



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
SECCIÓN DE POSGRADO**

**EL DRAWBACK COMO ESTRATEGIA FINANCIERA EN LAS
EXPORTACIONES DE TEXTILES EN EL MARCO DEL TRATADO
DE LIBRE COMERCIO CON LOS EE.UU. 2015 - 2016**

**PRESENTADA POR
MARIBEL BENITES ROMAN**

TESIS

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN CONTABILIDAD
Y FINANZAS CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN FINANCIERA**

LIMA – PERÚ

2016



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual
CC BY-NC-SA**

La autora permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

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



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
SECCIÓN POSTGRADO**

**EL DRAWBACK COMO ESTRATEGIA FINANCIERA EN LAS
EXPORTACIONES DE TEXTILES EN EL MARCO DEL TRATADO
DE LIBRE COMERCIO CON LOS EE.UU. 2015 - 2016**

TESIS

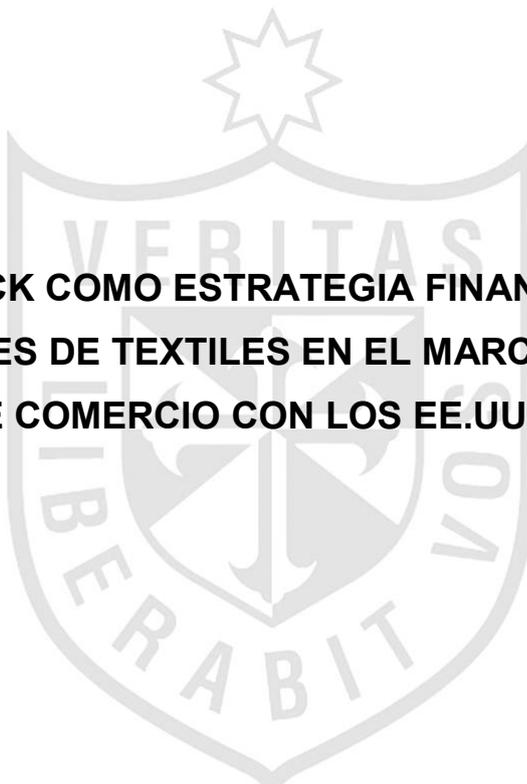
**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN CONTABILIDAD Y
FINANZAS CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN FINANCIERA**

PRESENTADO POR:

MARIBEL BENITES ROMAN

LIMA – PERÚ

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**

ASESORES Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESORES

DR. SUAREZ ALMEIDA MIGIEL ANGEL

PRESIDENTE DEL JURADO:

Dr. JUAN AMADEO ALVA GOMEZ

SECRETARIO:

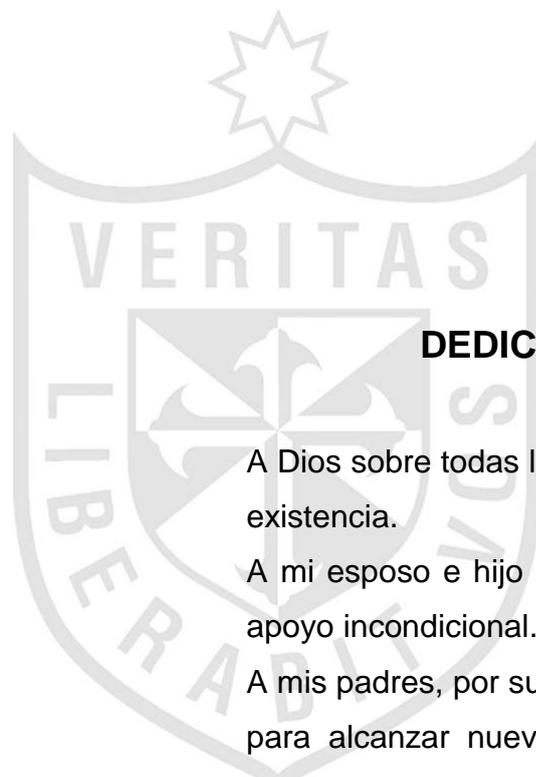
Dr. AUGUSTO HIPOLITO BLANCO FALCÓN

MIEMBROS DEL JURADO:

Dr. VIRGILIO WILFREDO RODAS SERRANO

Dr. CRISTIAN ALBERTO YONG CATAÑEDA

Dra. OLGA VICTORIA AGUILAR BARCO CELIS



DEDICATORIA

A Dios sobre todas las cosas por darme la existencia.

A mi esposo e hijo por su comprensión y apoyo incondicional.

A mis padres, por su motivaron y consejos para alcanzar nuevas metas y objetivos profesionales.

A mis hermanos, quienes estuvieron siempre a mi lado alentándome en todo momento para avanzar en mi camino profesional.

La Autora.



AGRADECIMIENTO

A las autoridades de la Escuela de Postgrado de la Universidad San Martín de Porres, por haberme facilitado complementar mis estudios profesionales.

A los señores catedráticos, por sus consejos y orientaciones; y para mis compañeros por su aliento permanente.

A mis asesores de Tesis por su orientación y aportes para la mejora de mi investigación.

La Autora.

ÍNDICE

PORTADA	i
TÍTULO	ii
ASESORES Y MIEMBROS DEL JURADO	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE	vi
RESUMEN	ix
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	xiii

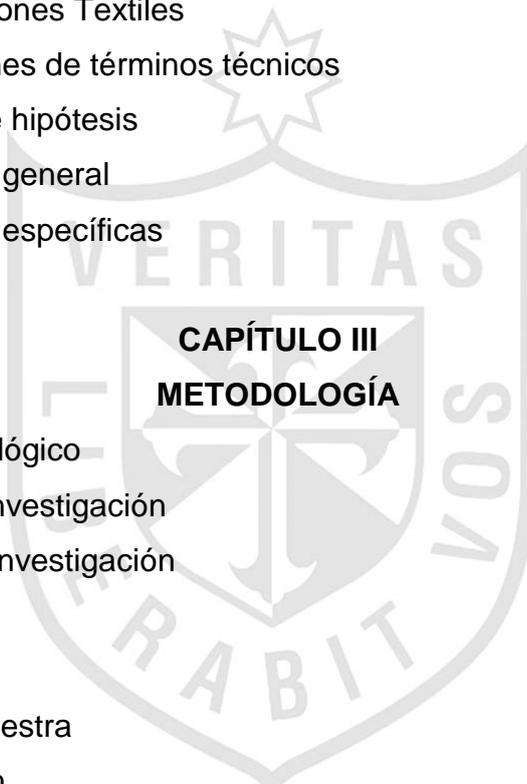
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

	Nº de Pág.
1.1 Descripción de la realidad problemática	01
1.2 Delimitaciones en la Investigación	03
1.2.1 Delimitación espacial	03
1.2.2 Delimitación temporal	03
1.2.3 Delimitación social	03
1.2.4 Delimitación conceptual	03
1.3 Formulación del problema	04
1.3.1 Problema general	04
1.3.2 Problemas específicos	04
1.4 Objetivos de la investigación	05
1.4.1 Objetivo general	05
1.4.2 Objetivos específicos	05
1.5 Justificación e importancia de la investigación	06
1.5.1 Justificación	06
1.5.2 Importancia	06
1.6 Limitaciones del estudio	06
1.7 Viabilidad del estudio	07

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes de la investigación	08
2.1.1	Universidades nacionales	08
2.1.2	Universidades internacionales	13
2.2	Bases teóricas	18
2.3	Marco Legal	21
2.4	Definiciones conceptuales	22
2.4.1	Drawback	22
2.4.2	Exportaciones Textiles	35
2.4.3	Definiciones de términos técnicos	44
2.5	Formulación de hipótesis	46
2.5.1	Hipótesis general	46
2.5.2	Hipótesis específicas	46



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1	Diseño metodológico	48
3.1.1	Tipo de investigación	48
3.1.2	Nivel de investigación	48
3.1.3	Método	48
3.1.4	Diseño	48
3.2	Población y muestra	49
3.2.1	Población	49
3.2.2	Muestra	49
3.3	Operacionalización de variables	50
3.3.1	Variable independiente	50
3.3.2	Variable dependiente	50
3.4	Técnicas de recolección de datos	51
3.4.1	Técnicas	51
3.4.2	Instrumentos	51
3.5	Técnicas de procesamiento de datos	51
3.6	Aspectos éticos	52

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Interpretación de resultados	54
4.1.1. Resultados de la entrevista	54
4.1.2 Resultados de la encuesta	58
4.2 Contratación de hipótesis	86

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Discusión	100
5.2 Conclusiones	102
5.3 Recomendaciones	103

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Referencias bibliográficas	105
- Referencias electrónicas	106

ANEXOS

Anexo N° 01: Matriz de consistencia	110
Anexo N° 02: Entrevista	111
Anexo N° 03: Encuesta	113
Anexo N° 04: Guía para acogerse al Drawback	116
Anexo N° 05: Cuadros estadísticos exportaciones - Drawback	122

RESUMEN

El presente estudio de investigación titulado “**EL DRAWBACK COMO ESTRATEGIA FINANCIERA EN LAS EXPORTACIONES DE TEXTILES EN EL MARCO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON LOS EE.UU. 2015-2016**”, tiene como objetivo el mecanismo que se debe aplicar para obtener mejor rendimiento financiero para las empresas exportadoras de textiles a través del Drawback.

Para lo cual hemos hecho un análisis y estudio aplicativo de cada una de las variables (Variable Independiente: Drawback; Variable Dependiente: Exportaciones de Textiles, en el marco del Tratado de Libre Comercio con los EE.UU.)

En el proceso de la investigación hemos realizado el trabajo de campo consistente en la aplicación de las técnicas de entrevista, utilizando el método Delphi al personal especializado en la gestión del área correspondiente.

Los resultados que se obtuvieron se presentan en el capítulo IV de nuestra investigación en los que se alcanzaron cifras favorables en relación a la aplicación del Drawback utilizando los procedimientos presentados en el desarrollo del trabajo.

Se presentó también los resultados obtenidos a través de la prueba T de Student (prueba estadística Chi cuadrado), que nos permitió establecer la relación entre la variable independiente y dependiente, cuya contrastación arrojó que si existe una relación independiente del azar entre la utilización del Drawback y la mejor rentabilidad de las empresas exportadoras de textiles.

Por lo cual se concluye, que el Drawback es una estrategia adecuada pero que aún falta definirse y perfeccionarse en algunos aspectos como: brindar facilidades a las empresas exportadoras para conocer al detalle los beneficios tributarios relacionados al Drawback pues no se difunden apropiadamente y son conocidos por pocas empresas y empresarios, simplificar los trámites relacionados a la gestión del Drawback pues actualmente no son tan fáciles de entender ni son tan prácticos para que puedan ser empleados por los beneficiarios, utilizar los beneficios tributarios para reducir los costos de producción, lograr que los empresarios empleen apropiadamente el marketing internacional para colocar sus productos en mercados externos, que entre otros.

Palabras clave: Drawback, exportaciones de producto textiles, estrategia de financiamiento.

ABSTRACT

The present research study titled THE REFUND OF FINANCIAL STRATEGY AS EXPORTS OF TEXTILES UNDER THE FREE TRADE AGREEMENT WITH USA 2015-2016, it has as its aims the mechanism that should be applied to get better financial performance for exporters of textile Through Drawback..

For which we've done an analysis and applicative study of each of the variables (Independent Variable: Drawback; Dependent variable: Exports of textiles under the Free Trade Agreement with the USA).

In the process of the research we conducted the field work consisting in the application of the techniques of interviews, using the Delphi Method specialized personnel in management relevant area.

The results obtained are presented in Chapter IV of our research, those figures were reached in relation to the application of Drawback using the procedures presented in the development of labor.

Results were also obtained through the Student T test (statistical Chi square test) it aloud us establish the relationship between the independent and dependent variable whose contrastation we found that there is an independent relationship of chance within the use of Drawback and the best profitability of exporting textile companies.

Therefore the Drawback is concluded a adequate strategy still missing defined and refined in some aspects : providing facilities to exporters to know in detail the tax benefits related to the Drawback for not properly disseminated and are known for few companies and entrepreneurs, simplifying procedures related to the management of Drawback because they are not now so easy to understand and they are not practical that can be used by the beneficiaries , use the tax benefits to reduce production costs, make business properly employ international marketing to place their products in foreign markets , among others.

Keywords: Drawback, Textile product export ,Financing Strategy



INTRODUCCIÓN

El Drawback es un sistema de restitución total o parcial de derechos arancelarios e impuestos pagados al momento de importar insumos para la elaboración o fabricación de productos peruanos, cuyo destino final es la exportación; las empresas que exportan todo tipo de productos así como los textiles, tienen la oportunidad de lograr un mejor nivel competitivo en los mercados internacionales empleando este beneficio tributario; por ello, actualmente la Superintendencia de Administración tributaria (SUNAT) indica los códigos para cada tipo de régimen de exportación.

En consecuencia, la tesis tiene como título “***El drawback como estrategia financiera en las exportaciones de textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio con los EE.UU. 2015-2016***”, el cual está estructurada en cinco capítulos: Planteamiento del Problema, Marco Teórico, Metodología, Análisis e Interpretación de Resultados, terminando con la Discusión, Conclusiones y Recomendaciones, acompañada de una amplia fuente de información, la misma que sustenta el desarrollo de esta tesis; así como los anexos correspondientes.

Capítulo I: Planteamiento del Problema, este punto abarca la metodología empleada para el desarrollo de la tesis; incluyendo la descripción de la realidad problemática, delimitaciones, problemas, objetivos, justificación e importancia del trabajo, limitaciones; terminando con la viabilidad del estudio.

Capítulo II: Marco Teórico, abarca desde los antecedentes, marco legal, marco teórico con sus respectivas conceptualizaciones sobre drawback y exportaciones; donde cada una de las variables se desarrollaron con el apoyo de material procedente de especialistas, quienes con sus aportes mediante las entrevistas y encuestas, enriquecieron en este rubro, la investigación; además, las variables de la investigación son de interés para las empresas exportadoras textiles, permitiendo clarificar desde el punto de vista teórico conceptual a cada una de ellas, culminando con la formulación de las hipótesis.

Capítulo III: Metodología, comprende desde el tipo, nivel, método, diseño; así como la población y muestra; operacionalización de las variables, técnicas de recolección de datos, técnicas de procesamiento de datos y aspectos éticos.

Capítulo IV: Análisis e Interpretación de Resultados, se trabajó con la técnica del cuestionario con preguntas cerradas, con las cuales se realizaron la parte estadística y gráfica; además, se interpretó pregunta por pregunta, facilitando una mayor comprensión, culminando con la contrastación de las hipótesis.

Capítulo V: Discusión, Conclusiones y Recomendaciones, en cuanto a la discusión, se analiza la parte teórico conceptual y normatividad existente relacionada con las variables, las conclusiones se realizaron de acuerdo a la formulación de las hipótesis y en cuanto a las recomendaciones, se puede apreciar que son viables y practicables, citando con énfasis los aportes de la presente tesis.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

En este panorama base de la investigación, las empresas exportadoras de textiles, tienen que hacer principalmente frente a una realidad muy variada, conociendo sobre todo que en la actualidad tienen que utilizar insumos importados para la fabricación de ciertos productos que utilizan en el proceso productivo, con la finalidad de poder acogerse posteriormente a los alcances que brinda el drawback, en el marco del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de Norteamérica.

Al tratar sobre el drawback, entendemos que se le conoce a nivel empresarial como la restitución simplificada de derechos arancelarios ad valorem y es principalmente, un régimen aduanero que permite al exportar mercaderías, obtener la restitución total o parcial de los derechos arancelarios que hayan grabado la importación de insumos contenidos en los bienes exportados o consumidos durante su producción.

Actualmente, las empresas de este rubro confrontan los siguientes problemas: obtención de los insumos importados para la producción; determinación del costo de producción real; uso del marketing

internacional; nivel de riesgo en la venta del producto; frecuencia anual de exportaciones y conocimiento de la demanda internacional de los productos.

Dentro de esta realidad, se pretende neutralizar la carga impositiva que representa el haber importado insumos o materias primas que son utilizados en el proceso de bienes finales de exportación, y sobre el cual se han cancelado derechos arancelarios. Este mecanismo representa una herramienta de promoción a la exportación y constituye un complemento al sistema del saldo a favor del exportador, mediante el cual la SUNAT procede a devolver a los exportadores el impuesto general a las ventas (IGV) que haya gravado la adquisición o contratación de bienes y servicios utilizados en la producción.

Por otro lado, en la problemática vinculada al drawback, el Estado a través de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria en su departamento de Operatividad Aduanera restituye a las empresas exportadoras los derechos arancelarios ad valorem en el momento de la importación de los insumos o materias primas utilizados en la producción de los bienes exportados. Es a través de la devolución, en cada oportunidad que se exporte, de un monto equivalente al 3% del valor FOB de exportación y que en algún momento se incrementó a un porcentaje mayor; por los empresarios en los últimos años solicitan al gobierno que tenga un mayor incremento.

Esta devolución del 3% (Resolución: RIN N°004-2016-SUNAT-5F0000), guarda relación con las exportaciones de las empresas industriales existentes en el país, según lo precisado en su momento por el Decreto Supremo N° 071-2001-EF, que es aplicable únicamente a aquellos productos cuyas exportaciones por partidas arancelarias y por empresa exportadora no vinculada no superen anualmente los 20 millones de dólares. Este monto podrá ser reajustado por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), de acuerdo a las modificaciones que éste realice.

1.2 DELIMITACIONES EN LA INVESTIGACIÓN

Después de haber descrito la problemática relacionada con el tema, a continuación y fines metodológicos de investigación fue delimitada en los siguientes aspectos:

1.2.1 Delimitación espacial

La investigación se realizó a nivel de las pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras ubicadas en el país.

1.2.2 Delimitación temporal

El período en el cual se realizó esta investigación estuvo comprendido en los años 2015 a 2016.

1.2.3 Delimitación social

En la investigación se aplicaron las técnicas e instrumentos destinados a la recolección de información de los gerentes y personal que labora en el área de exportación textil.

1.2.4 Delimitación conceptual

- **Drawback.** Es un Régimen Aduanero que permite la devolución, total o parcial, de los aranceles pagados en la importación de insumos utilizados en la producción del producto final exportado (Página Virtual PQS. **Guía Básica: ¿Qué es el drawback?**, p. 1).
- **Exportaciones.** 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 (sunat.gob.pe. **Definición Exportaciones**, p. 1).

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 Problema general

¿De qué manera el empleo del drawback como estrategia financiera, influye en las exportaciones de textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos 2015-2016?

1.3.2 Problemas específicos

- a. ¿De qué manera las facilidades que se tienen para llevar a cabo el comercio exterior, inciden en la demanda de los productos por exportar?
- b. ¿En qué medida la restitución de los derechos arancelarios, inciden en los costos de producción en la exportación de textiles?
- c. ¿De qué manera la promoción de las exportaciones, guarda relación con el uso del marketing internacional de los productos textiles?
- d. ¿De qué manera los costos de producción, toman en consideración el riesgo en las ventas de los productos textiles que se exportan?
- e. ¿De qué manera el nivel de competitividad de los productos, inciden en el plan de negocios de textiles que se exportan a los Estados Unidos?
- f. ¿De qué manera los trámites de la documentación relacionada con el acceso al drawback, incide en la frecuencia anual de la exportación de los textiles?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general

Determinar si el empleo del drawback como estrategia financiera, influye en las exportaciones de textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos 2015 - 2016.

1.4.2 Objetivos específicos

- a. Establecer si las facilidades que se tienen para llevar a cabo el comercio exterior, inciden en la demanda de los productos por exportar.
- b. Conocer si la restitución de los derechos arancelarios, inciden en los costos de producción en la exportación de textiles.
- c. Demostrar si la promoción de las exportaciones, guarda relación con el uso del marketing internacional de los productos textiles.
- d. Establecer si los costos de producción, toman en consideración el riesgo en las ventas de los productos textiles que se exportan.
- e. Establecer si el nivel de competitividad de los productos, inciden en el plan de negocios de textiles que se exportan a los Estados Unidos.
- f. Precisar si los trámites de la documentación relacionada con el acceso al drawback, incide en la frecuencia anual de las exportaciones de textiles.

1.5 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Justificación

Que una de las razones por las cuales se lleva a cabo la investigación, responde al interés profesional por tratar de conocer cuáles son los errores que con mayor frecuencia infringen los exportadores de productos no tradicional como los textiles, al momento de solicitar el drawback; así como también, establecer qué factores están incidiendo para que la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), desconozca lo establecido por el Tribunal Fiscal y pretenda que los exportadores que reciben la restitución de los derechos arancelarios, paguen un mayor impuesto a la renta.

1.5.2 Importancia

La investigación es importante porque brinda aportes importantes que permitan establecer si la participación de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), es la apropiada y cuáles son las razones por las cuales no es concordante con lo establecido por el Tribunal Fiscal; además la tesis, pretende demostrar si el drawback es una estrategia financiera que facilita las exportaciones de los textiles en el marco del Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos.

Por lo tanto, consideramos que este trabajo de investigación contribuirá con el desarrollo económico de nuestro país.

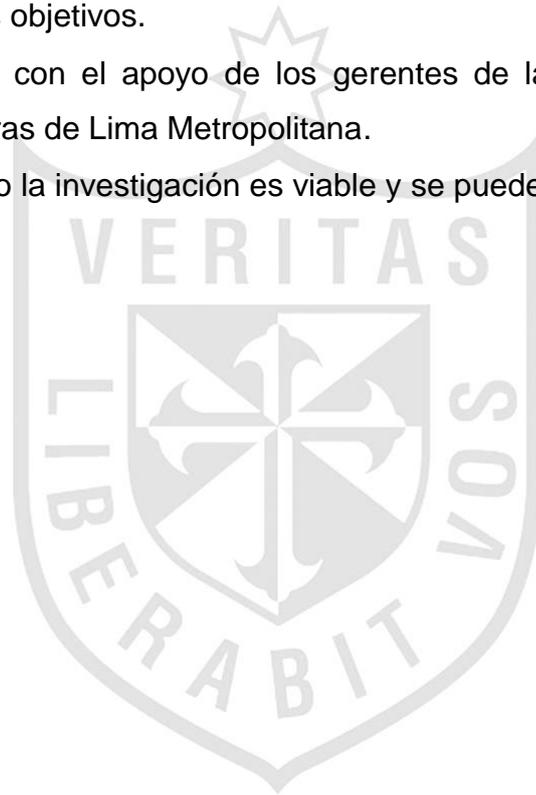
1.6 LIMITACIONES DEL ESTUDIO

En este trabajo de investigación no se presentaron dificultades que impidan su ejecución, dado que se contó con el material necesario para su desarrollo.

1.7 VIABILIDAD DEL ESTUDIO

Este estudio es viable por las siguientes razones:

- Se cuenta con recursos humanos, materiales y financieros.
- Se cuenta con el apoyo en la facilitación de información para su desarrollo.
- Se dispone de fuentes de información relacionadas con el tema.
- Se dispone del tiempo suficiente para dedicarlo a la investigación y cumplir los objetivos.
- Se cuenta con el apoyo de los gerentes de las grandes empresas exportadoras de Lima Metropolitana.
- Por lo tanto la investigación es viable y se puede aplicar.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Como parte de la realización de la Tesis, se realizó la revisión de investigaciones a nivel de las Escuelas de Posgrado de la Universidad San Martín de Porres, Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú donde no se encontró estudio alguno de manera específica sobre este tema; pero sin embargo, se consultaron trabajos similares donde se analizan las variables del tema que hemos investigado. Asimismo, se hizo la búsqueda internacional donde no se halló ningún trabajo de investigación de manera específica sobre el tema, por consiguiente este trabajo reúne las condiciones temáticas y metodológicas suficientes, para ser considerada como inédita.

2.1.1 Universidades nacionales

a) Pontificia Universidad Católica del Perú

Autor: CRUZ MARROQUÍN, Kathia Martha – para optar el Grado de Magister en Derecho de la Empresa con mención en Gestión Empresarial.

Título: Drawback: a la luz del principio de legalidad. (2013).

Resumen: El ejercicio de la potestad tributaria en el Perú debe respetar los principios de legalidad, reserva de ley, igualdad,

respeto de los derechos fundamentales y no confiscatoriedad recogidos en el artículo 74 de nuestra Constitución Política. El principio de legalidad establece que sólo por Ley se crea, modifica y deroga los impuestos y beneficios. En ese marco, el régimen aduanero del Drawback es un beneficio tributario otorgado por el Estado a las exportaciones, establecido en la Ley General de Aduanas como una “restitución” de los derechos arancelarios efectivamente pagados que hayan gravado la importación para consumo de mercancías contenidas y/o consumidas en bienes exportados; sin embargo, su reglamentación (Decreto Supremo 104-95-EF) establece un régimen simplificado que dispone la devolución del 5% del valor FOB de los bienes exportados independientemente que dicha devolución pueda ser mayor o menor a los derechos arancelarios efectivamente pagados. Teniendo en consideración que los reglamentos ejecutivos como el presente sólo pueden complementar e integrar las leyes que reglamentan, en el presente caso dicha reglamentación desnaturaliza lo establecido en la Ley General de Aduanas y con ello transgrede el Principio de Legalidad y Reserva de Ley recogidos por nuestra Constitución y sobre los cuales se sustenta la potestad tributaria del Estado. Por tanto, dicho reglamento habría modificado y excedido los alcances establecidos en la Ley General de Aduanas para el reconocimiento del régimen aduanero del Drawback generándose una situación de inseguridad jurídica para las empresas que se benefician con este régimen aduanero ya que en cualquier momento dicho reglamento podría ser modificado o derogado por el Poder Ejecutivo. Verificada la violación de los principios tributarios señalados las posibles soluciones a este problema jurídico serían: La aplicación del control difuso; sin embargo, ello podría realizarse sólo por el Tribunal Fiscal y en cada caso concreto. Una segunda alternativa y por la que se inclina esta investigación, sería a

nivel normativo consistiendo en la adaptación del Reglamento a lo dispuesto en la Ley General de Aduanas o el establecimiento de un nuevo régimen de Drawback que guarde armonía con los principios señalados.

b) Universidad Privada Antenor Orrego

Autor: AVILA CUADRA, Blanca Gladys – para optar el Título de Contador.

Título: Los efectos de la aplicación del drawback en las exportaciones desde su vigencia en el Sistema Legal Peruano. (2014)

Resumen: El Estado peruano fomenta la exportación de productos tradicionales y no tradicionales, lamentablemente nuestra economía continua siendo extractiva, es decir que casi en su totalidad se realiza la exportación de materias primas, quedando desfasada en el tiempo, debido al desarrollo de la globalización como un fenómeno mundial, el mercado ahora es global y la industria de los países debería crecer para poder competir en el mercado internacional, por esta razón el gobierno da principal importancia a la promoción de la exportación de productos no tradicionales con valor agregado, como un componente básico para el desarrollo de la economía de nuestro país, es por ello que el gobierno crea o mejora los beneficios tributarios para que todos los exportadores puedan acogerse a estos regímenes.

La presente investigación tiene como problemática los efectos de la aplicación del régimen de restitución arancelaria o drawback en las exportaciones peruanas de productos no tradicionales, se plantea como hipótesis que existe dificultad para los pequeños exportadores para acceder a este beneficio, además los plazos son excesivos, el beneficio casi en su totalidad de los grandes exportadores, para ello se plantean objetivos tanto general como específicos que se cumplirán a

los largo de la investigación, por esta razón, se analizan los anuarios estadísticos sobre SUNAT, Banco Central de Reservas del Perú, INEI, MINCETUR, ADEX y demás instituciones públicas y privadas y sobre la evolución de las exportaciones desde 1995 hasta el 2012, así como los informes emitidos por SUNAT sobre las principales razones por las que se califican negativamente las solicitudes del drawback, estadísticas del se corrobora con las entrevistas realizadas a los especialistas en el tema.

Al concluir el presente trabajo de investigación se acepta la hipótesis planteada y se establecen las alternativas para solucionar el problema planteado en un inicio, aplicando políticas de difusión y apoyo de parte del gobiernos y delegando a los gobiernos regionales y gobiernos locales para que trabajen conjuntamente con las Cámaras de Comercio de cada una de las regiones para promover la producción y posterior exportación de productos no tradicionales de todas las regiones naturales del país; es decir, costa, sierra y selva para que todas las empresas ya sean pequeñas o grandes pueden solicitar y acceder a este beneficio tributario con lo que se cumpliría el principal objetivo de la norma que es promover las exportaciones en el Perú y de esta manera lograr un equilibrio en la balanza comercial y en la economía de nuestro país.

c) Universidad San Martín de Porres

Autor: TAFUR LEZAMA, Analia – para optar el Grado Académico de Maestro en Contabilidad y Finanzas con Mención en Gestión Tributaria Empresarial y Fiscal.

Título: Efectos de la metodología de fiscalización en el régimen de restitución de derechos arancelarios drawback. (2013)

Resumen: El Trabajo de Tesis titulado “Efectos de la metodología de fiscalización en el régimen de restitución de derechos arancelarios-drawback” se basa principalmente en los efectos que ocasiona una fiscalización posterior al otorgamiento del beneficio – Drawback, tales como la aplicación de sanciones estipuladas por la norma Aduanera.

Estos efectos que sufren algunos Productores – Exportadores es debido a que no tienen una adecuada educación en cuanto a los Procedimientos y Requisitos para su debido acogimiento y en algunos casos no cuentan con el personal adecuado para su asesoramiento nos referimos a las pequeñas y micro empresas.

El Régimen del Drawback ha sido creado con la finalidad de ser un incentivo al exportador es por ello que veremos en los capítulos posteriormente desarrollados como nace este Régimen, que países latinoamericanos también aplican este beneficio, sus Normas Nacionales, Pronunciamientos Internacionales y toda la legalidad que acarrea su desarrollo. Seguidamente analizaremos la Metodología de Fiscalización en nuestro país por parte de la Aduana, las entidades que intervienen, los componentes del sistema de fiscalización, sus fuentes nacionales e internacionales, infracciones cometidas, las sanciones aplicadas y las consecuencias que ocasiona un indebido acogimiento a este beneficio “Drawback”.

Dentro de los puntos desarrollados hemos visto las principales exclusiones por el cual se rechazaría al acogimiento del beneficio, también se analizó algunas disposiciones legales como las Resoluciones del Tribunal Fiscal e Informes emitidos por la Administración Tributaria.

Asimismo, se realizó un detalle del Procedimiento a seguir

según las normas aduaneras, los requisitos y los documentos necesarios para el correcto acogimiento de dicho beneficio – Drawback.

Finalmente, también se muestra cuadros ilustrativos donde se realizó un resumen de los principales países latinoamericanos que aplican el Régimen – Drawback, haciendo una comparación en términos, procedimientos, la aplicación de sus normas, entre otros.

Analizamos la metodología que se aplicó en el desarrollo de mencionado trabajo de tesis, sus técnicas e instrumentos, para la validez y sustentación de los problemas planteados.

A ello sumamos los resultados aplicados por las encuestas y entrevistas realizadas a los especialistas y a los principales protagonistas los Productores – Exportadores que solicitan dicho beneficio.

Culminando con las conclusiones y recomendaciones para un mejor desarrollo de este régimen y así pueda cumplir su papel de incentivar a las exportaciones en beneficio de nuestro País.

2.1.2 Universidades internacionales

a) Universidad de América Latina (UDAL) – México

Autor: ANDRADE SÁNCHEZ, María Irene – para optar el Título de Licenciada en Negocios Internacionales.

Título: Plan de exportación de café a Hamburgo, Alemania. (2014)

Resumen: En la actualidad, se han encontrado serios problemas con las exportaciones, debido a los obstáculos que personas o empresas enfrentan como son la falta de capacitación en materia de comercialización internacional, el

poco o nulo conocimiento de algunos de los productores, los problemas de financiación y las barreras arancelarias. Es por ello que, al exportar un producto o servicio, se debe conocer, cuáles son las bases para realizar dicha exportación. El futuro exportador debe contar con recursos humanos y financieros. No es suficiente conocer idiomas extranjeros, sino además de ello, es indispensable conocer culturas, negociaciones e investigar el lugar con el que se va a realizar dicha exportación.

El exportador no puede pasar por alto aspectos que influyen en las exportaciones, como la situación financiera, política y económica de un país; debido que pueden abrir o cerrar mercados; conocerlos es fundamental para la exportación, así como observar y seguir su evolución es indispensable. Exportar es enviar un bien o servicio a otra parte del mundo, con el propósito de comercializar, además de que se establecen bajo circunstancias determinadas. Las comercializaciones son de gran ayuda para el país, debido a que existen ingresos de capital y además, lo hace más competitivo. Se pretende que el futuro exportador comercialice productos de calidad, para colocar a México como uno de los principales países en los intercambios.

Se ha observado que en el municipio de Coatepec, existe poco conocimiento de exportación, ya que las micros, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) no han podido comercializar su producto o servicio por diversos obstáculos.

A partir de lo ya expresado, queda definida la formulación del problema de investigación de la manera siguiente: ¿Es posible realizar una exportación del café a Hamburgo, Alemania? ¿Los productores están dispuestos y cuentan con la cantidad de café requerida?

El objetivo general de esta investigación es proponer la realización de un plan de exportación de café, al mercado alemán.

b) Pontificia Universidad Javeriana – Colombia

Autor: CEDEÑO, Mercedes María y Diana Margarita, MONTENEGRO – para optar el Título de Ingeniería Industrial.

Título: Plan exportador, logístico y de comercialización de Uchuva al mercado de Estados Unidos para Frutexpo S.C.I. Ltda.

Resumen: En febrero de 2004, el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) aprobó la importación de Uchuva colombiana a este país, permitiendo la apertura al mercado de consumidores más importantes del mundo. La Uchuva, fruta exótica promisoriosa por excelencia de las exportaciones colombianas, permite a PYMES exportadoras como Frutexpo S.C.I. Ltda. Penetrar en nuevos mercados, haciendo necesario un estudio que ayude a estas empresas a enfrentar este difícil reto.

A pesar que Frutexpo S.C.I. Ltda., tiene experiencia en exportaciones de Uchuva hacia el mercado europeo, en su búsqueda para llegar al mercado estadounidense no cuenta con la infraestructura y logística necesaria para cumplir con los requerimientos exigidos por este país. De lo anterior se puede concluir que no es suficiente razón haber exportado anteriormente a otros países para poder lograrlo hacia Estados Unidos. Cada país y mercado es diferente, y las condiciones y barreras de entrada de los productos son una variable tan exclusiva de cada país, que requiere de estudios especializados independientes.

El presente documento trata inicialmente las generalidades de la Uchuva, partiendo de una descripción general de la fruta y continuando con la participación de la Uchuva en las exportaciones colombianas. En segundo término se tratarán los requisitos de entrada de la Uchuva al mercado de los Estados Unidos, así mismo los convenios comerciales que sostiene Colombia con este país.

Finalmente se hará una propuesta puntual del medio adecuado para el transporte de la Uchuva a Estados Unidos, así como de las acciones a desarrollar para la introducción de la misma en el mercado norteamericano, para posteriormente tomar los principales componentes de una exportación y realizar una aproximación al costo total de la misma generando un margen de rentabilidad para la empresa.

Por último, lo que se busca con este proyecto es facilitarle a Frutexpo S.C.I. Ltda., las herramientas necesarias para efectuar una exportación de Uchuva exitosa a los Estados Unidos.

c) Universidad Centrooccidental “Lisandro Alvarado” – Venezuela.

Autor: CAMACHO M., Dennys M. – para optar el Título de Magister con Mención en Gerencia Empresarial.

Título: Estrategias para la exportación de productos nacionales no tradicionales: Perspectivas de incursión de nuevas empresas manufactureras del sector plástico en Barquisimeto, Estado Lara. (2006)

Resumen: La presente investigación tuvo como objetivo el análisis de las estrategias de exportación que emplean las empresas de productos no tradicionales, específicamente del sector del plástico, en Barquisimeto, Estado Lara, con el objeto

de generar una visión crítica sobre las limitaciones que afectan a este sector productivo, por razones que se lograron determinar a través de la ejecución de este estudio. La investigación se fundamentó en los lineamientos para la elaboración de trabajos de grado, especialización y maestría de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2005); enmarcada en un estudio descriptivo, bajo un diseño de campo; además, se inserta dentro de un diseño no experimental transeccional correlacional. Los sujetos de estudio se conciben por estratos, conformados por el personal que labora en tres (3) empresas del sector manufacturero, específicamente en el ramo plástico, ubicadas en Barquisimeto. Por ello se tomó la totalidad de cuarenta y siete (47) empleados y dieciocho (18) gerentes. A los primeros se les aplicó un censo tipo cuestionario, conformado por catorce (14) preguntas. El mismo fue validado por expertos en el área temática y la confiabilidad se obtuvo a través del Coeficiente Alpha de Cronbach, con un valor de 0.93, indicativo de una alta confiabilidad; a los gerentes se les aplicó una entrevista estructurada, sobre la base de una guía preparada para ello.

De acuerdo al análisis de los datos, se concluyó que existía un limitado conocimiento sobre la comercialización y estrategias, además de apertura de la gerencia hacia las estrategias necesarias, carencias de cultura para la incursión en la exportación de productos del ramo plástico. De lo anterior, se recomendó adecuar la planificación estratégica para la gestión de las empresas, aunado a la revisión de procesos administrativos, preparación de la gerencia y estudios de mercado.

2.2 BASES TEÓRICAS

Al revisar la información relacionada con esta variable, encontramos que especialistas que están vinculados a este tema, tienen diferentes puntos de vista, que presentamos a continuación el autor **ROSAS BUENDÍA, Ricardo (2010)** en su libro ***DRAWBACK EN EL PERÚ*** lo define así: “El drawback es un sistema de restitución de derechos arancelarios que beneficia al productor - exportador” (p. 1).

El autor **ALVA FALCÓN, César (2006)** en su libro titulado ***RÉGIMEN ADUANERO DRAWBACK*** define al drawback de la siguiente manera: “El drawback es el régimen aduanero que permite, como consecuencia de la exportación de mercancías, obtener la restitución total o parcial de los derechos arancelarios” (p. 1).

Por otro lado el autor **SABINO, Carlos (2009)** en su libro titulado ***DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS*** señala que “el drawback es un tipo de incentivo a la exportación, más conocido por su nombre en inglés “drawback”, que consiste en reintegrar a los exportadores que utilizan insumos importados una parte o la totalidad de los derechos aduaneros que han pagado para introducir esas materias primas al país. El drawback no se considera un subsidio sino una forma de evitar que los exportadores sean injustamente cargados con impuestos que están destinados a proteger la industria local, no a perjudicar su acceso a los mercados internacionales. Como en este caso las mercancías importadas no ingresan realmente al consumo del mercado local, se considera justo que los empresarios no paguen los aranceles que normalmente se les cargan. (p. 18)

Asimismo el autor **DE LA CRUZ CASTRO, Hugo (2009)** en su libro **GLOSARIO EMPRESARIAL** lo define de la siguiente forma: “El drawback es un régimen arancelario para el fomento de las exportaciones, que permite que cualquier componente que ha sido importado pagando los derechos de aduana y se incorpore a un producto exportado, tenga derecho a la devolución de los impuestos que pagó al ser nacionalizado, aun cuando el importador no sea el mismo que el exportador, con el fin de eliminar la repercusión que los derechos arancelarios suponen al costo de los productos exportables y así hacer que los precios en el mercado internacional de estos productos sean más competitivos y que constituya una herramienta eficaz que responda al principio que no es” (p. 799).

Para la autora **ARGUMEDO HERNÁNDEZ, Sonia (2008)** en su libro **PROCEDIMIENTO DE RESTITUCIÓN SIMPLIFICADO DE DERECHOS ARANCELARIOS-DRAWBACK**: “El drawback es la restitución de Derechos Arancelarios que constituye un beneficio tributario que permite la devolución del 5% del valor FOB de los bienes exportados siempre que en la producción de los mismos hayan intervenido insumos importados” (p. 7).

La exportación es un medio que ha permitido que muchos países muestren sus culturas y tengan un acogimiento favorable en muchos de los lugares donde es apreciado, es por eso que los autores **CRAVENS, David W., HILLS, Gerald E. y Robert B., WOODRUFF (2010)** en su libro titulado **ADMINISTRACIÓN EN MERCADOTECNIA** lo definen así: “La exportación es la fabricación de productos en el país doméstico y distribución posterior en uno o más países” (p. 806).

Una vez que una compañía decide ingresar al mercado global es necesario que seleccione un medio de entrada. Es por ello que los autores **KERIN, Roger A. y Otros (2008)** en su libro titulado ***MARKETING*** manifiestan que: “**La exportación se define como la producción de bienes en un país y su venta en otro**”. Esta opción de entrada permite que una compañía realice la menor cantidad de cambios en términos de su producto, organización e incluso objetivos corporativos. Por lo general, los países que reciben los productos no gustan de esta práctica por que origina menos empleo local que con otros medios de entrada (p. 213).

De igual manera el comercio exterior ha jugado y sigue jugando un papel muy importante en la economía nacional. Los incrementos o crisis en las exportaciones han determinado épocas de auge o de recesión en la economía; de ahí, la importancia de las exportaciones para el Perú.

Según el autor **OSSORIO, Manuel (2008)** en su libro titulado ***DICCIONARIO DE CIENCIAS JURÍDICAS POLÍTICAS Y SOCIALES*** manifiesta que la exportación es el “**Envío de mercaderías o productos del país propio, o del que se mencione, a otro distinto**” (p. 415).

Por otro lado el autor **CABANELLAS, Guillermo (2007)** en su libro titulado ***DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO DE DERECHO USUAL*** nos da la siguiente definición: “**La exportación es el envío de mercaderías o productos del país propio a otro, o del que se menciona a uno distinto. La extracción de géneros de un Estado para llevarlos a otro posee trascendencia muy grande en materia económica; ya porque priva de productos al país, ya porque le permite obtener aquellos de que carece, y**

también por constituir fuente de ingresos para el Fisco nacional”. p.294

De igual manera los autores **STANTON, William J.; ETZEL, Michael J. y Bruce J., WALKER (2008)** en su libro titulado **FUNDAMENTOS DE MARKETING** manifiestan que la manera más sencilla de operar en los mercados internacionales es por medio de la exportación que es la venta directa de bienes a los importadores extranjeros o bien a través de intermediarios extranjeros de importación-exportación” (p. 71-72).

2.3 MARCO LEGAL

Para el desarrollo de la Base Legal utilizaremos las siguientes leyes:

a. **D.S. N° 104-95-EF: Reglamento del Procedimiento de Restitución Simplificado de Derechos Arancelarios.**

Permite a las empresas productoras – exportadoras, cuyo costo de producción haya sido incrementado por los derechos de Aduana que gravan importación de materias primas, insumos, productos, intermedios y partes o piezas incorporados en la producción del bien exportado, gozar del beneficio de restitución de derechos arancelarios Ad-Valorem. Para ello dichas empresas recibirán a través de una Nota de Crédito o Cheque No Negociable, un monto equivalente al 5% del valor FOB del producto exportado, hasta un tope del 50% del costo de producción.

Modificatorias de los Decretos Supremos N° 104-95-EF publicado el 23.06.1995, y sus modificatorias los Decretos Supremos N° 093-96-EF del 27.09.96, N° 072-2001-EF del 25.04.2001, N° 156-2001-EF del 18.07.2001, N° 001-2003-EF del 08.01.2003, N° 077-2004-EF del 12.06.2004, N° 176-2004-EF del 07.12.2004 y N° 135-2005-EF del 13.10.2005.

b. **R.M. 138-95-EF/15**, publicado el 03.09.95, y su modificatoria mediante **R.M. N° 195-95-EF** del 31.12.95. Norma referida al Procedimiento de Restitución

c. Normas Legales Complementarias

- R.M. N° 127-2002-EF, publicado el 25.08.2002. Norma que establece la lista de partidas arancelarias excluidas de la restitución arancelaria.
- D.S. N° 122-94-EF, publicado el 21.09.94, y su modificatoria mediante D.S. N° 045-2001-EF del 20.08.2001.
- Procedimiento de Restitución de Derechos Arancelarios-Drawback INTA-PG.07, aprobado por Resolución de Intendencia Nacional N° 1195 publicado el 03.10.1999 y modificatorias.
- Ley de los Delitos Aduaneros - Ley N° 28008 publicada el 19.6.2003 y normas modificatorias.
- Reglamento de la Ley de los Delitos Aduaneros, aprobado por Decreto Supremo N° 121-2003-EF publicado el 27.8.2003 y normas modificatorias.
- Texto Único Ordenado del Código Tributario, aprobado por Decreto Supremo N° 133-2013-EF publicado el 22.6.2013.
- Criterios de Vinculación, artículo 24° del Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta, aprobado por Decreto Supremo N° 122-94-EF publicado el 21.9.1994 y normas modificatorias.
- Ley de Títulos Valores - Ley N° 27287 publicada el 19.6.2000 y normas modificatorias.
- Ley General de Sociedades – Ley N° 26887 publicada el 9.12.1997 y normas modificatorias.
- Ley del Procedimiento Administrativo General - Ley N° 27444 publicada el 11.4.2001 y normas modificatorias.
- Reglamento de Comprobantes de Pago, aprobado por Resolución de Superintendencia N° 007-99/SUNAT publicada el 24.1.1999 y normas modificatorias.
- Reglamento de Organización y Funciones de la Superintendencia

Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, aprobado por Decreto Supremo N° 115-2002-PCM publicado el 28.10.2002 y normas modificatorias.

- Cronograma de Implementación, aprobado por Resolución de Superintendencia N° 075-2014/SUNAT publicada el 15.3.2014.

2.4. DEFINICIONES CONCEPTUALES

2.4.1. Drawback

Como reseña histórica del Drawback, podemos indicar que los gobiernos implementan instrumentos de promoción de exportaciones como el drawback para mejorar su participación en el mercado mundial de exportaciones y apoyar principalmente la exportación no tradicional. A su vez, la promoción de exportaciones forma parte de la política comercial que está contenida dentro de la política económica de un país. En este contexto, dependiendo de la capacidad de los gobernantes, asesores y recursos disponibles, se analizan los entornos externo e interno para diseñar estrategias que aumenten la competitividad exportadora de un país.

El CERTEX o Certificado Tributario de Reintegro a la Exportación fue establecido mediante D.S. 227-68- HC, publicado el 5 de julio de 1968. Sin embargo, fue en 1969, durante el Gobierno Militar, que se reglamentó dicho decreto y el CERTEX recién comenzó a operar y a restituir en su nivel general el 15% del valor FOB exportado.

El 22 de noviembre de 1978 fue publicado el decreto ley 22342 o Ley de Promoción de Exportaciones no Tradicionales, norma que buscaba repotenciar al sector y confirmaba la vigencia del CERTEX. En 1981 el gobierno redujo las tres tasas básicas del CERTEX a 15%, 20% y 22%. Este mecanismo recibió muchas críticas pues era considerado un subsidio directo y no permitía una eficaz desconcentración de las industrias que lo aprovechaban, ni

el mejoramiento de la eficiencia productiva y se sufría los derechos compensatorios impuestos por Estados Unidos en el marco del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), entre otras razones. En este contexto, el CERTEX fue derogado el 29 de noviembre de 1990 mediante D.L. 622-EFC y a partir de allí, se planeó introducir el drawback.

El autor **DE LA FLOR BELAÚNDE, Pablo (2009)** en su libro titulado ***EXPORTADORES PODRÁN HACER USO EFECTIVO DEL DRAWBACK*** señala que “con dicha decisión los exportadores tendrán un acceso real y efectivo al drawback como mecanismo promotor de exportaciones, pues los exportadores de productos agroindustriales, confecciones, joyería, artesanía y artículos de madera podrán acceder a los beneficios de este régimen sin temor a ser fiscalizados o multados por la SUNAT (p.1).

En relación a lo planteado por De La Flor (2009), podemos indicar que el Estado a través del DS 176-2004-EF ha realizado esfuerzos por motivar el interés de los exportadores para colocar sus productos en mercado externos y se trata de un mecanismo de promoción de exportaciones que ha hecho posible que un mayor número de pequeñas y medianas empresas exportadoras, con nueva oferta exportable, participen activamente en el mercado internacional.

Del mismo modo, el autor **DE LA FLOR BELAÚNDE, Pablo (2009)** en su libro titulado ***EXPORTADORES PODRÁN HACER USO EFECTIVO DEL DRAWBACK*** señala que “las modificaciones al drawback son parte del trabajo interno que vienen implementándose tras la coordinación entre las entidades públicas y privadas que integran la Comisión Multisectorial Permanente encargada de elaborar, monitorear e implementar el Plan Estratégico Nacional Exportador 2003-

2012, a fin de obtener el mayor provecho de los Tratados de Libre Comercio” (p. 2).

Sobre el particular, podemos indicar que el drawback está definido como aquel régimen aduanero que permite, como consecuencia de la exportación de mercancías, obtener la restitución total o parcial de los derechos arancelarios que hayan gravado la importación de las mercancías contenidas en los bienes exportados o consumidos durante su producción.

El autor **HERRERA, Luis (2011)** en su libro titulado **RESTITUCIÓN SIMPLIFICADA DE DERECHOS ARANCELARIOS AD VALOREM (DRAWBACK)** señala que “a través de este mecanismo, se pretende neutralizar la carga impositiva que representa el haber importado insumo o materias primas que son utilizados en el proceso de bienes finales de exportación, y sobre el cual se han cancelado derechos arancelarios. Este mecanismo representa una herramienta de promoción a la exportación y constituye un complemento al sistema del “saldo a favor del exportador” mediante el cual la SUNAT procede a devolver a los exportadores el Impuesto General a las Ventas (IGV) que haya gravado la adquisición o contratación de bienes y servicios utilizados en la producción” (p. 1).

La forma como el Estado a través de aduanas restituye a las empresas exportadoras los derechos arancelarios ad-valorem cancelados en el momento de la importación de los insumos o materias primas utilizados en la producción de los bienes exportados es a través de la devolución, en cada oportunidad que se exporte, de un monto equivalente a una tasa fija del 5% del valor FOB de exportación. A este mecanismo se le denomina “Restitución Simplificada de Derechos Arancelarios” más conocido como el drawback.

Esta devolución del 5% sobre el valor FOB de exportación, según lo precisado por el Decreto Supremo N° 072-2001-EF, de reciente publicación, será aplicable únicamente a aquellos productos cuyas exportaciones por partidas arancelarias y por empresa exportadora no vinculada no superen anualmente los US\$ 20,000.00. Este monto podrá ser reajustado por el Ministerio de Economía y Finanzas de acuerdo a las evaluaciones que éste realice.

Por lo tanto, el cambio introducido por el referido Decreto Supremo en comparación con la versión original del D.S. N° 104-95-EF con el que se dio inicio a mecanismo, radica en el hecho de que ahora cada empresa exportadora deberá llevar un estado de cuenta individual y por partida arancelaria que les permita determinar si un producto de exportación está siendo exportado al exterior por esta misma empresa anualmente por una suma mayor a los US\$20 millones de dólares americano, momento en el cual dejarían de tener derecho a solicitar esta devolución. Anteriormente, en cambio, este límite de US\$20 millones de dólares americanos estaba previsto para las exportaciones de un bien a nivel nacional y por todos los exportadores, situación que generaba que tan pronto el Perú exportara una suma mayor a la establecida como límite la partida arancelaria de dicho producto se excluía del drawback de manera general. Hoy la situación ha cambiado siendo este cómputo individual.

El investigador hace énfasis en que este beneficio está orientado a las empresas productoras-exportadoras, entendiéndose como tales a cualquier persona natural o jurídica que desarrolle las siguientes actividades:

- ❖ Producción directa de bienes que exporta, en donde se ha incorporado insumos importados por esta misma empresa o adquiridos de otro importador en el mercado local.

- ❖ Encargo de la producción parcial o total de los bienes de exportación a terceras empresas, proporcionándoles los insumos o materias primas importadas.
- ❖ Producción directa de bienes de exportación en donde se incorporan mercancías adquiridas de terceras empresas elaboradas sobre la base de insumos importados por esta última.

De este modo el requisito indispensable para el goce de este beneficio es que el solicitante de la restitución (el exportador) haya exportado directamente los productos finales. No se acepta en este mecanismo la exportación utilizando la intermediación de terceras empresas.

Así los exportadores que utilicen o incorporen insumos, materias primas, productos intermedios, partes o piezas importados de manera directa o a través de terceros, en el proceso de producción de los bienes de exportación podrán acogerse a este beneficio. Dentro del concepto de materia prima se incluye a los envases, embalajes, material para transporte, etc.

El autor **KÖHEL, Alfredo (2010)** en su libro titulado ***PROCESO OPERATIVO DE EXPORTACIÓN*** indica que los alcances de estos requisitos son los siguientes:

- ❖ **Los productos exportados no deben formar parte de la lista de bienes excluidos del beneficio, clasificados por partidas arancelarias. No obstante que la modificación introducida por el Decreto Supremo N° 072-2001-EF establece como condición de la devolución, que este porcentaje de 5% sobre el valor FOB se aplique únicamente a aquellos productos cuyas exportaciones por partidas arancelarias y por empresa exportadora no**

vinculada no superen anualmente los US\$20 millones de dólares, el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) ha aprobado mediante la Resolución Ministerial N° 141-2001-EF/15, publicada en el diario Oficial El Peruano el día 28 de abril de 2001, una lista de productos de exportación clasificados en partidas arancelarias que estarán excluidas de este beneficio de manera general.

- ❖ El valor CIF de los insumos importados utilizados no debe superar el 50% del valor FOB del producto exportado. Se ha establecido como límite para el otorgamiento de la restitución de los derechos arancelarios, que el valor CIF de todos los componentes importados que están incorporados o se han consumido en la producción del bien exportado no debe superar el 50% del valor FOB de exportación de los productos que se acojan a la restitución. Se aprecia que el parámetro establecido para determinar este límite está relacionado con un concepto de valor y no de cantidad de insumos importados, por lo que dependerá de un análisis de costos verificar el cumplimiento de esta condición.

Por otro lado, se hace referencia a un límite máximo pero en mínimo de valor de los insumos importados, con lo que procedería otorgar el 5% del valor FOB de exportación por concepto de la restitución simplificada aún cuando se haya incorporado en el producto de exportación un valor mínimo de componente importado.

- ❖ El producto exportado no debe contener componentes ingresados al país bajo regímenes temporales y/o de perfeccionamiento activo, o con beneficios arancelarios. Uno de los elementos que excluyen a un producto de exportación de poder acogerse a la restitución de los

derechos arancelarios, es el haber utilizado o incorporado directamente durante su proceso productivo, insumos ingresados al país bajo las siguientes modalidades:

- Regímenes de admisión y/o importación temporal, salvo que los insumos hubieren sido previamente nacionalizados pagando el íntegro de los derechos arancelarios ad-valorem;
- Nacionalizados al amparo del régimen de reposición de mercancías en franquicia;
- Nacionalizados con exoneración arancelaria o franquicias aduaneras especiales otorgadas por Acuerdos Comerciales Internacionales. En este caso, no se excluye del beneficio a los productos exportados en cuya elaboración se han incorporado o consumido insumos importados con exoneración del Impuesto General a las Ventas.

La razón de estas exclusiones están centradas en el hecho que el procedimiento de restitución simplificado de derechos arancelarios no acepta que la mercancía de exportación de suspensión, reducción o exoneración del pago de los derechos arancelarios, debido a que se entiende que con ello se estaría favoreciendo doblemente a la empresa exportadora en desmedro del fisco. Asimismo, si una Declaración de Importación ha sido parcialmente utilizada en una solicitud de restitución arancelaria, el saldo tendrá una limitación en su utilización pues sólo podrá ser considerado para este mecanismo devolutivo o para su venta en el mercado local.

- ❖ Los plazos a tomar en cuenta. Se han contemplado dos plazos para el otorgamiento de la restitución de los derechos arancelarios, cuya observancia es vital para el

goce de este beneficio:

- Los insumos utilizados en la producción de los bienes finales de exportación deben haber sido importados dentro de los treinta y seis (36) meses anteriores a la fecha de exportación. Este requisito significará que la Declaración Única de Aduanas – Importación de los insumos, que sustenta la solicitud de restitución, no podrá haber sido numerada más allá de este plazo máximo contado hasta la fecha de recepción por el transportista de la mercancía de exportación.
- Asimismo se establece que la solicitud de restitución de los derechos arancelarios debe presentarse ante el Área de Recaudación de cualquier Intendencia de Aduana de la República en un plazo máximo de ciento ochenta (180) días hábiles computados a partir de la fecha de embarque de exportación. De no cumplirse con este plazo, el exportador perderá su derecho a solicitar la devolución, no obstante haber cumplido con los demás requisitos.
- La Declaración Única de Exportación debe contener la voluntad del exportador de acogerse a este beneficio. Constituye un elemento formal pero de vital importancia el hecho que la Declaración de Aduanas – Exportación (no la Orden de Embarque) deba consignar la voluntad del exportador de querer acogerse a la restitución simplificada de derechos arancelarios. Para tal efecto, la Superintendencia Nacional de Aduanas ha dispuesto que la empresa productora-exportadora deba consignar a nivel de cada serie de la Declaración, un código N° 13 sin el cual la autoridad aduanera no concederá la devolución que se solicite (p. 3-4).

Sobre este tema podemos indicar que para la concesión del beneficio de la restitución de los derechos arancelarios se han establecido un conjunto de requisitos sustanciales y formales, que deben ser observados por el exportador que desee acogerse a este beneficio y que son verificados por la entidad encargada de su otorgamiento: la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).

También para la **INTENDENCIA NACIONAL DE TÉCNICA ADUANERA (2007)** en el libro titulado **RESTITUCIÓN DE DERECHOS ARANCELARIOS** hay otros puntos a tomar en cuenta:

- **No cabe nacionalizar un insumo con beneficios arancelarios y luego reintegrar los aranceles no pagados en su momento.**
- **Se sugiere control adecuado de todos los insumos (por DUA, cuenta corriente).**
- **Si hay encargo de producción: tomar en cuenta puntos anteriormente mencionados.**
- **Compras locales: seguridad del pago íntegro de aranceles.**
- **Si en compras locales además hay otros insumos materia de beneficio se puede deducir si no hay seguridad.**
- **Compras a proveedores locales de insumos elaborados con componentes importados (único sustento del drawback): tomar en cuenta criterio TF vs. SUNAT; que todos los insumos transformados hayan pagado aranceles.**
- **La voluntad de acogerse a este beneficio debe estar indicada en la Declaración Única de Exportación o Declaración Simplificada: código 13.**
- **La solicitud de restitución se presente en un plazo máximo de 180 días útiles computados a partir de la fecha de embarque.**
- **Los insumos utilizados hayan sido importados (fecha de numeración de la Declaración Única o Simplificada de**

Importación) dentro de los 36 meses anteriores a la fecha de exportación.

- **El valor CIF de los insumos importados utilizados no supere el cincuenta por ciento (50%) del valor FOB del producto exportado.**
- **Exportaciones de los productos que no hayan superado anualmente el monto de US\$20 millones de dólares por partida arancelaria y por empresa exportadora no vinculada.**
- **No debe estar en la Lista de Exclusión: Decreto Supremo N° 127-2002-EF. (p. 3)**

Según la norma, pueden ser beneficiarias del procedimiento de restitución simplificado de derechos arancelarios Ad-Valórem las empresas productoras-exportadoras, extendiéndose como tales a cualquier persona natural o jurídica que elabore o produzca la mercancía a exportar cuyo costo de producción se hubiere incrementado por los derechos de aduana que gravan la importancia de los insumos incorporados o consumidores en la producción del bien exportado.

Por otro lado, se entiende, según la norma, como empresa productora-exportadora, aquella que encarga a terceros la producción o elaboración de los bienes que exporta, siendo requisito que la producción adquirida haya sido objeto de un acuerdo o encargo previo escrito entre la empresa exportadora y la empresa productora.

La aplicación de lo dispuesto por la Tercera Disposición final de la Ley N° 28438, precisese que mantienen la calidad de productores-exportadores, quienes de acuerdo con lo acordado en el contrato de colaboración empresarial sin contabilidad independiente, actúan como operadores de los citados contratos, siempre que importen o adquieran en el mercado local insumos importados o mercancías elaboradas con insumos importados para

incorporarlos en los productos exportados; actúen en la última fase del proceso productivo aun cuando su intervención se lleve a cabo a través de servicios prestados por terceros, y, exporten los productos terminados.

De esta manera el concepto de insumo, para efecto de la inclusión o exclusión del beneficio, incluye materias primas, productos intermedios, partes y piezas, los mismos que se sujetaran a las definiciones señaladas en el artículo 13° del Decreto Supremo 104-95-EF.

Ahora bien, por otros regímenes aduaneros no se puede emplear el drawback, ya que no está permitida la utilización de insumos importados al amparo de exoneraciones o franquicias aduaneras especiales por Acuerdos Comerciales Internacionales. Por ejemplo, para acogerse al Drawback, los insumos procedentes del Grupo Andino deben pagar su arancel completo.

También en cuanto a la Nota de Crédito este es aplicable al pago de los tributos que recaude Aduanas, así como para la cancelación de sanciones e intereses determinados por esta entidad y que sean ingresos del Tesoro Público. Si como efecto de su uso existiera un saldo a favor del beneficiario, éste quedará registrado en el SIGAD para su utilización en futuros pagos a solicitud de parte en la misma Intendencia, debiéndose entregar al usuario una constancia de dicho saldo y quedar en poder de la Aduana el original de la Nota de Crédito. El SIGAD llevará el control de la utilización del referido saldo hasta cubrir la totalidad de la Nota de Crédito, procediéndose entonces a colocar el sello de utilizado.

Así la Nota de Crédito puede ser utilizada ante cualquier Intendencia de Aduana de la República. Las Notas de Crédito podrán ser transferidas a terceros por endoso del beneficiario.

Dentro de los cinco (5) días siguientes de producida dicha transferencia, se debe comunicar de este hecho a la Intendencia de Aduana que emitió el documento, indicando el nombre y el número de RUC del adquiriente; procediendo el personal responsable de Aduanas a ingresar la información al Módulo de Restitución de Derechos Arancelarios-SIGAD.

En cuanto a las controversias que pudieran producirse entre los endosantes como consecuencia de la transferencia de las Notas de Crédito, en ningún caso involucran responsabilidad alguna de Aduanas, quedando a salvo el derecho de los interesados de dilucidar sus controversias por la vía correspondiente.

Entonces el uso de la Nota de Crédito para la cancelación del adeudo, se efectuará previo endose a favor de Aduanas, esta información deberá ser registrada en el Módulo de Documentos Valorados-SIGAD.

Por otro lado, la Nota de Crédito será recepcionada como medio de pago para la cancelación de una o más obligaciones, sólo por el Área de Tesorería de las Intendencias de Aduana, previa verificación de su validez, a través del SIGAD, colocándosele el sello de utilizado.

En un plazo máximo de 24 horas de utilizada en su totalidad la Nota de Crédito, el personal responsable de la Intendencia de Aduana remite el original de la misma a la Intendencia de Aduana emisora del documento, conservando una copia para su registro y control, tomando como base la fecha de su uso.

En el caso de pérdida o destrucción parcial o total de una Nota de Crédito, el beneficiario y el Área de Recaudación de la Intendencia de Aduana que emitió el documento, procederán de acuerdo a lo establecido en los artículos 9° y 10° de la R.M. N°

138-95-EF/15 del 03.09.95.

En casos especiales en el retorno definitivo al país de productos exportados, o en la modificación de sus valores FOB, por los que se hubiere percibido la restitución de derechos arancelarios Ad-Valorem, el beneficiario debe presentar un escrito ante el Área de Trámite Documentario de la Intendencia de Aduana emisora con indicación del número y fecha de la Solicitud de Restitución, Declaración Única de Exportación y de la Nota de Crédito y/o Cheque, así como el monto restituido a devolver, sobre la base de lo cual el Área de Recaudación generará una Liquidación de Cobranza por el monto a devolver más los intereses legales vigentes establecidos por el BCR, el cual será calculado automáticamente por el SIGAD hasta la fecha de la cancelación.

En suma, para determinar el debido acogimiento al régimen de Drawback, las disposiciones contenidas en el Decreto Supremo N° 072-2001-EF se aplican a las exportaciones que se hubieran realizado a partir del 26 de abril de 2001, teniendo en cuenta que la modificación a que se refiere el Decreto Supremo 156-2001-EF ya se había producido con la entrada en vigencia del Decreto Supremo 072-2001-EF. Al efecto es necesario señalar que del análisis de los trámites, procedimientos y formalidades que deben realizarse en el despacho aduanero del régimen de exportación definitiva se aprecia claramente que la mercancía objeto de dicho régimen se considera exportada en el momento que es embarcada en el medio de transporte utilizado para su retiro del territorio aduanero.

Finalmente, una vez presentada los documentos de ley para solicitar el beneficio, la dependencia encargada hará la entrega de la Nota de Crédito o cheque no negociable será recabado, a más tardar, el undécimo día hábil siguiente de presentada la solicitud. En el caso de personas naturales: el propio beneficiario y en el

caso de personas jurídicas: el representante legal de la empresa debidamente acreditado, u otra persona facultada mediante poder otorgado ante Notario Público, siendo responsables los beneficiarios, de la comunicación oportuna ante la SUNAT de la revocatoria de dicho poder.

2.4.2. Exportaciones textiles

Como reseña histórica de esta variable podemos indicar que desde el año 1991, mediante la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA – siglas en inglés) el Perú contaba con preferencias arancelarias unilaterales otorgadas por los EE.UU. para el ingreso de ciertas mercancías, la cual estuvo vigente hasta el 2001. Desde el 2002, mediante la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA – siglas en inglés) los EE.UU. otorgan nuevamente preferencias arancelarias, las cuales eran renovadas periódicamente, y que estuvieron vigentes hasta diciembre del 2010.

El Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú – EE.UU. se firmó en Washington D.C. el 12 de abril de 2006; y entró en Vigencia el 1 de Febrero de 2009. En este acuerdo se negociaron los siguientes capítulos: Trato Nacional y Acceso a Mercados, Textiles y Vestido, Reglas de Origen, Administración Aduanera y Facilitación del Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Obstáculos Técnicos al Comercio, Defensa Comercial, Contratación Pública, Inversión, Comercio Transfronterizo de Servicios, Servicios financieros, Políticas de Competencia, Telecomunicaciones, Comercio Electrónico, Derechos de Propiedad Intelectual, Laboral, Medio Ambiente, Transparencia, Fortalecimiento de Capacidades Comerciales, Solución de Controversias.

A partir de 2009, el APC vigente entre el Perú y los EE.UU. ha empezado ya a permitirnos potenciar el desarrollo económico del Perú a través del comercio, con expectativas de comercio nunca antes experimentadas, teniendo de forma consolidada un acceso perenne a mercados muy grandes.

Luego de adaptar el producto es necesario realizar el proceso físico de exportación. Ello implica definir el tipo de transporte a utilizar, negociar con los transportistas, ver los temas de aduanas y derecho y realizar el envío. Felizmente para esta parte se cuenta con la ayuda de las agencias de aduana, quienes por una suma convenida se encargan de la mayoría de los trámites. Debe señalarse que recientemente en la mayoría de los países latinoamericanos se exige una inspección previa de la mercadería en el lugar de origen.

Para ello existen empresas contratadas por los países que tienen oficinas en la mayor parte de lugares exportadores y que, mediante una retribución del expedidor, otorgan el visto bueno a la mercadería para que entre sin problemas al país de destino. Entre las labores de estas empresas se encuentra también el certificar si la valoración dada por el expedidor corresponde realmente al valor de la mercadería para efectos del pago de derechos aduanales.

Por otro lado los autores **LAMB, Charles W.; HAIR, Joseph F. y Carl, McDANIEL (2012)** en su libro titulado **MARKETING** expresan que **“esta opción de entrada permite que una organización realice la menor cantidad de cambios en términos de su producto, organización e incluso objetivos corporativos. Por lo general, los países que reciben los productos no gustan de esta práctica porque origina menos empleo local que con otros medios de entrada.**

Aunque las grandes empresas suelen emplear la exportación, ésta es la estrategia de entrada al mercado global predominante entre las pequeñas y medianas empresas; pues muchas organizaciones pequeñas reclaman que les falta dinero, tiempo o conocimiento de los mercados extranjeros que exige la exportación.

Por consiguiente, en lugar de vender directamente a los compradores extranjeros, una organización tiene la opción de vender a intermediarios ubicados en su mercado nacional. El intermediario más común es el comerciante exportador, también conocido como comprador para exportación, que suele recibir el tratamiento de cliente local por el fabricante nacional. El comprador para exportación asume todos los riesgos y vende en el mercado internacional por su propia cuenta, la empresa nacional participa sólo en la medida en que sus productos se compran en los mercados extranjeros” (p. 112).

En relación a este tema, los autores refieren que si bien es cierto el marketing puede ser utilizado en forma indistinta por cualquier empresa, es necesario realizar una inversión en los recursos necesarios para poder colocar los productos en mercados externos, tal es el caso de que las grandes empresas tiene hasta departamentos o divisiones especializadas en marketing internacional, sin embargo las pequeñas o medianas empresas aún no toman nota de esta necesidad porque su margen económico o de manejo es menor y eso no les permite realizar alguna inversión de este tipo.

Por su parte los autores **KOTLER, Philip y Gary, ARMSTRONG (2008)** en su libro titulado **MARKETING** acotan que

la “exportación es la entrada de un mercado exterior vendiendo productos que han sido fabricados o elaborados en el país de origen y que, normalmente han sufrido pocas modificaciones” (p.637-638).

En la exportación, es necesario tener en cuenta que la empresa puede adoptar una postura pasiva y exportar ocasionalmente su exceso de producción, o bien adoptar una postura activa y comprometerse a aumentar las exportaciones en un determinado mercado. En ambos casos, la empresa fabrica o elabora toda su producción en el país de origen y puede modificarlo, o no, para los mercados a los que se va a exportar cumpliendo una serie de exigencias o requisitos del mercado de destino relacionados con la logística, producción, manipulación, envase, embalaje, normas fitosanitarias, certificaciones, entre otras; que determinados países ponen para poder colocar los productos en sus mercados.

De igual manera, la exportación es el sistema que conlleva un menor cambio en la línea de productos, la organización, la inversión y los objetivos o misión de la empresa; además presenta un cuadro donde se muestra los indicadores del potencial de mercado de la siguiente manera:

INDICADORES DEL POTENCIAL DE MERCADO	
<p>1. Características demográficas</p> <ul style="list-style-type: none"> * Población * Índice de crecimiento de la población * Grado de urbanización * Densidad de población * Estructura y composición por edad de la población. 	<p>4. Factores tecnológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> * Nivel de conocimiento tecnológico * Producción tecnológica * Consumo tecnológico * Niveles de educación

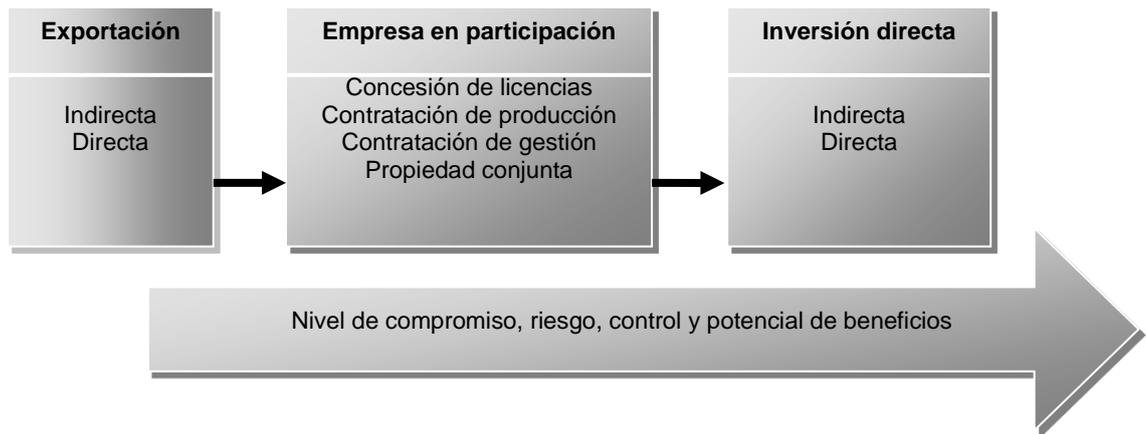
<p>2. Características geográficas</p> <ul style="list-style-type: none"> * Superficie del país * Comunicaciones * Condiciones climáticas 	<p>5. Factores socioculturales</p> <ul style="list-style-type: none"> * Valores dominantes * Patrones de estilos de vida * Grupos étnicos * Fragmentación lingüística
<p>3. Factores económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> * PIB per cápita * Distribución de la riqueza * Índice de crecimiento del PNB * Índice de inversión al PNB 	<p>6. Objetivos y planes nacionales</p> <ul style="list-style-type: none"> * Prioridad industrial * Planes de inversión en * infraestructura

Por lo general, las empresas empiezan con la *exportación indirecta*, es decir, exportando sus productos a través de intermediarios de marketing internacional. La exportación indirecta implica una menor inversión porque la empresa no necesita contar con una fuerza de ventas fuera del país ni establecer contactos en los mercados extranjeros. Además se asumen menos riesgos.

Por eso, los intermediarios de marketing internacionales (representantes, agentes, exportadores, organizaciones cooperativas y empresas de gestión de exportaciones) aportan los conocimientos, la experiencia y los servicios a la relación, por lo que el vendedor suele incurrir en menos errores.

Asimismo, puede llegar un momento en el que las empresas decidan cambiar su táctica y recurrir a la *exportación directa*, es decir, gestionar ellas mismas sus propias operaciones de exportación. Con esta estrategia, la inversión y el riesgo son mayores pero el potencial de rentabilidad también lo es. Una empresa puede gestionar dicha exportación directa de distintas maneras: puede crear un departamento nacional de exportaciones que desarrolle todas las actividades de exportación o puede establecer una filial exterior de ventas que gestione las ventas, la distribución y, tal vez, incluso la promoción desde el país de destino.

ESTRATEGIAS DE ENTRADA EN EL MERCADO



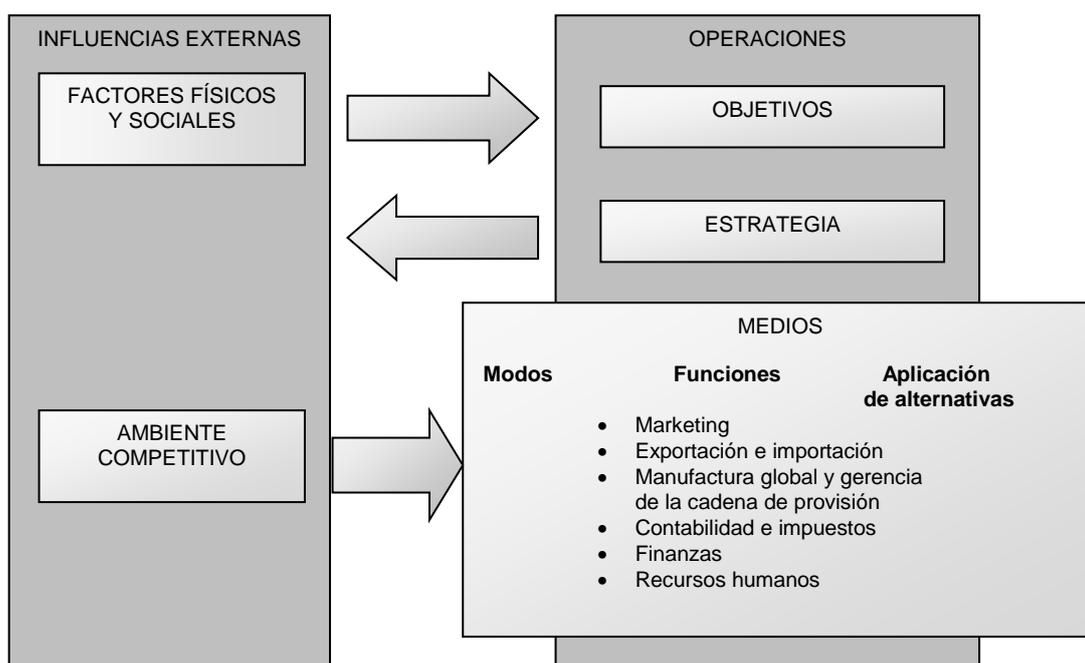
Por consiguiente, con la filial de ventas en el país de destino la empresa consigue una mayor presencia y un mayor control del programa en el mercado extranjero. Además, ésta suele servir como centro de atención y servicio al cliente. La empresa también puede optar por enviar a representantes de ventas locales ocasionalmente a los mercados internacionales en los que se quiere entrar para establecer contactos.

La exportación exitosa es un proceso complejo. Una vez que la empresa ha identificado el bien o servicio que desea vender, debe explorar las oportunidades de mercado, un proceso que implica una cantidad significativa de investigación mercadotecnia. Es por eso que debe echar a andar una estrategia de desarrollo de la producción o el servicio, prepara los bienes o servicios para el mercado, determinar los mejores medios para transportarlos al mercado, vender los bienes o servicios y recibir el pago.

Es por eso, que todos estos pasos requieren una planeación y preparación cuidadosa. Sin un equipo de exportación independiente, una empresa debe depender de especialistas para que desplacen los bienes y servicios de un país a otro, de agentes o distribuidores que vendan los bienes y servicios y de bancos para que reciban el pago.

Por tanto los autores **DANIELS, John D.; RADEBAUGH, Lee H. y Daniel P., SULLIVAN (2008)** en su libro titulado **NEGOCIOS INTERNACIONALES** manifiestan que “**las exportaciones consisten en enviar fuera del país mercancías (bienes). Además, las exportaciones dan como resultado el recibo de dinero o el reclamo de dinero, y las importaciones dan como resultado el pago de dinero o el reclamo de dinero**” (pp. 507*508).

EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES



En cuanto a la estrategia de exportación, refieren que la elección del modo de ingreso de una empresa a un país extranjero depende de diferentes factores, como las ventajas de propiedad de la empresa, las ventajas de ubicación del mercado y las ventajas de internacionalización que surgen de las transacciones de integración dentro de la empresa.

Cabe señalar, que las ventajas de propiedad son los activos específicos, la experiencia internacional y la capacidad para desarrollar productos diferenciados. Las ventajas de la internacionalización son los beneficios de tener habilidades o activos específicos dentro de la empresa e integrarlos a sus actividades, en oposición a cederlos en licencia o venderlos.

En general, las empresas que tienen niveles bajos de ventajas de propiedad no ingresan a los mercados extranjeros o usan formas de ingreso de bajo riesgo como la exportación. **“La exportación requiere un nivel de inversión más bajo que otros modos, como la IED, pero también ofrece un menor rendimiento y riesgo sobre las ventajas (el rendimiento sobre las ventas no será tan grande, pero tampoco lo será el riesgo). Exportar permite a la gerencia un control operativo importante, pero no tanto control de marketing, porque el exportador está lejos del consumidor final y, con frecuencia, debe tratar con distribuidores independientes en el extranjero que controlan muchas de las funciones de marketing”** (pp. 507-508).

Según, los autores **CHAN KIM, W. y Peter, HWANG (2009)** en su libro titulado ***GLOBAL STRATEGY AND MULTINATIONAL'S ENTRY MODE CHOICE*** indican que **“la concentración global significa que muchas industrias globales tienen sólo algunos participantes importantes; la estrategia de una empresa para penetrar en un mercado específico podría depender de la competencia. Si la competencia está atendiendo a los mercados por medio de la exportación, la empresa podría tener éxito empleando la misma estrategia.**

Sin embargo, si la competencia atiende al mercado extranjero mediante inversión directa, el éxito futuro de la empresa podría no ser tan grande si se dedica a sólo exportar

a ese mercado. Las motivaciones estratégicas globales son las razones por las que una empresa podría desear ingresar a un mercado.

Desde luego, la exportación ocurre por varias buenas razones. Una empresa puede exportar bienes y servicios a empresas relacionadas como sucursales y subsidiarias, o puede exportar a clientes independientes. En ocasiones, una empresa exporta bienes finales a sus empresas relacionadas que están en el extranjero, las que a su vez venden los bienes a los consumidores” (p. 32-35).

Los autores refieren que la competencia en el mercado externo es un tema muy importante que deben tener las empresas exportadores, porque deben cumplir con exigencias de mercado de destino y para ello deben tenerse en cuenta no solamente las necesidades o requerimiento de los mercados de destino sino también la forma como se produce y elaboran los productos y los cuidados que se deben tener. Se debe desarrollar, muchas veces, una estrategia específica para una exportación, sea cual fuere el tipo de empresa o el producto que se desee exportar.

En cuanto a las características de los exportadores, la autora **BONACCORSI, Andrea (2009)** en su libro titulado ***ON THE RELATIONSHIP BETWEEN FIRM SIZE AND EXPORT INTENSITY*** manifiesta lo siguiente:

- “La probabilidad de ser un exportador aumenta con el tamaño de la empresa, el cual está definido por los ingresos.
- La intensidad de las exportaciones, es decir, el porcentaje de ingresos totales que provienen de las exportaciones, no se correlaciona directamente con el tamaño de la empresa. Cuanto mayor sea el porcentaje de las exportaciones con relación a los ingresos totales, mayor será la intensidad.

Por tanto, la primera conclusión se basa en la idea de que las pequeñas empresas pueden crecer en el mercado doméstico sin tener que exportar, pero las grandes empresas deben exportar si desean aumentar sus ventajas” (p. 606).

Las exportaciones, usualmente, se hacen en relación a la capacidad de la empresa y al volumen de producción de la misma, es decir, en función a sus capacidades y posibilidades. Las excepciones son las empresas pequeñas de tecnología de vanguardia o muy especializadas que operan en nichos de mercado con una demanda global, así como las pequeñas empresas que venden equipo de capital costoso.

2.4.3. Definiciones de términos técnicos

- a) **Aranceles.-** Es un impuesto aplicado sobre bienes importados y/o exportados. Un arancel de ingresos es establecido con la intención de recaudar dinero para el gobierno.
- b) **Beneficiario.-** Un individuo o compañía a quien se emite un cheque; la persona que recibe dinero como pago.
- c) **Drawback.-** Restitución o devolución, total o parcial, de los derechos de importación u otros impuestos internos sobre materias primas o mercancías importadas, cuando son reexportadas, ya sea con un mayor grado de elaboración o formando parte, en mayor o menor proporción, de otros artículos que se exportan.
- d) **Deducción.-** Sólo procede de aquellos insumos importados por terceros ingresados con mecanismos suspensivos o exoneratorios de aranceles.
- e) **Exportación.-** Es cualquier bien o servicio enviado a otro país, provincia, pueblo u otra parte del mundo, generalmente para su intercambio, venta o incrementar los servicios

locales.

- f) **Nota de Crédito.-** Es un documento por el cual una empresa comunica a su cliente haberle disminuido su deuda o que ha registrado a su favor cierta cantidad por el motivo que ella expresa, esta se emite para rebajar el valor de una factura.
- g) **Infracción.-** Violación de la ley cuyo único castigo es el pago de una multa.
- h) **Insumo.-** Todo aquello que tenga participación directa en el proceso productivo y se incorpore o consuma durante la producción del bien de exportación.
- i) **Materias Primas.-** Sustancia, elemento o materia necesaria para obtener un producto que se consume, que interviene en la elaboración, que se usa para la conservación o que sirva para el transporte del bien exportado.
- j) **Sanción.-** Quiere decir pena por cualquiera otra acción o remedio punitivo impuesto por la comisión sobre una compañía que se pueden resolver bajo las condiciones de este subtítulo.

2.5.1 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

2.5.2 Hipótesis general

El empleo del drawback como estrategia financiera, influye favorablemente en las exportaciones de textiles en el marco del TLC con los Estados Unidos.

2.5.3 Hipótesis específicas

- a. Las facilidades que se tienen para llevar a cabo el comercio exterior inciden significativamente en la demanda de los productos textiles exportables, pues son accesibles fácilmente

y son de libre disposición y a la vez permiten a los exportadores conocer los mercados de destino.

- b.** La restitución de los derechos arancelarios incide significativamente en la reducción de los costos de producción en la exportación de textiles, pues permite al exportador recuperar por el beneficio tributario parte de su costo de exportación.
- c.** La promoción de las exportaciones guardan relación directa con el uso del marketing internacional de los productos textiles., a través del apoyo de entidades públicas y privadas especializadas en promover las exportaciones.
- d.** Los costos de producción incluyen el riesgo en las ventas de los productos textiles que se exportan, ocasionados por el empleo de materiales e insumos importados.
- e.** El nivel de competitividad de los productos, inciden favorablemente en el plan de negocios de textiles que se exportan a los Estados Unidos, porque se incide mucho en la calidad de los productos y las exigencias de los mercados externos.
- f.** Los trámites de la documentación relacionada con el acceso al drawback, incide en la frecuencia anual de las exportaciones de textiles a los Estados Unidos, por la simplificación administrativa que permite agilizar los trámites y dinamizar el proceso de exportación.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 DISEÑO METODOLÓGICO

3.1.1 Tipo de investigación

Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones necesarias para ser denominado como: **“INVESTIGACIÓN APLICADA”**.

3.1.2 Nivel de investigación

Conforme a los propósitos del estudio la investigación se centra en el nivel descriptivo.

3.1.3 Método

En la presente investigación utilizaremos el método descriptivo, estadístico y de análisis – síntesis, entre otros que conforme se desarrolle el trabajo se darán indistintamente, en dicho trabajo.

3.1.4 Diseño

Se tomará una muestra en la cual:

$$M = O_x r O_y$$

Donde:

M = Muestra.

O = Observación.

x = Drawback.

y = Exportaciones textiles.

r = Relación de variables.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Población

La población objeto de estudio, estará conformada por 46,000 gerentes y personal encargado de las exportaciones de sus respectivas Pequeñas, Medianas y Grandes empresas exportadores que operaron en el año 2015 y que hasta el presente año, 2016, siguen operando a nivel de Lima. Esta información fue obtenida de la Asociación de Exportadores del Perú (ADEX) en mayo del 2016.

3.2.2 Muestra

En la determinación óptima de la muestra se utilizó la fórmula del muestreo aleatorio simple para estimar proporciones cuando la población es conocida utilizando la siguiente fórmula:

$$Z^2 PQN$$

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2 (N-1) + Z^2 PQ}$$

Donde:

Z : Valor de la abscisa de la curva normal para una probabilidad del 95% de confianza.

P : Proporción de gerentes que manifestaron haber logrado buenos resultados en las exportaciones debido al drawback

(**P = 0.5**, valor asumido debido al desconocimiento de P).

Q : Proporción de gerentes que manifestaron no haber logrado buenos resultados en las exportaciones debido al drawback (**Q = 0.5**, valor asumido debido al desconocimiento de P).

e : Margen de error 5%

N : Población.

n : Tamaño óptimo de muestra.

Entonces, a un nivel de significancia de 95% y 5% como margen de error **n** optimo será:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)(46000)}{(0.05)^2 (46000-1)+ (1.96)^2(0.5) (0.5)}$$

n = 381 gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas exportadoras

La muestra será seleccionada de manera aleatoria y de manera proporcional considerando el tipo de empresa:

Tipo de empresa	Gerentes
Pequeña empresa	233
Mediana Empresa	83
Gran Empresa	65
Total	381

3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.3.1 Variable independiente

X. DRAWBACK

Indicadores

x1.- Nivel de facilidad para realizar el comercio exterior.

- x2.- Nivel de restitución de los derechos arancelarios.
- x3.- Nivel de promoción de las exportaciones.
- x4.- Nivel de los costos de los productos exportados.
- x5.- Nivel de competitividad de los productos a exportar.
- x6.- Nivel de los trámites documentarios para acceder al drawback.

3.3.2 Variable dependiente

Y. EXPORTACIONES

Indicadores

- y1.- Nivel de demanda de los productos.
- y2.- Nivel de costos de producción.
- y3.- Uso del marketing internacional.
- y4.- Nivel de riesgo en la venta del producto.
- y5.- Frecuencia anual de exportaciones.
- y6.- Posee plan de negocios de exportación.

3.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1 Técnicas

Las principales técnicas que se utilizaron en este estudio fueron la encuesta y la entrevista.

3.4.2 Instrumentos

Como técnica de recolección de la información se utilizó la entrevista con preguntas abiertas y la encuesta con alternativas de respuesta cerradas.

3.5 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS

Para procesar la información se utilizó los instrumentos siguientes: Un cuestionario de preguntas cerradas, que permitan establecer la situación actual y alternativas de solución a la problemática que se establece en la

presente investigación, además se utilizará el programa computacional SPSS (Statistical Package for Social Sciences), del modelo de correlación de Pearson y nivel de confianza del 95%.

3.6 ASPECTOS ÉTICOS

El desarrollo de la investigación, permitió utilizar información especializada sobre el tema, y respetando los procedimientos establecidos para estudios de esta naturaleza; como también, que los datos obtenidos en el trabajo de campo constituyen información veraz obtenida a través de la técnica de la encuesta, la cual fue procesada en la parte estadística e interpretada por la investigadora, siguiendo las recomendaciones establecidas por la Universidad.

Asimismo hemos tenido cuidado especial en aplicar y emplear los Principios Éticos del Contador Público que se detallan:

INTEGRIDAD

El Contador Público deberá mantener incólume su integridad moral en el ejercicio profesional. De él se espera: rectitud, probidad, honestidad, dignidad y sinceridad en toda circunstancia.

OBJETIVIDAD

Para el Contador Público, objetividad representa: imparcialidad, desinterés y actuación sin prejuicios en todos los asuntos que corresponden al campo de su actuación profesional.

INDEPENDENCIA

El Contador Público en el ejercicio profesional deberá tener y demostrar absoluta independencia mental y de criterio con respecto a todo interés que pudiera considerarse incompatible con los principios de integridad y objetividad, junto a los cuales la independencia de criterio es esencial y concomitante.

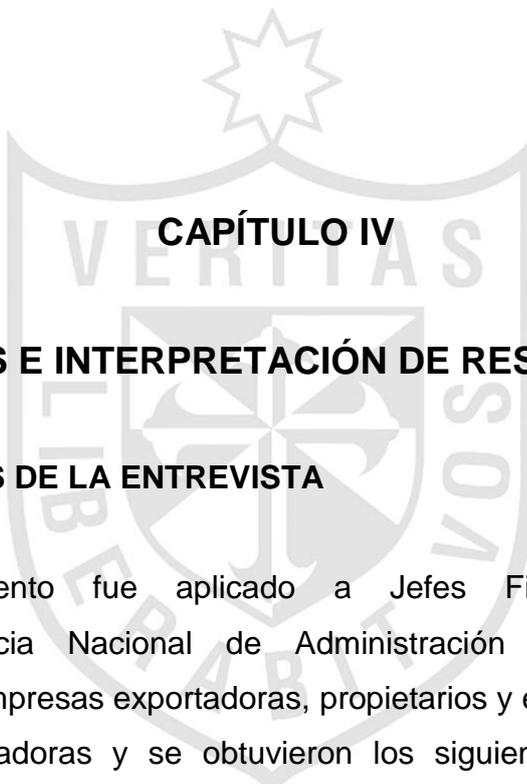
COMPETENCIA Y CUIDADO PROFESIONAL

El Contador Público deberá contratar solamente trabajos para los cuales él o sus asociados o colaboradores cuenten con la capacidad e idoneidad necesarias para que los servicios comprometidos se realicen en forma eficaz y satisfactoriamente obligado a actualizar los conocimientos necesarios para su actuación profesional y especialmente aquellos requeridos para el bien común y los imperativos de progreso social y económico.

El Contador Público actuará con la intención, cuidado, diligencia de un profesional responsable consigo mismo y con la sociedad, asumiendo siempre una responsabilidad personal indelegable por los trabajos por él ejecutados o realizados bajo su dirección.

CONFIDENCIALIDAD O SECRETO PROFESIONAL

El Contador Público tiene la obligación de guardar el secreto profesional, no revelando por ningún motivo los hechos o circunstancias de que tenga conocimiento durante el curso de la presentación de sus servicios profesionales, a menos que exista la obligación o el derecho legal o profesional para hacerlo.



CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

Este instrumento fue aplicado a Jefes Fiscalizadores de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), gerentes de empresas exportadoras, propietarios y empresarios de Mypes textiles exportadoras y se obtuvieron los siguientes resultados a las preguntas formuladas:

1. **¿En su opinión es necesario para las empresas exportadoras el empleo de incentivos tributarios?**

Los entrevistados indicaron en su mayoría que si es necesario el empleo de los incentivos tributarios para las Mypes textiles exportadoras, pues ello les permite obtener mayores niveles de liquidez al recuperar (por beneficio tributario) parte del costo de producción de los productos textiles que se exportan y con ello inyectar mayor liquidez a su producción y mantener el proceso de comercio exterior con sus clientes en otros países.

2. ¿Cree que los aranceles favorecen las exportaciones textiles peruanas?

A la pregunta formulada, los entrevistados indicaron que el crecimiento del sector textil va en crecimiento y por ello favorece al sector según lo proyectado pues se proyectó un porcentaje menor al alcanzado en períodos anteriores.

3. ¿En su opinión es necesario para el sector empresarial acogerse a los beneficios que otorga el drawback?

Los entrevistados indicaron que si es necesario que el sector empresarial debe acogerse a los beneficios que otorga el drawback, porque permite obtener liquidez y financiamiento a las empresas exportadoras al recuperar parte de su costo de producción, en función a la aplicación de los beneficios tributarios establecidos por ley y que van dirigidos a recuperar parte del costo de los insumos importados utilizados para la elaboración final del producto a exportar.

4. ¿Cree que el drawback facilita las exportaciones?

Los entrevistados indicaron en su mayoría que a la vez de facilitar, incentiva a los exportadores a acogerse al beneficio tributario y sobre este tema tener más liquidez y financiamiento para sus operaciones comerciales y de exportación.

5. ¿Cree que el drawback ayuda en la competitividad de las empresas exportadoras?

Los entrevistados indicaron que si ayuda en la competitividad el drawback a las empresas exportadoras porque las coloca a un buen nivel de competitividad de los exportadores y la competencia que también ingresan al mercado exterior, ya que pueden reducir sus costos con el drawback y hacer inversiones para mejorar la calidad de sus

productos.

6. ¿En su opinión la rebaja del drawback por parte del gobierno afecta la parte financiera en las empresas exportadoras?

Los entrevistados indicaron que debido a la rebaja de la tasa del drawback del 5 al 3% si afecta a las empresas exportadoras porque tendrían menos liquidez y financiamiento para sus operaciones comerciales y exportadoras. Inicialmente este beneficio tributario fue emitido para incentivar nuevas empresas exportadoras y se pudiera competir con otros países y que nuestros productos no tradicionales se coloquen en mercados externos.

7. ¿Cree que los niveles de exportación de textiles pueden verse afectadas con la disminución del drawback?

Los entrevistados indicaron que no, porque el mercado externo tiende a ser permanente y tiende a ser con acceso preferencial al mercado de Estados Unidos.

8. ¿Cree que las exportaciones de textiles vienen aprovechando los alcances del TLC con los Estados Unidos?

Los entrevistados indicaron que las exportaciones de textiles si vienen aprovechando los alcances del TLC con los Estados Unidos y deberían potenciarse con estos beneficios, sin embargo les falta más difusión al TLC y que más empresarios se acojan a dichos beneficios y que la norma sea más clara, hace falta un poco de orientación a los potenciales exportadores.

9. ¿Considera que las exportaciones pueden aprovechar las ventajas arancelarias que ofrece el TLC con los Estados Unidos?

Los entrevistados indicaron que es un impacto significativo para las

exportaciones que deberían ser aprovechadas para acceder al mercado internacional.

10. ¿Con la experiencia que tiene, tenga a bien formular recomendaciones en relación a la investigación que se realiza?

Los entrevistados indicaron las siguientes recomendaciones:

- Los productores exportadores se encuentran en su mejor momento, deben incentivarse y aprovechar los beneficios arancelarios obtenidos con el TLC con Estados Unidos.
- Los exportadores textiles peruanos se encuentran en un buen nivel de competitividad para obtener acceso preferencial a mercados internacionales y sobre todo al de Estados Unidos.
- Estas empresas exportadoras textiles están originando un impacto significativo en la generación de empleo, por lo que se consideran empresas que deben generar las mejores condiciones para el recurso humano.

4.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

4.2.1 **A la pregunta:** ¿En su opinión existen facilidades para llevar a cabo actividades comerciales al exterior?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	324	85
b) No	39	10
c) Desconoce	18	5
TOTAL	381	100%

INTERPRETACIÓN

Al revisar la información que nos muestra la pregunta, se encontró que el 85% de los gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas exportadoras de textiles, opinaron que actualmente si existen facilidades y se llevan a cabo actividades comerciales hacia otros países; en cambio el 10% no compartieron las diferentes opiniones expresadas por el grupo anterior y el 5% restante manifestaron desconocer, cubriendo el total de la muestra (100%).

Los datos que se han mostrado tanto en la parte porcentual y gráfica de la interrogante, dejaron en claro que los encuestados en su gran mayoría y conocedores de las actividades comerciales al exterior en cuanto a la exportación de los productos textiles, reconocieron que a nivel del gobierno existen facilidades para exportar, sobre todo aprovechando las diferentes ventajas que está ofreciendo el tratado de libre comercio con los Estados Unidos de Norte América y que por lo tanto se requiere que estas organizaciones empresariales, cumplan con los estándares establecidos para estos fines.

Gráfico No. 1

EXISTEN FACILIDADES PARA LLEVAR A CABO ACTIVIDADES COMERCIALES AL EXTERIOR



Fuente: Gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras. (Ene. - Jun. 2016)

4.2.2 A la pregunta: ¿Actualmente se está restituyendo los derechos arancelarios a favor de las empresas exportadoras?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	326	85
b) No	41	11
c) Desconoce	14	4
TOTAL	381	100%

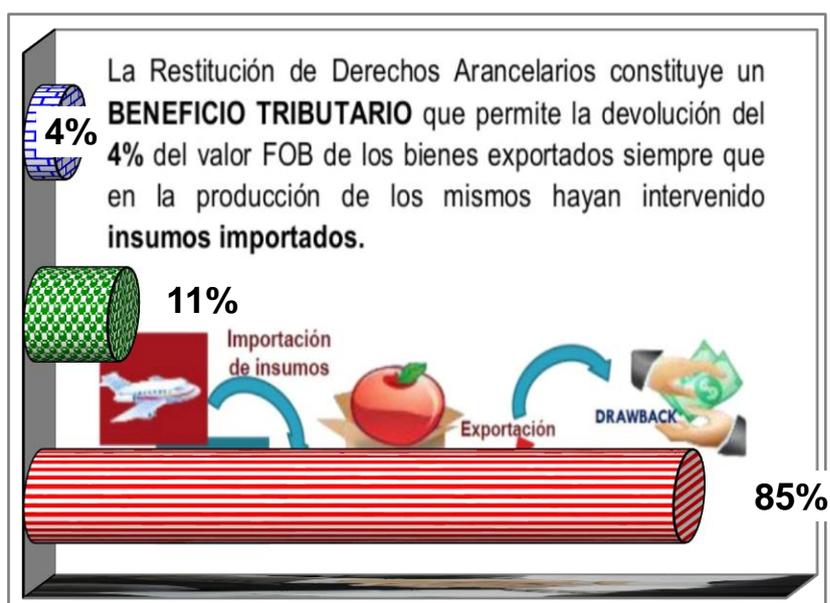
INTERPRETACIÓN

En cuanto a los resultados que se presentan en la información estadística y gráfica de la pregunta, podemos apreciar que el 85% de los consultados tomados en cuenta en la muestra, señalaron que actualmente en el país se está restituyendo los derechos arancelarios a favor de las empresas exportadoras de textiles; sin embargo el 11% no tuvieron las mismas opiniones sobre el tema y el 4% indicaron desconocer, sumando el 100%.

En base a la información considerada en el párrafo anterior, podemos observar que efectivamente la mayoría de los gerentes a cargo de empresas exportadoras a los Estados Unidos de Norte América, reconocieron que actualmente se está restituyendo los derechos arancelarios (Drawback) a las empresas productoras – exportadoras, devolviéndoles un porcentaje del valor FOB del producto exportado, tomando en consideración que los costos de producción se incrementaron con estos derechos que gravan la importación de insumos que como parte del proceso productivo son incorporados o consumidos en los textiles exportados en el marco de este tratado.

Gráfico No. 2

SE ESTÁ RESTITUYENDO DERECHOS ARANCELARIOS A FAVOR DE EMPRESAS EXPORTADORAS



SI NO DESCONOCE

Fuente: Gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras. (Ene. - Jun. 2016)

4.2.3 A la pregunta: ¿Cree que actualmente existe promoción de las exportaciones?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	294	77
b) No	52	14
c) Desconoce	35	9
TOTAL	381	100%

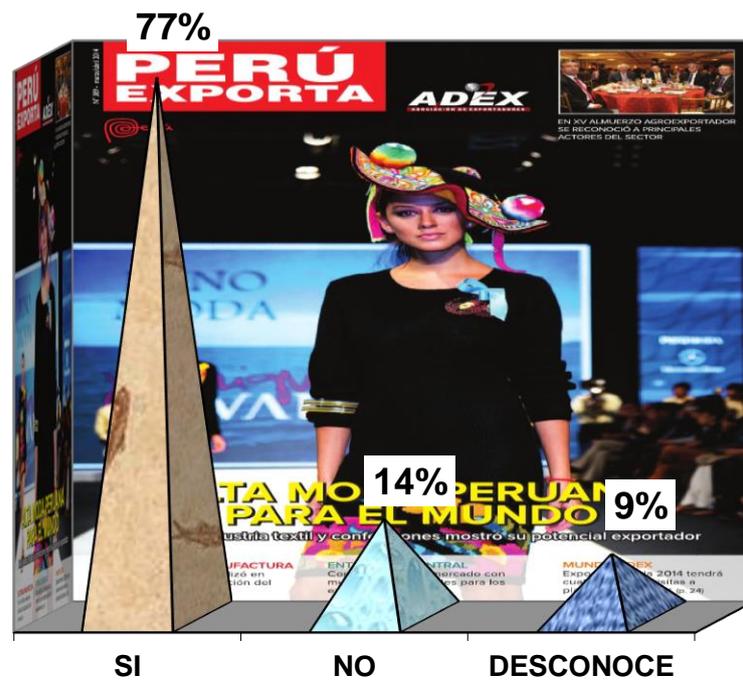
INTERPRETACIÓN

Los encuestados en un promedio del 77% respondieron que actualmente en el país existe promoción de las exportaciones a diferentes países y sobre todo quienes llevan a cabo estas actividades aprovechando las ventajas que se ofrecen en los diferentes TLC, principalmente el de Estados Unidos; mientras el 14% tuvieron otros puntos de vista que son contrarios si lo comparamos con los resultados de la primera de las alternativas y el 9% complementario expresaron desconocer, arribando al 100%.

Efectivamente lo expresado en el párrafo anterior, deja en claro que más de dos tercios de los gerentes considerados en la muestra, señalaron que en el país existe promoción de las exportaciones de textiles, buscando que las empresas puedan exportar sus productos a nuevos mercados donde existe principalmente TLC con el Perú; situación que incide directamente en la generación de empleos directos, así como también facilita la captación de impuestos; hechos que se vienen constituyendo en una alternativa viable para este sector empresarial.

Gráfico No. 3

ACTUALMENTE EXISTE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES



Fuente: Gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras. (Ene. - Jun. 2016)

4.2.4 A la pregunta: ¿Considera Ud. que mediante el Drawback se toma en consideración los costos de los productos que se exportan?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	343	90
b) No	25	7
c) Desconoce	13	3
TOTAL	381	100%

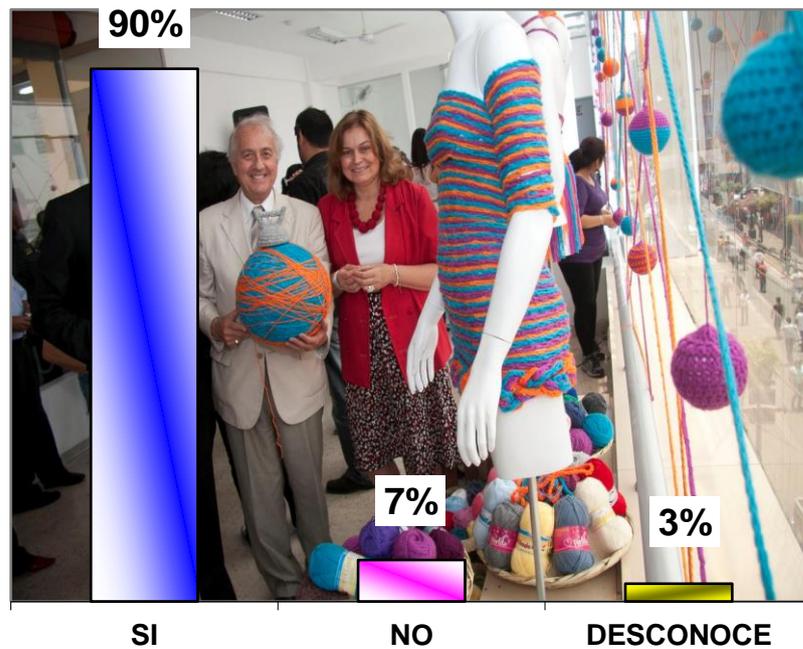
INTERPRETACIÓN

En lo relacionado a los alcances de la pregunta, podemos observar que el 90% de los gerentes tomados en cuenta en la investigación, reconocieron que mediante el Drawback toman en consideración los costos en los productos que se exportan; sin embargo el 7% respondieron todo lo contrario en relación con la primera de las alternativas y el 3% manifestaron desconocer, llegando al 100%.

Si analizamos los datos mostrados en relación con esta problemática, podemos decir que las empresas que exportan textiles a este inmenso mercado que lo constituye los Estados Unidos de Norte América, toman en consideración los costos de producción en los textiles que se exportan, situación que posteriormente cuando estas organizaciones utilizan insumos incorporados o consumidos en la producción del bien exportado, pueden pedir la restitución de sus derechos arancelarios y que en los últimos meses se agilizo los procedimientos.

Gráfico No. 4

MEDIANTE EL DRAWBACK SE TOMA EN CONSIDERACIÓN COSTOS DE PRODUCTOS QUE SE EXPORTAN



Fuente: Gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras. (Ene. - Jun. 2016)

4.2.5 A la pregunta: ¿En su opinión existe competitividad en los productos textiles que actualmente se exportan a otros países?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	338	89
b) No	26	7
c) Desconoce	17	4
TOTAL	381	100%

INTERPRETACIÓN

Referente a la información recopilada en la interrogante, podemos apreciar que el 89% de los gerentes que respondieron afirmativamente, opinaron que en estas actividades existe competitividad en los productos textiles que actualmente se exportan a los diferentes países; mientras el 7% no coincidieron con lo señalado por el grupo anterior y el 4% restante expresaron desconocer, totalizando el 100%.

Analizando la información estadística y gráfica, podemos señalar tal como lo mencionan los gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas exportadoras de productos textiles que actualmente existe competitividad, es por ello que las empresas peruanas deben mantenerse atentas en cuanto a los productos que exportan, toda vez que en los últimos años muchas de las prendas de algodón han visto reducidas sus ventas debido a los productos denominados fast fashion que son distribuidos por diferentes marcas como H&M, Zara o Forever 21, entre otras que utilizan fibras hechas por el hombre (sintéticos); es por eso que las empresas peruanas deben ser competitivas para ser frente a esta realidad.

Gráfico No. 5

EXISTE COMPETITIVIDAD EN PRODUCTOS TEXTILES QUE ACTUALMENTE SE EXPORTAN A OTROS PAÍSES



SI NO DESCONOCE

Fuente: Gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras. (Ene. - Jun. 2016)

4.2.6 A la pregunta: ¿Cree Ud. que los trámites documentarios facilitan acceder al drawback?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	355	93
b) No	16	4
c) Desconoce	10	3
TOTAL	381	100%

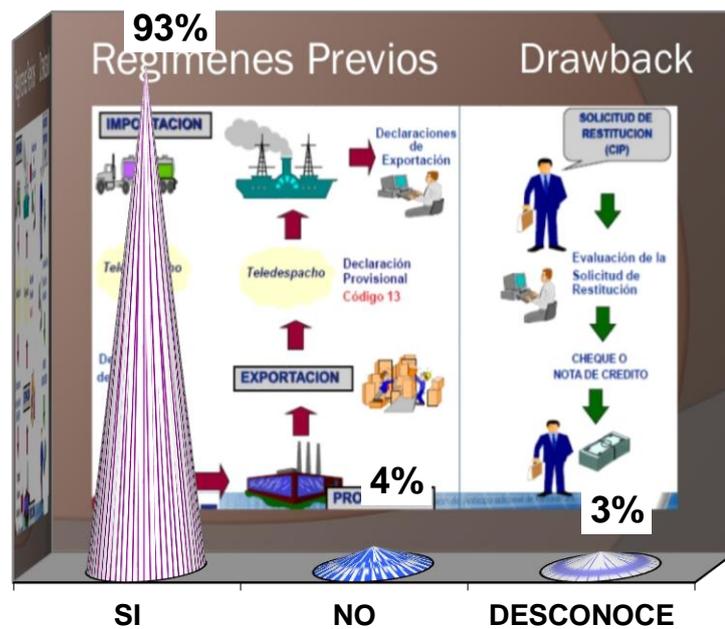
INTERPRETACIÓN

Se observa en la tabla y gráfico correspondiente, que la información que se muestra, destaca que el 93% de los gerentes que trabajan en pequeñas, medianas y grandes empresas exportadoras de textiles, señalaron que actualmente existe facilidad para acogerse a los beneficios que otorga el drawback; en cambio el 4% no estuvieron de acuerdo con los demás, y el 3% refirieron desconocer, sumando el 100%.

Lo comentado en líneas anteriores como parte de la interpretación de los resultados de la pregunta, quedo en claro que casi la totalidad de los gerentes que trabajan en empresas dedicadas a la producción – exportación de textiles a los Estados Unidos de Norte América, señalaron que los trámites para acceder al drawback vienen facilitando poder acogerse a estos beneficios, tomando en consideración que las organizaciones que elaboren o produzcan mercancías utilizando insumos incorporados o consumidos en la producción de los bienes que se exportan, tienen las facilidades de poder acogerse a la restitución de los derechos arancelarios; situación que a no dudarlo constituyen alternativas de las cuales se valen las empresas para poder colocar sus productos con ventajas en otros mercados.

Gráfico No. 6

TRÁMITES DOCUMENTARIOS FACILITAN ACCEDER AL DRAWBACK



Fuente: Gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras. (Ene. - Jun. 2016)

4.2.7 A la pregunta: ¿En su opinión el drawback constituye una estrategia que están utilizando los exportadores?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	334	88
b) No	11	3
c) Desconoce	36	9
TOTAL	381	100%

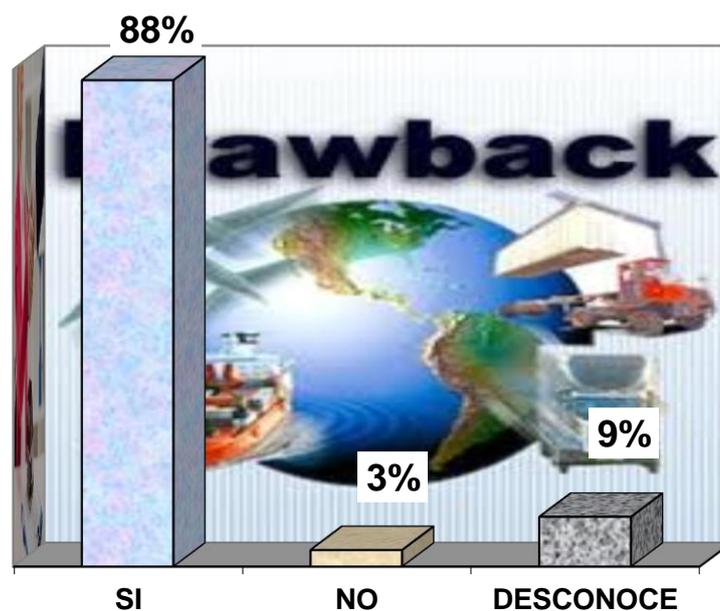
INTERPRETACIÓN

La opinión de los encuestados en un promedio del 88%, señalan que efectivamente la utilización de los beneficios que otorga el drawback, si constituye una estrategia que están utilizando las empresas exportadoras; en cambio el 9% expresaron desconocer y el 3% fueron los únicos que no estuvieron de acuerdo con el grupo mayoritario, arribando al 100% de la muestra considerada en la investigación.

Es evidente que si analizamos la información que se aprecia tanto en la tabla como en el grafico correspondiente, podemos señalar que el drawback constituye una de las estrategias de las cuales se valen las empresas exportadoras de textiles a los Estados Unidos de Norte América y otros países, que utilizando en la elaboración de estos productos materias primas, productos intermedios, entre otros importados directamente por el beneficiario o terceros, cuyo valor CIF no supere el 50% del valor FOB del producto exportado, están calificados para acceder a estos beneficios; por lo tanto esta forma de aprovechar los alcances del TLC y la restitución de los derechos arancelarios, constituye una estrategia bastante conocida por los exportadores.

Gráfico No. 7

DRAWBACK CONSTITUYE ESTRATEGIA QUE ESTÁN UTILIZANDO LOS EXPORTADORES



Fuente: Gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras. (Ene. - Jun. 2016)

4.2.8 A la pregunta: ¿Existen en otros países demanda por los productos que exporta el Perú?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	346	91
b) No	21	5
c) Desconoce	14	4
TOTAL	381	100%

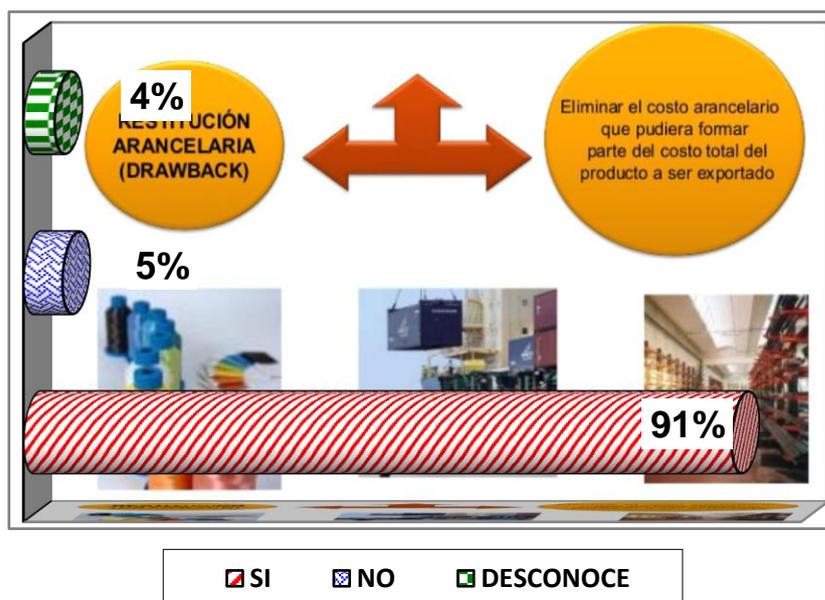
INTERPRETACIÓN

Respecto a la información que se presenta como resultado del trabajo de campo, encontramos en la pregunta que el 91% de los encuestados eligieron la primera de las alternativas, es decir reconocieron que en otros países existe demanda por los productos que exporta el Perú; mientras el 5% no compartieron los puntos de vista del grupo anterior y el 4% manifestaron desconocer, totalizando el 100%.

De lo comentado en el párrafo anterior, podemos apreciar como parte del análisis del estudio, que casi la totalidad de los que respondieron en la primera de las alternativas, indicaron que en otros países existe demanda por los productos que exporta el Perú; situación que a no dudarlo constituyen aspectos importantes que con el fin de seguir manteniendo este interés de parte de consumidores de otros mercados, es necesario que en el Perú prevalezca la calidad, la innovación e investigación, con el fin de ser competitivos.

Gráfico No. 8

EXISTE EN OTROS PAÍSES DEMANDA DE PRODUCTOS QUE EXPORTA EL PERÚ



Fuente: Gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras. (Ene. - Jun. 2016)

4.2.9 A la pregunta: ¿En su opinión los exportadores toman en consideración los costos de producción?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	344	90
b) No	21	6
c) Desconoce	16	4
TOTAL	381	100%

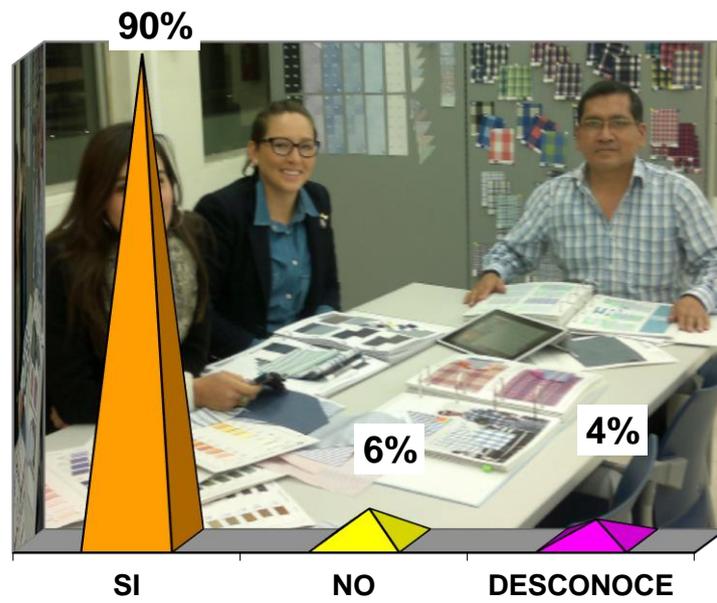
INTERPRETACIÓN

Los datos que se observan en la tabla y parte grafica que se acompaña en la pregunta, destaca que el 90% de los encuestados fueron de la opinión que los exportadores siempre toman en cuenta los costos de producción; sin embargo el 6% no estuvieron de acuerdo y el 4% restante indicaron desconocer, cubriendo así el 100% de la muestra.

Al interpretar la información que se muestra en la tabla y en el gráfico correspondiente, podemos señalar que los gerentes de las pequeñas, medianas y grandes empresas exportadoras de textiles a los Estados Unidos, toman en consideración los costos de producción con la finalidad de conocer el valor real de los productos y cuáles son sus utilidades; por un lado con el fin de ser competitivos, mantenerse como empresas exportadoras aprovechando las ventajas que ofrece el TLC en referencia y por otra parte seguir avanzando como organizaciones empresariales que aprovechando estas ventajas, tratan de crecer mediante la competitividad e ingresar a nuevos mercados; y en el país además de generar empleo, entre otros.

Gráfico No. 9

**EXPORTADORES TOMAN EN CONSIDERACIÓN
COSTOS DE PRODUCCIÓN**



Fuente: Gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras. (Ene. - Jun. 2016)

4.2.10 A la pregunta: ¿Cree que a nivel empresarial los exportadores peruanos hacen uso del marketing internacional?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	322	85
b) No	47	12
c) Desconoce	12	3
TOTAL	381	100%

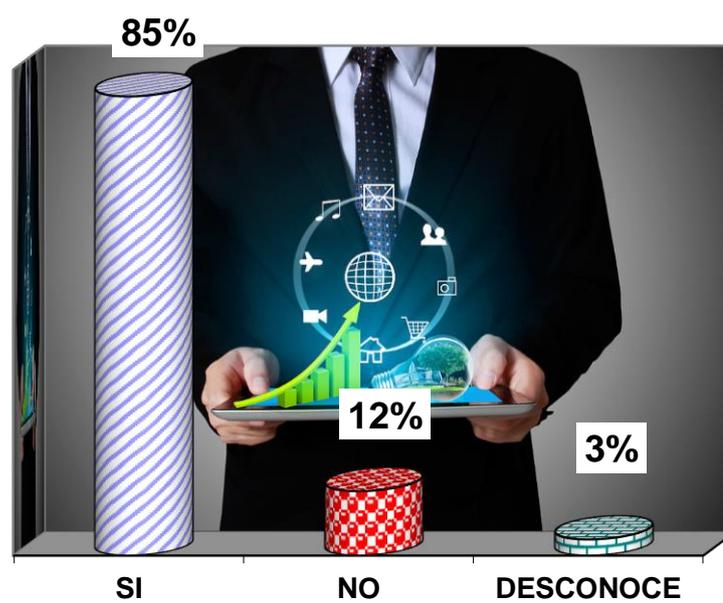
INTERPRETACIÓN

Se aprecia que la tendencia de los resultados presentes en la parte porcentual y grafica de la pregunta, destacan que el 85% de los que respondieron en la primera de las alternativas, indicaron que los empresarios peruanos vienen utilizando a favor de sus interés el marketing internacional; 12 % no coincidieron en los puntos de vista relacionados con el grupo anterior y el 3% restante expresaron desconocer, sumando así el 100%.

Analizando la información considerada en líneas anteriores, podemos apreciar que la mayoría de los encuestados y que son personas conocedoras de la actividad empresarial, señalaron que vienen utilizando para ser conocer sus productos el marketing internacional, conocido también como marketing global o mercadotecnia o mercadeo, mediante el cual se laboran diferentes estrategias que emplean en la gestión comercial de las empresas tal como son las que exportan textiles a otros países, buscando incentivar en los mercados mayor demanda; para lo cual profesionalmente utilizan personas preparadas y los medios a su alcance para incidir en el comportamiento de los consumidores, entre otros.

Gráfico No. 10

**EXPORTADORES PERUANOS HACEN USO DEL
MARKETING INTERNACIONAL**



Fuente: Gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras. (Ene. - Jun. 2016)

4.2.11 A la pregunta: ¿Es posible que puedan presentarse riesgos en las ventas de productos a otros países?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	339	89
b) No	13	3
c) Desconoce	29	8
TOTAL	381	100%

INTERPRETACIÓN

Los resultados que se presentan en la tabla, demuestran que el 89% de los encuestados y que respondieron en la primera de las alternativas reconocieron que en las ventas de los productos a otros países, pueden presentarse ciertos riesgos; en cambio el 8% refirieron desconocer y el 3% no compartieron los puntos de vista de los anteriores, arribando al 100%.

En la información descrita en el párrafo anterior, se demuestra que la mayoría de los encuestados reconocieron que efectivamente pueden presentarse ciertos riesgos en las ventas de productos a otros países debido principalmente a la competencia que se tiene con otras marcas que compran prendas de algodón y que en los últimos años vienen reduciendo sus ventas por el ingreso de confecciones con fibras sintéticas, aspectos tributarios y a los costos laborales, entre otros y que al encarecer estos productos, también pueden afectar las exportaciones debido a los precios que se establece.

Gráfico No. 11

PUEDEN PRESENTARSE RIESGOS EN VENTAS DE PRODUCTOS A OTROS PAÍSES



Fuente: Gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras. (Ene. - Jun. 2016)

4.2.12 A la pregunta: ¿Considera Ud. que la frecuencia anual en las exportaciones mantienen la misma tendencia que en los últimos años?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	264	70
b) No	89	23
c) Desconoce	28	7
TOTAL	381	100%

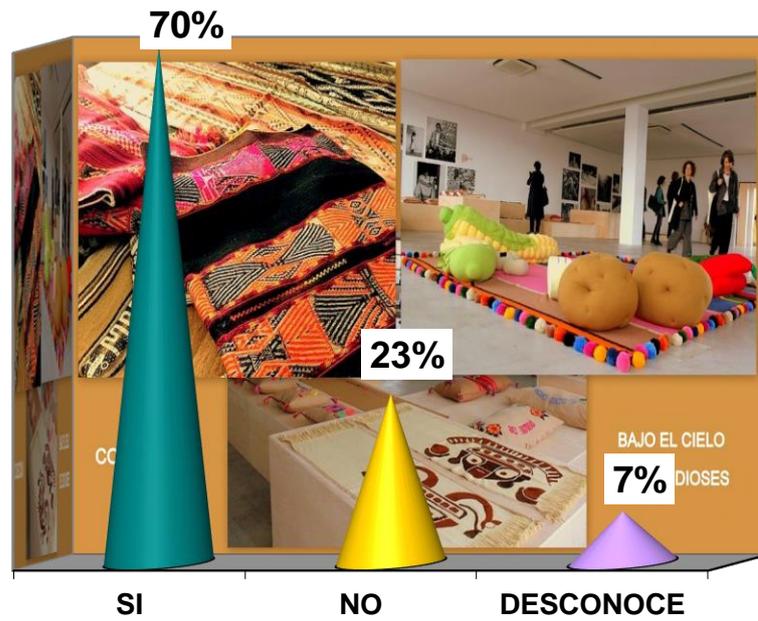
INTERPRETACIÓN

Observando la información estadística y gráfica de la pregunta, encontramos que el 70% de los gerentes consultados sobre esta problemática, expresaron que la frecuencia anual en cuanto a las exportaciones de productos textiles a otros países no ha mantenido la misma regularidad; mientras el 23% no lo compartieron y el 7% complementario señalaron desconocer, llegando al 100%.

En virtud a las consideraciones expuestas en el párrafo anterior, destaca que efectivamente los gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas exportadoras de textiles a los Estados Unidos, indicaron que pese a ser un sector generador de empleos, la tendencia ha disminuido en los últimos tres años; tal es así que consultados al respecto funcionarios de la Asociación de Exportadores (ADEX), coinciden con lo opinado por los encuestados, es decir se estima que en el presente año el sector textil y confecciones disminuirían en los primeros meses, con tendencia de recuperarse en el último trimestre; hechos que demuestran que es muy importante diversificar los mercados para evitar este tipo de riesgos.

Gráfico No. 12

EXPORTACIONES MANTIENEN LA MISMA TENDENCIA QUE EN LOS ÚLTIMOS AÑOS



Fuente: Gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras. (Ene. - Jun. 2016)

4.2.13 A la pregunta: ¿Cree Ud. que los exportadores peruanos poseen un plan de negocios en cuanto a las exportaciones textiles?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	319	84
b) No	47	12
c) Desconoce	15	4
TOTAL	381	100%

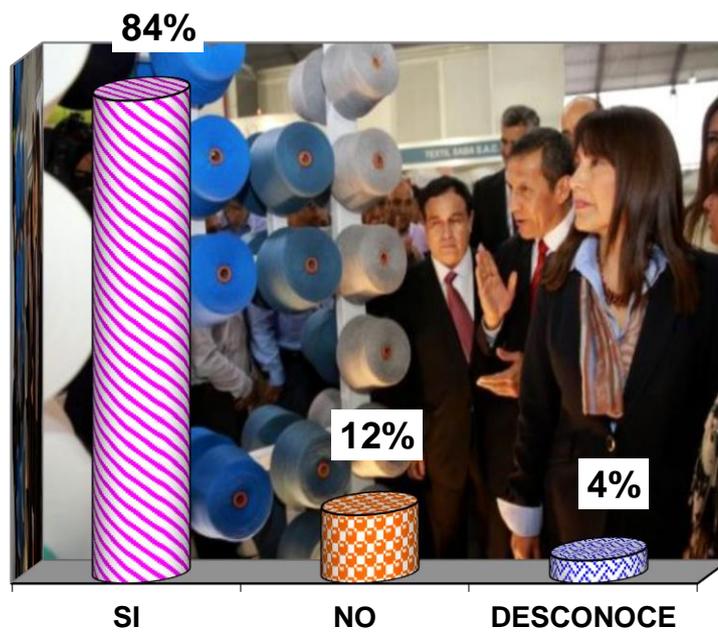
INTERPRETACIÓN

De acuerdo a lo planteado en la pregunta, la información estadística y grafica que se acompaña, permitió conocer que el 84% de los encuestados, indicaron que por la experiencia que tienen los exportadores peruanos en cuanto a los textiles, demuestran que poseen planes de negocio; lo cual no fue compartido por el 12% y el 4% restante refirieron desconocer, sumando el 100%.

Lo expuesto en líneas anteriores, permitió conocer conforme lo señalado por los gerentes que fueron encuestados como parte de la investigación, que las pequeñas, medianas y grandes empresas, con el fin de llevar a cabo las exportaciones textiles a los Estados Unidos, cuentan con un plan de negocios y profesionales que ayudan en esta actividad, teniendo presente que es un documento que se utiliza internamente con fines de administración y planificación de las actividades comerciales; lo cual en otras palabras se constituye en una herramienta importante que sirve de orientación para competir, desarrollarse y formar parte de una economía formal.

Gráfico No. 13

EXPORTADORES PERUANOS POSEEN UN PLAN DE NEGOCIOS EN CUANTO A EXPORTACIONES TEXTILES



Fuente: Gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras. (Ene. - Jun. 2016)

4.2.14 A la pregunta: ¿Considera Ud. apropiadas las exportaciones que llevan a cabo los empresarios peruanos?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	276	72
b) No	86	23
c) Desconoce	19	5
TOTAL	381	100%

INTERPRETACIÓN

Con el fin de clarificar esta problemática relacionada con las exportaciones textiles que llevan a cabo empresarios peruanos, encontramos que el 72% respondieron afirmativamente; en cambio el 23% no estuvieron conformes y el 5% refirieron desconocer, totalizando el 100%.

La información que se visualiza tanto en la tabla como en la parte gráfica, demuestra que efectivamente más de dos tercios de los gerentes de las empresas en referencia que fueron consultados, reconocieron que con el Tratado suscrito con los Estados Unidos, se ha logrado avances significativos; por un lado la generación de empleo en el país, mayor competitividad, innovación y desarrollo en este sector empresarial; así como también mayor captación de divisas; hechos que al no dudarlo son importantes a nivel empresarial y en cuanto a la percepción de la imagen del Perú.

Gráfico No. 14

APROPIADAS LAS EXPORTACIONES QUE LLEVAN A CABO EMPRESARIOS PERUANOS



Fuente: Gerentes de pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras. (Ene. - Jun. 2016)

4.3 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Para contrastar las hipótesis planteadas se usó la distribución ji cuadrada corregida por Yates pues los datos para el análisis se encuentran clasificados en forma categórica. La estadística ji cuadrada es adecuada porque puede utilizarse con variables de clasificación o cualitativas como la presente investigación.

Hipótesis a:

H₀ : Las facilidades que se tienen para llevar a cabo el comercio exterior no inciden significativamente en la demanda de los productos textiles exportables, pues son accesibles fácilmente y son de libre disposición y a la vez permiten a los exportadores conocer los mercados de destino.

H₁ : Las facilidades que se tienen para llevar a cabo el comercio exterior inciden significativamente en la demanda de los productos textiles exportables, pues son accesibles fácilmente y son de libre disposición y a la vez permiten a los exportadores conocer los mercados de destino.

Existen facilidades para el comercio exterior	Existe demanda de los productos por exportar			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	345	15	6	324
No	1	6	3	10
Desconoce	0	0	5	5
Total	346	21	14	381

El cálculo de la estadística de prueba se realiza teniendo en consideración que la muestra obtenida es aleatoria, y las variables son cualitativas de tipo nominal lo que permite utilizar estadística de prueba, Ji cuadrado corregido por Yates en razón que más del 20% de las celdas

que contienen las frecuencias esperadas son menores a cinco, lo que obliga a combinar los datos para finalmente obtener una tabla 2x2.

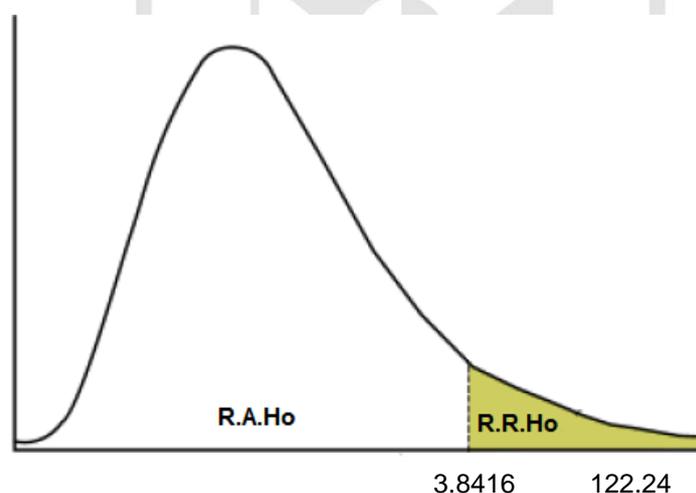
$$\chi^2 = \frac{(|a.d - b.c| - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

La estadística de prueba χ^2 sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con $(2-1)(2-1) = 1$ grado de libertad y un nivel de significancia de 0.05. Por lo que se puede rechazar la hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416.

Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(|345 * 14 - 21 * 1| - 381/2)^2 381}{(366)(15)(346)(35)} = 122.24$$

Decisión estadística: Dado que $122.24 > 3.8416$, se rechaza H_0 .



Conclusión: Los datos obtenidos permitieron establecer que las facilidades que se tienen para llevar a cabo el comercio exterior inciden directamente en la demanda de los productos por exportar aprovechando los beneficios del Tratado de Libre Comercio (TLC). Por lo tanto, las empresas exportadoras textiles deben adoptar alguna estrategia financiera para obtener el mayor provecho de los beneficios arancelarios obtenidos con la gestión del Drawback.

Hipótesis b:

H₀ : La restitución de los derechos arancelarios no incide significativamente en la reducción de los costos de producción en la exportación de textiles, pues permite al exportador recuperar por el beneficio tributario parte de su costo de exportación.

H₁ : La restitución de los derechos arancelarios incide significativamente en la reducción de los costos de producción en la exportación de textiles, pues permite al exportador recuperar por el beneficio tributario parte de su costo de exportación.

Existe la restitución de los derechos arancelarios	Existe control en los costos de producción			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	318	2	6	326
No	23	17	1	41
Desconoce	3	2	9	14
Total	344	21	16	381

El cálculo de la estadística de prueba se realiza teniendo en consideración que la muestra obtenida es aleatoria, y las variables son cualitativas de tipo nominal lo que permite utilizar estadística de prueba, Ji cuadrado corregido por Yates en razón que más del 20% de las celdas que contienen las frecuencias esperadas son menores a cinco, lo que obliga a combinar los datos para finalmente obtener una tabla 2x2.

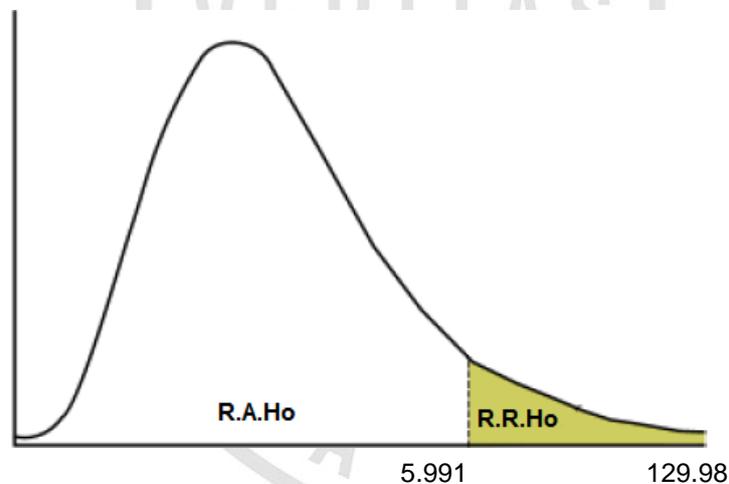
$$\chi^2 = \frac{(|a.d - b.c| - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

La estadística de prueba χ^2 sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con $(2-1)(2-1) = 1$ grado de libertad y un nivel de significancia de 0.05. Por lo que se puede rechazar la hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416.

Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(318 * 29 - 8 * 26)^2}{(326)(55)(344)(37)} = 129.98$$

Decisión estadística: Dado que $129.98 > 3.8416$, se rechaza H_0 .



Conclusión: La restitución de los derechos arancelarios inciden en los costos de producción en la exportación de textiles.

Hipótesis c:

- H₀** : La promoción de las exportaciones no guardan relación directa con el uso del marketing internacional de los productos textiles., a través del apoyo de entidades públicas y privadas especializadas en promover las exportaciones.
- H₁** : La promoción de las exportaciones guardan relación directa con el uso del marketing internacional de los productos textiles., a través del apoyo de entidades públicas y privadas especializadas en promover las exportaciones.

Existe promoción de las exportaciones	Usa el marketing internacional en los productos textiles			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	288	6	0	294
No	32	19	1	52
Desconoce	2	22	11	35
Total	322	47	12	381

El cálculo de la estadística de prueba se realiza teniendo en consideración que la muestra obtenida es aleatoria, y las variables son cualitativas de tipo nominal lo que permite utilizar estadística de prueba, Ji cuadrado corregido por Yates en razón que más del 20% de las celdas que contienen las frecuencias esperadas son menores a cinco, lo que obliga a combinar los datos para finalmente obtener una tabla 2x2.

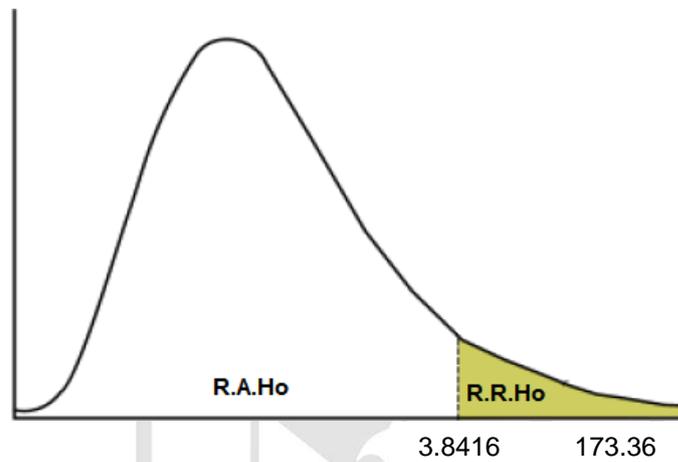
$$\chi^2 = \frac{(a.d - b.c - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

La estadística de prueba χ^2 sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con $(2-1)(2-1) = 1$ grado de libertad y un nivel de significancia de 0.05. Por lo que se puede rechazar la hipótesis nula (H₀) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416.

Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{((288 * 53 - 6 * 34) - 381 / 2)^2 * 381}{(294)(87)(322)(59)} = 173.36$$

Decisión estadística: Dado que $173.36 > 3.8416$, se rechaza **H₀**.



Conclusión: La promoción de las exportaciones guardan relación directa con el uso del marketing internacional de los productos textiles.

Hipótesis d:

H₀ : Los costos de producción no incluyen el riesgo en las ventas de los productos textiles que se exportan, ocasionados por el empleo de materiales e insumos importados.

H₁ : Los costos de producción incluyen el riesgo en las ventas de los productos textiles que se exportan, ocasionados por el empleo de materiales e insumos importados.

Los costos de producción toman en consideración el riesgo	Existe riesgo en las ventas de los productos textiles			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	325	3	15	343
No	14	8	3	25
Desconoce	0	2	11	13
Total	339	13	29	381

El cálculo de la estadística de prueba se realiza teniendo en consideración que la muestra obtenida es aleatoria, y las variables son cualitativas de tipo nominal lo que permite utilizar estadística de prueba, Ji cuadrado corregido por Yates en razón que más del 20% de las celdas que contienen las frecuencias esperadas son menores a cinco, lo que obliga a combinar los datos para finalmente obtener una tabla 2x2:

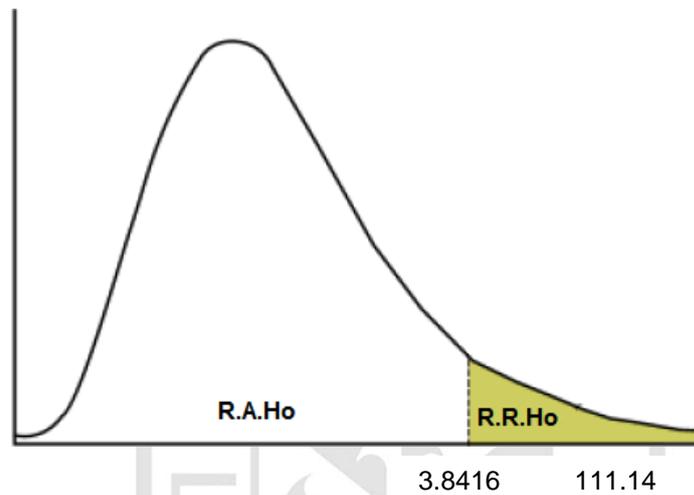
$$\chi^2 = \frac{(|a.d - b.c| - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

La estadística de prueba χ^2 sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con $(2-1)(2-1) = 1$ grado de libertad y un nivel de significancia de 0.05. Por lo que se puede rechazar la hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416.

Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(|325*24 - 18*14| - 381/2)^2}{(343)(38)(339)(42)} = 111.14$$

Decisión estadística: Dado que $111.14 > 3.8416$, se rechaza H_0 .



Conclusión: Los costos de producción toman en consideración el riesgo en las ventas de los productos textiles que se exportan.

Hipótesis e:

H₀ : El nivel de competitividad de los productos no inciden favorablemente en el plan de negocios de textiles que se exportan a los Estados Unidos, porque se incide mucho en la calidad de los productos y las exigencias de los mercados externos.

H₁ : El nivel de competitividad de los productos, inciden favorablemente en el plan de negocios de textiles que se exportan a los Estados Unidos, porque se incide mucho en la calidad de los productos y las exigencias de los mercados externos.

Existe buen nivel de competitividad de los productos	Se cuenta con un buen plan de negocios de textiles			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	249	87	2	338
No	15	0	11	26
Desconoce	0	2	15	17
Total	264	89	28	381

El cálculo de la estadística de prueba se realiza teniendo en consideración que la muestra obtenida es aleatoria, y las variables son cualitativas de tipo nominal lo que permite utilizar estadística de prueba, Ji cuadrado corregido por Yates en razón que más del 20% de las celdas que contienen las frecuencias esperadas son menores a cinco, lo que obliga a combinar los datos para finalmente obtener una tabla 2x2:

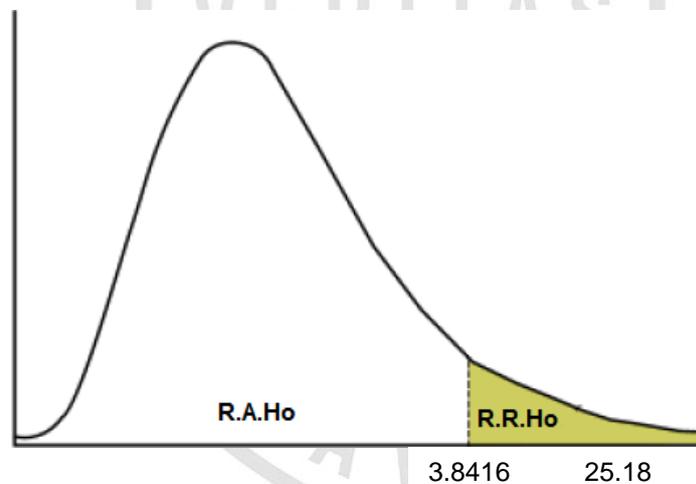
$$\chi^2 = \frac{(|a.d - b.c| - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

La estadística de prueba χ^2 sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con $(2-1)(2-1) = 1$ grado de libertad y un nivel de significancia de 0.05. Por lo que se puede rechazar la hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416.

Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(|249*28 - 89*15| - 381/2)^2}{381} = 25.18$$

Decisión estadística: Dado que $25.18 > 3.8416$, se rechaza H_0 .



Conclusión: El nivel de competitividad de los productos, inciden favorablemente en el plan de negocios de textiles que se exportan a los Estados Unidos.

Hipótesis f:

H₀ : Los trámites de la documentación relacionada con el acceso al drawback no incide en la frecuencia anual de las exportaciones de textiles a los Estados Unidos, por la simplificación administrativa que permite agilizar los trámites y dinamizar el proceso de exportación.

H₁ : Los trámites de la documentación relacionada con el acceso al drawback, incide en la frecuencia anual de las exportaciones de textiles a los Estados Unidos, por la simplificación administrativa que permite agilizar los trámites y dinamizar el proceso de exportación.

Existen trámites de la documentación relacionada con el acceso al drawback	Es frecuente las exportaciones de textiles			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	308	43	4	355
No	11	4	1	16
Desconoce	0	0	10	10
Total	319	47	15	381

El cálculo de la estadística de prueba se realiza teniendo en consideración que la muestra obtenida es aleatoria, y las variables son cualitativas de tipo nominal lo que permite utilizar estadística de prueba, Ji cuadrado corregido por Yates en razón que más del 20% de las celdas que contienen las frecuencias esperadas son menores a cinco, lo que obliga a combinar los datos para finalmente obtener una tabla 2x2:

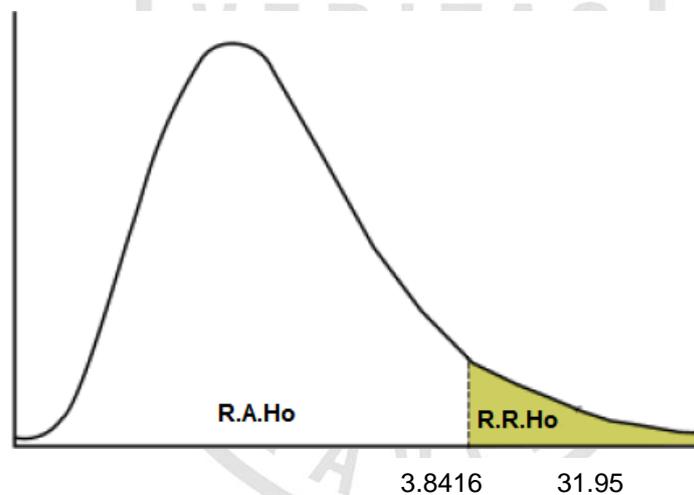
$$\chi^2 = \frac{(|a.d - b.c| - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

La estadística de prueba χ^2 sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con $(2-1)(2-1) = 1$ grado de libertad y un nivel de significancia de 0.05. Por lo que se puede rechazar la hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416.

Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{((308*15 - 47*11) - 381/2)^2}{(355)(26)(319)(62)} = 31.95$$

Decisión estadística: Dado que $31.95 > 3.8416$, se rechaza H_0 .



Conclusión: Los trámites de la documentación relacionada con el acceso al drawback, incide en la frecuencia anual de las exportaciones de textiles a los Estados Unidos.

Hipótesis general:

- H₀** : El empleo del drawback como estrategia financiera, no influye favorablemente en las exportaciones de textiles en el marco del TLC con los Estados Unidos.
- H₁** : El empleo del drawback como estrategia financiera, influye favorablemente en las exportaciones de textiles en el marco del TLC con los Estados Unidos.

Emplea el drawback como estrategia financiera	Las exportaciones de textiles en el marco del TLC son favorables			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	257	74	3	334
No	3	7	1	11
Desconoce	16	5	15	36
Total	276	86	19	381

El cálculo de la estadística de prueba se realiza teniendo en consideración que la muestra obtenida es aleatoria, y las variables son cualitativas de tipo nominal lo que permite utilizar estadística de prueba, Ji cuadrado corregido por Yates en razón que más del 20% de las celdas que contienen las frecuencias esperadas son menores a cinco, lo que obliga a combinar los datos para finalmente obtener una tabla 2x2:

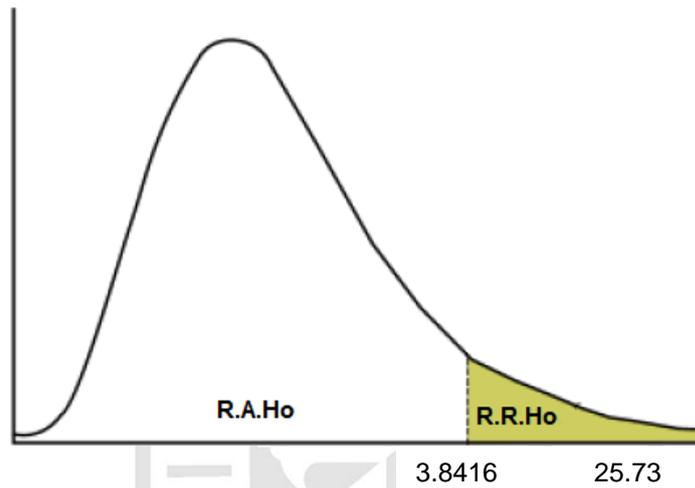
$$\chi^2 = \frac{(|a.d - b.c| - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

La estadística de prueba χ^2 sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con $(2-1)(2-1) = 1$ grado de libertad y un nivel de significancia de 0.05. Por lo que se puede rechazar la hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416.

Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(|257*28 - 77*19| - 381/2)^2 381}{(334)(47)(276)(105)} = 25.73$$

Decisión estadística: Dado que $25.73 > 3.8416$, se rechaza **Ho**.



Conclusión: El empleo del drawback como estrategia financiera, influye favorablemente en las exportaciones de textiles en el marco del TLC con los Estados Unidos

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 DISCUSIÓN

En los últimos años, se ha venido observando que con el Tratado de Libre Comercio EE.UU.(TLC) suscrito por el Perú, el dinamismo a nivel empresarial exportador se viene incrementando en forma paulatina desde las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas; produciéndose así un cambio progresivo y permanente a nivel organizacional y sobre todo, teniendo en cuenta que las metas y objetivos se encontraban orientados en alcanzar resultados; evidenciándose así un cambio sustantivo en la orientación empresarial de quienes conducen las empresas exportadoras en el país.

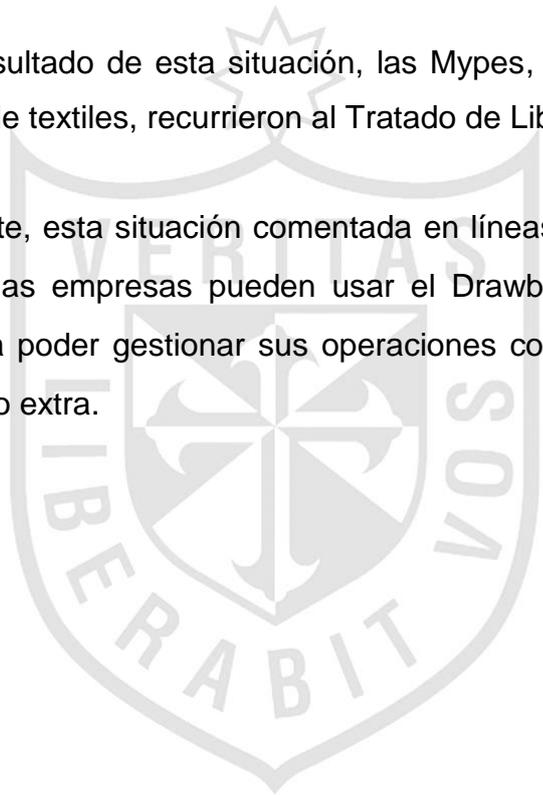
En este panorama, se pudo apreciar que el mercado no sólo era en el país; sino, por el contrario, con la apertura del TLC, se inició un nuevo camino para las empresas y sobre todo con el deseo de competir en nuevos mercados. Es así que, no sólo las medianas y grandes empresas lo hicieron, sino también las micro y pequeñas organizaciones (Mypes), quienes conociendo la realidad en la cual se desenvolvían y cuáles eran sus aspiraciones para seguir compitiendo, iniciaron un camino progresivo hacia el logro de nuevas metas y objetivos, para lo que requerían del

apoyo financiero para poder avanzar en esta realidad en la cual estaban comprometidas.

En cuanto a las Mypes, que desarrollan diferentes actividades en el país, el apoyo que requerían principalmente era desde el punto de vista financiero. Por esta razón, muchas de estas empresas textiles se ilustraron con el tema del Drawback incluyendo en su producto terminado exportado, productos importados con que pudieran acogerse al Drawback.

Como resultado de esta situación, las Mypes, tal es el caso de las exportadoras de textiles, recurrieron al Tratado de Libre Comercio (TLC).

Finalmente, esta situación comentada en líneas anteriores nos deja en claro que las empresas pueden usar el Drawback como estrategia financiera para poder gestionar sus operaciones comerciales y tener un flujo económico extra.



5.2 CONCLUSIONES

- a. Los datos obtenidos permitieron establecer que las facilidades que se tienen para llevar a cabo el comercio exterior inciden directamente en la demanda de los productos por exportar aprovechando los beneficios del Tratado de Libre Comercio (TLC). Por lo tanto, las empresas exportadoras textiles deben adoptar alguna estrategia financiera para obtener el mayor provecho de los beneficios arancelarios obtenidos con la gestión del Drawback.
- b. El análisis de los datos permitió conocer que la restitución de los derechos arancelarios inciden en los costos de producción en la exportación de textiles.
- c. Se ha demostrado que la promoción de las exportaciones guardan relación directa con el uso del marketing internacional de los productos textiles.
- d. Los datos obtenidos permitieron establecer que los costos de producción toman en consideración el riesgo en las ventas de los productos textiles que se exportan.
- e. Se ha establecido que el nivel de competitividad de los productos, inciden favorablemente en el plan de negocios de textiles que se exportan a los Estados Unidos.
- f. Los datos permitieron precisar que los trámites de la documentación relacionada con el acceso al Drawback, incide en la frecuencia anual de las exportaciones de textiles a los Estados Unidos, el Drawback registró una disminución en 21.9%, en el 2014 VS 2015 en emisión de las Notas de Crédito Negociables.

5.3 RECOMENDACIONES

Como aporte del trabajo de investigación realizado, se recomienda lo siguiente:

- a. Se hace necesario que el estado peruano conociendo la importancia que tiene el Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos, es conveniente que mediante los sectores comprometidos fomenten las exportaciones a este país, entre ellas las textiles, toda vez que se viene constituyendo en una fuente importante en la generación de empleos directos, la captación de impuestos, entre otros.
- b. Dada la importancia que tienen las exportaciones textiles en el marco del TLC con los Estados Unidos de Norteamérica, se hace necesario que a nivel de la SUNAT se continúe flexibilizando la devolución del Régimen de Restitución Simplificado de Derechos Arancelarios (Drawback), toda vez que la devolución del 3% del valor FOB correspondiente a los productos exportados, por haber importado insumos que son consumidos en los productos textiles que se exportan, constituyen en la parte financiera un apoyo económico importante para quienes llevan a cabo estas actividades, a la vez ayudando a la reducción de costos de producción, por ser un ingreso extraordinario .
- c. Es prioritario que paralelo a los esfuerzos que viene realizando tanto el Estado como el sector empresarial vinculado con las exportaciones de textiles y que aprovechan las ventajas que ofrecen los diferentes TLC suscritos por el país; es conveniente que se emplee apropiadamente las herramientas del marketing internacional, lo que permitirá lograr un mejor posicionamiento de las exportaciones textiles de empresas peruanas. Dichas herramientas pueden ser: asistencia de los empresarios a las ferias internacionales, contratación de personal especializado en el manejo de exportaciones y colocación de productos en mercados

externos, estudio de preferencias de consumo de mercados de destino, entre otros.

- d. Se sugiere que en las empresas exportadoras textiles se cuente con personal adecuadamente capacitado y con experiencia comprobada en el manejo de costos de producción para aprovechar los recursos obtenidos con el beneficio tributario del drawback; para ello también sería apropiado que la SUNAT incremente sus programas de difusión y apoyo a los empresarios en este sentido, pues actualmente existe mucha casuística y también mucha discrepancia sobre la aplicación exacta y precisa de la norma tributaria.
- e. Conociendo que las exportaciones de textiles constituye uno de los principales ingresos en cuanto a la generación de tributos, es conveniente que con el fin de seguir fomentando la innovación, desarrollo y competitividad empresarial; el Estado dé un tratamiento tributario especial que impulse la capacitación del potencial humano en estas organizaciones, toda vez que constituye un factor importante en el sector textil.
- f. Si bien es cierto el Estado ha hecho esfuerzos por mejorar los procedimientos establecidos para la gestión del Drawback, aún no es tan accesible, ni es muy práctico, ni didáctico para poder recuperar este beneficio tributario por parte de los empresarios exportadores textiles; es por ello, que incidimos en que se dedique tiempo y recursos a la difusión de la forma de tramitar el Drawback y de acogerse a este beneficio tributario, sin que la SUNAT desconozca dicho pedido o que la solicitud no reúna los requisitos exigidos por ley.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias bibliográficas

1. ADEX (2006). *Aprendiendo a exportar*. Lima: ADEX, Edición del 13 Febrero.
2. Argumedo, S. (2008). *Procedimiento de restitución simplificado de derechos arancelarios-drawback*. Lima: SUNAT. Edición Setiembre.
3. Bonaccorsi, A. (2009). *On the relationship between firm size and export intensity*, EEUU: Journal of International Business Studies 23, Nº 4.
4. Cabanellas, G. (2007). *Diccionario enciclopédico de derecho usual*. Argentina: Heliasta S.R.L.
5. Chan, W. y Hwang, P. (2009). *Global strategy and multinational's entry mode choice*, EEUU: Journal of International Business Studies, Nº 1.
6. Christman, D. (2006). *Importancia política del tratado con Perú*. Lima: El Comercio, Edición de Junio.
7. Cravens, D, Gerald, H. y Woodruff, R. (2010). *Administración en mercadotecnia*. México: Compañía Editorial Continental S.A.
8. De La Cruz, H. (2009). *Glosario empresarial*. Lima: Ivera Asociados.
9. Departamento de Estados Unidos (2009). *Guía para la exportación*. EEUU: Departamento de Comercio de Estados Unidos, Estados Unidos.
10. Herrera, L. (2011). *Restitución simplificada de derechos arancelarios ad valorem (Drawback)*. Lima: Herrera DKP S.A., Edición Agosto.
11. Intendencia Nacional de Técnica Aduanera (2007). *Restitución de derechos arancelarios*. Lima: Serie de Orientación en Normas y Procedimientos Aduaneras, Edición Diciembre.

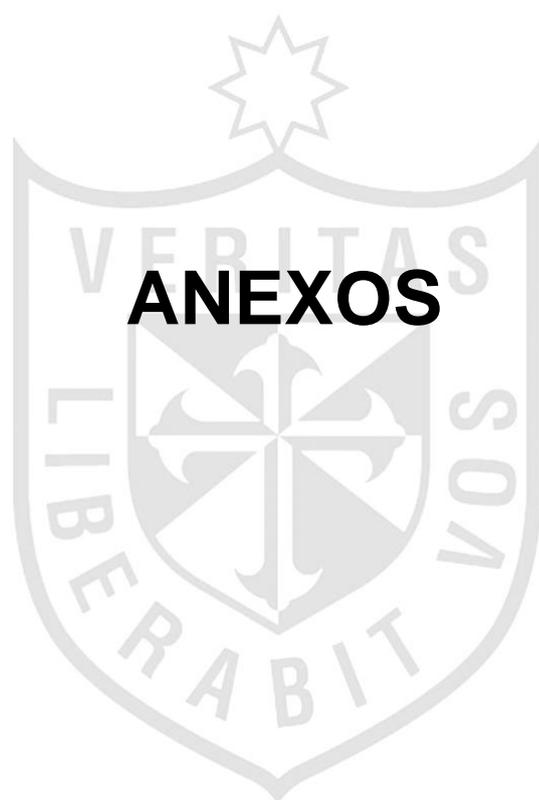
12. Kerin, R. y Otros (2008). *Marketing*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.
13. Köhel, A. (2010). *Proceso operativo de exportación*. Lima: Herrera DKP S.A., Edición Diciembre.
14. Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). *Marketing*. Madrid: Pearson Educación S.A.
15. Calof, J. (2010). *The relationship between firm size and export behavior revisited*, EEUU: Journal of International Business Studies 25, N° 2.
16. Lamb, C.; Hair, J. y McDaniel, C. (2012). *Marketing*. México: International Thomson Editores S.A.
17. Ossorio, M. (2008). *Diccionario de ciencias jurídicas políticas y sociales*, Argentina: Heliasta.
18. Rosas, R. (2010). *Drawback en el Perú*, Lima: Estudio Rosas & Asociados.
19. Sabino, C. (2009). *Diccionario de economía y finanzas*. Venezuela: Panapo.
20. Stanton, W.; Etzel, M. y Bruce, W. (2008). *Fundamentos de marketing*, México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.

Referencias electrónicas

21. Alva, C. (2006). *Régimen Aduanero Drawback*, Lima. Recuperado de: <http://www.prompex.gob.pe/prompex/documents/miercoles>.
22. Andrade, M. (2014). *Plan de exportación de café a Hamburgo, Alemania*. Tesis para para optar el Título de Licenciada en Negocios Internacionales. México: Universidad de América Latina (UDAL). Recuperado de: www.udalxalapa.edu.mx/TesisPDF/2008/MarialreneAndradeSanchezNegocios.pdf

23. Avila, B. (2014). *Los efectos de la aplicación del drawback en las exportaciones desde su vigencia en el sistema legal peruano*. Tesis para optar el Título de Contador. Lima: Universidad Privada Antenor Orrego. Recuperado de: <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/242>
24. Camacho, D. (2006). *Estrategias para la exportación de productos nacionales no tradicionales: Perspectivas de incursión de nuevas empresas manufactureras del sector plástico en Barquisimeto, Estado Lara*. Tesis para optar el grado de Magister con Mención en Gerencia Empresarial. Venezuela: Universidad Centrooccidental "Lisandro Alvarado". Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/31608137_Estrategias_para_la_Exportacion_de_Productos_Nacionales_No_tradicionales_Perspectivas_de_Incursion_de_Nuevas_Empresas_Manufactureras_del_Sector_Plastico_en_Barquisimeto_Estado_Lara
25. Cedeño, M. y Montenegro, D. (2004). *Plan exportador, logístico y de comercialización de Uchuva al mercado de Estados Unidos para Frutexpo S.C.I. Ltda.* Tesis para optar el Título de Ingeniería Industrial. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de: www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis135.pdf
26. Cruz, K. (2013). *Drawback: a la luz del principio de legalidad*. Tesis para optar el Grado de Magister en Derecho de la Empresa con mención en Gestión Empresarial. Lima: PUCP. Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5236>
27. De La Flor, P. (2009). *Exportadores podrán hacer uso efectivo del drawback*, Recuperado de: cusconoticias.com.
28. Mincetur (2009). *Análisis del impacto del tratado de libre comercio Perú-EE.UU.* Recuperado de: http://www.tlcperu-eeuu.gob.pe/downloads/documento/6_MINCETUR_Impacto_del_TLC_Peru-EEUU.pdf, Lima-Perú.

29. Página Virtual Pqs (2014). *Guía básica: ¿qué es el drawback?*. Recuperado de: <http://www.pqs.pe/actualidad/noticias/guia-basica-que-es-el-drawback>, Perú
30. Proinversión (2010). *Exportaciones textiles a nivel internacional*. Recuperado de: <http://www.proinversion.gob.pe>
31. SUNAT (2016). *Definición exportaciones*. Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/>, Perú.
32. Tafur, A. (2013). *Efectos de la metodología de fiscalización en el régimen de restitución de derechos arancelarios drawback*. Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Contabilidad y Finanzas con Mención en Gestión Tributaria Empresarial y Fiscal . Lima: c) Universidad San Martín de Porres. Recuperado de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/631/3/tafur_a.pdf



ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO : EL DRAWBACK COMO ESTRATEGIA FINANCIERA EN LAS EXPORTACIONES DE TEXTILES EN EL MARCO DEL TLC CON LOS EE.UU. 2015-2016

AUTOR : MARIBEL BENITES ROMAN

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	FORMULACIÓN DE HIPOTESIS	CLASIFICACIÓN DE VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	METODOLOGÍA	Población muestra y muestreo	INSTRUMENTO
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable Independiente X. Drawback	x1.- Nivel de facilidad para realizar el comercio exterior. x2.- Nivel de restitución de los derechos arancelarios. x3.- Nivel de promoción de las exportaciones. x4.- Nivel de los costos de los productos exportados. x5.- Nivel de competitividad de los productos a exportar. x6.- Nivel de los trámites documentarios para acceder al drawback.	Tipo Descriptivo Nivel Aplicativo Método y Diseño Ex post facto o retrospectivo	Población A nivel de las pequeñas, medianas y grandes empresas textiles exportadoras. Muestra 381 gerentes de empresas textiles exportadoras. Muestreo aleatorio simple, como fuente del muestreo probabilístico.	Para el estudio se utilizó la encuesta y la entrevista.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas					
a. ¿De qué manera las facilidades que se tienen para llevar a cabo el comercio exterior, inciden en la demanda de los productos por exportar? b. ¿En qué medida la restitución de los derechos arancelarios, inciden en los costos de producción en la exportación de textiles? c. ¿De qué manera la promoción de las exportaciones, guarda relación con el uso del marketing internacional de los productos textiles? d. ¿De qué manera los costos de producción, toman en consideración el riesgo en las ventas de los productos textiles que se exportan? e. ¿De qué manera el nivel de competitividad de los productos, inciden en el plan de negocios de textiles que se exportan a los Estados Unidos? f. ¿De qué manera los trámites de la documentación relacionada con el acceso al drawback, incide en la frecuencia anual de la exportación de los textiles?	a. Establecer si las facilidades que se tienen para llevar a cabo el comercio exterior, inciden en la demanda de los productos por exportar. b. Conocer si la restitución de los derechos arancelarios, inciden en los costos de producción en la exportación de textiles. c. Demostrar si la promoción de las exportaciones, guarda relación con el uso del marketing internacional de los productos textiles. d. Establecer si los costos de producción, toman en consideración el riesgo en las ventas de los productos textiles que se exportan. e. Establecer si el nivel de competitividad de los productos, inciden en el plan de negocios de textiles que se exportan a los Estados Unidos. f. Precisar si los trámites de la documentación relacionada con el acceso al drawback, incide en la frecuencia anual de las exportaciones de textiles.	a. Las facilidades que se tienen para llevar a cabo el comercio exterior inciden significativamente en la demanda de los productos textiles exportables, pues son accesibles fácilmente y son de libre disposición y a la vez permiten a los exportadores conocer los mercados de destino. b. La restitución de los derechos arancelarios incide significativamente en la reducción de los costos de producción en la exportación de textiles, pues permite al exportador recuperar por el beneficio tributario parte de su costo de exportación. c. La promoción de las exportaciones guardan relación directa con el uso del marketing internacional de los productos textiles., a través del apoyo de entidades públicas y privadas especializadas en promover las exportaciones. d. Los costos de producción incluyen el riesgo en las ventas de los productos textiles que se exportan, ocasionados por el empleo de materiales e insumos importados. e. El nivel de competitividad de los productos, inciden favorablemente en el plan de negocios de textiles que se exportan a los Estados Unidos, porque se incide mucho en la calidad de los productos y las exigencias de los mercados externos. f. Los trámites de la documentación relacionada con el acceso al drawback, incide en la frecuencia anual de las exportaciones de textiles a los Estados Unidos, por la simplificación administrativa que permite agilizar los trámites y dinamizar el proceso de exportación.	Variable Dependiente Y.- Exportaciones	y1.- Nivel de demanda de los productos. y2.- Nivel de costos de producción. y3.- Uso del marketing internacional. y4.- Nivel de riesgo en la venta del producto. y5.- Frecuencia anual de exportaciones. y6.- Posee plan de negocios de exportación.			

ANEXO 2: ENTREVISTA

Instrucciones:

Al aplicar la presente Técnica de la Entrevista, busca recoger información importante relacionada con el tema de investigación **“EL DRAWBACK COMO ESTRATEGIA FINANCIERA EN LAS EXPORTACIONES DE TEXTILES EN EL MARCO DEL TLC CON LOS EE.UU.”**; al respecto, se le pide que en las preguntas que a continuación se acompaña, responda en forma clara que será de gran utilidad para el estudio que se lleva a cabo. Se te agradece tu participación.

1. **¿En su opinión es necesario para las empresas exportadoras el empleo de incentivos tributarios?**

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

2. **¿Cree que los aranceles favorecen las exportaciones textiles peruanas?**

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

3. **¿En su opinión es necesario para el sector empresarial acogerse a los beneficios que otorga el drawback?**

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

4. **¿Cree que el drawback facilita las exportaciones?**

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

5. **¿Cree que el drawback ayuda en la competitividad de las empresas exportadoras?**

.....
.....

6. **¿En su opinión la rebaja del drawback por parte del gobierno afecta la parte financiera en las empresas exportadoras?**

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

7. **¿Cree que los niveles de exportación de textiles pueden verse afectadas con la disminución del drawback?**

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

8. **¿Cree que las exportaciones de textiles vienen aprovechando los alcances del TLC con los Estados Unidos?**

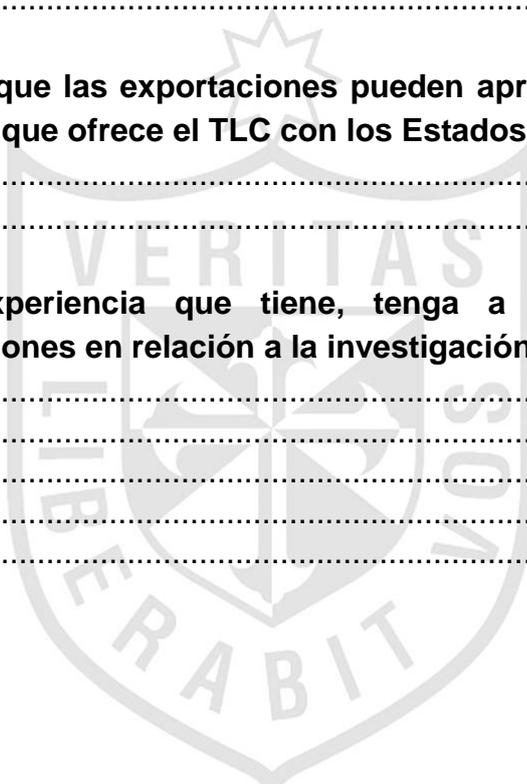
.....
.....
.....

9. **¿Considera que las exportaciones pueden aprovechar las ventajas arancelarias que ofrece el TLC con los Estados Unidos?**

.....
.....

10. **¿Con la experiencia que tiene, tenga a bien formular tres recomendaciones en relación a la investigación que se realiza?**

- a.
- b.
- c.



ANEXO 3: ENCUESTA

INSTRUCCIONES:

La presente técnica de la Encuesta, tiene por finalidad recoger información sobre la investigación titulada: **“EL DRAWBACK COMO ESTRATEGIA FINANCIERA EN LAS EXPORTACIONES DE TEXTILES EN EL MARCO DEL TLC CON LOS EE.UU.”**, la misma que está compuesta por un conjunto de preguntas, donde luego de leer dicha interrogante debe elegir la alternativa que considere correcta, marcando para tal fin con un aspa (X). Se le recuerda, que esta técnica es anónima, se agradece su participación.

- 1.- ¿En su opinión existen facilidades para llevar a cabo actividades comerciales al exterior?
a) Si ()
b) No ()
c) Desconoce ()
¿Por qué?.....
.....
- 2.- ¿Actualmente se está restituyendo los derechos arancelarios a favor de las empresas exportadoras?
a) Si ()
b) No ()
c) Desconoce ()
¿Por qué?.....
.....
- 3.- ¿Cree que actualmente existe promoción de las exportaciones?
a) Si ()
b) No ()
c) Desconoce ()
¿Por qué?.....
.....
.....
- 4.- ¿Considera Ud. Que mediante el Drawback se toma en consideración los costos de los productos que se exportan?
a) Si ()
b) No ()
c) Desconoce ()
¿Por qué?.....
.....
.....
- 5.- ¿En su opinión existe competitividad en los productos textiles que actualmente se exportan a otros países?
a) Si ()
b) No ()
c) Desconoce ()
¿Por qué?.....
.....
.....

- 6.- ¿Cree Ud. que los trámites documentarios facilitan acceder al drawback?
- a) Si ()
- b) No ()
- c) Desconoce ()
- ¿Por qué?.....
-
- 7.- ¿En su opinión el drawback constituye una estrategia que están utilizando los exportadores?
- a) Si ()
- b) No ()
- c) Desconoce ()
- ¿Por qué?.....
-
- 8.- ¿Existen en otros países demanda por los productos que exporta el Perú?
- a) Si ()
- b) No ()
- c) Desconoce ()
- ¿Por qué?.....
-
- 9.- ¿En su opinión los exportadores toman en consideración los costos de producción?
- a) Si ()
- b) No ()
- c) Desconoce ()
- ¿Por qué?.....
-
- 10.- ¿Cree que a nivel empresarial los exportadores peruanos hacen uso del marketing internacional?
- a) Si ()
- b) No ()
- c) Desconoce ()
- ¿Por qué?.....
-
- 11.- ¿Es posible que puedan presentarse riesgos en las ventas de productos a otros países?
- a) Si ()
- b) No ()
- c) Desconoce ()
- ¿Por qué?.....
-

.....
.....

12.- ¿Considera Ud. que la frecuencia anual en las exportaciones mantienen la misma tendencia que en los últimos años?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) Desconoce ()

¿Por qué?.....
.....
.....

13.- ¿Cree Ud. que los exportadores peruanos poseen un plan de negocios en cuanto a las exportaciones textiles?

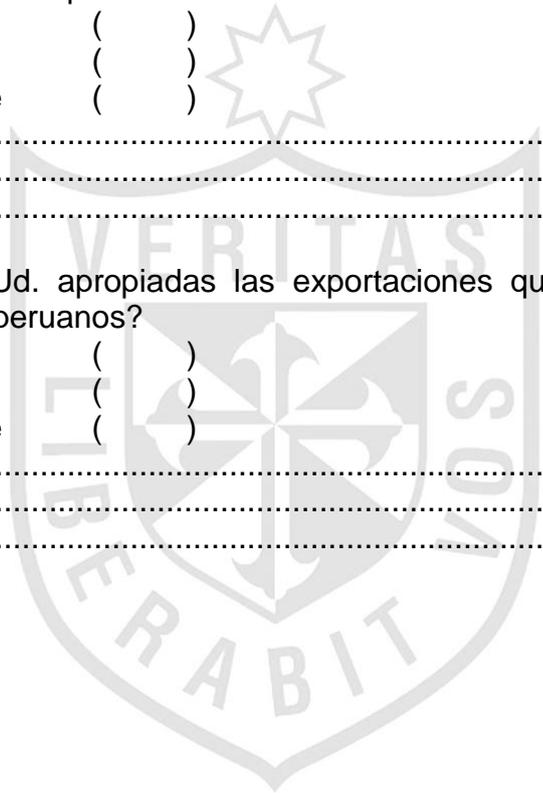
- a) Si ()
- b) No ()
- c) Desconoce ()

¿Por qué?.....
.....
.....

14.- ¿Considera Ud. apropiadas las exportaciones que llevan a cabo los empresarios peruanos?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) Desconoce ()

¿Por qué?.....
.....
.....



ANEXO 04: GUÍA PARA ACOGERSE AL DRAWBACK

A continuación presentamos una breve Guía, elaborada en base al Decreto Supremo D.S.N° 104-95-EF, para poder acogerse a los beneficios del Drawback.

A. Requisitos y documentos

1. Las Solicitudes deben ser presentadas por montos iguales o superiores a US\$ 500,00 (Quinientos y 00/100 dólares de los Estados Unidos de América). En el caso de montos menores se acumularán hasta alcanzar y/o superar el mínimo antes mencionado.

2. Procede acogerse a la Restitución siempre que:

- a. En la DAM (Declaración Aduanera de Mercancías) de exportación definitiva se haya indicado la voluntad de acogerse a ésta.
- b. La Solicitud sea numerada en un plazo máximo de ciento ochenta (180) días hábiles, computado desde la fecha de embarque consignada en la DAM de exportación regularizada.
- c. Los insumos utilizados hayan sido importados dentro de los treinta y seis (36) meses anteriores a la exportación definitiva. El plazo se computa desde la fecha de numeración de la DAM de importación o fecha de cancelación de los derechos arancelarios de la DAM de Admisión Temporal, de ser el caso, hasta la fecha de embarque consignada en la DAM de exportación regularizada.
- d. El valor CIF de los insumos importados utilizados no supere el cincuenta por ciento (50%) del valor FOB del bien exportado.
- e. Las exportaciones definitivas de los productos acogidos al beneficio no hayan superado los veinte millones de dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 20 000 000,00), por subpartida nacional y por beneficiario no vinculado.
- f. El producto de exportación no forme parte de la lista de subpartidas nacionales excluidas del beneficio, aprobada por el Ministerio de Economía y Finanzas.

3. Para acogerse a la Restitución el beneficiario debe:

- a. Estar inscrito en el RUC y no tener la condición de “No habido”.
- b. Contar con clave SOL
- c. Contar con una cuenta corriente o de ahorro del sistema financiero nacional vigente en moneda nacional y la haya registrado con el número de su Código de Cuenta Interbancaria -CCI en el Portal del Operador de la página web de la SUNAT (www.sunat.gob.pe).

4. En caso de insumos importados por terceros o mercancías elaboradas con insumos importados adquiridos de proveedores locales, para acogerse a la Restitución se requiere:

- a. Factura que acredite la compra del insumo o mercancía.
 - b. Declaración Jurada del proveedor local, de no haber hecho uso de mecanismos aduaneros suspensivos o exoneratorios de aranceles o de franquicias aduaneras especiales o con cualquier otro régimen devolutivo o suspensivo de derechos y gravámenes aduaneros, indicando los datos de la factura de compra de insumo o mercancía y datos de las series de la DAM de Importación y/o Admisión Temporal.
5. En caso que el proceso productivo del bien exportado se haya encargado a terceros, para acogerse a la Restitución se requiere presentar la factura que acredite el servicio prestado.
6. Los documentos señalados en el inciso a) del numeral 4 y en el numeral 5 del literal D, sección VI del presente Procedimiento deben ser emitidos hasta la fecha de ingreso del bien a zona primaria aduanera para su exportación, salvo que se trate de embarque directo desde el local designado por el exportador, en cuyo caso los documentos deben ser emitidos hasta la fecha de embarque del bien.
7. Excepcionalmente, se puede sustentar que la entrega de los insumos importados por terceros o mercancías elaboradas con insumos importados adquiridos de proveedores locales se realizó hasta la fecha de ingreso a la zona primaria o de embarque del bien exportado en el caso de embarque directo, con la respectiva guía de remisión emitida hasta la fecha de ingreso a la zona primaria o de embarque del bien exportado en el caso de embarque directo, documento adicional que se presenta con la factura de compra de insumos.

Formularios – Documentos a emplear



Anexo I: Solicitud de restitución de derechos.

SOLICITUD DE RESTITUCIÓN DE DERECHOS										 <small>SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA</small>		
Numero y Fecha de Registro	235-2012-000001 dd/mm/aaaa HH/MM/SS		Tipo de Selección	Aprobación Automática / Verificación Documentaria	Fecha Aprobación	ddmm/aaaa HH:MM:SS	Total FOB sujeto a Restitución USD \$					
SECCION I: DATOS GENERALES												
Beneficiario	RUC 12121212121			Razón Social Argumedo S.A.								
Producción Propia	N*	Tipo de Domicilio		Dirección	N*	RUC	Otro Local/Alquilado	Tipo de Domicilio			Dirección	
	1	Anexo		Carlos Pareja Paz Solda	1	20111000871	Anexo	Carlos Pareja Paz Solda				
Producción Por Encargo	N*	Tipo de Domicilio		Dirección	N*	RUC	Otro Local/Alquilado	Tipo de Domicilio			Dirección	
	1	20111000871		Anexo	Carlos Pareja Paz Solda	1	20111000871	Anexo	Carlos Pareja Paz Solda			
EMPRESAS VINCULADAS:												
N*	RUC			Razón Social								
1	12345678901			SDDGDSASDF								
2	25422222222											
3												
EMPRESAS VINCULADAS EXCLUIDAS:												
N*	RUC			Razón Social			Motivo		Sustento			
1	1234343433			ETRWTEUORFGRHTR			Fusion		Fusión por Absorción			
CONDICIONES DE LA SOLICITUD:												
¿Tiene monto a deducir por comisiones y otros gastos deducibles?							Si/No		Monto USD \$			
¿Tiene monto a deducir por concepto de costo del oro contenido en el producto exportado?							Si/No		5000			
Del insumo importado							Si/No					
¿El valor CIF de los insumos importados supera el 50% del valor FOB del producto exportado?							Si/No					
¿Se ha hecho uso de regimenes temporales y/o de perfeccionamiento activo, así como de las franquicias aduaneras especiales y/o exoneraciones o rebajas arancelarias de cualquier tipo?							Si/No					
SECCION II: DATOS DE LA EXPORTACIÓN E INSUMOS INCORPORADOS												
DAM de Exportación										Monto Solicitado	Encargo de Producción	
Aduana	Año	Regimen	Numero	Serie	Descripción					US\$		
118	2012	41	00025	1	Blusas					20852	si	
118	2012	41	00025	5	Pantalones					20852	no	
Encargo de Producción												
DAM DE EXPORTACION										Factura de Servicio / Recibo por Honorarios		
NUMERO	SERIE	Tipo Documento	Numero De Documento	RUC Documento	Fecha de Documento	Item de Documento	Descripción del servicio prestado a la Mercancía	Unidad de Medida	Cantidad Total por Item de Factura	Cantidad Utilizada en la serie exportada		
118-2012-41-00025		1	Factura	7	11111111111	12/11/2012	1	Procesamiento de Mango	Cajas	100	100	
INCORPORACIÓN DE INSUMO												
1RA. MODALIDAD: Importación Directa - Declarar información de DAM de Importación o Admisión Temporal												
DAM DE IMPORTACIÓN Y/O ADMISIÓN TEMPORAL POR SERIE DE DAM DE EXPORTACIÓN												
DAM DE EXPORTACION					DAM de Importación y/o Admisión Temporal							
NUMERO	SERIE	Aduana	Año	Regimen	Numero	Serie	Unidad de Medida	Cantidad Neta usada (a)	Excedente con V/C (b)	Excedente sin V/C (c)	Cantidad Total de Insumo Utilizado (a)+(b)+(c)	
118-2012-41-00025		1	145	2012	10	101010	2	Metro	100	0	0	100
2RA. MODALIDAD: Insumo adquirido en el mercado local - Declarar información de factura de Compra Local y DAM de Importación o Admisión Temporal												
FACTURA DE COMPRA LOCAL POR SERIE DE DAM DE EXPORTACIÓN												
DAM DE EXPORTACION					Factura de Compra Local del Insumo							
NUMERO	SERIE	RUC	N° Factura	Fecha de Factura	N° Item	Descripción de Mercancía	Unidad de Medida	Cantidad Total por ítem de Factura	Cantidad Neta Usada en la serie exportada (a)	Excedente con V/C (b)	Excedente sin V/C (c)	Cantidad Total Usada en la serie exportada (a)+(b)+(c)
145-2012-41-000250		2	25411000000	000-000254	25/12/2012	1	Hilo	100	100	0	0	100
DAM DE IMPORTACIÓN Y/O ADMISIÓN TEMPORAL POR ÍTEM DE FACTURA DE COMPRA LOCAL												
Factura de compra Local					DAM de Importación y/o Admisión Temporal							
RUC	N° Factura	Fecha de Factura	N° Item	Aduana	Año	Regimen	Numero	Serie				
25411000000	000-000254	25/12/2012	1	145	2012	10	101010	2				
3RA. MODALIDAD: Mercancía adquirida en el mercado local - Declarar información de Factura de Compra Local y DAM de Importación o Admisión Temporal												
FACTURA DE COMPRA LOCAL POR SERIE DE DAM DE EXPORTACIÓN												
DAM DE EXPORTACION					Factura de Compra Local del Insumo							
NUMERO	SERIE	RUC	N° Factura	Fecha de Factura	N° Item	Descripción de Mercancía	Unidad de Medida	Cantidad Total por ítem de Factura	Cantidad Neta Usada en la serie exportada (a)	Excedente con V/C (b)	Excedente sin V/C (c)	Cantidad Total Usada en la serie exportada (a)+(b)+(c)
145-2012-41-000250		2	25411000000	000-000254	25/12/2012	1	Hilo	100	100	0	0	100
DAM DE IMPORTACIÓN Y/O ADMISIÓN TEMPORAL POR ÍTEM DE FACTURA DE COMPRA LOCAL												
Factura de compra Local					DAM de Importación y/o Admisión Temporal							
RUC	N° Factura	Fecha de Factura	N° Item	Aduana	Año	Regimen	Numero	Serie				
25411000000	000-000254	25/12/2012	1	145-2012-10-101010	2							
DEDUCCION DE INSUMO												
FACTURA DE COMPRA LOCAL A DEDUCIR POR SERIE DE DAM DE EXPORTACIÓN												
DAM DE EXPORTACION					Factura de Compra Local a deducir							
NUMERO	SERIE	RUC	N° Factura	Fecha de Factura	N° Item	Descripción de Mercancía	Unidad de Medida	Cantidad Total por ítem de Factura	Cantidad de insumos a deducir	Importe a deducir por ítem US\$		
145-2012-41-000250		2	25411000000	000-000254	25/12/2012	1	Hilo	100	100	300		
SECCION III: DOCUMENTACIÓN ADJUNTADA												
Documento de encargo de Producción												
Declaración Jurada de Proveedor Local												
Factura de Compra Local												
Sustento para exclusión de empresa vinculada												

**Anexo II: Instrucciones para el llenado del Formulario Electrónico –
Solicitud de Restitución – Drawback Web.**

Se ubica en la RIN N° 04-2016-SUNAT/5F0000-29/02/2016



Anexo III: Modelo de Declaración Jurada del Proveedor Local

MODELO DE DECLARACION JURADA DEL PROVEEDOR LOCAL DECLARACIÓN JURADA

Lugar y fecha

Señores:

.....(Nombre del beneficiario)

Por medio de la presente, Yo.....(Denominación o razón social) identificado con RUC N° declaramos que se ha realizado la operación de venta del insumo o mercancía abajo detallada:

Item (1)	FACTURA DE VENTA LOCAL			DAM DE IMPORTACION		
	Número (2)	Fecha (3)	Descripción (4)	Número (5)	Serie (6)	Descripción (7)

Asimismo, declaramos bajo juramento que el insumo o mercancía detallada no ha ingresado al país mediante el uso de mecanismos aduaneros suspensivos o exonerados de aranceles o de franquicias aduaneras especiales o con el uso de cualquier otro régimen devolutivo o suspensivo de derechos y gravámenes aduaneros.

Se emite la presente declaración de conformidad a lo dispuesto en el Reglamento y al amparo de la Ley N° 27444 - Ley del Procedimiento Administrativo General.

Atentamente,

.....
NOMBRE, FIRMA Y SELLO
DEL REPRESENTANTE LEGAL

-
- (1) Número de orden que se le asignará por factura.
 - (2) Número de la factura (serie de factura-número de factura).
 - (3) Fecha de la factura señalada en el campo (2)
 - (4) Descripción según factura señalada en el campo (2).
 - (5) Número de la DAM que sustenta la nacionalización del insumo adquirido localmente (Código de Aduana-Año-Régimen-Número de declaración).
 - (6) Serie de la DAM (5).
 - (7) Descripción de la serie (6) de la DAM (5).

NOTA:

1. En una declaración Jurada se puede citar a una o más facturas. Si una factura contiene más de una mercancía adquirida localmente, corresponde declarar todos los insumos importados utilizados por mercancía adquirida.

Anexo IV: Especificaciones técnicas de digitalización de documentos

1. Consideraciones de los documentos físicos a digitalizar

El documento a digitalizar debe ser legible, teniendo en consideración que los sellos y las impresiones no sean muy tenues. En la medida de lo posible utilizar sellos de color negro y con tinta recargada.

2. Especificaciones técnicas mínimas de los equipos empleados en la digitalización

Características	Especificaciones
Espectro de colores	Escala gris 8 bits o superior
Resolución óptica	Escalable desde 300 x 300 dpi o superior

3. Especificaciones técnicas del documento digitalizado

Características	Especificaciones
Formato del archivo	Tagged Image File Format (TIFF)
Resolución óptica	300 dpi
Color	Blanco y Negro
Cantidad de folios por archivo	sin límite
Tamaño máximo del archivo	1 MB
Modo de compresión	Debe tener modo de compresión

ANEXO 05: CUADROS ESTADISTICOS

DEVOLUCIÓN DRAWBACK POR FECHA DE SOLICITUD, 2015-2016 (Millones de soles)

	2015											Total 2015	
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.		Dic.
Tributos Aduaneros													
Beneficio de Restitución Arancelaria - Drawback	35	46,1	52,4	64,9	65,5	55,9	68	62	76	64	83,4	126,7	799,3

	2016							Acumulado al mes de junio	
	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	2015	2016
Tributos Aduaneros									
Beneficio de Restitución Arancelaria - Drawback	37,9	34,4	41,4	46,7	49,6	50	38,9	387,8	298,9

Nota:

Considera las devoluciones emitidas y las solicitudes pendientes, en la fecha de presentación de la solicitud.

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) / Banco de la Nación.

Elaboración: SUNAT - Intendencia Nacional de Estudios Económicos y Estadística.

EXPORTACIONES FOB POR SECTORES ECONÓMICOS: 2015- 2016 (Millones de US\$)

		2015											Total 2015
I. Productos No Tradicionales	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	
Agropecuario	413	326	309,2	245,5	300,7	332,5	359,4	321	331	386,9	473,7	569,1	4.368,00
Textil	116,3	115,3	118,1	97,1	108,1	118,6	115,3	113	112,7	104,7	102,2	107,2	1.328,50
Pesquero	85	118,2	112,4	77,3	90,9	76,1	77,5	53,4	61,8	65,8	60,6	72,4	951,5
Químico	107,6	121,1	131,8	105,2	120,5	116,5	112,7	109,8	121,8	120,1	118,9	115,6	1.401,70
Metal-Mecánica	33,8	37,2	43,7	31,8	43,4	41,9	49,1	51,1	43,7	70,3	46,6	45,9	538,5
Sidero-Metalúrgico	81,7	86,9	81	83	87,1	94,8	75,1	99,7	78,7	86,9	68,6	74,3	997,7
Minería no Metálica	56,7	59,6	52,3	51,2	60,7	62,9	54,5	51,6	63,7	66,1	61,7	56,8	697,7
Restos	42,5	48,8	56,5	44,3	48,3	52,9	47,1	52,6	48,7	45,8	49,3	49,1	586

		2016						Acumulado al mes de junio	Var. nominal %	
I. Productos No Tradicionales	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	2016/2015		2016/2015	
Agropecuario	419,5	319,6	283,7	287,1	326,2	308,2	1.944,20	-7,3	0,9	
Textil	97,6	95,5	99,8	96,3	97,4	98,2	584,8	-17,2	-13,2	
Pesquero	73,8	77,9	66,4	71	71,9	56,6	417,6	-25,6	-25,4	
Químico	110,7	105,3	117	111,4	108,4	114,3	667,1	-1,9	-5,1	
Metal-Mecánica	35,3	29,8	42,1	33,3	43,6	33,1	217,2	-20,9	-6,3	
Sidero-Metalúrgico	64,4	73	81,8	84,3	80,6	73,1	457,3	-22,9	-11,1	
Minería no Metálica	52,3	52,2	51,5	49,4	56,1	44,6	306	-29,2	-10,9	
Restos	40	36,2	47,2	44,9	45,2	40	253,5	-24,4	-13,6	

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT).