



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“INICIO DE LA ACTIVIDAD EXPORTADORA DE  
UNA EMPRESA DEL RUBRO DE PRENDAS DE  
VESTIR DE SASTRERÍA EN EL AÑO 2016”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

**Bachiller en Administración y Negocios Internacionales**

**Autores:**

Neida Elvia Nolazco Bravo

**Asesor:**

Sabik Alioth Soriano Navarrete

Lima - Perú

2017

## ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El asesor Sabik Alioth Soriano Navarrete, Docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la investigación del(os) estudiante(s):

- Neida Elvia Nolzco Bravo

Por cuanto, **CONSIDERA** que el trabajo de investigación titulado: "INICIO DE LA ACTIVIDAD EXPORTADORA DE UNA EMPRESA DEL RUBRO DE PRENDAS DE VESTIR DE SASTRERÍA EN EL AÑO 2016" para optar al grado de bachiller por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas por lo cual **AUTORIZA** su presentación.

---

Ing. /Lic./Mag./Dr. Sabik Alioth Soriano Navarrete

Asesor

## ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El comité de trabajos de investigación, conformado por: *Haga clic o pulse aquí para escribir texto.*; designados mediante *Haga clic o pulse aquí para escribir texto.*, ha procedido a realizar la evaluación del trabajo de investigación del (los) estudiante(s): *Haga clic o pulse aquí para escribir texto.*; para aspirar al grado de bachiller con el trabajo de investigación: *Haga clic o pulse aquí para escribir texto.*

Luego de la revisión del trabajo en forma y contenido los miembros del jurado acuerdan:

Aprobación por unanimidad

Aprobación por mayoría

Calificativo:  Excelente [18 -20]

Calificativo:  Excelente [18 -20]

Sobresaliente [15 - 17]

Sobresaliente [15 - 17]

Buena [13 - 14]

Buena [13 - 14]

Desaprobación

Firman en señal de conformidad

---

Ing./Lic/Dr/Mag. Nombre Apellido

Miembro del Comité

---

Ing./Lic/Dr/Mag. Nombre Apellido

Miembro del Comité

---

Ing./Lic/Dr/Mag. Nombre Apellido

Miembro del Comité

## DEDICATORIA

A mi principal motivación, mi madre, compañera y sobre todo amiga.

A mi padre, el que me enseñó que los valores, la familia y la perseverancia son los más  
importante.

A mi abuela por hacer de mí una persona llena de fortaleza.

A mi fiel amigo que me espera en algún lugar, mi querido Bonno.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a mis padres, a mis hermanos por su apoyo incondicional, a mis profesores y colegas que contribuyeron e hicieron de mí una mejor profesional.

## Tabla de contenido

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	2
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad problemática	9
1.2. Antecedentes	10
1.3. Bases Teóricas	13
1.4. Definición de términos básicos	18
CAPÍTULO II METODOLOGÍA	21
CAPÍTULO III RESULTADOS	24
CAPÍTULO IV DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	30
REFERENCIAS	32

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Desarrollo de una empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería en la actividad de la exportación.	24
Figura 2. Desarrollo de una empresa textil para ingresar al mercado internacional.	24
Figura 3. Canal de distribución nacional de la empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería.	25
Figura 4. Proceso del despacho a nivel nacional de prendas textiles de sastrería.	26
Figura 5. Proceso del despacho a nivel nacional de prendas textiles de sastrería.	26
Figura 6. Proceso Distribución física internacional de prendas textiles de sastrería.	27
Figura 7. Proceso documentario para la exportación.	27
Figura 8. Barreras Internacionales para internacionalización de la empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería	28

## RESUMEN

El principal objetivo de una empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería es lograr un crecimiento continuo y el fortalecimiento sostenible en el tiempo, para lograr este objetivo la empresa toma la decisión de iniciar sus actividades en la exportación, con el principal fin de asegurar la sobrevivencia de la empresa, como también la de aumentar su competitividad, logrando desarrollar alianzas estratégicas, que le permitan aprovechar la capacidad de la empresa, como también aprovechar las oportunidades que le brindan los mercados. El principal objetivo de la presente investigación es determinar cuáles son los procedimientos que desarrolla una empresa del rubro de prendas de vestir cuando decide iniciar sus operaciones en la actividad de exportadora, esta decisión involucra que la empresa cambie sus condiciones para lograr alinearse a las exigencias de los mercados mundiales. La investigación concluye determinando que una exportación es exitosa cuando toma en consideración varios factores en consideración, como la elección del producto exportable, el país al que desea ingresar, los trámites, procedimientos administrativos, aduaneros que dependerán del lugar de destino a exportar, y la elección de los canales de distribución y comercialización para que los productos lleguen al país de destino o importador con la misma calidad exigida por el consumidor final.

**PALABRAS CLAVES:** Sastrería, Comercio Internacional, Exportación, Canal de distribución.

## CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

En los últimos las empresas de todas las industrias del Perú y en el mundo en estos últimos años están cada vez más orientados bajo el concepto del comercio internacional y de la exportación. Con la globalización, las necesidades y la competitividad son mundiales, y en este escenario toma nace la exportación como una principal solución para que las empresas generen un sentido a los productos que producen y ofrecen, es decir, los productos que crean, desarrollan y producen son la respuesta a una necesidad para otro país y para un tipo de cliente determinado, entonces podemos decir que el fin principal de comercio internacional y de la exportación es la de conectar e intercambiar productos entre países que se encuentran a kilómetros de distancia.

Los mercados habituales que eran de interés para el comercio internacional se vieron afectadas con la crisis mundial, por esta razón las empresas están en la constante búsqueda de nuevos mercados que les permita crecer y desarrollarse, en este punto la exportación juega un rol importante ,porque esta actividad impulsa a las empresas a ser más creativas e innovadoras para conseguir ingresar a nuevos mercados, es decir las empresas que brindan creatividad e innovación a lo largo de su cadena de valor impulsaran más la actividad exportadora (Filipescu, Prashantham, & Riald, 2013). Pero este no es el único fin para que las empresas tomen la decisión de exportar, son muchas empresas que ven a la exportación como un medio para desarrollarse una mentalidad globalizada y volverse así una empresa internacional (Minervini, 2016).

El Perú para ingresar y entender las exigencias de los mercados mundiales y participar del comercio internacional, tiene como una de sus principales estrategias crear nuevas empresas que tengan el principal reto de mejorar su comportamiento a nivel de competitividad y calidad (Céspedes, Lavado, & Ramírez, 2016), ya que para cumplir con las exigencias de los mercados actuales mundiales, se requiere que cada vez más empresas generen estrategias que impliquen la creación de sistemas de producción eficaces y la evolución de la calidad en los productos vendidos a mercados internacionales, estas estrategias ayudaran a las empresas a conseguir más estabilidad en el tiempo y a competir en los mercados globales (Gonzales, 2016).

En el Perú la industria del rubro de prendas de vestir textiles, es considerado como un sector histórico, porque está muy relacionado con lo tradicional y milenario de la cultura peruana, esta es la razón por la que es muy competitiva y la ha permitido expandirse en el mercado nacional e internacional. Para poder responder a las exigencias mundiales en este sector muchas de las empresas han tenido que cambiar y adecuarse para cumplir estas exigencias , es por ello que las exportaciones de prendas de vestir peruanas fueron incrementándose desde el año 2000, aunque las empresas peruanas todavía tengan problemas de iniciativas para crear productos exportables ,como también la falta de apertura al cambio, la falta de aplicación de nuevas estrategias y políticas ; para los años 2011-2016 del total de empresas creadas en el interior del país , solo el sector textil

exportador representaba el 22.7% un equivalente a más de nueve mil empresas textiles, que representan un 10% de la tasa de empleabilidad, por esta razón el Perú cuenta con algunas empresas del rubro de confecciones que han logrado un posicionamiento importante a nivel internacional encontramos una diversidad importante de productos en su mayoría creadas a base del algodón peruano con las que realizan, polos, pantalones, vestidos, entre otros, como por ejemplo la empresa Textiles del Valle (principal productora algodонера del país), su producción va destinada a desarrollar productos de algodón para grandes marcas reconocidas a nivel mundial como Ralph Lauren, Lacoste, Victoria Secret, entre otros; (Textil del Valle, s.f.) y la lana o alpaca con las que se realizan prendas como abrigos, vestidos, chalinas, entre otros, como por ejemplo la empresa Incalpaca TPX (dedicada a crianza de alpaca y a crear productos a partir de la materia prima generada por estas alpacas), estas materias primas como el algodón y la alpaca son nuestros mayores referentes a nivel mundial, pero además contamos con un rubro aun no explorado que durante los últimos años están volviendo a tomar fuerza e importancia estos son los trajes de sastrería que muchas veces son realizados a medida y son considerados como prendas de alta costura, en donde se incluyen sacos, sacones pantalones, faldas, ternos, camisas, blusas y corbatas (EC, 2016). En el plano internacional grandes casas importantes de moda en el sector textil han encontrado en este espacio un nuevo mercado para explorarlo como Giorgio Armani que ya tiene un mercado y posicionamiento ganado a nivel internacional, con su marca Made to Treasure con la que ha logrado fusionar la tradición porque en buena parte es hecha a mano y la modernidad porque incluyen nuevas tecnologías como maquinaria y costuras especiales (Fernández, 2016).

## 1.2. Antecedentes

el siguiente estudio se apoya en 9 antecedentes, 5 nacionales y 4 internacionales, en donde fundamenta el desarrollo de una empresa en la actividad de la exportación.

### 1.2.1. Antecedentes Nacionales

**Valencia, D.; Gallegos, S.(2016)** *Impacto Del Acuerdo Comercial En Las Oportunidades De Negocio de La Región Arequipa Con El Mercado De Brasil, 2009-2014* la tesis desarrollada para obtener el Título profesional de Ingeniero Comercial, de la Universidad Católica De Santa María, concluye que cuando se seleccione el país al que se quiere exportar, se deberán tener en cuenta varios factores importantes a considerar, como por ejemplo transporte Logístico que se usarán para transportar las mercancías, las barreras arancelarias que impone cada país para determinados productos, los documentos y certificaciones que se tienen que presentar a la aduana de cada país al que se ingrese.

De acuerdo a este estudio la elección y definición del país al que se debe exportar es muy importante, ya que a partir de esta respuesta se pueden ver los posibles beneficios a los que una empresa puede acceder tales como los beneficios arancelarios.

**Mendoza, C.; Giraldo, M.(2016)** *La Internacionalización y su Relación con la Competitividad de las Pymes Exportadoras Textiles ubicadas en Lima Metropolitana*, tesis desarrollada para conseguir el Título profesional de Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad San Ignacio de Loyola, concluye que para que una empresa logre la aceptación de sus productos en los mercados internacionales, tiene como principal arma a la innovación porque este ayudara a generarle valor a la marca y a los productos que fabriquen, el principal ente generador de innovación es el capital humano porque de ella depende la organización y el éxito de la empresa, es decir las empresas que entienden estos conceptos no dudan en capacitar e invertir en su principal fuente de innovación.

En base a esta investigación la se determina que el éxito de una exportación depende mucho de las gestiones del personal humano., por esta razón podremos decir que en general para que una empresa tenga éxito en el desarrollo de su actividad exportadora necesita contar con el buen soporte de personal claificado.

**Tiza, M.(2016)** *Exportación de prendas de vestir para damas a Bolivia para incrementar la rentabilidad de una empresa textil ubicada en Gamarra*, tesis desarrollada para conseguir el Título profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Nombert Wiener, concluye que las empresas que han visualizado una oportunidad de negocio en el país de Bolivia, también deben de tener en cuenta que es necesario realizar un estudio de mercado previo, para conocer sus verdaderas necesidades y adecuar el producto correctamente a lo solicitado por el consumidor Boliviano, además de reconocer los beneficios que existen para la exportación a países de la misma región.

**Morante, M. (2016)** *Estudio De Mercado Para Determinar La Oportunidad De Comercializar T-Shirts A Base De Algodón Orgánico Peruano Con Destino Al Sector Textil De Medellín, Colombia* tesis desarrollada para conseguir el Título profesional de Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, concluye que en el Perú existen entidades del estado como PROMPERU y COMEXPERÚ que se encargan de ayudar y promover el comercio exterior a las pequeñas, medianas y grandes empresas peruanas ofreciéndoles asesorías e información acerca de los países de interés para exportar y los tramites y documentación que se requiere para cada producto y para cada país de interés.

en este estudio se destaca que, para las industrias en general si existen proyecto del estado que promueven el apoyo al crecimiento de empresas.

**Padilla, E. (2012)** *Desarrollo De Los Aspectos Metodológicos para la Implementación De Un Sistema Integrado de Gestión en la Industria Textil y Confecciones*, tesis desarrollada para conseguir el Título profesional de Ingeniero Industrial de la Pontificia Universidad Católica Del Perú, en donde concluye que las empresas del sector textil tienen crear e implementar mejoras continuas en sus procesos esto los ayudara a cambiar su cultura organizacional.

De acuerdo a lo concluido en el estudio anterior la búsqueda de mejora continua en las empresas textiles, es un factor importante, pues busca lograr que esta se distinga y sobre salga sobre todas las otras empresas de otras industrias como también en la suya.

### 1.2.2. Antecedentes Internacionales

**Almedida, A.; CulCay ,R.; Endara, V. (2012)** *Diseño por Procesos para Empresas Textiles En Confección de Prendas*, tesis desarrollada para conseguir el Título Profesional de Licenciado en International Business, en Guayaquil Ecuador , termina concluyendo que las empresas del rubro textilero tienen que desarrollar cambios desde el inicio de su cadena de producción, para lograr mejorar sus procesos , es decir generar cambios desde la evaluación del pedido de sus materias primas, hasta el en embalaje y despacho de sus productos.

Esta investigación se enfoca en la necesidad del sector textil que está en la búsqueda cambios continuos en busca de mejorar la cadena de producción es busca de la obtención de valor.

**Ruiz, Paula. (2015)** *Estrategia Comercial Internacional del Sector Textil Español: Un Análisis De Casos tomando como referencia la Ciudad de Londres*, está la tesis fue desarrollada para optar por el Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Cantabria, en España, concluye mencionando que cuando las empresas textiles que deciden ingresar a un nuevo mercado e internacionalizarse siempre buscaran minimizar estos riesgos, por esta razón prefieren investigar antes de decidir invertir en un país extranjero , es decir han evaluado previamente la logística, las diferencias culturales, el idioma, las políticas, etc., este previo estudio de mercado ayuda a que las empresas pueda crear un marketing adecuado que reúna las características solicitadas para lograr ingresar con éxito a este mercado.

De acuerdo a esta investigación los estudios de mercado para la exportación previos ayudan a disminuir los riesgos que estos poseen en un entorno diferente al conocido.

**Asturias, A. (2015)** *Producción Y Comercialización De Saco Casual Reversible para Caballero, en la Zona 1 Del Centro Histórico De La Ciudad De Guatemala*, esta tesis fue desarrollada para conseguir el título de Licenciada En Diseño Industrial Con Especialización en Vestuario en la Universidad del ISTMO, en Guatemala, concluye la tesis mencionando que en la actualidad el cliente consume muchas más prendas de vestir de sastrería a diferencia de los años anteriores, y estos clientes prefieren que las prendas posean diseño e innovación y no sea el clásico sastre, por esta razón las empresas de rubro de prendas de vestir de sastrería tiene que invertir en innovación, diseño y tecnología para poder satisfacer las necesidades de los cliente.

En esta investigación resalta a la innovación como un factor permanente en el desarrollo de una empresa, y más en un rubro como el rubro de la sastrería.

**Huanca, C. (2013)** *Factores Determinantes De La Industria Textil En Bolivia Periodo (2000 - 2013)* la tesis desarrollada para obtener el Grado en Economía Con Especialización en Vestuario

en la Universidad Mayor de San Andrés, en Bolivia, concluye que las exportaciones tienen algunos riesgos de mercado, como la inversión en un país inestable, las políticas cambiantes, y el cambio monetario, por otro lado la importación de productos de China cada vez más hacen peligrar la producción nacional en Bolivia generando inestabilidad nacional.

En esta investigación menciona que una empresa del sector textil de prendas de vestir tiene que estar consciente de los cambios constantes del entorno, porque la empresa se desarrolla en ese entorno y cualquier política ya sea económica o no, nacional o internacional, pueden afectar a su sector y a su empresa.

### **1.3. Bases Teóricas**

#### **1.3.1. Ingeniería de la Exportación, la ruta para Internacionalizar su empresa**

Cuando una empresa decide internacionalizarse, en este proceso se encontrará con un entorno nuevo con algunas barreras que tendrá que superar, como las barreras arancelarias, las legislaciones de cada país, la tecnología, los mercados exigentes, la competencia, el tipo de cambio monetario, la cultura, la comunicación, de todos estos factores dependerá el éxito o fracaso del producto en determinado país.

En gran parte la globalización causo que las empresas puedan tomar previsiones como la de invertir en realizar estudios de mercados y así poder seleccionar el escenario más adecuado y rentable para exportar; las empresas que han tenido mayores éxitos en los mercados globales son empresas que han invertido en desarrollar tecnologías, como también las que han invertido nichos de mercados específicos en donde desempeñarse, otra característica de las empresas que han tenido éxito en los mercados globales son las que tienen presencia directa en sus mercados objetivos, un punto importante es la innovación en los productos y sus organizaciones; la decisión de exportar es una decisión que las empresas tomaran por diversos motivos puede ser cuando los mercados internos están saturados o simplemente para aumentar su productividad y rentabilidad . (Minervini, Ingeniería de la Exportación: La Ruta para Internacionalizar su empresa, 2016).

#### **1.3.2. Ingeniería de la Exportación, como elaborar planes innovadores de exportación**

con el nuevo escenario internacional ,cuando una empresa decide exportar , en el camino se encontrara con actores importantes , la tecnología de información las economías emergentes, la modernización, para que una empresa logre mantenerse en el mercado internacional , tendrá que aprender a ser competitiva, a nivel macro necesitaría invertir en infraestructura dependerá de la cantidad de productos que produce, educación, reducción de costos, transparencia en los negocios, y las gestiones creativas, utilizando herramientas como: trabajar en un producto que sea innovador, de calidad , la gestión personalizada , el buen uso del financiamiento y los acuerdo internacionales , la promoción eficaz del producto en el mercado internacional, (Minervini, Ingeniería de la Exportacion,cómo elaborar planes innovadores de exportación, 2014)

### **1.3.3. Comercio Internacional del siglo XXI la puerta de acceso a los negocios globales**

Durante el proceso de internacionalización también conocido como el proceso de intercambios de productos de un país a otro, se observarán ciertos componentes que son importantes en este proceso como la logística y los tipos de canales de distribución, como también la aplicación del marketing de los productos que serán aprovechados por un mercado. Estos generan la demanda y son fabricados o desarrollados con los recursos de otro país que son la oferta, este proceso nace el comercio internacional (Canta Izaguirre, y otros, 2014).

### **1.3.4. Internacionalización, Mercados y Empresa**

El libro ofrece un compendio sobre la gestión del comercio internacional, una visión actual, las dinámicas y las perspectivas funcionan como una herramienta de soporte teórico, básico y de apoyo al empresario para su fácil comprensión del escenario global de los negocios. El libro precisa como la exportación logra consolidar y fortalecer a una empresa, es decir que la empresa reconoce sus fortalezas, sus debilidades, y sus capacidades para el mejor uso de los recursos; este análisis, contribuye con la planificación y las decisiones estratégicas adecuadas para cada mercado de destino. (Carle, 2014).

### **1.3.5. Negocios Internacionales, en un mundo globalizado**

Cuando se hablan de los negocios internacionales muchos son los prejuicios en las actividades empresariales, existen países en donde los empresarios son respetados y en cambio existen otros países en donde los empresarios no poseen una buena reputación, países que todavía están en crecimiento; otro ejemplo son los países como China, país que ha logrado hacer negocios con países de casi todo el mundo, sin embargo en sus inicios se hizo de un prestigio no muy halagador, en la actualidad grandes empresas como Dell, LG, Apple, entre otras realizan algunas operaciones en este país, y muchos otros países son abastecidos de materiales provenientes de este lugar, otros países en cambio prefieren únicamente trabajar con ellos por sus bajos costos en la mano de obra, otros sin embargo prefieren a países como Malasia, Tailandia, Vietnam, Taiwán o Singapur (Mancera, 2015).

A pesar de la apertura y la integración de los países gracias al comercio, las empresas se desenvuelven en entornos legales, culturales, políticos complejos y muchas veces poco claro, en estas situaciones las empresas tienen que evaluar el nivel de riesgo antes de invertir en ellas, para que los resultados sean positivos, el negocio internacional incorpora conocimientos que ayudarán que las empresas se integren a nivel mundial (Mancera, 2015).

### **1.3.6. Tratados de Libre Comercio Rectos y oportunidades**

Para entender los tratados de libre comercio es necesario conocer los objetivos de cada una de ellas, para reconocer las formas de exportación y de la importación y de los beneficios que puede brindar a los empresarios a la hora de usarlos correctamente, las inversiones extranjeras a un país brinda beneficios como generar empleo, con tecnología nueva, y la modernización, pero para que una empresa asuma el riesgo de exportar es porque sus factores internos lo impulsan a hacerlo es, decir tiene claro su potencial de competitividad para esto debe analizar su capacidad, recursos, y contar con productos que tienen que responder a la del consumidor, a su vez el cliente determina la calidad que se le exigirá al producto, por esta razón la empresa tiene que tener claro cuál será su mercado objetivo, por otro lado la empresa también tiene que analizar los factores externos, como al cliente en su entorno ( las políticas, reglamentos, cultura y economía de cada mercado objetivo) (R., 2014).

### **1.3.7. Las aduanas y el comercio internacional**

En este libro se pretende enseñar de manera más práctica las legislaciones, políticas, trámites e impuestos aduaneros, las operaciones necesarias para la exportación y la importación. El principal objetivo de este libro es brindar de una forma clara los procedimientos y demás implicados en la actividad empresarial (Cabello & Cabello, 2014).

### **1.3.8. Manual de Documentos de Exportación**

En el siguiente manual se encuentra una herramienta de guía para la documentación de exportación, a nivel gerencial y operacional, información importante cuando una empresa decide exportar tiene que tomar en cuenta que y cuáles son los documentos a tomar en cuenta y quien lo emite tomando no tomar en cuenta esta información o la omisión o desconocimiento de ellas puede causar sobre costos; estos documentos toman en consideración las legislaciones aduaneras y tributarias del Perú, considerando las emisiones de documentos, aspectos logísticos y legales, basándose en los Incoterms 2010, en las que interviene información de Promperú, Siceex, Mincetur. cuando se habla de logística se tiene que tener en consideración la carga, el capital y la información, en este último punto es en donde se tendrá que colocar toda la documentación exigible por el estado que garantizan la transparencia de la operación y están son: Cotización Comercial, Factura, el Contrato internacional, la Factura Comercial, la Lista de Embarque, la Guía de Remisión, las instrucciones del Embarque, Carta de Temperatura, la Ficha Técnica, la Carta de Responsabilidad Declaración Aduanera de Mercancías o DAM, el Formato de Declaración Única de Aduanas o DUA, Declaración Simplificada (DSE), Declaración de Exporta Fácil (DEF), Los Contratos de Transporte, los Incoterms 2010, el Documentos para el Transporte Terrestre, Aéreo, Marítimo, el aviso de Llegada, Reserva de Espacio, la Nota de Tarja, Pre Trip Inspection (Inspección Previa al

Viaje), el Reporte Intercambio de Equipo, la Póliza de Seguro, la Carta de Crédito ,Solicitud de Carta de Crédito , la Cobranza Documentaria, la transferencias SWIFT, el certificado de Origen , el certificado Sanitario ,el certificado Fitosanitario , el certificado Zoosanitario , el certificado para Productos Hidrobiológicos (Siccx, 2016).

### **1.3.9. Guía práctica de las reglas Incoterms 2010, derechos y obligaciones sobre las mercancías en el comercio internacional**

En los negocios internacionales, el exportador e importador, cuidan sus intereses mediante un contrato internacional, este contrato debe mencionar de forma detallada y clara cada punto del contrato, es decir que sea entendible para ambas partes , porque este será el medio por donde ambas partes interesadas describen las funciones que cumplirán, uno de ellos será el comprador y el otro el vendedor (exportador e importador), en el contrato también se detallan a los agentes e intermediarios que estarán presentes en la operación, además se coloca la mercadería y bienes que serán trasladados de un punto a otro, estableciendo así un tiempo o plazo de entrega, bajo ciertas condiciones de pago, por esta razón es importante incluir los Incoterms que se usara en la operación , a estos incoterms se les conoce como el medio para delimitar los derechos y las responsabilidades (García, 2014).

### **1.3.10. Productividad en el Perú: Medición, determinantes e implicancias**

El Perú durante la última década, ya posee 6 nuevos tratados comerciales, estas es la razón por la que el Perú se ha visto influenciado por factores externos (la competencia, las políticas, las culturas), estos tratados tienen un efecto en la productividad de las empresas y las que poseen mayores incidencias son las que exportan e importan, es importante reconocer que las empresas peruanas han mostrado un crecimiento, pero es muchos casos este crecimiento es volátil, para tener un crecimiento continuo y estable el Perú asume el reto de mejorar su calidad y así diferenciarse frente a los países exportadores como China (Céspedes, Lavado, & Ramírez, 2016).

### **1.3.11. El Comercio Internacional**

En este ensayo económico el autor describe y explica la evolución de las teorías del comercio, partiendo desde sus orígenes con la teoría de la ventaja comparativa hasta la actualidad. Este ensayo contiene estudios comparativos de casos con los que se ilustran teorías clásicas, revisa las estrategias de inversión actuales y el papel que juegan las grandes las empresas independientes (Helpman, 2014).

### **1.3.12. Logística Comercial internacional**

El concepto de logística surge en épocas de guerra, su principal fin era ubicar a los enemigos escondidos que planeaban atacar a Estados Unidos y a Inglaterra; en la actualidad este concepto ha evolucionado, considerándose a la logística como una herramienta principal para una organización ya que de ella depende su crecimiento y éxito, porque la logística interviene en toda la cadena de producción, entre sus funciones está la administración de los materiales y entrega de bienes en un tiempo y lugar requerido a este proceso se le conoce como distribución física internacional (Ramirez, 2015).

### **1.3.13. Principios de economía**

Según los principios de la economía, el principio número cuatro indica que el comercio entre países puede mejorar el bienestar de todos, esto debido a los beneficios que generan la competencia, tanto para las empresas como para los clientes; la generación de comercio impulsa a tener una economía activa en los países, a obtener mejores mercancías y mejores precios, a su vez el comercio ayuda a que los países inviertan más tiempo, capacitación y especialización en lo que mejor saben producir. Una de las estrategias para integrar a los países es a través de acuerdos o tratados de libre comercio permiten que las economías globales crezcan, y mejorar la calidad de vida para los países y a de sus habitantes, varios son los países que se han beneficiado de los tratados de libre comercio ya que estos tratados permite que los países trabajen sus productos con ventajas competitivas, y que los consumidores tengan más opciones de elegir (Mankiw, 2012).

El principio de la economía indica que los mercados normalmente son un mecanismo para organizar la actividad económica, actualmente la definición de lo que se debe producir y en qué cantidad producir lo definen las empresas revisando los mercados de su interés, a esto se le conoce como economía de mercado o libre mercado, en donde también definirán el precio acorde al mercado y cuanto el mercado está dispuesto a pagar, para el vendedor es también importante el precio porque, sobre ellos se la decisión de que vender y que no vender, esta definición le dará el valor que tendrá el bien en cada mercado (Mankiw, 2012).

### **1.3.14. Alternativas para Reducir Costos en Prendas Exclusivas de Hombre en Sastrería**

la sastrería es una actividad que empezó con sastres y costureros, se trata de la toma de medidas y la confección de prendas como sacos y pantalones, existen dos tipos de sastrería la Bespoke, y la Made to Measure. El estilo Bespoke se trata de acabados hechos a totalmente a mano, y es personalizado. El estilo Made to Measure esta es una técnica que se realiza a medida; en ambos estilos buscan lograr la calidad, distinción, y gusto de la sastrería. La tecnología ha garantizado la

reducción de tiempo en la elaboración de un sastrero lo que ha contribuido a reducir costos. (Gomez, 2011).

#### 1.4. Definición de términos básicos

- **Sastrería:**

La sastrería es un arte que abarca muchas disciplinas involucra trabajo realizado a mano por esta razón es exclusivo y demandante, ahí radica lo bello de este arte; se entiende por sastrería a prendas hechas a medida entiende que comprende por pantalón, chaleco y saco que son cortados con la misma tela que son cortados por un profesional denominado sastrero, la producción en serie consiste básicamente en que la llamada made to measure (**Lopez, 2012**)

- **Logística:**

Como concepto básico la logística es un sistema que integra actividades operativas de forma estratégica, involucra el movimiento de bienes con un tiempo de entrega y en lugar solicitado. A la logística también se le conoce como la administración del transporte y de todas las interrupciones que en ella exista (Ramírez, 2015).

- **Distribución Física:**

Son las operaciones administrativas y operativas que presenta el transporte, es decir es el movimiento o traslado de mercancías de un destino a otro de forma óptima, es decir en el proceso de traslado el producto tiene que mantenerse de forma óptima y llegar al país de destino con la calidad solicitada en el tiempo estipulado (Ramirez, 2015).

- **Comercio Internacional:**

Según Andres Canta, el comercio internacional es un proceso de intercambio activo de bienes o servicios que muchas veces pasan por un proceso de transformación, durante sus inicios este comercio se daba con el intercambio de productos agrícolas. En la actualidad intervienen los tipos de cambio monetario y se pagan impuesto por aranceles y barreras aduaneras (Canta Izaguirre, y otros, 2014).

- **La globalización:**

La globalización es un fenómeno que genera diversos efectos en todas las esferas de la sociedad, como en el ámbito social, político y económico en donde la tecnología tiene un protagonismo importante, este fenómeno de la globalización busca liberar el comercio a nivel mundial con la reducción de los costos de fabricación (Canta Izaguirre, y otros, 2014).

- **Exportación:**

La exportación es una estrategia que usan las empresas para internacionalizarse y así incrementar sus ingresos, conseguir economías de escala , diversificar sus sedes de venta y

así lograr tener presencia en mercados diferentes a los de su origen, en donde venderá sus bienes o servicios (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2004).

Otros autores definen a la exportación como la salida de productos de un determinado país a otro país de destino, y su ingreso puede ser en forma temporal o definitiva. (Bancomext, 2014).

Otro concepto de exportación menciona que es la salida de mercancías que pueden ser vendidas, obsequiadas o donadas entre un país con el resto del mundo. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2017).

- **Importaciones:**

Introducción de mercancías al país que tienen que ser nacionalizadas para poder ser comercializadas, es decir productos que ingresan a un país de procedencia extranjera que es demanda en este país (Universidad Icesi, s.f.).

- **Oferta:**

La oferta es la cantidad que se ofrece de un determinado producto o servicio en un determinado mercado, su como principal elemento es el precio, ya que de ella depende la rentabilidad (Mankiw, 2012).

- **Demanda:**

La demanda es el comportamiento de los compradores frente a un producto y a la cantidad que están dispuestos a adquirir, un elemento fundamental para determinar la demanda es el precio y la cantidad de compradores, ya que determinara si aumenta o disminuye la demanda; a este concepto también se le conoce como la capacidad y disposición a la hora de comprar (Mankiw, 2012).

- **Producto:**

El producto son las características que reúne un bien que finalmente satisface las necesidades o los deseos de un determinado consumidor, en su concepto más básico se puede decir que un producto es un conjunto de elementos físicos y químicos, elementos que hacen posible el uso por los consumidores, porque atraviesan procesos productivos en un país dado durante un periodo, un concepto más actual dice que cuando un consumidor piensa en un producto lo relaciona con imágenes, ideas y juicios de valor y los identifica con una marca. (Farber, 2002).

## 1.5. Formulación del problema

### Problema General

- ¿Cuáles son los procedimientos que desarrolló una empresa destinada al rubro de confección de prendas de vestir de sastrería en el distrito Chorrillos para dar inicio a la exportación de sus productos textiles tales como sastrería en el año 2016?

### Problema Específico

- ¿Cuáles son los canales de comercialización y/o distribución de mercadería a nivel nacional para una empresa destinada al rubro de confección de prendas de vestir de sastrería en el distrito Chorrillos?
- ¿Cuáles son los canales de comercialización y/o distribución de mercadería de mercadería a nivel internacional para una empresa destinada al rubro de confección de prendas de vestir de sastrería en el distrito Chorrillos?
- ¿Cuáles fueron las barreras internacionales que evaluó la empresa para el inicio de sus exportaciones?

## 1.6. Objetivos

### Objetivo General

- Determinar los procedimientos que desarrollo una empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería cuando decidió iniciar sus operaciones en la actividad de exportación.

### Objetivos Específicos

- Describir los canales de comercialización y/o distribución que desarrollo la empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería para realizar su comercialización y distribución a nivel nacional.
- Describir los procesos y canales que tiene que desarrollar la empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería para realizar su comercialización y distribución a nivel internacional.
- Determinar cuáles fueron las barreras internacionales que evaluó la empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería para lograr una exportación exitosa.

## CAPÍTULO II METODOLOGÍA

### 2.1 Diseño de Investigación

Esta presente investigación es descriptiva porque recolecta información que luego se analizó y determino las características, aspectos, y componentes del este tema, Según los autores Hernández; R. Fernández; C., Baptista; M., (2010) en el libro *La Metodología de la Investigación*; mencionan que "los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas"; además la investigación será de corte no experimental, como lo indica el autor Behar ; D. (2008) en su libro *La Metodología de la Investigación*; menciona que la investigación no experimental es cuando "en ellos el investigador observa los fenómenos tal y como ocurren naturalmente, sin intervenir en su desarrollo", otros autores mencionan que la investigación es No Experimental cuando la información reunida no fue ni manipulada y es observada y analizada en su forma natural (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010); esta investigación posee una naturaleza cuantificable, porque en ella se detallan datos reales, que podrán ser medidos con el análisis estadístico.

Las herramientas que se usaron para recolectar información fueron: información bibliográfica de libros especializados, información de base de datos de instituciones especializadas del estado, información de revista especializadas, entrevistas, los cuales permiten contar con información numérica y cualitativa; el diseño de la investigación es transversal, según los autores Hernández; R. Fernández; C., Baptista; M., (2010) en su libro *La Metodología de la Investigación*; mencionan que los "Diseños transversales recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado." esta información que es reunida en los periodos de tiempo desde enero 2016 hasta diciembre 2016 en el presente caso comprendería 12 meses de investigación

En primer lugar, se recogió toda la información, después se realizó un análisis de dicha información, luego se analiza esta data y que se presentan los resultados mediante figuras graficas explicativas para interpretar los resultados obtenidos.

### 2.2 Población

La población que de la presente investigación son las empresas del rubro de confección de prendas de vestir del sector textil que exportan, está conformada por 412 empresas aproximadamente ubicadas en la ciudad de Lima.

## 2.3 Muestra

Para desarrollar la investigación la muestra que se ha determinado es una empresa de confección del rubro confección de prendas de dedicadas a la sastrería ubicadas en el distrito de Chorrillos que iniciaron sus actividades exportadoras durante el año 2016.

## 2.4 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

La investigación se realizó de la siguiente manera:

### a) Recopilación de información:

Los métodos que se van a utilizar para recolectar los datos, que luego serán procesados e interpretados son los siguientes:

- Documentario y bibliográfico: revisión de documentos bibliográficos de libros físicos o virtuales relacionados al comercio internacional, artículos sobre incoterms, páginas web especializadas, revistas especializadas en rubro de prendas de vestir y las confecciones, entrevistas históricas, tesis vinculados con la presente investigación mencionados en la realidad problemática.
- Exploración de bases de datos: reportes de Adex, Siicex, PromPerú, Sunat. De Adex, Siicex y Promperú se obtienen información histórica, estadísticas productos exportados o mercados internacionales, De Sunat se obtiene información documentaria legal, normativa y tributaria para las empresas que exportan como también requisitos necesarios para la realización de una exportación.
- Medios Digitales, como fotografías para capturar la información instantánea de la investigación, como fotos de empresas exportadoras y sus procesos de exportación que incluyen empaques, transporte, etc.

### b) Análisis Documental:

De la información bibliográfica, fotográfica y documentaria recopilada, se analizará para responder a los problemas planteados de la siguiente forma:

- Se analizó las fuentes primarias que se obtuvo de libros, artículos y tesis anteriores de la especialidad para contar con los conceptos y definiciones de la presente investigación.
- Se revisó y analizo las fuentes de Adex, Sunat, Siicex,y Sunat, para tener claro los conceptos en comercialización internacional, con información histórica, documentaria y de base datos, que nos permitieran reconocer el proceso de la exportación.
- Del Trabajo de campo, como las fotografías del proceso de producción y exportación se realizaron con las autorizaciones pertinentes y en los casos que se requieran,

- los Software o programas usados para la elaboración de gráficos y /o tablas estadísticas, fueron el Excel, Corel Draw, y Paint, programas que permiten ingresar fotos, crear gráficos y tabular con facilidad información numérica para brindar los resultados de forma más clara.

**c) Tratamiento de la información:**

Se realizó una selección adecuada de la información relevante para la investigación y el logro de los objetivos con ayuda de gráficos y tablas.

**d) Análisis de Resultados:**

En esta etapa se permito hacer una adecuada interpretación de los resultados, respetando los principios éticos y morales con los que se inició esta investigación de donde saldrán los elementos que permitirán plantear las conclusiones, teniendo el cuidado de no caer en repeticiones de resultados.

**e) Redacción de Documento Final:**

Se formalizo la investigación a través de un documento con el formato otorgado por la Universidad Privada del Norte. En donde se informa que la información realizada en esta tesis es veraz y autentica, con base de hechos históricos y reales emitidos por entidades calificadas.

**f) Presentación de la tesis a la Dirección académica de la Universidad Privada del Norte para su aprobación.**

### CAPÍTULO III RESULTADOS

En el presente capítulo se detallan los siguientes resultados:

Cuando una empresa inicia sus operaciones, tienen que cumplir ciertos reglamentos de carácter legal que son necesarias para que la empresa comience a funcionar.

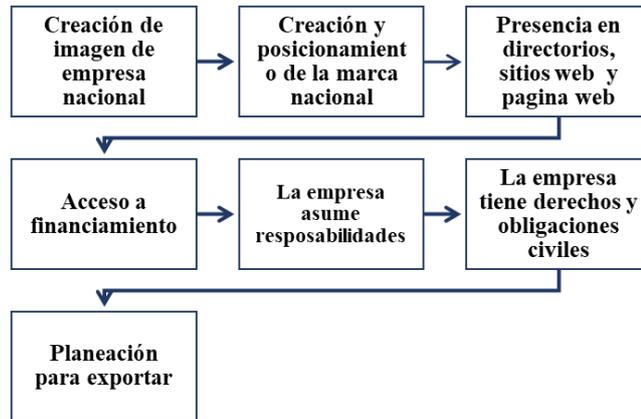


Figura 1. Desarrollo de una empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería en la actividad de la exportación.

Antes de comenzar a desarrollar actividades de exportación, la empresa fue debidamente creada eligió ser una SA, formalizada, y bien constituida, para así poder emitir facturas para efectos fiscalizadores, en donde se colocarán los datos de la empresa propia.

Una vez que la empresa del rubro de prendas de vestir de sastreria que ya logro tener una imagen y posicionamiento local y nacionalmente, comenzara acomienze a apostar por el mercado internacional tiene que tener algunas consideraciones.

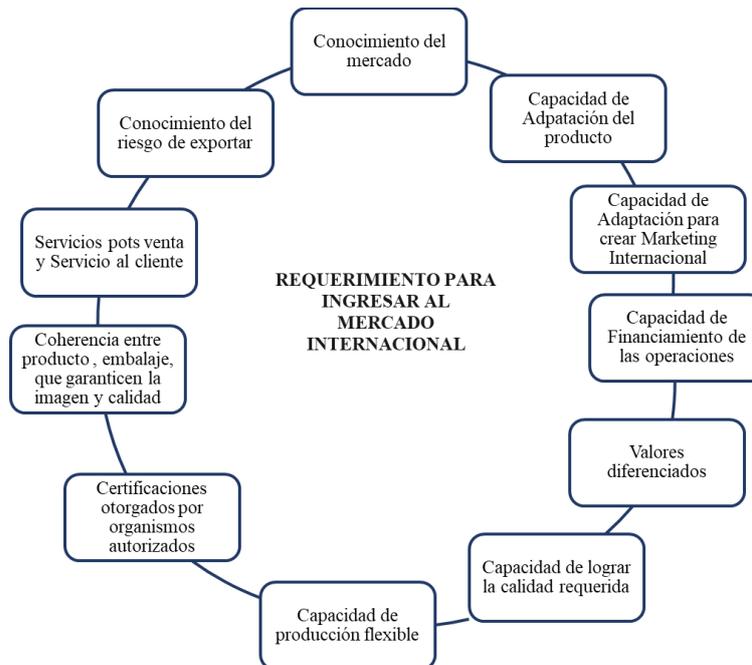


Figura 2. Desarrollo de una empresa textil para ingresar al mercado internacional.

A su vez la empresa tuvo que adquirir algunos conocimientos previos del mercado al que desea exportar tales como el:

- Conocimiento del mercado.
- Capacidad de Adaptación del producto.
- Capacidad de Adaptación para crear Marketing Internacional.
- Capacidad de Financiamiento de las operaciones.
- Valores diferenciados.
- Capacidad de lograr la calidad requerida.
- Capacidad de producción flexible.
- Certificaciones otorgadas por organismos autorizados.
- Coherencia entre producto, embalaje, que garanticen la imagen y calidad.
- Servicios pots venta y Servicio al cliente conocimiento del riesgo de exporta.

La empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería usa la distribución indirecta - canal corto y en el canal moderno para la distribución de sus productos a nivel nacional, esto quiere decir que no tiene intermediarios y que solo cuenta con un mediador en este caso las tiendas propias y tiendas por departamento, usando así su propia logística en transporte que le permite llegar a estas tiendas en donde los clientes obtendrán los productos deseados o necesitados



*Figura 3.* Canal de distribución nacional de la empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería. La empresa desde su planta matriz de fabricación o planta de producción distribuye sus productos hasta los puntos de destino en este canal cada participante cumple algunas funciones como:

- **El fabricante:** es el que canaliza todas las decisiones básicas de la distribución y comercialización, evalúa que su producto necesita de algunas condiciones de transporte.
- **Detallista:** Poseedor de información del producto y principal fuerza de ventas, brinda información del cliente, las preferencias del mercado y la competencia.
- **Ciente:** Promocionan de manera indirecta o de boca a boca el producto ayudando así al posicionamiento de la marca, ayudarán a determinar la cantidad a Fabricar.

Además, cuando se empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería abastece sus tiendas se tiene un procedimiento ya establecido dentro de la empresa.

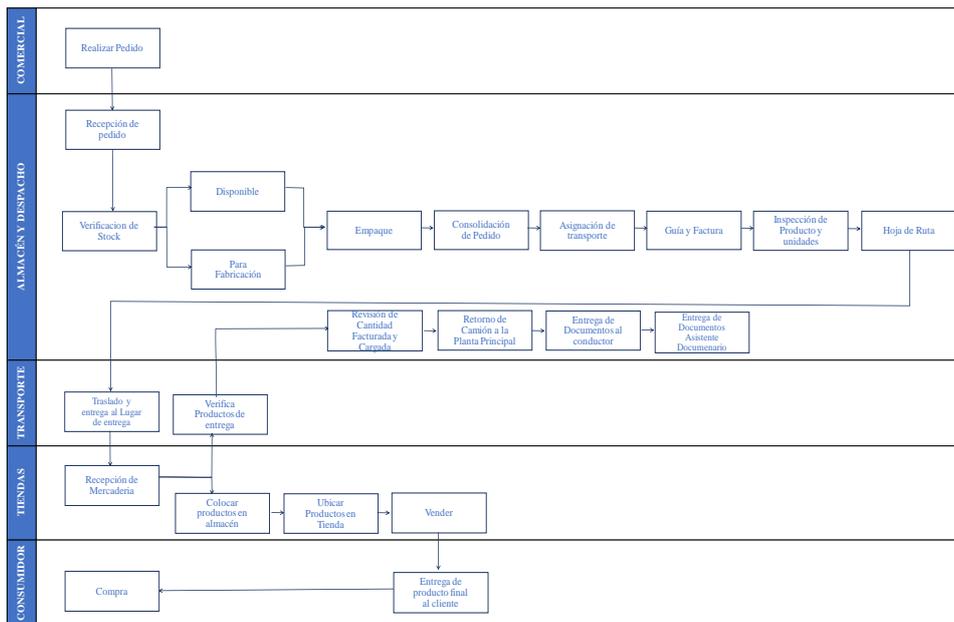


Figura 4. Proceso del despacho a nivel nacional de prendas textiles de sastrería.

Para realizar el abastecimiento a las tiendas de prenda de vestir, el proceso comienza con un pedido del área comercial que es el área que determina que prendas serán destinadas a las tiendas, este pedido que colocarán será definido con el área de diseño (para la definición de modelos para cada tienda), recibiendo la aprobación de la gerencia general de la empresa, una vez emitido el pedido es porque ya pasaron estos previos filtros, esta aprobación de pedido lo recepciona el área de los almacenes y despacho. En el almacén se empaquetan y consolidan de acuerdo al pedido solicitado, programan así a un transportista y preparan las guías con sus respectivas facturas por cada tienda.



Figura 5. Proceso del despacho a nivel nacional de prendas textiles de sastrería.

El canal indirecto-canal largo, indica que trabajan con un intermediario cuya función es asegurar que la operación funcione tanto para el exportador como para el importador, a su vez el mayorista se encarga de transportar, almacenar, pagar al exportador y colocar la mercadería en las tiendas comerciales que finalmente llegarán al cliente final.

Para lograr realizar la exportación de los productos de sastrería al mercado exterior, la empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería definió el transporte internacional más adecuado para sus productos.

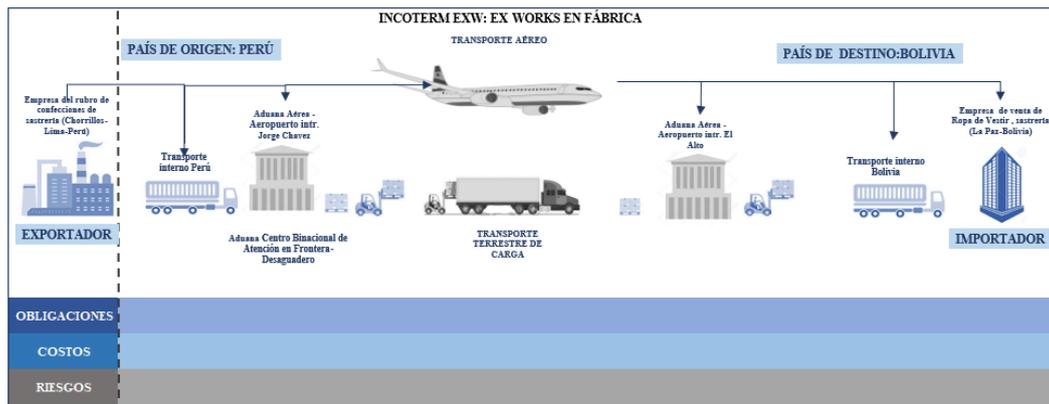


Figura 6. Proceso Distribución física internacional de prendas textiles de sastrería.

El Transporte terrestre que es el más adecuado por la distancia entre Perú y Bolivia (tiempo aproximado de llegada 26 horas, con un distancia recorrida aproximadamente de 1,078 kilómetros) y en algunos casos de urgencia el transporte usado sería el transporte internacional Aéreo (tiempo estimado de llegada 2 horas) usando el incoterm EXW (“En Fábrica”) aplicable para ambos casos, así el exportador realiza la entrega cuando pone a disposición la mercadería en las instalaciones dentro de la fábrica del rubro de confecciones este caso se colocan en el almacén para empacar y embalar apropiadamente las mercancías de acuerdo a lo solicitado por el importador, entregando así la mercancía y la factura comercial más los documentos y certificados necesarios para la exportación.

En el inicio del proceso de la exportación la empresa tiene que reunir algunos documentos que dependerán de la naturaleza de la mercancía, el lugar a exportar y la cantidad a exportar, esta información se formalizara con el contrato de compra y venta internacional.

**Documentos emitidos por el exportador**



**Documentos emitidos por el Agente de Aduana**



**Documentos emitidos por la empresa de transporte**



**Documentos emitidos por el terminal**



**Documentos emitidos por el Seguro**



**Documentos emitidos por el Banco**



**Documentos emitidos por el Ministerio de Turismo y Comercio Exterior**

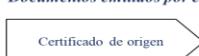


Figura 7. Proceso documentario para la exportación.

En este proceso el exportador se tiene que encargar de generar la factura comercial que es un documento de vital importancia porque es un documento comercial y a su vez tributario en donde se detalla la operación de la compra y venta internacional, y así el importador pueda realizar las operaciones de pago y las operaciones aduaneras que corresponden, estos documentos servirán para declarar ante las autoridades de la aduana, en este documentos se colocan las razones sociales de los involucrados, Ruc, las cantidades negociadas bien detalladas, la partida arancelaria que le corresponde con su descripción, además se indica el país de origen y el de destino, se recomienda colocar en dos idiomas (del exportador y del importador). El documento del packing List aquí se detallarán todas las características de la carga es decir la cantidad, contenido, el peso, se estila usar cajas para prendas pequeñas y porta ternos para prendas de cuidado colocando un rotulo esta información ayuda a ubicar y organizar la mercadería, el exportador a su vez se encargara de generar una Guía de Remisión, en este documento se coloca el traslado de la mercancía, en esta guía la información que se consideran información básica como también el motivo del traslado, datos del transporte, del conductor, los datos bien detallados de todo lo que se traslada, las fechas de traslado, se consigna el puerto, marca y número de placa del transporte, constancia de que el vehículo está habilitado; las guías son dirigidas al terminal terrestre, o aéreo o marítimo; estas guías son ingresadas en el sistema de aduanas en esta información también está contenida en la DAM, luego se genera la Declaración Aduanera de Mercancías Provisional o DUA, este es un documento actúa como instructivo que se emite por la empresa exportadora al operador logístico con esta información se genera responsabilidad al exportador y luego se generara la numeración de la DAM.

Antes de que la empresa se decida a exportar y como empezar a hacerlo fue fundamental tomar en consideración algunos factores para la internacionalización.



Figura 8. Barreras Internacionales para internacionalización de la empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería.:

- **Factores Culturales:** la cultura está integrada por personas que realizan las mismas actividades, valores, creencias y costumbres en un determinado lugar, por esta razón es importante tomar en consideración este aspecto para poder lograr entender cómo funcionan las otras culturas así colocar productos adecuados y que funcionen para cada mercado.
- **Riesgo:** el principal riesgo del exportador es el riesgo de no pago, por parte del importador, lo que significaría que el exportador terminaría perdiendo su mercancía y sus ganancias, por esta razón la empresa exportadora negoció sus términos de pago a un pago del 60% por adelantado y el 40% habiendo llegado la mercancía al país de destino.
- **Factores Políticos o Legales:** Para que la empresa logre exportar con éxito, necesita conocer los documentos legales que necesita para que una mercancía ingrese a un determinado país, como también necesita conocer las políticas internas del país, como las políticas de cambio.
- **Normas de origen:** Uno de los requisitos técnicos solicitados para la exportación más importante que solicita la empresa exportadora a una entidad pública del estado es el certificado de origen con este certificado puede acceder al beneficio tributario.
- **Problemas de Transporte:** por ser sus primeras veces exportando la empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería decidió negociar un incoterm Exword en este caso usan el transporte terrestre para las cargas consolidadas y transporte aéreo para las cargas urgentes.
- **Límites de cantidad a producir:** en el inicio de las negociaciones. las empresas exportadoras como importadora definieron la cantidad para producción, por otro lado, y al ser tan riguroso tanto las supervisiones de calidad la empresa exportadora optó por confeccionar un 5% adicional a lo pactado con el fin de cubrir los imprevistos.
- **Barreras Arancelarias:** Por ser socios países pertenecientes a una misma región y a su vez siendo participantes en los mismos tratados como del CAN (Comunidad Andina) y Mercosur se acceden a algunos beneficios tributarios para estos tipos de mercancías como son la sastrería en general, ingresando a Bolivia con arancel cero beneficios que la empresa nacional toma en cuenta para realizar sus exportaciones, pero para acceder a estos beneficios la empresa nacional de sastrería tiene que presentar el certificado de origen correspondiente.

## CAPÍTULO IV DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La presente investigación ha tenido como objetivos determinar los procedimientos, los canales de distribución o comercialización que desarrollo una empresa del rubro de prendas de vestir cuando decidió de sastrería iniciar sus operaciones en la actividad de exportación como también las barreras que existieron cuando decidieron iniciar este proceso.

En el Grafico 1 y 2 se describen lo que una empresa del rubro de pendas de vestir de sastrería tuvo que realizar antes de pensar en la internacionalización, en el libro "*La ingeniería de la exportación la ruta para Internacionalizar su empresa*" menciona que para que una empresa decida exportar primero tiene que superar retos internos para luego pensar en internacionalizarse y tomar como una opción a la exportación, a su vez menciona que las gestiones de los mercados internacionales requieren de creatividad para el ingreso a los mercados, lo que significa que la empresa tiene que tener los recursos humanos capacitados que generen innovaciones para poder competir en el mercado mundial.

En los gráficos 4, 5, se observan cuáles y como son los canales de distribución local y nacional que usa la empresa del rubro de prendas de vestir sastrería para la su comercialización de sus productos localmente y nacionalmente aprovechando que cuentan con su propio logística de transporte, además de dar a conocer como se inicia este proceso a través de los pedidos comerciales, el canal elegido por la empresa fue el indirecto Corto, en el libro "*Logística comercial Internacional*" establece que la identificación correcta del canal más apropiado busca la satisfacción del cliente, lo que significa que el canal indirecto corto es el más viable para la satisfacción de sus clientes.

En los gráficos 5, 6, 7, se puede ver que en el camino de la exportación, se tienen que tomar varios puntos en consideración como el tipo de canal a usar para llegar al cliente final en este caso la empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería eligió el canal indirecto largo que involucra a mediadores o intermediarios, además también el tipo de documentación que se requieren para estos casos, estos documento se detallan en el "*Manual de Documentos de Exportación*", otro elemento importante en una exportación son los transportes a usar que dependen del lugar de destino en este caso el país destino es Bolivia, en este punto el libro de "*Guía práctica de las reglas Incoterms 2010, derechos y obligaciones sobre las mercancías en el comercio internacional*" el autor mencionan que para definir el transporte es necesario definir los incoterms para conocer cuáles son las obligaciones del exportador e importador.

En el gráfico 8 se detallan las Barreras que tiene la empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería a la hora de decidir exportar, coinciden con lo indicado en el libro "*La Ingeniería De La Exportación, Como Elaborar Planes Innovadores de Exportación*" mencionan que si una empresa tiene conocimiento del mercado al que decide exportar tiene más posibilidades de lograr el éxito.

### **LIMITACIONES:**

Una de las principales limitantes internas para el desarrollo de la investigación es el tiempo , porque para investigar se tiene que dedicar mucho tiempo para hacer posible la culminación del proyecto , este tiempo que se ve interferido por otras obligaciones y deberes; otra limitante interna fue la falta de acceso a la información que no es restringida pero si requiere de algunos permisos y autorizaciones; entre las limitantes externas para desarrollar el proyecto de investigación es el retraso que se generó en las asesorías para el planteamiento y elección del tema para proyecto de investigación que fue brindada por la Universidad Privada del Norte.

### **CONCLUSIONES:**

- Se concluye que con la investigación bibliográfica y reglamentaria dispuestas por el estado se logro determinar cuales fueron los procedimientos que desarrollo la empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería cuando decidió iniciar sus operaciones en la actividad de exportación.
- Se concluye que con la investigación bibliográfica especializada y la información histórica de la empresa se logro describir los procesos y canales que desarrolla la empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería para realizar su comercialización y distribución a nivel nacional.
- Se concluye que con la bibliografía especializada en canales de distribución se describen los procesos y canales que tiene que desarrollar la empresa del rubro de prendas de vestir de sastrería para realizar su comercialización y distribución a nivel internacional.
- Se concluye por medio de las bases bibliográficas de comercio exterior con la explicación de cuáles fueron las barreras internacionales que evaluó la empresa para lograr una exportación exitosa.

## REFERENCIAS

- Lenin Padilla, E. (2012). *Desarrollo de los Aspectos Metodológicos para la Implementación de un Sistema Integrado de Gestión en la Industria Textil y Confecciones*. Tesis, Lima.
- Alcalá, F. (2013). *Diferenciación Vertical y Sofisticación Exportadora en el Comercio Internacional* (1 ed.). Madrid, España: Editorial Biblioteca Nueva. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=QBcz4Wkl6IEC&printsec=frontcover&dq=comercio+internacional&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=comercio%20internacional&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=QBcz4Wkl6IEC&printsec=frontcover&dq=comercio+internacional&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=comercio%20internacional&f=false)
- Almeida Agular, A. M., Culcay Uscategui, R. E., & Endara Velez, B. I. (2012). *Diseño por Procesos para Empresas Textiles En Confección de Prendas*. Tesis, Guayaquil.
- Asturias Méndez, A. B. (2015). *Producción Y Comercialización De Saco Casual Reversible para Caballero, en la Zona 1 Del Centro Histórico De La Ciudad De Guatemala*. Tesis, Guatemala.
- B.Caravedo. (2013). *¿Es posible innovar el sentido común? (a propósito de la incorporación de la responsabilidad social en las organizaciones)*. Lima: Universidad Pacífico. Obtenido de [www.up.edu.pe](http://www.up.edu.pe)
- Bancomext. (2014). *Bancomext*. Obtenido de [Bancomext: http://www.bancomext.com/soporte/glosario](http://www.bancomext.com/soporte/glosario)
- Bennasar, D. T. (s.f.). *Universidad de las islas Baleares*.
- Cabello, M., & Cabello, J. M. (2014). *Las Aduanas y el Comercio Internacional* (4 ed.). Madrid, España: Editorial, Esic. Obtenido de *Las Aduanas y el Comercio Internacional*: [https://books.google.com.pe/books?id=C-wdAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comercio+internacional&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=comercio%20internacional&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=C-wdAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comercio+internacional&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=comercio%20internacional&f=false)
- Canovas, A., & Cuatrecasas, L. (2011). *Logística Integral, Lean Supply Chain Management*. Barcelona, España: Profit Editorial. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=68tx0owyJ0wC&printsec=frontcover&dq=LOGISTICA&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=LOGISTICA&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=68tx0owyJ0wC&printsec=frontcover&dq=LOGISTICA&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=LOGISTICA&f=false)
- Canta Izaguirre, A., Casabella, R., Oscar Conde, Á., Cordiano, M., Torres, G., & Rosello Fernandez, J. (2014). *Comercio Internacional del siglo XXI la puerta de acceso a los negocios Globales*. Buenos Aires, Argentina: Dunken. Obtenido de *Comercio Internacional del siglo XXI la puerta de acceso a los negocios Globales*:

[https://books.google.com.pe/books?id=A91CAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comercio+internacional&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=comercio%20internacional&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=A91CAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comercio+internacional&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=comercio%20internacional&f=false)

Carle, G. C. (2014). *Internacionalización, Mercados y Empresas*. Madrid, España: Esic Editorial. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=pUIVAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=internacionalizacion+de+las+empresas&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=pUIVAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=internacionalizacion+de+las+empresas&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Castañeta, V. (2014). *Costos de la fibra, Textil, y Confección*. Lima: Grupo Grafico Osito SAC.

Castañeta, V. (2014). *Costos de la fibra, Textil, y Confección*. Lima: Grupo Grafico Osito SAC.

Céspedes, N., Lavado, P., & Ramírez, N. (2016). *Productividad en el Perú: Medición, Determinantes, e Implicancias* (1 ed.). Lima, Perú: Universidad del Pacífico. doi:<http://studyres.es/doc/3218312/productividad-en-el-per%C3%BA---repositorio-de-la-universidad-...>

Dancourt, Ó. (19 de Abril de 2009). *la Republica*. Obtenido de <http://larepublica.pe/columnistas/actualidad-economica-oscar-dancourt/la-economia-peruana-y-la-crisis-mundial-i-19-04-2009>

Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2004). *Negocios Internacionales ,Ambientes y operaciones* (10 ed.). México: Pearson Educación. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=lc9iA9JOAhEC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=lc9iA9JOAhEC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

*Definición ABC*. (s.f.). Obtenido de [www.definicionabc.com/economia/produccion.php](http://www.definicionabc.com/economia/produccion.php)

*Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. (Abril de 2017). Obtenido de Departamento Administrativo Nacional de Estadística: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/comercio\\_exterior/Glosario-exportaciones-importaciones.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/comercio_exterior/Glosario-exportaciones-importaciones.pdf)

Diario Gestión. (17 de Junio de 2015). *Diario Gestión*. Obtenido de <http://gestion.pe/economia/mesa-textil-y-confecciones-sector-ya-se-encuentra-crisis-2134987>

EC. (16 de Marzo de 2016). *El Comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/viu/lif-week-2016-sastreria-protagonista-430426>

Farber, P. B. (2002). *199 Preguntas sobre Marketing y publicidad*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=sJikTspq7iUC&printsec=frontcover&dq=199+Preguntas+ Sobre+Marketing+y+Publicidad&hl=es->

419&sa=X&redir\_esc=y#v=onepage&q=199%20Preguntas%20Sobre%20Marketing%20y  
%20Publicidad&f=false

- Fernández, S. (19 de Abril de 2016). *La Expansión*. Obtenido de <http://www.expansion.com/fueradeserie/moda-y-caprichos/2016/04/18/5710b1f846163f50178b4598.html>
- Filipescu, D., Prashantham, s., & Riald, A. (2013). Technological Innovation and Exports:Unpacking Their Reciprocal Causality. *Journal of International Marketing*, 21(1). Obtenido de [http://www.academia.edu/12436922/Technological\\_Innovation\\_and\\_Exports\\_Unpacking\\_Their\\_Reciprocal\\_Causality](http://www.academia.edu/12436922/Technological_Innovation_and_Exports_Unpacking_Their_Reciprocal_Causality)
- García, D. S. (2014). 2.1. *Guía práctica de las reglas Incoterms 2010, derechos y obligaciones sobre las mercancías en el comercio internacional* (1 ed.). Marge Books. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=BemRDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=INCOTERMS&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=INCOTERMS&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=BemRDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=INCOTERMS&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=INCOTERMS&f=false)
- Gomez, D. J. (2011). *Universidad del Azuay*. Obtenido de <http://www.dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/318/1/08573.pdf>
- Gonzales, V. (21 de Diciembre de 2016). Incalpaca TPX: Empresa Peruana de Calidad Mundial. (T. i. Media, Ed.) *Textiles panamericanos*, 76(6), 18-21. Obtenido de <http://textilspanamericanos.com/issues/noviembre-diciembre-de-2016/>
- Helpman, E. (2014). *El Comercio Internacional*. Fondo de la Cultura Economica.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2010). *Metodología de la Investigación* (Vol. 5to). (J. M. Chacón, Ed.) México: Interamericana Editores, S.A.
- Huanca Foronda, C. D. (2013). *Factores Determinantes De La Industria Textil En Bolivia Periodo (2000 - 2013)*. Tesis, La Paz.
- La Gran Enciclopedia de Economía*. (s.f.). Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/produccion/produccion.htm>
- Lazcano, M. (19 de Abril de 2017). *La Razón*. Obtenido de [http://www.la-razon.com/economia/Bolivia-FMI-eleva-expansion-PIB\\_0\\_2694330550.html](http://www.la-razon.com/economia/Bolivia-FMI-eleva-expansion-PIB_0_2694330550.html)
- Lopez Duarte, C., Vidal Suárez, M., & Gónzales Mieres, C. (2016). *Estrategias de internacionalizacion de una empresa, casos prácticos* (1 ed.). Septem Ediciones. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=67cADQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=internacionalizacion+de+las+empresas&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=67cADQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=internacionalizacion+de+las+empresas&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Lopez, C. A. (Setiembre de 2012). *Scielo*. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n42/n42a07.pdf>

- Mancera, A. C. (2015). *Negocios Internacionales, en un mundo Globalizado* (Primera ed.). México DF, México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=XNBUCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=negocios+internacionales&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=negocios%20internacionales&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=XNBUCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=negocios+internacionales&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=negocios%20internacionales&f=false)
- Mankiw, N. G. (2012). *Principios de Economía* (Sexta edición ed.). (J. Reyes Martinez, & T. Eliosa Garcia, Edits.) Santa Fe, Mexico: Cengage Learning. Obtenido de <http://latinoameria.cengage.com>
- Maya, J. S. (2017). *Desarrollo Personal*. Obtenido de Desarrollo Personal: <https://www.sebascelis.com/exito-empresarial/>
- Mendoza Zapata, C. A., & Giraldo Pardave, M. A. (2016). *La Internacionalización y su Relación con la Competitividad de las Pymes Exportadoras Textiles ubicadas en Lima Metropolitana*. Tesis, Universidad San ignacio de Loyola, Lima. Obtenido de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2681/1/2017\\_Mendoza\\_La%20internacionalizacion-y-su-relacion-con-la-competitividad.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2681/1/2017_Mendoza_La%20internacionalizacion-y-su-relacion-con-la-competitividad.pdf)
- Minervini, N. (2014). *Ingeniería de la Exportación, cómo elaborar planes innovadores de exportación*. México: Cengage Learning Editores.
- Minervini, N. (2016). *Ingeniería de la Exportación: La Ruta para Internacionalizar su empresa*. Madrid, España: FC Editorial. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=reMmDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT22&dq=cuando++exportar&ots=L86Rqn7h-Z&sig=ShSNJEEYghoCikyGfC3S0kMigBA#v=onepage&q=cuando exportar&f=false>
- Morante Verástegui, M. S. (2016). *Estudio De Mercado Para Determinar La Oportunidad De Comercializar T-Shirts A Base De Algodón Orgánico Peruano Con Destino Al Sector Textil De Medellín, Colombia*. Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo , Chiclayo. Obtenido de [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/826/1/TL\\_MoranteVerasteguiMayluz.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/826/1/TL_MoranteVerasteguiMayluz.pdf)
- Naciones Unidas, Nueva York. (2012). *Estadísticas del comercio internacional de mercancías: conceptos y definiciones*. Obtenido de [https://unstats.un.org/unsd/trade/eg-imts/IMTS%202010%20\(Spanish\).pdf](https://unstats.un.org/unsd/trade/eg-imts/IMTS%202010%20(Spanish).pdf)
- Padilla Reyes, E. L. (2012). *Desarrollo De Los Aspectos Metodológicos para la Implementación De Un Sistema Integrado De Gestión En La Industria Textil Y Confecciones*. Universidad Católica del Perú, Lima.
- Peru.Com. (29 de Mayo de 2015). Obtenido de <http://peru.com/mujeres/belleza-y-moda/jorge-luis-salinas-impacto-su-nueva-coleccion-peru-moda-noticia-361456>

- Pro Export Colombia. (s.f.). *Pro Export Colombia*. Obtenido de Pro Export Colombia:  
[http://www.ccmpe.org.co/ccm/contenidos/181/Como\\_preparar\\_la\\_empresa\\_para\\_exportar.pdf](http://www.ccmpe.org.co/ccm/contenidos/181/Como_preparar_la_empresa_para_exportar.pdf)
- ProMéxico. (2015). *Decidete a Exportar, Guía Básica* (1 ed., Vol. 1). México, México.
- R., E. V. (2014). *Tratados de Libre Comercio Retos y Oportunidades* (Primera ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones, Ecoe. Obtenido de  
[https://books.google.com.pe/books?id=wsE0DgAAQBAJ&pg=PA11&dq=factores+para+exportar&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=factores%20para%20exportar&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=wsE0DgAAQBAJ&pg=PA11&dq=factores+para+exportar&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=factores%20para%20exportar&f=false)
- Ramirez, A. C. (2015). *Logística Comercial Internacional*. Barranquilla, Colombia: Ecoe Ediciones. Obtenido de [www.ecoedediciones.com](http://www.ecoedediciones.com)
- Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la investigación*. (A. Rubeira, Ed.) Editorial Shalom 2008.
- Ruiz Marigomez, P. (2015). *Estrategia Comercial Internacional del Sector Textil Español: Un Análisis De Casos tomando como referencia la Ciudad de Londres*. Tesis, Cantabria.
- Siicex. (2016). *Servicio al Exportador*. Obtenido de  
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>
- Siicex. (2014). Obtenido de  
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/BoletinPM-PGS2014.pdf>
- Siicex. (2014). *Siicex*. Obtenido de  
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/BoletinPM-PGS2014.pdf>
- Telesur. (7 de Setiembre de 2017). Obtenido de <https://www.telesurtv.net/news/Reafirman-crecimiento-economico-de-Bolivia-20170907-0026.html>
- Tello Trillo, C. J. (2007). *Las Restricciones no Arancelarias: Los Reglamentos Técnicos y su impacto en el comercio peruano*. Lima.
- Textil del Valle. (s.f.). *Textil del Valle*. (G. Cadit, Editor) Obtenido de Textil del Valle:  
<http://www.textildelvalle.pe/social-responsibility.html>
- Tiza Mesías, L. J. (2016). *Exportación de prendas de vestir para damas a Bolivia para incrementar la rentabilidad de una empresa textil ubicada en Gamarra*. Tesis, Lima.
- Universidad Icesi. (s.f.). Obtenido de Universidad Icesi:  
<http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/02/01/%C2%BFque-es-una-importacion/>
- Urquiza Rivas, G. (2006). *Análisis de Desarrollo de Producto para Prendas de Vestir para Exportación*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

Valencia Gutierrez, D. A., & Gallegos Berrocal, S. A. (s.f.). *Impacto Del Acuerdo Comercial En Las Oportunidades De Negocio de La Región Arequipa Con El Mercado De Brasil, 2009-2014*. Tesis, Universidad Católica de Santa María, Arequipa.

Verkami. (2012). *Verkami*. Obtenido de <https://www.verkami.com/projects/980-campana-ropa-limpia-guia-para-vestir-sin-esclavitud>