



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN PARA LAS T-SHIRTS DE  
ALGODÓN AL MERCADO ESTADOUNIDENSE PERIODO 2012-2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORA:**

**FLORES CARBAJAL, KAROL PATRICIA**

**ASESORA**

**Dra. ACOSTA LIMAY, ROSIO ELIZABETH**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL**

**LIMA-PERÚ**

**2018**



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE DESARROLLO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
N° 31- 2018/EP-NI-DPI

El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con Resolución Directoral N° 144-2018-UCV- LN/EP-NI-DPI de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales acuerdan:

**PRIMERO:**

Aprobar por unanimidad ( )  
Aprobar por mayoría ( )  
Desaprobar ( )

El Desarrollo de Proyecto de Tesis presentado por el (la) estudiante: FLORES CARBAJAL KAROL PATRICIA, denominado:

**“OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN PARA LOS T-SHIRTS DE ALGODÓN AL MERCADO ESTADOUNIDENSE PERIODO 2012 - 2016”**

**SEGUNDO:** Al culminar la sustentación, el (la) estudiante obtuvo el siguiente calificativo:

NÚMERO	LETRAS	CONDICION
13	TRECE	APROBAR POR UNANIMIDAD

Presidente DOCTOR: FRIAS GUEVARA, ROBERTH

Firma

Secretario MAESTRO: GUERRA BENDEZU, CARLOS ANDRES

Firma

Vocal MAESTRO: PINGO ZAPATA, MANUEL ENRIQUE

Firma

Los Olivos, viernes, 13 de Julio de 2018

### **Dedicatoria**

A mi madre que siempre me apoyo para culminar mi carrera, a mi padre, hermanos y abuelos que siempre me motivaron a seguir adelante y no rendirme en el camino.

### **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por brindarme las fuerzas, posibilidades de retomar mis estudios y culminarlos.

A mis padres por su apoyo incondicional para ser una profesional.

A los asesores que me apoyaron en el desarrollo de mi tesis.

## **Declaración de Autenticidad**

Yo, Karol Patricia Flores Carbajal, con DNI N° 47486182, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 02 de Julio del 2018

Karol Patricia Flores Carbajal

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del jurado presento ante ustedes la tesis titulada “Oportunidades de exportación para las t-shirts de algodón al mercado estadounidense en el periodo 2012-2016”. El objetivo de esta investigación es determinar las oportunidades de exportación de las t-shirts de algodón. El trabajo de investigación consta de siete capítulos:

En el capítulo I, se presenta la introducción conformada por la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación del estudio, objetivo general y objetivos específicos; y por último la hipótesis general y específicas.

Capítulo II, explica la metodología empleada para hallar los resultados en la investigación que implica el diseño de la investigación, las variables y su operacionalización, la población, la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, los métodos de análisis de datos y los aspectos éticos.

En el capítulo III, se muestran los resultados de la investigación que han sido representados en cuadros y gráfico, con sus respectivas interpretaciones.

En el capítulo IV, se presenta la discusión donde se evidencia si hay relación con los trabajos previos expuestos en el capítulo I dentro de la investigación.

En el capítulo V, se encuentra las conclusiones de acuerdo a los resultados de las variables de investigación.

En el capítulo VI, Se plantean las recomendaciones, respecto con cada conclusión mencionada en capítulo anterior.

Capitulo VII, se presentan las referencias de acuerdo a las normas de la Asociación de Psicólogos Americanos (APA).

Finalmente, los anexos donde se indicara la matriz de consistencia, cuadros y reportes finales.

Señores miembros del Jurado:

En el cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Oportunidades de exportación para las t-shirts de algodón al mercado estadounidense periodo 2012-2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Negocios Internacionales.

Karol Patricia Flores Carbajal

## **ÍNDICE**

	<b>Pág.</b>
<b>PAGINAS PRELIMINARES</b>	
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
<b>RESUMEN</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>xii</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>13</b>
1.1 Realidad Problemática	13
1.2 Trabajos previos	14
1.3 Teorías relacionadas al tema	16
1.4 Formulación del Problema	18
1.4.1 Problema General	18
1.4.2 Problemas Específicos	18
1.5 Justificación del estudio	18
1.6 Hipótesis	18
1.6.1 Hipótesis General	18
1.6.2 Hipótesis Específicas	18
1.7 Objetivos	18
1.7.1 Objetivo General	19
1.7.2 Objetivos Específicos	19
<b>II. MÉTODO</b>	<b>21</b>
2.1 Diseño de Investigación	21
2.2 Variables, Operacionalización	21
2.3 Población y muestra	21
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	21
2.5 Métodos de análisis de datos	21
2.6 Aspectos éticos	21
<b>III. RESULTADOS</b>	<b>22</b>

3.1	Resultados sobre oportunidades de demanda	22
3.1.1	Resultados volumen de importación	22
3.1.2	Resultados valor de importación	23
3.1.3	Resultados precio de importación	25
3.1.4	Resultados PIB per cápita	26
3.2	Resultados sobre oportunidades de demanda	28
3.2.1	Resultados valor de exportación	28
3.2.2	Resultados volumen de exportación	29
3.2.3	Resultados precio de exportación	31
IV.	DISCUSION	33
V.	CONCLUSION	34
VI.	RECOMENDACIONES	35
VII.	REFERENCIAS	36
	ANEXOS	40
	Anexo 1. Matriz Consistencia	41
	Anexo 2. Juicio de Expertos	42
	Anexo 3. Subpartida	45
	Anexo 4. Comercio Mundo y Comercio Perú	46
	Anexo 5. Guía industria de la vestimenta	47
	Anexo 6. Arancel principales productos textiles	48



## INDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Matriz de Operacionalización	20
Tabla 2. Volumen de importación de T-shirts de algodón de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en toneladas	22
Tabla 3. Valor de importación de T-shirts de algodón de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en miles de dólares	23
Tabla 4. Precio de importación de T-shirts de algodón por parte de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en USD	25
Tabla 5. PIB per cápita de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en dólares	27
Tabla 6. Valor de exportación de T-shirts de algodón a Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en millones de dólares	28
Tabla 7. Volumen de exportación de T-shirts de algodón a Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en toneladas	30
Tabla 8. Precio de importación de T-shirts de algodón por parte de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en USD	31

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Volumen de importación de T-shirts de algodón de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en miles de toneladas	22
Figura 2. Valor de importación de T-shirts de algodón de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en miles de dólares	24
Figura 3. Precio de importación de T-shirts de algodón por parte de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en USD	26
Figura 4. PIB per cápita de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en dólares	27
Figura 5. Valor de exportación de T-shirts de algodón a Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en millones de dólares	29
Figura 6. Volumen de exportación de T-shirts de algodón a Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en toneladas	30
Figura 7. Precio de exportación de T-shirts de algodón a Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en USD	32

## **RESUMEN**

La presente investigación tiene como objetivo determinar las oportunidades de exportación de t-shirts al mercado estadounidense 2012-2016, por tal motivo, se recopilaron datos reunidos de diversas instituciones sobre exportación de las prendas peruanas, y del mercado de Estados Unidos como oportunidad al visualizar sus estadísticas de consumo durante el periodo 2012-2016, con tales datos se describió la evolución de las oportunidades de demanda del mercado que es Estados Unidos y las oportunidades de oferta del Perú; la variable oportunidad de demanda fue medida usando los indicadores: volumen, valor, precio y PBI per cápita. Seguidamente, la variable oportunidad de oferta se midió a través del indicador: volumen, valor y precio. De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, se concluyó que existe oportunidad de exportación a Estados Unidos, ha representado como principal destino en los últimos años, ha tenido una tendencia positiva en el último periodo.

Palabras claves: Oportunidades de demanda, Oportunidades de oferta.

## **ABSTRACT**

The objective of this research is to determine the opportunities for export of t-shirts to the US market 2012-2016, for this reason, data gathered from various institutions on the export of Peruvian garments, and the United States market as an opportunity to visualize its consumption statistics during the period 2012-2016, with such data was described the evolution of market demand opportunities that is the United States and the supply opportunities of Peru; the demand opportunity variable was measured using the indicators: volume, value, price and GDP per capita. Next, the bid opportunity variable was measured through the indicator: volume, value and price. According to the results obtained in the investigation, it was concluded that there is an opportunity to export to the United States, it has represented the main destination in recent years, it has had a positive trend in the last period.

Key words: Demand opportunities, offer opportunities.

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Realidad Problemática

Dentro de la industria peruana uno de los más dinámicos e influyente en nuestra economía, generador de puestos de trabajo por la alta demanda de mano de obra para la producción, elaboración del producto es el sector textil y confecciones. (Salazar, 2013)

En este sector los T-shirts de algodón que pertenecen a los productos no tradicionales se ha convertido en un producto de exportación estrella, muy aceptable y reconocido en el mercado exterior.

Entre los principales destinos encontramos a Estados Unidos; un mercado impulsado por la moda y las últimas tendencias; que ha consolidado como importante proveedor de T-shirts de algodón al Perú.

Según Trademap (2018), las exportaciones a este país en el año 2016, de la partida de estudio 6109100031: T-shirts y camisetas interiores, de punto: de algodón para hombres y mujeres; ascendieron por un valor exportado de 100 millones.

Estados Unidos pertenece a uno de los principales mercados con mayor población y poder adquisitivo, posee una gran oportunidad de comercio a causa del tamaño, características del consumidor, mercado, acuerdos comerciales; convirtiéndolo, además posee una ventaja frente a otros, pues las prendas peruanas ingresan con arancel 0%, gracias a las preferencias arancelarias que se obtuvo con la firma del tratado de Libre Comercio.

La exportación de prendas peruanas ha aumentado en los últimos años y está reemplazando a otras; como el de los países asiáticos, cuyo costo suele ser más barato; dado que el precio más alto se debe al valor agregado y la calidad de las prendas.

Es por ello que los potenciales exportadores requieren conocer que oportunidades tienen para exportar sus productos a Estados Unidos y que aspectos deben considerar para tomar una decisión adecuada.

## 1.2 Trabajos previos

Goytizolo, Molina, Noriega y Tello (2017) en su tesis de licenciatura “Causas que originaron que la industria textil peruana disminuya sus volúmenes de exportación de la partida 61.09.10.00.00 hacia EE.UU entre los años 2011 y 2015”. En esta investigación el autor empleo un alcance descriptivo-explicativo; en cual uso como herramientas entrevistas a empresas e instituciones textiles.

Finalmente concluyó que debido a las políticas implementadas por nuestro país y el aumento del costo en la fabricación y producción de los t-shirts de algodón, ha influenciado disminuyendo la cantidad exportada a Estados Unidos; puesto que la producción se vuelve más costosa en comparación a otros mercados internacionales. La preferencia del consumidor por prendas con buenos diseños, pero con materiales económicos en este caso siendo reemplazados por los sintéticos también fue una de las causas de la disminución.

Sin embargo, más esfuerzos en los diseños y mejoras en los procesos son medios claves para el aumento de nuestras exportaciones de T-shirts de algodón.

Espinoza, Figueroa, Pezo, Sabana (2017) en su investigación: “Planeamiento Estratégico para Prendas de Vestir del Perú” concluye que:

En vista que el sector textil es muy dinámico, competitivo, alta tendencia, marca, sector con gran cantidad de puestos de trabajo, existe la oportunidad de brindar productos diferenciados, exclusivos, usando adecuadamente las ventajas competitivas que tiene el Perú en la calidad de algodón, y alcanzarlas aplicando mayor inversión en innovación e investigación, esto permitirá ser diferenciado por el mercado exterior y así revertir la caída en el ranking de los principales exportadores.

Morante (2016) en su tesis de licenciatura “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”, como objetivo general tiene el de describir las oportunidades que se obtienen al ofrecer las prendas de algodón al mercado colombiano. En la presente investigación uso la metodología tipo ex post facto transversal, debido a que no se manipularon las variables y se estudió en un periodo determinado, se explicó, observó y estimó si existe un aprovechamiento del mercado colombiano.

Finalmente, concluyó que se halla un aprovechamiento para las exportaciones de las prendas peruanas al mercado colombiano, que pese que hubo una disminución en los últimos tres años, este mercado es atractivo y favorable, puesto que como antecedentes de los años anteriores existe una gran aceptación gracias a su calidad del material con el que es

confeccionada las prendas peruanas.

Ríos y Martínez (2015) en su investigación “Oportunidades Competitivas para la empresa Indudise, a la luz del TLC entre Colombia y Estados Unidos” Dentro de sus objetivos es el de describir que ventaja competitiva ha obtenido después de la firma del Tratado de Libre Comercio. La metodología de estudio que empleo fue tipo descriptiva. Finalmente concluye, gracias al tratado entre Colombia y Estados Unidos; ha influenciado positivamente a las exportaciones del sector textil beneficiando a muchos empresarios, tanto en el acceso preferencial a largo plazo como también en la facilidad de inserción y posicionamiento en el mercado norteamericano; al ser un mercado exigente se necesita mejorar la capacidad de innovación, desplegar esfuerzos para aumentar la participación en los flujos comerciales.

Miranda (2014) en su investigación “Repercusión Económica e Impacto Laboral generado al interior de la empresa Ametex S.A. por la pérdida de Preferencia Arancelaria (ATPDEA), a las exportaciones en el Sector Textil hacia los Estados Unidos”, tiene como objetivo general determinar el impacto laboral y la repercusión económica. El tipo de investigación del trabajo es descriptiva.

Finalmente concluye que, en consecuencia al ATPDEA con Estados Unidos, Bolivia tuvo resurgimiento notable en sus exportaciones textiles, genero mayor fuente de empleos, se convirtió en el principal mercado de destino, gracias a las preferencias arancelarias, los empresarios constantemente capacitaban a los trabajadores, especialización en diseños y procesos productivos y exigencia en términos de calidad y entrega a tiempo. El sector textil es generadora de empleos por ello el esfuerzo para su conservación y promoción es útil desde las políticas que se usan en el gobierno dirigidas a la generación de empleo y la inversión en innovación del sector productivo.

Pincha (2013) en su investigación “Propuesta para la aplicación del Comercio Justo para la exportación de prendas de vestir de Atuntaqui hacia una tienda solidaria en Estados Unidos” dentro de sus objetivos esta en constituir un proyecto para comercializar al mercado norteamericano, para lograr este objetivo emplea una metodología teórica con análisis-síntesis.

Finalmente concluye, Estados Unidos es un mercado atractivo por la gran demanda y aceptación de nuevos productos, es un mercado potencial gracias a su economía, mercado valorado por la moda. Las prendas al ser exportadas genera el crecimiento económico del país productor, con mayores puestos de trabajo, reconocimiento a nivel internacional.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1 Oportunidades de exportación**

##### **A. Definición**

Según Varela y Bedoya (2006) la oportunidad es estar en el sitio, momento, con la disposición adecuada, obteniendo de esa manera una coyuntura en el mercado exterior.

Según Lerma y Márquez (2010) la exportación consta de mercantilizar ya sea un bien o servicio fuera del país del ofertante, permitiendo lograr mayores ventajas de expansión a nivel mundial.

##### **B. Dimensiones de oportunidades de exportación**

###### **Oportunidades de demanda:**

Rosales (2000) define a la demanda como la cantidad de un bien o servicio que el usuario está dispuesto a comprar o adquirir a un determinado precio y tiempo específico.

###### **Oportunidades de oferta:**

Rosales (2000) define a la oferta como la cantidad de un bien o servicio que el productor está presto a comercializar al mercado a un determinado precio.

##### **C. Indicadores**

###### **Indicadores de oportunidades de demanda**

Pindick y Rubinfeld (2010) manifiesta que la cantidad de demanda de un producto o servicio va ser referenciado por el precio, para el consumidor; pues cuando más bajo sea el costo, mayor será la cantidad demandada. De igual manera también va ser influenciado en la compra por el ingreso que posea el cliente, y por los precios de bienes complementarios o que puedan sustituirlos.

Sapag y Sapag (2008) expresan que la cantidad de demanda va depender del precio que se le establezca al bien o servicio; además del ingreso del cliente o usuario, sus preferencias y el precio de bienes que pueden reemplazarlos.

Es por ello que para medir las oportunidades de demanda utilizaremos como indicadores: volumen de importación, valor de importación, precio de importación, PBI per cápita.

Indexmundi (2006) define al volumen de importación como la relación del valor importado entre el valor por unidad.

Cabello (2000) expone que el valor de importación es aquel importe al comprar la mercancía a un mercado diferente al territorio del país, a un precio pactado con el oferente.



Gavelán (2014) define al precio de importación como precio original del producto más todos los gastos incurridos para la importación tanto directos como indirectos.

Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (2009) define como Producto Bruto Interno per cápita a la relación de los ingresos por la producción de bienes y servicios de la economía de un país entre la cantidad de su población.

### **Indicadores de oportunidades de oferta**

Pindyck y Rubinfeld (2010) expresa sobre la oferta como la proporción en el cual una empresa ofrece ya sea un bien o servicio a un precio establecido; mientras mayor sea el costo del producto o bien, más productivo va ser para la empresa producirlo y comercializarlo.

Para medir las oportunidades de oferta utilizaremos como indicadores: valor de exportación, volumen de exportación, precio de exportación.

Según el Banco Central de Reserva (2017) el valor de exportación es el monto por el cual un bien es comercializado al mercado internacional.

Según Banco Central de Reserva del Perú (2017) el volumen de exportación se refiere a toda venta al exterior de productos o servicios en unidad de medida de valor.

Sotomayor (2003) expresa que el precio de exportación es aquel valor pactado por ambas partes tanto comprador como vendedor para la comercialización del producto o bien.

## **D. Teorías**

### **Teoría de la Ventaja Absoluta**

Daniels, Radebaugh, y Sullivan (2010), habla sobre ella explicando que hay países que son más eficientes al producir un determinado producto o servicio que otros, en el cual especializarse en la producción y comercialización de dichos bienes genera una ventaja frente a los competidores.

### **Teoría de la Ventaja Comparativa**

Daniels et al. (2010, p.232), expresa sobre esta teoría que el comercio beneficiaría notablemente a los países que se perfeccionan en producir los bienes que le es más eficiente producirlos en comparativa a otros países, y llegan a exportarlo e importan los productos que en otros países le es más cómodo producirlos.

Sera más rentable para un país enfocar sus esfuerzos en la producción de los productos que le genera una ventaja frente a otras.

## **1.4 Formulación del Problema**

### **1.4.1 Problema General**

¿Cuáles son las oportunidades de exportación para las T-shirts de algodón al mercado estadounidense en el periodo 2012-2016?

### **1.4.2 Problemas Específicos**

1. ¿En qué medida la oportunidad de demanda influye en la exportación de T-shirts de algodón al mercado estadounidense en el periodo 2012-2016?
2. ¿En qué medida la oportunidad de oferta influye en la exportación de T-shirts de algodón al mercado estadounidense en el periodo 2012-2016?

## **1.5 Justificación del estudio**

La presente tesis nos brindará datos actuales de cómo han sido las exportaciones de T-shirts de algodón, busca realizar un estudio para ver su desenvolvimiento en los últimos años y aprovechar que oportunidades tenemos al exportar al mercado estadounidense las T-shirts de algodón.

Estados Unidos es un mercado altamente atractivo, con gran poder adquisitivo, posee una gran oportunidad de ingreso para el Perú pues es un gran proveedor de T-shirts de algodón, existe mayor posibilidad de seguir creciendo en este mercado, pues gracias a los beneficios arancelarios y la cercanía geográfica nuestro producto se convierte más competitivo y esto va conjuntamente con la calidad del producto que se ofrece logrando a ser altamente aceptado en el mercado mundial.

La siguiente investigación tiene como objetivo dar a conocer las principales ventajas que brinda el país de Estados Unidos, para que una empresa pueda internacionalizarse e incrementar sus ventas a través de la exportación.

Esta investigación da el alcance de informes actualizados, a través del comercio y oportunidad al exportar, a través de la oferta, la demanda; brindando un análisis de las tendencias del mercado objetivo. Ofrece la información necesaria sobre las T-shirts de algodón, que estimule a tomar decisiones de inversión para la exportación de este producto.

## **1.6 Hipótesis**

### **1.6.1 Hipótesis General**

Las oportunidades de exportación para las T-shirts de algodón al mercado estadounidense están constituidas por: oportunidad de demanda y oportunidad de oferta.

### **1.6.2 Hipótesis Específicas**

1. La oportunidad de demanda influye significativamente en la exportación de las T-shirts de algodón al mercado estadounidense periodo 2012-2016.
2. La oportunidad de oferta influye significativamente en la exportación de las T-shirts de algodón al mercado estadounidense periodo 2012-2016.

## **1.7 Objetivos**

### **1.7.1 Objetivo General**

Determinar las oportunidades de exportación para las T-shirts de algodón al mercado estadounidense en el periodo 2012-2016.

### **1.7.2 Objetivos Específicos**

1. Determinar las oportunidades de demanda para las T-shirts de algodón al mercado estadounidense en el periodo 2012-2016.
2. Determinar las oportunidades de oferta para las T-shirts de algodón al mercado estadounidense en el periodo 2012-2016.

## II. MÉTODO

### 2.1 Diseño de Investigación

Se realizó una investigación descriptiva no experimental, puesto que se basó en información ya obtenida y no se manipuló las variables.

### 2.2 Variables, Operacionalización

Oportunidad de Exportación. Para medir esta variable se utilizará las siguientes dimensiones: Oportunidades de demanda y Oportunidades de oferta.

Para medir oportunidad de demanda tenemos los indicadores: volumen de importación, valor de importación, precio de importación, PBI per cápita.

Para medir oportunidad de oferta los indicadores son: valor de exportación, volumen de exportación, precio de exportación.

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores
Oportunidades de exportación	Según Varela y Bedoya (2006) la oportunidad es estar en el sitio, momento, con la disposición adecuada, obteniendo de esa manera una coyuntura en el mercado exterior.	Oportunidades de demanda	Volumen de importación Valor de importación Precio de importación PBI per cápita
	Según Lerma y Márquez (2010) la exportación consta de mercantilizar ya sea un bien o servicio fuera del país del ofertante.	Oportunidades de oferta	Valor de exportación Volumen de exportación Precio de exportación

Elaboración propia

### **2.3 Población y muestra**

En esta investigación no se requiere distinguir los conceptos de población, muestra y muestreo porque en la investigación hemos utilizado datos ex post facto.

### **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

En esta investigación no se requiere una técnica ni un instrumento especial de recopilación de datos porque los datos son ex post facto. En cuanto a la validez de la investigación se ha utilizado el juicio de expertos (Ver Anexo 2).

La confiabilidad no corresponde por ser una investigación ex post facto.

### **2.5 Métodos de análisis de datos**

Para analizar los datos utilizaremos el método estadístico que consiste en recopilar y organizar los datos a través de cuadros, presentar los datos a través de graficas de línea, describir los datos a través de la estimación de la línea de tendencia de los datos y su correspondiente coeficiente de regresión.

### **2.6 Aspectos éticos**

Esta investigación se ha realizado mediante una recopilación de fuentes confiables, tendrá en cuenta la veracidad respetando la propiedad intelectual de los autores, teniendo en cuenta la responsabilidad social, jurídica, política y ética.

### III. RESULTADOS

#### 3.1 Resultados sobre oportunidades de demanda

##### 3.1.1 Resultados volumen de importación

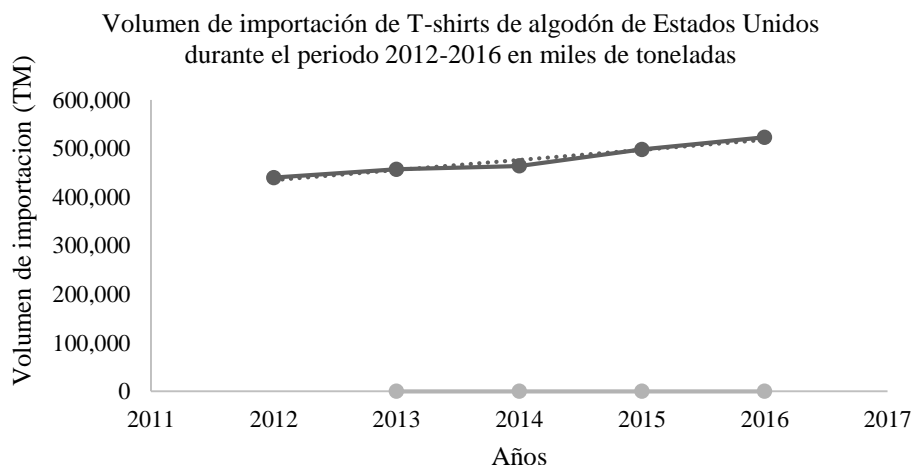
En la tabla 2 presentamos el volumen de importación de T-shirts de algodón por parte de Estados Unidos periodo 2012-2016 reflejadas en toneladas.

Tabla 2

Volumen de importación de T-shirts de algodón de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en toneladas		
Años	Volumen de importación	Variación
2012	440,024	
2013	457,056	3.7
2014	464,097	1.5
2015	497,948	6.8
2016	522,949	4.8

Fuente: Trademap

En la tabla se observa que el volumen importado por Estados Unidos de t-shirts de algodón, en los últimos años, ha sido creciente, teniendo una variación positiva de 3.7% el año 2013 respecto al 2012, la menor variación la obtuvo en el 2014 con 1.5%; a diferencia en el año 2015 obteniendo el mayor volumen de importación con una variación de 6.8% respecto al 2014, finalmente en el año 2016 tuvo un volumen importado de 522,949 toneladas con una variación de 4.8% respecto al año anterior.



En la figura observamos que el volumen de importación en toneladas de Estados Unidos ha tenido una tendencia creciente, cada año ha ido en aumento.

Si estimamos la línea de tendencia del volumen de importación de t-shirts de algodón a nivel mundial, vamos a obtener los siguientes resultados:

$$y = 20,6740.20x - 41,161,424$$

$$r^2 = 0.95$$

Donde: y es volumen importado en TM

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

En los resultados podemos visualizar que existe una relación directa entre volumen de importación en TM y el tiempo, con un coeficiente de determinación ( $r^2=0.95$ ), lo cual significa que el volumen importado ha tenido una tendencia significativa en los últimos años por parte de Estados Unidos.

### 3.1.2 Resultados Valor de Importación

En la tabla 3 presentamos el valor de importación de los T-shirts de algodón por parte de Estados Unidos en el periodo 2012-2016 reflejadas en miles de dólares.

Tabla 3

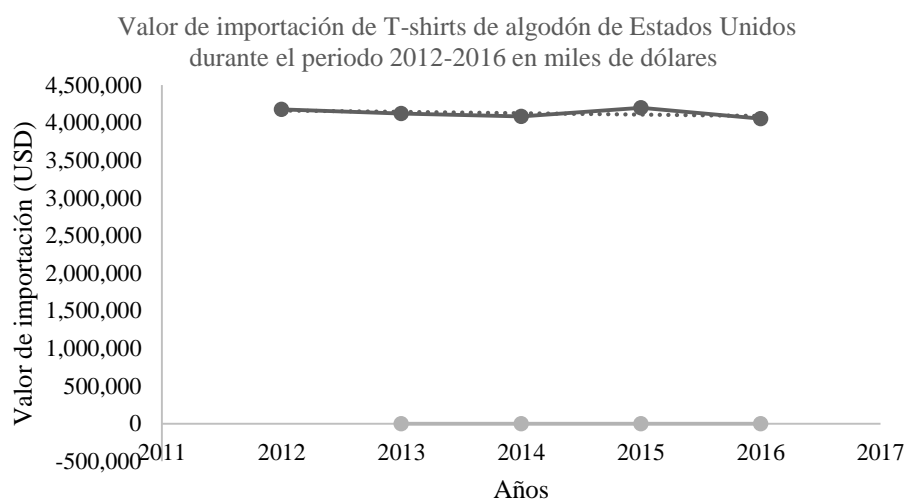
Valor de importación de T-shirts de algodón de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en miles de dólares

Años	Valor de importación	Variación
2012	4,176,238	
2013	4,122,999	-1.3
2014	4,081,733	-1.0
2015	4,197,641	2.8
2016	4,052,763	-3.6

Fuente: Trademap

En la tabla podemos visualizar que en año 2013 tuvo una disminución en el valor importado teniendo una variación negativa de 1.3% respecto al año anterior, seguidamente en el año 2014 también tuvo una disminución de 1%; sin embargo en el 2015 alcanzo el más alto valor de importación teniendo una variación positiva de 2.8% respecto al año anterior,

para finalmente lograr una disminución con 3.6% menos en el 2016. Estados Unidos es la primera economía en el mundo, con el 24% de la producción global, absorbe un 16,5% del total de las importaciones mundiales, en los últimos años, países como China, Vietnam, Bangladesh e India pasaron de representar el 58% del total de prendas de algodón importadas por parte de Estados Unidos en el 2012, a 61% del total durante el 2016, es ahí donde implica el valor de exportación menor del 2016 que si bien es cierto hubo mayor importación pero a menor precio porque estos países se caracterizan por producir prendas más baratas, por menores costos de mano de obra, y los insumos sintéticos.



Para medir la línea de tendencia del valor de importación de T-shirts de algodón de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016, se utilizó el coeficiente de determinación, en el cual se obtuvo los siguientes resultados:

$$y = -17,230.80x + 38,829,106$$

$$r^2 = 0.20$$

Donde:  $y$  es valor de importación

$x$  es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Los resultados muestran que existe una relación indirecta entre el valor de importación y el tiempo, con el coeficiente de determinación ( $r^2=0.20$ ), lo que significa que



no existe tendencia de valor importado por Estados Unidos a nivel mundial durante el periodo 2008-2016.

### 3.1.3 Resultados precio de importación

En la tabla 4 presentamos el precio de importación de los T-shirts de algodón por parte de Estados Unidos en el periodo 2012-2016 en dólares

Tabla 4

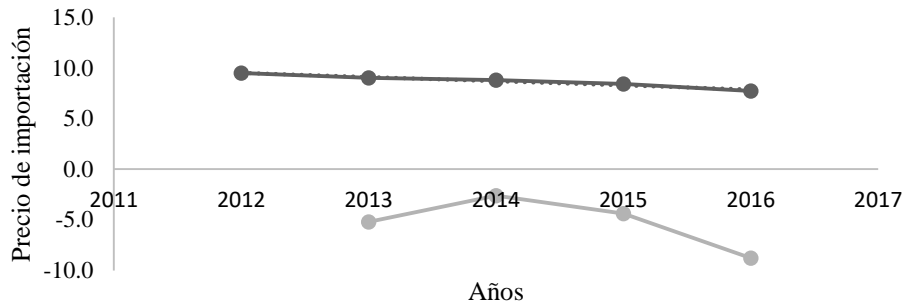
Precio de importación de T-shirts de algodón  
por parte de Estados Unidos durante el periodo  
2012-2016 en USD

Años	Precio de importación	Variación %
2012	9.5	
2013	9.0	-5.2
2014	8.8	-2.6
2015	8.4	-4.4
2016	7.7	-8.8

Fuente: Trademap

En el presente cuadro se puede visualizar que el precio de importación de los T-shirts de algodón por parte de Estados Unidos ha ido disminuyendo en los últimos años, en el año 2013 disminuyó en 5.2% respecto al año anterior, su más alta variación lo obtuvo en el año 2016, puesto que tuvo una variación de 8.8% respecto al año 2015. La disminución de los precios importados de EE.UU es porque muchas más prendas han sido por parte de China que el resto de países, ya que a mayor volumen, los precios tienden a bajar.

Precio de importación de T-shirts de algodón por parte de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en USD



El precio de importación en los últimos años ha sido cada vez menos, como país de Estados Unidos es más atractivo comprarlo a menor precio. Esto se debe a que países asiáticos han disminuido sus precios en los últimos años.

Para ello se utilizó la línea de tendencia del precio de importación de t-shirts de algodón de Estados Unidos durante el periodo 2012 - 2016, donde el coeficiente de determinación  $r^2$  se obtuvo el siguiente resultado:

$$y = -0.41x + 834.43$$

$$r^2 = 0.9693$$

Donde: y: precio de importación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Existe una relación indirecta entre precio de importación y el tiempo presenta un alto nivel de ajuste en la regresión a los datos expresados en el valor del coeficiente de determinación ( $r^2=0.9693$ ), existe una tendencia decreciente en el precio de importación de Estados Unidos; lo cual es beneficioso para ese país pues le conviene precios más bajos cada año.

### 3.1.4. Resultados PIB per cápita

En la tabla 5 presentamos el PIB per cápita de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 expresado en dólares, indica la variación porcentual por año respecto al anterior.

Tabla 5

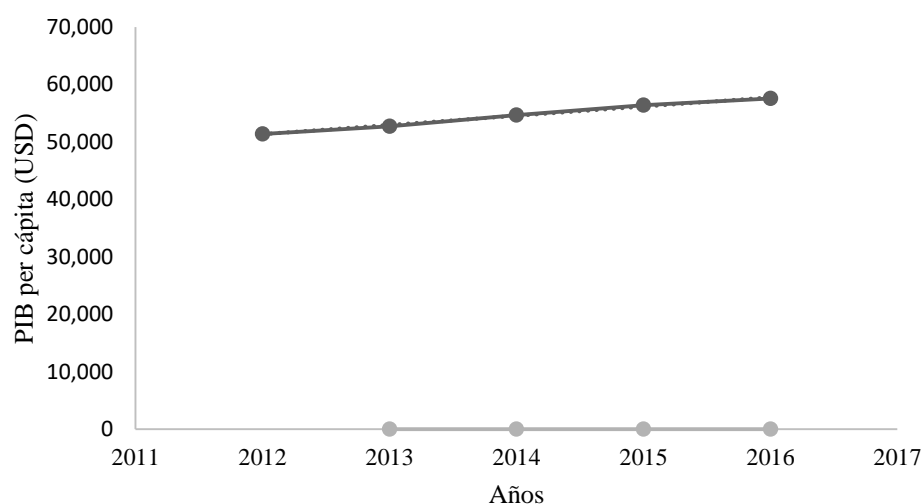
PIB per cápita de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en dólares

Años	PBI per cápita	Variación
2012	51,404	
2013	52,737	2.5
2014	54,657	3.5
2015	56,411	3.1
2016	57,559	2.0

Fuente: FMI

En el cuadro se puede observar que cada año ha aumentado el PBI per cápita, en el año 2013 logro un crecimiento de 2.5% respecto al año anterior, en el 2014 consiguió su más alto crecimiento con 3.5%; el gobierno contantemente continúa trabajando en diversos frentes para consolidar la economía, puesto que es la mayor del mundo, con un producto interno bruto de 16,716 billones de dólares en el 2016, mercado formado por 324 millones de consumidores, con una renta per cápita de 57.559 dólares en el 2016, 2% más que el año anterior, este país representó un 24 % de la producción mundial.

PIB per cápita de Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en dólares



Si estimamos la línea de tendencia del PBI per cápita de Estados Unidos vamos a obtener el resultado siguiente:

$$y = 1589.40x - 3,164,624$$

$$r^2 = 0.99$$

Donde: y es el PBI per cápita

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

En los resultados podemos que existe una relación directa entre el PBI per cápita y el tiempo, con un alto nivel de la regresión con el coeficiente de determinación ( $r^2=0.99$ ), que se puede decir que ha tenido una tendencia positiva en los últimos años.

### 3. 2 Resultados sobre oportunidades de oferta

#### 3.2.1 Resultados Valor de exportación

En la tabla 6 muestra el Valor de exportación de T-shirts de algodón de la partida en estudio 6109100031 exportadas al mercado estadounidense por parte de Perú en millones de dólares 2012-2016.

Tabla 6

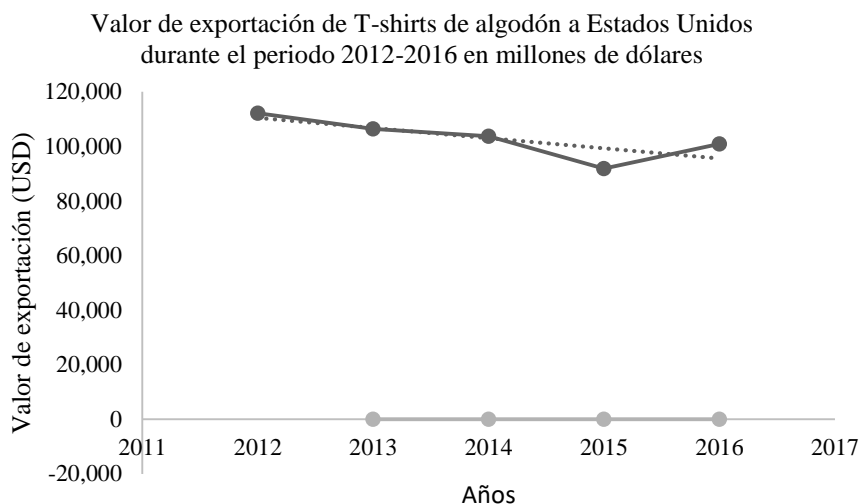
Valor de exportación de T-shirts de algodón a Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en millones de dólares

Años	Valor de exportación	Variación
2012	112,171	
2013	106,466	-5.4
2014	103,768	-2.6
2015	91,873	-12.9
2016	100,883	8.9

Fuente: Trademap

En el cuadro podemos observar que en el 2013 hubo un declive de 5.4% en la exportación, seguidamente al siguiente año una disminución de 2.6%, pero su mayor caída en los últimos años lo obtuvo en el año 2015 con una variación de 12.9%, esto se debe y tuvieron una caída las exportaciones a Estados Unidos estaban más posicionadas por países de Centroamérica tales como: Honduras, El Salvador; y sobre todo principales proveedores

como China, seguido de Vietnam, Indonesia, Bangladesh y la India; sin embargo, en el año 2016 se generó un alza en el valor de exportación con una variación de 8.9% respecto al año anterior.



Si estimamos la línea de tendencia de valor de exportación de t-shirts de algodón a Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 se obtendrá el siguiente resultado:

$$y = -3,716.90x + 7,588,868$$

$$r^2 = 0.61$$

Donde: y es el valor de exportación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

El resultado muestra que existe una relación indirecta entre valor de exportación y el tiempo, con un alto nivel de ajuste en la regresión a los datos expresados en el coeficiente de determinación ( $r^2 = 0.61$ ) lo que significa que existe una tendencia negativa de exportación durante el periodo 2012-2016.

### 3.2.2 Resultado Volumen de exportación

En la tabla 7 presentamos el volumen de exportación de las T-shirts de algodón a Estados Unidos en el periodo 2012-2016 expresado en toneladas

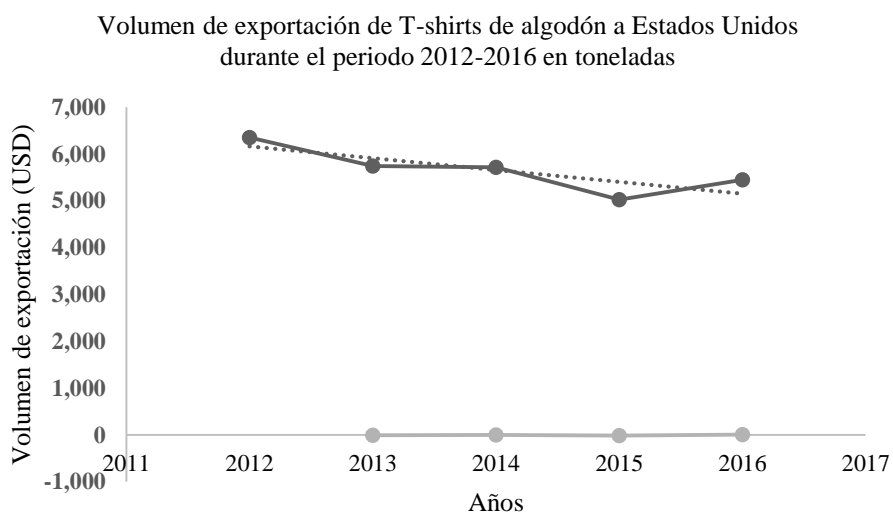
Tabla 7

Cuadro 3.2.2. Volumen de exportación de T-shirts de algodón a Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en toneladas

Años	Volumen de exportación	Variación
2012	6,350	
2013	5,740	-10.6
2014	5,716	-0.4
2015	5,024	-13.8
2016	5,447	7.8

Fuente: Trademap

En el cuadro podemos visualizar que en el 2013 tuvo un declive de 10.6% en el volumen de exportación, seguidamente en el año 2014 una disminución de 0.4%, en el 2015 con 13.8% menos, la caída en estos años fue debido a que los exportadores de confecciones enfrentaron el problema de cada vez menor producción de algodón pima, insumo principal para la producción de las t-shirts de algodón; sin embargo logro recuperarse en el último año con una variación positiva de 7.8%.



Para medir la línea de tendencia del volumen de exportación, se utilizó el coeficiente de determinación  $r^2$ , en el cual se obtuvo el siguiente resultado:

$$y = -252.2x + 513586$$

$$r^2 = 0.68$$

Donde: y es volumen de exportación

x es el tiempo

$r^2$  es el coeficiente de determinación

Dicho resultado muestra que existe una relación indirecta entre el volumen de exportación y el tiempo, con un ajuste de la regresión a los datos expresados en el valor del coeficiente de determinación ( $r^2=0.68$ )

Se interpreta que existe una tendencia negativa en el volumen de exportación durante el periodo 2012-2016.

### 3.2.3. Resultados sobre precio de exportación

En la tabla 8 se pueden observar el precio de exportación por kilogramo a Estados Unidos en el periodo 2012-2016, Para realizar esta medición se tomó el valor exportado entre el volumen exportado.

Tabla 8

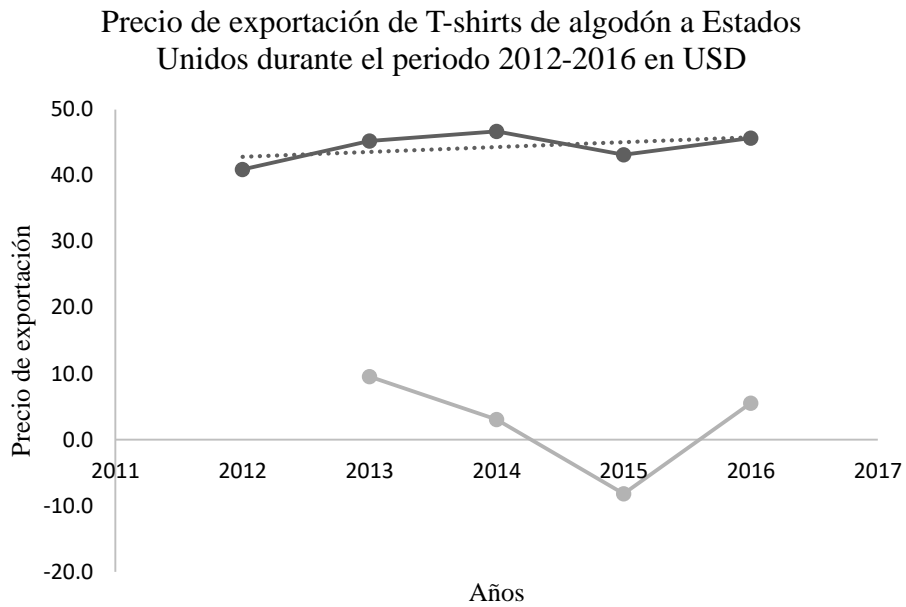
Precio de exportación de T-shirts de algodón a Estados Unidos durante el periodo 2012-2016 en USD

Años	Precio de exportación	Variación %
2012	40.9	
2013	45.3	9.5
2014	46.7	3.0
2015	43.2	-8.2
2016	45.7	5.6

Fuente: Trademap

En el cuadro se puede observar que el precio de exportación por kilogramo a Estados Unidos en el año 2013 aumentado respecto al año anterior en 9.5%, seguidamente en el año siguiente aumento el precio en 3%. La estrategia del Perú está en las fibras de muy buena calidad como es el algodón Pima, al tener una buena mano de obra, porque es reconocido

por su buen acabado y confección, lo que ha permitido ser un producto a un precio Premium; es decir obtener un producto de características especiales, de calidad superior a la media por ello pago un monto adicional para adquirirla.





#### IV. DISCUSIÓN

Goytizolo, Molina, Noriega y Tello (2017) En su investigación nos explica las causas que provocaron que la industria textil del Perú disminuyera en los últimos años, esto se debe que las políticas que se implementaron en nuestro país y el alto costo de la mano de obra influyó en la disminución del volumen exportado. En el cuadro 3.1.2 y 3.2.2 se observó que desde el año 2012 tuvo una disminución tanto en el valor como en el volumen exportado hasta el 2015; sin embargo, ligeramente un alza en el 2016.

Espinoza, Figueroa, Pezo, Sabana (2017) nos habla que los productos peruanos son muy competitivos en el exterior por su alta tendencia, calidad del algodón, existe la posibilidad de ofertar productos diferenciados, exclusivos y con mayor inversión e innovación en la elaboración de las prendas, va permitir competir con los precios contrarrestando el alza que ha ocurrido en los últimos años por parte de nuestros precios de exportación; como lo podemos visualizar en el cuadro 3.2.3. Además, enfrentarse frente a los principales exportadores de Estados Unidos que ha ido disminuyendo en sus precios, como se puede ver en el cuadro 3.1.3.

Pincha (2013) dentro de su investigación dice que Estados Unidos es un gran mercado impulsado por la moda, potencial tanto en su poder adquisitivo como en su mercado, al exportar las prendas genera un gran crecimiento en la economía del país que lo produce, porque permite mayores puestos de trabajo, reconocimiento a nivel mundial de los productos, estándar de calidad. En el cuadro 3.1.1 podemos visualizar el volumen de importación de Estados Unidos respectivamente, en el cual ha sido de manera positiva y de tendencia creciente en el periodo 2012-2016.

## V.CONCLUSIONES

1. De acuerdo al estudio de investigación se ha observado que las oportunidades de exportación están constituidas por oportunidades de exportación y oportunidades de oferta, los cuales no han sido favorables en el periodo 2012-2016.
2. De acuerdo con los resultados de la investigación queda demostrado que no se ha tenido una oportunidad de demanda porque ha sido influenciado pero de manera negativa para las exportaciones de t-shirts de algodón por parte de Estados Unidos.
3. De acuerdo con los resultados de la investigación queda demostrado que no hay oportunidad de oferta y que ha sido influenciado negativamente para las t-shirts de algodón peruano periodo 2012-2016.

## VI. RECOMENDACIONES

1. Para continuar con una tendencia positiva en los posteriores años, nuestras prendas deben ser promocionadas en un nivel diferente, en donde el mundo sepa que usar una prenda hecha en el Perú significa vestir calidad y exclusividad, para conseguirlo debemos mejorar la capacidad productiva, inversión en innovación y desarrollo de nuevas tecnologías y aplicarlas en nuestros productos.
2. El principal producto de exportación textil es el t-shirts de algodón, para ello se debe enfocar la diversificación de mercados y búsqueda de nuevos nichos de consumidores de alto poder adquisitivo como lo es Estados Unidos e incorporar departamentos de diseño de modas e incursión con marcas propias en el extranjero.
3. No podemos competir con el precio con los principales exportadores como China, que es potencia mundial en el sector textil y confecciones, pero el producto peruano tiene como principal atributo la mayor calidad, la cercanía del Perú con Estados Unidos que se traduce en menores costos logísticos; lo cual debemos seguir manteniendo esos estándares de calidad, y ofrecer un valor agregado.

#### IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, N. (2015). Plan de Marketing para las camisetas con impresión textil de la microempresa “M.A.C.C.” en la ciudad de Guayaquil. (Tesis de Licenciatura). Guayaquil. Recuperada de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4192/3/T-UCSG-PRE-ESP-MD-CM-31.pdf>.
- Banco Central de Reserva del Perú (2016). Glosario de términos económicos. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/v.html>
- Blas, P. (2014). *Diccionario de Administración y Finanzas*. Consultado en <https://books.google.com.pe/books?id=jokFBAAAQBAJ&pg=PT1&lpg=PT1&dq=Diccionario+de+Administraci%C3%B3n+y+Finanzas+blas+pedro&source=bl&ots=Pt15oUz2uk&sig=tPu3qCkICV3M2xOrLa3NKVnNR7o&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjwp6SDlr7QAhVFNSYKHaW5A3QQ6AEIKjAD#v=onepage&q=Diccionario%20de%20Administraci%C3%B3n%20y%20Finanzas%20blas%20pedro&f=false>.
- Cabello, M. (2000). *Las aduanas y el comercio internacional*. Madrid: ESIC. Recuperado de:  
[https://books.google.com.pe/books?id=DbfONz\\_9eIYC&pg=PA117&dq=valor+de+importacion+definicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjTmr7tsJDcAhWNpFkKHR9nB-wQ6AEIRzAG#v=onepage&q=valor%20de%20importacion%20definicion&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=DbfONz_9eIYC&pg=PA117&dq=valor+de+importacion+definicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjTmr7tsJDcAhWNpFkKHR9nB-wQ6AEIRzAG#v=onepage&q=valor%20de%20importacion%20definicion&f=false)
- Cuerdo, M. y Freire M. (2008). *Introducción a la economía*. (3ª ed.). Madrid: ESIC. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=JsjYf7s83YgC&pg=PA52&dq=diccionario+de+micoeconomia+gustos+y+preferencias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjwx4LN\\_rrQAhUBdCYKHTKOB9kQ6AEIGTAA#v=onepage&q=diccionario%20de%20micoeconomia%20gustos%20y%20preferencias&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=JsjYf7s83YgC&pg=PA52&dq=diccionario+de+micoeconomia+gustos+y+preferencias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjwx4LN_rrQAhUBdCYKHTKOB9kQ6AEIGTAA#v=onepage&q=diccionario%20de%20micoeconomia%20gustos%20y%20preferencias&f=false)
- Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2010). *Negocios internacionales: Ambientes y operaciones*. (12ª ed.). México: Pearson Educación.
- Del Río González, C. (2011). *Costos I. Históricos: Introducción al Estudio de la Contabilidad y Control de los Costos Industriales*. (20ª ed.). México: Cengage Learning.
- Escobar, H. y Cuartas, V. (2006). *Diccionario Económico Financiero*. (3ª ed.).

Colombia: Sello. Consultado en <https://books.google.com.pe/books?id=O2U5GwgjKsC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>.

Espinoza, E., Figueroa, J., Pezo, G., Sabana, J. (2017). Planeamiento Estratégico para Prendas de Vestir del Perú (Tesis de maestría). Recuperada de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9059/ESPINOZA\\_FIGUEROA\\_PLANEAMIENTO\\_VESTIR.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9059/ESPINOZA_FIGUEROA_PLANEAMIENTO_VESTIR.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Fillet, E. (2016). *Sistema de Administración de Inventarios M.R.P. Planificación de los requerimientos de materiales*. Recuperado de <http://www.unlu.edu.ar/~ope20156/pdf/mrp.pdf>.

García, A. y García, M. (2008). Reconocimiento de la oportunidad y emprendeduría de base tecnológica: Un modelo dinámico.

Goytizolo, A., Molina, E., Noriega, J. y Tello, N. (2017). Causas que originaron que la industria textil peruana disminuya sus volúmenes de exportación de la partida 61.09.10.00.00 hacia EE.UU entre los años 2011 y 2015 (Tesis de Licenciatura). . Recuperada de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621834/Goytizolo\\_1a.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621834/Goytizolo_1a.pdf?sequence=5&isAllowed=y)

Gavelán, J. (2014). Costos de Importación. *Quipukamayoc*, 6(11), 117-125. Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5943/5139>.

Hamilton, M. y Pezo, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=PfpYxDclwUMC&pg=PT166&dq=valor+actual+neto&hl=es&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwiMvpXd\\_73QAUE7SYKHfWZBF0Q6AEIHTAB#v=onepage&q=valor%20actual%20neto&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=PfpYxDclwUMC&pg=PT166&dq=valor+actual+neto&hl=es&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwiMvpXd_73QAUE7SYKHfWZBF0Q6AEIHTAB#v=onepage&q=valor%20actual%20neto&f=false).

Indexmundi (2016). *Índice del volumen de exportaciones (2000 = 100)*. Recuperado de <http://www.indexmundi.com/es/datos/indicadores/TX.QTY.MRCH.XD.WD>.

Inee (2009). *Producto Interno Bruto per cápita 2007*. México. Recuperado de [http://www.inec.edu.mx/bie/mapa\\_indica/2009/PanoramaEducativoDeMexico/CS/C07/2009\\_CS07\\_\\_.pdf](http://www.inec.edu.mx/bie/mapa_indica/2009/PanoramaEducativoDeMexico/CS/C07/2009_CS07__.pdf).

- Inei. (2000). *Metodologías Estadísticas*. Recuperada de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/metodologias/metodologiacalculoindicevalomunfisicoproduccionmanufacturera.pdf>.
- Itson (2014). Determinación del costo Unitario, una herramienta financiera y eficiente en las empresas. *El Buzón de Pacioli*. XIV (87) Recuperado de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no87/Pacioli-87-eBook.pdf>.
- Lerma, A. y Márquez, E. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. (4ª ed.). México: Cengage Learning.
- Miranda, M. (2014). Repercusión Económica e Impacto Laboral generado al interior de la empresa Ametex S.A. por la pérdida de preferencia arancelaria (ATPDEA), a las exportaciones en el Sector Textil hacia los Estados Unidos (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/5435/T-2008.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- 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 de Licenciatura). Recuperada 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)
- Pincha, A. (2013). Propuesta para la Aplicación del Comercio Justo para la exportación de prendas de vestir de Atuntaqui hacia una tienda solidaria en Estados Unidos (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/88/1/T-UIDE-73.pdf>
- Pindyck, R. y Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomía*. (7ª ed.). Madrid: Pearson Educación.
- Ríos, D. y Martínez, D. (2015). Oportunidades Competitivas Para La Empresa Indudise, A La Luz Del Tlc Entre Colombia Y Estados Unidos (Tesis de Maestría). Recuperada de <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/896/1/INFORME%20FINAL%20TESIS%20DE%20MAESTRIA.pdf>
- Rodríguez, P. (2015). Plan de negocio de empresa online de camisetas creativas: ToLeToLe, S.A. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/4964/tfg607.pdf?sequence=1>.
- Salazar, L. (2013). *Sector textil-confecciones aporta con más de S/. 6 mil millones a la economía nacional*. Recuperada de: <http://www2.sni.org.pe/modules.php?name=News&file=article&sid=865>.

- Sagnay, L. (2012). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección de ropa deportiva en la ciudad de Sangolquí*. (Tesis de Licenciatura, Escuela Politécnica del Ejército). Ecuador. Recuperada de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/5277/4/T-ESPE-033197.pdf>.
- Sapag, N., Sapag, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. (5ª ed.). Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.
- Sapag, N., Sapag, R., Sapag J. (2013). *Preparación y evaluación de proyectos*. (6ª ed.). McGraw Hill.
- Sector textil-confecciones retomaría exportaciones por US\$ 2,000 millones el 2015. (12 de diciembre 2014). *Gestión*. Recuperada de: <http://gestion.pe/economia/sector-textil-confecciones-retomaria-exportaciones-us-2000-millones-2015-2116526>.
- Sotomayor, A. (2003). *Normas Antidumping y Antitrust en los Procesos de Integración*. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=4Jce6E531fUC&pg=PA28&dq=precio&hl=es-419#v=onepage&q=precio&f=false>.
- SUNAT. Materia textiles y sus nomenclaturas: Prendas y complementarios (accesorios) de vestir, de punto. Recuperada de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=6109100031>
- Varela, R., & Bedoya, O. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios Gerenciales*, 22(100), 21-48. Recuperado de [https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/article/view/198](https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/198)

## **V. ANEXO**



Anexo 1. . Matriz de Consistencia

Oportunidades de exportación para las T-Shirts de algodón al mercado estadounidense periodo 2012-2016

Objeto de estudio	Problemas de Investigación	Objetivos de Investigación	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Método
Productores de T-Shirts	Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Oportunidades de exportación	Oportunidades de demanda	Volumen de importación	1. Determinar las oportunidades de demanda para las T-Shirts de algodón al mercado estadounidense.
	¿Cuáles son las oportunidades de exportación para las T-Shirts de algodón al mercado estadounidense en el periodo 2012-2016?	Determinar las oportunidades de exportación para las T-Shirts de algodón al mercado estadounidense en el periodo 2012-2016.	Las oportunidades de exportación para las T-shirts de algodón al mercado estadounidense están constituidas por: oportunidad de demanda y oportunidad de oferta.			Valor de importación	
	Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas			Precio de importación	
	1. ¿En qué medida la oportunidad de demanda influye en la exportación de T-shirts de algodón al mercado estadounidense en el periodo 2012-2016?	1. Determinar las oportunidades de demanda para las T-Shirts de algodón al mercado estadounidense en el periodo 2012-2016.	1. La oportunidad de demanda influye significativamente en la exportación de las T-shirts de algodón al mercado estadounidense periodo 2012-2016.			PBI per cápita	
					Valor de exportación		
					volumen de exportación		
				Oportunidades de oferta	Precio de exportación		

## Anexo 2 Juicio de Expertos

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE OPORTUNIDADES DE EXPORTACION

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	OPORTUNIDADES DE DEMANDA							
	Volumen de importación	✓		✓		✓		
	Valor de importación	✓		✓		✓		
	Precio de importación	✓		✓		✓		
2	OPORTUNIDADES DE OFERTA							
	Valor de exportación	✓		✓		✓		
	Volumen de exportación	✓		✓		✓		
	Precio de exportación	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:                      Aplicable []      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mgtr./Lic.: ..... Acosta Lima, Rosa Elisabet ..... DNI: 0716886

Especialidad del validador: ..... Dr. Administración .....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

..... Lima ....., 06 de Julio de 2018

  
 .....  
 Firma del Experto Informante

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE OPORTUNIDADES DE EXPORTACION

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	OPORTUNIDADES DE DEMANDA							
	Volumen de importación	✓		✓		✓		
	Valor de importación	✓		✓		✓		
	Precio de importación	✓		✓		✓		
	PIB per cápita	✓		✓		✓		
2	OPORTUNIDADES DE OFERTA							
	Valor de exportación	✓		✓		✓		
	Volumen de exportación	✓		✓		✓		
	Precio de exportación	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:          Aplicable [  ]          Aplicable después de corregir [  ]          No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mgtr./Lic.: Carlos A Guerra B          DNI: 09726163

Especialidad del validador: Lic. en Administración

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 06 de Julio de 2018

  
 .....  
 Firma del Experto Informante

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE OPORTUNIDADES DE EXPORTACION

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	OPORTUNIDADES DE DEMANDA							
	Volumen de importación	✓		✓		✓		
	Valor de importación	✓		✓		✓		
	Precio de importación	✓		✓		✓		
	PIB per cápita	✓		✓		✓		
2	OPORTUNIDADES DE OFERTA							
	Valor de exportación	✓		✓		✓		
	Volumen de exportación	✓		✓		✓		
	Precio de exportación	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:                   Aplicable [X]           Aplicable después de corregir [ ]           No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. (Mgtr/Lic.: Romani Franco, Vivian)..... DNI: 08144929.....

Especialidad del validador:..... Romani Franco, Vivian.....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

..... Lima, 06 de Julio de 2018

  
 .....  
 Firma del Experto Informante

## Anexo 3 Subpartida

### CAPITULO:61 PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUN

<b>61.08</b>	Combinaciones, enaguas, bragas (bombachas, calzones) (incluso las que no llegan hasta la cintura), camisones, pijamas, saltos de cama, albornoces, b y artículos similares, de punto, para mujeres o niñas.
61.08	Combinaciones, enaguas, bragas (bombachas, calzones) (incluso las que no llegan hasta la cintura), camisones, pijamas, saltos de cama, albornoces, b y artículos similares, de punto, para mujeres o niñas. - Combinaciones y enaguas:
<a href="#"><u>6108.11.00.00</u></a>	- - De fibras sintéticas o artificiales
<a href="#"><u>6108.19.00.00</u></a>	- - De las demás materias textiles - Bragas (bombachas, calzones) (incluso las que no llegan hasta la cintura)
<a href="#"><u>6108.21.00.00</u></a>	- - De algodón
<a href="#"><u>6108.22.00.00</u></a>	- - De fibras sintéticas o artificiales
<a href="#"><u>6108.29.00.00</u></a>	- - De las demás materias textiles - Camisones y pijamas:
<a href="#"><u>6108.31.00.00</u></a>	- - De algodón
<a href="#"><u>6108.32.00.00</u></a>	- - De fibras sintéticas o artificiales
<a href="#"><u>6108.39.00.00</u></a>	- - De las demás materias textiles - Los demás:
<a href="#"><u>6108.91.00.00</u></a>	- - De algodón
<a href="#"><u>6108.92.00.00</u></a>	- - De fibras sintéticas o artificiales
<a href="#"><u>6108.99.00.00</u></a>	- - De las demás materias textiles
61.09	T-shirts y camisetas interiores, de punto.
<a href="#"><u>6109.10.00.31</u></a>	- - - De tejido teñido de un solo color uniforme, incluidos los blanqueados

MEDIDAS IMPOSITIVAS PARA LAS MERCANCIAS DE LA SUBPARTIDA NACIONAL **6109.10.00.31** ESTABLECIDAS PARA SU INGRESO AL PAIS

**TIPO DE PRODUCTO:** LEY 29666-IGV 20.02.11/DS.055-2011-EF 10.04.11

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	11%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Especificos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	2.25%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	U

N.A.: No es aplicable para esta subpartida

OTROS REQUISITOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN CON OTROS PAISES.

CORRELACIONES	CONVENIOS	RESTRICCIONES	DESCR. MINIMAS	IND.CRITERIOS	RESOL. CLASIF.
---------------	-----------	---------------	----------------	---------------	----------------

## Anexo 4: Comercio Mundo y Comercio Perú

### COMERCIO MUNDO

CÓDIGO ARMONIZADO

4610910 T-SHIRTS Y CAMISETAS, DE PUNTO, DE ALGODÓN

#### PRINCIPALES 10 PAÍSES IMPORTADORES

Nº	País	%Var 15-14	%Part 15	Total Imp. 2015 (millon US\$)
1	Estados Unidos	-4%	20%	4,356.19
2	Alemania	-16%	13%	3,186.62
3	Reino Unido	-10%	8%	1,984.63
4	Francia	-16%	6%	1,616.88
5	Japón	-11%	6%	1,333.66
6	España	-21%	5%	1,335.49
7	Países Bajos	-14%	4%	1,063.01
8	Hong Kong	-15%	4%	932.19
9	Bélgica	-14%	4%	873.61
10	Canadá	-6%	2%	540.40
1000	Otros Países (137)	-24%	28%	7,890.92

Fuente: COMTRADE

#### PRINCIPALES 10 PAÍSES EXPORTADORES

Nº	País	%Var 15-14	%Part 15	Total Exp. 2015 (millon US\$)
1	China	-9%	21%	4,589.89
2	Turquía	-8%	9%	1,939.07
3	India	-7%	8%	1,776.73
4	Alemania	-13%	6%	1,453.08
5	España	-2%	4%	886.77
6	Hong Kong	-13%	4%	897.84
7	Países Bajos	-14%	4%	890.98
8	El Salvador	2%	4%	703.58
9	Bélgica	-15%	3%	771.15
10	Portugal	-4%	3%	651.17
1000	Otros Países (125)	-23%	32%	8,165.26

Fuente: COMTRADE

### COMERCIO PERÚ

#### PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS

Empresa	%Var 17-16	%Part. 17
CONFECCIONES TEXTIMAX S.A.	25%	11%
GARMENT INDUSTRIES S.A.C.	16%	11%
SOUTHERN TEXTILE NETWORK S.A.C.	9%	10%
DEVANLAY PERU S.A.C.	1%	8%
INDUSTRIAS NETTALCO S.A.	3%	8%
TEXTILES CAMONES S.A.	12%	6%
TEXTILE SOURCING COMPANY S.A.C.	77%	6%
TOPY TOP S.A.	-11%	5%
HILANDERIA DE ALGODON PERUANO S.A.	-3%	4%
Otras Empresas (200)	--	28%

Fuente: SUNAT

#### PRINCIPALES MERCADOS

Mercado	%Var 17-16	%Part. 17	FOB-17 (miles US\$)
Estados Unidos	10%	74%	110,637.76
Brasil	33%	5%	8,054.34
Canadá	28%	4%	6,627.51
Francia	102%	2%	2,925.94
Argentina	52%	2%	2,855.05
Chile	37%	2%	2,488.83
Alemania	-32%	1%	2,099.34
Reino Unido	48%	1%	2,012.80
Hong Kong	-14%	1%	1,614.52
Otros Países (57)	--	6%	9,412.57

Fuente: SUNAT

## Anexo 5: Guía Industria de la vestimenta



### EE.UU

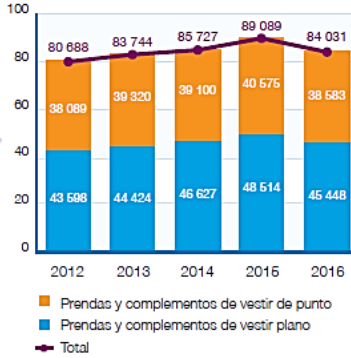
Idioma: Inglés  
Capital: Washington D.C.  
Población (2016): 321 Millones  
Moneda: Dólar estadounidense  
Fuente: CIA World Factbook



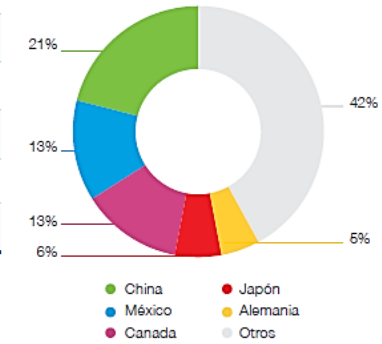
Datos Macroeconómicos 2016  
PBI %: 2,4% | Tasa de Inflación: 0,8% | PBI per Cápita: US\$ 67 220  
Fuente: Euromonitor

### IMPORTACIONES MUNDIALES DE EE.UU

Importaciones mundiales de prendas de vestir (2016)



Principales países proveedores (2016)



### PRINCIPALES PRENDAS IMPORTADAS POR EE.UU (2016)



**US\$ 7 102**  
Sústers "jerseys", "pulovers" de algodón.



**US\$ 6 051**  
Sústers "jerseys", "pulovers", de fibra sintética.



**US\$ 5 489**  
Pantalones largos de algodón.

Fuente: TRADEMAP. Cifras en Millones de US\$

### INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE PERÚ Y EE.UU

Total Exportaciones Peruanas a EE.UU (2016)

**US\$ 6 244 millones**

Principales puertos en EE.UU

New York, Long Beach, Los Angeles

Tiempo de tránsito

Desde Callao hasta Nueva York: 17 días

Costo de transporte (contenedores)

20 pies : US\$ 1 500  
40 pies : US\$ 1 700

Acuerdo Comercial

Acuerdo de Promoción Comercial Perú – EE.UU.

Información arancelaria

Arancel promedio: 0%

Ocex en EE.UU.

Los Angeles

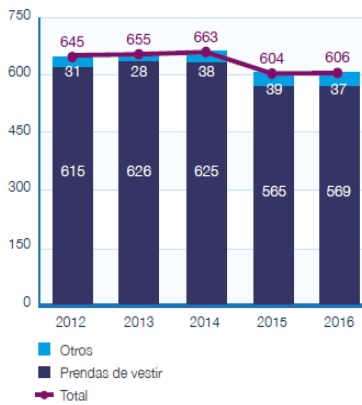
Consejero comercial: Ricardo Romero Talledo  
Email: rromero@mincetur.gob.pe  
Dirección: 10100 Santa Monica Boulevard, Suite 1450, Los Angeles, CA.

Miami

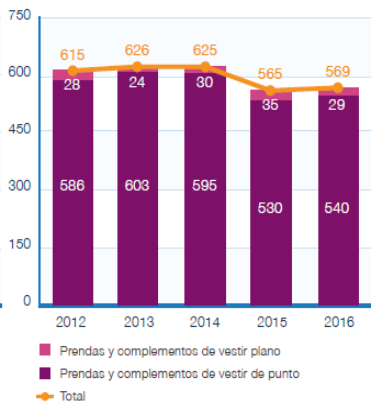
Consejero comercial: Erick Aponte Navarro  
Email: eaponte@mincetur.gob.pe

### EXPORTACIONES PERUANAS A EE.UU

Exportaciones del sector textil (2016)



Exportaciones de prendas de vestir (2016)



### PRINCIPALES PRENDAS IMPORTADAS POR EE.UU DESDE PERÚ (2016)



**US\$ 203**  
T-shirts y camisetas, de punto, de algodón.



**US\$ 72**  
Camisas de punto, de algodón.



**US\$ 45**  
T-shirts y camisetas, de punto, de materia textil.

## Anexo 6: Arancel principales productos textiles

Sector Textil					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2014 (Millones US\$)	Arancel Perú	Competidores Arancel
611030	suéteres, jerséis, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares	Estrella	5 546	0%	China (15,3%)
					Vietnam (15,3%)
					Honduras (0%)
610990	Camisetas de punto de las demás materias textiles.	Estrella	1 543	0%	China (8,1%)
					México (0%)
					El salvador (0%)
620443	Vestidos de fibras sintéticas para mujeres o niñas	Estrella	1 385	0%	China (12,3%)
					Vietnam (12,3%)
					India (12,3%)
610443	Vestidos, de punto de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	Estrella	1 280	0%	China (15,5%)
					Vietnam (15,5%)
					Indonesia (15,5%)
620640	Camisas, blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	1 247	0%	China (14,5%)
					Indonesia (14,5%)
					India (14,5%)
620193		Estrella	1 213	0%	China (15%)



Feedback Studio - Google Chrome  
 https://ev.turmin.com/app/carta/es/?o=106452710&lang=es&u=1052257037&c=1

OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN PARA LAS T-SHIRTS DE ALGODÓN AL MERCADO ESTADOUNIDENSE PERIODO 2012-2016

feedback studio

Resumen de coincidencias

28 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en Inglés (Beta)

Coincidencias	
1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante 14 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de internet 8 %
3	www.comercio.gob.es Fuente de internet 1 %
4	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante 1 %
5	tesis.pucp.edu.pe Fuente de internet 1 %
6	tesis.usat.edu.pe Fuente de internet 1 %
7	Oscar Tinoco Gómez, F... Publicación 1 %
8	es.scribd.com Fuente de internet <1 %

28

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN PARA LAS T-SHIRTS DE ALGODÓN AL MERCADO ESTADOUNIDENSE PERIODO 2012-2016

AUTOR:

FLORES CARBAJAL, KAROL PATRICIA

ASESOR:

DRA. ACOSTA LIMAY, ROSIO ELIZABETH

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
 ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
 LIMA

Text-only Report | High Resolution | Activado

Página: 1 de 48 | Número de palabras: 7089

16:51 15/07/2019

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD          DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 3
--	---	---

Yo, CARLOS ALBERTO ALVAREZ SÁNCHEZ docente de la Facultad CIENCIAS ADMINISTRATIVAS y Escuela Profesional NEGOCIOS INTERNACIONALES de la Universidad César Vallejo SEDE NORTE (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada "OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN PARA LAS T-SHIRTS DE ALGODÓN AL MERCADO ESTADOUNIDENSE PERIODO 2012-2016", del (de la) estudiante **FLORES CARBAJAL, KAROL PATRICIA**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 28% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha... LIMA, 15 DE ENERO DE 2019



*[Handwritten signature]*

Firma

CARLOS ALBERTO ALVAREZ SÁNCHEZ

DNI: 45690855

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Flores Carbajal Karol Patricia
D.N.I. : 47486182
Domicilio : Los Lirios MZ C.H.31
Teléfono : Fijo : 5235354 Móvil : 956035511
E-mail : Kp.flores92@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

[ ] Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales
Escuela : Negocios Internacionales
Carrera : Negocios Internacionales
Título : Licenciada

[ ] Tesis de Post Grado

[ ] Maestría

[ ] Doctorado

Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es):

Flores Carbajal Karol Patricia

Título de la tesis:

Oportunidades de exportación para las T-shirts de algodón
al mercado estadounidense periodo 2012 - 2016

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, autorizo a la Biblioteca UCV-Lima Norte, a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : Karol Flores

Fecha :



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Flores Carbajal Karol Patricia

INFORME TÍTULADO:

Oportunidades de exportación para las T-shirts de

algodón al mercado estadounidense periodo 2012 - 2016

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 13/07/2018

NOTA O MENCIÓN: 13



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN