



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

“El drawback y las exportaciones de ropa juvenil en las mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria, en el año 2018”

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

Licenciado en Negocios Internacionales

**AUTOR:**

Basgualdo Cárdenas, Erick Wenceslao (ORCID: 0000-0003-2644-1181)

**ASESOR:**

Mg. Espinoza, Casco, Roque Juan (ORCID: 0000-0002-1637-9815)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

**LIMA – PERÚ**

**2019**

## **Página del jurado**

## **DEDICATORIA**

La realización de mi tesis, está dedicado a mis familiares y docentes, por su apoyo incondicional, la seguridad y confianza depositada a mis padres y por sus conocimientos brindados a los docentes, dado que sin ellos no hubiese podido culminar mi tesis.

## **AGRADECIMIENTO**

Por la fuerza que me permite alcanzar mis metas quiero agradecer a Dios, de igual manera agradezco a mis asesores por los conocimientos que me facultan desarrollar la investigación de mi tesis. A mis padres, Cárdenas Acuña Gladys y Basgualdo Aquino Wenceslao.

## **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Yo, Basgualdo Cárdenas, Erick Wenceslao con DNI N° 76970831 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Proyecto de investigación, 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 presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 10 de diciembre del 2019



---

Erick Wenceslao, Basgualdo Cárdenas  
DNI: 76970831

## **PRESENTACIÓN**

### **Señores miembros del jurado:**

La investigación titulada “El drawback y las exportaciones de ropa juvenil en las mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria, en el año 2018”, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos para obtener el Título Profesional De Licenciada En Negocios Internacionales.

La investigación tiene la finalidad de establecer la relación existente entre El drawback y las exportaciones de ropa juvenil en las mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria, en el año 2018, es presentada en seis capítulos:

En el capítulo I: Se incluye la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas a las variables de estudio, la formulación del problema, justificación del estudio, la formulación de hipótesis y objetivos.

En el capítulo II: Se explica la metodología, diseño de la investigación, la operacionalización de las variables, la población, la muestra y muestreo, la técnica e instrumento de recolección de datos junto a su validez y confiabilidad, el método de análisis y los aspectos éticos.

En el capítulo III: Muestra los resultados de la confiabilidad del instrumento y la comprobación de nuestras hipótesis, general y específicas.

En el capítulo IV: Se explica la discusión del trabajo de investigación.

En el capítulo V: Muestra las conclusiones que alcanzo la investigación.

En el capítulo VI: Se ofrecen las recomendaciones y finalmente, las referencias bibliográficas. Además, en los anexos presentamos nuestro instrumento utilizado, nuestra matriz de consistencia y las validaciones por juicio de experto.

El autor.

## ÍNDICE

CARÁTULA .....	I
PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
ÍNDICE .....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN. ....	1
II. METODOLOGÍA. ....	35
2.1. Tipo y diseño de investigación. ....	35
2.2. Operacionalización de variables. ....	38
2.3. Población y muestra.....	39
2.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad. ....	40
2.5. Procedimiento. ....	41
2.6. Métodos de análisis de datos.....	41
2.7. Aspectos éticos.....	42
III. RESULTADOS. ....	42
3.1. TABLAS DE FRECUENCIA. ....	43
3.2. PRUEBA DE CONFIABILIDAD. ....	71
3.3. Prueba de Normalidad. ....	72
3.4. Rho de Spearman. ....	73
IV. DISCUSIÓN.....	78
V. CONCLUSIONES.....	80
VI. RECOMENDACIONES.....	82
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	83
VIII. ANEXOS.....	86

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por título “El drawback y las exportaciones de ropa juvenil en las mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria, en el año 2018”, tiene como objetivo dar a conocer y poder establecer la relación que existirá entre el Drawback en las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

Se tiene en conocimiento que el diseño, que se emplea para la presente investigación es el No Experimental la muestra está conformada por 30 personas que laboral en actividades comerciales del área administrativa y contable, la técnica que se empleo es la encuesta y en el instrumento se utilizó el cuestionario en base a la escala de Likert que permite medir las dimensiones, el resultado de la prueba de normalidad es del 0.814, demostrando un resultado aceptable la investigación entre las variables.

En esta investigación ha demostrado que la hipótesis general según el Rho de Spearman obtuvo un grado de 0.583 el cual establece que si existe relación entre el drawback y la exportación de ropa juvenil con una correlación positiva moderada. En la hipótesis específica uno según la Rho de Spearman, es de 0,792 lo cual significa que tiene una correlación positiva alta el establece que, si hay relación entre la operatividad del drawback y la exportación de ropa juvenil, En la hipótesis específica dos según la Rho de Spearman, es de 0,667 lo cual significa que tiene una correlación positiva alta el establece que si hay relación entre la gestión del drawback y la exportación de ropa juvenil. En la hipótesis específica tres según la Rho de Spearman, es de 0,837 lo cual significa que tiene una correlación positiva alta el establece que si hay relación entre los beneficios del drawback y la exportación de ropa juvenil.

En el cual se llegó a las siguientes conclusiones, que el régimen drawback, y sus dimensiones vistas en el trabajo de estudio y la exportación de ropa juvenil, son muy importantes las mypes del sector textil en el emporio comercial de Gamarra, en el distrito de la Victoria, dado por su misma naturaleza de promover la actividad comercial de exportación, manejando divisas en el extranjero y utilizando el saldo a favor para futuras elaboraciones de insumo para generar mayor viabilidad en sus actividades comerciales.

**Palabras Claves:** Drawback, Exportación, Operatividad, Beneficios tributarios.



## ABSTRACT

The research work is entitled “The drawback and exports of youth clothing in the mypes of the commercial empire of Gamarra, Victory District, in 2018”, aims to establish the relationship that will exist between the Drawback in the Exports of youth clothing in SMEs of the commercial empire of Gamarra, Victory District, in 2018.

The design used for the present investigation is the Non-Experimental one, the sample is made up of 30 people who work in commercial activities of the administrative and accounting area, the technique used is the survey and in the instrument the questionnaire was used based on Likert scale that allows to measure the dimensions, the result of the normality test is 0.814, demonstrating an acceptable result research among the variables.

This research has shown that the general hypothesis according to Spearman's Rho obtained a grade of 0.583 which states that if there is a relationship between drawback and export of youth clothing with a moderate positive correlation. In the specific hypothesis one according to Spearman's Rho, it is 0.792 which means that it has a high positive correlation, it states that, if there is a relationship between the drawback operation and the export of youth clothing, In the specific hypothesis two according to the Rho of Spearman, it is 0.667 which means that it has a high positive correlation that states that if there is a relationship between drawback management and the export of youth clothing. In the specific hypothesis three according to Spearman's Rho, it is 0.837 which means that it has a high positive correlation, it states that if there is a relationship between the benefits of drawback and the export of youth clothing.

In which the following conclusions were reached, that the drawback regime, and its dimensions seen in the study work and the export of youth clothing, are very important the mypes of the textile sector in the commercial empire of Gamarra, in the district of Victoria, given its nature of promoting commercial export activity, handling foreign currency abroad and using the balance in favor of future input processing to generate greater viability in its commercial activities.

**Keywords:** Drawback, Export, Operation, Tax benefit.

## **I. INTRODUCCIÓN**

Atendiendo a la realidad problemática, en el presente trabajo se da conocer el contexto actual del marco comercial para las mypes y pymes del emporio comercial de gamarra por motivos de que dicho emporio comercial, que en su conjunto moviliza anualmente entre 600 y 8800 millones de dólares , generando empleo a unos 60,000 peruanos, registrando en el año 2016 un total de 6 billones de soles y un 48% del total, es de ropa juvenil (incluyendo ropa de varón y mujer de edades generacionalmente joven), por ello es la población en el cual se va a desarrollar en el presente trabajo de estudio.

Se tiene conocimiento de que en el tratado de libre comercio entre el Perú y China, cumple la función de contexto de marco comercial, dado que dicho acuerdo plantea, diversos beneficios para la economía del país y oportunidades de salida de productos no tradicionales producido por los emprendedores peruanos incluyendo a todos los comerciantes del sector textil de Gamarra, sin embargo en un inicio el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Perú y China, iniciado en Beijing el 28 de abril en el año 2009, se suscribieron los países mencionados, durante el proceso de negociación no dio la prioridad a diversos aranceles del sector textil del país asiático, que se encuentran dentro de las categorías de desgravación E y G, por lo cual perjudicó gradualmente en los años siguientes para la industria textil nacional, los productores del emporio comercial de gamarra define como desventaja el ingreso de prendas de vestir como secuela del tratado de libre comercio por sus precios muy por debajo del mercado local, en años posteriores no se ha evidenciado los beneficios esperados para los productos textiles de gamarra, solo beneficiando a los importadores y distribuidores de la población en este trabajo de estudio.

En el Régimen de restitución arancelaria (drawback) cumple facciones comerciales para ampliar el mercado de bienes, los productos y marcas de ropa juvenil por ende ello adquieren facciones comerciales ,dentro de sus exportaciones aprovechar los mayores ingresos, dado que las exportaciones son actividades importantes en la balanza comercial, a través de las exportaciones se hayan posibilidades de crecimiento para todo los negocios que ven en sus actividades de exportación un mayor crecimiento en ingresos y fortalecimiento económico y como consecuencia mayor empleabilidad para los peruanos, por ello es vital económico un mayor desarrollo para las pymes y marcas del emporio comercial de gamarra.

Desde este punto se puede conocer la realidad problemática del sector textil que busca formas de desarrollo económico a través de modas de ropa juvenil, dado que el Perú es un

país con edad poblacional que se distribuye como generacionalmente joven, desde este énfasis estratégico los productos que tienen más acogida y generan más ventas, son las prendas de vestir que siguen modas para sectores generacionales de edades jóvenes, produciendo rentabilidad en la producción y venta de ropa juvenil, sin embargo dichas marcas y sectores textiles se encuentran en un desarrollo comercial relativamente bajo, definiéndose como un punto estratégico a desarrollar, en parte como consecuencia del desconocimiento de los beneficios que se obtienen con la restitución de derechos arancelarios al acogerse al régimen del drawback, dicho punto de desventaja se observa en diversas mypes o pymes, fuera del alcance de los sectores textiles, en nivel de ventas locales fracasan en competir con los precios del país asiático (China), impidiendo el desarrollo de las pymes y las marcas que a estas representan, disminuyendo la competitividad del sector textil nacional.

En consecuencia, a largo plazo, por parte del gobierno se busca profundizar en el aprovechamiento del régimen drawback planeado a establecerse en bases de devoluciones del IGV en las exportaciones transcrito en el convenio de Kioto 1973, sin embargo se implementan dichos términos de reembolso a los tributos en el Perú, por medio de una derogación legislativa establecida por CERTEX en el año 1981, pero se establece en el año 1990 los temas subsidiarios en las exportaciones, el termino drawback como tal se introduce en el 1995 con el propósito de promover las exportaciones no tradicionales, en el decreto legislativo N° 622-EFC.

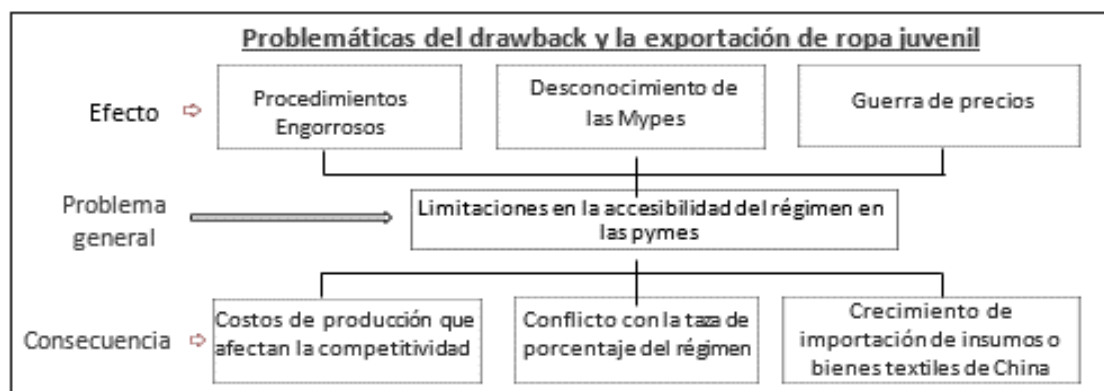
En aquellos años el sistema del drawback tenía un sentido de factor político comercial mucho más fuerte y amplio para todo el exportador en gran medida por el porcentaje de arancel registrado en una exportación por lo cual era subsidiada en un 16.3%, gradualmente disminuyó en un 12.4% abasteciendo sustancialmente a las empresas por ende el incremento del uso de dicho régimen. En el 2013 se implementa el cronograma de procedimientos del régimen drawback por el decreto supremo N° 213-2013-EF y se gestiona una re implementación en el año 2014 por medio de un decreto legislativo, estableciendo un nuevo sistema en base de sus elementos y características de promoción comercial que en líneas directas el drawback a partir del año 2013, en años actuales de la década tocando el tema de porcentajes de devolución arancelaria hasta el 2018 el drawback tenía un número no mayor al 4% pero actualmente se redujo al 3%, no abasteciendo de modo significativo a toda exportación que crea como viable. El uso de dicho régimen dentro de los planes de exportación a largo plazo.

Por otro lado el estado facilito el uso del drawback el cual fue evolucionando en siguientes años a partir del 2014 con la virtualización de procedimientos del régimen drawback, resultando en la denominación de drawback web que evalúa solicitudes electrónicas, reduciendo tiempo y costos de tramitación en físico, sin embargo para las pymes que se desarrollan en (marcas de ropa juvenil) constituidas en el emporio comercial de gamarra, se ven afectados por este dilema administrativo viendo como un gasto engoroso, dado que los motivos que requieren gestionar los procesos para exigir el beneficio del drawback, incurre un costo adicional, por costos de cumplimiento que son significativos presentándose otra una barrera hacia los exportadores en las pymes que exportan por primera vez, que son principalmente los grupos que generan más empleo y necesitan a su vez más del beneficio del drawback., la preocupación se origina por razones de competitividad sobre el manejo de costos en gestiones aduaneras, legales y contables.

Las mypes exportadoras que contraten una ordenanza del drawback en sus importaciones de insumos por medio de agentes de aduanas (dicha contratación es parte del costo presupuestal que debe asumirse en la administración y contabilización) debe estar involucrado en toda etapa de proceso productivo dado que si se presenta inconsistencias ante la SUNAT sancionará con multas, haciendo más compleja la transacción del trámite para acogerse el beneficio ansiado.

Por lo tanto, esta investigación permitirá identificar las bases necesarias del aprovechamiento del régimen drawback, para la planificación en sus operaciones y estructurar los beneficios para garantizar la dinámica comercial.

**CUADRO 1: Problema de Variables.**



*Fuente: Elaboración propia*

Desde el mismo modo se ha tenido en cuenta los siguientes **trabajos previos internacionales**, Según Molina & Céleri (2018) en su tesis titulada “Impacto en el sector textil de las salvaguardias arancelarias, para desarrollar estrategias de diferenciación que potencien la producción interna”, para obtener la maestría en administración de Negocios, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) - Quito. Cuyo objetivo consiste en analizar la hipótesis de como la falta de una estrategia arraiga a la diferenciación, contribuye principalmente a potenciar el impacto de las salvaguardias ha dado resultados negativos en el sector textil en Ecuador. La metodología desarrollada es el método científico. Se analizará al sector textil, en la propia investigación y recopilación sobre información de archivos y documentos históricos. En el propio título se afirma que la población se segmenta en el sector textil de Ecuador.

Se concluye que de acuerdo a las variables de Comercio Internacional y Barreras Comerciales analizando estrategias y la utilización y el uso de beneficios arancelarios para el sector textil. Con respecto a la conclusión 5 se menciona que el ingreso al mercado interno del país de ingreso de prendas de vestir de origen chino, ha provocado una guerra de precios, generando una rentabilidad marginal para las confecciones de producción interna y que la disminución de porcentajes de tributos para los exportadores es equivalente a un reforzamiento para la economía es una directriz a seguir.

Por otro lado, según Amores (2015) en su tesis “Evaluación del impacto de la aplicación de la devolución condicionada de tributos (Drawback) para la competitividad de las exportaciones y la economía del Ecuador”, realizada en la Universidad de Guayaquil, para obtener el grado de Magister en Tributación y Finanzas, cuyo objetivo es el mejoramiento de sistemas para el reintegro tributario y regímenes de admisión temporal, mediante lo cual cuentan con la hipótesis del trabajo investigativo que es el “drawback” y que no ha podido culminar su propósito, que consiste en fomentar e incentivar las exportaciones (no petroleras) del Ecuador, el autor propone una modificación radical sobre dicho régimen. Se concluye que los países han conseguido por medio de la OMC, todos los consensos y las normas adecuadas para el manejo del comercio y proceder a una mayoría la idea de fomentar el comercio saludable en un contexto internacional, se resuelve con un mecanismo para solucionar sus controversias y conflictos, asimismo como medidas de resarcimiento en ocurrencia de hallarse afectados por las medidas de otros países, dichas normas rigen además en acuerdos comerciales y de integración a nivel regional y subregional. A nivel bilateral, el drawback se da entre países y genera un bloque para otros países, sin excepción,

la búsqueda de la no utilización con la consumación de impedir, de que se aplique selectivamente para que no perjudique a otras partes.

Asimismo, según Tuner & Guerrero (2016) en su tesis “Análisis de la Aplicabilidad del Mecanismo Drawback en la Exportación de Atún en el Ecuador”, realizada en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, para obtención de su título de Ingenieros en Comercio y Finanzas Internacionales, tiene como objetivo determinar la aplicabilidad del mecanismo drawback en el sector exportador de atún y finalmente llegaron a la conclusión que los requisitos del Drawback son bastante alto, ocasionando que las empresas se vean obstaculizadas para aquel que busque gozar del beneficio tributario otorgado por el régimen drawback. Adicionalmente, los exportadores que efectúen cumplir con los requisitos necesarios para lograr la restitución, las empresas se verán condicionadas con las cantidades de dinero a devolver, es decir aquellas empresas que ya han sido vistos como “aprobados” y beneficiarios del mecanismo, están siendo vistas impagadas desde agosto del año 2015. Además de acuerdo a lo que se señala por Bruno Leone (presidente de la Cámara Nacional de Pesquería). “Este sector también están sintiendo la falta del pago del Drawback pues se centra internamente de las políticas que señalan las limitaciones en las que los beneficiados deben invertir el capital recibido”.

Para Escobar (2011) en su tesis “Análisis de Alternativas de Políticas de Fomento a las Exportaciones, a fin de plantear Medidas para la Sustitución del Drawback en El Salvador”, realizada en la Universidad José Matías Delgado, para obtener la maestría en Negocios Internacionales, sostiene como objetivo principal estudiar las propuestas de planes de incentivos a las exportaciones en El Salvador, a fin de reconocer si los elementos de la Estrategia Integral de Fomento a la Producción, son conforme a los lineamientos de la OMC y son instrumentos que impulsen al sector exportador, así mismo cuenta con la hipótesis que el Gobierno de estudiar las propuestas de planes de incentivos para las exportaciones. El país del El Salvador está generando instrumentos financieros y no financieros que apoyan al sector productivo exportador para propiciar la producción, la innovación y la diversificación de mercados y de la oferta del mercado exportador, consecutivamente llego a la conclusión que El Salvador otorga precedencia a los lineamientos de la OMC en la formulación de sus políticas comerciales, lo cual se evidencia seguridad en la anulación de la Ley de Reactivación de las Exportaciones y en la formulación de la nueva ley de Ley De Reintegro De Los Derechos Arancelarios a la importación.

Para Khazragui (2011) en su tesis “Export promotion of small and médium sized enterprises in developing countries: The perceived usefulness of internacional trade points bu Smes

in Egypt”, realizada en la Universidad de Manchester, para obtener el grado de doctor en Filosofía, sostiene como objetivo principal analizar las limitaciones que enfrentan las pymes egipcias que les impiden tener una perspectiva global sobre el alcance de sus productos de exportación, la cual el grado de barreras arancelarias y no arancelarias, es significativo para el contexto comercial, consecutivamente llega a la conclusión que periódicamente las empresas han alcanzado mayor crecimiento por consecuencia de la globalización, las desventajas de dicho contexto es que países como Egipto, son reacios y en gran medida escépticos para revelar cualquier información financiera y las políticas comerciales no logran optimizar el problema mencionado, dado que en este contexto, solo era factible revertirlo principalmente para usar medidas perceptivas en lugar de desarrollar el conocimiento de las posibles empresas de la disponibilidad de oportunidades de exportación, para asistir empresas en el curso del desarrollo y la preparación de sus planes de exportación con antecedentes y base de datos confiable.

Con relación a los **trabajos previos nacionales**, Garcilaso (2018) en su tesis titulada “La gestión del drawback en las pymes exportadoras del sector textil en Gamarra - La Victoria, 2018”, para obtener el título de Licenciado en Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Empresariales Universidad Cesar Vallejo – Perú. Su objetivo es determinar los factores de la gestión del drawback en las Pymes exportadoras del sector textil en Gamarra en el año 2018. La metodología desarrollada es de enfoque cuantitativo no experimental, dado que pretende tantear alternativas en base de prioridad de las magnitudes no numéricas y para la investigación y la práctica del uso de las encuestas que den resultados descriptivos. La población y la muestra no corresponde la distinción entre población y muestra, ya que los datos ya existen, y la validez se ha hecho por medio de un juicio de expertos. Se concluye que de acuerdo con las conclusiones 1, 2 y 3 se deduce que gran parte de las pymes de Gamarra, presentaron una dificultad entre media y alta en la gestión del drawback conceptualizándose en una gestión alta en gastos. Con respecto a la conclusión 4 se deduce que se presenta una dificultad baja al momento del ingreso a la plataforma del drawback web para las pymes de Gamarra que se define como baja capacidad del uso de la plataforma virtual.

Por otro lado, López (2017) en su tesis titulada “Acciones de control aduanero durante el despacho de exportación con acogimiento al drawback en la IAAP, 2014 - 2015”, para obtener el título de Maestría en Gestión Pública, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Cesar Vallejo - Perú. Su objetivo es analizar las acciones e instrumentos de fiscalización aduanera durante el despacho de exportación con acogimiento al drawback en

la IAPP, 2014 - 2015. La metodología desarrollada en el presente trabajo reúne las condiciones metodológicas para ser denominadas como una investigación básica sustantiva, también recibe el nombre de investigación pura, teórica o dogmática. Se planteó un estudio cuantitativo dado que se recogen y analizan datos cuantitativos buscando aplicarse el estudio de la asociación y correlación entre las variables, habilidades sociales y clima del aula y es de diseño no experimental puesto que se realiza sin la administración y manipulación deliberada de la variable. La población de datos estadísticos referente al acogimiento al drawback, tendrán como población a la Intendencia de la aduana aérea y postal, referido al año 2014 y 2015, la muestra presentada en la investigación es la base de datos de la intendencia de la aduana aérea y postal del callao (IAPP). Se concluye que de acuerdo a las conclusiones 1, 2 y 3 se deduce que las variables de Acciones de control aduanero de despacho del drawback, se presenta un grado alto de regularidad en el control legislativo y tributario para el acogimiento del régimen drawback que se conceptualiza en controles legislativos altos. Con respecto a la conclusión 4, se presenta resultados perjudiciales a la administración tributaria dado que 70% de partidas arancelarias dentro de la base de datos del drawback web, no se pagan los respectivos derechos aduaneros esto significa un 0% en restitución arancelarias del valor fob de exportación y en palabras propiamente dichas la utilización del régimen drawback fue menor en el periodo 2015 con respecto al año anterior.

Asimismo, Castillo (2017) en su tesis titulada “Análisis de los beneficios de la restitución del drawback generado por las exportaciones de banano orgánico en la Asociación de Bananeros Orgánicos Solidarios (BOS), en el año 2016”, para obtener el título de Licenciamiento en Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Cesar Vallejo - Perú. Su objetivo es Analizar los beneficios de la restitución del drawback generado por las exportaciones de banano orgánico en la Asociación de Bananeros Orgánicos Solidarios (BOS), en el año 2016. La metodología desarrollada es de método o diseño no experimental de tipo transversal descriptivo debido a que no se realizara manipulación de ninguna variable. La población son los trabajadores de la Asociación Bananeros Orgánicos Solidarios (BOS) y la muestra será toda documentación contable de importaciones y exportaciones del área de contabilidad y exportaciones de la empresa. Se logra concluir acorde a las conclusiones 1, 2 y 3 se deduce que, a través de los datos de cantidad de insumos, integración del capital y la devolución recuperada por el drawback ha sido utilizada por en el año 2016 tuvo una aplicación productiva debido a que fue invertido



en la cantidad de insumos en la segunda compra programada. Con respecto a la conclusión final se deduce que el incentivo recuperado a través del drawback produce una variabilización de cantidades en la producción y garantiza un aumento en la cantidad de pedidos por parte de su país cliente que es Alemania haciendo más dinámicas los valores de exportación.

De igual manera, Díaz (2017) en su tesis titulada “El drawback en las mypes exportadoras del sector textil en el distrito de la Victoria 2016”, para obtener el título de licenciamiento en Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Cesar Vallejo - Perú. Su objetivo es determinar la relación entre el drawback y las mypes exportadoras del sector textil en el distrito de La Victoria en el año 2016. La metodología desarrollada es del tipo de investigación aplicada, de nivel correlacional. La población del proyecto de estudio está constituida por 71 empresas exportadoras del sector textil en el Distrito de La Victoria – Lima en el año y la muestra se obtuvo, aplicando el muestreo aleatorio simple, el tamaño de la muestra es de 60 empresas exportadoras textiles del distrito de La Victoria. Se concluye acorde a las conclusiones 1, 2 se deducidas en que debido a que la tasa del drawback es un porcentaje muy bajo a consideración en el total de sus costos, el número de solicitudes ha ido disminuyendo de forma escalonada de forma correlativa a la tasa del drawback con respecto a la conclusión final se deduce que el único factor que ha incidido en la competitivas de las exportaciones de prendas de vestir el drawback sigue de modo continuo siendo un incentivo importante con respecto a las exportaciones no tradicionales debido a que la devolución sirve como inversión para la empresa.

Se concluye que de acuerdo a las conclusiones 1, 2 y 3 se deduce que las variables del acogimiento y del procedimiento drawback presentaron un grado de dificultad entre baja y media en desaprobación con respecto a la utilización y el uso de sus beneficios debido que el grado de complejidad de aplicación del régimen es alto, desmotivando el uso comercial del drawback. Con respecto a la conclusión 4 se presenta un grado alto en desacuerdo al ofrecimiento impugnatorio para las empresas exportadoras dado que si no se acata de modo correcto el procedimiento del drawback existen multas de por medio.

Finalmente, según Huamaní (2018) en su tesis titulada “El acogimiento del procedimiento drawback tramitado en la intendencia de aduana aérea y postal del callao - 2017”, para obtener el título profesional de abogado, Facultad de Derecho, Universidad Cesar Vallejo

- Perú. Su objetivo es describir como se viene dando el acogimiento del procedimiento drawback tramitado en la intendencia de aduana aérea y postal callao – 2017. La metodología que desarrolla para la investigación es cuantitativa, por lo tanto, se cuantifica en base a la estadística y es no experimental adecuado para la manipulación de variables en dicho estudio. La población se afirma se segmenta en la información obtenida en los trabajadores en el sector aduanero, principalmente en la intendencia de aduana aérea y postal del Callao y la muestra es no probabilística, se encontrará relacionado por los trabajadores del sector aduanero de la intendencia de aduana aérea y postal del Callao. Se concluye que de acuerdo a las conclusiones vistas en el punto 1, 2 y 3 se deduce que las variables del acogimiento y del procedimiento drawback presentaron un grado de dificultad entre baja y media en desaprobación con respecto a la utilización y el uso de sus beneficios debido que el grado de complejidad de aplicación del régimen es alto, desmotivando al acogimiento del drawback. Con respecto a la conclusión 4 se presenta un grado alto de desacuerdo al ofrecimiento impugnatorio para las empresas exportadoras dado que si no se acata de modo correcto el procedimiento del drawback existen multas de por medio.

Asimismo, vemos como las **Teorías relacionadas al tema**, las cuales se entienden en el contexto de un presente propio para el desarrollo del trabajo con respecto al creciente desarrollo de las exportaciones del sector textil es cada vez más exigente, por lo cual el desarrollo de estrategias para la importación de insumos y la comercialización en las empresas del sector textil, requieren mecanismos de gestión empresarial para generar mayor rentabilidad, en un determinado país como es el de Estados Unidos no se abastece lo suficiente al mercado objetivo.

El uso del régimen drawback en distintos países ha realizado, una mejora en dichos mecanismos para que los importadores y productores, en casos de la aplicación del régimen drawback se hayan generado cambios, estos cambios han conducido a las empresas a realizar estrategias, las cuales para generar mejoras son a través de las actividades de sus exportaciones

En primer lugar, vamos a conceptualizar la primera variable de la investigación denominado el drawback o también visto como el régimen de restitución arancelario el cual se utiliza por motivos políticos arancelarios y comerciales arraigados a la producción, el marketing internacional busca conseguir afines principales son el promover las exportaciones no tradicionales en el país. El que desee acogerse a al beneficio arancelario

debe importar un producto porque este producto sea transformado en un producto no tradicional, cumpliendo un propósito de transformación o parte del proceso en la transformación en el bien final (exceptuando combustibles y fuentes energéticas en el proceso), en ese momento se debe escribir en la DAM (rellenarse en el formato la intensidad de la solicitud del acogimiento), rellenar bajo su código Sol y la verificación de la solicitud ante la SUNAT, a partir de ese momento, el solicitante tendrá un periodo de 36 meses a posteriori de la fecha pactada contado desde el día en que se realizó la importación, en la que la mercancía supere dicha transformación o que el insumo se encuentre implementado en parte la elaboración de la mercancía a exportarse como un bien final. Finalizando con la aprobación por parte de la SUNAT el Banco de la Nación abona en una cuenta bancaria por parte del solicitante o emite un cheque a favor de un plazo no mayor de 5 días hábiles a partir del día a contar desde de la numeración de la solicitud.

Para Cosio (2017) “El drawback es el régimen aduanero que permite, como consecuencia de la exportación de mercancías, que hayan gravado la importación para el consumo de las mercancías contenidas en los bienes exportados o consumidos durante su producción para que las empresas exportadoras obtengan la restitución total o parcial de los derechos arancelarios” (p. 260).

El autor se refiere a la existente polémica internacional por parte de la OMC acerca del sistema del drawback integrado en la ley general de aduanas en el Perú y su utilización en las exportaciones, considerándolo como un subsidio.

Según Huamán (2015) “[...] No es un subsidio porque perdería su naturaleza aduanera y sería una ayuda directa del Estado lo que se devolvería [...]. El Perú sostiene ante la OMC y sus socios comerciales que el drawback no es un subsidio” (p. 134).

Sin embargo, el autor nos permite entender que dicha polémica es una cuestión controversial que puede cuestionarse al denominar al drawback como un subsidio, y que dicha denominación no es correspondida dado que sus antecedentes respaldan más un punto de vista de promoción a las exportaciones. La exportación de bienes finales, en Perú no considera a tributo alguno programada en la logística del exportador, existen dos beneficios tributarios a los cuales acceden las empresas que tienen actividad arraigadas a la exportación, la primera es “la devolución del IGV” y el segundo beneficio es “el Drawback”, (el primero tiene que tramitarse en la SUNAT y el segundo ante Aduanas).

Del mismo modo conceptualiza, la primera dimensión, que es la **Operatividad del**

**Drawback**, los productores exportadores deben tomar en cuenta los procedimientos de la operatividad del drawback, para lograr una mayor optimización, en caso, que el exportador crea necesario un requerimiento de la devolución de los derechos que haya pagado del bien producido y exportado, el cual el régimen se otorga por partida arancelaria exportada, en la que se calcula previa importación de insumos, y que admita la línea de regularización, evitando información errónea y posibles multas establecidas.

Para Cosio (2012) “En el Perú, como señalamos al comentar el artículo anterior, no funciona un sistema puro de Drawback en el cual el monto a devolver equivale a los derechos pagados por los insumos importados, según la lógica del artículo 82°, sino que en su lugar existe un procedimiento simplificado” (p. 379).

Según la tabla de sanciones aplicables a las infracciones previstas en la ley general de aduanas, visto en el numeral 3, inciso a), art 192°. “No proporcionar la logística necesaria, impidan u obstaculicen la ejecución de las labores de escrutinio, reconocimiento, inspección o fiscalización dispuestas por la autoridad aduanera, así como el acceso a sus sistemas informáticos con una sanción valorizada a un monto de 3 UIT. En la tabla de sanciones aplicables a las infracciones previstas en la ley general de aduanas, visto en el numeral 3, inciso c) Art. 192°”. Una mala consignación de datos erróneos en la solicitud para comenzar con el proceso de devolución tributaria, no se acreditará y será sancionado por documentación fraudulenta.

Para Cosio (2012) “Cuando el beneficiario del régimen drawback se acoge al mismo sin cumplir los requisitos establecidos en el decreto supremo N° 04-95- EF y la resolución ministerial N° 138-95-EF, si la empresa está proporcionando información falsa o errónea en su solicitud de restitución de derechos arancelarios, este debe reembolsar a la Administración Aduanera el importe que le haya restituido en la parte que supere al monto válidamente correspondía restituir” (p. 382).

Tendrán una sanción tributaria en los casos de que la autoridad aduanera juzgue como fraudulenta y haya incidencia en el error se sancionará a la empresa con el monto mínimo de 0.2 UIT, cuando no haya incidencia, el monto podría llegar al equivalente el doble del monto a restituir, en caso exista una sobrevaloración del precio real de las mercancías o fraguado con datos de una simulación de hechas adrede para obtener el beneficio.

Del mismo modo se analiza, el indicador, que son los **Requisitos de drawback**, en el cual mediante la solicitud de designio para el acogimiento del drawback es obligatorio la

sapiencia de incuestionable criterio en aspectos aduaneros y formativos legislativos de carácter legislativo para alcanzar de manera exitosa del reembolso obtenido por los derechos a pagar durante la importación.

Para Cosio (2015) “En la devolución simplificada de derechos arancelarios drawback, hay requisitos de carácter sustancial, referidos a las mercancías y otros de carácter formal, referidos del formalismo a ejercer y plazos a cumplir” (p. 382).

El autor hace referencia a los requisitos sustanciales y requisitos formales expuestos en el que el exportador debe cumplir, como sub categoría se debe tener en primer lugar a los **Requisitos Sustanciales**, que se pasa a conceptualizar que en dichos requisitos son aquellas situaciones comerciales contextuales dadas por el marco comercial requeridas para que el drawback sea un beneficio aplicable a dicho contexto en específico, se realiza por medio de la gestión administrativa previo calculo donde se analiza el costo de insumos y si es superado por el monto de utilidades más el monto del beneficio de drawback obtenido.

Para Cosio (2015) “certificar que el costo de fabricación se ha visto incrementado por los derechos arancelarios que gravaron el costo de la importación de insumos importados o consumidos en la fabricación de la mercancía exportado” (p. 382).

Los requisitos básicos sustanciales se denominan así por los siguientes pasos a cumplir:

El primer requisito sustancial, es pagando la totalidad de tributos correspondientes para la nacionalización en la importación de los insumos, el exportador tiene que buscar el modo de gestionar la deducción el valor FOB de la exportación el monto de la importación de los insumos o adquisición de dichos insumos por terceros que hubiera ingreso al país con el propósito de acogerse a la restitución arancelaria drawback.

El segundo requisito sustancial, es en los bienes exportados que tienen el tratamiento para acogerse al régimen drawback se deben tratar bajo la denominación de bien final, del valor CIF no puede superar el 50% del valor FOB por partida arancelaria en la exportación.

Como sub segunda categoría se debe tener en primer lugar a los **Requisitos Formales**, que se pasa a conceptualizar, que en dichos requisitos, el exportador productor debe cumplir bajo un contexto legislativo burocrático, en el cual la empresa debe contar con la colaboración de un especialista con conocimientos sobre la gestión necesaria para sustentar documentando, los requisitos formales necesarios para que el proceso de intención de acogimiento sea lo más eficaz y exitoso posible para la empresa.

Para Zegal (2015) “La intención de acogimiento debe sostener como monto mínimo a reponer el valor de US\$ 500.00; para efectuarse, se podrá acrecentar, Declaraciones Únicas de Aduanas-Exportación o Declaraciones Simplificadas, la solicitud de devolución puede transmitirse anticipadamente a la Intendencia de Aduana por acceso electrónico” (p. 163).

Documentos para cumplir con los Requisitos Formales a través de los siguientes pasos a cumplir.

El primer requisito formal, es la manifestación de intención de acogerse al régimen drawback en el casillero 7.8 de la DAM de importación y así establecer la intención de forma expresa.

El segundo requisito formal, es presentar la solicitud de restitución ante cualquier Intendencia de Aduana del país, en el plazo máximo de 180 días desde el control de embarque. Puede optarse también por la vía electrónica por el portal SUNAT o la de forma física en la presentación documentaria adjuntándose la Copia de la Declaración de Exportación y la Declaración de importación de los insumos debidamente pagados en su totalidad. En caso del uso de insumos importados por terceros se entrega la Copia de la factura del proveedor nacional correspondiente a compras internas de insumos importados por terceros.

El tercer requisito formal, es toda solicitud está expuesta a presentarse por un monto no menor de 500 dólares y no mayor de a los 20 000 000 de dólares de los Estados Unidos de América.

Del mismo modo conceptualiza, la segunda dimensión, que es la **Procedimiento de la Restitución Arancelaria**, que se entiende por procedimiento al proceso aduanero que debe pasar principalmente los exportadores expresando información y asistencia en comercio exterior, logística y contabilidad para administrar todo lo referido para cumplir con lo expuesto por las intendencias aduaneras de la nación, El beneficiario debe presentarse en el Área de Recaudación de la SUNAT, junto a todos los documentos vistos en la sección de requisitos formales.

Para Hernández (2015) “Se pueden transferir los bienes a un segundo beneficiario, previo permiso de Aduanas, adentro del plazo de vigencia permitido inicialmente. Si se opta por este, el asumirá las obligaciones y responsabilidades que se originen como consecuencia de la operación y será quien presenta la garantía” (p. 122).

En caso se presenta un fallo a regularizar, el cual se emitirá el documento vía

electrónicamente que estará dirigido al jefe inmediato, por lo cual la remisión electrónica pasará a una Fiscalización, sin perjudicar la continuación de la tramitación documentaria.

Del mismo modo se conceptualiza, el indicador, que es la **Aplicación de las Tasas de Restitución**, mediante la importancia de la aplicación desde la perspectiva puesta en la mype o Pyme, el drawback se trata como un mecanismo para promover las exportaciones, se observa al régimen drawback, como un apoyo para la internacionalización de productos finales del país, dado que el mismo beneficio es una iniciativa para las empresas, esta tasa es el porcentaje aplicado del 3% en el valor FOB, que es otorgado sobre la partida del producto.

Para Huamán (2019) “En el primer semestre del año 2018 un número total de 1480 micro y pequeñas empresas (mypes y pymes), que dejaron la actividad exportadora, un dígito mayor en 5% en proporción al equivalente del periodo del 2017 (1409), lo que refleja su progresiva flaqueza y la exigencia de fortificar las políticas de soporte a su internacionalización [...] es que de las 4858 de mypes que exportan actualmente, solo el 8,9% (432 Mypes) tuvo su continuidad de exportación desde (2013 – 2018)” (p. 128).

La ejemplificación de la restitución del drawback, en una Pyme del sector textil La simulación donde se ve favorable para una empresa constituida, es en el margen comercial, la empleación del drawback y como este beneficio favorece a sus próximas exportaciones, en la cual observan los costos, total del beneficio y el proceder que debe regir el producto ofrecido, considerando el manejo efectivo en el costo canal de distribución y como es sustancialmente favorable para la empresa, en base de la aplicación tiene como consecuencia, el análisis adecuado en las exportaciones del sector textil.

Una alternativa para el exportador productor es el drawback debido a que la restitución del 3% del valor de sus mercancías es mayor que los costos de mano de obra y fabricación. Un exportador peruano, dueño de una pyme firma un contrato de compra y venta internacional, con un minorista de otro país por un total de 100 000 camisas aun precio de venta de valor FOB Callao de 6 US\$ por camisa. Para su fabricación compra 200 000 m de tela en el Perú a un costo de 1,5 US\$ por metro, lo cual se usará totalmente en la fabricación. Estimando sus gastos de mano de obra y fabricación será un total de 100 000 US\$ y que necesitará otros 100 000 US\$ la compra de etiquetas y botones, por lo cual importará de china pagando un arancel de 6000 US\$ (lo cual está cubierto en su presupuesto de 100 000 US\$).

**CUADRO 2: Simulación de cálculo de beneficio del Drawback.**

<b>Montos</b>	<b>(US\$)</b>
Venta (6 US\$/ Fob)	600 000
<b>Costos</b>	<b>(US\$)</b>
Tela	300 000
Mano de obra y Fabricación	100 000
Etiquetas y botones	100 000
Total de Costos	500 000
Utilidad	100 000
Restitución del drawback (3% x 600 000)	18 000
<b>Total de Utilidad</b>	<b>118 000</b>

*Fuente: Elaboración Propia.*

En el estudio se procesa el cálculo correcto el cual es vista en la investigación en la tercera dimensión, que es la **Gestión del drawback**, se sabe que desde el primer momento en que se establece el proceso de intención de acogimiento por parte de la gestión de la empresa y la planeación de las acciones y efectos del área administrativa, lo cual es necesaria para resolver un problema de carácter administrativo ya sea la documentación y dirección de acciones y operaciones relacionadas a la responsabilidad parte de la administración.

Dicha administración es parte de la organización en el cual se desarrolla un proyecto y los controles de medida utilizando pautas, estrategias y técnicas para optimizar el proceso a través de los recursos propios de la empresa por ende en este punto se tratará los temas de administración y acciones necesarios para el uso del drawback.

Para Drucker, Eccles, Ness & Norton (2003) “Lo mismo que sus primos, el rendimiento de los fondos propios y el rendimiento de los activos, la RG (gestión de rentabilidad) [...] en este caso, el tiempo y la atención de la dirección. Indica lo bien que los directivos han elegido línea de acción alternativas para asignar los recursos de manera óptima” (p. 128).

El autor nos indica que la mejor forma de invertir los recursos de la empresa es través de la medición de energía de producción y tiempo en la dirección de inversión de los recursos dado que una buena estrategia que masifique la rentabilidad será una clara ventaja ante otros competidores del mismo rubro.

De igual manera los **Controles Documentarios**, requieren supervisión por parte de la SUNAT, en el que el exportador productor sustenta su intención voluntaria para acogerse



al régimen drawback debe tener una responsabilidad ante la Intendencia de Gestión y Control Aduanero para hacer efecto el seguimiento de procedimiento en la que se demostrará con documentos.

Documentos requeridos ante la SUNAT a presentar, se enlistan con los siguientes pasos que el exportador productor debe cumplir.

En primer lugar, la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) con intención de acoger al régimen drawback.

En segundo lugar, Documentos de Transporte (B/L – AWB – Carta Porte).

En tercer lugar, la factura comercial, boleta de venta, contrato o un documento equivalente.

En cuarto lugar, el documento de seguro.

En quinto lugar, la declaración jurada de merma.

En sexto lugar, con los Certificados o Permisos en caso el tratarse de mercancías restringidas.

En séptimo lugar, la declaración Jurada de Ubicación de la Mercadería.

En octavo lugar, con la constitución de la garantía.

Aparte de lo visto en los pasos para proceder el acceso al drawback se debe tener en cuenta con las formas de DAM que permiten el acogimiento del drawback ante la SUNAT. Según RS N° 075 – 2014/ SUNAT, en la sección VI, inciso D, numeral 2, de los Requisitos y documentos, en el cual se enlista los siguientes requisitos que son los más importantes en los **Requisitos Formales**.

El primer requisito, se obtiene el cumplimiento es la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) de exportación definitiva cuya intención es acogerse al régimen drawback.

El segundo requisito, se obtiene el cumplimiento cuya solicitud este enumerada (el plazo máximo de 180 días hábiles).

El tercer requisito, sobre los insumos a utilizar, deben ser importados (dentro de los treinta y seis meses anteriores a la exportación definitiva), el plazo se computado en la fecha de numeración de la DAM de importación o cancelación de los derechos arancelarios de DAM de admisión temporal, hasta fecha de embarque consignada en la DAM de exportación regularizada.

Al momento en que se presenta la forma de solicitud por vías electrónicas o física documentaria como requisito formal, se adjuntan todo los archivos con las declaraciones

juradas suministradas por el proveedor local del insumo para producir el bien final, las mercancías elaboradas que formen parte de los insumos importados que solo hayan podido acogerse a la pretensión de usar el régimen drawback y no hayan usado algún beneficio arancelario ya sea por tratados de libre comercio o regímenes que no sean de perfeccionamiento como el drawback. Además de contar con proveedores que puedan acreditar a través de facturas comerciales que la importación de insumos, dado que algunos exportadores productores tercerizan la importación de insumos.

Para Huamán (2019) “Copia de la documentación sustentaría, de ser el tema que la intención de acogimiento, sea asignada a reconocimiento documentarlo y ante una eventual fiscalización. Si encargó la fabricación, la factura por servicio de fabricación y del contrato en sí. En caso que la mercancía importada se compró localmente a través de terceros, muestre la factura y la declaración del distribuidor, que demuestre que no recibió preferencias arancelarias” (p. 133).

El autor hace referencia a que la documentación (requisitos formales), la cual es parte fundamental del proceso de solicitud de los derechos de restitución arancelarios pagados durante la exportación.

Para Hernández (2015) “El plazo de presentación de solicitud, se debe hacer presente ante a la administración aduanera (en un plazo de treinta días del término de la descarga del medio de transporte en que llego)” (p. 122).

En el estudio se profundiza en la utilización correcta del medio virtual, el cual es vista en la investigación en la tercera dimensión, que es la mismo modo se conceptualiza, el indicador, que es la **Utilización de la Plataforma Virtual**, el drawback web es el un módulo virtual, que registra la información y adjunta de documentos digitalizados requerida, se genera dentro del sistema un numero continuado por la solicitud de acogimiento y el cual se puede conferir la admisión de la documentación, en el cual será supervisado por el funcionario encargado al ingresar un dígito y así mismo verificara si en caso hay imprevistos ante su jefe inmediato y este será fiscalizado, en cuya cuestión la documentación este alterada, el funcionario debe efectuar los requisitos establecidos, intrínsecamente de un plazo de dos días hábiles a partir de la fecha de la solicitud y la documentación sustentatorio. De ser acorde, se registrará la conformidad de la solicitud (el cual será informado por medio del buzón Sol del beneficiario) notificando al exportador productor interesado.

Para Hernández (2019) “Los formatos se envían de manera electrónica, siguiendo las instrucciones del Anexo II del Procedimiento-Instrucciones para el llenado del formulario electrónico-Solicitud de Restitución-Drawback Web. Tiene 180 días hábiles después del embarque para registrar la solicitud” (p. 122).

Todo acto administrativo relacionado con la solicitud del drawback ,se realiza un procedimiento automático enviado al Buzón Sol de la empresa productora-exportadora, a su vez el representante o el mismo beneficiario debe tomar medidas de confirmación utilizando la clave SOL de la ruc, se entiende que la operación ha sido realizada a favor del beneficiario lo cual constituye una responsabilidad tributaria , para aceptar a la SUNAT las operaciones en líneas cuyo requisito es la confirmación de la contraseña del usuario.

Del mismo modo se estudia, el indicador, que es la **Fuentes de Información y manejo del conocimiento**, el gobierno opta por el desarrollo económico y por ello promueve políticas que favorezcan a las exportaciones están basadas a su vez principalmente en una legislación práctica de las normas establecidas por la OMC, exportadores que requieran de información, e incluyen dicha información para una mejor asistencia técnica con el objetivo de desarrollar las capacidades, sobre prácticas de financiamiento en su logística, procedimientos aduaneros, empaques y relaciones a nivel del comercio exterior.

Para Zagal (2015) “Se debe tener en cuenta que debe producirse al retorno definitivo al país de productos exportados, o en la modificación de sus valores FOB, por los que se hubiere percibido la restitución de derechos arancelarios ad Valorem, el beneficiario debe presentar ante al Área del Trámite Documentario de la Intendencia de Aduana emisora un escrito con indicación del número y fecha de la solicitud de restitución declaración única de exportación y de la nota de crédito y/o cheque [...] será calculado por el SIGAD, hasta la fecha de cancelación” (p. 165).

En Perú el procedimiento del régimen drawback requieren que todas las exportaciones directas como a indirectas utilicen un sistema denominado “drawback web”, puesto que se implementa como una tasa común aplicable a virtualmente todos los productos.

En las **Principales fuentes de información** para que el exportador productor acceda a páginas que otorguen la correcta información, las cuales son:

La primera fuente, es el Portal de MINCETUR.

La segunda fuente, es el Portal SUNAT (en el cual se encuentra el sistema SIGAD).

Del mismo modo se estudia, el indicador, que es la **Beneficios del drawback**, es el sistema

del drawback ha evolucionado haciendo más fácil el acogimiento ya sea por medios virtuales o procedimientos establecidos en documentación física ante las intendencias aduaneras del país, dicho beneficio evoluciona orientándose a la naturaleza jurídica en elemento de fiscalización, permitiendo usos indebidos y solo favoreciendo a los que prescindan, siendo transmitido en un cheque o un saldo a favor para el exportador, el monto es adjudicado al contribuyente incentivando a un mayor grado de que las leyes aduaneras aplican como se establece por norma, que puedan modificarse si se presenta un error a través de las vías electrónicas, así mismo el factor aprendizaje ante los emprendedores y dueños de Mypes conforman crecidamente mayor a la mitad de la muestra, lo cual expresa que tienen interés en informarse, estar al tanto sobre el régimen, al momento que se busque sistematizar mejor las gestiones aduaneras, el drawback en las mypes exportadoras de sector textil en gamarra pueden simbolizar, estas mypes exportadoras que cumplen el perfeccionamiento de sus actividades, los requisitos y sus beneficios apoyados en el gobierno, las condiciones para acogerse al beneficio son:

En primera condición, es en presentar la solicitud del acogimiento al régimen drawback dentro de 180 días hábiles posterior a la fecha de embarque (exportación).

En segunda condición, en que los insumos hayan sido importados hasta 36 meses antes de la fecha de salida de la mercancía final (exportación).

En tercera condición, en que las empresas no hayan realizado exportaciones anuales que superen los 20 millones de dólares de Estados Unidos de América y no menor a un valor de restitución de 500 dólares.

En cuarta condición, en que las empresas al momento de presentación de la solicitud ante Aduanas no mantengan cuentas aduaneras pendientes a cancelación.

El indicador que es **Beneficios a las Exportaciones**, el drawback tiene naturaleza a favor de las exportaciones, dado que el mismo tiene como requisito el uso de la materia prima y transformarla para su posterior exportación definitiva al país destino, el drawback tiene incidencias desde el 1995 por que es aplicado a un valor FOB y ya sea en exportadores directos o indirectos el beneficio sigue siendo el mismo el exportador debe utilizar las utilidades en los siguientes puntos a tratar para que su futura exportación genere más rentabilidad y con el objetivo de desempeñar mejor el papel como empresa resultando con ello un margen de beneficios en el drawback mucho mayor.

Para Carreño (2016) “Es el régimen aduanero – como resultado de la exportación de

mercancías – lograr la restitución total o parcial de los derechos arancelarios que hayan gravado la importación de las Mercancías contenidas entre los bienes exportados o consumidos en el momento de su fabricación” (p. 339).

Enfoquemos los puntos de una exportación y veamos que los márgenes de utilidad entregados por el drawback pueden funcionar en el contexto de los negocios internacionales acorde a la administración de las empresas mypes que ansían usar sus recursos de forma adecuada obteniendo la eficiencia en cada ámbito de su gestión.

Para Radebaugh (2018) “Expansión en ventas, Adquisición de recursos y Reducción de riesgos, normalmente estos tres objetivos guían todas las decisiones a la conveniencia de participar o no en los negocios internacionales, dónde y cómo hacerlo” (p. 14).

Analizando los puntos finales de venta la cuales son las exportaciones en cantidades los cuales generan un gran margen de utilidad este contexto comercial favorecerá si este se mantiene en plazos prolongados con dicha demanda de su producto, por ende es esencial la toma de decisión de acogerse al drawback dado que funcionaria en marcos comerciales internacionales su uso, por la compra de recursos y el uso favorables de los puntos beneficiarios del drawback en medios virtuales esto se obtendrá con las decisiones adecuadas, formados en el acto administrativo y se conceptualizan en tres puntos:

El primer punto, se observa en la **Expansión de Ventas**, en la cual, las ventas de una Mype dependen de la demanda de sus consumidores y de los consumidores potenciales, dado que al internacionalizarse puede aumentar su rango de segmentación, las utilidades producidas por el drawback harán potenciar la introducción de sus productos en otro país. A más ventas, el crecimiento de sus ventas ayudaría a que los exportadores utilicen al drawback como una referencia como promoción comercial.

En segundo punto, se observa en la **Adquisición de Recursos**, el cual, la producción durante la transformación de un bien final requiere insumos, que a su vez dentro de la plataforma drawback son entregados en el regimen denominado como “importación para el consumo”, con el monto de restitución arancelario en el valor Fob de la exportación, con la finalidad de comprar insumos de mejor calidad y a su vez un bien final de mayor calidad, que optimiza la competitividad a nivel internacional.

En tercer punto, se observa en la **Reducción de Riesgos**, en la cual se observa los ciclos de distribución pueden reducirse y la expansión de ventas mejorarse, si los suministros se adquieren de forma terciarizada, en vista de que estas actividades, son parte de la

exportación y por ende el drawback beneficiara a las exportaciones de este punto visto, optimizando con la devolución de tributos arancelarios.

Para Radebaugh (2018) “Exportar e importar son los modos más populares de hacer negocios internacionales, en especial entre las empresas más pequeñas. Las exportaciones e importaciones de mercancía tienen que ver con los productos tangibles – bienes– [...] son las principales fuentes de ingresos” (p. 15).

El autor hace referencia a que la planificación a largo plazo producirá a un plazo de tiempo prolongado un éxito mucho mayor que en un país donde el mercado local es insuficiente para aumentar y expandir la empresa, por ende, debe internacionalizarse y expandir el mercado con lo que podrá competir con países del mismo desarrollo, con estrategias de desarrollo y políticas de planificación, y los tipos de **Beneficiarios** son aquellas.

Las empresas beneficiarias del régimen drawback deben mantener la notoriedad de la fiscalización, y brindar los documentos de manera correcta para obtener la autorización del acogimiento al régimen del drawback (artículo 81° de la ley General de Aduanas). Entre las presentaciones exigidas por lo común se basa en la estructura de costos, el flujograma, kardex y documentos que acrediten la trazabilidad del producto.

Para Cosio (2012) “De acuerdo a la normatividad del Régimen son las empresas productora-exportadora, entendiendo como tales a aquellas que efectúan directamente las exportaciones de los bienes que elaboran [...] encargan total o parcialmente a terceros o elaboración de los bienes que exporta, siendo requisito 1 que la producción adquirida haya sido objeto de un acuerdo o contrato escrito entre la empresa exporta y la empresa importadora” (p. 381).

Existen diferentes tipos de exportadores los cuales se pueden beneficiar del drawback los cuales se clasifican en dos grupos. El primero es el exportador productor directo el cual exporta y produce (transforma insumos), importando los insumos necesarios y produce sus propios bienes finales son exportados con régimen de exportación definitiva, el mismo exportador productor directo hace el cálculo y administra sus costos logísticos, para utilizar de la forma más eficiente, el régimen del drawback. Es el exportador productor indirecto, el cual utiliza el sistema del drawback de quien solicita su beneficio, que son productores locales que se proveen de insumos por proveedores locales que hacen el papel intermediario que utilizan sus insumos importados con el régimen de importación para el consumo y que en la DAM su intención del drawback.

El indicador que es , las **Ventajas tributarias**, constituyen en ventajas para el exportador directo o indirecto el uso del régimen drawback en casos que el incentivo tributario, cuando el drawback haya encontrado un procedimiento simplificado siendo utilizado eficazmente, cumpliendo con los requisitos establecidos con las formalidades establecidas en paralelo ante la SUNAT están establecidas, dado que el mayor problema es el desconocimiento que puede incurrir en información errónea y por consecuencia en multas o sanciones, el beneficio se calcula con el 3% del valor FOB del monto de exportación de bien final, de esta forma de parecer el drawback constituye en una ventaja (estímulo para los exportadores) que optimiza el crecimiento de las empresas y un mayor ingreso económico en sus actividades comerciales y sienta optimizadas como saldo a favor en futuras exportaciones.

Para Cosio (2017) “A pesar de que no existe un sistema puro del régimen drawback (artículo 81° LGA) en el cual el monto a restituir equivalente a los derechos pagados insumos importados, [...] en valor otorgado a los exportadores, en el que el costo de fabricación ha aumentado por los derechos de aduana que gravan durante la importación de mercancías e insumos, productos intermedios y partes o piezas incorporados o consumidos en la elaboración del producto exportado, una tasa de restitución del 3% del coste del valor FOB de aduanas de exportación” (p. 260).

Aun cuando la denominación de restitución de derechos arancelarios, la norma de la aplicación no se refiere a la estricta devolución si no a un monto valorizado al porcentaje del 3% del valor FOB en la exportación, por ello el exportador debe calcular si el monto a restituir es viable o no, dentro de dicho cálculo de la tasa de restitución debe entenderse que no depende de los aranceles pagados en la importación en otro sentido los ingresos que se hayan en la solicitud del régimen drawback, no pueden estar gravados por el impuesto a la renta, el exportador productor directo o indirecto debe verificar si el monto recibido por el drawback es un monto a favor dentro del presupuesto logístico y aduanero.

En el siguiente estudio se presenta la segunda variable, que es, la **Exportación de Ropa Juvenil**, la exportación, es una gestión de comercialización de productos textiles que es realizado por una empresa, la creación de productos textiles realizadas por las Mypes, en el comercio se identifica que existe una creación conjunta con entidades especializadas (con proveedores internacionales). De ese modo permiten que las unidades económicas dentro del Comercio de Internacional puedan suplir con las demandas de países como Estados

Unidos, Ecuador, Colombia y España. Esto a su vez permite que las mypes puedan realizar con una mejoría en la información y solicitudes de sus controles de beneficios arancelarios. Del mismo modo, el indicador que se conceptualiza para continuar el estudio, es el **Proceso de Exportación**, la exportación se deriva a todos los pasos que debe realizar las personas naturales y jurídicas, en el caso del proyecto de investigación, las Mypes (productoras exportadoras directas o indirectas que hayan terciarizado su producción, con la intención de exportar el bien final, realizando con autorización de la autoridad aduanera al sistema informático aduanero y el pago de tributos. Como en este caso se trata del uso de exportaciones definitivas para el acogimiento del drawback se tratará los procesos de exportación para el régimen de exportación definitiva.

Para Cosío (2012) “En cuanto a las mercancías nacionales o nacionalizadas, consideremos que la definición de la ley anterior resultaba más acertada es la contenida en este artículo, [...] así al hablar de mercancías nacionales o nacionalizadas, en principio se pueden acoger al régimen de exportación definitiva, toda mercancía que sea producida o manufacturada en el país con materias primas o nacionalizadas” (p. 260).

A partir de que hay una existencia, de ciertas empresas, que al aplicarlo no logran la forma adecuada, para acogerse al tema del reglamento del drawback, esto sucede cuando la reposición de la tasa de porcentaje del monto del Derecho Ad Valorem a los productores exportadores no ha sido regularizado, (es preciso explicar que en caso que las empresas beneficiarias cometen el error) no expresan la solicitud de modo correcto y tácito, esto es por principio del desconocimiento de la normatividad o por no poseer un buen asesoramiento de temas aduaneros.

Para Cosío (2017) “Los debidos controles del régimen perfeccionamiento denominado drawback, intenta evitar la salida de mercadería prohibida y la recaudación indebida de beneficios a los exportadores infractores, que utilizan el régimen drawback y de ingresos de insumos, sin desembolso de derechos a condición que salgan del país durante la exportación” (p. 253).

El uso correcto del drawback, forma parte del régimen de exportación definitiva, los insumos deben tener un tratamiento especial por ello es necesario la utilización de dicho régimen para que el exportador productor directo o indirecto fortalezca sus operaciones durante la expansión de su negocio, dado que la entrega de documentación correspondiente, se produce en los siguientes términos:



En primer término, el ingreso de mercancías a Zona Primaria, en donde la autoridad aduanera debe percibir si se requiere de un acondicionamiento especial según sea el tipo de mercancía a exportar, como mercancías de carácter explosivo, inflamable, radiactivo o corrosivo.

En segundo término, la transmisión de los datos de la recepción y de la carga por el por deposito temporal y según el carácter de la mercancía traspasar a un canal de control correspondiente.

En tercer término, en la regularización en donde la autoridad aduanera analiza si existe algún riesgo, que deberá transmitir la información a su jefe inmediato en caso sea así, se deberá presentar la DUA y documentación correspondiente que sustente la exportación.

En cuarto término, en las sanciones, en cuyo caso de no cumplir con el paso de la regulación se dará una sanción de 0.2 UIT y que el exportador tendrá que esperar el proceder de la autoridad aduanera si la mercancía será retenida o devuelta al exportador.

Se analiza el indicador, que constituye el estudio y entrega de los **Documentos Requeridos**, es el requisito formal de los documentos utilizados para efectuar con el proceso de exportación ante la autoridad aduanera, se asiste la utilización de guías documentarías en páginas del gobierno para el debido llenado de los documentos de exportación, alcanzando cumplir los estándares y reglamentos comerciales para el trámite aduanero efectivo.

Para Hernández (2015) “La asesoría y cumplimiento de los procedimientos de gestión y tramites por realizar es fundamental, para ello, se debe servir de agentes externos competentes, como agente de aduana, transportistas locales internacional, además de una correcta selección de envases y embalajes acordonados a un seguro” (p. 45).

Autor hace énfasis en que es vital la contratación de los servicios de un agente aduanero que sirva de intermediario para la entrega de la documentación requerida durante el proceso de exportación, para el cumplimiento documentario que exige la autoridad aduanera, en los siguientes documentarios necesarios para la exportación.

El primer documento, es la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) de exportación.

El segundo documento, es la copia SUNAT de Exportación,

El tercer documento, es la copia del documento de transporte (sea el documento Conocimiento de Embarque, Guía Aérea o Carta Porte) depende del medio de transporte a

utilizar con sello y firma del encargado portuario o empresa de transporte.

El cuarto documento, es la copia de documento de acreditación del mandato del despachador.

El quinto documento, es la autoridad correspondiente que autorice la exportación ya sea en casos de mercancías restringidas.

Del mismo modo se estudia, la siguiente dimensión, que es la **Medios de Transporte**, los principales medios de transporte internacionales son tres de los cuales veremos a continuación, el primer medio de transporte a mencionar es el **Transporte Marítimo**, el cual es contratado para el transporte de mercancías de un puesto a puesto en los itinerarios establecidos (rutas) por las líneas navieras y se puede contratar el servicio directamente con ellos a través de agentes de carga internacionales.

Para Hernández (2015) “Las mercancías transportadas en contenedores full (llenos) cuando la carga es completa, en la modalidad de transporte consolidado (compartiendo el contenedor con otros exportadores), o previo al embarque cuando la carga no llega a completar las medidas de un contenedor.” (p. 173).

En el caso del transporte marítimo, alcanza una mayor demanda, al utilizarse contenedores con dimensiones de tonelaje en el precio del flete, (los contenedores están hechos de acero corrugado inoxidable, sus capacidades en tonelaje pueden almacenar en óptimas condiciones el producto preservando sus características mientras el deslizamiento, estos contenedores normalmente tienen un apilado analizado antes en la logística, que es muy invulnerable, en individual, sus lados tienen un portón de doble hoja por la que se realiza la carga y descarga. Según la carga que vaya a un destino predeterminado, en condiciones estándar para el almacenaje, el exportador es quien contrata el servicio propio de los contenedores y el medio de transporte que mejor le convenga.

El segundo medio de transporte a mencionar es el **Transporte Aéreo**, el cual, es contratado, de aeropuerto a otro por medio de líneas aéreas directamente o por medio de un agente de carga internacional, la carga suelta se embarca por cupos o posiciones. Sin embargo, este medio se encuentra limitado por la necesidad empresarial de abaratar costos, dado que económicamente no es factible por las costosas infraestructuras.

Para Hernández (2015) “Es rápido y el flete es más costoso que el marítimo. Se puede apreciar ahorro de tiempo y embalajes. Se aplica a mercancías de poca relación peso/volumen y de gran valor, El documento que lo representa es la Guía Aérea” (p. 193).

Se familiarizan las características esenciales propio el transporte aéreo básicamente en la velocidad para el traslado de denominadas mercancías urgentes, por lo mismo que son productos perecibles y considerando una mercancía de elevado valor unitario, cuya facilidad propia de una vigilancia y rastreo arraigadas en la logística del transporte aéreo.

El tercer medio de transporte a mencionar es el **Transporte Terrestre**, el cual se emplea en camiones o ferrocarriles par esta modalidad de transporte, las cuales atraviesan vías de transporte extensos, las cuales se hacen idóneas para transporte de puerta a puerta, las tarifas pueden variar, porque el exportador debe informar bien antes de contratar esta modalidad de transporte y el documento que representa este medio de transporte en el ámbito internacional es la Carta Porte. El costo operativo es incluso más barato que el de los medios de transporte marítimo y aéreo.

Para Hernández (2015) “La Carta Porte se presenta en original y cuatro copias que tienen la misma validez. Se emiten en forma nominativa, al orden o al portador y su distribución” (p. 216).

En el asunto de la carga en el transporte está influenciado por asuntos vinculados a factores variantes y no exclusivamente por el precio y tarifa del flete. Se evalúa el costo de almacenaje y descarga. El solicitante debe adecuar el mejor método de distribución que superior se adapte a sus requerimientos sobre el servicio de transporte de carga internacional, el tipo de transporte a utilizar y sus condiciones dependientes de las exigencias concisamente propios de un contrato de “compra-venta” realizado previamente. En las situaciones en que el mercado es de un solo proveedor, las rutas se interpretan como productos difíciles de envolver demorando más la carga, por ello se debe la poca demanda de dicha ruta.

Así mismo se estudia, el indicador, que es la **Infracciones y Sanciones**, actualmente existe una tabla de sanciones, delitos o infracciones sancionando hechos aplicados al caso de falsificación de documentación o una falta de pagos arancelarios a pagar conocido como pagos sin cancelar en anteriores actividades comerciales, por lo cual exportador o el intermediario el agente de aduanas tendrán que pagar una multa o ser sancionado según indique la tabla de sanciones. Para finalizar con la obtención de liquidación de la cobranza que acceden por un monto mal restituido o una multa previa que otorga la duda, el

beneficiario está obligado a demostrar por escrito o formato virtual ante el sistema de recepción documental de la SUNAT.

Para Hernández (2015) “La infracción de las normas relativas al Régimen de exportaciones por parte de comercio exterior, incluido el exportado, pueden ser consideradas como infracciones al reglamento o delito de fraude o contrabando” (p. 159).

Del mismo modo las **Estrategias de Exportación**, el uso de las estrategias de exportación significan, un desarrollo más amplio ante plazos de largo alcance, los objetivos de una exportación nacen de la necesidad de aumentar las ventas y expandir el mercado, por ello es necesario usar los recursos a fine a este planteamiento , los sectores de mercado a definir son importante durante la segmentación de nuevos clientes, la gama de estrategias se adecuan para el tipo de planeamiento de negocios e ideas que se desarrollan dentro de la visión y misión de la empresa, en el caso del sector textil es adecuado plantear estrategias de utilización de regímenes y subvención que promuevan a las exportaciones en el país que se quiere buscar una aceptación en el consumidor final.

Para Cornejo (2015) “El análisis de los principales cambios que se vienen operando en la economía mundial y de la dinámica del comercio internacional, así como la situación particular del Perú en el desarrollo de sus exportaciones e importaciones, nos muestran entonces lo importante u lo urgente que es adoptar una estrategia a largo plazo” (p. 159).

Del mismo modo se estudia, el indicador, que es la **Estrategia de Desarrollo**, Bajo este planteamiento de un estrategia de desarrollo se debe conocer todo lo relacionado a al potencial de la empresa dado que el destino de las mercancías ver hasta qué punto la organización puede sustentar el producto y que modalidades pueden utilizar para cumplir con las demandas del consumidor, todo los puntos que se deben tomar en cuenta para generar dicho alcance de demanda ante un consumidor cada vez exigente son; requerimiento de calidad, disposiciones sanitarias y de conservación del medioambiente y las barreras arancelarias, para que el producto pueda regularizarse con mayor facilidad al entrar a un mercado que es culturalmente diferente o en un contexto comercial distinto.

Para Cornejo (2015) “El desarrollo de productos/o servicios de exportación puede suponer, además establecer contactos con los potenciales clientes e incluso asociarse con ellos de manera que, desde el principio, se vaya asegurando el mercado para su colocación y se trabaje al gusto del comprador” (p. 159).

El autor hace referencia a que los contactos potenciales deben asociar sus fuentes

comerciales con los del producto a ingresar con medidas que garanticen la calidad y no cuestionen las disposiciones que puedan afectar a su entorno, de ese modo crea una imagen de transparencia y desarrolla confianza en el consumidor local. De igual modo se estudia, el indicador, que es la **Estrategia de Ubicación**, en algunas empresas en el momento de expansión comercialmente hacia otros países, sufren de la denominada sensibilidad local, sintiendo presiones para reducir los costos durante la integración comercial, las condiciones políticas, culturales y económicas juegan un papel importante para que el funcionamiento de la expansión comercial sea más eficaz, adaptando el producto y sus procesos a circunstancias locales.

Para Cornejo (2018) “La estrategia de localización descentraliza la planeación estratégica, Son las subsidiarias nacionales, no las oficinas centrales globales, las que organizan los recursos y las capacidades necesarias para diseñar, fabricar y vender productos que respondan a las preferencias, las prácticas y la combinación de políticas leyes y cultura que existen en el mercado” (p. 328).

Del mismo modo se estudia, el indicador, que es la **Estrategia de Negociación**, en esta estrategia hace uso de la etapa de promoción y que tiene por finalidad asegurar ventas, refiriéndose a su vez a las negociaciones comerciales que pueden tener una mejoría en el acceso a la oferta exportable, haciendo negociaciones de requerimiento con el gobierno , a través del uso de foros internacionales, para solucionar discrepancias con la entrada del producto, aun cuando este sea competitivo y se haya producido con las especificaciones técnicas necesarias que requiera el consumidor final, de ese modo se facilita la planificación del precio ideal y de contactos que puedan distribuir la mercancía a empresa – empresa.

Para Cornejo (2018) “Sin embargo, a menudo es necesario ir más allá en la negociación debido a que se presentan dificultades de acceso al mercado por la existencia de restricciones arancelaria y no arancelarias, y de otros obstáculos que el empresario exportador por sí solo no va poder resolver, aun negocie a través de su gremio organizado” (p. 289).

El autor hace referencia a casos donde el órgano competente del gobierno encargado del comercio exterior e integral a la cual el exportador nacional deba acudir para posibles negociaciones, en el caso del Perú este órgano es representado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

En base al concepto, se estudia la dimensión, que es el **Marketing Mix Internacional**, el

marketing mix consiste en estrategias de mercadeo, basadas en una técnica de marketing que se dedica al análisis de 4P's que se perfeccionan en una disciplina dedicada al comportamiento de sus consumidores. A su vez un estudio exhaustivo de gestión comercial y de fidelización de sus consumidores, la búsqueda de una necesidad a la cual se debe implementar una solución relacionada a su producto marketing, es una disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores.

Para Linklater & Osterling (2015) “Cuando las empresas incursionan en mercados internacionales, es importante que tengan una buena estrategia de marketing. Esta estrategia debe tener en cuenta las características del producto, así como las del país donde busca introducir la marca (idioma, cultura, hábitos, ideas y etc.). La empresa debe evaluar si adaptaran una estrategia de marketing o elaboraran una nueva para el país o región donde introducirán su producto” (p. 140).

Mediante el estudio de la gestión comercial, se busca mantener y fidelizar clientes a través de la satisfacción de las necesidades que se presenten, trabajando variables que puede optar de modo eficaz la empresa y sus objetivos serán compuestos por la totalidad de los cuatro elementos que sea establecidos acorde a la necesidad planteada ya sea con propósitos de atrapar o enganchar al consumidor con la liberación de precios o ventajas de distribución la reducción de plazos de su distribución física internacional, o prestando más atención a las posibles fuentes no tradicionales de publicidad innovando y dando un aire fresco a su segmentación la cual consiste en crear nuevos planteamientos en su publicidad en periodos de tiempo que la organización pueda cumplir (corto o largo plazo).

Para Arellano (2010) “Habrá notado que no se habla exclusivamente de las 4P y que se expresa todo en términos combinados (o mix términos en inglés) como es el caso del estudio conjunto del marketing, el entendimiento de ello es que cada de las P deberán tener una influencia en de una con la otra en funcionamiento comercial [...] sin embargo un producto de precio alto no será comprado si la calidad es baja” (p. 122).

El autor hace referencia en el texto donde se argumenta al marketing mix internacional o en un contexto global que todos los elementos que determinan al marketing mix deben estar en armonía o establecerse en el mismo nivel de gradualidad dado que un producto con una buena publicidad puede tener un mayor precio, pero a su vez no será rentable si la distribución es mucho mayor de lo esperado, Las 4p funcionan de forman y funcionan de

forma dependiente de una de otra dado que una sin la eficacia de otra puede llevar a un fracaso comercial o administrativo y que se subdividen en los siguientes puntos.

En primer lugar, se analiza el **Precio**, para la determinación segura de un precio de un producto acorde al mercado en el que podrá ingresar de manera óptima y se exporte, deben influir los factores que interactúen directamente en el nivel de costos de producción y costos vistos para la actividad de la exportación, dado que las mercancías de precio suben hasta alcanzar o asimilar el adecuado, dentro de la segmentación del producto y los clientes o consumidores del campo o rubro a tratar, es el prestigio relacionado que determina el nivel de los precios del valor unitario de la mercancía, por último si el consumidor estaría dispuesto a pagar por el producto al precio que se determina cobrar.

Para Linklater & Osterling (2015) “El precio final debe comprobarse con el consumidor mediante el focus group como herramienta de alcance, para determinar si el mercado es adecuado para generar utilidades mediante el producto y este generara utilidades para compensar los costos de distribución y transacción” (p. 141).

El autor hace referencia de que el consumidor es quien dirá la última decisión acerca el afianzamiento de los precios. Es el quien decidirá, mediante la adquisición, si este ha sido adecuadamente fijado o no, es preciso entonces alcanzar a entender que primeramente la percepción de los consumidores ante los precios si estos son favorables ante sus necesidades.

En segundo lugar, se analiza el **Producto**, los productos son bienes finales en el uso de que se busque acogerse al drawback y por ende tienen la denominación de producto acabado o terminado dentro de este se usa las estrategias de producto en el que se basan para la exigencia de un mercado nuevo, por ello se toma en cuenta que a mayores costos mayor será la adaptación del producto , el producto debe acogerse al mercado externo haciendo que el ingreso forme parte de la aceptación del consumidor, destacando mejor sus cualidades y los beneficios de usar tal producto.

Para Arellano (2010) “Los productos que hayan cumplido su proceso de terminación son aquellos que están listos para la utilización inmediatamente directa por los consumidores (autos, comida y etc.). No es necesario mayor aclaración, pues son rotundamente identificables. Evidentemente, el favoritismo de los productores es hacia la comercialización delos productos acabados, pues así amplían el valor agregado del producto” (p. 128).

De otro modo, se considera que cada tipo de las mercancías de consumo o servicios actualmente, las que debe ser adaptadas según el correspondiente mercado al que se busca posicionar al elegir la magnitud de la estrategia especializada para el mercado de dos a más países, se comporta completamente a la estrategia de ajuste, está en base arreglar el concepto del producto o servicio que se busca comercializar, para las distintas necesidades y circunstancias de cada mercado en un contexto global y generar un comercio justo y saludable para las empresas propias de la adaptación de precios para el mercado que se requiera adaptar el producto final.

En tercer lugar, se analiza la **Plaza**, las estrategias relacionadas a la plaza son principalmente en aquellos lugares donde se ofrecerá el bien final con el propósito de hacer un punto de los cuatro elementos, donde se busca analizar que segmentación es la más adecuada para el producto o denominese bien final, para poder determinar la forma de envío es el más eficaz y, la selección de canal contribuye a que se establezcan plazos y por ende es donde se analizara el tiempo de entrega desde el punto A hasta el punto B, y las formas donde deben transportarse que se adecuen para el producto (sin que este se vea dañado).

Para Linklater & Osterling (2015) “Se debe tomar en cuenta el volumen, tanto respecto a la cantidad del pedido como respecto al tamaño del producto; de esta manera, se podrá contratar un contenedor entero o exportar el producto como parte de una carga consolidada” (p. 141).

La **Plaza** o denominado, conducto o canal, reparte a una línea de distribución, cómo ponen a soltura de los usuarios las ofertas y las hacen accesibles a ellos exactamente la imagen de aproximación de los productos hacia el cliente, en el cual comercializar el producto o servicio que se ofrece, considera la administración efectiva del canal de distribución, en ocupación a alcanzar que el producto llegue al término apropiado en tiempo y forma del lugar. Según Promperú, en el caso de la ropa juvenil dentro del sector textil creció en un 21,9 % en el plazo del año (2016 – 2018) dentro de ese margen, es uno de nuestros principales compradores es Estados Unidos con un 14% y, luego Brasil y en tercer lugar Chile.



**CUADRO 3: Principales Mercados para las exportaciones del sector textil peruano.**

<b>Mercado</b>	<b>DIC 2018</b>	<b>VAR% (Dic - 18/17)</b>	<b>Ene – Dic 2018</b>	<b>VAR % (Ene – Dic - 18/17)</b>
<b>Estados Unidos</b>	54	-4,0	679	7,9
<b>Brasil</b>	6	-1,8	70	23,2
<b>Chile</b>	6	4,6	64	8,4
<b>Colombia</b>	3	-9,5	59	3,6
<b>China</b>	2	-68,4	58	1,6
<b>Resto</b>	39	0,2	469	13,6

*Fuente: Promperú.*

En cuarto lugar, se analiza la **Promoción**, las estrategias de promoción (publicidad) o comunicación internacional se puede distinguir de distintas formas dado que los productos necesitan un tratamiento diferente según su naturaleza, puede contemplarse medios tradicionales (medios escritos, radios y televisivos) o los no tradicionales (como plataformas virtuales en que se genere una respuesta directa con el consumidor). La venta personal directa o eventos de promoción presenciales también forman parte de la estrategia, las redes sociales generan una opinión que a su vez plantea una retroalimentación a través de las ideas del consumidor y puede ofertarse mejor el producto.

Para Arellano (2010) “Informar en la comunicación de la existencia de un producto, acordarse de la existencia del propio o inducir de consumir el producto, son algunos de los objetivos que podrían buscarse. Del mismo modo más detallada se debe precisar si se busca formar ensayar, incitar una primera adquisición, establecer un hábito de compra, formar tráfico en los locales y provocar el consumo masivo en personas indiferentes” (p. 309).

Las actividades que tienen el propósito comercial de incrementar las ventas o dar a conocer un producto determinado en un margen segmento se dan a conocer en el caso de productos de sector textil de gamarra se deben dar ofertas o productos determinados en un campo determinado de gustos o conceptos de prendas diferenciadas por los gustos al segmentos establecido para que el producto tenga mayor acogida y se incentive a los consumidores que compren y aumente el volumen de compras que se proyecta en la visión de mercado.

En cuanto a la **formulación de los problemas**, tenemos como:

### **Problema General.**

¿Existe una relación entre el drawback y las Exportaciones de ropa juvenil en las mypes del emporio comercia de Gamarra, distrito de la Victoria, en el año 2018?

Mientras los **problemas específicos** son:

Problema Específico 1. ¿Cuál es la relación que existe una relación entre la Operatividad del drawback y las Exportaciones de ropa juvenil en las Pymes del emporio comercia de Gamarra, distrito de la Victoria, en el año 2018?

Problema Específico 2. ¿Cuál es la relación que existe entre la Gestión del drawback y las Exportaciones de ropa juvenil en las Pymes del emporio comercia de Gamarra, distrito de la Victoria, en el año 2018?

Problema Específico 3. ¿Cuál es la relación que existe entre los Beneficios del drawback y las Exportaciones de ropa juvenil en las Pymes del emporio comercian de Gamarra, distrito de la Victoria, en el año 2018?

Del mismo modo como **Justificación del Estudio**, tenemos los siguientes tipos de justificaciones visto en el proyecto de investigación, las cuales son:

La **Justificación Científica**, la investigación se justifica a través de bases teóricas relacionadas a las variables presentadas, En este caso existen dos teorías que buscan complementar los conocimientos obtenidos de experiencias de los mismos autores que se aplican en las variables del drawback y su relación con las exportaciones de ropa juvenil.

La **Justificación Comercial**, la presente investigación es significativo debido a que busca comprobar si los efectos que genera la Restitución Simplificada de Derechos Arancelarios – Drawback, si se relaciona con las exportaciones del sector textil, que se fundamenta comercialmente en este estudio, por medio de los productos de la exportación ropa juvenil, que es una actividad aduanera y comercial entre dos países, asimismo si son verdaderamente positivos, como los describe la ley o si es preciso que el estado reformule este régimen de exportación directa con el fin de que todas las pymes puedan encontrarse igualmente beneficiadas.

La **Justificación Social**, en el estudio se aplicaron conocimientos que han sido adquiridos mientras el lapso de la carrera de Negocios Internacionales, llevada por los investigadores del presente estudio. Estos conocimientos se basan en los distintos programas de como contexto del comercio exterior y de operatividad aduanera como es la materia del drawback,

conjuntamente del análisis de las exportaciones en un sector textil del tema estudiado por la carrera con variables determinadas. Asimismo, también, la investigación será útil para futuras investigaciones que deban efectuar los estudiantes.

Del mismo modo como, **hipótesis**, tenemos:

### **Hipótesis General.**

Existe una relación significativa entre el drawback y las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

Mientras las **hipótesis específicas** son:

Hipótesis específica 1: Que existe una relación significativa entre la Operatividad del drawback y las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

Hipótesis específica 2: Que existe una relación significativa entre la Gestión del drawback y las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

Hipótesis específica 3: Que existe una relación significativa entre los Beneficios del drawback y las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

Asimismo, como, **objetivos**, tenemos:

### **Objetivo General.**

Establecer la relación que existirá entre el drawback en las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

Mientras los **objetivos específicos** son:

Objetivo específico 1: Determinar la relación que existirá entre la Operatividad del drawback y las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

Objetivo específico 2: Determinar la relación que existirá entre la Gestión del drawback y las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

Objetivo específico 3: Determinar la relación que existirá entre los Beneficiarios del drawback y las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

## **II. METODOLOGÍA.**

### **2.1. Tipo y diseño de investigación.**

El diseño del presente trabajo de investigación demuestra un conjunto de procesos metodológicos para desarrollar el proyecto de investigación, con el fin de definir las estructuras previamente elaboradas como un plan de investigación. El enfoque cuantitativo es guiado por relevantes temas de investigación para el contexto actual de la producción medible durante años próximos. No obstante, este enfoque podría plantear preguntar y plantear hipótesis antes durante o después de recaudar datos cuantificables datos.

Según Valderrama (2015) “El enfoque cuantitativo, se caracteriza a causa de la recaudación del análisis de los datos para ratificar a la formulación de problema de investigación; utiliza, igualmente los métodos o técnica estadísticas para contrastar la realidad verdadera o nula simulación de la hipótesis” (p.106).

Se investiga mediante enfoque cuantitativo en el caso de la investigación “El drawback y las exportaciones de ropa juvenil en las mypes del emporio comercial de gamarra, en el año 2018”, se toma la fenomenología comercial de la exportación y sus datos asimétricos los cuales son procesados en un programa que cuantifica la orientación a la búsqueda de los significados que ordo han los datos conectado a encuestas basadas en experiencias para comprensión de la realidad y sus próximos ámbitos que puede tomar dicha realidad con la validación de una experiencia otorgada por los datos recaudados por los empresarios del sector textil del emporio comercial de gamarra en el año 2018.

#### **Investigación No experimental.**

Es aquel tipo de investigación, en donde las variables son independientes y no son alteradas, porque están dadas las relaciones entre variables sin intervención directa este trabajo de investigación también seguirá de modo empírico esa medida, para demostrar los análisis captados en la aplicación de la hipótesis.

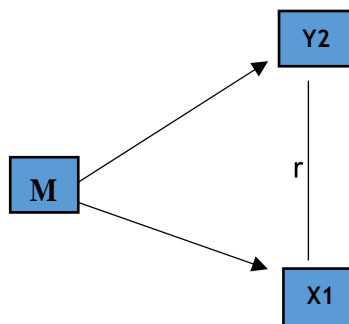
Según Valderrama (2015) “La investigación no experimental es aquella investigación sistemática y empírica, en la que las variables independientes que no se manipulan, puesto que ya están dadas [...] dichas relaciones son analizados y observadas, tal y como se han dado en su contexto natural” (p.67).

De esta forma no se dan cambios que estimulen o inciten para alterar las variables y para los sujetos que intervienen en este estudio, que se deben estudiar, dentro de su propio entorno y ambiente de ámbito comercial en caso del drawback, que existen en los tipos llamados variables de independencia que interactúan de forma directa en la variable

dependiente que causan conclusiones válidas, para diseñar el futuro post el resultado cuantificados basados en hechos cumplidos.

### **Diseño Correlacional Simple.**

Según Valderrama (2015) “Se considera que dos variables cuantitativas están relacionadas si individuos con una puntuación alta en una variable también tienen puntuación alta en una segunda variable, y si individuos con una baja puntuación en una variable, también tienen baja puntuación en la segunda. Estos resultados indican una relación positiva” (p.169). Los estudios con diseño correlacional tienen el propósito de cuantificarse y medible los grados relación existente en cada variable propia del estudio vistas en el proyecto, segmentadas en un contexto específico y se analiza entre una a dos variables como conceptos distintos que se representan en X y como X1: variable independiente Y & Y1: Variable dependiente representados en un contexto determinado y la correlación que se medían en personas o actividades de una personas que se intentar predecir en un valor aproximado en variables individuales que se comprenden que se obtienen en su medición y en el caso que se estén correlacionadas, esto significaría una variación correcta de la hipótesis, a paso posterior se determina como las variables están o no correlacionadas (considerando el nivel y la forma en que lo están). El nivel y la forma de correlación significa la variación de las variables dado que es natural que haya un nivel de variación en la correlación esta variación puede ser positiva o negativa.



Donde:

M= representa la población

X1= drawback

Y2= exportación de ropa juvenil

r = relación entre las variables

La investigación es correlacional, ya que permite poder relacionar a las dos variables y permite el análisis del grado de la relación entre las dos variables en un tiempo único el cual es el año 2018.

Por lo tanto, permite la medición las dos variables con finalidad de poder determinar la relación entre las variables del drawback – Exportación de ropa juvenil en las mypes.

### **Método Cuantitativo.**

La investigación es realizada por un método cuantitativo no experimental debido al planteamiento de cada una de las variables tratando a la variable independiente y dependiente indistintamente, solo procesándose los datos por la observación de fenómenos en un ambiente propio del entorno natural a tratarse para el proyecto de estudio.

Según Valderrama (2015) Se denomina a un proyecto es cuantitativo por que trabaja en un ámbito físico-natural [...] Se recoge, procesa y analiza cada uno de los datos cuantitativos o números, de acuerdo con las variables previamente en cuenta de la asociación o grado relación entre las variables cuantificadas que hace más sencilla la interpretación (p.117).

Se proyecta en cantidades que pueden ser medibles en un tiempo determinado y el tamaño de la población que se estima en la duración del estudio y estos datos se pueden confirmar en la predicción de las relaciones de variables en la confirmación o descarte de la hipótesis, los datos son en métodos cuantitativos que se analizan en métodos estadísticos en gráficos que explican los contextos no alterados, según la búsqueda de predicción futura mediante los hechos medibles de la situación a investigar.

### **Nivel Transversal.**

La palabra transversal se califica en conceptos que designan un solo periodo de tiempo y una línea de tiempo que se posicionan en arcos científicos o prácticos en el ambiente o la población en ciencias exactas. La investigación en el caso del drawback y el propósito de esta línea de investigación con enfoque cuantitativo de datos aritméticos, en hechos cumplidos, son en base de una encuesta realizada, en un año reciente que es el año 2018, por ende, este nivel en que se basara el estudio de la línea de investigación de marketing y comercio exterior como tema de investigación.

Según Valderrama (2015) “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelacione un momento dado y en forma simultanea” (p.169).

La investigación es transversal, ya que permite poder relacionar a las dos variables y permite el análisis del grado de la relación entre las dos variables en un tiempo único el cual es 2018. Por lo tanto, permite la medición las dos variables con finalidad de poder describir la interrelación entre las variables del drawback – Exportación de ropa juvenil.

## 2.2. Operacionalización de variables.

### MODELO DE MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

El drawback y las exportaciones de ropa juvenil en las Pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Drawback	Según Hernández (2015, p. 118) nos afirma que, “El drawback es el régimen aduanero de beneficio al exportador, que se origina como resultado de la exportación, mediante el cual la SUNAT otorga la restitución de los derechos pagados”.	El drawback es un régimen de restitución arancelaria la cual se emplea a través de una operatividad y gestión aduanera para utilizar los beneficios arancelarios a favor del exportador productor dentro de un plazo de dos años.	Operatividad del drawback	Requisitos del drawback.	Escala Ordinal  Escala de Likert:  (1) Totalmente de Acuerdo (TA)  (2) De Acuerdo (DA)  (3) Ni de Acuerdo, ni en desacuerdo (NI)  (4) En Desacuerdo (ED)  (5) Totalmente en Desacuerdo (TD)	ENCUESTA	CUESTIONARIO
				Procedimiento de la Restitución Arancelaria.			
				Aplicación de las Tasas de Restitución.			
			Gestión del drawback	Revisiones Documentarias.			
				Utilización de Plataformas Virtuales.			
				Fuentes de Información y Manejo del Conocimiento.			
			Beneficios del drawback	Beneficios a las Exportaciones.			
				Beneficiarios.			
				Ventajas tributarias.			
Exportación de ropa juvenil	Según Radebaugh (2013, p. 481) “Las exportaciones e importaciones siempre han constituido una faceta importante para la economía global,”.	La exportación de ropa juvenil es una actividad dentro del rubro del sector textil, la cual sigue un proceso determinado a partir de estrategias como el marketing mix internacional.	Proceso de Exportación	Documentos Requeridos.			
				Medios de Transporte.			
				Infracciones y Sanciones.			
			Estrategias de Exportación	Estrategia de Desarrollo.			
				Estrategia de Ubicación.			
				Estrategia de la Negociación.			
			Marketing Mix Internacional	Precio.			
				Producto.			
Plaza.							
Promoción.							

Fuente: Elaboración propia.

## 2.3. Población y muestra

### Población

La población dentro de la investigación, está enfocada en las empresas mypes de la industria del sector textil de ropa juvenil del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria en base a ser un estudio no probabilístico por conveniencia, la muestra está enfocada a una población preseleccionadas, entre las empresas son seleccionadas por un criterio propio, dado que es fundamental la accesibilidad y confiabilidad que otorgan las empresas con el autor del presente trabajo, dichas empresas preseleccionadas conforman la población en el presente trabajo de estudio.

**CUADRO 4: Empresas de Gamarra que exportan ropa juvenil y utilizan el drawback.**

<b>Empresas que exportan ropa juvenil que utilizan el drawback</b>	<b>R.U.C.</b>	<b>Colaboradores del área Administrativa y contable</b>
Creaciones Torres Sport SAC	20509588334	5
Inversiones Tropic Beach SAC	20523436741	4
Virza Baruck S.R.L.	20602623506	4
Textil Chavin SAC	20100762936	6
Arios Clothing EIRL	20555185481	6
Yakens S.A.C.	10461397765	5
<b>Total</b>		<b>30</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

### Muestra

Para encontrar la muestra requerida para la elaboración del trabajo de estudio, se procede a efectuar la técnica para la población finita – conocida. La técnica se basa en la fórmula de muestreo no probabilístico.

Según Arriaza (2015) “Muestreo de conveniencia, los encuestados son seleccionados porque estaban en el lugar preciso en el momento adecuado. Ejemplo: Se entrevista a todos los asistentes a un curso” (p.21).



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

### **Técnicas**

La técnica que se empleara para el trabajo de investigación será mediante el instrumento de la encuesta, el cual cumple el rol de recaudar información que se utilizara para el análisis de los datos para el proyecto de investigación.

Valderrama. (2015) nos dice que, “Se empleara el instrumento del cuestionario elaborado por el investigador, con el propósito de conseguir datos cuantitativos en relación con el nivel de conocimientos, de hábitos de estudios en conjunto, una de las dimensiones establecidas en la operacionalización de las variables” (p. 184)

### **Instrumentos**

Se acopla la construcción de los instrumentos mediante preguntas que serán analizadas para el tema de la investigación, la recopilación de los datos encontrados será usada en una base de datos donde la información recaudada será ingresada al sistema del programa SPSS Statistics 25,

Sampieri, Fernández y Baptista. (2010) nos dice que, un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. (p. 217).

### **Validación del instrumento**

Para dar una validación validada y confiable del instrumento, se analizó el cuestionario ante los expertos del tema, afirmando con criterio y conocimiento por medio de la experiencia que permiten dar las observaciones del caso acerca de la encuesta de mis variables en el presente trabajo de estudio que son, Drawback y Exportación de ropa juvenil.

Para este proyecto de tesis se contó con la colaboración de 3 docentes especialistas de la carrera de Negocios Internacionales de la universidad Cesar Vallejo.

### **Cuadro 5: Cuadro de validación.**

Docentes que validaron el instrumento	
1	Dr. Zárate Suárez, Julio Samuel
2	Mag. Espinoza Casco, Roque Juan
3	Mag. Villanueva Orbegoso, Vladimir

*Fuente: Elaboración propia*

## **Validez**

En este proyecto de tesis la validez se efectúa mediante un análisis y medición del cuestionario. Una vez finalizada, los asesores expertos del tema medirán el contenido, darán observaciones sobre el tema de investigación que van acorde a las variables de la encuesta.

Mis instrumentos de validación son: El drawback y Las exportaciones de ropa juvenil.

Valderrama. (2015) nos dice que, Todo instrumento lo que busca es que tengan un mayor grado que se considere optimo dentro de la validez para la obtención de datos confiables. (p. 205).

## **Confiabilidad**

Se basará la confiabilidad de las variables de propias de mi investigación mediante la escala de Likert y la realización de previas pruebas piloto de modo tal que la confiabilidad de estas por medio del “Alfa de Cronbach”, otorgará la veracidad necesaria a los ítems otorgando una constancia de confiabilidad al proyecto de tesis.

Valderrama. (2015) nos dice que: Cuando cada instrumento ha sido validado por medio del criterio que forma un juicio valido en la aprobación de los expertos en el área de la investigación a tratar, es necesario llevar una prueba, lo que se realizara mediante el “Alfa de Cronbach”. (p. 218).

## **2.5. Procedimiento.**

Se aplicará a la muestra del propio valido para el estudio, seleccionando datos estadísticos, los cuales serán catalogados para elaborar cuadros estadísticos y la graficación de datos obtenidos, para proyectar y explicar la correlación vista en los resultados generados de las variables.

Los resultados obtenidos de herramientas estadísticas denominadas simples y ponderadas que facilitan la interacción de los datos, Culminando el análisis descriptivo-explicativo, se procede a la ejecución que se obtiene mediante el análisis de correlación entre las variables e indicadores para obtener una conclusión final.

## **2.6. Métodos de análisis de datos.**

Cada uno de los datos recaudados serán parte del análisis, formado en el programa “SPSS Statistics 25”, vistos en los datos descriptivos demostrando el grado de relación de las variables, que son; “El drawback” y “la exportación de ropa juvenil”. Efectuado mediante la técnica de medición estadística denominada de la “Correlación de Rho Spearman”.

## **2.7. Aspectos éticos**

En el aspecto ético “Las mypes del emporio comercial de Gamarra” son empresas del sector textil estructuradas se congregan en la realización de productos no tradicionales a nivel nacional.

Que trabajan a la supervisión de La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) y permiten el acogimiento del régimen drawback, lo cual demuestra la responsabilidad y transparencia de su labor Es una fuente demostrándose confiable, se consideran 10 empresas para nuestro proyecto de investigación.

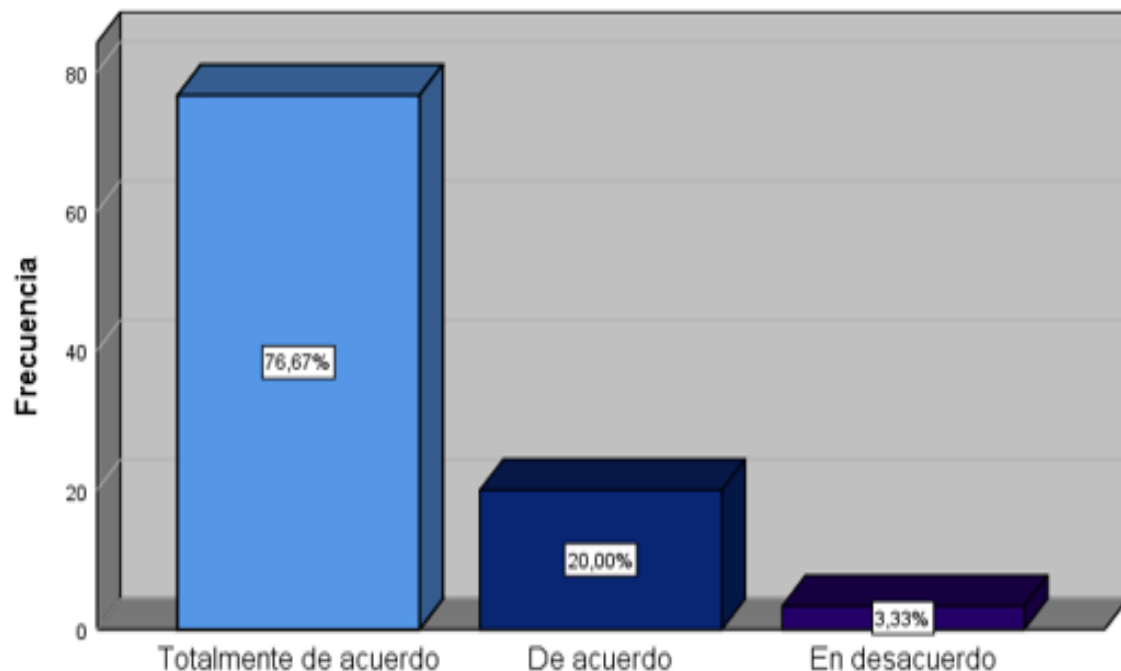
### III. RESULTADOS.

#### 3.1. Tablas de Frecuencia.

**TABLA 1:** *Percibe que los requisitos del drawback generan un contexto comercial favorable.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	23	76,7	76,7	76,7
	De acuerdo	6	20,0	20,0	96,7
	En desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

*Fuente: SPSS Statistics 25.*



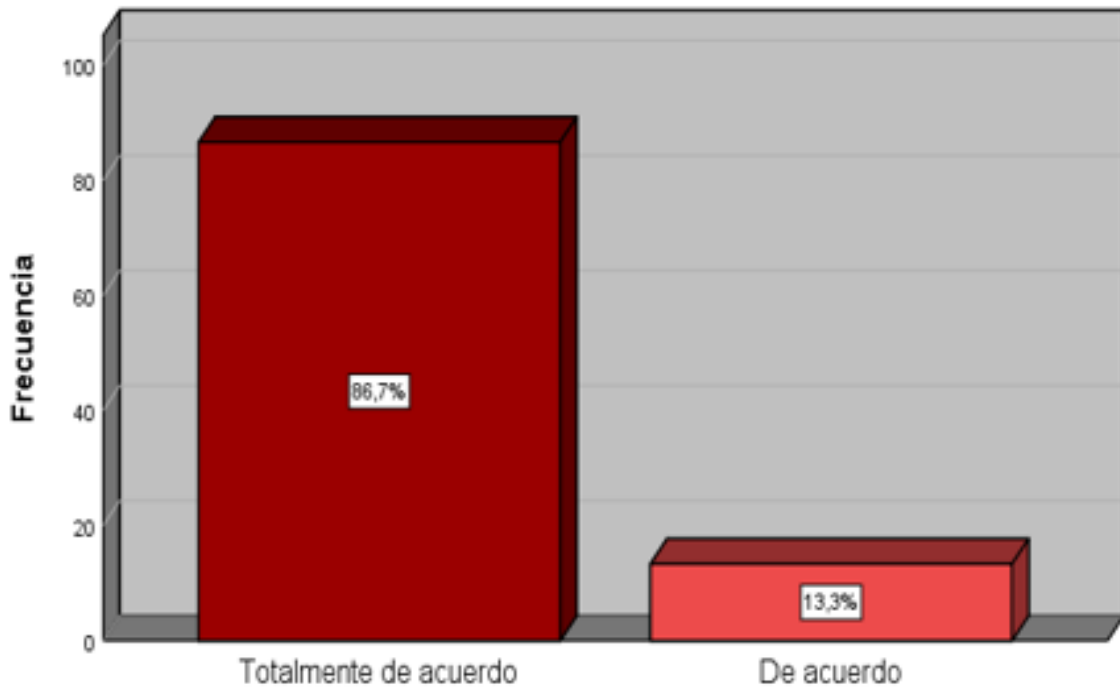
**Figura 1:** *Percibe que los requisitos del drawback generan un contexto comercial favorable.*

De acuerdo a las encuestas realizadas, mi frecuencia total es de 30 individuos, que representan el 100,0%. Tomando estos datos en cuenta, se observa que 23 personas afirmaron que están totalmente de acuerdo, este resultado equivalente al 76,7%. Del mismo modo 6 personas contestaron que están de acuerdo, este resultado es equivalente al 20%, dado que una persona afirma que está en desacuerdo, este resultado es equivalente al 3,3%, eso demuestra que el 96,7% de los encuestados considera que el drawback genera un contexto comercial favorable.

**TABLA 2:** *Considera que los requisitos documentarios deberían ser simplificados.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	26	86,7	86,7	86,7
	De acuerdo	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



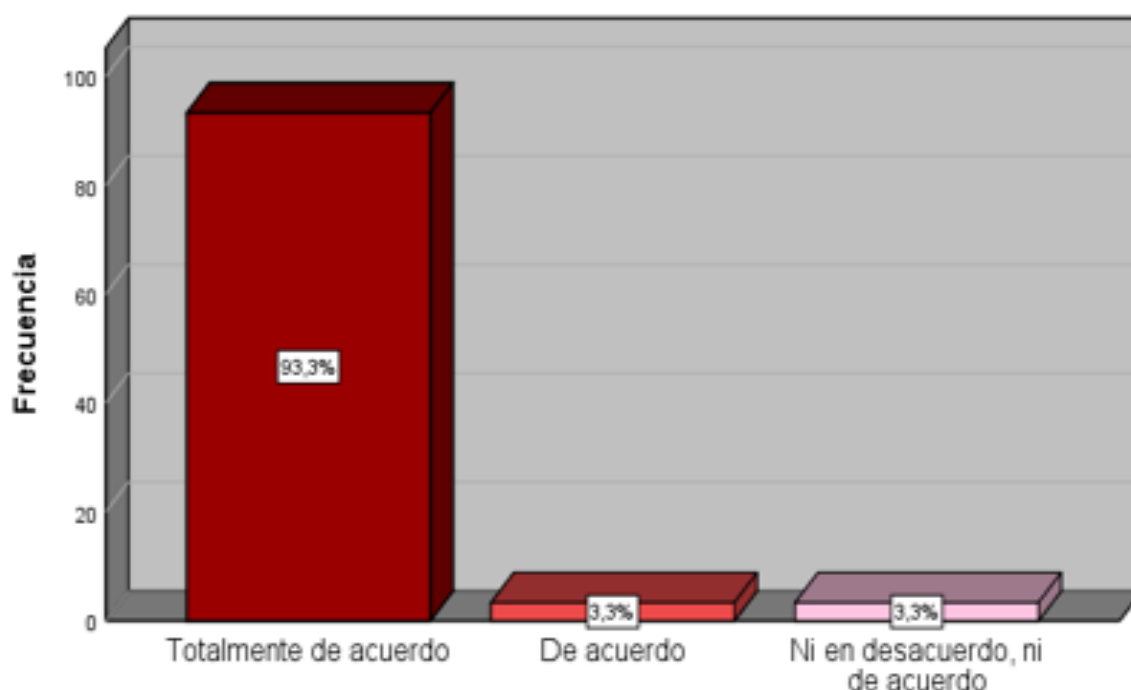
**Figura 2:** *Considera que los requisitos documentarios deberían ser simplificados.*

El personal a cargo de las áreas contables, administrativo y dueños de las pymes conformada por 30 individuos, de las cuales 26 personas que están totalmente de acuerdo en considerar que los requisitos documentarios son muy complejos y 4 personas que están acorde en considerar los requisitos del drawback como engorrosas, de dichas representaciones son el 86,7% y 13,3% forman el 100%.

**TABLA 3: Percibe adecuado los plazos establecidos para entregar los requisitos en el procedimiento de restitución del drawback.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	28	93,3	93,3	93,3
	De acuerdo	1	3,3	3,3	96,7
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



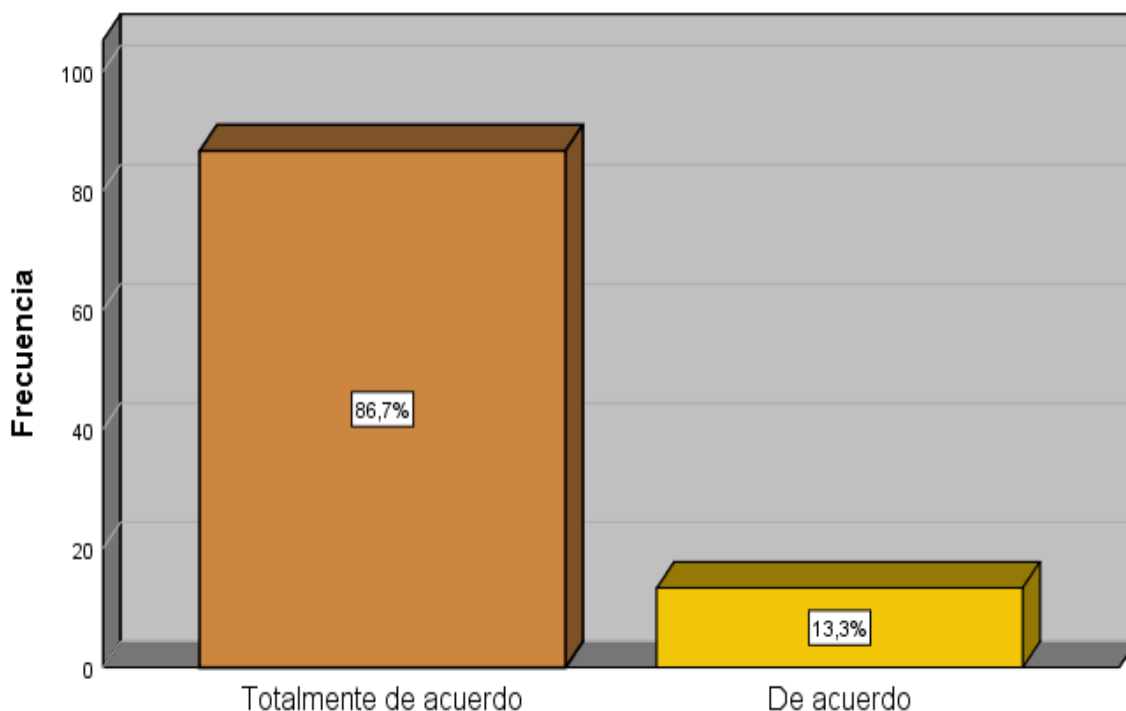
**Figura 3: Percibe adecuado los plazos establecidos para entregar los requisitos en el procedimiento de restitución del drawback.**

Acorde a los resultados encontrados en las encuestas, se observa que en la frecuencia 28 personas están totalmente de acuerdo, 1 persona afirmar estar de acuerdo representando en ambas una equivalencia de 93,3% y 3,3%, sumadas forman un 96,3 % en afirmar que es ideal el plazo de 180 días hábiles desde la fecha de término de embarque y una persona no está en desacuerdo ni de acuerdo representando el 3,3%, dado que no representa un valor equivalente, se considera favorable el plazo para acceder al drawback.

**TABLA 4: La empresa ha percibido dificultades para obtener el beneficio del drawback.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	26	86,7	86,7	86,7
	De acuerdo	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



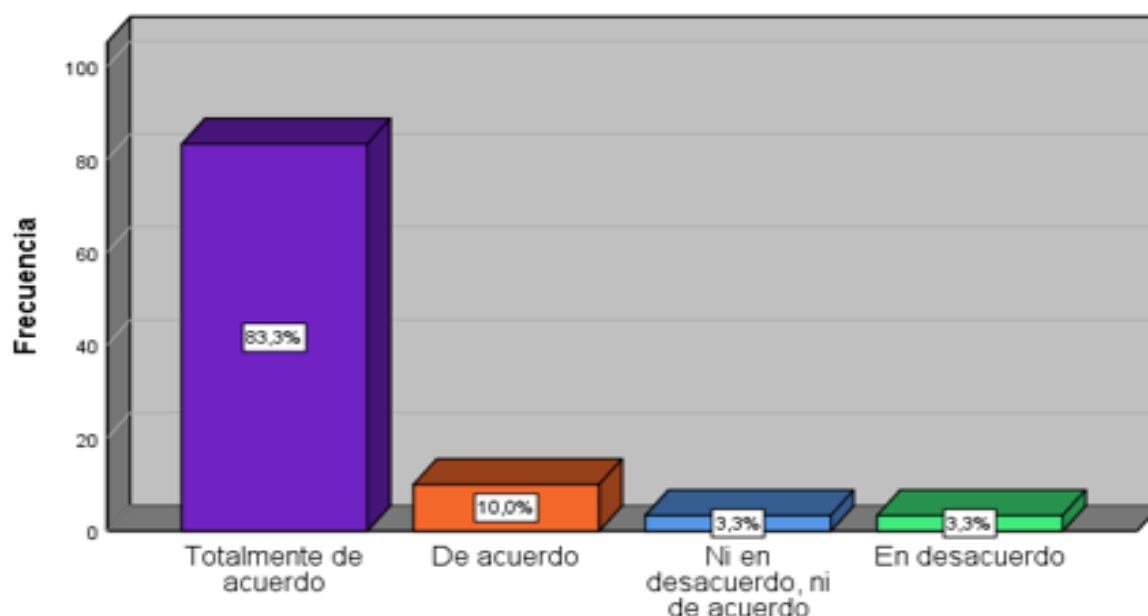
**Figura 4: La empresa ha percibido dificultades para obtener el beneficio del drawback.**

Acorde a las encuestas realizadas, la frecuencia de 30 personas, 26 individuos con una equivalencia al 86,7% afirman estar totalmente de acuerdo en que la empresa donde realizan sus actividades laborales han percibido dificultades para obtener el beneficio del régimen drawback y 4 individuos con una equivalencia al 13,3% están de acuerdo en afirmar que han percibido dificultades, sumadas dan un total del 100%, indicando que hay cierta complejidad documentaria para acceder al beneficio del régimen drawback.

**TABLA 5: Considera favorable para las exportaciones el porcentaje actual del 3% que otorga el drawback.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	25	83,3	83,3	83,3
	De acuerdo	3	10,0	10,0	93,3
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	1	3,3	3,3	96,7
	En desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



**Figura 5: Considera favorable para las exportaciones el porcentaje actual del 3% que otorga el drawback.**

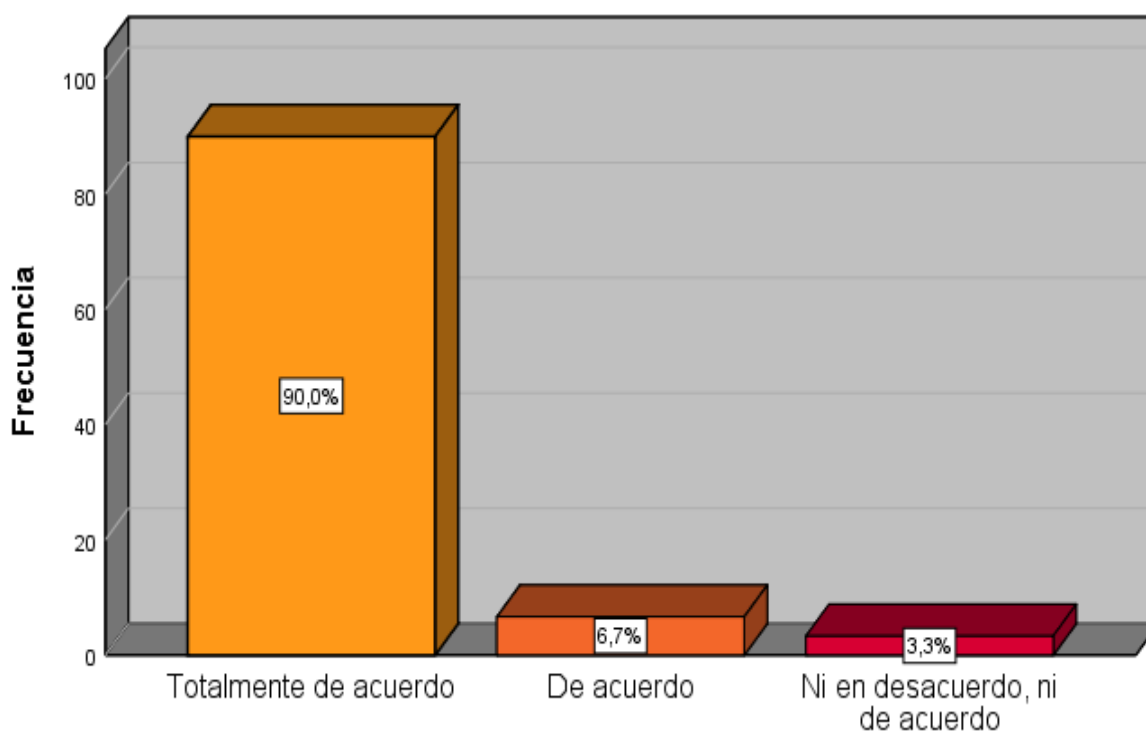
Acorde a la frecuencia presentada por 30 personas, 25 individuos que afirman estar totalmente de acuerdo con una equivalencia del 83,3%, 3 individuos afirman estar de acuerdo con una equivalencia del 10% sumadas dan un porcentaje del 93,3% en afirmar considerar favorable el actual porcentaje del drawback para las exportaciones, 1 individuo esta ni en desacuerdo, ni de acuerdo con el porcentaje actual y 1 individuo está en desacuerdo con el porcentaje actual para el contexto favorable con una equivalencia del 3,3%.



**TABLA 6: Considera importante contar con un colaborador con conocimientos para gestionar el drawback.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	27	90,0	90,0	90,0
	De acuerdo	2	6,7	6,7	96,7
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



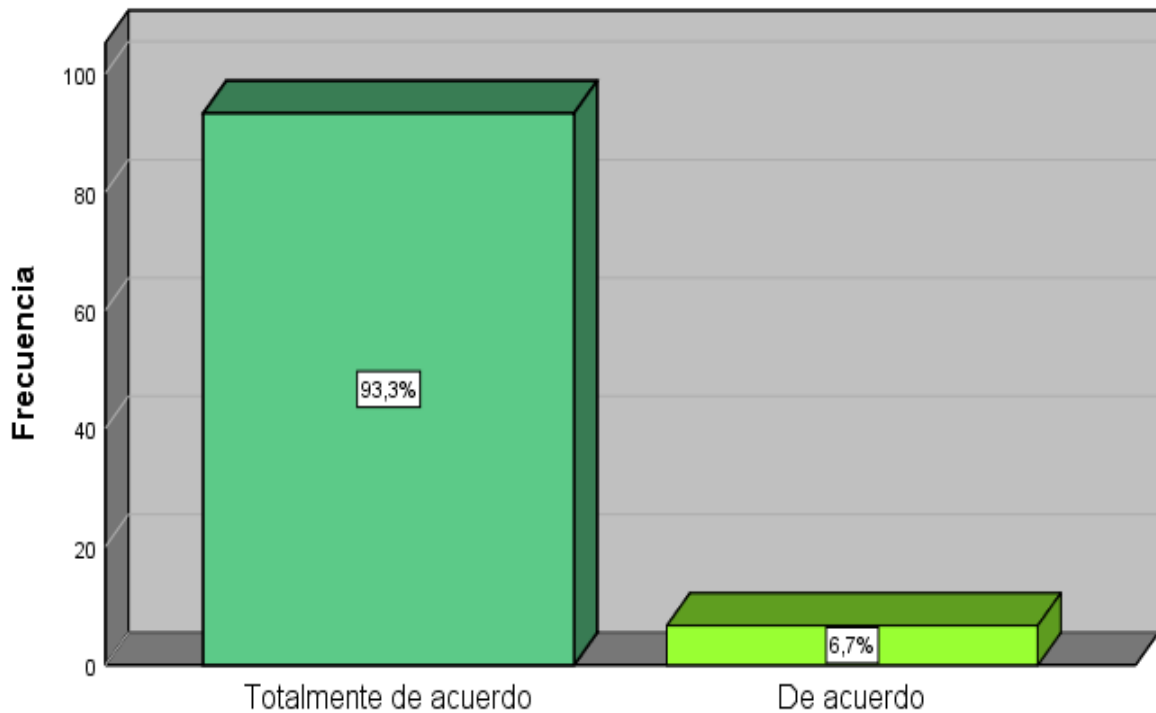
**Figura 6: Considera importante contar con un colaborador con conocimientos para gestionar el drawback.**

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 27 individuos están a favor en considerar en contratar a un agente externo para acceder al drawback con una equivalencia del 90%, 2 individuos afirman estar de acuerdo con una equivalencia del 6,7%, que sumadas dan un 96,7% indicando en la mayoría de los casos contratar a un personal experta para tramitar el drawback y 1 individuo expresa no estar ni en desacuerdo ni de acuerdo con una equivalencia del 3,3%.

**TABLA 7: Percibe que la plataforma virtual del drawback web reduce gastos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	28	93,3	93,3	93,3
	De acuerdo	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



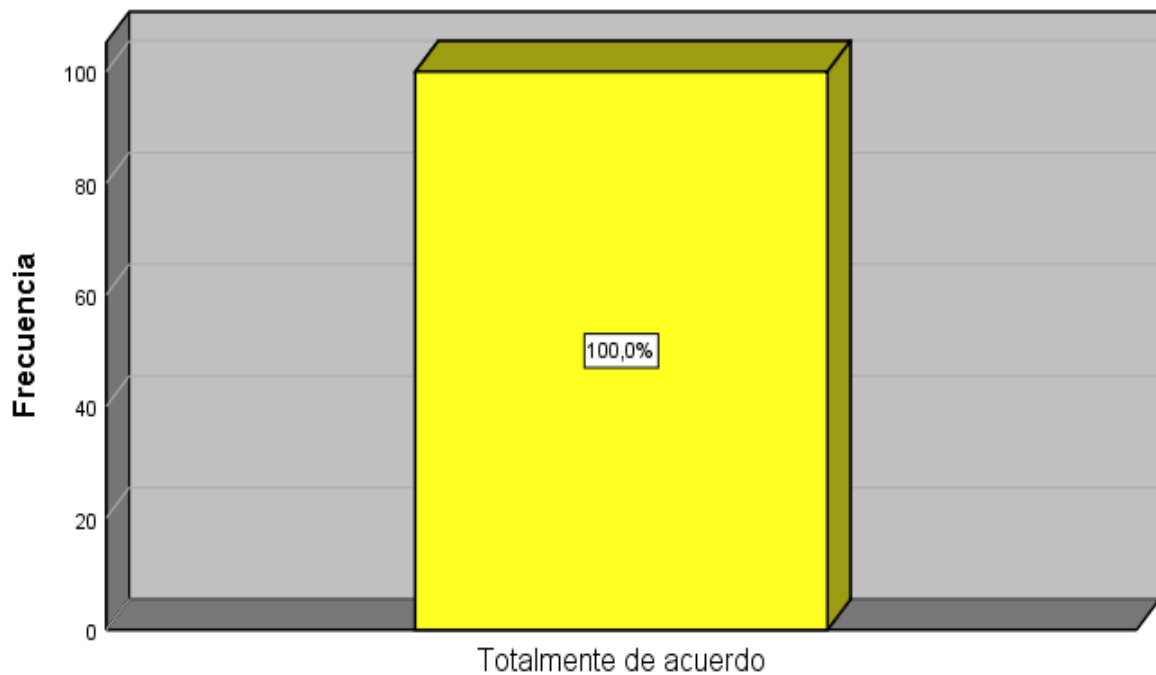
**Figura 7: Percibe que la plataforma virtual del drawback web reduce gastos.**

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 28 individuos están totalmente de acuerdo en percibir cierta reducción de gastos en la plataforma virtual del régimen drawback con una equivalencia del 93,3%, 2 individuos afirman estar de acuerdo con una equivalencia del 6,7%, que sumadas dan un 100% indicando en la mayoría de los casos que se reduce gastos administrativos y de tiempo al utilizar la plataforma virtual.

**TABLA 8: Percibe un grado de facilidad al acceder del beneficio del drawback empleando la plataforma del drawback web.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	30	100,0	100,0	100,0

Fuente: SPSS Statistics 25



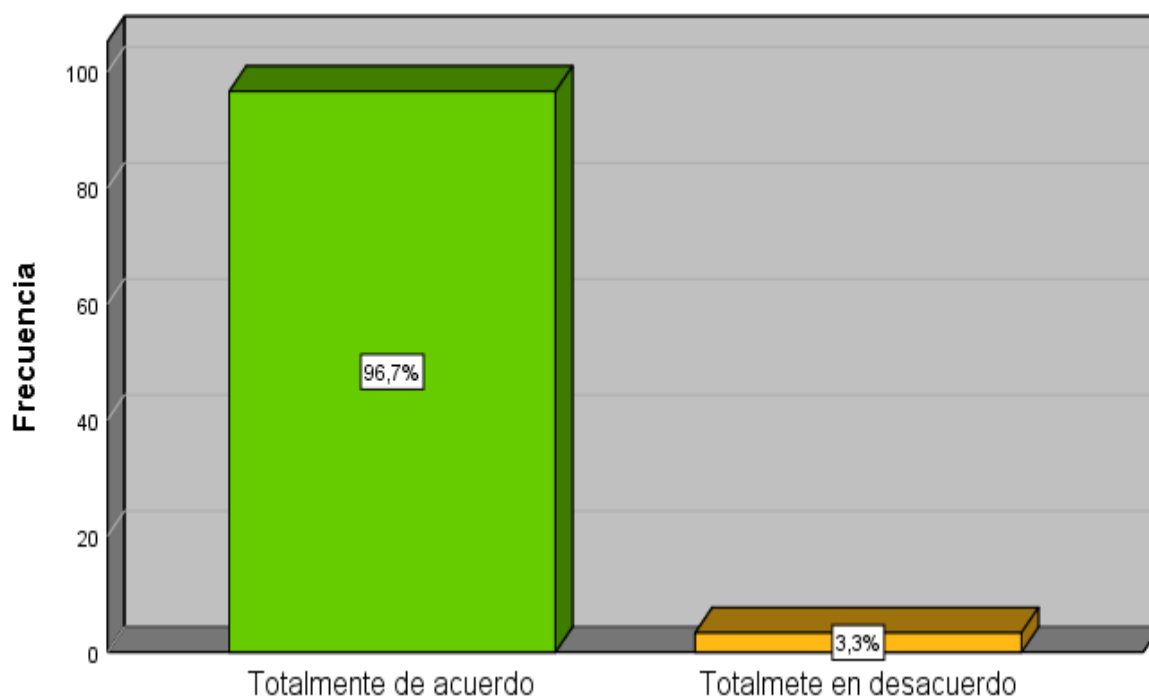
**Figura 8: Percibe un grado de facilidad al acceder del beneficio del drawback empleando la plataforma del drawback web.**

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 30 individuos están totalmente de acuerdo en percibir cierta facilidad de accesibilidad al régimen drawback con una equivalencia 100% indicando en la mayoría de los casos que existe mayor facilidad y acabilidad en la plataforma virtual del régimen denominado drawback web.

**TABLA 9: Considera factible que algunos casos los insumos como combustibles o generadores eléctricos sean prohibidos para acogerse al drawback.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	29	96,7	96,7	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



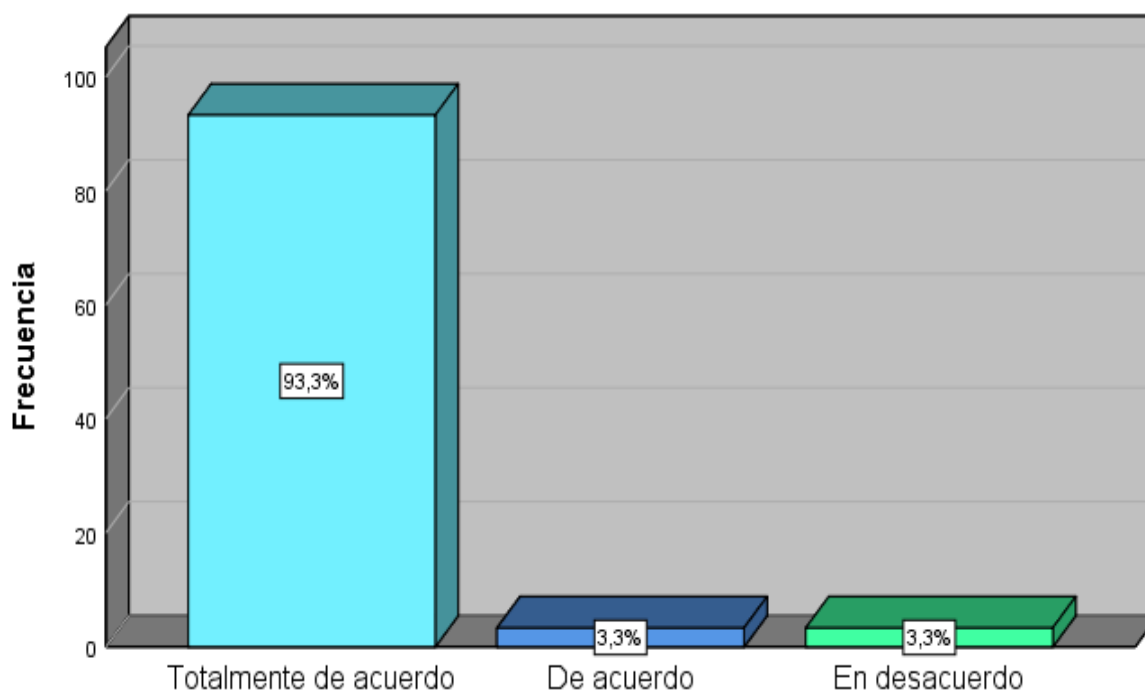
**Figura 9: Considera factible que algunos casos los insumos como combustibles o generadores eléctricos sean prohibidos para acogerse al drawback.**

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 29 individuos están totalmente de acuerdo en considerar que en casos para acceder al régimen drawback no se tome en cuenta a los insumos como combustible o fuentes eléctricas con una equivalencia del 96,7%, 1 individuos indica estar totalmente en desacuerdo con una equivalencia del 3,3% expresando que los combustibles y fuentes eléctricas son parte del proceso de trasformación de insumo para acceder al régimen drawback.

**TABLA 10: Se siente conforme acerca de la información del drawback presente en las páginas nacionales acerca del drawback.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	28	93,3	93,3	93,3
	De acuerdo	1	3,3	3,3	96,7
	En desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



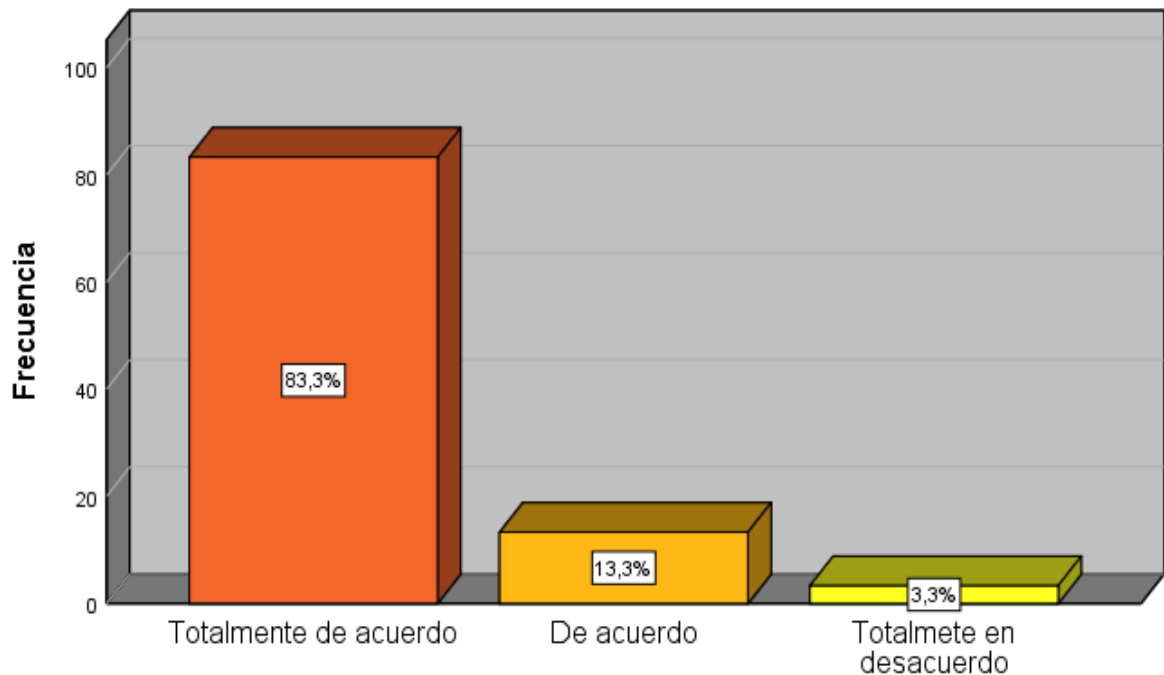
**Figura 10: Se siente conforme acerca de la información del drawback presente en las páginas nacionales acerca del drawback.**

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 28 individuos están totalmente de acuerdo en percibir un grado de conformidad en la información presente en las páginas del estado acerca del régimen drawback con una equivalencia del 93,3%, 1 individuos indica estar de acuerdo con una equivalencia del 3,3 y un individuo indica estar en desacuerdo representando un 3,3%, expresando que en la mayoría de los casos la información es idónea para estar al tanto sobre conocer acerca más del régimen drawback en las páginas nacionales.

**TABLA 11:** *La empresa ha utilizado en algún momento programas o regímenes aduaneros que promueven las exportaciones.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	25	83,3	83,3	83,3
	De acuerdo	4	13,3	13,3	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



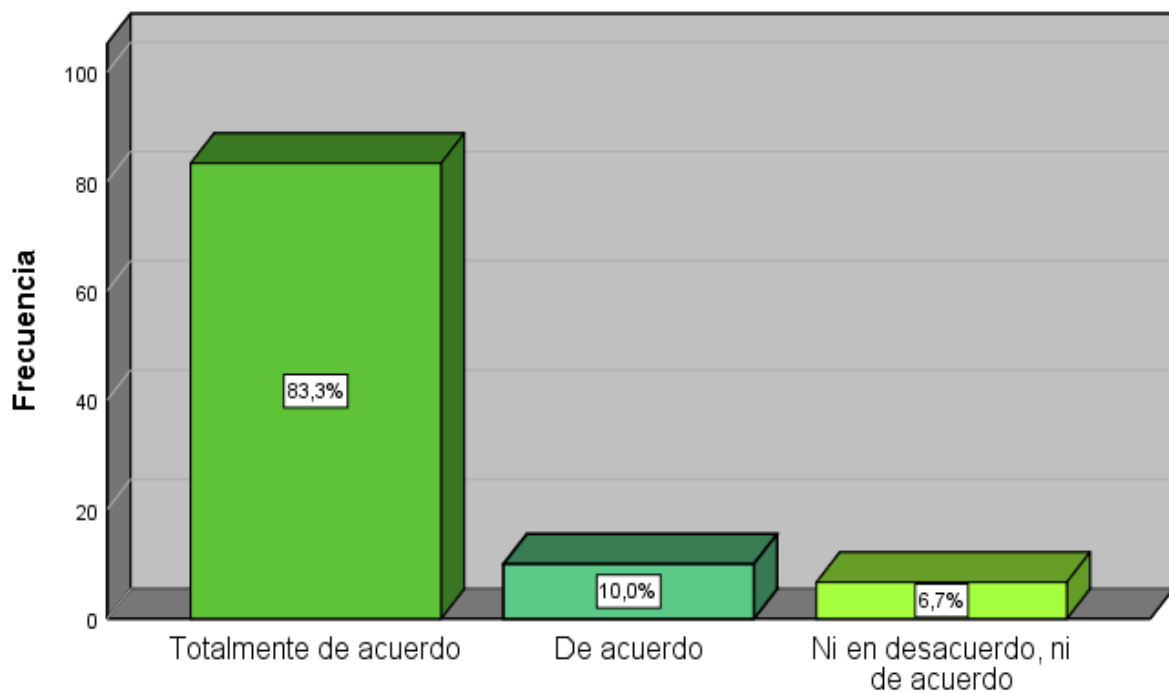
**Figura 11:** *La empresa ha utilizado en algún momento programas o regímenes aduaneros que promueven las exportaciones.*

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 25 individuos están totalmente de acuerdo en afirmar que en utilizar programas o regímenes aduaneros en sus actividades exportadoras con una equivalencia del 83,3%, 4 individuos indican estar de acuerdo con una equivalencia del 13,3%, sumadas dan un por porcentaje del 96,6% y 1 individuo indica estar totalmente en desacuerdo con una equivalencia del 3,3%.

**TABLA 12:** *Dentro de la gestión de la empresa se considerado la tercerización para la importación de insumos con la intención de acogerse al drawback.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	25	83,3	83,3	83,3
	De acuerdo	3	10,0	10,0	93,3
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



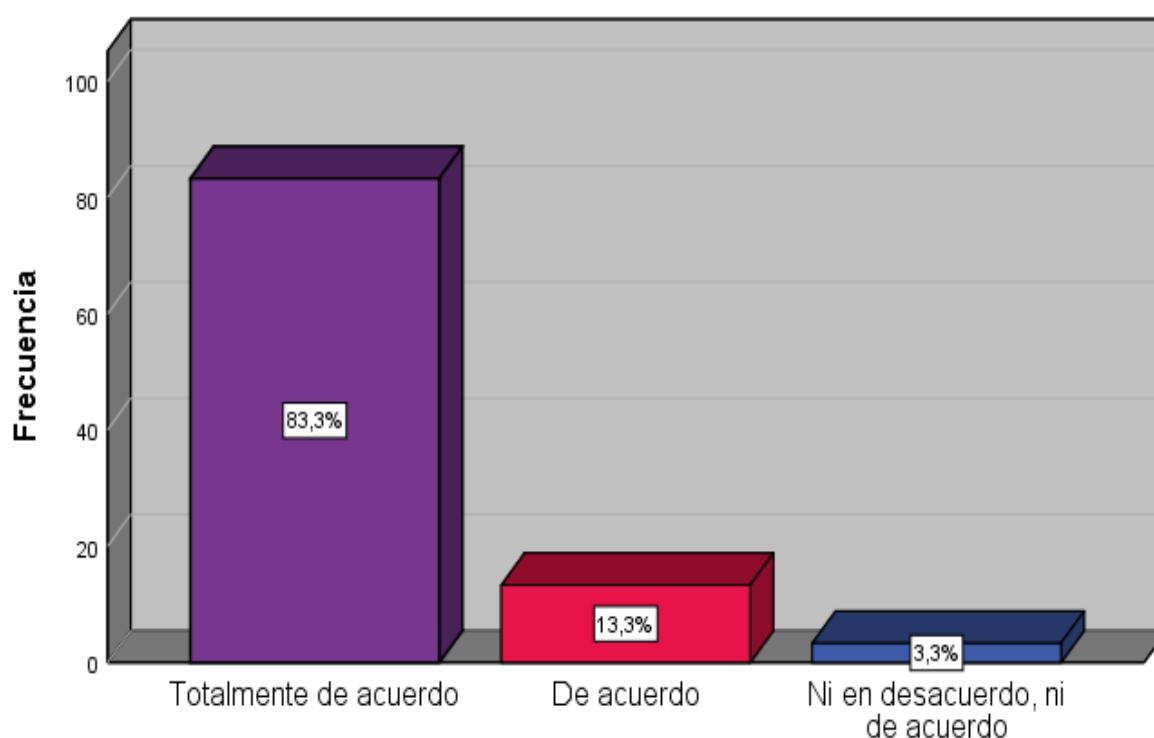
**Figura 12:** *Dentro de la gestión de la empresa se considerado la tercerización para la importación de insumos con la intención de acogerse al drawback.*

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 25 individuos están totalmente de acuerdo en considerar la tercerización para obtener los insumos necesarios para la creación de su producto final con una equivalencia del 83.3%, 3 individuos indica estar acuerdo con una equivalencia del 10%, que sumadas dan un 93,3% indicando en la mayoría de los casos se considera la tercerización en las pymes de gamarra y 2 individuo expresa no estar ni en desacuerdo ni de acuerdo con una equivalencia del 6,7%.

**TABLA 13: Considera más viable la importación directa de insumos con la intención de acogerse al drawback.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	25	83,3	83,3	83,3
	De acuerdo	4	13,3	13,3	96,7
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



**Figura 13: Considera más viable la importación directa de insumos con la intención de acogerse al drawback.**

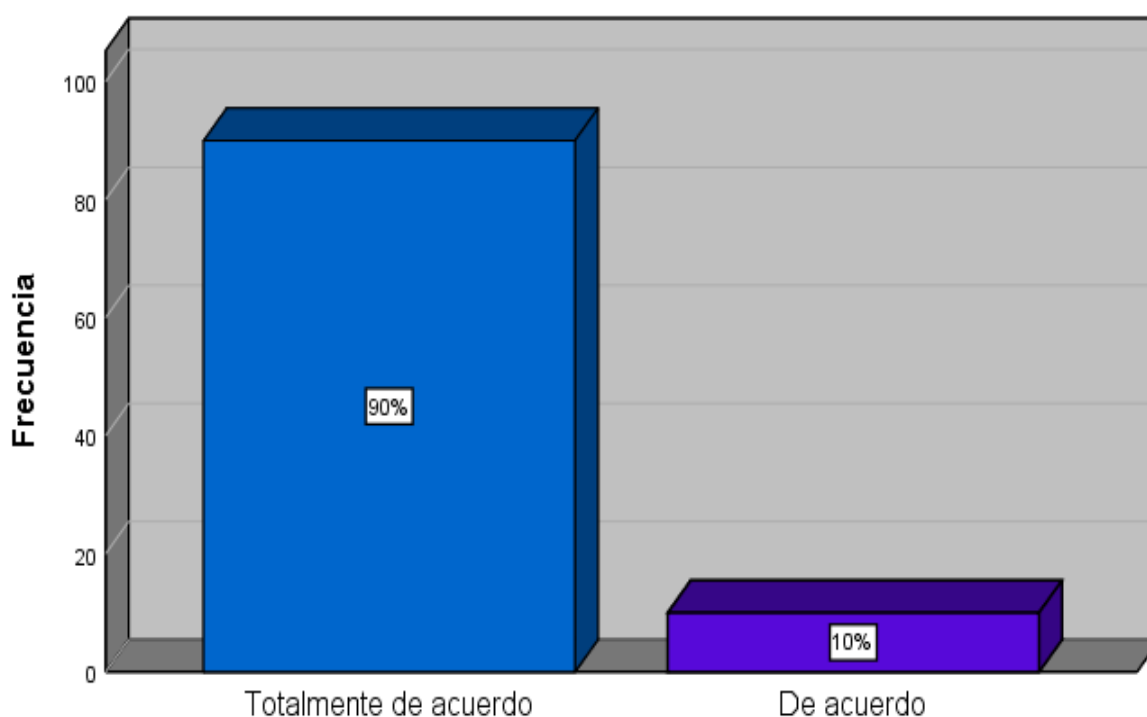
Acorde a la frecuencia de 30 personas, 25 individuos están totalmente de acuerdo en considerar más viable la importación directa de sus insumos con una equivalencia del 83.3%, 4 individuos indica estar acuerdo con una equivalencia del 10%, que sumadas dan un 96,6% indicando en la mayoría de los casos se considera mayor viabilidad la importación directa en las pymes de gamarra y 1 individuo expresa no estar ni en desacuerdo ni de acuerdo con una equivalencia del 3,3%.



**TABLA 14:** *Dentro de la empresa se considera más rentable utilizar el beneficio del drawback para utilizarlo como en futuras exportaciones.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	27	90,0	90,0	90,0
	De acuerdo	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

*Fuente: SPSS Statistics 25*



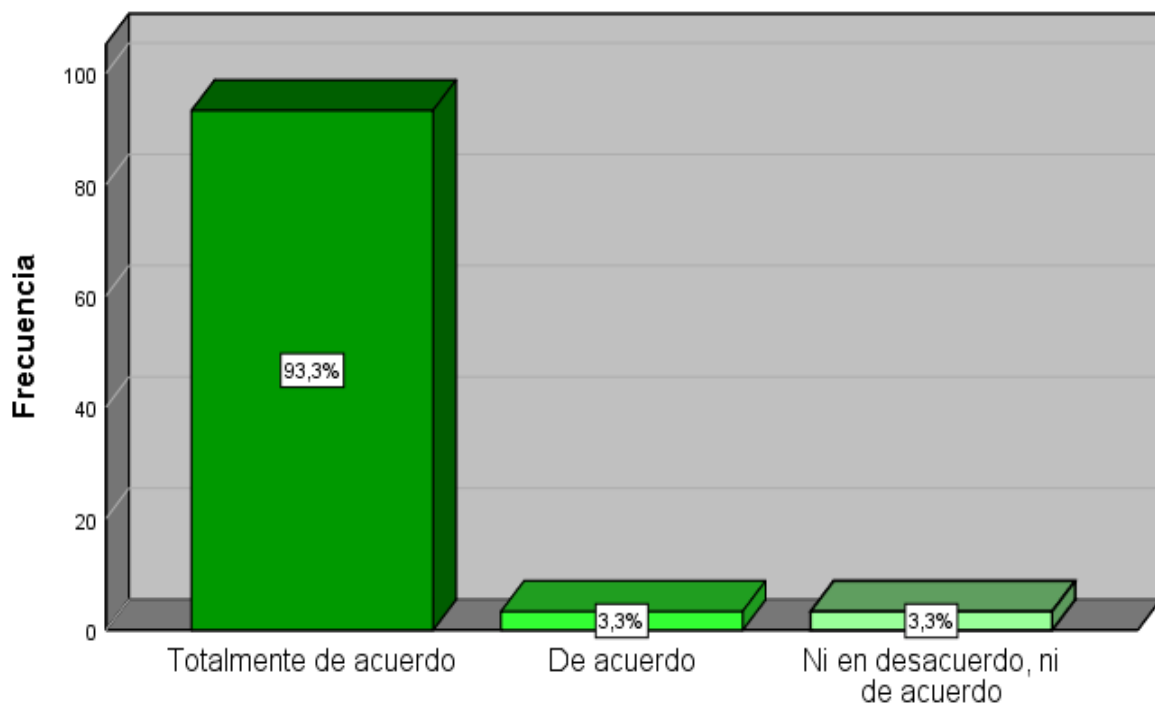
**Figura 14:** *Dentro de la empresa se considera más rentable utilizar el beneficio del drawback para utilizarlo como en futuras exportaciones.*

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 27 individuos están totalmente de acuerdo en considerar más rentable la utilización del beneficio en monto a favor para futuros gastos aduanales en la SUNAT con una equivalencia del 90%, 3 individuos indica estar acuerdo con una equivalencia del 10%, que sumadas dan un 100% indicando en la mayoría de los casos se considera mayor utilizar el 3% del valor fob que otorga el régimen drawback en gastos aduanales futuros.

**TABLA 15: Está de acuerdo con los límites de 500\$ hasta 20 000 000 \$ como máximo como montos de exportaciones anuales como requisito para acogerse al drawback.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	28	93,3	93,3	93,3
	De acuerdo	1	3,3	3,3	96,7
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



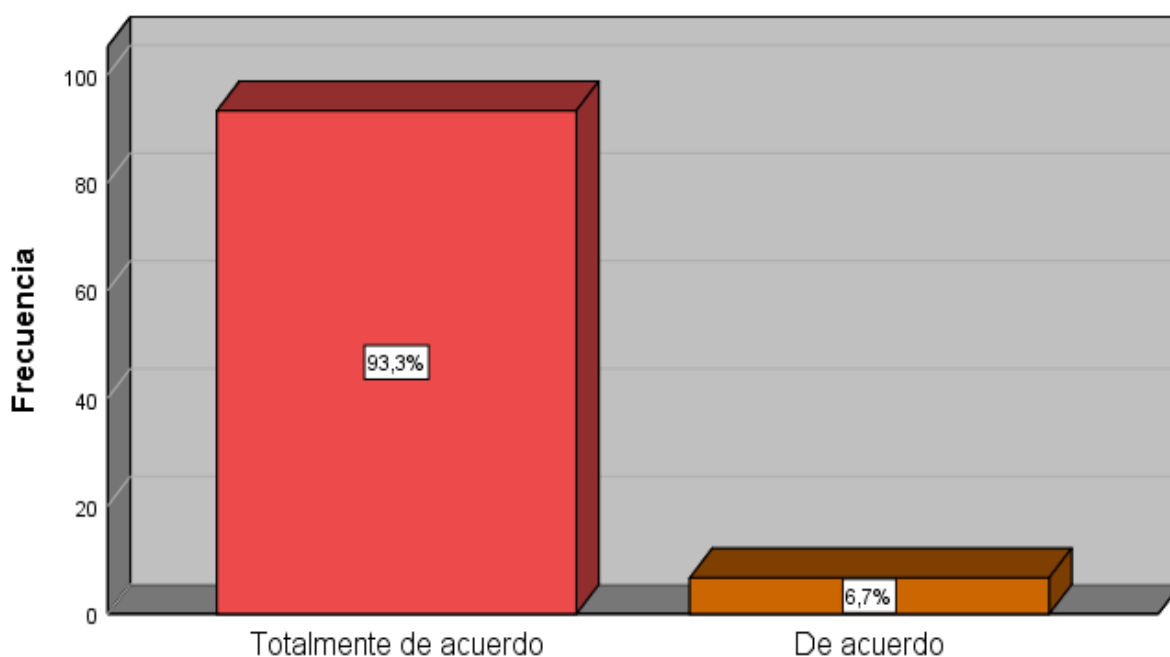
**Figura 15: Está de acuerdo con los límites de 500\$ hasta 20 000 000 \$ como máximo como montos de exportaciones anuales como requisito para acogerse al drawback.**

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 25 individuos están totalmente de acuerdo en considerar más viable la importación directa de sus insumos con una equivalencia del 83.3%, 4 individuos indica estar acuerdo con una equivalencia del 10%, que sumadas dan un 96,6% indicando en la mayoría de los casos se considera mayor viabilidad la importación directa en las pymes de gamarra y 1 individuo expresa no estar ni en desacuerdo ni de acuerdo con una equivalencia del 3,3%.

**TABLA 16:** *Considera correcto en casos no se acrediten los documentos para acogimiento del drawback la administración aduanera otorga un plazo para sustentarlos.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	28	93,3	93,3	93,3
	De acuerdo	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



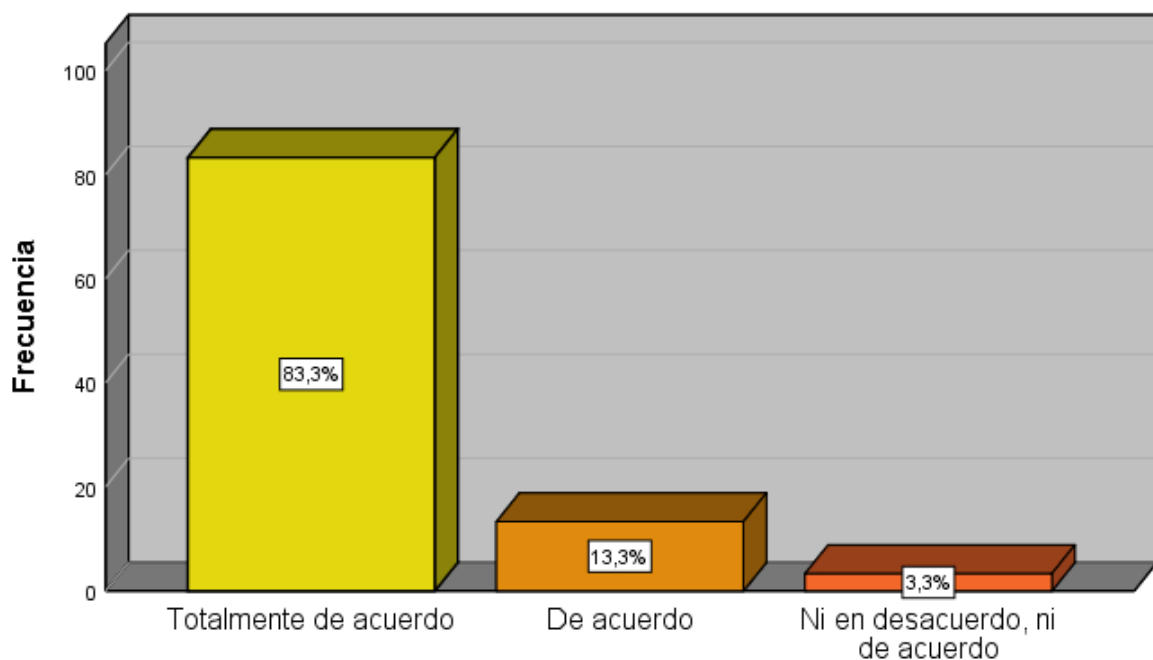
**Figura 16:** *Considera correcto en casos no se acrediten los documentos para acogimiento del drawback la administración aduanera otorga un plazo para sustentarlos.*

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 28 individuos están totalmente de acuerdo en considerar adecuado el plazo de dos días hábiles para subsanar documentación a partir de la fecha de depósito en el buzón de clave SOL con una equivalencia del 93,3%, 2 individuos indican estar acuerdo con una equivalencia del 6,7%, que sumadas dan un 100% indicando en la mayoría de los casos se considera adecuado plazo para subsanar documentación para acceder al régimen drawback.

**TABLA 17: Está de acuerdo que la administración aduanera imponga sanciones de hasta el 0,2 de la UIT, en caso de que exista incidencia de la fraguación.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	25	83,3	83,3	83,3
	De acuerdo	4	13,3	13,3	96,7
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



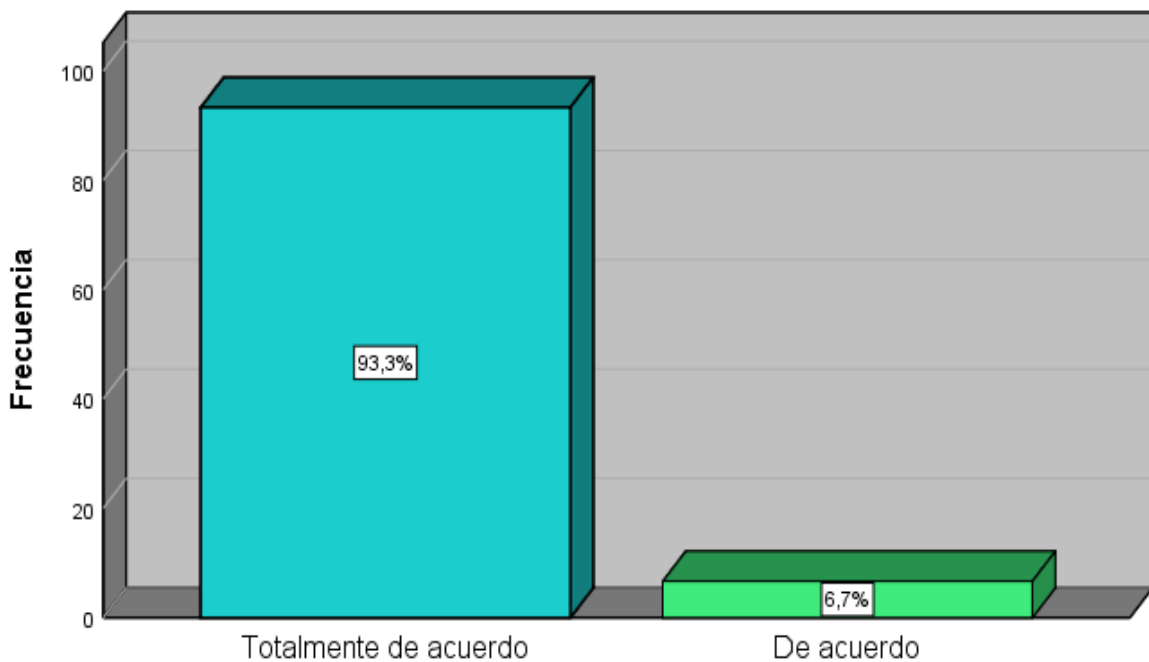
**Figura 17: Está de acuerdo que la administración aduanera imponga sanciones de hasta el 0,2 de la UIT, en caso de que exista incidencia de la fraguación.**

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 25 individuos están totalmente de acuerdo en considerar la sanción impuesta por la SUNAT en casos de infraccionar lo establecido por la ley general de aduanas para acceder al régimen drawback con una equivalencia del 83,3%, 4 individuos indica estar acuerdo con una equivalencia del 13,3%, que sumadas dan un 96,6% indicando en la mayoría de los casos se considera correcta la sanción y 1 individuo con un 3,3% no está ni en desacuerdo ni acuerdo con lo establecido en la ley general de aduanas.

**TABLA 18: Está de acuerdo que la administración aduanera imponga sanciones de hasta el 50% en caso que se consignen datos fraudulentos si esta se acoge al drawback.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	28	93,3	93,3	93,3
	De acuerdo	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



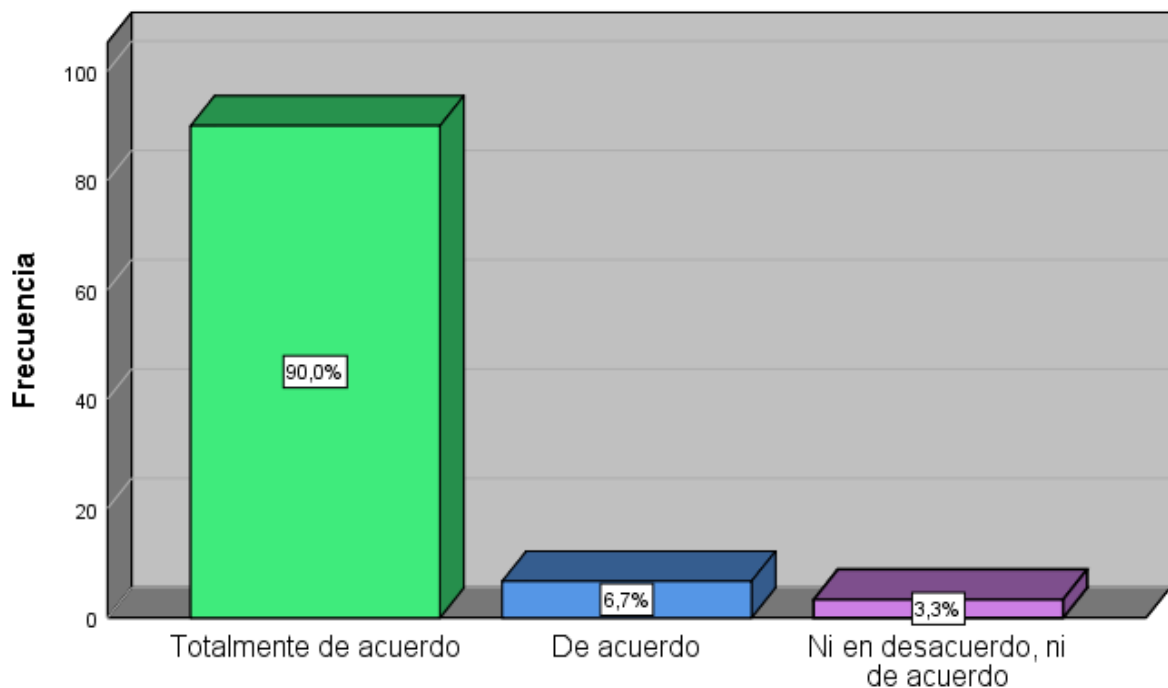
**Figura 18: Está de acuerdo que la administración aduanera imponga sanciones de hasta el 50% en caso que se consignen datos fraudulentos si esta se acoge al drawback.**

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 28 individuos están totalmente de acuerdo en considerar correcto que la SUNAT impugnaciones fuertes en casos donde haya intento de falsificación en la documentación para acceder al régimen drawback con una equivalencia del 93,3%, 2 individuos indican estar acuerdo con una equivalencia del 6,7%, que sumadas dan un 100% indicando en la mayoría de los casos se afirma adecuado y lo más idóneo en lo establecido a pagar en la tabla de sanciones aduaneras en casos de fraude en la documentación para acceder al régimen drawback.

**TABLA 19:** *Percibe que los requisitos del drawback generan un contexto comercial favorable.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	27	90,0	90,0	90,0
	De acuerdo	2	6,7	6,7	96,7
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



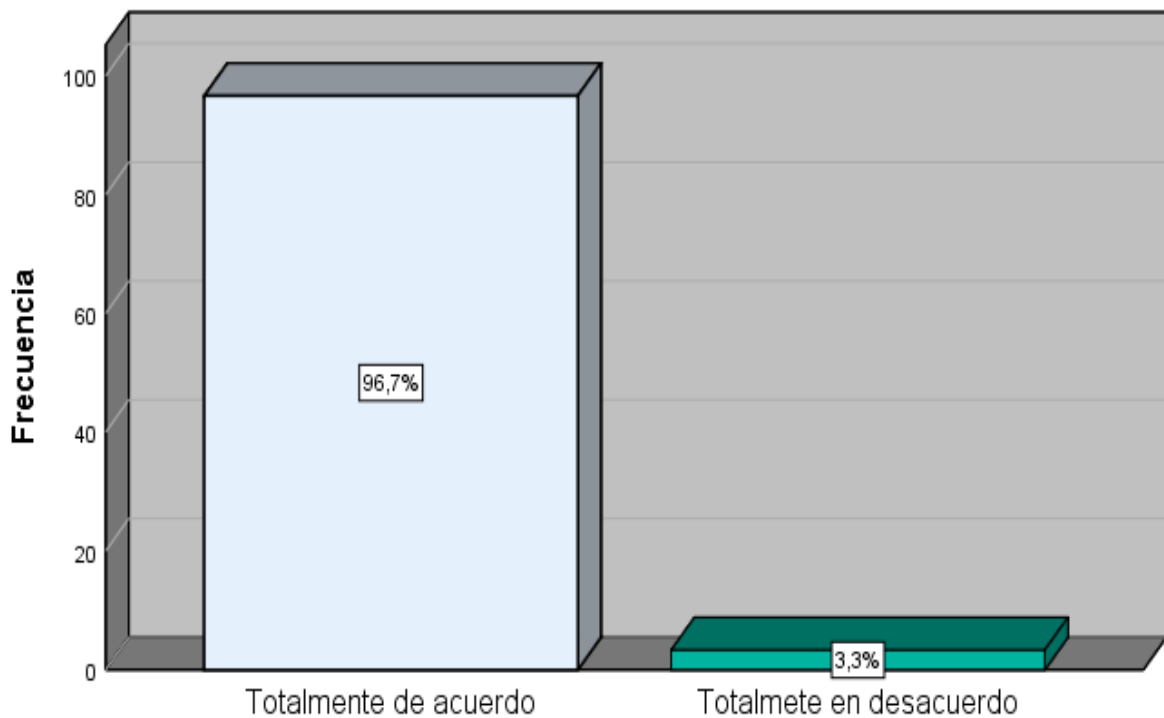
**Figura 19:** *Percibe que los requisitos del drawback generan un contexto comercial favorable.*

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 27 individuos están totalmente de acuerdo en considerar correcta la percepción de que el régimen drawback favorece al comercio exterior con una equivalencia del 90%, 2 individuos indica estar acuerdo con una equivalencia del 6,7%, que sumadas dan un 96,7% indicando en la mayoría de los casos se considerar el contexto comercial que genera el régimen drawback, 1 individuo con un 3,3% en no considerar ni desacuerdo ni acuerdo con el contexto establecido.

**TABLA 20:** *Dentro de la empresa se considera fundamental establecer cláusulas de punto de entrega para realizar el contrato de seguro de transporte.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	29	96,7	96,7	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



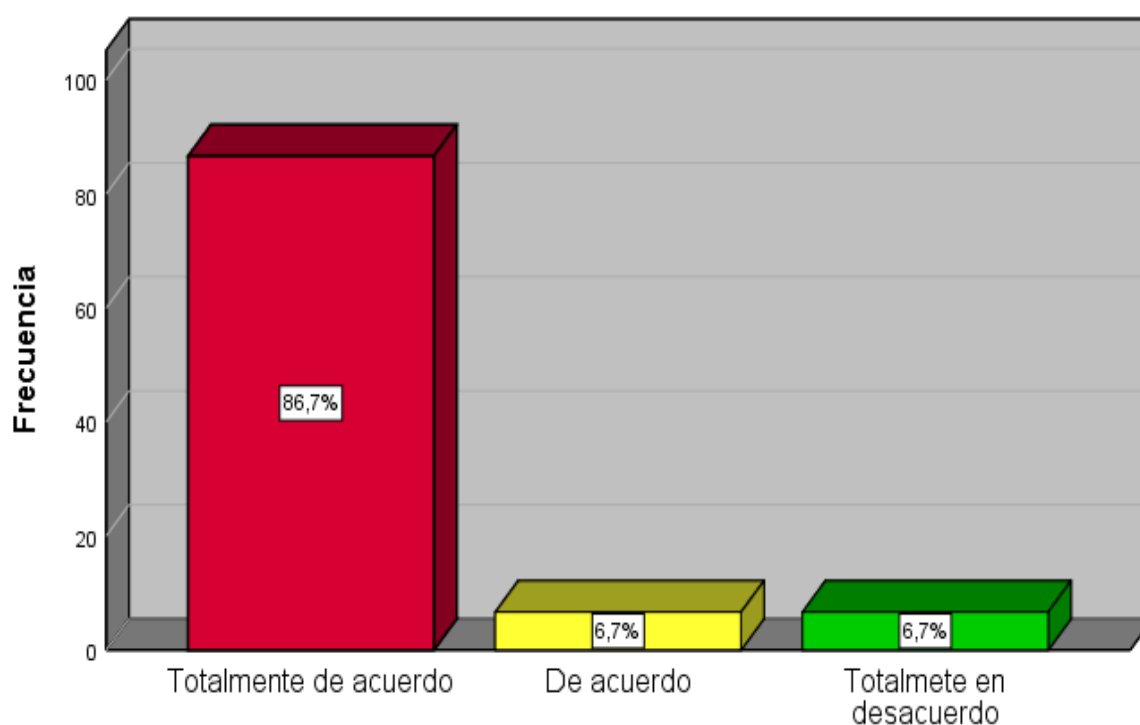
**Figura 20:** *Dentro de la empresa se considera fundamental establecer cláusulas de punto de entrega para realizar el contrato de seguro de transporte.*

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 29 individuos están totalmente de acuerdo en crear cláusulas de puntos de entrega como es el caso de los incoterms para asegurar la carga mediante el documento de seguro de transporte y hacer más efectiva la seguridad de la mercancía con una equivalencia del 96,7%, 1 individuos indica estar en desacuerdo con un 3,3%.

**TABLA 21:** *Dentro de la empresa se considera importante que exista un área donde se desarrolle nuevos productos y diseños para el mercado internacional.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	26	86,7	86,7	86,7
	De acuerdo	2	6,7	6,7	93,3
	Totalmente en desacuerdo	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



**Figura 21:** *Dentro de la empresa se considera importante que exista un área donde se desarrolle nuevos productos y diseños para el mercado internacional.*

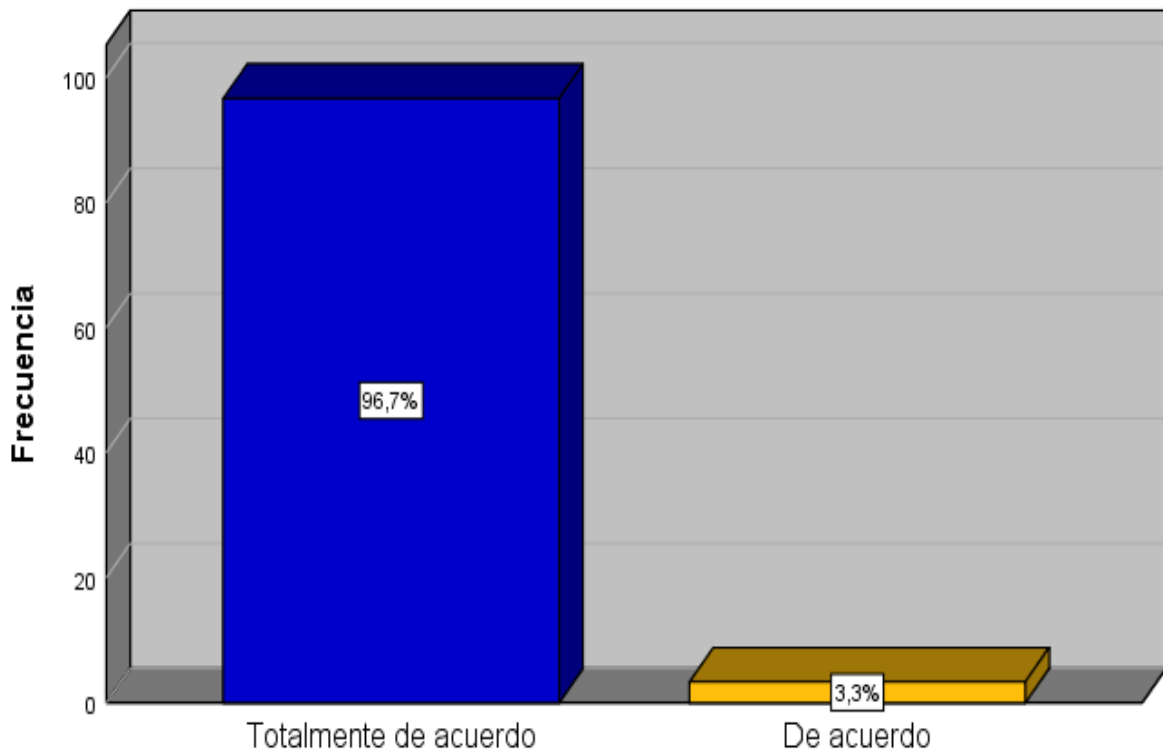
Acorde a la frecuencia de 30 personas, 26 individuos están totalmente de acuerdo en considerar muy importante la creación de un área que se especialice en la creación de productos para el mercado internacional con una equivalencia del 86,7%, 2 individuos indica estar acuerdo con una equivalencia del 6,7%, que sumadas dan un 93,3%, 2 individuos afirman con un 6,7% están en desacuerdo con la creación de un área especializada en diseñar productos para el mercado extranjero.



**TABLA 22:** *Considera que las barreras arancelarias influyen en el volumen de exportación.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	29	96,7	96,7	96,7
	De acuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



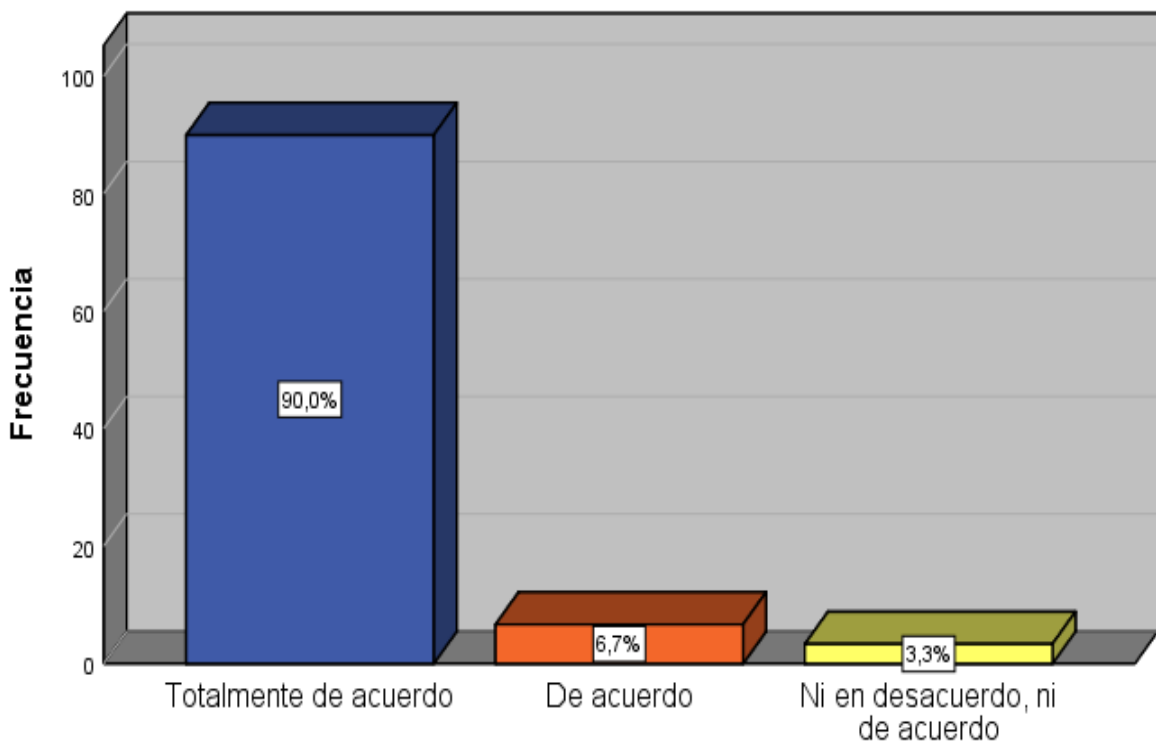
**Figura 22:** *Considera que las barreras arancelarias influyen en el volumen de exportación.*

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 29 individuos están totalmente de acuerdo en considerar que las barreras arancelarias influyen en el volumen de exportación y de ese modo afecta sus actividades comerciales con una equivalencia del 96,7%, a individuos indica estar acuerdo con una equivalencia del 3,3%, que sumadas dan un 100%, afirmando que la mayoría de los casos la actividad aduanera y comercial van de la mano.

**TABLA 23:** *Considera usted como empresa exportadora que ha tenido inconvenientes en la fase de negociación con el cliente del país destino.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	27	90,0	90,0	90,0
	De acuerdo	2	6,7	6,7	96,7
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



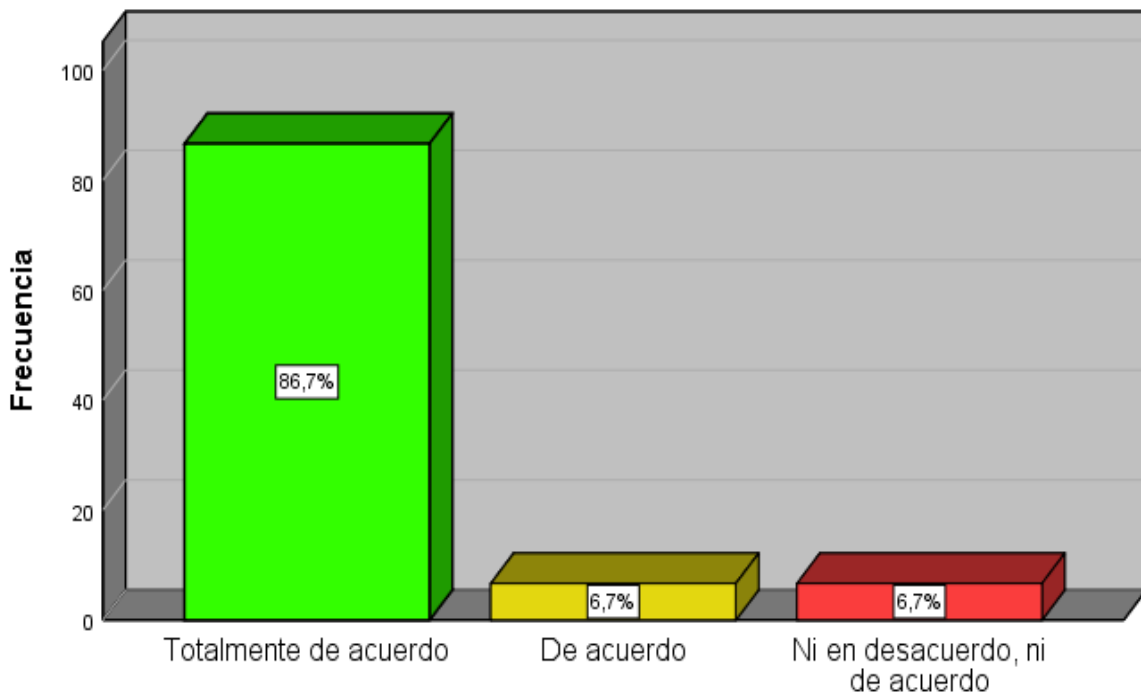
**Figura 23:** *Considera usted como empresa exportadora que ha tenido inconvenientes en la fase de negociación con el cliente del país destino.*

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 27 individuos están totalmente de acuerdo en afirmar que han tenido problemas con el cliente para acordar una negociación exacta la cual se va desarrollando con cláusulas y estipulaciones se representa dicha afirmación con una equivalencia del 90 %, 2 individuos indica estar acuerdo con una equivalencia del 6,7%, que sumadas dan 96,7%, 1 individuo con un 3,3% están en desacuerdo en tener inconvenientes en la etapa de negociación.

**TABLA 24:** *Considera usted como empresa exportadora que las estrategias de mercado son esenciales para obtener éxito y asegurar rentabilidad en las ventas.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	26	86,7	86,7	86,7
	De acuerdo	2	6,7	6,7	93,3
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



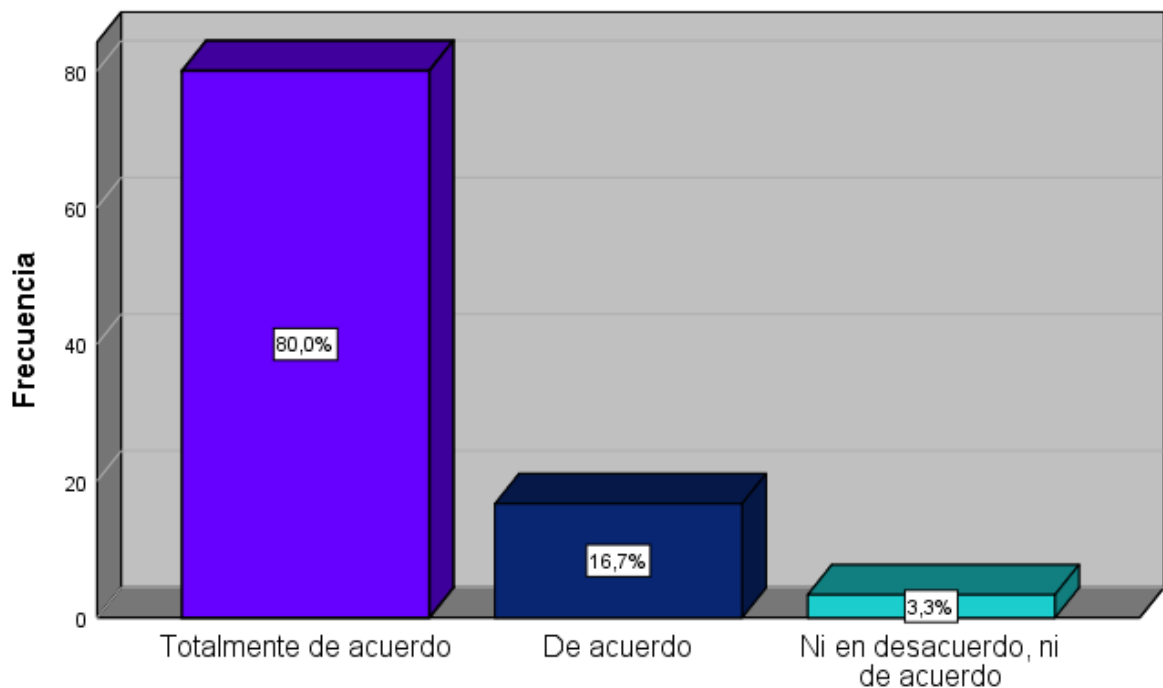
**Figura 24:** *Considera usted como empresa exportadora que las estrategias de mercado son esenciales para obtener éxito y asegurar rentabilidad en las ventas.*

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 26 individuos están totalmente de acuerdo en afirmar que la investigación del mercado y su segmentación es importante para el éxito en las ventas con una equivalencia del 86,7%, 2 individuos indica estar acuerdo con una equivalencia del 6,7%, que sumadas dan 94,4%, 2 individuos con un 6,7% indican en no estar ni en desacuerdo ni de acuerdo, afirmando de esta manera que en la mayoría de los casos el éxito de las ventas va de la mano con la investigación de mercado.

**TABLA 25:** *Considera que los mercados a los cuales se dirige la empresa están satisfechos con el precio del producto.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	24	80,0	80,0	80,0
	De acuerdo	5	16,7	16,7	96,7
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



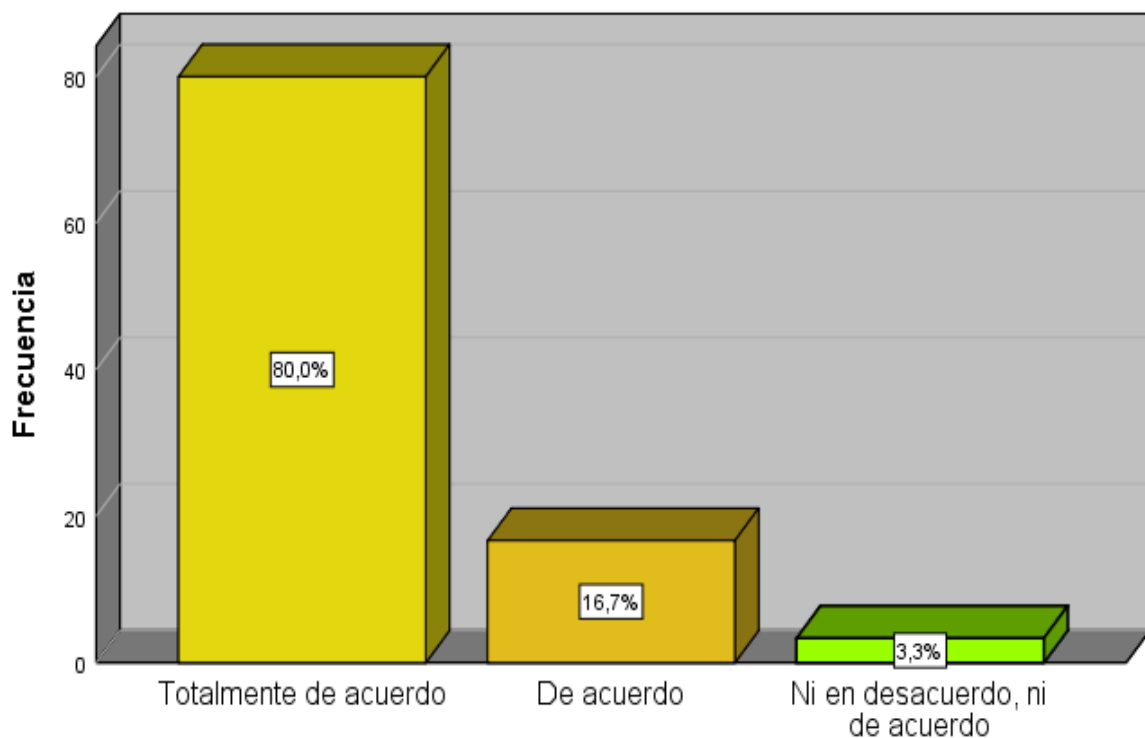
**Figura 25:** *Considera que los mercados a los cuales se dirige la empresa están satisfechos con el precio del producto.*

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 24 individuos están totalmente de acuerdo en afirmar en que el precio establecido va acorde al mercado segmentado y por ende a sus clientes con una equivalencia del 80%, 5 individuos representan la validez de la afirmación en estar acuerdo con una equivalencia del 16,7%, que sumadas dan 96,7%, estableciendo valida la afirmación de que el precio de su producto es óptimo para el comercio, 1 individuo con un 6,7% indican en no estar ni en desacuerdo ni de acuerdo.

**TABLA 26: Considera que el producto ofrece la empresa genera mayor rentabilidad en un mercado internacional.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	24	80,0	80,0	80,0
	De acuerdo	5	16,7	16,7	96,7
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



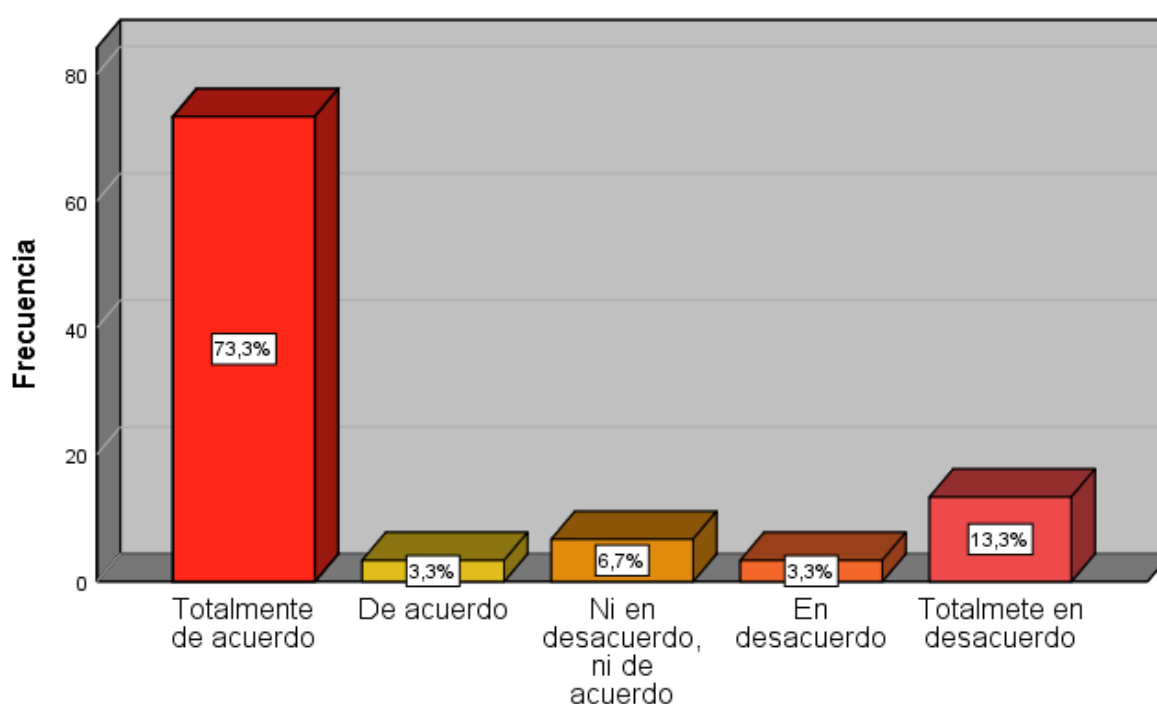
**Figura 26: Considera que el producto ofrece la empresa genera mayor rentabilidad en un mercado internacional.**

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 24 individuos están totalmente de acuerdo en afirmar en que el producto obtiene mayores ganancias en un mercado internacional con una equivalencia del 80%, 5 individuos indica estar acuerdo con una equivalencia del 16,7%, que sumadas dan 96,7%, estableciendo valida la afirmación de que en la mayoría de los casos que en un mercado extranjero las divisas y utilidades que se obtienen son mayores que en un mercado local, 1 individuo con un 3,3% afirma no está ni en desacuerdo ni de acuerdo con dicha afirmación.

**TABLA 27:** *En la gestión de la empresa se ha aplicado la promoción del producto en ferias nacionales e internacionales.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	22	73,3	73,3	73,3
	De acuerdo	1	3,3	3,3	76,7
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	2	6,7	6,7	83,3
	En desacuerdo	1	3,3	3,3	86,7
	Totalmente en desacuerdo	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25



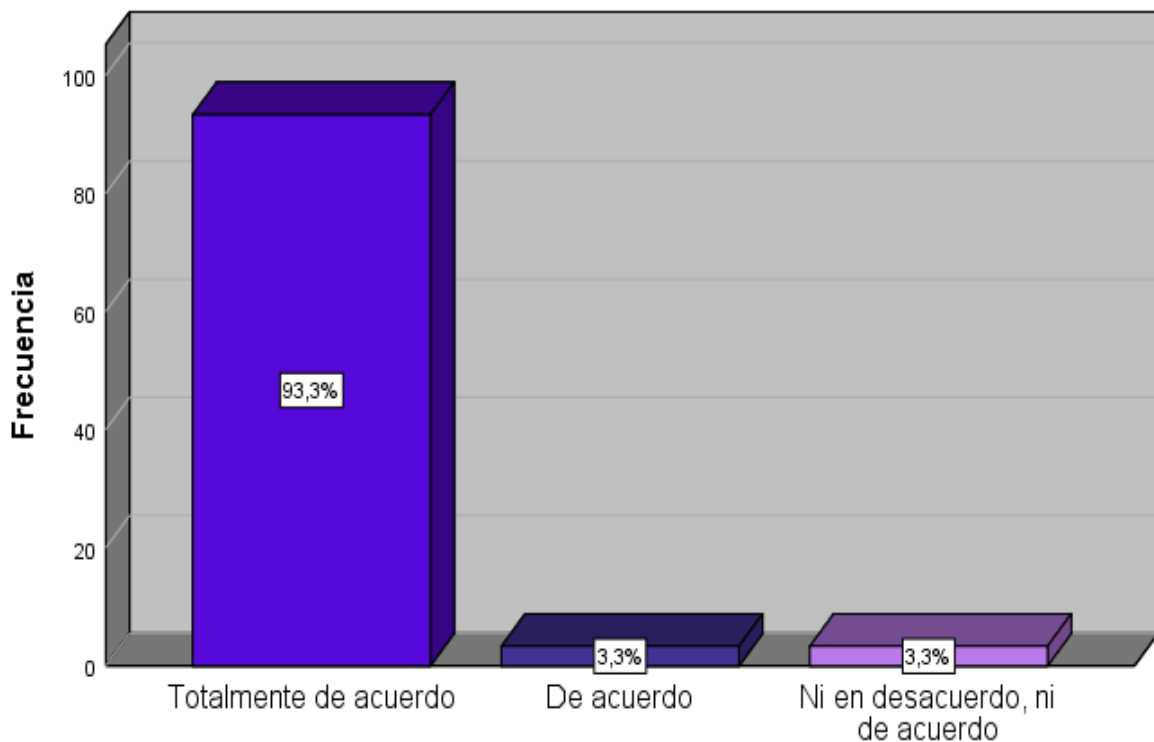
**Figura 27:** *En la gestión de la empresa se ha aplicado la promoción del producto en ferias nacionales e internacionales.*

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 22 individuos están totalmente de acuerdo en afirmar que el producto ha participado en ferias para promocionarse con una equivalencia del 80%, 1 individuo indica estar acuerdo con una equivalencia del 3,3%, que sumadas dan 83,3%, 2 individuo con un 6,7% afirma no está ni en desacuerdo ni de acuerdo con dicha afirmación, 1 individuo estar desacuerdo en afirmar en que el producto no ha participado en ferias para promocionarse con una equivalencia del 3,3%, 4 individuo indican estar en totalmente en desacuerdo con una equivalencia del 13,3%, que sumadas dan 16,6% en que el producto no participa.

**TABLA 28:** *Considera que la distribución empleada por la empresa ha sido óptima.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	28	93,3	93,3	93,3
	De acuerdo	1	3,3	3,3	96,7
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

*Fuente: SPSS Statistics 25*



**Figura 28:** *Considera que la distribución empleada por la empresa ha sido óptima.*

Acorde a la frecuencia de 30 personas, 28 individuos están totalmente de acuerdo en afirmar que el producto ha tenido buena distribución por parte de la administración de la empresa con una equivalencia del 93,3%, 1 individuo indica estar de acuerdo con una equivalencia del 3,3%, que sumadas dan 96,7%, estableciendo válida la afirmación de que en la mayoría de los casos el producto ha obtenido una óptima distribución, 1 individuo con un 3,3% afirma no está ni en desacuerdo ni de acuerdo con dicha afirmación.

### 3.4. Prueba de Confiabilidad.

La evaluación es en base a la confiabilidad que otorga nuestro instrumento aplicado hacia la muestra propia de la investigación, la prueba estadística es validada por los resultados en el coeficiente y los niveles que otorgan por la verificación a utilizar mediante el Alfa de Cronbach.

**TABLA 29: Interpretación de los resultados del Alfa de Cronbach.**

Resultados	Niveles de confiabilidad
Coeficiente alta > 0,9	Es excelente
Coeficiente alta > 0,8	Es bueno
Coeficiente alta > 0,7	Es aceptable
Coeficiente alta > 0,6	Es cuestionable
Coeficiente alta > 0,5	Es pobre
Coeficiente alta < 0,5	Es inaceptable

*Fuente: Elaboración propia.*

**TABLA 30: Instrumentos validados para realizar el Alfa de Cronbach**

		N	%
Casos	Válido	30	96,8
	Excluido	1	3,2
	Total	31	100,0

*Fuente: SPSS versión 25.*

**TABLA 31: Resultados de Alfa de Cronbach**

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,814	,832	26

*Fuente: SPSS versión 25.*

El resultado observado que se obtiene de nuestro instrumento mediante el Alfa de Cronbach es de 81%, esto quiere decir que es válido para poder continuar con la recolección de datos en nuestra muestra.



### 3.5. Prueba de Normalidad.

La investigación tiene el propósito de hacer énfasis en encontrar el nivel de relación entre las dos variables, para obtener la prueba de normalidad utilizando el coeficiente de Pearson, dado que la prueba de normalidad es verificada por el programa SPSS Statistics 25, mostrando y explicando el análisis de los resultados.

La prueba de normalidad trabaja mediante dos test estadísticos para facilitar el valor de significancia de la muestra.

- Shapiro-Wilk: se utiliza cuando la muestra es menor que 50.
- Kolmogorov-Smirnov: se utiliza cuando la muestra es mayor que 50.

Se tiene una prueba de Shapiro-Wilk, al tener una muestra menor de 50 personas encuestadas, para revelar la prueba de normalidad en base a nuestros datos estadísticos, utilizando el programa SPSS Statistics 25, al conocer el test que debemos utilizar para nuestra investigación procedemos a evaluar el nivel de significancia, cuando:

- El nivel de significancia menor que 0.05 los datos, no son normales, entonces se utiliza el RHO de Spearman.
- El nivel de significancia mayor a 0.05 los datos, son normales, entonces se usa R de Pearson.

**TABLA 32: Resultados de la prueba de Normalidad.**

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
El drawback	,528	30	,000	,347	30	,000
Exportaciones de ropa juvenil	,488	30	,000	,492	30	,000

*Fuente: SPSS versión 25.*

La prueba de normalidad indica la verificación de nuestras hipótesis, la prueba estadística que usaremos en esta investigación será el **Rho de Spearman**.

### 3.6. Rho de Spearman.

Cada paso que estamos mencionando es para tener claro de todo lo que implica para determinar un resultado eficiente. Entonces, aquí mostraremos el cuadro de resultados de **Rho de Spearman**, lo cual nos ayuda a identificar los valores según al resultado, el cual se utiliza para encontrar la dependencia de las dos variables para analizar los datos de una medida no paramétrica, el coeficiente de Spearman, puede tomar un valor de +1 y -1.

**TABLA 32:** *Grado de relación según coeficiente de correlación.*

VALOR	SIGNIFICADO
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,1 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0,00	No existe correlación
+0,1 a +0,19	Correlación positiva muy baja
+0,2 a +0,39	Correlación positiva baja
+0,4 a +0,69	Correlación positiva moderada
+0,7 a +0,89	Correlación positiva alta
+0,9 a +0,99	Correlación positiva muy alta
+1	Correlación positiva grande y perfecta

*Fuente: Elaboración propia.*

### Nivel de Significancia

El nivel de significancia determina el valor y la distancia de dos variables para confirmar si la hipótesis es alterna o nula con un nivel de significación del 0,05, si el nivel de significación no excede el 0,05 se acepta la hipótesis alterna y esta excede el 0,05 se acepta la hipótesis nula, según dependiendo el nivel de significaron se acepta la hipótesis o se rechaza la alterna, el investigador da sentido a la investigación por el tamaño estadístico con los valores interpretativos que entrega el programa SPSS Statistics 25.

### 3.5. Contrastación de Hipótesis General.

**HG** Existe correlación entre el Drawback en las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

**H0** No existe correlación entre el Drawback en las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

**TABLA 33:** *Correlación de Rho de Spearman entre la variable 1 (drawback) y la variable 2 (exportaciones de ropa juvenil).*

Correlaciones				
			El Drawback	Exportaciones de ropa juvenil
Rho de Spearman	El Drawback	Coefficiente de correlación	1,000	,583**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	30	30
	Exportaciones de ropa juvenil	Coefficiente de correlación	,583**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	30	30

Fuente: SPSS versión 25.

Interpretación: En el cuadro se puede observar que hay una existencia de 0,583 entre las variables, indicando un nivel de correlación positiva moderada, con un grado de significancia de 0,001 cuya muestra es menor a 0,05, lo que significa que la relación es significativa. Por ende, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, existe correlación entre el drawback en las exportaciones de ropa juvenil, permitiendo concluir que existe una relación significativa entre la dimensión 1 (Operatividad del drawback) con la variable 2 (exportaciones de ropa juvenil) en las mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria en el año 2018.

### 3.6. Contrastación de Hipótesis Específica.

#### Hipótesis Específica 1

**HE** Existe correlación entre la Operatividad del drawback en las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

**H0** No existe correlación entre la Operatividad del drawback en las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

**TABLA 34:** *Correlación entre la dimensión 1 (Operatividad del drawback) con la variable 2 (exportaciones de ropa juvenil).*

Correlaciones				
			Exportaciones de ropa juvenil	Operatividad del drawback
Rho de Spearman	Exportaciones de ropa juvenil	Coefficiente de correlación	1,000	,792**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Operatividad del Drawback	Coefficiente de correlación	,792**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

*Fuente: SPSS versión 25.*

Interpretación: En el cuadro se puede observar que hay una existencia de 0,792 entre las variables, indicando un nivel de correlación positiva alta, con un grado de significancia de 0,000 cuya muestra es menor a 0,05, lo que significa que la relación es significativa. Por ende, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, existe correlación entre la operatividad del drawback en las exportaciones de ropa juvenil, permitiendo concluir que existe una relación significativa entre la dimensión 1 (Operatividad del drawback) de la variable 1 con la variable 2 (exportaciones de ropa juvenil) en las mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria en el año 2018.

### 3.7. Contrastación de Hipótesis Específica.

#### Hipótesis Específica 2

**HE** Existe correlación entre la Gestión del drawback en las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

**H0** No existe correlación entre la Gestión del drawback en las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

**TABLA 35:** *Correlación entre la dimensión 2 (Gestión del drawback) con la variable 2 (exportaciones de ropa juvenil).*

Correlaciones				
			Exportaciones de ropa juvenil	Gestión del drawback
Rho de Spearman	Exportaciones de ropa juvenil	Coeficiente de correlación	1,000	,667**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Gestión del drawback	Coeficiente de correlación	,667**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

*Fuente: SPSS versión 25.*

Interpretación: En el cuadro se puede observar que hay una existencia de 0,667 entre las variables, indicando un nivel de correlación positiva alta, con un grado de significancia de 0,000 cuya muestra es menor a 0,05, lo que significa que la relación es significativa. Por ende, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, existe correlación entre la gestión del drawback en las exportaciones de ropa juvenil, permitiendo concluir que existe una relación significativa entre la dimensión 2 (Gestión del drawback) de la variable 1 con la variable 2 (exportaciones de ropa juvenil) en las mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria en el año 2018.

### 3.8. Contratación de Hipótesis Específica.

#### Hipótesis Específica 3

**HE** Existe correlación entre los Beneficios del drawback en las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

**H0** No existe correlación entre los Beneficios del drawback en las Exportaciones de ropa juvenil en las pymes del emporio comercial de Gamarra, Distrito de la Victoria, en el año 2018.

**TABLA 36:** *Correlación entre la dimensión 3 (Beneficios del drawback) con la variable 2 (exportaciones de ropa juvenil).*

Correlaciones				
			Exportaciones de ropa juvenil	Beneficios del Drawback
Rho de Spearman	Exportaciones de ropa juvenil	Coefficiente de correlación	1,000	,837**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Beneficios del Drawback	Coefficiente de correlación	,837**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

Fuente: SPSS versión 25.

Interpretación: En el cuadro se puede observar que hay una existencia de 0,837 entre las variables, indicando un nivel de correlación positiva alta, con un grado de significancia de 0,000 cuya muestra es menor a 0,05, lo que significa que la relación es significativa. Por ende, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, existe correlación entre los beneficios del drawback en las exportaciones de ropa juvenil, permitiendo concluir que existe una relación significativa entre la dimensión 3 (Beneficios del drawback) de la variable 1 con la variable 2 (exportaciones de ropa juvenil) en las Mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria en el año 2018.

#### **IV. DISCUSION.**

De acuerdo a la hipótesis general del trabajo de investigación, se obtuvo los resultados alcanzados y se determinó una existencia de correlación positiva entre el drawback y las exportaciones de ropa juvenil en las Mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria en el año 2018. Dicho resultado se logra presenciar a través del valor de significancia el cual fue menor de 0.05 y tiene un grado de correlación de 0.583, indicando un nivel de correlación positiva moderada.

Dichos resultados se relacionan con la tesis de Castillo (2017) que presenta la conclusión final que el drawback dinamiza la economía del país y que aporta apoyo a las empresas exportadoras para que puedan utilizar este incentivo que recuperan un flujo de dinero que garantiza un aumento en la producción y por ende en las exportaciones (p. 39).

Del mismo modo, en la primera hipótesis específica de la investigación se presenta una existencia de correlación entre la operatividad del drawback y las exportaciones de ropa juvenil en las Mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria en el año 2018. En el que se evidencia un valor de significancia que es menor de 0,05 y otorga un grado de correlación del 0,792 indicando un nivel de correlación positiva alta.

Dichos resultados vistos en la Tabla 6 y Figura 6 se relacionan a la tesis de Huamaní (2017), que presenta en una conclusión que explica como conclusión de que, si bien se considera el régimen drawback como un beneficio, debido a su complejidad y desconocimiento, en algunos casos, no ha facilitado el comercio a las empresas (p. 56). Lo cual confirma los datos vistos en los resultados de que es necesario optar por un especialista para correcta obtención de los beneficios que otorga el régimen drawback.

De igual manera, en la segunda hipótesis específica del trabajo de investigación, se obtuvo los resultados alcanzados y se determinó una existencia de correlación positiva entre la gestión del drawback y las exportaciones de ropa juvenil en las Mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria en el año 2018. Dicho resultado se logra presenciar a través del valor de significancia el cual fue menor de 0.05 y tiene un grado de correlación de 0.667, indicando un nivel de correlación positiva alta.

Este resultado se relaciona con la tesis de Garcilaso (2018) la cual concluye en la importancia de un control financiero y administrativo dentro de sus empresas para la correcta gestión del drawback y su acogimiento del régimen, mostrando interés en la

preparación del personal para no se convierta en una dificultad y se obtengan resultados negativos (p. 49).

Finalmente, de acuerdo a la tercera hipótesis específica del trabajo de investigación, se obtuvo los resultados alcanzados y se determinó una existencia de correlación positiva, entre los beneficios del drawback y las exportaciones de ropa juvenil en las Mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria en el año 2018. Dicho resultado se logra presenciar través del valor de significancia el cual fue menor de 0.05 y tiene un grado de correlación de 0.837, indicando un nivel de correlación positiva alta.

Este resultado se asemeja a la tesis de Díaz (2017) la cual concluye que se evidencia una relación directa entre los incentivos y la inversión que otorga el drawback en las Mypes exportadoras de Gamarra, que (p. 42)



## **V. CONCLUSIONES.**

Se concluye que al demostrarse, de que el drawback se relaciona con las exportaciones de ropa juvenil en las mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria en el año 2018; cumpliendo con el objetivo general del trabajo de investigación, presentados en los resultados obtenidos, permitiendo concluir de que, si las mypes exportadoras de ropa juvenil han obtenido mejoras en sus actividades de exportación a través de la devolución de los tributos los cuales permiten el aumento de la competitividad en sus procesos de compra y transformación en sus productos textiles, lo cual promueve la expansión de la utilización del régimen drawback, en sus futuras actividades exportadoras por ende la importación de los insumos para su transformación, dinamizando el comercio y el uso de divisas en el extranjero.

Se concluye que al demostrarse, de que la Operatividad del drawback se relaciona con las exportaciones de ropa juvenil en las mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria en el año 2018; cumpliendo con el primer objetivo específico del trabajo de investigación, que se comprueba en los resultados obtenidos, concluyendo que, es necesario contar con un agente especializado en operatividades aduaneras, como él es caso de presentar ante la administración aduanera la intención de obtener los beneficios que otorga el régimen drawback, los trabajadores especializados son necesarios a considerar, dado de que, en la mayoría de encuestados considerad que hay un grado de complejidad y que en algunos el desconocimiento hace que caigan en multas y sanciones por parte de la administración aduanera.

Se concluye que al demostrarse, de que la gestión del drawback se relaciona con las exportaciones de ropa juvenil en las mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria en el año 2018; cumpliendo con el segundo objetivo específico del trabajo de investigación, que se comprueba en los resultados obtenidos, concluyendo que, para gestionar correctamente el régimen drawback, es indispensable el cálculo correcto de la tasa de restitución del 3% del valor FOB que otorga el régimen, dado que a mayor el monto del valor de los tributos, se beneficia en mayor cuantía para el exportador y como consecuencia crear estrategias para el desarrollo de la actividad comercial y exportadora de la empresa.

Se concluye que al demostrarse, de que los beneficios del drawback se relaciona con las exportaciones de ropa juvenil en las mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria en el año 2018; cumpliendo con el tercer objetivo específico del trabajo de investigación, que se comprueba en los resultados obtenidos, concluyendo que, los aspectos técnicos del régimen, explican que las mypes presentes en este trabajo de investigación, son empresas que han producido una importación directa o mediante un tercero con régimen aduanero de importación para el consumo, pagando tributos arancelarios, para la transformación de dichos insumos y obtener un producto final el cual es exportado, para alcanzar el beneficio del drawback y de ese modo se concretó la obtención de los beneficios financieros que generan una mejoría en la gestión de sus procesos, por la rentabilidad de la devolución de impuestos que funcionan como un apoyo financiero por el flujo de efectivo y mayor pago de remuneración previstos en la planeación financiera.

## **VI. RECOMENDACIONES.**

Se recomienda una mayor promoción a las exportaciones no tradicionales para las mypes del sector textil del distrito de la victoria, mediante capacitaciones sobre los beneficios tributarios que otorga el régimen drawback, debido al desconocimiento y grado de complejidad que se encuentra actualmente en las mypes, por parte de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria ya sea gratuita o por medio de asesorías para evitar futuros errores de tramitación y caer en multas y sanciones, dicha recomendación debe tomarse en cuenta a pesar que en la mayoría de los casos las mypes requieran de una solvencia por parte de una entidad financiera, los tributos del valor Fob que serán pagados, se obtendrá una devolución de los impuestos, dado de que el régimen drawback tiene como función promover las exportaciones y el comercio en general.

Se recomienda que toda mype productora exportadora que decida utilizar el régimen drawback para un determinado producto, debe realizar un estudio de mercado previo para asegurar la venta y el comercio de su producto, con el propósito de gestionar correctamente el cálculo de rentabilidad que obtendrá, con el propósito de asegurar una adecuada gestión del drawback, acorde a la viabilidad para la mype y si este resulta no viable puede verificar el beneficio mediante los demás regímenes perfeccionamiento activo que se presentan en la ley general de aduanas, para tener un mayor efecto de reducción de los costos de exportación, fabricación y administrativo de sus actividades comerciales.

Se recomienda a toda mype productora exportadora que deben tener conocimiento acerca de la identificación de la capacidad de exportación que otorga nuestro país, la oferta y demanda exportable que se puede alcanzar, con los productos textiles del distrito de la Victoria o de la región de Lima, para que el empresariado exportador productor capte adecuadamente mejores inversiones, mediante herramientas de comercio exterior como es en el caso de acuerdos internacionales y tratados de libre comercio, que tiene el país con países extranjeros y de ese modo gestionar adecuadamente la demanda de sus productos.

Se recomienda la utilización del drawback Web que otorga el portal SUNAT para facilitar la accesibilidad, ahorro de tiempo y reducción de gastos administrativos propios del sistema virtual y contar con un colaborador especializado para realizar la correcta tramitación del drawback.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Amores, P. (2015). “Evaluación del impacto de la aplicación de la devolución condicionada de tributos (Drawback) para la competitividad de las exportaciones y la economía del Ecuador” (Tesis profesional). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8285/1/Tesis%20Completa.pdf>
- Arellano, R. (2010). *Marketing: Enfoque América Latina El Marketing científico aplicado en Latinoamérica*. México: Editorial Pearson.
- Arriaza, M. (2006). *Guía Práctica de Análisis de Datos*. España: Ideagonal Diseño Gráfico.
- Carreño, A. (2016). *Logística de la A a la Z. (2.a ed.)*. Perú: Fondo Editorial PUCP.
- Castillo, D. (2017). “El drawback en las mypes exportadoras del sector textil en el distrito de la Victoria 2016” (Tesis profesional). Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16731/Castillo\\_EDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16731/Castillo_EDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Céspedes, P. &. (2013). *GUÍA SEGUIMIENTO DE LA EJECUCIÓN CONTRACTUA*. Bogota: Universidad Nacional de Colombia.
- Cornejo, E. (2015). *Comercio Internacional: Hacia una gestión competitiva. (5.a ed.)*. Perú: Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Cosio, F. (2012). *Comentarios a la Ley General de Aduanas*. Perú: Jurista Editores E.I.R.L.
- Cosio, F. (2017). *Curso de derecho aduanero*. Perú: Jurista Editores E.I.R.L.
- Díaz, F. (2017). “El drawback en las mypes exportadoras del sector textil en el distrito de la Victoria 2016” (Tesis profesional). Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/20736/Diaz\\_AF.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/20736/Diaz_AF.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Drucker, E. N. (2003). *Como medir el Rendimiento de la Empresa*. Colombia: Ediciones Deusto.

- Escobar, C. (2011). *“Análisis de Alternativas de Políticas de Fomento a las Exportaciones, a fin de plantear Medidas para la Sustitución del Drawback en El Salvador” (Tesis profesional)*. . Obtenido de <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/30/MNI/ADMAEEA0001396.pdf>
- Garcilazo, K. (2015). *"La gestión del drawback en las pymes exportadoras del sector textil en Gamarra - La Victoria, 2018" (Tesis profesional)*. Obtenido de (Tesis de profesional).: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/24929/Garcilazo\\_SKW.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/24929/Garcilazo_SKW.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernández, G. (2015). *ABC de la Exportación e Importación. (2.a ed.)*. Perú: Corporación Editora COREDISE S.A.C.
- Huamán, M. (2019). *Derecho Aduanero y de Comercio Internacional*. . Perú: Pacifico Editores S.A.C.
- Huamaní, S. (2018). *“Impacto en el sector textil de las salvaguardias arancelarias, para desarrollar estrategias de diferenciación que potencien la producción interna” (Tesis profesional)*. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/23206/HUAMANI\\_PS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/23206/HUAMANI_PS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Khazragui, H. (2011). *“Export promotion of small and médium sized enterprises in developing countries: The perceived usefulness of internacional trade points bu Smes in Egypt” (Tesis doctoral)*. Obtenido de [https://www.research.manchester.ac.uk/portal/files/54510093/FULL\\_TEXT.PDF](https://www.research.manchester.ac.uk/portal/files/54510093/FULL_TEXT.PDF)
- Linklater, D. &. (2015). *Experiencias de Comercio Exterior*. Perú: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Lopez, J. (2017). *"Acciones de control aduanero durante el despacho de exportación con acogimiento al drawback en la IAAP, 2014 - 2015" (Tesis profesional)*. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6516/L%c3%b3pez\\_SJF.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6516/L%c3%b3pez_SJF.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Molina, B. &. (2018). *“Impacto en el sector textil de las salvaguardias arancelarias, para desarrollar estrategias de diferenciación que potencien la producción interna”* (Tesis profesional). . Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2807/1/T-UIDE-1994.pdf>
- Radebaugh, D. (2018). *Negocios Internacionales: Ambientes y Operaciones. (15.a ed.)*. México: Editorial Pearson.
- Tuner, N. &. (2016). ) *“Análisis de la Aplicabilidad del Mecanismo Drawback en la Exportación de Atún en el Ecuador”* (Tesis profesional). Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4899/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-199.pdf>
- Valderrama, S. (2015). *Pasos para Elaborar Proyectos de Investigación Científica. (5.a ed.)*. Perú: Editorial San Marcos.
- Zegal, R. (2015). *Derecho Aduanero. (4.a ed.)*. Perú: Editorial San Marcos.

## VIII. ANEXOS.

### Anexo 1

#### CARTA DE PRESENTACIÓN

**Doctor: Zarate Suarez, Julio Manuel**

Docente encargado de la Escuela profesional de Negocios Internacionales Campus Ate de la Universidad Cesar Vallejo.

Presente. –

**Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DEL EXPERTO.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del Programa de estudios de Negocios Internacionales del Campus Ate, promoción Lima - 2019-I, requiero validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de bachiller.

El título de la investigación es: “El drawback y las exportaciones de ropa juvenil en las Mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria, en el año 2018”, y siendo imprescindible contar con la aprobación de los docentes especializados, para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de Comercio Exterior y Comercio Internacional.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

Anexo 1: Carta de presentación

Anexo 2: Definiciones conceptuales de las variables

Anexo 3: Matriz de Operacionalización

Anexo 4: Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Anexo 5: Instrumento de Investigación.

Anexo 6: Porcentaje de coincidencia de margen textual en Turnitin.

Anexo 7: Acta de aprobación de originalidad de tesis.

Anexo 8: Autorización para la publicación.

Anexo 9: Autorización de la versión final del Trabajo de Investigación.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

---

Basgualdo Cárdenas, Erick Wenceslao

DNI N° 76970831

## **Anexo 2**

### **DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES**

#### **VARIABLE 1: EL DRAWBACK.**

“El drawback es el régimen aduanero que permite, como consecuencia de la exportación de mercancías, que las empresas exportadoras obtengan la restitución total o parcial de los derechos arancelarios, que hayan gravado la importación para el consumo de las mercancías contenidas en los bienes exportados o consumidos durante su producción” (Cosio, 2017, p. 260).

#### **Dimensión 1: Operatividad del Drawback.**

“En el Perú, como señalamos al comentar el artículo anterior, no funciona un sistema puro de drawback en el cual el monto a devolver equivale a los derechos pagados por los insumos importados, según la lógica del artículo 82°, sino que en su lugar existe un procedimiento simplificado” (Cosio, 2012, p. 379).

#### **Dimensión 2: Gestión del Drawback.**

“El rendimiento de los fondos propios y el rendimiento de los activos, la RG (Gestión de Rentabilidad), en este caso, el tiempo y la atención de la dirección. Indica lo bien que los directivos han elegido línea de acción alternativas para asignar los recursos de manera óptima” (Drucker, Eccles, Ness y Norton, 2003, p. 128).

#### **Dimensión 3: Beneficios del Drawback.**

“Es el régimen aduanero – como consecuencia de la exportación de mercancías – obtener la restitución total o parcial de los derechos arancelarios que hayan gravado la importación de las mercancías contenidas entre los bienes exportados o consumidos durante su producción” (Carreño, 2016, p. 339).



## **VARIABLE 2: EXPORTACION DE ROPA JUVENIL.**

“Es el régimen aduanero – como consecuencia de la exportación de mercancías – obtener la restitución total o parcial de los derechos arancelarios que hayan gravado la importación de las mercancías contenidas entre los bienes exportados o consumidos durante su producción” (Carreño, 2016, p. 339).

### **Dimensión 1: Proceso de Exportación.**

“En cuanto a las mercancías nacionales o nacionalizadas, consideremos que la definición de la ley anterior resultaba más acertada es la contenida en este artículo {..} así al hablar de mercancías nacionales o nacionalizadas, en principio se puede acoger al régimen de exportación definitiva, toda mercancía que sea producida o manufacturada en el país con materias primas o nacionalizadas” (Cosio, 2012, p. 260).

### **Dimensión 2: Estrategias de Exportación.**

“El análisis de los principales cambios que se vienen operando en la economía mundial y de la dinámica del comercio internacional, así como la situación particular del Perú en el desarrollo de sus exportaciones e importaciones, nos muestran entonces lo importante o lo urgente que es adoptar una estrategia a largo plazo” (Cornejo, 2015, p. 159).

### **Dimensión 3: Marketing Mix Internacional.**

“Cuando las empresas incursionan en mercados internacionales, es importante que tengan una buena estrategia de marketing. Esta estrategia debe tener en cuenta las características del producto, así como las del país donde busca introducir la merca (idioma, cultura, hábitos, ideas y etc.). La empresa debe evaluar si adaptaran una estrategia de marketing o elaboraran una nueva para el país o región donde introducirán su producto” (Linklater & Osterling, 2015, p. 140).

### Anexo 3

#### MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

“El drawback y las exportaciones de ropa juvenil en las Mypes del emporio comercial de Gamarra, distrito de la Victoria, en el año 2018”

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO
<b>Drawback</b>	Según Hernández (2015, p. 118) nos afirma que, “El drawback es el régimen aduanero de beneficio al exportador, que se origina como resultado de la exportación, mediante el cual la SUNAT otorga la restitución de los derechos pagados”.	El drawback es un régimen de restitución arancelaria la cual se emplea a través de una operatividad y gestión aduanera para utilizar los beneficios arancelarios a favor del exportador productor dentro de un plazo de dos años.	Operatividad del Drawback	Requisitos del Drawback.	1	Encuesta. La encuesta es la técnica constituida para el proyecto de investigación, es preparada para determinar la confiabilidad de los datos obtenidos representativos de la población a estudiar.	Cuestionario. El cuestionario es el instrumento de recolección de los datos los cuales se evalúan mediante medidas y grados de escala para determinar las respuestas y datos.
				Procedimiento de la Restitución Arancelaria.	2-3		
				Aplicación de las Tasas de Restitución.	4-5		
			Gestión del Drawback	Revisiones Documentarias.	6		
				Utilización de Plataformas Virtuales.	7-8		
				Fuentes de Información y Manejo del Conocimiento.	9		
			Beneficios del Drawback	Beneficios a las Exportaciones.	10		
				Beneficiarios.	11-12		
				Ventajas tributarias	13-14		
				<b>Exportación de ropa juvenil</b>	Según Radebaugh (2013, p. 481) “Las exportaciones e importaciones siempre han constituido una faceta importante para la economía global.”.		
Medios de Transporte.	16						
Infracciones y Sanciones.	17 y 18						
Estrategias de Exportación	Estrategia de Desarrollo.	19					
	Estrategia de Ubicación.	20 y 21					
Marketing Mix Internacional	Estrategia de Negociación.	22					
	Precio.	23 y 24					
	Producto.	25					
	Plaza.	26					
Promoción.	27 y 28						

Fuente: Elaboración propia

**Anexo 4**  
**Certificado de Validez del Instrumento.**

N°	Dimensiones / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Dimensión 1: Operatividad del Drawback.</b>								
1	Percibe que los requisitos del drawback generan un contexto comercial favorable.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
2	Considera que los requisitos formales documentarios del drawback son engorrosos y deberían ser simplificados.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
3	Percibe como adecuado los plazos establecidos para entregar los requisitos formales en el procedimiento de restitución arancelaria del drawback.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
4	La empresa ha percibido dificultades para obtener el beneficio de la restitución arancelaria del drawback.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
5	Considera favorable para las exportaciones el porcentaje actual del 3% que otorga la restitución arancelaria del drawback.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
<b>D2: Gestión del Drawback.</b>								
6	Considera importante contar con un colaborador con conocimientos para gestionar la entrega de los requisitos formales documentarios para obtener el beneficio del drawback.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
7	Percibe que la plataforma virtual del drawback web reduce gastos durante el proceso de acogerse al beneficio del drawback.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
8	Percibe un grado de facilidad para el usuario que desee acceder al beneficio del drawback empleando la plataforma virtual del drawback web.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
9	Considera factible que algunos casos los insumos como combustibles o generadores eléctricos sean prohibidos para acogerse al Drawback.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
10	Se siente conforme acerca de la información del drawback presente en las páginas nacionales que brindan información acerca del régimen drawback.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
<b>D3: Beneficios del Drawback.</b>								
11	La empresa ha utilizado en algún momento programas o regímenes aduaneros que promueven las exportaciones de empresas productoras exportadoras.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		



12	Dentro de la gestión de la empresa se considerado la tercerización para la importación de insumos para la elaboración de sus productos con la intención de acogerse al drawback.	✓	✓	✓	✓
13	Considera más viable la importación directa de insumos para la elaboración de sus productos con la intención de acogerse al drawback.	✓	✓	✓	✓
14	Dentro de la empresa se considera más rentable utilizar el beneficio del drawback para utilizarlo como monto a favor en la administración aduanera para futuras exportaciones.	✓	✓	✓	✓

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Se aplica

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Dra. Zorabé Suroz Salas

DNI: 10868418

Especialidad del validador: Adm. de Negocios Internacionales.

<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 entendi6 sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se di6 suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Lima 28 de Junio del 2019

  
Firma del Experto-Informante.

Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Exportaciones de Ropa Juvenil

N°	Dimensiones / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>D1: Proceso de Exportación</b>							
1	Está de acuerdo con los límites de 500\$ hasta 20 000 000 \$ como máximo como montos de exportaciones anuales como requisito para acogerse al drawback.	✓		✓		✓		
2	Considera que es correcto que en casos donde no se acrediten los documentos necesarios para acogimiento del drawback la administración aduanera otorga un plazo para presentar pruebas y argumentos para sustentarlos.	✓		✓		✓		
3	Está de acuerdo que la administración aduanera imponga sanciones de hasta el 50% del monto a restituir del FOB de exportación en caso que se consignen datos fraudulentos si esta se acoge al drawback.	✓		✓		✓		
4	Considera optimo económicamente exportar la ropa juvenil mediante transporte marítimo	✓		✓		✓		
5	Dentro de la empresa se considera fundamental establecer clausular de punto de entrega para realizar el contrato de seguro de transporte.	✓		✓		✓		
	<b>D2: Estrategias de Exportación</b>							
6	Dentro de la empresa se considera importante que exista un área donde se desarrolle nuevos productos y diseños para el mercado internacional.	✓		✓		✓		
7	Considera que para generar éxito en las futuras exportaciones se debe adaptar el producto a las preferencias del país destino.	✓		✓		✓		
8	Considera que las barreras arancelarias influyen en el volumen de exportación.	✓		✓		✓		
9	Considera usted como empresa exportadora que ha tenido inconvenientes en la fase de negociación con el cliente del país destino.	✓		✓		✓		



Considera usted como empresa exportadora que la investigación de mercados y estrategias para ingresos a estos son esenciales para obtener éxito y asegurar rentabilidad en las ventas.							
		Si	No	Si	No	Si	No
10		✓		✓		✓	
<b>D3: Marketing Mix Internacional</b>							
11	Considera que los mercados a los cuales se dirige la empresa están satisfechos con el precio del producto.	✓		✓		✓	
12	Considera que el producto ofrece la empresa genera mayor rentabilidad en un mercado internacional.	✓		✓		✓	
13	En la gestión de la empresa se ha aplicado la promoción del producto en ferias nacionales e internacionales.	✓		✓		✓	
14	Considera que la distribución empleada por la empresa ha sido óptima.	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): ni aplica

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (P)    Aplicable después de corregir | |    No aplicable | |

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg. Zoratk Sotelo    DNI: 10860448

Especialidad del validador: Adm. Negocios Internacionales

Lima 28 de Junio del 2019  
  
 Firma del Experto-Informante.

\*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
 \*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
 \*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

Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Exportaciones de Ropa Juvenil

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>D1: Proceso de Exportación</b>							
1	Está de acuerdo con los límites de 500\$ hasta 20 000 000 \$ como máximo como montos de exportaciones anuales como requisito para acogerse al drawback.	✓		✓		✓		
2	Considera que es correcto que en casos donde no se acrediten los documentos necesarios para acogimiento del drawback la administración aduanera otorga un plazo para presentar pruebas y argumentos para sustentarlos.	✓		✓		✓		
3	Está de acuerdo que la administración aduanera imponga sanciones de hasta el 50% del monto a restituir del FOB de exportación en caso que se consignen datos fraudulentos si esta se acoge al drawback.	✓		✓		✓		
4	Considera optimo económicamente exportar la ropa juvenil mediante transporte marítimo	✓		✓		✓		
5	Dentro de la empresa se considera fundamental establecer clausular de punto de entrega para realizar el contrato de seguro de transporte.	✓		✓		✓		
	<b>D2: Estrategias de Exportación</b>							
6	Dentro de la empresa se considera importante que exista un área donde se desarrolle nuevos productos y diseños para el mercado internacional.	✓		✓		✓		
7	Considera que para generar éxito en las futuras exportaciones se debe adaptar el producto a las preferencias del país destino.	✓		✓		✓		
8	Considera que las barreras arancelarias influyen en el volumen de exportación.	✓		✓		✓		
9	Considera usted como empresa exportadora que ha tenido inconvenientes en la fase de negociación con el cliente del país destino.	✓		✓		✓		



**UCV**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

12	Dentro de la gestión de la empresa se considerado la tercerización para la importación de insumos para la elaboración de sus productos con la intención de acogerse al drawback.	/	/	/	/	/	/
13	Considera más viable la importación directa de insumos para la elaboración de sus productos con la intención de acogerse al drawback.	/	/	/	/	/	/
14	Dentro de la empresa se considera más rentable utilizar el beneficio del drawback para utilizarlo como monto a favor en la administración aduanera para futuras exportaciones.	/	/	/	/	/	/

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

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

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/Mg: Vladimir Villanueva Ordoñez      DNI: 27689615

Especialidad del validador: Finanzas

<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 28 de Junio del 2019

\_\_\_\_\_

Firma del Experto Informante.





Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: El Drawback

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	<b>Dimensión 1: Operatividad del Drawback.</b> Percibe que los requisitos del drawback generan un contexto comercial favorable.	/		/		/		
2	Considera que los requisitos formales documentarios del drawback son engorrosos y deberían ser simplificados.	/		/		/		
3	Percibe como adecuado los plazos establecidos para entregar los requisitos formales en el procedimiento de restitución arancelaria del drawback.	/		/		/		
4	La empresa ha percibido dificultades para obtener el beneficio de la restitución arancelaria del drawback.	/		/		/		
5	Considera favorable para las exportaciones el porcentaje actual del 3% que otorga la restitución arancelaria del drawback	/		/		/		
	<b>D2: Gestión del Drawback.</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Considera importante contar con un colaborador con conocimientos para gestionar la entrega de los requisitos formales documentarios para obtener el beneficio del drawback.	/		/		/		
7	Percibe que la plataforma virtual del drawback web reduce gastos durante el proceso de acogerse al beneficio del drawback	/		/		/		
8	Percibe un grado de facilidad para el usuario que desee acceder al beneficio del drawback empleando la plataforma virtual del drawback web.	/		/		/		
9	Considera factible que algunos casos los insumos como combustibles o generadores eléctricos sean prohibidos para acogerse al Drawback.	/		/		/		
10	Se siente conforme acerca de la información del drawback presente en las páginas nacionales que brindan información acerca del régimen drawback.	/		/		/		
	<b>D3: Beneficios del Drawback.</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
11	La empresa ha utilizado en algún momento programas o regímenes aduaneros que promueven las exportaciones de empresas productoras exportadoras.	/		/		/		

10	Considera usted como empresa exportadora que la investigación de mercados y estrategias para ingresos a estos son esenciales para obtener éxito y asegurar rentabilidad en las ventas.	D3: Marketing Mix Internacional			
		Si	No	Si	No
11	Considera que los mercados a los cuales se dirige la empresa están satisfechos con el precio del producto.	/		/	
12	Considera que el producto ofrece la empresa genera mayor rentabilidad en un mercado internacional.	/		/	
13	En la gestión de la empresa se ha aplicado la promoción del producto en ferias nacionales e internacionales.	/		/	
14	Considera que la distribución empleada por la empresa ha sido óptima.	/		/	

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

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg: Vladimir Villanueva Ortega    DNI: 29685615

Especialidad del validador: Finanzas

Lima 28 de Junio del 2019



Firma del Experto/Informante.

<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

**Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: El Drawback**

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>Dimensión 1: Operatividad del Drawback.</b>							
1	Percibe que los requisitos del drawback generan un contexto comercial favorable.	✓		✓		✓		
2	Considera que los requisitos formales documentarios del drawback son engorrosos y deberían ser simplificados.	✓		✓		✓		
3	Percibe como adecuado los plazos establecidos para entregar los requisitos formales en el procedimiento de restitución arancelaria del drawback.	✓		✓		✓		
4	La empresa ha percibido dificultades para obtener el beneficio de la restitución arancelaria del drawback.	✓		✓		✓		
5	Considera favorable para las exportaciones el porcentaje actual del 3% que otorga la restitución arancelaria del drawback.	✓		✓		✓		
	<b>D2: Gestión del Drawback.</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
6.	Considera, importante contar con un colaborador con conocimientos para gestionar la entrega de los requisitos formales documentarios para obtener el beneficio del drawback.	✓		✓		✓		
7	Percibe que la plataforma virtual del drawback web reduce gastos durante el proceso de acogerse al beneficio del drawback.	✓		✓		✓		
8	Percibe un grado de facilidad para el usuario que desee acceder al beneficio del drawback empleando la plataforma virtual del drawback web.	✓		✓		✓		
9	Considera, factible que algunos casos los insumos como combustibles o generadores eléctricos sean prohibidos para acogerse al Drawback.	✓		✓		✓		
10	Se siente conforme acerca de la información del drawback presente en las páginas nacionales que brindan información acerca del régimen drawback.	✓		✓		✓		
	<b>D3: Beneficios del Drawback.</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
11	La empresa ha utilizado en algún momento programas o regímenes aduaneros que promueven las exportaciones de empresas productoras exportadoras.	✓		✓		✓		



12	Dentro de la gestión de la empresa se considerado la tercerización para la importación de insumos para la elaboración de sus productos con la intención de acogerse al drawback.	✓	✓	✓	✓	✓
13	Considera más viable la importación directa de insumos para la elaboración de sus productos con la intención de acogerse al drawback.	✓	✓	✓	✓	✓
14	Dentro de la empresa se considera más rentable utilizar el beneficio del drawback para utilizarlo como monto a favor en la administración aduanera para futuras exportaciones.	✓	✓	✓	✓	✓

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay Suficiencia

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable  No aplicable  No aplicable  No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/Mgr. El pruzo Cesar Rojas Fran DNI: 07966626

Especialidad del validador:

\*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
 \*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
 \*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 28 de Junio del 2019



Firma del Experto Informante.

Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Exportaciones de Ropa Juvenil

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>D1: Proceso de Exportación</b>							
1	Está de acuerdo con los límites de 500\$ hasta 20 000 000 \$ como máximo como montos de exportaciones anuales como requisito para acogerse al drawback.	✓		✓		✓		
2	Considera que es correcto que en casos donde no se acrediten los documentos necesarios para acogimiento del drawback la administración aduanera otorga un plazo para presentar pruebas y argumentos para sustentarlos.	✓		✓		✓		
3	Está de acuerdo que la administración aduanera imponga sanciones de hasta el 50% del monto a restituir del FOB de exportación en caso que se consignen datos fraudulentos si esta se acoge al drawback.	✓		✓		✓		
4	Considera optimo económicamente exportar la ropa juvenil mediante transporte marítimo	✓		✓		✓		
5	Dentro de la empresa se considera fundamental establecer clausular de punto de entrega para realizar el contrato de seguro de transporte.	✓		✓		✓		
	<b>D2: Estrategias de Exportación</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Dentro de la empresa se considera importante que exista un área donde se desarrolle nuevos productos y diseños para el mercado internacional.	✓		✓		✓		
7	Considera que para generar éxito en las futuras exportaciones se debe adaptar el producto a las preferencias del país destino.	✓		✓		✓		
8	Considera que las barreras arancelarias influyen en el volumen de exportación.	✓		✓		✓		
9	Considera usted como empresa exportadora que ha tenido inconvenientes en la fase de negociación con el cliente del país destino.	✓		✓		✓		



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

		Si	No	Si	No	Si	No	
10	Considera usted como empresa exportadora que la investigación de mercados y estrategias para ingresos a estos son esenciales para obtener éxito y asegurar rentabilidad en las ventas.	/		/		/		
<b>D3: Marketing Mix Internacional</b>								
11	Considera que los mercados a los cuales se dirige la empresa están satisfechos con el precio del producto.	/		/		/		
12	Considera que el producto ofrece la empresa genera mayor rentabilidad en un mercado internacional.	/		/		/		
13	En la gestión de la empresa se ha aplicado la promoción del producto en ferias nacionales e internacionales.	/		/		/		
14	Considera que la distribución empleada por la empresa ha sido óptima.	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay Suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable  No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Dr / Mg: Roberto Espinoza Choza DNI: 0766676

Especialidad del validador: Negocio Internacional

Lima 28 de Julio del 2019.

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

\*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

\*Relevancia: El ítem es apropiado para representar el componente o dimensión específica del constructo

\*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Firma del Experto Informante.

**Anexo 5**  
**Cuestionario**

Este cuestionario tiene como objetivo recaudar información relevante para el estudio de “El drawback y las exportaciones de ropa juvenil en las Mypes del emporio comercial de Gamarra, en el distrito de la victoria, en el año 2018”. Considere los siguientes indicadores:

Rango	Equivalencia
1	Totalmente de acuerdo
2	De acuerdo
3	Ni en desacuerdo , ni de acuerdo
4	En desacuerdo
5	Totalmente en desacuerdo

<b>Preguntas relacionadas al Drawback y las Exportaciones de ropa juvenil</b>	1	2	3	4	5
<b>Operatividad del Drawback.</b>					
1.- Percibe que los requisitos del drawback generan un contexto comercial favorable.					
2.- Considera que los requisitos formales documentarios del drawback son engorrosos y deberían ser simplificados.					
3.- Percibe como adecuado los plazos establecidos para entregar los requisitos formales en el procedimiento de restitución arancelaria del drawback.					
4.- La empresa ha percibido dificultades para obtener el beneficio de la restitución arancelaria del drawback.					
5.- Considera favorable para las exportaciones el porcentaje actual del 3% que otorga la restitución arancelaria del drawback.					
<b>Gestión del Drawback.</b>					

6.- Considera importante contar con un colaborador con conocimientos para gestionar la entrega de los requisitos formales documentarios para obtener el beneficio del drawback.					
7.- Percibe que la plataforma virtual del drawback web reduce gastos durante el proceso de acogerse al beneficio del drawback.					
8.- Percibe un grado de facilidad para el usuario que desee acceder al beneficio del drawback empleando la plataforma virtual del drawback web.					
9.- Considera factible que algunos casos los insumos como combustibles o generadores eléctricos sean prohibidos para acogerse al Drawback.					
10.- Se siente conforme acerca de la información del drawback presente en las páginas nacionales que brindan información acerca del régimen drawback.					
<b>Beneficios de Drawback</b>					
11.- La empresa ha utilizado en algún momento programas o regímenes aduaneros que promueven las exportaciones de empresas productoras exportadoras.					
12.- Dentro de la gestión de la empresa se considerado la tercerización para la importación de insumos para la elaboración de sus productos con la intención de acogerse al drawback.					
13.- Considera más viable la importación directa de insumos para la elaboración de sus productos con la intención de acogerse al drawback.					
14.- Dentro de la empresa se considera más rentable utilizar el beneficio del drawback para utilizarlo como					



monto a favor en la administración aduanera para futuras exportaciones.					
<b>Proceso de Exportación</b>					
15.- Está de acuerdo con los límites de 500\$ hasta 20 000 000 \$ como máximo como montos de exportaciones anuales como requisito para acogerse al drawback.					
16.- Considera que es correcto que en casos donde no se acrediten los documentos necesarios para acogimiento del drawback la administración aduanera otorga un plazo para presentar pruebas y argumentos para sustentarlos.					
17.- Está de acuerdo que la administración aduanera imponga sanciones de hasta el 0,2 de la UIT, en caso de que exista incidencia la fraguación de datos erróneos o alterados.					
18.- Considera óptimo económicamente exportar la ropa juvenil mediante transporte marítimo.					
19.- Dentro de la empresa se considera fundamental establecer clausular de punto de entrega para realizar el contrato de seguro de transporte.					
<b>Estrategias de Exportación</b>					
20.- Dentro de la empresa se considera importante que exista un área donde se desarrolle nuevos productos y diseños para el mercado internacional.					
21.- Considera que para generar éxito en las futuras exportaciones se debe adaptar el producto a las preferencias del país destino.					
22.- Considera que las barreras arancelarias influyen en el volumen de exportación.					
23.- Considera usted como empresa exportadora que ha tenido inconvenientes en la fase de negociación con el cliente del país destino.					

24.- Considera usted como empresa exportadora que la investigación de mercados y estrategias para ingresar a estos son esenciales para obtener éxito y asegurar rentabilidad en las ventas.					
<b>Marketing Mix Internacional</b>					
25.- Considera que los mercados a los cuales se dirige la empresa están satisfechos con el precio del producto.					
26.- Considera que el producto ofrece la empresa genera mayor rentabilidad en un mercado internacional.					
27.- En la gestión de la empresa se ha aplicado la promoción del producto en ferias nacionales e internacionales.					
28.- Considera que la distribución empleada por la empresa ha sido óptima.					

*Fuente: Elaboración Propia.*