instrumentos de entrevistas a profundidad y visitas a los gremios y/o instituciones especialistas en el rubro textil. Las actividades que se realizaron en el trabajo de campo, fueron registradas a través de fotografías y audios, de manera que establezca la fiabilidad de los instrumentos.

Es fundamental resaltar que los instrumentos fueron sometidos a criterios de tres jueces expertos para que garantice la calidad de nuestro trabajo de campo.

En relación a las limitaciones que se obtuvieron, fue principalmente el acceso a las empresas exportadoras de t-shirt, debido a que son totalmente reservadas con sus actividades e información generando dificultad en la investigación, pero pese a ello, a través de gremios empresariales, quienes lo representan y/o instituciones es que se pudo acceder a información, permitiéndonos obtener resultados confiables y mostrarnos la realidad el sector empresarial textil, que ha tenido una fuerte baja durante los últimos años.

En cuanto a la generalización de los resultados, se debe considerar que es aplicable a las diversas variedades de prendas de vestir como lo son: pantalones, shorts, y demás porque todos estos productos del sector textil requieren de ser investigados puesto que han tenido una disminución en la exportación durante los últimos 10 años. Cabe resaltar, el t-shirt es el producto estrella para la exportación, especialmente al mercado norteamericano. Otro elemento a generalizar son las herramientas e instrumentos empleados que han permitido recopilar información vital de la muestra determinada para la investigación, a través de los especialistas y/o gremios empresariales y la revisión documental revisada, con la finalidad de evidenciar la situación actual y real de los t-shirt peruanos.

Finalmente, se señala que el sector textil es una alternativa, de crecimiento para el Perú y se pueda investigar en diversos campos de aplicación.

#### **4.2.2. Contrastación de resultados**

De acuerdo a los hallazgos de los resultados frente a los antecedentes, se puede incidir que se presentan aspectos incidentes, ya que dichas investigaciones muestran la problemática de los t-shirt y los factores que han hecho que las exportaciones disminuyan en los últimos 10 años. La presente tabla explica la relación que existe entre los antecedentes y los resultados obtenidos en el trabajo de campo.

#### 4.2.2.1. Contrastación de antecedentes y resultados

Tabla N° 23: Contrastación de antecedentes y resultados

ANTECEDENTES	RESULTADOS	CONTRASTE
<p>Según (Franklin, Rojas, Rojas, &amp; Taza, 2016) a través de su estudio de tesis indican que la reducción de la tasa del drawback incide en la competitividad del sector de prendas de vestir del Perú, muy a pesar de que el drawback es considerado un estímulo para fomentar las exportaciones. Asimismo, indica que la tasa de Restitución de Derechos Arancelarios, drawback ha sido de 5%, pero luego de la crisis económica internacional para hacer frente a este entorno internacional es que se elevó temporalmente a 8%, y con el pasar de los años esta tasa ha ido variando progresivamente. Por otro lado, la presente tesis realiza un análisis del destino de las exportaciones del sector de prendas de vestir, teniendo como objetivo a Estados Unidos. También en el presente estudio, se analizó que el número de solicitudes para acogerse al drawback ha ido disminuyendo con relación a la variación progresiva de las tasas del drawback. Finalmente, han llegado como conclusión que el sector textil ha ido disminuyendo debido a las empresas del sector asiático del mismo sector y como consecuencia de la pérdida de mercado internacional.</p> <p>(Barboza &amp; Carraco, 2015) a través de su presente tesis investigaron sobre la influencia del drawback en las exportaciones peruanas no tradicionales, en la cual este porcentaje influye a gran medida en que se disminuya o aumente. Asimismo, tuvo como resultados que el drawback ha sido un factor que ha reactivado el escenario de las exportaciones y ha sido una medida de salvavidas para lograr que las empresas liquiden en sus épocas de crisis.</p>	<p>Según las entrevistas realizadas los especialistas sostuvieron que desde la creación del drawback, este ha tenido variaciones progresivas, uno de los motivos fue:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La crisis financiera internacional causada por la burbuja inmobiliaria en el año 2008.</li> <li>- El uso malintencionado del drawback por parte de los exportadores peruanos de t-shirt ha generado que el Ministerio de Económica y Finanzas decida fijar una tasa cada vez menor.</li> <li>- Su finalidad de “subsidiar” los altos costos de producción, siempre y cuando en la prenda de vestir a exportarse sea incorporado el insumo importado.</li> </ul> <p>Esta reducción prolongada de las tasas del drawback va a tener un impacto negativo porque se empezará a perder ventas, habrá una continua caída de las exportaciones, y por consiguiente las empresas del sector textil tenderán a abastecer solo el mercado local.</p>	<p>Se observa que el Drawback a pesar de ser un incentivo a las exportaciones, ha causado una disminución en las exportaciones de t-shirt.</p> <p>Se comparó los antecedentes con los resultados obtenidos, y se encontró que las causas que hicieron que haya tenido variaciones progresivas desde el 2008 en adelante fueron principalmente por la crisis financiera internacional de ese tiempo.</p> <p>Otros de los motivos por los cuales se ha tenido cambios de forma frecuente es porque el Ministerio de Económica y Finanzas ha detectado que el drawback ha sido utilizado de manera inadecuada simulando exportaciones fantasmas.</p> <p>Adicionalmente, el drawback ha estado viéndose como un subsidio para aminorar los costos de producción de prendas de vestir, y hacer frente a la competitividad internacional.</p>

<p>(Arreaga, 2008) a través de su tesis estudia que el mercado internacional del sector textil y vestido es ampliamente competitivo, siendo las prendas de vestir hoy en día un producto perecedero, ya que la moda cambia constantemente. Asimismo, resalta que la gran ventaja que tiene Centroamérica en materia de transporte es su cercanía con los Estados Unidos, y por los gustos cambiantes del consumidor, pero gracias a la tecnología de transporte marítima que por ejemplo tiene Cosco, compañía naviera, ha hecho que la diferencia en tiempos para la entrega desde Centroamérica y desde China inclusive se reduzca.</p> <p>A esta problemática, se le suma variables en materia del costo de manufactura, como el costo de la mano de obra, ya que los salarios en Guatemala por hora en el rubro textil son sustancialmente más altos que en China.</p>	<p>De acuerdo a las entrevistas recibidas en el trabajo de campo, los entrevistados nos indican que para el Perú a pesar de tener altos costos de exportación, muchos empresarios del sector textil tienen como factores limitantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El principal uso frecuente de un modo de transporte aéreo por el manejo “<i>Fast Fashion</i>”, como también el constante uso del transporte marítimo por sus bajos costos a incurrirse y el cumplimiento con el <i>dead line</i> de producción y entrega.</li> <li>- La ubicación geográfica relacionada directamente a los costos de producción y transporte internacional. En este caso el Perú, tiene una buena ubicación, salvo por los principales proveedores de EE.UU., los cuales son los países Centroamericanos, que por su cercanía privilegiada al país norteamericano se han convertido en el sector textil industrializado de EE.UU. Es redundante indicar, estos competidores cuentan con los más bajos costos de producción.</li> </ul> <p>Por otro lado, los especialistas mencionaron que otro factor importante que incide en los costos logísticos está relacionado con la cantidad de pedido que haga Estados Unidos, porque a mayor pedido mayor movilización de carga, ayudando a la obtención de fletes competitivos con las aerolíneas y navieras.</p>	<p>Se observó que las empresas realizan sus exportaciones vía aérea por la tendencia <i>Fast Fashion</i>, y en el caso marítimo para grandes volúmenes, y con una buena planificación de entrega.</p> <p>Si bien es cierto, tenemos una buena ubicación geográfica, pero con respecto a los países centroamericanos que se encuentran mucho más cerca de nuestros principales países de destino como lo es Estados Unidos, nos encontramos en desventaja, adicional en el tema de entrega.</p>
<p>(Alzate, Hernandez, Ramirez, &amp; Duque, 2014) a través del presente informe indica por qué las empresas del sector textil colombiano están perdiendo competitividad, enfocado en los costos de</p>	<p>La información brindada por los especialistas para nuestro tercer objetivo que va relacionado con la disponibilidad y costos de</p>	<p>Se contrastó entre los antecedentes y resultados que contamos con insuficiente capacidad productiva, puesto que el</p>

<p>mano de obra, materia prima, la competencia, los costos del transporte, entre otros. Con relación a los costos del transporte, Colombia no cuenta con un buen sistema vial, además que las empresas del sector textil se encuentran lejos de los puertos, lo cual eleva los costos para transportar ya sea tanto materias primas como productos terminados y como consecuencia este alto costo se ve reflejado en los precios de los productos y no permite ser competitivos internacionalmente. Asimismo, respecto a la mano de obra, Colombia, después de México y Argentina, es el país que tiene los mayores impuestos asociados al trabajo, además de contar con el Salario más mínimo más alto en América en Latina. Finalmente señala que los factores anteriormente señalados son la amenaza de la sostenibilidad del sector textil provocando una situación crítica a esta industria, pero se deben de crear estrategias para lograr mayor competitividad.</p>	<p>recursos, ha sido organizada de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El costo de mano de obra peruana es mucho mayor frente a los principales proveedores de t-shirt de Estados Unidos, puesto que aún nos falta tener trabajadores capacitados y/o especializados para una mayor productividad y rapidez en la entrega de pedidos.</li> <li>- La derogación del Decreto Legislativo N° 22342, que fue creado con finalidad de promover las exportaciones de productos manufactureros para reducir los costos de mano de obra a través de una contratación por temporalidad.</li> <li>- La aplicación de una regularización laboral más estricta, que implica salarios formales, cuyo mínimo recientemente establecido es el 930.00 soles frente a China, cuyo salario mínimo es de 200.00 dólares.</li> <li>- La tendencia en producción de algodón total en los últimos 10 años ha ido disminuyendo, debido a que los agricultores han desplegado su cosecha por la de otros sectores agrícolas que le puedan brindar mayor rentabilidad, de esta forma no podemos atender la demanda nacional e internacional.</li> <li>- Al aspecto tecnológico aún le falta desarrollar, ya que poseen maquinarias antiguas, lo cual les genera una mayor demanda laboral y mayor tiempo de producción, con bajo márgenes de rentabilidad. Es por ello, que se está impulsando la innovación</li> </ul>	<p>costo de la mano de obra en el Perú es mucho más alto con respecto a nuestros competidores, afectando de esta manera a nuestros costos de producción final.</p> <p>Por otro lado, tenemos que la producción de algodón ha ido disminuyendo y en consecuencia se presentó una escasez de nuestra materia prima para abastecer a nuestro mercado de destino.</p> <p>Otro elemento, es la falta de desarrollo tecnológico que impide ser competitivos frente a los principales países proveedores, los cuales poseen un costo de mano de obra más barata y maquinaria con producciones a gran escala. Siendo una gran realidad aceptada por el sector textil peruano.</p>
--	--	---

	tecnológica en este sector textil.	
<p>(Arbieto, Palma, Santos, &amp; Taipe, 2016) a través de su investigación analiza sobre la situación de las MYPES exportadoras de prendas de algodón y sobre la creación de una marca como sostenibilidad a las exportaciones, en la cual se ha tenido como resultado que en los últimos 5 años las exportaciones textiles han decrecido debido a la crisis económica que ha surgido en Venezuela, por la apertura internacional y el ingreso de nuevos mercados competidores, que impide competir en precios. Además, se señala como resultado de la presente tesis que es importante contar con una marca para poder diferenciarse tanto a nivel nacional, como internacional.</p> <p>En la presente investigación de tesis, los autores (Mallqui, Quispe, &amp; Rabanal, 2017), basan sus estudios en analizar el algodón orgánico como un elemento clave para la diferenciación orientado a la exportación textil y confecciones en el Perú, ya que en los últimos años las exportaciones de este sector han sido negativas, y requieren de estrategias para la realización de un producto creativo e innovador. Asimismo, mencionan que México por ejemplo ha diseñado estrategias para competitividad como los son habilidades de diseño, diferenciación, así como las constantes capacitaciones y certificaciones en materia de recursos humanos y la incorporación de nuevas tecnologías. Por otro lado, menciona que la tendencia en relación al comercio está basada en la velocidad, calidad, cumplimiento de ámbitos legales, logística y los costos de producción. Finalmente, llegaron a la conclusión que para dinamizar el comercio internacional del sector textil se debe realizar a través de la exportación de prendas de calidad.</p>	<p>De acuerdo a las entrevistas recibidas en el trabajo de campo, los entrevistados nos indican que la calidad y variedad de las prendas de vestir ofrecidas por las empresas exportadoras peruanas son muy aceptadas por el consumidor norteamericano, ya que los t-shirts tienen una buena terminación y tipo de algodón. Si bien es cierto presentamos los siguientes factores limitantes que influyen negativamente en las exportaciones peruanas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El siguiente requisito de origen establecidos por EE.UU. es muy riguroso para nosotros, ya que implica producir el t-shirt con el algodón peruano (tiene poca producción para abastecer todo el mercado nacional, y su precio no es competitivo a nivel nacional e internacional), y/o norteamericano (siendo su único proveedor Estados Unidos).</li> <li>- Falta de reconocimiento de marcas peruanas textiles por el abastecimiento constante a través de los últimos 10 años por prendas lanzadas con marcas de renombre como Lacoste, Adidas, entre otras.</li> <li>- Falta de desarrollo de diseños peruanos, por el constante abastecimiento bajo la modalidad <i>FULL PACKAGES SEWING</i>, el cual consistía en producir una prenda bajo un modelo escogido por el bróker con ciertos detalles en específico como: medida, tallas, color, modelo, textura, etc.</li> </ul>	<p>Se comparó los antecedentes con los resultados obtenidos, y se encontró que la calidad y variedad del t-shirt peruano es muy demandado por el algodón que se usa y por nuestras terminaciones de nuestras prendas.</p> <p>Cabe resaltar que una clave para poder diferenciar los t-shirt es hacer reconocida nuestra marca y desarrollar nuevas, ya que el Perú es un proveedor de productos de calidad, pero no ha desarrollado el <i>full package sewing</i> que es el de hacer todo el proceso de fabricación, desde las medidas, modelos, diseño, texturas, entre otros y volvernos más creativos y competitivos.</p> <p>Finalmente, tenemos que muy a pesar de que estados Unidos es un país muy riguroso para que ingresen sus productos, se ha logrado dinamizar el comercio internacional.</p>

Fuente: Elaboración propia.

#### **4.2.2.2. Contrastación de hipótesis y resultados**

Respecto a los resultados obtenidos en la presente investigación, estos fueron contundentes respecto a temas relacionados a la exportación de t-shirt, cuyo sentido de investigación es analizar cada uno de los factores que han incidido en el valor de las exportaciones del producto hacia el mercado norteamericano.

Cabe mencionar, que la investigación pretende no solo demostrar un tema tributario sino aspectos como la restitución de los derechos arancelarios que es un régimen aduanero a la exportación, así como aspectos en el ámbito logísticos, producción, y la calidad y variedad que exigen el mercado de destino.

Asimismo, analizando toda la información obtenida se determinó lo siguiente:

En relación a nuestra primera hipótesis se planteó que “El Drawback ha afectado en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos a través de la reducción de la restitución de los derechos”, lo cual según los resultados demostrados a través de las entrevistas que indican que el drawback ha tenido variaciones progresivas, las cuales han sido dictaminadas por el Ministerio de Economía y Finanzas, quienes lo han ido regulando acorde al contexto nacional (subsidio, exportaciones fantasmas) o internacional (crisis financiera internacional), contrastando que nuestra primera hipótesis es aceptada porque al ser el drawback un incentivo, que al disminuir, afecta las exportaciones.

Ante el segundo supuesto: “Los principales factores del transporte internacional que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt es la ubicación

geográfica de nuestros competidores centroamericanos que implica los costos de flete y el tiempo de tránsito hacia Estados Unidos”, los resultados validaron esta hipótesis confirmándonos que los costos de flete internacional peruano es mucho más alto frente a nuestros principales competidores, como lo son Honduras, Guatemala, El Salvador, quienes tienen mejor posición geográficamente dada por la cercanía a nuestro mercado de destino, además de los tiempos de transporte. Es por ello que los principales competidores centroamericanos tienen como principal sector económico el sector textil, el cual ha sido focalizado en una mayor producción de t-shirt por su especialización como país maquilador.

La tercera hipótesis plantea lo siguiente: “Los principales recursos que han afectado la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia Estados Unidos son: Mano de obra (por el alto costo laboral de un trabajador textil peruano frente a la mano de obra del mundo); materia prima (por la sustitución comercial productiva del algodón peruano); como también la tecnología (maquinarias que impulsen mayor producción)”, lo cual luego de una revisión documentaria y lo expresado por los entrevistados, quienes juegan un rol importante dentro de la exportación, dan como validado nuestra tercera hipótesis, porque somos uno de los países más caros laboralmente hablando en relación a nuestros competidores, así como nuestra producción de algodón que está siendo destinada a otros sectores económicos por lo que la poca producción de algodón peruana no abastece la demanda nacional, lo que no conlleva a importarlo. En el aspecto tecnológico, las maquinarias juegan un rol importante para la fabricación de mayor cantidad de t-shirt.

Finalmente, la cuarta hipótesis, la cual es aceptada, menciona lo siguiente: “Las deficiencias en cuanto a calidad y variedad del producto en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos ha sido la poca diferenciación efectuada por las empresas textiles frente a la competencia internacional.”, que si bien es cierto el Perú cuenta con una buena calidad de t-shirt, esto no es suficiente ya que nuestros clientes piden que se confeccionen sus productos a través del *full packages sewing*, permitiendo que no tengamos una marca de renombre internacional, y se dejen de innovar nuestros diseños peruanos.

Es importante detallar que las hipótesis son similares a los resultados encontrados, siendo favorable, ya que ha permitido demostrar que cada categoría ha sido contestada gracias al trabajo de campo realizado. En consecuencia, no se han generado nuevas hipótesis debido a que se abarcaron y respondieron las dudas en la investigación.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

1. Los factores que inciden en la disminución de las exportaciones son las variaciones progresivas de la tasa del Drawback, los insuficientes recursos (capacidad productiva) para atender la demanda internacional, los altos costos de transporte internacional frente a nuestros competidores y las deficiencias en cuanto a calidad y variedad, porque si bien el t-shirt es el producto estrella más demandado, dichos factores son relevantes para obtener una oferta exportable competitiva.
2. Las variaciones progresivas de la tasa del Drawback se han debido principalmente, por la crisis internacional, por el mal uso de este incentivo y porque es considerado como un subsidio a las exportaciones.
3. Los costos de transporte internacional son elevados en comparación con los principales competidores centroamericanos que exportan t-shirt al mercado de Estados Unidos, por su cercanía geográfica y más aun teniendo un menor tiempo de tránsito ya sea a través de modo aéreo o marítimo que son las principales vías de exportación al país destino.
4. El sector textil ha disminuido debido a la competencia con respecto a los países asiáticos y centroamericanos, quienes tienen un menor costo de mano de obra y mayor desarrollo tecnológico, trayendo consigo el despido de personal.

5. El Perú ha dejado de producir grandes cantidades de algodón, y por ende, han derivado sus cosechas a otros sectores económicos que han ido creciendo, usando la superficie designada para la cosecha de algodón en otros cultivos e inclusive las importaciones de algodón están en aumento.
6. Dentro de las deficiencias en cuanto a calidad y variedad, el Perú no desarrolla la parte innovadora, ya que se trabaja bajo el *full package sewing*, al no lanzar al mercado internacional diseños que permitan posicionar una marca peruana en el exterior.
7. Finalmente, se concluye que el sector textil ha sido uno de los más afectados en los últimos 10 años, cayendo sus exportaciones, muy a pesar de ser un motor importante en la economía nacional por las características que posee como el interactuar con los agricultores de algodón, brindar empleo y contribuir a la diversificación productiva del país.

## Recomendaciones

1. Fomentar la oferta exportable del sector textil, de manera que se restablezca nuestras exportaciones, así como también, investigar a cerca de otras variedades textiles, e involucrarnos en el desarrollo de investigaciones que ayuden a identificar la problemática que enfrenta esta industria.
2. Implementar medidas que busquen fomentar la competitividad del producto estrella “t-shirt”, a través del apoyo del Estado y el correcto uso del drawback por parte de las empresas exportadoras y en el caso que las empresas desconozcan de su uso, brindarles las capacitaciones de manera que lo apliquen e impulsen las exportaciones, así como mantener la tasa del drawback que se encuentra en crisis, siendo una de las industrias estratégicas socialmente.
3. Para hacer frente a nuestros altos costos de transporte internacional, se recomienda que las empresas exportadoras de t-shirt trabajen bajo licitaciones y/o políticas de negociación con agencias estratégicas de carga permitiéndoles obtener mejores fletes bajo ciertos volúmenes de exportación, dando pie a una estrechez comercial, ya sea entre las pequeñas empresas, con la finalidad de consolidar carga a exportar con una tarifa de flete más competitiva.
4. Seguir manteniendo, por el alto del costo de la mano de obra, el régimen de contratación temporal para las exportaciones no tradicionales y permitir contratos parciales y/o temporales a fin de mantener la competitividad.

5. Investiguen más acerca de la producción del algodón y por qué ha disminuido en los últimos años, ya que eso trae consigo menor materia prima para la producción de las diferentes variedades de prendas de vestir que exportamos. Asimismo, se sugiere aplicar medidas o estrategias para la producción de algodón para que no se destinen áreas a otras cosechas a través del incentivo del cultivo del algodón.
6. Los exportadores deben desarrollar su marca de modo que nuestros importadores identifiquen nuestro producto, así como también el *full package sewing* que permitiría la obtención de mayores ingresos, mejor posición en el mercado internacional y la diferenciación.
7. Finalmente, que las empresas exportadoras, gremios empresariales y/o instituciones brinden a los estudiantes el apoyo y el acceso a la información, ya que durante el trabajo de campo se encontró mucha resistencia por parte de muchas personas.

## 1. REFERENCIAS

2. ADUANET. (2017). *Consulta por Partida*.
3. ADUANET. (s.f.). *Tratamiento Arancelario por Sub Partida Arancelaria*. Recuperado el 13 de 09 de 2015, de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
4. Alzate, J., Hernandez, A., Ramirez, D., & Duque, M. (2014). *¿Por qué esta perdiendo competitividad el sector textil colombiano?* Medellín: Universidad de Antioquía.
5. ANDINA : Agencia Peruana de Noticias. (06 de 05 de 2011). *ANDINA : Agencia Peruana de Noticias*. Obtenido de ANDINA : Agencia Peruana de Noticias: <https://andina.pe/agencia/noticia-inversiones-sector-textil-peruano-se-concentran-maquinarias-para-acabados-357152.aspx>
6. Araujo, C. (05 de 2009). Principales beneficios del régimen de restitución de derechos arancelarios. *Actualidad Empresarial*, N° 181, 180-181.
7. Arbieto, E., Palma, P., Santos, I., & Taipe, J. (2016). *La creación de una marca en las MYPES textiles peruanas*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
8. Arreaga, D. (2008). *Impacto en las exportaciones textiles de Guatemala con la puesta en marcha del DR-CAFTA (Tratado de Libre Comercio entre Centroamerica, Republica Dominicana y Estados Unidos)*. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala.
9. Asociación de Exportadores (ADEX). (2017). *Exportaciones peruanas de textiles crecerían este 2017, tras 4 años de descenso*. Lima: ADEX.
10. ASOCIACIÓN PERUANA DE TÉCNICOS TEXTILES. (11 de 03 de 2016). *ASOCIACIÓN PERUANA DE TÉCNICOS TEXTILES*. Obtenido de ASOCIACIÓN PERUANA DE TÉCNICOS TEXTILES: INNOVACIONES TECNOLÓGICAS: FERIA TEXTIL ITMA 2015 Y SU IMPACTO EN LA INDUSTRIA PERUANA
11. Banco Central de la Reserva del Perú. (16 de 07 de 2018). *Banco Central de la Reserva del Perú*. Obtenido de Banco Central de la Reserva del Perú: [http://www.bcrp.gob.pe/docs/Estadisticas/Cuadros-Anuales/ACuadro\\_08.xls](http://www.bcrp.gob.pe/docs/Estadisticas/Cuadros-Anuales/ACuadro_08.xls)
12. Banco Central de Reserva de El Salvador. (28 de 08 de 2015). *Exportaciones de El Salvador presenta monto histórico más alto a Julio*. Obtenido de

[http://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=672:exportaciones-de-el-salvador-presenta-monto-hist%C3%B3rico-m%C3%A1s-alto-con-us\\$5394-millones&Itemid=168](http://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_k2&view=item&id=672:exportaciones-de-el-salvador-presenta-monto-hist%C3%B3rico-m%C3%A1s-alto-con-us$5394-millones&Itemid=168)

13. Barboza, C., & Carraco, F. (2015). *Influencia de la Restitución Simplificada de Derechos Arancelarios - Drawback, en las exportaciones no tradicionales peruanas durante el periodo 1995-2014*. Trujillo: Universidad privada del Norte.
14. Benites, M. (2016). *El Drawback como estrategia financiera en las exportaciones de textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio con los EE.UU. 2015-2016*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
15. Cámara de Comercio de Lima. (2017). LA COMPETENCIA DESLEAL ASIÁTICA SE INTRODUJO EN EL 2009. *Dumping Chino 2017*, 14-16.
16. Campos, J. (2011). *La adopción de estrategias y/o factores de competitividad en el sector textil de El Salvador ante las variaciones de los precios del algodón*. Cuscatlán: Universidad Dr. José Matías Delgado.
17. Central America Data. (02 de 02 de 2016). *EE.UU. ampara a Nicaragua contra el TPP*. Obtenido de [https://www.centralamericadata.com/es/article/home/EEUU\\_ampara\\_a\\_Nicaragua\\_contra\\_el\\_TPP](https://www.centralamericadata.com/es/article/home/EEUU_ampara_a_Nicaragua_contra_el_TPP)
18. Centro de estudios de competitividad . (2008). *La industria textil en México: diagnóstico, prospectiva u estrategia*. México: Centro de Estudios de Competitividad del ITAM .
19. CENTRUM. (2010). *Sector textil de Perú*. Lima: Universidad Católica del Perú.
20. Datasur. (10 de 08 de 2017). *Datasur*. Recuperado el 05 de 10 de 2017, de Datasur: [http://www.datasur.com/comex/peru\\_aduana/resultado.php](http://www.datasur.com/comex/peru_aduana/resultado.php)
21. Diario Gestión. (12 de 12 de 2014). Sector textil-confecciones retomaría exportaciones por US\$ 2,000 millones el 2015. *Economía*.
22. Diario La República. (05 de 07 de 2015). Gamarra en crisis. págs. <http://larepublica.pe/impresia/economia/12932-gamarra-en-crisis>.
23. Donaldson, T. (2014). Sourcing Spotlight: fabricación en Perú. *Sourcing Journal*, <https://sourcingjournal.com/topics/trade/sourcing-spotlight-manufacturing-peru-td-20794/>.
24. EXPANSION. (2018). <https://datosmacro.expansion.com/smi>. *EXPANSION*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/smi> .

25. Franklin, F., Rojas, M., Rojas, S., & Taza, B. (2016). *Incidencia de la reducción de la tasa del drawback en la competitividad del sector exportador de prendas de vestir durante el 2011 al 2015*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
26. GESTIÓN. (09 de 02 de 2018). Empresas de confecciones deben incorporar la innovación tecnológica, ¿cuánto es el costo? *GESTIÓN*, págs. <https://gestion.pe/economia/empresas-confecciones-deben-incorporar-innovacion-tecnologica-costo-226939>.
27. Ghezzi, P. (22 de 02 de 2016). Sector textil peruano es afectado por Vietnam y El Salvador. *El Comercio*.
28. Gobierno de la República de Honduras. (s.f.). Obtenido de <http://www.enee.hn/index.php/gobierno-central/156-periodistas/692-pais-lider>
29. Gonzales, F., & De Miguel Molina, M. d. (2012). *Diagnóstico del Comercio Exterior de las Pymes Textiles Chinas*. Da Zhu. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
30. Horna, A. A. (2010). *Universidad de San Martín de Porres*. Recuperado el 14 de 08 de 2015, de Universidad de San Martín de Porres: <http://www.administracion.usmp.edu.pe/institutoinvestigacion/publicaciones/libros-y-manuales/>
31. Huashuayo, M. (2018). *implicancia del Drawback para mejorar su impacto en las Mypes del sector textil de la provincia de Arequipa, 2016*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín.
32. Instituto Pacífico. (2013). Negocios Internacionales. *Actualidad Empresarial*, IX1-IX4.
33. JAS FORWARDING WORLDWIDE. (2018, 08 29). *JAS FORWARDING WORLDWIDE*. Retrieved from JAS FORWARDING WORLDWIDE: <http://www.jas.com/>
34. Journal of Textile Science & Engineering. (10 de 10 de 2014). *The Garment Industry Problems*. Obtenido de <https://www.omicsonline.org/open-access/the-garment-industry-problems-2165-8064.1000168.php?aid=31230>
35. LA REPUBLICA. (26 de 01 de 2017). *LA REPUBLICA*. Obtenido de LA REPUBLICA: <https://larepublica.pe/economia/843001-empresarios-textiles-peruanos-buscan-llevar-tecnologia-para-reflotar-la-industria-nacional>

36. Larco, G. (2016). *Estudios sobre responsabilidad social empresarial en las cadenas globales de suministros en las que participan las empresas textiles de Arequipa. Caso de Inca Tops SA y Franky y Ricky SA*. Lima: INSTITUTO DE ESTUDIOS SINDICALES.
37. Llosa, J. (17 de 06 de 2015). Mesa textil y confecciones: ¿El sector ya se encuentra en crisis? Obtenido de <https://gestion.pe/economia/mesa-textil-confecciones-sector-encuentra-crisis-92733>
38. Lu, S. (28 de 01 de 2016). *Minimum Wage in the Apparel Industry Continues to Rise in Most Asian Countries in 2016*. Obtenido de <https://shenglufashion.com/exclusive-interview/>
39. Mallqui, O., Quispe, E., & Rabanal, V. (2017). *Algodón orgánico como elemento clave de una estrategia de diferenciación, orientada a la exportación para el sector textil confecciones en el Perú*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
40. Mincetur. (s.f.). *PERFIL T-SHIRTS Y POLOS DE ALGODÓN*. Obtenido de <http://www.camaraperuchile.org/cd/01POMchile/10Pomchile.pdf>
41. Ministerio de Agricultura. (02 de 2018). *Boletín Estadístico de Producción Agrícola y Ganadera 2017*. Obtenido de <http://www.minagri.gob.pe/portal/>
42. Ministerio de Comercio Exterior y turismo. (23 de 06 de 2016). *Exportaciones de confecciones peruanas a Estados Unidos se mantienen al alza*. Obtenido de <https://www.peru-retail.com/exportaciones-confecciones-peruanas-estados-unidos-mantienen-al-alza/>
43. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *Ministra Magali Silva lanza nueva marca Perú Textiles*. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/ministra-magali-silva-lanza-nueva-marca-peru-textiles/>
44. Ministerio de Economía y Finanzas. (2016). *PAUTA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO DE CONFECCIONES TEXTILES EN EL MARCO DE LA LEY PROCOMPITE*. Lima: Ministerio de Economía y Finanzas.
45. Ministerio de Producción. (2015). *Industria Textil y Confecciones*. Lima: Ministerio de Producción.
46. Ministerio de Producción. (2017). *Estudio de Investigación del Sector Textil y Confecciones*. Lima: NANUK E.I.R.L.

47. Miranda, J. (2016). *Análisis de la Ventaja Competitiva en el Sector textil peruano y los factores que influyen en ella*. Lima: Universidad de Ciencias Aplicadas.
48. Oyarse, J. (11 de 10 de 2016). *Las tasas del Drawback en el tiempo*. Obtenido de <http://magoyarse.blogspot.pe/2016/10/las-tasas-del-drawback-en-el-tiempo.html>
49. PAUTA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO DE CONFECCIONES TEXTILES EN EL MARCO DE LA LEY PROCOMPITE. (s.f.).
50. Pérez, S. (12 de 09 de 2012). Sector textil en problemas por dumping. *Diario La República*.
51. Perez, V., Rodriguez, C., & Ingar, B. (2010). *Sector Textil del Perú*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
52. Promperu. (2012). *Informe Mensual de las Exportaciones*. Lima.
53. Promperu. (2013). *Guía de Mercado México*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/700745156rad2C2C0.pdf>
54. PROMPERÚ. (07 de 05 de 2014). *Distribución Física Internacional*. Recuperado el 11 de 06 de 2017, de [http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/674/Dfi\\_paises\\_miembros\\_comunidad\\_andina\\_2014\\_keyword\\_principal.pdf?sequence=1](http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/674/Dfi_paises_miembros_comunidad_andina_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1)
55. Salazar, B. (06 de 2012). Algodón textil confecciones: la cadena que se rompió.
56. Segura Arévalo, Y. (2010). *Las prendas de vestir peruanas y sus posibilidades en los mercados internacionales*. Recuperado el 17 de 05 de 2016, de [http://www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs\\_taller/talleres/9.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs_taller/talleres/9.pdf)
57. Semana Económica. (30 de 06 de 2016). *Exportaciones textiles cayeron 25% interanual entre enero y mayo*. Obtenido de <http://semanaeconomica.com/article/sectores-y-empresas/industria/192639-exportaciones-textiles-cayeron-25-interanual-entre-enero-y-mayo/>
58. Sociedad Nacional de Industrias. (2012). *Gestión de la producción en una mediana empresa de confecciones*. Lima: Sociedad Nacional de Industrias. Obtenido de [http://fresno.ulima.edu.pe/sf%5Csf\\_bdfde.nsf/imagenes/9A5B9CD541FA1720052573540070AE16/\\$file/01-25-bonilla.pdf](http://fresno.ulima.edu.pe/sf%5Csf_bdfde.nsf/imagenes/9A5B9CD541FA1720052573540070AE16/$file/01-25-bonilla.pdf)

59. Sullon, J. (2017). *Comercio internacional y competitividad de los t-shirt de algodón peruano 2008-2016*. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1972/Sullon\\_YJN.pdf?sequence=1](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1972/Sullon_YJN.pdf?sequence=1)
60. SUNAT. (11 de 07 de 2003). *Restitución de Derechos Arancelarios - Drawback*. Obtenido de Procedimiento General INTA PG 07-V2: <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/perfeccionam/drawback/procGeneral/anexos/INTA-PG.07-V2.doc>.)
61. SUNAT. (2017). *Arancel de Aduanas*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/aranceles/Aranceles.html>
62. SUNAT. (12 de 2017). *Consulta por partida*. Obtenido de [http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itconsultadwh/ieITS01Alias?accion=consultar&CG\\_consulta=2](http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itconsultadwh/ieITS01Alias?accion=consultar&CG_consulta=2)
63. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria -SUNAT. (13 de 07 de 2017). *Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)*. Recuperado el 15 de 10 de 2017, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/>
64. The Beijing Axis. (30 de 01 de 2012). *The China Sourcing Blog*. Obtenido de <http://www.chinasourcingblog.org/2012/01/textile-and-apparel-sourcing-t-1.html>
65. Torres, R. (2014). *Análisis del Drawback en las empresas textiles de Arequipa que se acogieron al beneficio en el año 2013 en el que existe posiblemente subsidio no controlado*. Arequipa: Universidad Católica de Santa María.
66. TRADEMAP -Trade statistics for international business development. (12 de 2017). *Exportaciones de t-shirt, según países de destino*. Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

## APÉNDICES

### Apéndice 1: Matriz de coherencia

Título de la tesis	Factores que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos (2007-2016)				
Categorización Apriorística					
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	CATEGORIAS	METODOLOGÍA
¿Cuáles son los principales factores que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos?	Determinar los principales factores que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirts hacia el mercado de Estados Unidos.	Los principales factores que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirts hacia el mercado de Estados Unidos durante los últimos 10 años ha sido: la disminución del Drawback, los costos de fletes, la disponibilidad de recursos; y la deficiente calidad y variedad del producto.	<b>Categoría 1</b>  Principales Factores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Drawback</li> <li>• Transporte Internacional</li> <li>• Recursos</li> <li>• Calidad y Variedad</li> </ul>	Enfoque: Cualitativo Alcance: Exploratorio Tipo: Aplicada Diseño: No Experimental  Unidad de Investigación: Empresas peruanas exportadoras de t-shirts al mercado de Estados Unidos, a través de sus gremios empresariales, y/o instituciones.
			<b>Categoría 2</b>		

			Caída de las exportaciones peruanas		
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Específica</b>	<b>Categorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuente de Información</b>
¿Cómo la disminución del Drawback incide en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos?	Determinar como la variación de la tasa del Drawback ha afectado en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.	El Drawback ha afectado en la disminución de las exportaciones peruanas de t-Shirt hacia el mercado de Estados Unidos a través de la reducción de la restitución de los derechos.	Drawback	<ul style="list-style-type: none"> <li>Variación de las tasas del Drawback.</li> </ul>	Técnica de Recolección de Datos: Guía de Entrevista.
¿Cuáles son los factores del transporte internacional que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos?	Identificar los factores del transporte internacional que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.	Los principales factores del transporte internacional que inciden en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt es la ubicación geográfica de nuestros competidores centroamericanos que implica los costos de flete y el tiempo de tránsito hacia Estados Unidos.	Transporte Internacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fletes</li> <li>Tiempo de Tránsito</li> </ul>	Técnica de Recolección de Datos: Guía de Entrevista y Revisión Documental.
¿Cómo afecta la	Determinar como la disponibilidad	Los principales recursos que han afectado la	Recursos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mano de Obra</li> </ul>	Técnica de Recolección de

<p>disponibilidad y el costo de los principales recursos en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos?</p>	<p>y el costo de los principales recursos afecta la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.</p>	<p>disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia Estados Unidos son: Mano de Obra (por el alto costo laboral de un trabajador textil peruano frente a la mano de obra del mundo); Materia Prima (por la sustitución comercial productiva del algodón peruano); como también la tecnología (maquinarias que impulsen mayor producción)",</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materia Prima</li> <li>• Capacidad Productiva</li> <li>• Tecnología</li> </ul>	<p>Datos: Guía de Entrevista y revisión documental.</p>
<p>¿Cuáles son las deficiencias en cuanto a calidad y variedad que afectan la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos?</p>	<p>Determinar las deficiencias respecto a la calidad y variedad de la oferta exportable de t-shirt que afectan la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos.</p>	<p>Las deficiencias en cuanto a calidad y variedad del producto en la disminución de las exportaciones peruanas de t-shirt hacia el mercado de Estados Unidos ha sido la poca diferenciación efectuada por las empresas textiles frente a la competencia internacional.</p>	<p>Calidad y Variedad</p>	<p>Diferenciación del Producto</p>	<p>Técnica de Recolección de Datos: Guía de Entrevista.</p>

**Apéndice 2: Resultados obtenidos del trabajo de campo.**

**Gremios Empresariales y/o instituciones – SIN Y ADEX**

ITEM	YOLANDA QUINTANA	YSABEL SEGURA
<b>NOMBRE DEL GREMIO EMPRESARIAL Y/O INSTITUCION</b>	SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS	ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES
<b>CARGO</b>	ASESORA TÉCNICA DEL COMITÉ TEXTIL	GERENTE DE MANUFACTURA
<b>LUGAR DE LA ENTREVISTA</b>	OFICINAS SNI	OFICINAS ADEX
<b>DIMENSIÓN</b>	DRAWBACK	
Durante los últimos años, ¿Por qué cree que ha aumentado y luego disminuido la tasa del Drawback?	<p>Muchas empresas “simulaban” exportaciones de t-shirt a Estados Unidos para acogerse al beneficio del drawback.</p> <p>En el año 2009, la tasa del Drawback incremento dw un 5% a un 8% por la crisis</p>	<p>La tasa del Drawback nace con un 5% como un mecanismo de apoyar al sector exportador sobre todo para productos no tradicionales para subsanar e incentivar algunos sobre costos.</p> <p>Por la crisis 2008-2009 de los mercados internacionales ha afectado al sector, se</p>

	<p>financiera en el mercado mundial, para incentivar las exportaciones.</p> <p>En el año 2013, por el valor exportado en ese año, la restitución arancelaria del Drawback había sido más de 2,000 millones dólares, monto que debía de ser pagado por parte del Estado. Es por ello, muchos lo consideran como un subsidio.</p> <p>Otra de las posibles razones, muchas empresas exportadoras de t-shirt pueden acogerse al drawback por agregar a la prenda final el 0.01% del costo del bien importado, de esta forma automáticamente te acoges. De esta forma puedes recibir el 5% de valor total exportado, por solo colocar el 0.01% del producto importado en tu costo de producción.</p> <p>Hay algunos países que tiene una tasa de Drawback más elevada, y otros que no lo tiene. Hay mucha discusión sobre si es un subsidio. Hay una clasificación de subsidios en cada país.</p>	<p>solicitó al gobierno un apoyo para que aumente al 8%, para un precio menor frente a los países de competencia.</p>
<p>¿Es un incentivo necesario a las exportaciones de t-shirts el contar con el régimen aduanero del Drawback? ¿Por qué?</p>	<p>Si, ya que las empresas exportadoras de t-shirt han incluido el Drawback en su estructura de costos (laborables, regulatorios, etc.). Es por ello, si reducen la tasa del drawback los costos van a incrementar considerablemente, reduciendo las exportaciones peruanas.</p>	<p>Las empresas compensan los costos de producción y/o logísticos, ya que mediante esto recibe una inyección y competir frente a los competidores.</p>

		<p>El Drawback más que régimen aduanero es tributario.</p> <p>Es necesario compensar los sobrecostos que se tienen.</p>
<p>¿Qué perspectivas tiene acerca del Drawback con estas variaciones de forma gradual?</p>	<p>Si bien es cierto, la disminución de la tasa del drawback afecta nuestras exportaciones finales, pero en contra parte, dicha tasa es fijada por el Ministerio de Economía y Finanzas, ante algunas regulaciones de control de los sectores de nuestra economía.</p>	<p>El Drawback es un tema que se ve muy preocupante porque va significar el sincerar algunos costos.</p>
<p>¿De qué manera las variaciones del drawback han afectado a las exportaciones de t-shirts?</p>	<p>Mucho, ya que las empresas han implementan el ingreso del drawback en su estructura de costos.</p>	<p>Resta el incentivo, por lo que se hay que luchar con los precios para enfrentar la competencia, buscando los nichos de mercado diferentes.</p> <p>Se tendría que tener el acompañamiento del Estado para hacer las investigaciones desde el Perú las características de Estados Unidos.</p>
<p>Ante los cambios generados en nuestra política económica, ¿Considera viable la reducción prolongada de la tasa del Drawback en los últimos</p>	<p>No, ya que afecta directamente a nuestro sector textil y confecciones.</p>	<p>Mientras no haya características o piso nivelado a nivel de incentivos para exportar, ya que los países centroamericanos tiene promociones tributarias, apoyo del estado y zonas francas desarrolladas.</p>

años en las exportaciones de t-shirts?		
¿Usted está conforme con la clasificación escalonada del Drawback fijada por la Sunat? ¿De qué manera ha afectado las exportaciones de t-shirts?	No, pero la clasificación escalonada del drawback es por sectores económicos. En este caso, el sector textil aplica la más alta.	No.  Ayudaría mucho si hay políticas sectoriales y el sector sea declarado como un interés nacional, cuyo impacto es bastante grande.
¿Cuál es su opinión respecto de la proyección del Drawback de un 3% del valor exportado para el 2019, mientras que en el 2017 y 2018 se tuvo un 4%?.	Esto reflejara una disminución de nuestras exportaciones.	Es preocupante porque las empresas tendrán que ver por donde reinventándose o estructurándose  Las empresas tiene que buscar la eficiencia ante el el sector que es muy cambiante, con moda más rápida, con precios diferenciados.
DIMENSIÓN	TRANSPORTE INTERNACIONAL	
¿Cuál es el modo de transporte más adecuado para las exportaciones de t-shirts a EE.UU.? Explique el porqué.	Depende, también hay que tener en cuenta el cliente quiere productos por temporalidad o tendencia, lo cual genera una alta rotación, y necesidad de embarcar los productos por vía aérea.	El más barato es marítimo, pero lamentablemente no es el que más se usa, sino el aéreo ya que se está con las fechas límites de entrega y porque no tener una adecuada balanza en la empresa, es decir por ejemplo fallo el proveedor de telas o la tela no ingreso a corte en su debido momento, y si te entregan 3 días después ya se perdió 3 días de producción.

<p>¿En qué ciudad o región de EE.UU. se concentran la mayor parte de los importadores y compradores de t-shirts a los cual se dirigen los envíos?</p>	<p>Las empresas exportadoras de t-shirt maneja el FULL PACKAGE (fibra, etiqueta, tipo de bolsa, empaque, embalaje, etc.), es decir muchos de los brókeres compradores de nuestros productos hace parte de sus envíos a Estados Unidos (Miami, Los Angeles, New York, etc.) y Europa. Las prendas de vestir son entregadas con etiquetas (código de barra, composición, precio, etc.) que nosotros mismo hacemos. En pocas, el empresario peruano entrega todo listo para que el comprador solo coloque la mercadería.</p>	<p>Las ciudades donde se centran la mayor cantidad de importadores de t-shirt en Estados unidos es New York, Miami.</p> <p>Se tratando de ingresar más a los Ángeles, California.</p>
<p>¿Cree que la ubicación geográfica y los consecuentes tiempos de tránsito influyen en la competencia de los principales países proveedores de t-shirts de EE.UU.?</p>	<p>Efectivamente, ya que los compradores necesitan al productor cerca, es por ello que muchas empresas peruanas migraron a Centroamérica, pero nosotros como país por la ubicación geográfica como muy privilegiadas frente a China, pero aun así es un competidor muy fuerte.</p>	<p>El mundo es competitivo en la cual el Perú tiene una buena posición negociadora, ya que nos encontramos lejos de la cadena final del consumidor.</p> <p>Si por la rapidez, de la entrega. Con respecto a los países asiáticos tenemos una gran ventaja, pero con respecto a países Centroamericanos si una desventaja.</p>
<p>¿De qué manera la ubicación geográfica influye en los costos de los fletes internacionales de los principales países</p>	<p>La buena ubicación geográfica influye positivamente en los costos de flete internacional, pero en el caso de China, a pesar de no tener una buena ubicación geográfica, ellos tienen subsidiada toda la cadena logística por el Gobierno Central de China. Sabemos que todo parte de una buena</p>	<p>Influye por los temas de distancia, además también por la frecuencia de la frecuencia de las rutas que pueda haber.</p>

exportadores t-shirts a EE.UU.?	inversión pública, para reducir los costos de producción.	
¿Usted considera que el costo del flete internacional desde Perú es mayor frente a otros países exportadores de t-shirts a EE.UU.? Explique a qué cree que se debe.	Efectivamente, como te había mencionado, China tiene una tarifa de flete internacional mayor al mercado peruano, pero finalmente sus costos de exportación son menores a las nuestras, por su bajo costo de producción.	Trasladar un contenedor no solo es el costo del flete, sino también están en el manejo de carga es más cargo.  Manejar un contenedor significa el traslado, entre otros que es del USD 600.00 frente a otros países que lo tiene en USD 150 dólares. Esa diferencia tienes que involucrarlo en el precio.
De la pregunta anterior, ¿Qué medidas o estrategias se han planteado para reducir dicho costo del flete internacional desde Perú?	Sabemos que todo parte de una buena inversión pública, para reducir los costos de producción y exportación. Se esta manejando de forma interna.	Se trata de buscar el apoyo del gobierno, pero la empresa privada solo puede decir, solo puede comentar, pero son las naves quienes cotizan y no se tiene una flota peruana que tengan costos más diferentes.
<b>DIMENSIÓN</b>	<b>RECURSOS</b>	
¿Qué diferencias cree usted que hay entre la mano de obra peruana, respecto de los demás países fabricantes de t-shirts?	Estados Unidos es un exportador de t-shirt, pero no ha desarrollado un HUB industrial, ya que tiene un costo de mano de obra alto, que los ha llevado a tercerizar la producción a Centroamérica. Las nuevas medidas dadas por TRUMPS es reindustrializar este sector.	La flexibilidad nos caracteriza.  La habilidad en la mano de obra.  La prenda con la habilidad con la que se trabaja es un estándar alto.

		Hay clientes que aprecian el tema de calidad, pero hay otros que no.
De la pregunta anterior, ¿Cómo afectan dichas diferencias en las exportaciones peruanas de t-shirts a EE.UU.?	No llegamos a los costos que exigen los compradores.	El algodón peruano es caro por lo mismo que es fino y se ha reducido capacidad de hectáreas, por lo cual tenemos que importar.  Hay clientes que aprecian el tema de calidad, pero hay otros que no.
¿Sabía usted que un trabajador textil cuesta mucho más caro en relación a los demás países proveedores de t-shirt a Estados Unidos? ¿Qué estrategia(s) se emplea(n) para enfrentar nuestro alto costo?	Si, existe esas diferencias, pero muy a pesar de ellos, si estamos haciendo todo lo posible para reducir dichos costos. Antes, existía la Ley de contratos temporales de trabajo que incentivaba las exportaciones, pero ahora los sindicatos están pidiendo que los trabajadores sean contratados bajo una modalidad "normal" (ley Nª728). Esto perjudica considerablemente la exportación, porque no pueden contratar personal y retrasar de cierta forma su producción incumpliendo con las fechas de entrega.	Se tiene un régimen laboral especial.  Se tiene una posición sólida, firme y de permanente defensa respecto a la estabilidad de contratos de exportación no tradicional, que permiten que las compañías puedan contratar personal en función a las necesidades productivas.  El sector textil no llega al consumidor final, depende mucho de los pedidos que le coloquen, pues si no hay pedidos hay fabricación de prendas.  Tenemos una ley 2334, que permite contratar personal en función a los pedidos que la empresa.

<p>¿En qué regiones del Perú se encuentran los mayores productores de algodón para la exportación?</p>	<p>En el norte del Perú se produce el pima peruano, y en la costa central, tenemos el Tanguis.</p>	<p>Los mayores productores de algodón la tenemos en el norte Piura, Chiclayo, y al sur Ica.</p>
<p>¿Cuáles son las variedades de algodón peruano más utilizadas y cuáles son las más demandadas por el mercado internacional y específicamente el de EE.UU., en la actualidad?</p>	<p>Nuestro principal mercado es Estados Unidos, y nosotros calificamos con los requisitos de origen del TLC Peru – Estados Unidos si las prendas de vestir esta hechas con algodón peruano o americano. De esta forma, estamos obligados a convertirlos en nuestro principal proveedor de algodón, ya que nuestra producción nacional solo atiende el 40% de nuestra demanda. El otro 60% viene de la importación de algodón de otros países.</p>	<p>Las variedades de algodón peruano más demandado son el Pima y Tanguis.</p>
<p>¿Considera que contamos con la suficiente capacidad productiva de algodón de la calidad necesaria para impulsar la exportación peruana de t-shirts a EE.UU.?</p>	<p>Nosotros somos insuficientes en algodón para atender la demanda.</p>	<p>No tenemos suficiente capacidad productiva por descuido, ya que por ejemplo el sector agrícola ha crecido, porque puede que le parezca más rentable a un agricultor producir frutas que producir algodón.</p> <p>Falta de acompañamiento del estado y soporte a los agricultores de algodón para que no cosechen otros productos.</p> <p>Algodón caros VS frutas y hortalizas que ha tenido mayor producción.</p>

		<p>No ha habido cuidado por parte del estado para que se sigan produciendo el algodón prima y no se destinen a otras áreas.</p> <p>La capacidad productiva que tenemos es deficitaria.</p>
<p>¿Considera que para el fabricante peruano el costo del algodón local es más, menos o igualmente competitivo internacionalmente, especialmente en relación a los principales países proveedores de t-shirts a EE.UU.?</p>	<p>El costo del algodón peruano es más elevado a nivel internacional, ya que los principales proveedores son la India y Estados Unidos. Es por ello que nosotros principalmente nos abastecemos de ellos, atendiendo nuestro 60% total de nuestra demanda nacional.</p>	<p>El algodón americano y peruano son los más caros en comparación a otros algodones con fibra más corta.</p>
<p>¿Usted considera que la capacidad productiva de t-shirts en el Perú ha disminuido, se ha mantenido o ha crecido durante los últimos 10 años?</p>	<p>Tendría que ver la estadística, porque no solamente exportamos t-shirt. Hemos diversificado nuestra oferta exportable.</p>	<p>Tenemos una capacidad instalada ociosa, hay grupos de empresas que están trabajando a un menor tamaño de lo que tienen.</p>
<p>¿Considera que contamos con suficiente capacidad productiva de t-shirts para impulsar las exportaciones</p>	<p>No contamos con la capacidad productiva para maximizar nuestras exportaciones, pero se está haciendo todo lo posible para contrarrestar su reducción.</p>	<p>Es un sector en el que se puede invertir. Si se tuviera las condiciones de inversión apropiadas.</p>

peruanas de t-shirts a EE.UU.?		Colocar una máquina de costura no cuesta mucho.
¿Considera que contamos con la tecnología necesaria para que las exportaciones peruanas de t-shirts compitan en EE.UU.?	Sí, tenemos la tecnología y calidad, pero no podemos competir en costos de producción.	A nivel de organización sí. Lo que falta es que las empresas textiles grado de desarrollo de innovación de hilados de telas.
¿Cree usted que se debe invertir en nuevas tecnologías para abaratar o mejorar la calidad del producto peruano? ¿En qué medida?	Si, las empresas exportadoras están innovando en nuevas tecnologías para reducir sus costos.	Si se debe invertir. El consumidor quiere diferentes diseños, con acabos UV de protección, entre otros.  Las industrias textiles están en innovación.
<b>DIMENSIÓN</b>	<b>CALIDAD Y VARIEDAD</b>	
¿Qué variedades de t-shirts son más demandadas por EE.UU.?	Son los polos tipo Lacoste, son los que más se venden (con cuello).	El hablar de t-shirt es el modelo en sí, pero no indica si es hecho en tela fantasía, pique, entre otros, que van a tener otro nivel de precios.
¿Bajo qué parámetros de calidad se realiza la fabricación de t-shirts para la exportación a EE.UU.?	Nosotros como país exportado todas las marcas top, en calidad y tipo de fibra, ya que nuestra fibra es muy apreciada en el mundo. En el extranjero, cuando ven una prenda de vestir que indica "Hecho en el Perú" tiene un "jale de compra".	Los clientes son especializados por lo cual los fabricantes son bien estrictos.

<p>¿De qué manera los productos se diferencian frente a la competencia internacional de exportación de t-shirts a EE.UU.?</p>	<p>El algodón (Tanguis / Pima) es muy apreciado por el estadounidense. Los brokers quieren comprar en el Perú el t-shirt pero con algodón peruano, y pagar por ello el mismo precio de venta de proveedor chino, y cualquier país competidos.</p>	<p>El look, es decir la vista la presentación La suavidad al tacto.</p>
<p>¿De qué manera se le ha dado un valor agregado a las exportaciones de t-shirts?</p>	<p>Nuestras exportaciones principalmente son prendas básicas sin mucho diseño. En los últimos años, Perú ha mejorado mucho en sus diseños. Ahora las prendas de vestir son diseñadas por peruanos, desplazando la modalidad del FULL PACKAGE, el cual consistía en el que el bróker indicaba el diseño, calidad, talla, color, etc. del producto.</p> <p>Esto retraso nuestro avance en diseño textil. Actualmente, las empresas exportadoras del sector textil desarrollan su campaña, modelos, etc. Prácticamente, buscan desarrollar la tendencia de FAST FASHIONS.</p>	<p>El desarrollo de otras telas. Nuevos diseños.</p>
<p>¿Las licencias y/o los contratos de fabricación bajo marcas de renombre internacional, en vez del empleo de marcas propias, son un factor determinante</p>	<p>Nosotros todo lo que exportados son con marca reconocidas a nivel mundial, como Lacoste, Adidas, entre otras. Como país, no tenemos marcas de renombre internacional. Salimos con marcas peruanas, pero estas no tienen el arraigo de renombre internacional. A</p>	<p>El Perú es proveedor de las marcas, ya que no cuenta con una buena posición negociadora. Otros proveedores de las marcas es Vietnam, Pakistán, india, Países centroamericanos.</p>

<p>para mantener y posiblemente aumentar nuestras exportaciones de t-shirts a EE.UU.?</p>	<p>nivel Estado, se está trabajando la marca Perú. Si tenemos la iniciativa de realizarlo pronto.</p>	<p>Característica del sector: El Perú no cuenta con un dominio de marcas</p> <p>El Perú no tiene avanzado la parte comercial, y el consumidor compra de marca.</p>
<p>¿Los productos diferenciados responden de manera creciente a la demanda estadounidense?</p>	<p>El fabricante nacional está respondiendo a la demanda internacional. El consumidor está solicitando productos diferenciados, con diversidades tecnológicas, etc.</p> <p>Antes, la demanda era diferencia, era principalmente prendas básicas, pero ahora el consumidor ya no se contenta con prendas básicas. "Nadie quiere lo mismo del otro". Ahora las prendas demandadas son con menor volumen por la variedad de modelos.</p>	<p>Se hace diferenciación y flexibilidad, combinación de acabados y colores.</p> <p>Si se responde a lo que el cliente necesita.</p>

**Gremios Empresariales y/o instituciones – PROMPERU Y CÁMARA COMERCIO DE LIMA**

<b>ITEM</b>	NOEMI QUINTANA	LUIS ASPILLAGA BANCHERO
<b>NOMBRE DEL GREMIO EMPRESARIAL Y/O INSTITUCION</b>	PROMPERU	CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA
<b>CARGO</b>	ESPECIALISTA EN INTELIGENCIA DE MERCADOS	PRESIDENTE DEL GREMIO INDUMENTARIA
<b>LUGAR DE LA ENTREVISTA</b>	OFICINAS PROMPERU	OFICINA DE CCL
<b>DIMENSIÓN</b>	DRAWBACK	
Durante los últimos años, ¿Por qué cree que ha aumentado y luego disminuido la tasa del Drawback?	<p>El aumento o disminución obedece a políticas comerciales del gobierno de turno, hay épocas donde se le ha dado fuerte a la industria textil.</p> <p>Ha tendencias comerciales y/o mundiales, como los TLC que hayan sido firmados.</p> <p>Drawback es una de las causadas que han afectado al sector textil.</p>	<p>Los ajustes en el drawback vienen dando porque es una medida de devolución tributaria que busca promover las exportaciones en el Peru, pero se ajustan para evitar perjudicar la recaudación tributaria que es el mecanismo que tiene el gobierno de generar ingresos para obras públicas y sostenimiento de las entidades estatales. Además hay que considerar que el drawback intenta de alguna manera devolver parte de los impuestos excesivos que se dan</p>

		<p>en los diversos sectores productores del país.</p> <p>Si analizamos un poco los últimos años entre el 2008 al 2014 teníamos un drawback del 5% lo cual nos ayudó a mantener un buen nivel de exportaciones a pesar de la crisis mundial del 2008 pero también es cierto que esta medida reduce la recaudación tributaria del estado por eso entre el 2014-2016 está tuvo reducciones consecutivas de 4% -3% lo cual propicio un aumento en la recaudación para el gobierno, pero fue en contra de las pymes exportadoras que perdían competitividad en mercados externos. Una vez más al tener caídas de exportación en los últimos años hacían finales del 2016 se vuelve a incrementar el drawback de 3-4% hasta enero del 2019 se reduce la recaudación y se promueve las exportaciones.</p>
<p>¿Es un incentivo necesario a las exportaciones de t-shirts el contar con el régimen aduanero del Drawback? ¿Por qué?</p>	<p>Es necesario para la industria peruana sobre todo ya que la mayoría de las empresas necesitan de un incentivo para lograr estas exportaciones.</p>	<p>Es necesario mientras no se activen políticas económicas y fiscales que nos ayuden a ganar competitividad en nuestra participación comercial en los mercados globales. Este tipo de incentivo ayuda un poco a cubrir los altos costos de producción en el que se incurren debido a nuestras políticas laborales poco flexibles siendo la carga laboral un porcentaje alto en la</p>

		<p>participación de los costos finales del producto.</p> <p>El no contar con este tipo de régimen podría golpear fuertemente al sector que tiene que competir con el Asia donde sus políticas económicas están orientadas a tener una moneda depreciada y bajos costos de mano de obra que promuevan las exportaciones generando una competencia desbalanceada para nosotros pudiendo quedar fuera de la competencia por precios.</p>
<p>¿Qué perspectivas tiene acerca del Drawback con estas variaciones de forma gradual?</p>	<p>En la industria se está volviendo que vuelva al 5%, ya que la industria esta golpeada por el hecho que el Drawback cambie nuevamente.</p> <p>El comité textil ha hecho ya un pedido para que se vuelva a tener el Drawback.de 5%</p>	<p>Si bien el drawback es una ayuda para evitar perder competitividad contra países con políticas de exportación más agresivas no se puede depender de este mecanismo de ayuda para sobrevivir en el mercado. Por el contrario se debe buscar ganar competitividad mejorando la oferta diferenciada de nuestros productos y mejorando la productividad productiva de toda la cadena que participa en el proceso de exportación es un hecho que el drawback se reducirá el próximo año y esto ya nos debe alcanzar preparados para la reducción e incluso una posible eliminación de este régimen aduanero en un futuro no muy lejano más aun conociendo lo que nuestro actual ministro de economía ha señalado que</p>

		estamos carentes de recaudación tributaria y se deben reducir o eliminar todos aquellos lineamientos de devolución de impuestos.
¿De qué manera las variaciones del drawback han afectado a las exportaciones de t-shirts?	<p>Para el Perú el t-shirt es su producto estrella, tenemos ventaja competitiva con respecto al algodón.</p> <p>Variaciones de este tipo afectan a la industria de nuestros productos.</p> <p>El Drawback es uno de los más resaltantes y directos en sus variaciones.</p>	No directamente, pero si indirectamente ya que las fábricas que producen nuestros pedidos suben sus costos para mejorar su margen ante una reducción del drawback lo cual se traduce en mayores precios y pérdida de competitividad esto ha tenido que venir acompañado con creatividad para poder desarrollar telas más económicas que de algún modo compensen el incremento de los demás costos de la producción y evite el incremento de precio en el producto final. Sin estas medidas definitivamente se hubieran perdido muchas ventas como ha sucedido con parte de la industria que visto una reducción de sus ventas de exportación hasta un 30%.
Ante los cambios generados en nuestra política económica, ¿Considera viable la reducción prolongada de la tasa del Drawback en los últimos años en las exportaciones de t-shirts?	No es viable ni beneficioso. Viabilidad, porque depende mucho de las políticas económicas y de la presión de los gremios (comité textiles, grandes empresas).	Definitivamente esto perjudica las exportaciones y no solo de t-shirts tenemos políticas fiscales de múltiples impuestos que no deberían estar grabados ante una reducción del drawback sin un ajuste en la política fiscal estamos perdiendo competitividad con cada reducción de drawback ya que estos impuestos se ven

		traducidos en los precios de nuestros productos.
<p>¿Usted está conforme con la clasificación escalonada del Drawback fijada por la Sunat?  ¿De qué manera ha afectado las exportaciones de t-shirts?</p>	<p>Podría mejorarse la clasificación escalonada., teniendo la coyuntura igual, ya que los costos también han variado.</p>	<p>La clasificación escalonada es una propuesta poco viable, no es muy lógico tratar de beneficiar más a los pequeños cuando los que manejan la contratación de mayor personal son las empresas que más exportan deberían si aplicar una propuesta de reducción de impuesto más efectiva para los pequeños exportadores que ayuden a que reduzcan sus costos operativos. Afectaría las exportaciones en la medida que los mayores exportadores como nuestra fabrica perdería competitividad en la oferta de precios en lugar de buscar promover en mayor medida los volúmenes grandes de exportación.</p>
<p>¿Cuál es su opinión respecto de la proyección del Drawback de un 3% del valor exportado para el 2019, mientras que en el 2017 y 2018 se tuvo un 4%?.</p>	<p>Este año se ha notado ya una pequeña recuperación del sector textil, la proyección es que el otro año vuelva a tener un salto y sería positivo tener el 5%</p>	<p>Esto se traducirá en un incremento de precios en los productos básicos donde nuestro margen es muy bajo esto podría ocasionar la perdida de órdenes de compra, para evitar esto se tendrá que revisar la estructura de costos en las empresas donde los fijos más fuertes está en mano de obra se tendrá entonces que recortes de puesto de trabajo. Por ambos lados el efecto de la reducción del drawback será negativa para el sector exportador.</p>

DIMENSIÓN	TRANSPORTE INTERNACIONAL	
<p>¿Cuál es el modo de transporte más adecuado para las exportaciones de t-shirts a EE.UU.? Explique el porqué.</p>	<p>Depende de la cantidad que vayas a transportar y de las dichas de planificación para los envíos, de no ser así se aplica lo que es el aéreo.</p> <p>El fast-fashion ha impactado a la industria peruana, ya que no se ha estado preparada para enfrentar un fenómeno de esa magnitud.</p> <p>Cabe resaltar que la vía aérea requiere un mayor costo.</p>	<p>El modo de transporte más adecuado para las exportaciones de t-shirts es el marítimo costos menores en comparación con el transporte aéreo sin embargo se debe tener en cuenta el volumen que se necesita movilizar, por ejemplo si se trata de carga FCL no habrá duda de usar en medio marítimo pero si se trata de un pedido pequeños tipo LCL podría ser más conveniente el transporte aéreo ya que te permite un menor tiempo de transito que puede ayudarte a impulsar más ventas con tus clientes reduciendo el lead time total de atención desde la confirmación de la orden hasta la prenda puesta en las tiendas del cliente.</p>
<p>¿En qué ciudad o región de EE.UU. se concentran la mayor parte de los importadores y compradores de t-shirts a los cual se dirigen los envíos?</p>	<p>La costa este de Estados Unidos.</p> <p>Estados Unidos es nuestro principal mercado.</p>	<p>Si bien la concentración de las oficinas de nuestros clientes está en la región noroeste y oeste de los estados unidos desde Massachussets hasta Nueva York, la distribución que realizamos para nuestros clientes cubren los 50 estados de los EEUU.</p>
<p>¿Cree que la ubicación geográfica y los consecuentes tiempos de tránsito influyen en la</p>	<p>Hace unos años la ubicación geográfica era un factor competitivo, pero con la tecnología que hay, los países a pesar de</p>	<p>Correcto la logística juega un papel muy importante en la propuesta de valor como región a comparación del Asia estamos</p>

<p>competencia de los principales países proveedores de T-shirts de EE.UU.?</p>	<p>estar muy lejos tienen la capacidad y planificarse.</p> <p>Nosotros contamos una ubicación privilegiada para llegar a diversos mercados.</p> <p>Los países centroamericanos en algunos casos tienen incentivos para que empresas extranjeras se establezcan en el país.</p>	<p>mejor ubicados geográficamente para realizar transportes marítimos a EEUU, manejamos lead time de tránsito entre 10-12 días en un FCL lo que nos permite competir diferenciadamente en lead times más cortos una ventaja competitiva que es apreciada por muchas de las marcas que trabajan con periodos cortos de rotación de inventario.</p>
<p>¿De qué manera la ubicación geográfica influye en los costos de los fletes internacionales de los principales países exportadores t-shirts a EE.UU.?</p>	<p>Tener una mejor ubicación geográfica influye bastante.</p> <p>Pero sería una súper ventaja competitiva tener una ubicación geográfica y buena gestión de costos</p>	<p>La necesidad del cliente ahora es poder entregarle el producto en sus centros de distribución listos para puesta en tienda esto hace que el flete pase a formar parte de la estructura de costos. Por ejemplo Guatemala que geográficamente está más cerca de estados unidos tendrá mejores costos de flete que nosotros que estamos más al sur geográficamente, el otro caso puede ser China su lejanía geográfica presenta costos de fletes más altos para movilizar su carga a estados unidos en comparación de nosotros.</p>
<p>¿Usted considera que el costo del flete internacional desde Perú es mayor frente a otros países exportadores de t-shirts</p>	<p>El costo del flete es mayor.</p> <p>Los costos logísticos en Perú son caros, afectando a la industria.</p>	<p>Los fletes que tenemos si son bastante competitivos si nos comparamos con los países de la región, pero lo que encarece nuestro sistema logístico de exportación son los costos aduaneros y de transporte local movilizar un contenedor hasta el puerto del</p>

<p>a EE.UU.? Explique a qué cree que se debe.</p>		<p>callao puede estar entre los S/800 a s/1200 soles lo que sería un flete de transporte en FCL a Chile, por ejemplo.</p>
<p>De la pregunta anterior, ¿Qué medidas o estrategias se han planteado para reducir dicho costo del flete internacional desde Perú?</p>	<p>Como PROMPERU no hemos visto este tema a mayor profundidad.  Este tema mayormente lo ven las agencias, pero ellos serían quienes tendrían que realizar estas regularizaciones.</p>	<p>Definitivamente se debe tener políticas fiscales más flexibles con las exportaciones, por el lado de la empresa ganar competitividad en la búsqueda de atraer pedidos de volumen que permita movilizar cargas a contenedor completo ayuda a conseguir fletes más competitivos en el mercado.</p>
<p style="text-align: center;">DIMENSIÓN</p>	<p style="text-align: center;">RECURSOS</p>	
<p>¿Qué diferencias cree usted que hay entre la mano de obra peruana, respecto de los demás países fabricantes de t-shirts?</p>	<p>El salario formal es muy caro y es una de las demandas del Comité Textil. En China en Vietnan a las justas se llega a los 200 dólares y en Perú salario mínimo es de 930.00 soles.</p>	<p>Tenemos un costo de mano de obra bastante caro en comparación con otros países, las políticas fiscales hacen que la sostener mano de obra estable sea costoso, para la empresa cerca del 10% de un sueldo es lo que se tiene que pagar por operario en impuestos, además las políticas de contratación no son flexibles por lo que la carga fija se incrementa a comparación de países con los que tenemos competencia directa China, Centroamérica tienen este costo en la tercera parte del nuestro.</p>

<p>De la pregunta anterior, ¿Cómo afectan dichas diferencias en las exportaciones peruanas de t-shirts a EE.UU.?</p>	<p>El hecho de que los costos laborales sean altos trae consigo la subcontratación, la informalidad.</p> <p>En el caso de la subcontratación, las empresas grandes terminan subcontratando a otras empresas muy pequeñas, quienes terminan trabajando en condiciones inadecuadas.</p>	<p>Realmente es un impacto fuerte, China exporta a EEUU 60% más de lo que nosotros exportamos en prendas de vestir debido a sus políticas fiscales y económicas orientadas a favorecer la exportación.</p>
<p>¿Sabía usted que un trabajador textil cuesta mucho más caro en relación a los demás países proveedores de t-shirt a Estados Unidos? ¿Qué estrategia(s) se emplea(n) para enfrentar nuestro alto costo?</p>	<p>Se está pidiendo subsidio o algún régimen especial para que puedan hacer frente a esta situación.</p> <p>Hace unos quince años el sector textil era el segundo de las actividades económicas, ahora ya es el tercero o cuarto, y muchas veces lo ven más como un tema empresarial.</p>	<p>Correcto la mano de obra es más cara en nuestro país, lo que se trata de hacer es mejorar las eficiencias en los procesos algunas fábricas como la nuestra cuentan ya con sistemas que ayudan a reducir la mano de obra en nuestro caso tenemos las líneas Eton que automatizan el proceso de confección de las prendas donde la prenda pasa de una operación a otra sin ayuda de operarios esto hace que se reduzca la cantidad de operarios por líneas y así el costo por mano de obra.</p>
<p>¿En qué regiones del Perú se encuentran los mayores productores de algodón para la exportación?</p>	<p>La producción de algodón es mayormente en el norte y en el sur Ica.</p>	<p>El algodón se produce en las regiones costeras y de la selva desde Ica hasta Áncash el algodón tanguis, y en Piura encontramos el algodón Pima. Estos son los tipos de algodón que se usan más para los productos de exportación, pero también sabemos que nuestros cultivos de algodón</p>

		se han reducido a la mitad en los últimos 5 años lo cual ha provocado que usemos también como materia prima de exportación algodón americano y de la India.
¿Cuáles son las variedades de algodón peruano más utilizadas y cuáles son las más demandadas por el mercado internacional y específicamente el de EE.UU., en la actualidad?	El tanguis y el Pima.  Lo que demanda el mercado estadounidense depende, ya que antes eran muy demandados los polos de 100% algodón, pero últimamente ha ingresado mucha fibra sintética y el porcentaje de algodón ya no es 100%, pero sí de 50% o 60%.	Actualmente la más exportada es el algodón tanguis a nivel de costo se puede tener productos de precios más competitivos con esta fibra, sin embargo el algodón Pima en mezclas están entre las más demandadas principalmente para el mercado americano.
¿Considera que contamos con la suficiente capacidad productiva de algodón de la calidad necesaria para impulsar la exportación peruana de t-shirts a EE.UU.?	Estamos un cortos en la producción, que obedece a factores climatológicos por ejemplo, o porque los agricultores migraron a otro sector.	No actualmente no tenemos una suficiente capacidad productiva de algodón para poder impulsar al sector de exportación, los cultivos de algodón se han reducido en 50% en los últimos 5 años actualmente tenemos menos de 23,000 hectáreas que se dedican al cultivo del algodón y por otro lado las importaciones de hilados americanos y de la India se han triplicado. Este escenario hace que nuestro algodón pierda su posición competitiva global por escases y sobre costos de los que aún se produce.
¿Considera que para el fabricante peruano el costo del	El algodón peruano es un poco más caro.	Existe claramente una diferencia de costo y calidad nuestro algodón es más costoso si lo

<p>algodón local es más, menos o igualmente competitivo internacionalmente, especialmente en relación a los principales países proveedores de t-shirts a EE.UU.?</p>		<p>comparamos con los precios del algodón de la india que trabajan con semillas modificadas que ayudan a incrementar su producción y tener bajos costos de producción sin embargo la calidad de nuestra fibra es claramente identificado en el mercado y nos permite competir principalmente en telas con mezcla de fibras que nos ayudan a reducir el precio final del producto.</p>
<p>¿Usted considera que la capacidad productiva de t-shirts en el Perú ha disminuido, se ha mantenido o ha crecido durante los últimos 10 años?</p>	<p>La capacidad productiva, se ha ido manteniendo, pero como producción real ha disminuido.</p>	<p>La capacidad productiva se ha incrementado en los últimos años, entre el 2011 al 2014 se incrementaron nuestra exportaciones hacia estados unidos y tuvimos un crecimiento importante sin embargo como exportación se tuvieron retrocesos entre el 2015-2016 pero esto se vio compensado con la activación de nuestro consumo interno que ayudo a activar la capacidad productiva del sector en los últimos dos años sin embargo el consumo interno se ha paralizado un poco por los ruidos políticos que tenemos en el país y se están presentando otra vez crecimiento de las exportaciones lo cual demanda capacidad de producción que no está creciendo al ritmo de las necesidades.</p>
<p>¿Considera que contamos con suficiente capacidad productiva de t-shirts para impulsar las</p>	<p>Si tenemos la capacidad para producir, el tema es que haya demanda.</p>	<p>No, Se necesita tener mayor capacidad productiva para poder estar en la misma competencia de los competidores</p>

<p>exportaciones peruanas de t-shirts a EE.UU.?</p>		<p>internacionales pero esto partirá de dar apoyo y asesoría a los pequeños exportadores que están iniciando a fin que se profesionalicen y lleguen a los estándares de calidad y negocio sostenible que requiere el mercado proyectando su crecimiento de forma ordenada que será el crecimiento como capacidad de exportación país también.</p>
<p>¿Considera que contamos con la tecnología necesaria para que las exportaciones peruanas de t-shirts compitan en EE.UU.?</p>	<p>Nos falta modernización del equipamiento que tengamos.</p> <p>Las grandes maquinas son rentables para grandes producciones pero para pequeñas no resulta rentable de máquinas de gran envergadura.</p> <p>El empresario debe hacer una renovación.</p>	<p>Las empresas están invirtiendo en tecnología para poder optimizar los procesos productivos, pero aún estamos lejos de manejar el nivel de negocio que tiene China y Vietnam con Estados unidos en prendas de vestir. La tecnología ayuda en la medida que las políticas económicas también se alineen a promover la exportación sino los empresarios no invertirán en nuevas tecnologías si el crecimiento es muy costos.</p>
<p>¿Cree usted que se debe invertir en nuevas tecnologías para abaratar o mejorar la calidad del producto peruano? ¿En qué medida?</p>	<p>Si, puede abaratar para producciones de gran magnitud, para producciones pequeñas no se ve reflejado.</p>	<p>La inversión se debe dar en la misma medida que las políticas económicas busquen promover las exportaciones una nueva tecnología reduce el costo en la medida que opera en un nivel alto de eficiencia para lo cual se tiene que tener el volumen de pedidos para mantener esta producción caso contrario una nueva tecnología podría</p>

		resultar más costosa en inversión por el periodo de recuperación que será más lento.
DIMENSIÓN	CALIDAD Y VARIEDAD	
¿Qué variedades de t-shirts son más demandadas por EE.UU.?	T-shirt básico como el cuello v, cuello redondo.	El mercado de t-shirts más grande es el de la división mujeres, en esta división se prefieren telas con caída y suavidad por lo que las mezclas cotton-modal son las más exitosas.
¿Bajo qué parámetros de calidad se realiza la fabricación de t-shirts para la exportación a EE.UU.?	Debería invertirse en temas de diseño, podremos tener las mejores maquinas pero si no tienes diseños no te diferencias.	Los parámetros de calidad varían por tipo de cliente y por tipo de mercado que estos atienden. Algunos solicitan mayor control en la parte textil, encogimientos, solideces, etc y otros son más exigentes en las prendas medidas con baja tolerancia, apariencia de la prenda, avíos con buen performance en solideces y resistencia, etc.
¿De qué manera los productos se diferencian frente a la competencia internacional de exportación de t-shirts a EE.UU.?	Las principales ventajas es la calidad de algodón, tenemos fibras en alpaca.  Otro ventaja es que se ha desarrollado el full package sewing (es un servicio completo)	Nuestros productos se diferencian uno por la innovación textil buscando adelantarnos a lo que el cliente necesita propuestas de telas funcionales a precio justo, segundo por la asesoría técnica que le brindamos a nuestros clientes realizando incluso el diseño de una colección completa para los clientes, tercero vamos a la velocidad del mercado con lead times competitivos, cuarto precios competitivos analizamos el mercado y los

		<p>productos sustitutos a los nuestros para poder ofrecer no los precios más bajos del mercado pero si lo suficientemente competitivos para que el precio no sea un factor de riesgo del pedido.</p>
<p>¿De qué manera se le ha dado un valor agregado a las exportaciones de t-shirts?</p>	<p>El Perú no ha desarrollado mucho en diseño.</p> <p>PROMPERU ha brindado espacios de exposición de nuestra oferta (como por ejemplo Perú moda)</p>	<p>Como se ha mencionado la exportación no solo se basa en un producto sino del servicio que se brinda a los clientes, desde atención de precios en 24 horas hasta despacho de ordenes en 30 días. El servicio actualmente está siendo el gran diferenciador que nos está permitiendo ganar mayor participación de mercado.</p>
<p>¿Las licencias y/o los contratos de fabricación bajo marcas de renombre internacional, en vez del empleo de marcas propias, son un factor determinante para mantener y posiblemente aumentar nuestras exportaciones de t-shirts a EE.UU.?</p>	<p>Las grandes marcas vienen a fabricar los t-shirt aquí a Perú.</p> <p>Hace unos años las licencias era el outsourcing ven y fabrica aquí y ahora la estrategia es la de tener marca propia.</p>	<p>No es del todo cierto, una marca bien posicionada en el mercado americano podría duplicar y cuadruplicar nuestras exportaciones ya que completamos toda la cadena productiva desde la fabricación al cliente final, pero es alto el costo de establecer una marca y posicionarla en el mercado americano. Por el momento se opta por la atención a las marcas ya posicionadas, aunque esta tendencia de marcas tiene una tendencia a la reducción de consumo, hoy en día los compradores buscan la funcionalidad de la prenda más que la marca de la prenda para el consumo masivo es decir en</p>

		volúmenes que pueden incrementar notablemente nuestras exportaciones.
¿Los productos diferenciados responden de manera creciente a la demanda estadounidense?	<p>Se debería diversificar mucho la oferta.</p> <p>Donald Trump está tratando de impulsar la industria nacional de EE.UU.</p> <p>Estados Unidos principal país exportador de algodón hacia Perú.</p>	<p>Correcto, nuestros productos están siendo apreciados por el mercado y la prueba de ellos es el crecimiento de nuestra empresa casi exponencial en los últimos años aunque el mercado de t-shirts no es muy previsible al largo plazo vamos a seguir optando por la innovación producto-servicio para no solo mantenernos en el mercado sino seguir proyectando nuestro crecimiento.</p>

**Gremios Empresariales y/o instituciones – MINCETUR Y ASODEX**

<b>ITEM</b>	JOSE LUIS SANCHEZ	HUMBERTO MACHACA
<b>NOMBRE DEL GREMIO EMPRESARIAL Y/O INSTITUCION</b>	MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO	ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES DEL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA.
<b>CARGO</b>	DIRECCIÓN DE LA UNIDAD DE ORIGEN DE COMERCIO EXTERIOR	PRESIDENTE EJECUTIVO DE ASODEX
<b>LUGAR DE LA ENTREVISTA</b>	OFICINAS MINCETUR	OFICINAS EN GAMARRA
<b>DIMENSIÓN</b>	<b>DRAWBACK</b>	
Durante los últimos años, ¿Por qué cree que ha aumentado y luego disminuido la tasa del Drawback?	<p>Uno de los motivos por los cuales aumento y luego disminuyo ha sido el mal uso que se le ha dado a este incentivo.</p> <p>En el 2008, ha disminuido por la crisis.</p>	<p>El principal factor que genero dicha disminución fue debido a malos empresarios que empezaron a facturar exportaciones irreales “desmontes de basura”. Ante esta situación de desfase, la Sunat replanteo todo, para evitar que el Estado siga desembolsando más dinero.</p>

<p>¿Es un incentivo necesario a las exportaciones de t-shirts el contar con el régimen aduanero del Drawback? ¿Por qué?</p>	<p>Si es incentivo, porque el producto que se fabrica compite con otros producidos en diferentes países del mundo y los insumos necesarios para su fabricación para acogerse es mediante incorporación de algunos de ellos importados.</p>	<p>Sí, porque es un incentivo importante para nuestra exportación, pero en este caso muchas de las empresas del Emporio Comercial de Gamarra no pueden acogerse, ya que nosotros importamos insumos chinos, y por requisitos de origen, solo podemos exportar a Estados Unidos insumos como el algodón que provengan de dicho país.</p>
<p>¿Qué perspectivas tiene acerca del Drawback con estas variaciones de forma gradual?</p>	<p>Hay una disconformidad. Porque se espera que el Drawback pueda incentivar e impulsar más.</p>	<p>Las empresas del Emporio Comercial de Gamarra no se acogen a este beneficio de restitución arancelaria, ya que no exportamos principalmente a Estados Unidos, pero si nos acogemos a la devolución del IGV.</p>
<p>¿De qué manera las variaciones del drawback han afectado a las exportaciones de t-shirts?</p>	<p>Han afectado porque las exportaciones del sector han caído.</p>	<p>En el 2009, si se incentivó las exportaciones peruanas del sector textil al mundo, pero en la actualidad no sentimos este apoyo, ya que la Sunat es muy riguroso con nosotros, como fiscalizador tanto para la mano de obra como pago de tributos.</p>
<p>Ante los cambios generados en nuestra política económica, ¿Considera viable la reducción prolongada de la tasa del</p>	<p>No es viable, ya que el mismo sector t-shirt está viéndose afectado no solo porque el cliente compra menos, sino por las tendencias.</p>	<p>Si se sigue reduciendo la tasa del Drawback, muchos empresarios dejaran de exportar, y desaparecerá este sector textil exportador, enfocándose solo en el abastecimiento local,</p>

Drawback en los últimos años en las exportaciones de t-shirts?		a pesar de estar perjudicado por par importaciones chinas de prendas de vestir.
¿Usted está conforme con la clasificación escalonada del Drawback fijada por la Sunat? ¿De qué manera ha afectado las exportaciones de t-shirts?	No, y se está viendo reflejado en las cifras de exportación que han disminuido.	Hemos tenido varias discrepancias con esta clasificación, pero hasta el momento no hay medida de solución o apoyo. Esta disminución afecta negativamente a nuestras exportaciones.
¿Cuál es su opinión respecto de la proyección del Drawback de un 3% del valor exportado para el 2019, mientras que en el 2017 y 2018 se tuvo un 4%?.	Esto conlleva a que las exportaciones de t-shirt disminuyan, ya que el costo de fabricación es alto.  Para el otro año, será un desincentivo.	Nosotros no lo hemos analizados, por lo que no puedo tener una idea clara. Esto se debe a la falta de capacitación por parte del Estado y/o falta de interés de los pequeños empresarios.
DIMENSIÓN	TRANSPORTE INTERNACIONAL	
¿Cuál es el modo de transporte más adecuado para las exportaciones de t-shirts a EE.UU.? Explique el porqué.	El transporte más cómodo es el marítimo cuando es la cantidad por volumen.  En el caso de aéreos, es para tendencias fast fashion.  En realidad de ambos.	Muchas de las exportaciones son trabajadas por los envíos aéreos ante la poca cantidad.
¿En qué ciudad o región de EE.UU. se concentran la mayor parte de los importadores y	Se distribuyen en todo Estados Unidos, pero más en Miami.	Los principales importadores se encuentran son Miami y New York.

compradores de t-shirts a los cual se dirigen los envíos?	Principalmente en los venden en los walmart u outlet.	
¿Cree que la ubicación geográfica y los consecuentes tiempos de tránsito influyen en la competencia de los principales países proveedores de t-shirts de EE.UU.?	Si. La cercanía siempre va influir y los tiempos de tránsito también ya que de ello depende mucho cuán rápido puedan llegar a destino.	Si, así es. Los principales países centroamericanos son los más beneficiados.
¿De qué manera la ubicación geográfica influye en los costos de los fletes internacionales de los principales países exportadores t-shirts a EE.UU.?	A mayor distancia, más caro. Mucho depende del Incoterms es que también se asumen los riesgos.	La ubicación geográfica influye mucho en los costos de exportación. Nos sabría decirte o responderte en cuanto, ya que nosotros estamos conformados por 300 empresas, pero solo 10 de ellas exportan a Estados Unidos.
¿Usted considera que el costo del flete internacional desde Perú es mayor frente a otros países exportadores de t-shirts a EE.UU.? Explique a qué cree que se debe.	Si, ya que los costos de flete viene incrementando toda la cadena del logística.  Todo costo siempre aumenta el precio, y es perjudicial para la exportaciones y hacer frente a la competencia	Solo las principales empresas exportadoras tienen un flete internacional “negociado” con las aerolíneas y agencias de carga.
De la pregunta anterior, ¿Qué medidas o estrategias se han planteado para reducir dicho	Medidas o estrategias como Mincetur no se han planteado, pero si se puede ver a detalle que los costos para exportar son más caros con respecto a otros países a	No, hemos planteado alguna medida de solución, pero si nos gustaría que tengamos una buena tarifa de exportación.

costo del flete internacional desde Perú?	quienes el gobierno los ayuda con subsidios	
DIMENSIÓN	RECURSOS	
¿Qué diferencias cree usted que hay entre la mano de obra peruana, respecto de los demás países fabricantes de t-shirts?	<p>El Perú es un fabricante profesional de prendas, y en mano de obra no es tan capacitada o especializada, al contrario, la mano de obra es eventual.</p> <p>En otros países el sector es permanente, nosotros tenemos mucha rotación y temporalidad.</p> <p>Otro de las diferencias es que no estamos especializados</p>	<p>En este caso, Honduras, país centroamericano, tiene otros incentivos en temas tributarios, mano de obra, y bajos costos de producción, como también la capacitación por parte del Estado es muy más intensiva.</p> <p>En el Perú, hay desinterés por parte de los empresarios, como también la intensa fiscalización por parte de la Sunat por el número de empleados y las regulaciones laborales.</p>
De la pregunta anterior, ¿Cómo afectan dichas diferencias en las exportaciones peruanas de t-shirts a EE.UU.?	<p>Hay mucha gente que terceriza porque están especializadas en lo que hacen.</p> <p>Optimizan más tercerizando que contratando a las personas.</p> <p>Es el service quien contrata a su personal.</p>	<p>Tiene un impacto directo en nuestros costos de producción, impidiéndonos competir en el mercado internacional.</p>

<p>¿Sabía usted que un trabajador textil cuesta mucho más caro en relación a los demás países proveedores de t-shirt a Estados Unidos? ¿Qué estrategia(s) se emplea(n) para enfrentar nuestro alto costo?</p>	<p>Hay una diferencia enorme en relación a los países como China, Vietnam, Bangladesh, quienes tienen una mano de obra en el suelo.</p> <p>Hay estrategias de optimizar los costos con soportes de reingeniería, de capacitación del personal antes que ingresen al taller.</p> <p>Hay otros países quienes violan las leyes y personas que trabajan sin que el gobierno lo sepa, o dándose como informalidad.</p>	<p>El costo de la mano de obra en el Peru es elevado.</p> <p>En nuestro país, en referencia a la mano de obra y costos de tecnología para reducir nuestros costos de producción no se está realizando. Tal vez podríamos reemplazarlas por nueva tecnología, pero ello requiere inversión y financiamiento.</p>
<p>¿En qué regiones del Perú se encuentran los mayores productores de algodón para la exportación?</p>	<p>Se produce mayormente en la región de Piura e Ica, básicamente en estos lugares.</p>	<p>La principal región en el Perú productora de algodón es Ica. El productor algodónero saber que se demorara en vender su producto, es por ello que no prefiere producirlo.</p> <p>Es importante tener en claro, China importa el algodón de la India para vender cada vez más barato. El agricultor no quiere producir el algodón por la poca ganancia que pueden obtener por ello.</p>

<p>¿Cuáles son las variedades de algodón peruano más utilizadas y cuáles son las más demandadas por el mercado internacional y específicamente el de EE.UU., en la actualidad?</p>	<p>El algodón de calidad el Pima.  MÁS demandado es el Pima.  En fabricación pima y tanguis.</p>	<p>El algodón pima nacional se diferencia por la calidad y finura. Hay algodones que tiene grumos, estos son provenientes de la India.</p>
<p>¿Considera que contamos con la suficiente capacidad productiva de algodón de la calidad necesaria para impulsar la exportación peruana de t-shirts a EE.UU.?</p>	<p>No contamos con suficiente capacidad productiva.  Aún nos falta desarrollar más el sector, en muchos aspectos logísticos, tecnológicos, comercial.</p>	<p>No, porque la mano de obra en el Perú es muy alta, y cualquier insumo de algodón importado, con fines de producción, no te permite ser competitivo frente a la India y China.</p>
<p>¿Considera que para el fabricante peruano el costo del algodón local es más, menos o igualmente competitivo internacionalmente, especialmente en relación a los principales países proveedores de t-shirts a EE.UU.?</p>	<p>Claro, el algodón es de calidad y más caro.</p>	<p>No, el costo del algodón es muy alto, no contamos con capacidad productiva suficiente para ser competitivo.</p>
<p>¿Usted considera que la capacidad productiva de t-shirts en el Perú ha disminuido, se ha mantenido o ha crecido durante los últimos 10 años?</p>	<p>Hay capacidad productiva, pero ha disminuido por la crisis 2009.  Por la falta de desarrollo.</p>	<p>La capacidad productiva de t-shirt en el Perú ha disminuido, en consecuencia, de la crisis financiera internacional del 2009.</p>

<p>¿Considera que contamos con suficiente capacidad productiva de t-shirts para impulsar las exportaciones peruanas de t-shirts a EE.UU.?</p>	<p>No definitivamente no. Por ejemplo Brasil, es un productos que se autoabastece con producción nacional y la tecnología que tiene es enorme en hilos, estampados, bordados muchos más avanzando que Perú, Colombia.</p>	<p>No en gran medida, pero si podemos atender a la demanda, pero bajo un alto costos. Deberíamos invertir en nuevas maquinarias para minimizar los costos.</p>
<p>¿Considera que contamos con la tecnología necesaria para que las exportaciones peruanas de t-shirts compitan en EE.UU.?</p>	<p>Definitivamente, en la medida que fabriquemos productos acorde al mercado internacional y hacer frente a la competencia.</p>	<p>No, pero a pesar de ello, nosotros estamos proponiendo un Centro de Investigación Tecnológica para Gamarra para innovar nuestro algodón. Realmente las maquinarias que tenemos son muy antiguas, lo cual para hacer una prenda nos demoramos mucho más en producirla. Mientras que en India y China producen en cantidad por la desarrollada tecnología.</p>
<p>¿Cree usted que se debe invertir en nuevas tecnologías para abaratar o mejorar la calidad del producto peruano? ¿En qué medida?</p>	<p>Si definitivamente en la que la empresa se sea competitiva con las tendencias mundiales.</p> <p>Las empresas hoy en día solo fabrican por pedidos y lo venden, pero no están invirtiendo en tecnologías, maquinarias para que realicen mayores producciones. No invierte en tecnología para no capacitar.</p>	<p>Si, deberíamos invertir para abaratar nuestros costos. Es necesario hacerlo ahora porque en un par de años las cosas serán deferentes, ya que ahora somos sobrevivientes.</p>

DIMENSIÓN	CALIDAD Y VARIEDAD	
¿Qué variedades de t-shirts son más demandadas por EE.UU.?	La más demandadas son los t-shirt (cuello redondo o en v) son para varones.	Son los polos con cuello redondo, o camiseros, como también las camisas.
¿Bajo qué parámetros de calidad se realiza la fabricación de t-shirts para la exportación a EE.UU.?	En este caso, Estados Unidos es quien define los parámetros de calidad, y de acuerdo con ello, los empresarios producen.	Por las exigencias de dadas por Estados Unidos, nosotros tendemos a contratar a un especialista que nos detalle sobre la ficha técnica del producto, para cumplir con ese estándar de calidad.
¿De qué manera los productos se diferencian frente a la competencia internacional de exportación de t-shirts a EE.UU.?	<p>La tendencia de la moda cada vez se va descubriendo a pasos agigantados.</p> <p>Se diferencia por la calidad y nuestro producto fabricado de nuestro algodón peruano y/o americano. Por ejemplo: Las costuras, terminaciones en los productos. El Perú se ha perfilado en la perfección de la prenda terminada, en comparación China no lo es, porque produce de forma masiva.</p>	Nosotros si estamos ofreciendo al cliente una prenda de vestir de algodón, ya que muchos competidores mezclan el algodón peruano con el indio, resultando el cliente estafado.
¿De qué manera se le ha dado un valor agregado a las exportaciones de t-shirts?	Los empresarios textiles ofrecen a través de sus productos, la calidad del producto y proceso productivo.	Los exportadores peruanos del sector textil se están enfocando con desplazar su producción en maquinarias, por ofrecer al cliente un producto con rostro humano o mano peruana, es decir “manual”.

<p>¿Las licencias y/o los contratos de fabricación bajo marcas de renombre internacional, en vez del empleo de marcas propias, son un factor determinante para mantener y posiblemente aumentar nuestras exportaciones de t-shirts a EE.UU.?</p>	<p>Es probable, en realidad a través de marcas reconocidas se puede maximizar las ganancias y elevar el precio del producto, ya que en el Perú no se ha desarrollado marcas reconocidas, siendo esta una alternativa de salida para incrementar las exportaciones. Hay empresas que pagan licencias por el uso del color e imagen de las marcas reconocidas, realmente pocas lo hacen.</p>	<p>Así es, nosotros no hemos desarrollado nuestras marcas, más que todo nos encargamos de producir y entregar al cliente para que ellos mismo coloquen sus marcas.</p>
<p>¿Los productos diferenciados responden de manera creciente a la demanda estadounidense?</p>	<p>Sí, ya que el producto que ingresa a dicho país es de calidad por sus terminaciones.</p>	<p>Nosotros queremos ofrecer productos de algodón orgánico como Emporio Comercial de Gamarra, pero los agricultores no quieren. De igual forma estamos buscando desarrollar nuestros diseños.</p>

### Apéndice 3: Gremios empresariales y/o asociaciones

#### SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS – COMITÉ TEXTIL

##### Junta Directiva

<b>N°</b>	<b>CARGO</b>	<b>DATOS</b>
1	Presidente	Raúl Ortiz de Zevallos
2	Gerente	Martin Reaño Vera
3	Asesora Técnica	Yolanda Bonilla

##### Empresas Asociadas al Comité textil que exportan t-shirt a Estados Unidos

<b>N°</b>	<b>RAZÓN SOCIAL</b>
1	ALMERIZ S.A.
2	CONFECCIONES LANCASTER S.A.
3	CONFECCIONES TEXTIMAX S.A.
4	CORPORACIÓN MUNDO MODA S.A.C.
5	COTTON KNIT S.A.C.
6	CREDITEX S.A.A.
7	FILASUR S.A.
8	GLOPAC S.A.C.
9	HILANDERIA DE ALGODÓN PERUANO S.A.
10	INDUSTRIA TEXTIL DEL PACIFICO S.A.
11	MANUFACTURAS AMERICA E.I.R.L

#### CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA – GREMIO INDUMENTARIA

##### Junta Directiva

<b>N°</b>	<b>CARGO</b>	<b>DATOS</b>
1	Presidente	Luis Antonio Aspillaga Banchemo
2	Vicepresidente	Ramon Veliz alva
3	Tesorero	Alexander Gleiser

**Empresas Asociadas al Gremio Indumentaria que exportan t-shirt a Estados Unidos**

<b>N°</b>	<b>RAZÓN SOCIAL</b>
1	CONFECCIONES TRENTO S.A.C.
2	COTTON KNIT S.A.C.
3	CREDITEX S.A.A.
4	DEVANLAY PERU S.A.C.
5	NOVABLUE SOURCING S.A.C
6	PERU APPAREL SOLUTIONS S.A.C.
7	PERUVIAN FIT S.A.C.
8	TSONKIRI S.A.C

**ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES – SECTOR MANUFACTURA**

**Junta Directiva**

<b>N°</b>	<b>CARGO</b>	<b>DATOS</b>
1	Gerente General de Exportaciones	Jorge Urbina
2	Gerente de Manufactura	Ysabel Segura

**Empresas Asociadas al Sector Manufactura que exportan t-shirt a Estados Unidos**

<b>N°</b>	<b>RAZÓN SOCIAL</b>
1	INDUSTRIAS NETTALCO
2	ABLIMATEX EXPORT SAC
3	TSONKIRI S.A.C
4	ALPACA SOCIETY SAC
5	CONFECCIONES TEXTIMAX S A
6	CONSORCIO TEXTIL EXPORTADOR SAC
7	COTTON KNIT S.A.C.
8	DEVANLAY PERU S.A.C.
9	HILANDERIA DE ALGODÓN PERUANO S.A.
10	MANUFACTURAS AMÉRICAS E.I.R.L
11	NOVABLUE SOURCING S.A.C

12	PERU COTTON TEX SAC
13	PERU FASHIONS SAC
14	PROVEEDORA TEXTIL SAC
15	SOUTHERN TEXTILE NETWORK S.A.C.
16	TANDEM TEXTIL SAC
17	TEXTIL DEL VALLE SA
18	TEXTIL LATINO SUR SAC
19	TEXTIL ONLY STAR SAC
20	TEXTILE SOURCING COMPANY SAC
21	TEXTILES CAMONES SA
22	TOPY TOP SA
23	VENATOR SAC
24	TSONKIRI S.A.C