



Universidad  
Tecnológica  
del Perú

# Facultad de Administración y Negocios

## Administración de Negocios Internacionales

### Trabajo de Investigación:

“Estudio de la segmentación del mercado estadounidense para la exportación de polos de algodón orgánico del periodo 2015 -2017”

Loyda Claudia Aráoz Salazar

Yoselin Geraldine Muñoz Asto

para optar el Grado Académico de Bachiller

en

Administración de Negocios

Internacionales

Lima – Perú

2018

## Índice de contenido

3. Resumen.....	1
7. Introducción.....	3
8. Marco teórico.....	5
8.1 Planteamiento del problema.....	5
8.2 Antecedentes de estudio.....	5
8.3 Estudio de la segmentación del mercado estadounidense para la exportación de polos de algodón orgánico del periodo 2015 - 2017 .....	14
8.4 Definiciones de términos .....	23
8.5 Resultados.....	25
8.6 Análisis de resultados .....	26
9. Conclusiones y Recomendaciones.....	27
9.1 Conclusiones.....	27
9.2 Recomendaciones .....	29
11. Anexo.....	31

## Índice de tablas e ilustraciones

Tabla 1 Población, crecimiento y estructura etaria.....	16
Ilustración 1 Exportaciones de textiles y confecciones peruanos.....	20
Ilustración 2 Principales mercados de las exportaciones peruanas de textiles y confecciones 2013 .....	20
Ilustración 3 Exportaciones peruanas del sector textil y confecciones por categorías 2013 .....	21
Ilustración 4 Exportaciones peruanas de confecciones de algodón .....	21
Ilustración 5 Principales mercados de la exportaciones peruanas de confecciones de algodón 2013 .....	22
Ilustración 6 Principales mercados para productos del sector confecciones peruano 2013 .....	22

### 3. Resumen

A continuación, el presente estudio detalla como tema a investigar Estudio de la segmentación del mercado estadounidense para la exportación de polos de algodón orgánico del periodo 2015 - 2017 utilizando diversas fuentes tanto nacionales como internacionales sirviendo de base para la ejecución de la investigación detallando los factores causales de la escasa oferta exportable a un mercado ávido de consumo de polos de algodón orgánico. Por el siguiente motivo se busca plantear el análisis del siguiente problema planteando como interrogante ¿Cuál es la relación del estudio de la segmentación del mercado estadounidense para la exportación de polos de algodón orgánico del periodo del 2015 - 2017?. En cuanto al objetivo general del presente estudio se busca Determinar la relación del estudio de la segmentación del mercado estadounidense para la exportación de polos de algodón orgánico del periodo del 2015 – 2017. Así mismo la variable independiente es la segmentación del mercado estadounidense y como variable dependiente presenta la exportación de polos de algodón orgánico, utilizando como metodología cualitativa para recoger información precisa haciendo uso de las técnicas como la entrevista semiestructurada que son realizadas a personas que conocen del tema de exportaciones de polos de algodón orgánico y de la segmentación estadounidense, seguidamente se trabajó la observación directa como técnica - lista de cotejo que permite observar y constatar que lo que manifiestan las empresas es verídico.

Entre sus principales conclusiones se tiene que las empresas peruanas producen y exportan polos de algodón orgánico al mercado estadounidense por el poder adquisitivo que tiene las personas de ese país y además que estas prendas son adquiridas tanto por el sexo femenino y masculino, pero siendo el último quien demanda y cuenta con mayor variedad de modelos. Dentro de sus recomendaciones finales se recomienda a la empresa

Pima Fashion busque nuevos proveedores homologados utilizando la base de datos de algodón orgánico proporcionada por PROMPERÚ pudiendo abastecer así a nuevos mercados con prendas de algodón orgánico.

## **7. Introducción**

La finalidad del presente estudio busca conocer la demanda de mercado existente de prendas de algodón orgánico que impacta en las exportaciones peruanas identificando aquellos nichos claves. En la década del 90 los mercados como Estados Unidos y Europa comenzaron a interesarse por productos ecológicos resultando atractivo para los países latinoamericanos como Argentina, Brasil y Perú que empezaron a exportar diversos productos orgánicos considerando las normativas que cada país impone para su entrada. Estados Unidos, es el principal comprador de prendas elaboradas con algodón y otros, en nuestro país se cultiva el algodón convencional o tradicional y el algodón orgánico, el proceso de siembra y cosecha de cada uno es diferente.

El algodón convencional es tratado con pesticidas, plaguicidas, herbicidas que dañan el suelo dejándolo infértil, contaminando el agua, afectando a la salud y las parcelas de los agricultores. Caso contrario que sucede con el algodón orgánico, ya que todo el proceso de este no contamina el medioambiente siendo requerido por varios países de primer mundo que consumen productos orgánicos siendo conscientes de la protección y cuidado del medio ambiente, además cuentan con certificaciones en los procesos que pasa para ser reconocido como orgánico.

Se deberían promover los programas como el miércoles del exportador para que las personas puedan capacitarse, conocer y entender del proceso en el cultivo orgánico, de las certificaciones que se necesita y los mercados que requieren este producto natural, ya que cada día se refleja más la tendencia por lo orgánico.

Se cuenta con oferta laboral del sector textil y confecciones de diversos productos, existen diseñadores jóvenes que tienen la competencia necesaria para realizar modelos innovadores, pero no tienen el apoyo del estado peruano para lograr los emprendimientos en estos proyectos, por ende se crea un futuro incierto en el Perú en cuanto al emprendedor

negocio de la moda mundial , aun así produciendo el mejor algodón del mundo que no sé aprovecha al máximo, dejando que otros países se lleven el algodón como materia prima y confeccionen sus propias prendas para venderlas a los mercados más demandados o que las empresas extranjeras se lleven el producto terminado y coloquen sus etiquetas, habiendo diseñadores con ganas de sobresalir y teniendo el insumo necesario para la realización del producto porque no cuentan con una marca propia que pueda competir en el mercado internacional.

Con este trabajo se quiere contribuir a la sociedad demostrando que se cuenta con potencial para desarrollar y confeccionar productos novedosos con insumos de buena calidad , pero se necesita la ayuda del gobierno en turno, tanto para los agricultores, empresas exportadores y diseñadores, teniendo plantas de producción para poder abastecer a muchos mercados siendo uno de ellos Estados Unidos que presentando un TLC suscrito con Perú y siendo el arancel del producto t- shirts de 0 % , no se aprovecha como debe ser por el desconocimiento de este tipo de tratados y todo lo que implica para poder exportar de manera eficaz y eficiente.

## **8. Marco teórico**

### **8.1 Planteamiento del problema**

El país de Estados Unidos es el principal mercado que tiene Perú, gran parte de las exportaciones de prendas de algodón van a ese país debido a la gran demanda existente de la población.

Teniendo en cuenta esto el problema general de nuestro trabajo es ¿Cuál es el nivel de relación del estudio de la segmentación del mercado estadounidense para la exportación de polos de algodón orgánico? El cual permitirá conocer la oportunidad que tiene la exportación de polos orgánicos de acuerdo a una buena segmentación el exportador podrá tener identificado un nicho de mercado al cual dirigir su producción de vestimenta orgánica.

### **8.2 Antecedentes de estudio**

El autor Loor, D. (2014). Con su título de investigación Desarrollo de un plan estratégico para el sector textil ecuatoriano, en base al modelo peruano (tesis de pregrado) de la universidad de especialidades Espíritu Santo, Samborondon, Ecuador señala como problema general la siguiente pregunta: ¿Cuáles han sido los factores determinantes para que sea más competitiva el sector textil comparada con la textil ecuatoriana en general? En cuanto a su objetivo general se traduce en analizar las causas y consecuencias de la pérdida de competitividad del sector textil ecuatoriano en base a los modelos que han dado buenos resultados en los países de la región y como técnicas de recojo de información a utilizarse será la técnica documental permitiendo recopilar y consultar información de documentos, reflejados en la situación actual que atraviesa la Industria Textil Ecuatoriana. (JARRIN). El tipo de muestra es de tipo no probabilístico, este analiza las causas, posibles hipótesis y teorías para atender el estudio. En conclusión, el sector textil de Ecuador se ha visto



afectada en esta última década, por muchos procesos económicos tanto locales como mundiales y políticas gubernamentales, los cuales han incidido de manera directa y han impedido su desarrollo oportuno. La composición de confecciones de prendas de vestir y de bienes en general ha cambiado mucho; pero en cuanto a la diversificación de la industria textil ecuatoriana los resultados no han sido los mejores, tanto así, que en la actualidad, ni siquiera podemos asumir el reto de vender productos de calidad a nuestro propio mercado (consumo interno), ya que no tenemos la variedad y peor aún las necesidades que requiere nuestro mercado interno y externo. La industria textil ecuatoriana es una de las más golpeadas de nuestro país, y recordemos que la confección de textiles es el motor de desarrollo de la economía de un país.

El autor de la tesis recomienda que el sector textil ecuatoriano se debe analizar desde un enlace entre un planeamiento estratégico equilibrado con otros sectores manufactureros, porque se debe observar y analizar la manufactura de calzados, y otras prendas conexas, así como el desarrollo de la tecnología, la productividad y el manejo empresarial, acorde con lo expuesto en el presente trabajo, que utiliza como base el modelo peruano. El Plan Estratégico en este sector, se orienta a entidades, gremios, y organismos gubernamentales para tener un horizonte claro con el fin de elevar un desarrollo sostenido del sector, esto va de la mano con leyes que ayuden eficazmente a combatir el contrabando y otras prácticas ilegales.

De la investigación se puede determinar que el entorno interno y externo permiten la viabilidad del surgimiento de una actividad es por ello que las empresas peruanas textiles son competitivas en el mercado internacional debido a que se sigue una política de puertas abiertas siendo una ventaja competitiva y utilizada como modelo para otros países como es el caso del país de Ecuador que sigue los procesos que llevan al Perú a ser reconocido mundialmente por la calidad de sus prendas y la tecnología que implementa. Por otro lado

lo que muestra esta tesis internacional es que el algodón convencional es trabajado e incentivado por el estado peruano más no incluye al orgánico, trayendo consigo una incongruencia puesto que todos los productos del sector textil de exportación tienen que tener las mismas oportunidades de internacionalización permitiendo que toda la cadena productiva que está detrás de ella pueda surgir desde el proceso de la siembra y cosecha del insumo primario hasta la adquisición final de los polos de algodón orgánico a las manos del consumidor, si solo se promueve productos seleccionados se tendrá el mismo panorama incierto en cuanto a la pérdida de competitividad que presenta Ecuador.

García, L., & De La Eze, B. (2015) con su tema de investigación que manifiesta acerca del grado de Factibilidad en desarrollar una empresa que produzca y comercialice ropa ecológica, ligado a la matriz productiva ( tesis de pregrado) de la universidad de Guayaquil, Ecuador desarrollan como problema general cómo crear una empresa productora y comercializadora de ropa ecológica que esté ligado a la matriz productiva, así mismo su objetivo general se centra en hacer un análisis de la factibilidad de crear una empresa que comercialice ropa ecológica en Ecuador. Muestra como variables la factibilidad para crear una empresa que comercialice ropa ecológica y la variable dependiente la creación de una empresa de ropa ecológica. Guayaquil cuenta con una población de 2.291.158 habitantes, de esta población el 49,20% está conformado por hombres y el 50,80% está representado por las mujeres, la muestra obtenida fueron personas mayores de 18 años en las parroquias urbanas de Guayaquil, siendo los encuestados 197 hombres y 205 mujeres con un total de 402 encuestados. El instrumento de investigación a emplearse en este proyecto es la encuesta siendo un estudio cuantitativo transversal elaborado y estructurado con un cuestionario de preguntas cerradas utilizando la técnica FacetoFace in situ, es decir en el lugar de campo. Se concluye que a pesar de la competencia ya existente de acuerdo al análisis de mercado realizado esta competencia no

afectaría al momento de realizarse la ejecución del presente proyecto si se mantiene 3 principios fundamentales precio, calidad y variedad, la cual según las encuestas generan mayor importancia en los jóvenes al momento de consumir un producto más si se contribuye a la preservación del medio ambiente. La recomendación de los autores se plasma en mantener un abastecimiento constante siempre que se requiera en los materiales o materia prima para que la producción mantenga un stock de los productos terminados teniendo así un inventario que permitirá la rotación por dicho abastecimiento.

Este antecedente muestra que la demanda cada día está inclinada por productos que no contaminan el ambiente, esta tesis ecuatoriana coloca hincapié que la intervención de la innovación permite que se produzca la diversificación de la producción y atraer a nuevos mercados que soliciten las prendas ecológicas, trayendo consigo que aumente el empleo de forma proporcional y la motivación de las personas que adquieren las prendas ecológicas es debido al deseo de cuidar y preservar el medioambiente incorporándolo como estilo de vida, optando por elegir prendas que reafirmen su sentir y las identifiquen cuyo abastecimiento de la demanda se tiene que contar con un capacidad instalada óptima la cual permita que al final llegue a las manos del consumidor de forma satisfactoria.

La autora Zambrano, A. (2016). Realiza un estudio de crear una empresa que produzca y comercialice camisetas de algodón orgánico en la ciudad de Quito (tesis de pregrado) de la Universidad Internacional del Ecuador. Manifiesta como problema general en el trabajo de investigación: el nivel del alcance que tendría una empresa que utiliza como principal materia prima el algodón orgánico Siendo el objetivo general, analizar cuan factible es comercializar ropa de algodón orgánico siendo una alternativa de desarrollo socioeconómico para Ecuador. Se ha considerado como población de estudio a la parroquia El Condado de 15 años en adelante con un total de 64.451 Fuente: (INEC 2010) siendo la

muestra de 202 encuestas, los instrumentos de investigación realizados se describen en la revisión de documentos, entrevistas, observación y encuesta. En conclusión, el proyecto busca implementar una nueva camiseta de algodón orgánico de tallas S, M, L.

La autora de la tesis recomienda, manejar las variables de los gustos y preferencias de los consumidores finales y es necesario determinar la demanda existente, la oferta y la demanda insatisfecha, analizando la acogida del producto.

Para crear este tipo de empresas se debe considerar que para ser conocida debe contar con suficiente insumo para poder abastecer el mercado al que va ingresar y que el producto que se presente sea de calidad y no tengan un impacto negativo al medioambiente ni a las personas que utilicen este tipo de prendas.

Este trabajo de investigación muestra que la elección de la compra de camisetas elaboradas a base de algodón orgánico es debido que el público que consume desea eliminar la huella ecológica que vive el planeta por el constante maltrato ambiental no solo origen de desechos tóxicos, sino que, en la propia elaboración de prendas de vestir en base de algodón convencional, siendo calificada una actividad nociva para satisfacer una necesidad primaria en el ser humano, para ello, la utilización del estudio de mercado se puede saber las estrategias que debe emplear para poder ingresar a un mercado que cuenta con personas que conocen el significado de utilizar una prenda a base de algodón orgánico pues tienen marcado la conciencia ambiental.

La autora Espíritu, M. (2014) nos presenta un estudio acerca de formar clúster textil para exportar prendas de vestir a base de hilado de algodón orgánico a Brasil (tesis de pregrado) de la UNMSM, Lima, Perú, de esta tesis se plantea el problema a la posibilidad de formar un clúster empresarial del sector textil exportador de prendas de vestir en hilado de algodón orgánico en Brasil, por consiguiente el objetivo se manifiesta en la posibilidad de formar un Clúster Empresarial Textil para exportar prendas de vestir con hilado de

algodón orgánico, que sea competitivo en Brasil. Esta tesis presenta tres variables una es la Formación de un clúster textil exportador, la segunda es La iniciativa de la cadena productiva textil exportadora de prendas de algodón en asociación y por último el Planteamiento de estrategias para formar un Clúster textil exportador. Las variables dependientes refieren a la competitividad del Sector, Viabilidad administrativa del clúster textil exportador y la Ventaja competitiva sostenible en Brasil. La población extraída para su análisis fue de acuerdo a la información enviada por PROMPERU la cual indicó que existen 31 organizaciones del sector textil para exportar al año 2012 exportando prendas con algodón orgánico. Por otro lado existen 10 empresas abasteciendo la demanda de hilado de algodón orgánico en Lima. Por consiguiente, la muestra no se describirá, porque responderá explicando las 17 empresas que en el 2012 exportaron prendas de algodón orgánico. Por consiguiente 8 empresas que fabrican y/o comercializan el algodón orgánico. El instrumento utilizado para responder al problema de investigación fue mediante la encuesta que se realizó a los exportadores y para los proveedores de hilado de algodón y/o algodón orgánico. Como conclusión, se denota claramente que el 88.2% de los exportadores sector textil de algodón orgánico de empresas en este rubro dominan el dinamismo existente en el mercado y los nuevos requerimientos que se dan en éstos, es notable ver que la trayectoria en años marca la experiencia en estas empresas que tienen aperturadas entre 5 a 33 años aproximadamente.

Por último, las recomendaciones del trabajo de investigación reconsideran que se deja de lado estos productos y estos nuevos nichos de mercado en Brasil, es por esto que PROEXPORT de Colombia si ha determinado importante, que estos productos apoyen a la economía de su país. Es importante conocer se está dejando de lado un mercado de 21 partidas por 8.5 millones de dólares en la no formación del clúster, considerado por ADEX.

PROMPERU fue quien les envió la información de las empresas orgánicas que existen en el Perú y esto permite que podamos identificar a las empresas que exportan polo de algodón orgánico, agruparse aportando las sinergias de cada una y que la exportación de prendas orgánicas al mercado que demanden estos productos sea más viable puesto que el consumidor con el paso del tiempo ha adoptado la característica de ser más exigente, dando como prioridad la calidad e insumos que se emplea en la creación de estas prendas que se puede evidenciar un precio más significativo al elaborado por insumos convencionales gracias a que las empresas que están en este rubro deben de poseer los certificados internacionales que avalan que lo ofertado es orgánico.

Brasil es un país cercano y que está interesado en lo ecológico es ignorado debido a que las MYPES no cuentan con el suficiente dinero o producto para poder ingresar y sumado a que la infraestructura del transporte aéreo no adecuadas que no son justificadas sus precios altos lo que origina que el producto se encarezca, es decir se tiene que implementar un óptimo ejercicio de la distribución física internacional para que los productos enviados sean recibidos por la demanda existente en el hermano país.

Según el autor Morante, M. (2016) con su tema de investigación basado en un estudio que busca determinar oportunidades de comercio de polos de algodón orgánico peruano destinado al mercado textil colombiano siendo una tesis de pregrado de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Planteándose como problema de estudio el nivel de oportunidad de comercializar polos de algodón orgánico en el sector textilero de Colombia, por consiguiente su objetivo general se traduce en la determinación de oportunidades de comercio de polos de algodón orgánico en mencionado mercado teniendo como variables de estudio el mercado colombiano en el sector textil colombiano,. La muestra representativa fue 89 personas que pertenecen al estrato socio económico medio – bajo, medio y medio – alto de la ciudad de Medellín en Colombia.

Los instrumentos trabajados fueron de carácter mixto cualitativo – cuantitativo – documental, con técnicas de entrevistas, encuestas y documentos de carácter comercial. Como conclusión, se determinó que el sector textil peruano de polos de algodón orgánico no comercializa nada con el mercado colombiano, a pesar que PROMPERU promociona la exportación al mercado colombiano, por ser de gran oportunidad en cuanto a nicho de mercado. En donde no solo se busque vender un producto textil ecológico sino también una marca peruana.

Las recomendaciones de la autora se manifiestan en aprovechar las fibras naturales que tenemos realizando ventas minoristas y directas que se presenta en el clúster textil de Antioquía en Colombia.

El aporte de esta tesis permite conocer los resultados de los instrumentos de investigación utilizada que serán fundamental para el desarrollo del trabajo de investigación que se lleva acabo, ya que la documentación y la estructura de las preguntas para la entrevista permitirán formular nuevas preguntas que nos orienten a responder los objetivos planteados. Las conclusiones y recomendaciones serán de guía para la realización de los programas para evitar problemas en las empresas.

Los autores Peña, M, Alberto, O., Poma, Q., Jenifer, E., Cossio, R., & Walter, V. en el 2017 presentan un estudio acerca del Algodón orgánico como estrategia diferenciada, para exportar en el sector textil confecciones en el Perú siendo una tesis de pregrado de la UPC, Lima, Perú. Esta tesis plantea como problema si el Algodón orgánico puede ser un elemento clave como estrategia de diferenciación, en exportar en el sector textil y confecciones en el Perú, cuyo objetivo general busca determinar si el algodón orgánico es un elemento clave en la estrategia de diferenciación, para exportar en el sector textil y confecciones en el Perú, así mismo la variable a estudiar es el algodón orgánico, en cuanto

a las unidades de análisis para este estudio fueron los distritos de Lima , el norte y el sur del país dividiéndose en 9 segmentos que fueron : Expertos Académicos (03) ,Representantes de Asociaciones (01) ,Gerentes del rubro textil Orgánico (03) ,Gerentes del rubro textil No Orgánico (02) , ONG (02) ,Representantes del Gobierno (02 ) ,Representantes de APA (02) , Productores de algodón (04) y Empresarios extranjeros de algodón orgánico (01).

La muestra fue entrevistando a 20 personas del rubro textil, seleccionados en estos nueve segmentos. Los instrumentos de investigación que realizaron fueron las entrevistas a profundidad con un cuestionario semiestructurado. Como conclusión, las cualidades del algodón peruano, generan una estrategia de diferenciación por el tipo de hilado, más aun en fibras extra largas como el Pima siendo comparable con el mejor algodón Gossypium Barbadense que tienen en Egipto. Los autores de la tesis recomendaron que se debe hacer más estudios con un mayor número de muestras del sector textil peruano para proponer diversas herramientas y estrategias competitivas, para abarcar nuevos segmentos.

El antecedente nacional permite conocer las empresas a quienes se le realizaron las entrevistas para su investigación y asimismo se conozca el gremio que existe en el país de algodón orgánico el trabajo realizado aporta de manera favorable, ya que los instrumentos de investigación que utilizaron darán una perspectiva de como plantear las preguntas a los exportadores por último la pregunta de investigación que plantearon y los resultados que obtuvieron ayudan a conocer porque el algodón orgánico se diferencia de otros y es requerido por mercados internacionales.



### **8.3 Estudio de la segmentación del mercado estadounidense para la exportación de polos de algodón orgánico del periodo 2015 - 2017**

En el estudio se observa como las variables tiene una relación estrecha entre sí puesto que sin la existencia de una no se desarrollaría el tema a tratar que es respaldado de acuerdo a las teorías y antecedentes encontrados.

Como primera variable, se tiene a la variable independiente que es la segmentación del mercado estadounidense, determinarla es de suma conveniencia y es por ello el estudio de este tema, con la finalidad que el empresario peruano determine un nicho de mercado específico permitiendo conocer la oferta exportable de las ciudades que demandan los polos de algodón orgánico en Estados Unidos con el interés que se promueva, incentive la producción y cultivo de algodón orgánico peruano.

Según ProChile (2014) “El consumidor norteamericano busca distinguirse a través de la selección productos con marcas reconocidas y primicias de temporada, provocando cambios en los consumidores, el precio es el primer elemento de selección; le siguen el diseño y calidad y usos de las prendas. Otra tendencia que cobra importancia es la compra de prendas de vestir sustentables y éticas; compras de diseñadores reconocidos pero que al mismo tiempo su confección minimice tanto el daño ambiental como que su producción sea bajo condiciones justas (trato a los trabajadores y sueldos percibidos).” (p.22) cuya dimensión se dirige a especificar cómo es el aspecto del consumidor en cuanto a la edad o sexo y si ello interfiere en la confección de los diseños de los polos de algodón orgánico debido a la moda sustentable que ha marcado el estilo de vida e involucrando la calidad siendo todo ello la razón del precio del producto.

Como segunda variable, se tiene a la variable dependiente que es la exportación de polos de algodón orgánico, determinarla beneficiará a los productores , puesto que les

permitirá conocer y contactar a empresas que exportan diversos productos elaborados de algodón ecológico y dando oportunidad a los diseñadores peruanos en plasmar sus bosquejos en las prendas de vestir para todas las personas que se encuentren en la moda eco look y por último para las empresas exportadoras de polos de algodón orgánico que podrán conocer las ciudades estadounidenses y empresas que requieran del producto, haciendo así que las exportaciones sigan creciendo favorablemente.

Según Mallqui Peña, y otros en el 2017 manifiestan que La principal ventaja competitiva de este sector es la integración de la cadena de procesos productivos que se desarrolla desde la fibra pasa por el hilado luego la fabricación y la confección de prendas de vestir, siendo Lima el lugar donde más empresas del sector textil se encuentran por cercanía geográfica con los proveedores de materia prima, y una infraestructura de puertos aéreos y marítimos adecuada. Principalmente a las empresas exportadoras, se les busca cumplir con los requisitos de los clientes como mejora continua cuya dimensión parte de la intervención desde la capacidad instalada y si ésta permite la producción de materia prima por la ubicación geográfica que presenta el territorio peruano asimismo el énfasis de la mejora continua en cuanto a la cadena de valor y la calidad total.

Existen problemas en este sector porque se cuenta con poco insumo para la realización del producto debido a que la cantidad de los productores de algodón orgánico no pueden abastecer la demanda y son pocos los que cuentan con certificaciones en el algodón orgánico por el precio elevado.

Con los resultados de esta investigación se quiere dar conocer tanto a los futuros investigadores como a las empresas del rubro que si el estado peruano apoyaría a este sector podría fomentar planes de acción para crear un centro de producción de prendas orgánicas con la ayuda de soporte técnico y económico.

## **Población, crecimiento y estructura etaria**

Es fundamental para las empresas peruanas que quieran ingresar al mercado estadounidense conocer la población, los lugares más poblados y la edad de sus habitantes para poder saber el estado y la edad al cual dirigirán sus productos.

La población de Estados Unidos alcanzó 325.719.1782 habitantes según último reporte de datos en julio del año 2017, Los estados más poblados son California, Texas, Florida New York y Pennsylvania, la edad de la población se concentra entre los 25 – 54 años de edad con un 39.29% (Hombres 64,858,646) / Mujeres 64,496,889) (Prochile,2018, p.3)

*Tabla 1* Población, crecimiento y estructura etaria

<b>EDADES</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>HOMBRE</b>	<b>MUJERES</b>
<b>0-14</b>	18.62%	31,329,121	29,984,705
<b>15-24</b>	13.12%	22,119,340	21,082,599
<b>25-54</b>	39.29%	64,858,646	64,496,889
<b>55-64</b>	12.94%	20,578,432	22,040,267
<b>65 AÑOS Y MÁS</b>	16.03%	23,489,515	29,276,951

Fuente:Central Intelligence Agency (CIA)  
Elaboración Propia

## **BABY BOOMERS**

Los Baby Boomers son grupos de personas a los cuales las empresas pueden dirigir sus productos por el estilo de vida y el poder adquisitivo que tienen. Por consiguiente, (SIICEX,2016) Sostiene que los baby Boomers Son personas que tienen niveles de ingresos elevados que nacieron entre los años 1946 y 1964 que consumen productos saludables, servicios médicos y turismo, las empresas deben informarse e indagar y poner

su mirada en este grupo de personas porque a largo plazo será un segmento muy atractivo por lo cual se espera que para el 2023 este grupo de personas crezca en un 15% de la población y su poder adquisitivo sea de US\$ 150 mil.

### **El boom athleisure**

Esta tendencia de moda de estar cómodos y fashion al mismo tiempo está generando que las empresas del sector textil innoven sacando diseños novedosos y ecológicos, debido a que este tipo de personas tiene un estilo de vida saludable y utilizan productos que no los perjudiquen ni dañen el medioambiente, además buscan sentirse relajadas con lo que llevan puesto usando colores grises, oscuros y claros. Por consiguiente, SIICEX (2016) señala que La tendencia “Athleisure” conduce las ventas de ropa y calzado de los E.E.U.U. Las ventas al por menor de estos dos rubros continuaron creciendo en el 2015. Muchos consumidores están adoptando estilos de vida activos y saludables, lo cual elevando la demanda por ropa y calzado deportivo (p.6).

### **Algodón orgánico**

El algodón orgánico es una tendencia que día a día va creciendo las prendas elaboradas a base de esto no dañan el medioambiente ni perjudican la piel de los consumidores ni perjudica la salud de los agricultores que lo cultivan al no utilizar pesticidas ni plaguicidas para decir que una prenda una prenda es orgánica se necesita pasar procesos que lo certifiquen como tal. Por lo tanto, Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC, 2007 indica que el algodón orgánico tiene su inicio en la agricultura orgánica y que es ecológica cuando se considera certificada por organismos independientes de inspección y certificación con arreglo a las normativas y disposiciones vigentes en el país o por el mercado al que va dirigida dicha producción para su consumo (p.278)

## **LOHAS**

Grupo de personas que se encuentran comprometidas con el cuidado del medioambiente en el que viven y para no causar impactos negativos compran productos que no sean perjudiciales los LOHAS que es un acrónimo que significa (Lifestyle of Health and Sustainability) y en español es Estilo saludable en vida y sostenible este grupo de personas compran productos y servicio de empresas que no dañen el medioambiente que no utilicen mano de obra infantil o barata y que durante el proceso de producción sus empleados no se vean perjudicados. Este tipo de personas están dispuestos a pagar de más siempre y cuando el producto cumpla con lo mencionado anteriormente, estados unidos se encuentran una gran numero de LOHAS cerca de 68 millones de personas que generan para el mercado 500 billones de dólares anuales (Ecoestrategia, s/f). Por lo tanto, es beneficioso que las empresas peruanas enfoquen sus estrategias en este segmento, diversificando sus productos e innovando en sus diseños haciendo procesos de producción que no dañen el planeta y respetando las normas laborales a sus trabajadores porque este grupo de personas investiga a las empresas antes de comprar y recomendar a sus familiares y amigos los productos.

## **Evolución en la producción de algodón orgánico**

Este se comenzó a cultivar, producir y consumir no solo como materia prima sino como producto con valor agregado siendo el primer país en cultivar este tipo de algodón Turquía. Por lo tanto (Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC,2007) sostiene que en 1990 comienza la producción y su consumo en los países de Estados Unidos y Turquía fueron los que establecieron mercados para la comercialización del algodón que cumpla con certificaciones orgánicas, los primeros productos elaborado de algodón orgánico vendieron en tiendas naturistas, especializadas y dietética fueron limitados las personas lo adquirirían por las características orgánicas que por su calidad o diseño.

## **Certificaciones**

Los empresarios peruanos pueden acogerse a dos certificaciones a nivel mundial que certifican los procesos de fabricación del producto hecho de algodón orgánico a exportar como lo menciona Peña et al (2017)

TEXTIL EXCHANGE (para EEUU y Europa) certifica partes del proceso de confección (hilandería, tejeduría, tintorería, acabado, empaque, etc.) Utiliza porcentajes tanto orgánico como convencional. Es una certificación más flexible. GOTS - Global Organic Textile Standard (Mundial) Certificando todo el proceso de confección con algodón orgánico. Status de la prenda 100% certificado como orgánico. Permite certificar cada proceso de la cadena de confección, pudiendo colocar en tu etiqueta como 100% orgánico. (p.14)

Para que la comercialización del algodón orgánico sea posible se tiene que contar con certificaciones de acuerdo a sus normas que piden los organismos. Dos certificaciones son las más importantes para poder realizar el comercio internacional de los productos orgánicos a Europa uno de ellos es el TEXTIL EXCHANGE el cual certifica cierta parte del proceso, además que se permite tener un porcentaje de algodón orgánico y algodón convencional mientras que GOTS certifica todo el proceso de confección y en la etiqueta de la prenda se puede colocar 100% orgánico.

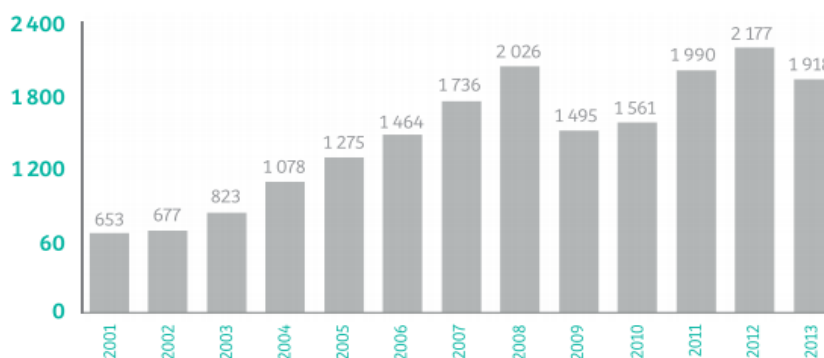
## **Exportaciones de textiles y confecciones**

Las exportaciones de textiles y confecciones peruanas han ido creciendo con el transcurrir del tiempo que se encuentra en el Gráfico 1 donde en el 2008 y 2011 se puede evidenciar un mayor aumento de las exportaciones a diferencia de otros años. El Gráfico2 se observa los mercados a los exporta Perú como lo indica Perú Moda que dichas exportaciones de algodón alcanzan los dos mil millones de dólares anuales, el principal destino es USA con una participación de 34% (Perú Moda,2014, p.1).

Ilustración 1 Exportaciones de textiles y confecciones peruanos

### Exportaciones de textiles y confecciones peruanos Peruvian exports of textiles and apparel

Millones de US dólares / Millions of US \$

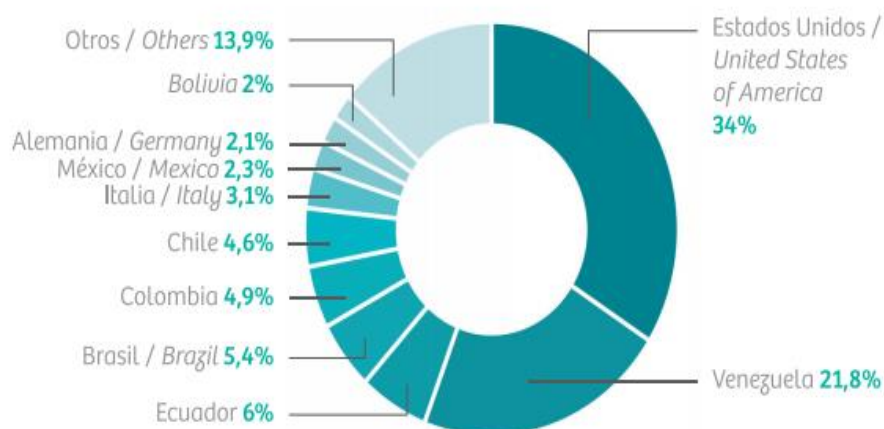


Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)  
Elaboración: PROMPERÚ

Ilustración 2 Principales mercados de las exportaciones peruanas de textiles y confecciones 2013

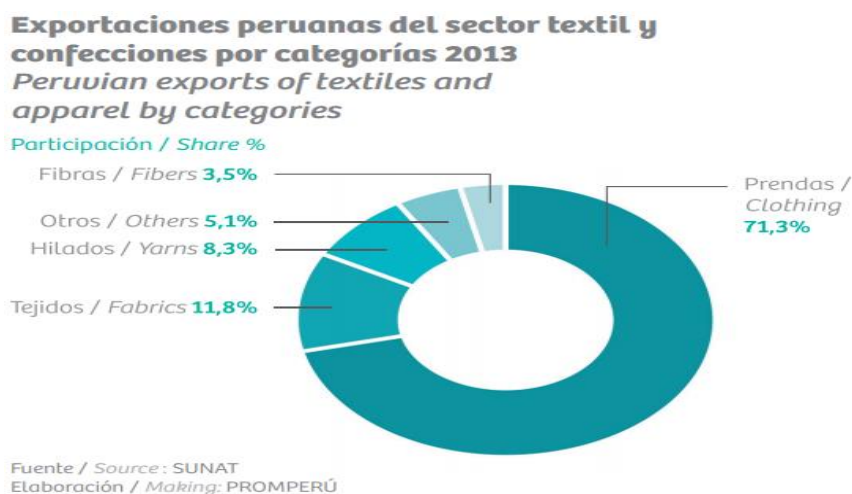
### Principales mercados de las exportaciones peruanas de textiles y confecciones 2013 Main export markets of Peruvian textiles and apparel

Participación / Share %



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

*Ilustración 3 Exportaciones peruanas del sector textil y confecciones por categorías 2013*



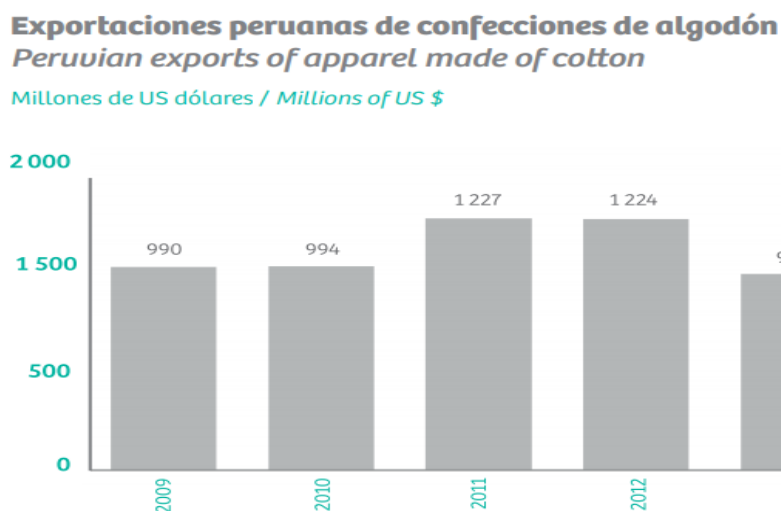
Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)  
 Elaboración: PROMPERÚ

En este gráfico 3 se observa que la categoría de prendas a base de algodón son las que se exportan más con un 71% a comparación de las fibras de alpaca que solo representan un 3 % .

### **Exportacion de prendas a base de algodón**

Las exportaciones del sector textil de prendas a base de algodón ha ido creciendo e ingresando a diversos mercado como los detallan los siguientes graficos.

*Ilustración 4 Exportaciones peruanas de confecciones de algodón*

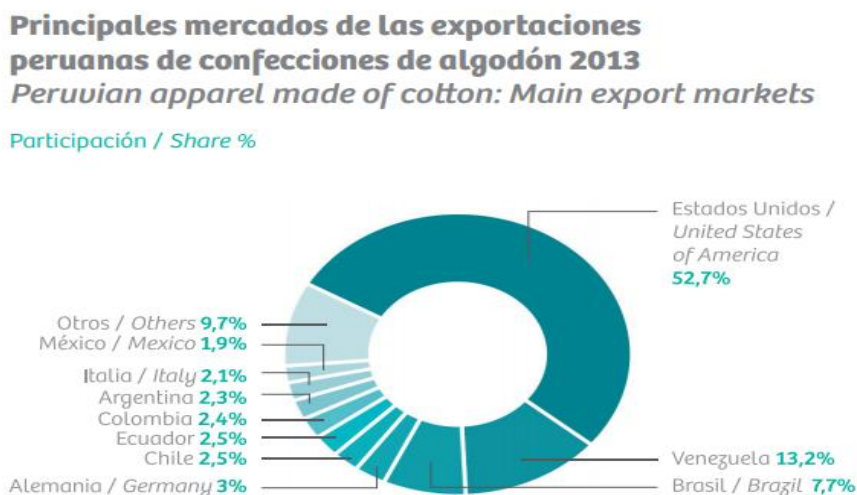


Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)  
 Elaboración: PROMPERÚ



En este gráfico 4 se muestra la exportación como ha evolucionado en prendas elaboradas en algodón del 2009 en adelante siendo las exportaciones más altas en 2011 y 2012 con un millón de dolares a comparación del 2013 que solo se registro 958 millones.

*Ilustración 5 Principales mercados de la exportaciones peruanas de confecciones de algodón 2013*



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

Este este gráfico 5 nos indica que el principal mercado de nuestras prendas de algodón son enviadas al mercado de Estados Unidos el cual representa un 53% de todas nuestras exportaciones esto quiere decir que existe mayor demanda de estos productos.

*Ilustración 6 Principales mercados para productos del sector confecciones peruano 2013*

**Principales mercados para productos del sector confecciones peruano 2013**  
*Peruvian apparel sector: Main markets by products exported*

Participación / Share %

SA6 – Producto (HS6 – product)	1°	2°	3°	4°	5°
610910 - t-shirts de algodón / t-shirts of cotton	EE.UU USA 60%	Venezuela 14%	Brasil Brazil 6%	Italia Italy 3%	Canadá Canada 3%
610510 – polo shirt para caballero de algodón / men's shirts of cotton	EE.UU USA 46%	Brasil Brazil 16%	Alemania Germany 8%	Colombia 5%	México Mexico 3%
610610 – polo shirt damas de algodón / women's shirts of cotton	EE.UU USA 49%	Venezuela 22%	Brasil Brazil 7%	Argentina 3%	Reino Unido UK 2%
611120 – prendas para bebe de algodón / babies' garments of cotton	EE.UU USA 47%	Chile 13%	Venezuela 8%	México Mexico 6%	Argentina 5%
611019 – suéter de alpaca / sweaters of fine animal hair	EE.UU USA 34%	Japón Japan 16%	Alemania Germany 11%	Reino Unido UK 8%	Italia Italy 7%
611710 – accesorios de prendas de alpaca / Shawls, scarves, mufflers of fine animal hair	EE.UU USA 46%	Alemania Germany 12%	Japón Japan 7%	Canadá Canada 6%	Francia France 5%

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

En este gráfico 6 el producto que destaca de los demás son los polos de algodón enviados a países como USA, Italia, Canadá donde compran este tipo de productos y el 60% de esta prenda se va Estados Unidos.

#### **8.4 Definiciones de términos**

##### **Definición de segmentación**

Según Marco Antonio Azuero y Camila Salgado (2012),” la segmentación es importante porque las personas difieren en sus gustos y porque permite ofrecer un mismo producto de manera diferenciada o llegar a grupos específicos. Los compradores se clasifican en grupos diferentes entre sí que aprecian distintas configuraciones de producto, servicio y relación”.

Lo que mencionan los autores es que desarrollar una segmentación permite ejecutar estrategias óptimas de acuerdo al mercado que se requiere ingresar teniendo un mejor panorama.

##### **Algodón orgánico**

Según el Centro de Comercio Internacional (s.f), refiere que el algodón orgánico como recurso natural se origina en la agricultura orgánica. Una producción es “ecológica” cuando certifica por organizaciones privadas de inspección y certificación con arreglo a las normativas y disposiciones vigentes en el país que se trata o por el mercado al que va dirigida dicha producción para su consumo”.

Lo que nos indica es que el algodón orgánico tiene que pasar por estándares establecidos para poder otorgar la categoría de orgánico y dependiendo al mercado que se desee ingresar.

### **Perfil del consumidor estadounidense**

Según Siicex (2017) refiere que los estadounidenses educan a sus hijos en temas socio – ambientales y que conservan una cultura ecológica, a esto se debe el aumento en la demanda de prendas de algodón orgánico como compra éticamente consciente”.

El comportamiento del consumidor estadounidense ha cambiado tomando conciencia en la compra de productos que apuesten al equilibrio y cuidado del medio ambiente.

Seguidamente se presenta las referencias que hacen pie en los requisitos necesarios para exportar textiles a los Estados Unidos, después de conocer el estilo de compra del poblador americano.

### **Requisitos exportar textiles a USA**

Lo que señala Solano, C en la revista exportando.pe es que hace 5 años el tratado de Libre comercio Perú – Estados Unidos, los productos textiles del Perú ingresen libre del pago de aranceles al mercado norteamericano. Pero existen otros requisitos traducidos en impuestos agencias de gobierno de USA, que buscan proteger a sus consumidores y prevalecer sus derechos. Siendo atendidos por exportadores peruanos. Esto indica que tenemos una ventaja arancelaria para el comercio de productos inmersos en el sector textil confección ya que pueden ingresar libremente, permitiendo la promoción de productos peruanos y la rentabilidad del sector.

### **LOHAS**

Ecointeligencia (2010) “Lifestyles of Health and Sustainability, en castellano se traduce como Estilos de vida sanos y sostenibles, aquellos que compran productos socialmente responsables y que intentan conservar el medio ambiente, dicha segmentación se convierte en una nueva herramienta para entender el comportamiento del consumidor y su posición respecto de las cuestiones relativas a la Ecología y el Medio Ambiente”.

Lo que señala es que los LOHAS son un grupo de personas que se caracterizan por comprar productos que no hayan denigrado el medio ambiente.

## 8.5 Resultados

Metodología cualitativa Técnica: Entrevista semiestructurada Instrumento: Cuestionario abierto	Metodología cualitativa Técnica: Observación directa Instrumento: Lista de cotejo	Metodología cualitativa Técnica: Fotoreferencias. Instrumento: Evidencias, foto, video.	
1. ¿Considera usted que el país de Estados Unidos tiene la demanda y el clima adecuado para la exportación de los polos de algodón orgánico? Las 3 empresas concuerdan que Estados Unidos tiene demanda de polos de algodón orgánico, ya que su producción es continua durante todo el año	¿Existe documentación que sustente la proyección de la demanda estadounidense de polos de algodón orgánico es cubierta?	SI	Foto que evidencia la demanda de polos de algodón orgánico al mercado estadounidense, por parte de la empresa Industrias Nettelco SA, ya que del mes de mayo a junio se tuvo mayor pedido de t-shirts.
	¿Existe reportes estadísticos que sustente que el clima determina la demanda estadounidense de polos de algodón orgánico?	NO	
2. ¿Qué factores demográficos influyen en la exportación de polos de algodón orgánico a Estados Unidos? Las tres empresas coinciden en que el poder adquisitivo es el factor demográfico más importante para la exportación, ya que las personas están dispuestas a pagar por una prenda orgánica sin importarles el precio.	¿Existe documentación que sustente que la demanda se rige por el sexo en cuanto a la variedad de modelos de polos de algodón orgánico?	SI	Foto que evidencia que es el sexo masculino es quien tiene más variedad de modelos por la empresa Industrias Nettelco SA, asimismo se visualiza el PBI per cápita estadounidenses de los 17 últimos
	¿Existe documentación que muestre cómo influye el rango de edad en la demanda de polos de algodón orgánico?	NO	
	¿Existe documentación estadística que muestre el informe histórico del PBI per cápita estadounidense?	SI	
	¿Existe un registro que sustente que el precio es el adecuado a comparación de la competencia?	NO	
3. ¿Considera usted que la influencia de la cultura ambiental en los consumidores estadounidenses interviene en la demanda de polos de algodón orgánico? Las empresas Pima Fashion y Bergman consideran que el estilo de vida y la conciencia ambiental origina que las personas compren t-shirts de algodón orgánico es por eso que la demanda es grande en ese país.	¿Existe información acerca de estudios basados en tendencias para captar a la demanda?	SI	Foto de evidencia la plataforma llamada WGSN para diseñar propuestas y captar clientes de la empresa Industrias Nettelco SA, asimismo foto que evidencia la variedad de modelos que cuenta la empresa
	¿Existe documentación que son solo los grupos ecológicos norteamericanos que compran polos de algodón orgánico?	NO	
	¿Existe información detallada de la variedad de modelos de polos de algodón orgánico?	SI	
4. ¿Cuáles son los motivos de los estadounidenses para la compra de polos de algodón orgánico? Las empresas Pima Fashion, Bergman Rivera y Nettelco consideran que los hábitos de compra se originan por la calidad de prenda y el precio	¿Existe documentación que sustente el tipo de calidad de los polos de algodón orgánico?	SI	Foto del certificado GOTS el cual avala que la prenda es orgánica también foto que evidencia el precio de venta histórico de los polos de algodón
	¿Existe un registro de los precios de ventas históricos de los polos de algodón orgánico?	SI	
	¿Existe información estadística de la frecuencia de compra de polos de algodón orgánico?	NO	
5. ¿Su empresa cuenta con la capacidad instalada para la exportación de la producción de polos de algodón orgánico? Las tres empresas cuentan con la capacidad instalada para poder abastecer la demanda del mercado estadounidense y la empresa Pima Fashion y Bergman Rivera tercerizan sino pueden alcanzar la producción	¿Existe un registro en que la empresa sustente que puede afrontar cualquier volumen de pedido de exportación debido a la capacidad instalada que presenta?	SI	Foto que evidencia que la empresa puede afrontar cualquier volumen de pedido debido a la capacidad instalada que se le presente.
	¿Existe un registro que le permita realizar la elección de los proveedores?	NO	

## 8.6 Análisis de resultados

1. El país de Estados Unidos si cuenta con demanda para la exportación de polos elaborados de algodón orgánico, al ser una prenda que no afecta a su piel ni su ambiente es muy requerido, siendo la producción las empresas continua donde el clima es el adecuado pues no limita que se envíen los t-shirts que son comprados todo el año.

2. Las empresas peruanas exportan al mercado estadounidense los t-shirts de algodón orgánico por el nivel de ingresos elevados que tienen y que sin ninguna dificultad pueden adquirirlo, en cuanto al sexo se confecciona para ambos , pero el sexo masculino es quien cuentan con mayor variedad de modelos y son los que compran mayormente los polos de algodón orgánico.

3. La compra de polos de algodón orgánico se da básicamente porque los estadounidenses se preocupan por el cuidado del medioambiente usando prendas con su estilo de vida desde muy pequeños son inculcados en respetar el medio en el que viven y de llevar una vida saludable que implica vestirse con ropas a base de algodón orgánico.

4. Los compradores estadounidenses adquieren esto polos orgánicos por la calidad que tiene y que se encuentra certificado para la fabricación los t-shirts que no daña su piel sensible y pagan el precio justo siempre y cuando cumpla con sus expectativas y sea realmente cien por ciento orgánico.

5. Las empresas peruanas cuentan con la capacidad instalada como se puede observar cada empresa tiene un volumen de producción diferente para poder afrontar sus pedidos y

tiene diferente infraestructura una de ellas cuenta con terrenos para la producción otras de ellas tienen máquinas automáticas que elaboran 900,000 prendas en 14 minutos.

6. Las tres empresas utilizan diferentes medios de transporte e incoterms como el DDP y CIP porque cada empresa maneja una política diferente de tiempo de entrega. Además, que los lugares en los que se encuentran sus plantas de producción les permiten poder adquirir la materia prima para su producción y están cercanos a los puertos y aeropuertos para el envío de sus productos.

## **9. Conclusiones y Recomendaciones**

### **9.1 Conclusiones**

1. Se concluye que si existe un segmento estadounidense identificado en el cual las empresas peruanas utilizan la segmentación geográfica y demográfica para poder ingresar sin ninguna dificultad cubriendo la demanda continua de t-shirts de algodón orgánico pues el clima no influye negativamente en la producción nacional.

2. Se concluye que las empresas peruanas producen y exportan polos de algodón orgánico al mercado estadounidense por el poder adquisitivo que tiene las personas de ese país y además que estas prendas son adquiridas tanto por el sexo femenino y masculino pero siendo el último quien demanda y cuenta con mayor variedad de modelos. Por consiguiente De la ese y Garcia (2015) señala lo siguiente (...) análisis de mercado es la investigación de las necesidades de los clientes potenciales (DEMANDA) así como de los posibles clientes, evaluando su poder adquisitivo para adquirir una prenda de vestir ecológica así como su predisposición para adquirirla y su conocimiento de este tipo de prendas.(p.30)

3. Los exportadores peruanos tienen información acerca de las tendencias novedosas que se imponen en las diferentes temporadas sacando así una gran variedad de modelos que son adquiridos por aquellas personas que tienen un estilo de vida saludable y una cultura ambiental que es inculcada desde niños en cuidar el medio en el que viven utilizando productos que no perjudiquen su medio. Por consiguiente De la ese y Garcia ( 2015 ) sostiene que (...) las personas que estén dispuestos hacer un cambio a favor del medio ambiente en su estilo de vida, es decir que estén preocupados por la salud del planeta y que a su vez quieran hacer algo al respecto, como sería en este caso usar prendas de vestir amigables con el medioambiente(...) (p.38)

5. Los compradores estadounidenses adquieren los t-shirts de algodón orgánico porque saben la calidad que tiene la prenda es avalada por certificadoras internacionales y por procesos que se llevan a cabo que la prenda que se está elaborando no dañara su piel ni contaminará el medioambiente, y están dispuestos a pagar un precio elevado que pagar un precio menor por un polo que dañe sus prácticas ecológicas. Como explica Morante en el 2016, actualmente el consumidor está más enfatizado en adquirir productos eco – amigables y que presenten certificación

6. Las empresas Nettalco y Bergman Rivera concluyen que el incoterms que más utilizan es el CIP que les permite cumplir con la política de entrega de sus pedidos para que sus clientes se encuentren conforme con la entrega de sus pedidos y consideran que su cadena de distribución es la adecuada Según Macroconsult citado en Morante, 2016,p 20 refleja que donde están ubicadas las empresas del rubro textil es Lima por su mayor cercanía geográfica con los proveedores de materia prima, de bienes y servicios, teniendo adecuada infraestructura portuaria y aeroportuaria.

## 9.2 Recomendaciones

1. Se recomienda a la empresa Pima Fashion busque nuevos proveedores homologados utilizando la base de datos de algodón orgánico proporcionada por PROMPERÚ pudiendo abastecer así a nuevos mercados con prendas de algodón orgánico.
2. Se recomienda realizar un estudio de mercados para poder ingresar a nuevos nichos que también consuman t-shirt de algodón, como Chile que es más cercano con el cual se tiene tratados internacionales y existe mayor oportunidad para las pequeñas empresas de hacer conocido sus productos, ya que solo empresas con capacidad instalada tienen lo necesario para poder ingresar al mercado estadounidense.
3. Se recomienda a las empresas Nettalco, Bergman Rivera y Pima Fashion ingresar con marca propia al mercado de New York puesto que lo tienen segmentado y las empresas reconocen que el algodón peruano es bueno en calidad y tienen la capacidad para abastecer.
4. El Estado Peruano debe impulsar el cultivo del algodón orgánico y ello se dará con la participación activa del ministerio de agricultura para que así las empresas que se encuentren exportando productos ecológicos puedan abastecer su demanda y además esto generará mayor trabajo para los productores de algodón respetando así el medioambiente.
5. Se le recomienda a la empresa Bergman Rivera diversificar su línea de productos con la finalidad de ampliar su mercado y clientes generando mayores ingresos para su empresa y ello se dará ampliando su recurso humano .



6. Las empresas Pima Fashion y Bergman deben de realizar la herramienta de gestión llamada benchmarking , enfocándose en la cadena de valor colocando mayor énfasis en el marketing con la finalidad de copiar los procesos más significativos de su competencia, permitiendo mejorar la captación de clientes nacionales e internacionales, trayendo consigo que el porcentaje de sus utilidades incrementen.

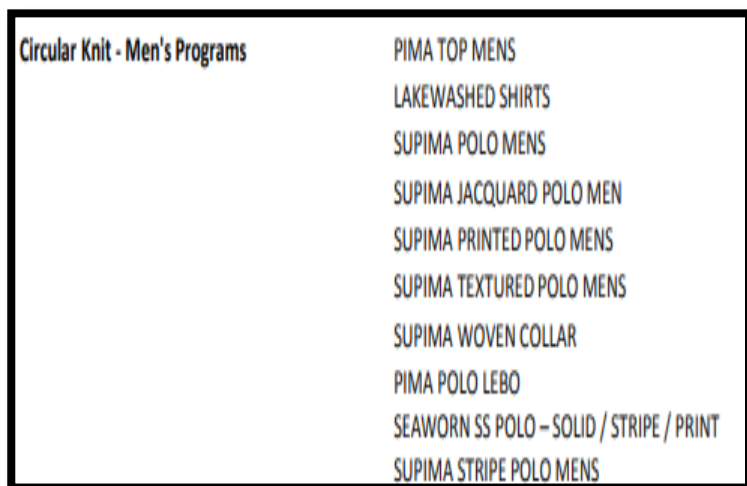
## 11. Anexo

**Anexo 1: Foto que evidencia la demanda de polos de algodón orgánico al mercado estadounidense**

Datos	Mes Factura MES	
	201805 mayo 2018	201806 junio 2018
Total Cantidad Prendas	219,273.00	420,477.00
Total Minutos Corte	349,059.03	767,352.51
Total Minutos Costura	2,753,030.62	5,963,347.60
Total Minutos Acabado	584,402.22	1,144,210.24
Total Cantidad Prendas	132,472.00	47,486.00
Total Minutos Corte	341,303.45	83,062.49
Total Minutos Costura	2,687,922.61	569,780.97
Total Minutos Acabado	359,125.63	118,352.63
Total Cantidad Prendas	84,012.00	73,066.00
Total Minutos Corte	222,584.01	195,702.15
Total Minutos Costura	1,400,537.19	1,001,665.66
Total Minutos Acabado	254,175.63	259,741.21
Total Cantidad Prendas	435,757.00	541,029.00
Total Minutos Corte	912,946.49	1,046,117.14
Total Minutos Costura	6,841,490.42	7,534,794.23
Total Minutos Acabado	1,197,703.48	1,522,304.07

En esta foto se puede ver que la demanda estadounidense de la empresa Nettalco es grande, ya que del mes de mayo a junio se tuvo mayor pedido de t-shirts.

**Anexo 2: Foto que evidencia que es el sexo masculino es quien tiene más variedad de modelos**



La empresa Nettalco cuenta con mayor variedad de modelos de t-shirts para hombres que para mujeres

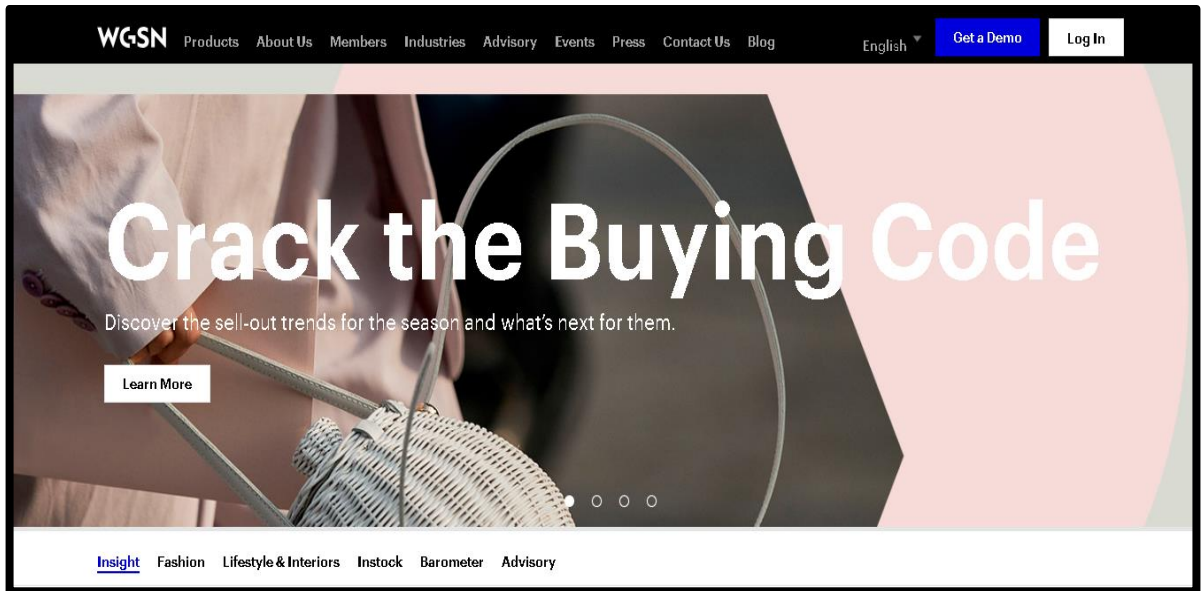
**Anexo 3: Se visualiza el PBI per cápita estadounidenses de los 17 últimos años**

Evolución: PIB anual Estados Unidos			Evolución: PIB Per Capita Estados Unidos		
Fecha	PIB anual	Var. PIB (%)	Fecha	PIB Per Capita	Var. anual PIB Per Capita
2017	19.485.400M.\$	2,2%	2017	59.792\$	3,9%
2016	18.707.200M.\$	1,6%	2016	57.559\$	1,5%
2015	18.219.300M.\$	2,9%	2015	56.718\$	3,2%
2014	17.521.700M.\$	2,5%	2014	54.952\$	3,6%
2013	16.784.900M.\$	1,8%	2013	53.032\$	2,9%
2012	16.197.000M.\$	2,2%	2012	51.537\$	3,5%
2011	15.542.600M.\$	1,6%	2011	49.816\$	2,9%
2010	14.992.100M.\$	2,6%	2010	48.401\$	3,0%
2009	14.448.900M.\$	-2,5%	2009	47.008\$	-2,6%
2008	14.712.800M.\$	-0,1%	2008	48.283\$	0,9%
2007	14.451.900M.\$	1,9%	2007	47.869\$	3,6%
2006	13.814.600M.\$	2,9%	2006	46.214\$	5,0%
2005	13.036.600M.\$	3,5%	2005	44.026\$	5,8%
2004	12.213.700M.\$	3,8%	2004	41.630\$	5,6%
2003	11.458.200M.\$	2,9%	2003	39.412\$	3,8%
2002	10.936.400M.\$	1,7%	2002	37.971\$	2,4%
2001	10.581.800M.\$	1,0%	2001	37.101\$	2,2%
2000	10.252.300M.\$	4,1%	2000	36.318\$	5,3%

Fuente: Datos macro

En esta imagen por fuente Datos macro, se muestra el PBI per cápita con el que cuenta los estadounidenses que conforme pasaron los años sus ingresos fueron mayores.

#### **Anexo 4: Foto de evidencia la plataforma llamada WGSN para diseñar propuestas y captar clientes**



La empresa Nettalco utiliza la plataforma WGSN para saber las tendencias y diseñar nuevos modelos y sacar nuevos colores.

## Anexo 5: Foto que evidencia la variedad de modelos que cuenta la empresa

Detalles del Estilo		Sin Tarifado	Colores	Formas de Medir	Sketch	Observaciones
<b>Ciente 0371-AMERICAN B - Estilo: 60883</b>						
División: 1288-AMERICAN B Estilo Cliente: 50852-02 EC Vers. Est. Cliente: 01 Temporada: 2018SS Estado: Desarrollo Estilo Origen:	Versión Estilo Nettalco: 02 Fecha Creación Estilo: 23/08/2017 Descripción: VESTIDO RAYADO Artículo: 03172-RIB 1X1 2011 ORG RAYADO C/ANTIP VAPORIZADO Proceso Prenda: G/W-Garment Washed, C/E Rta.10010 Rango Tallas: XS, S, M, L					
Tipo Documento	Fecha de Creación	Fecha de Modificación	Documento	Actualiza Lista de Documentos		
6.SKUs			SKUs			



La empresa Nettalco cuenta con un programa de estilos y pedidos en el cual se encuentra la variedad de los modelos con los que cuenta la empresa.

## Evidencia de la variedad de prendas de la empresa Fashion Pima

<p><b>001 Women's Racer Back</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>XS</th> <th>S</th> <th>M</th> <th>L</th> <th>Qty</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Women Racerback Tank - Black</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>45</td> <td>90</td> </tr> <tr> <td>Women Racerback Tank - Iron Dye</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>45</td> <td>90</td> </tr> <tr> <td>Women Racerback Tank - Lunar Rock</td> <td>25</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>85</td> </tr> <tr> <td>Women Racerback Tank - Olive Green</td> <td>25</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>85</td> </tr> </tbody> </table>		XS	S	M	L	Qty	Women Racerback Tank - Black	30	35	40	45	90	Women Racerback Tank - Iron Dye	30	35	40	45	90	Women Racerback Tank - Lunar Rock	25	30	35	40	85	Women Racerback Tank - Olive Green	25	30	35	40	85	<p><b>002 Women's Muscle Tank</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>XS</th> <th>S</th> <th>M</th> <th>L</th> <th>Qty</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Women Muscle Tank Shirt - Black</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>45</td> <td>90</td> </tr> <tr> <td>Women Muscle Tank Shirt - Iron Dye</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>45</td> <td>90</td> </tr> <tr> <td>Women Muscle Tank Shirt - Lunar Rock</td> <td>25</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>85</td> </tr> <tr> <td>Women Muscle Tank Shirt - Olive Green</td> <td>25</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>85</td> </tr> </tbody> </table>		XS	S	M	L	Qty	Women Muscle Tank Shirt - Black	30	35	40	45	90	Women Muscle Tank Shirt - Iron Dye	30	35	40	45	90	Women Muscle Tank Shirt - Lunar Rock	25	30	35	40	85	Women Muscle Tank Shirt - Olive Green	25	30	35	40	85	<p><b>003 Women's Long-Sleeve</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>XS</th> <th>S</th> <th>M</th> <th>L</th> <th>Qty</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Women Long Sleeve Shirt - Black</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>45</td> <td>90</td> </tr> <tr> <td>Women Long Sleeve Shirt - Iron Dye</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>45</td> <td>90</td> </tr> <tr> <td>Women Long Sleeve Shirt - Lunar Rock</td> <td>25</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>85</td> </tr> <tr> <td>Women Long Sleeve Shirt - Olive Green</td> <td>25</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>85</td> </tr> </tbody> </table>		XS	S	M	L	Qty	Women Long Sleeve Shirt - Black	30	35	40	45	90	Women Long Sleeve Shirt - Iron Dye	30	35	40	45	90	Women Long Sleeve Shirt - Lunar Rock	25	30	35	40	85	Women Long Sleeve Shirt - Olive Green	25	30	35	40	85
	XS	S	M	L	Qty																																																																																							
Women Racerback Tank - Black	30	35	40	45	90																																																																																							
Women Racerback Tank - Iron Dye	30	35	40	45	90																																																																																							
Women Racerback Tank - Lunar Rock	25	30	35	40	85																																																																																							
Women Racerback Tank - Olive Green	25	30	35	40	85																																																																																							
	XS	S	M	L	Qty																																																																																							
Women Muscle Tank Shirt - Black	30	35	40	45	90																																																																																							
Women Muscle Tank Shirt - Iron Dye	30	35	40	45	90																																																																																							
Women Muscle Tank Shirt - Lunar Rock	25	30	35	40	85																																																																																							
Women Muscle Tank Shirt - Olive Green	25	30	35	40	85																																																																																							
	XS	S	M	L	Qty																																																																																							
Women Long Sleeve Shirt - Black	30	35	40	45	90																																																																																							
Women Long Sleeve Shirt - Iron Dye	30	35	40	45	90																																																																																							
Women Long Sleeve Shirt - Lunar Rock	25	30	35	40	85																																																																																							
Women Long Sleeve Shirt - Olive Green	25	30	35	40	85																																																																																							
<p><b>004 Women's Straight Bottom Hem</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>XS</th> <th>S</th> <th>M</th> <th>L</th> <th>Qty</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Women Straight Bottom T-Shirt - Black</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>45</td> <td>90</td> </tr> <tr> <td>Women Straight Bottom T-Shirt - Iron Dye</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>45</td> <td>90</td> </tr> <tr> <td>Women Straight Bottom T-Shirt - Lunar Rock</td> <td>25</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>85</td> </tr> <tr> <td>Women Straight Bottom T-Shirt - Olive Green</td> <td>25</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>40</td> <td>85</td> </tr> </tbody> </table>		XS	S	M	L	Qty	Women Straight Bottom T-Shirt - Black	30	35	40	45	90	Women Straight Bottom T-Shirt - Iron Dye	30	35	40	45	90	Women Straight Bottom T-Shirt - Lunar Rock	25	30	35	40	85	Women Straight Bottom T-Shirt - Olive Green	25	30	35	40	85	<p><b>005 Women's Jogger</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>XS</th> <th>S</th> <th>M</th> <th>L</th> <th>Qty</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Women Jogger - Black</td> <td>80</td> <td>90</td> <td>40</td> <td>25</td> <td>205</td> </tr> <tr> <td>Women Jogger - Lunar Rock</td> <td>80</td> <td>90</td> <td>40</td> <td>25</td> <td>205</td> </tr> <tr> <td>Women Jogger - Olive Green</td> <td>75</td> <td>80</td> <td>40</td> <td>25</td> <td>200</td> </tr> </tbody> </table>		XS	S	M	L	Qty	Women Jogger - Black	80	90	40	25	205	Women Jogger - Lunar Rock	80	90	40	25	205	Women Jogger - Olive Green	75	80	40	25	200	<p><b>006 Men's Straight Bottom</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>S</th> <th>M</th> <th>L</th> <th>XL</th> <th>Qty</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Men Straight Bottom T-Shirt - Black</td> <td>10</td> <td>20</td> <td>45</td> <td>15</td> <td>90</td> </tr> <tr> <td>Men Straight Bottom T-Shirt - Iron Dye</td> <td>10</td> <td>20</td> <td>40</td> <td>15</td> <td>85</td> </tr> <tr> <td>Men Straight Bottom T-Shirt - Lunar Rock</td> <td>5</td> <td>20</td> <td>40</td> <td>15</td> <td>85</td> </tr> <tr> <td>Men Straight Bottom T-Shirt - Olive Green</td> <td>10</td> <td>20</td> <td>45</td> <td>15</td> <td>90</td> </tr> </tbody> </table>		S	M	L	XL	Qty	Men Straight Bottom T-Shirt - Black	10	20	45	15	90	Men Straight Bottom T-Shirt - Iron Dye	10	20	40	15	85	Men Straight Bottom T-Shirt - Lunar Rock	5	20	40	15	85	Men Straight Bottom T-Shirt - Olive Green	10	20	45	15	90						
	XS	S	M	L	Qty																																																																																							
Women Straight Bottom T-Shirt - Black	30	35	40	45	90																																																																																							
Women Straight Bottom T-Shirt - Iron Dye	30	35	40	45	90																																																																																							
Women Straight Bottom T-Shirt - Lunar Rock	25	30	35	40	85																																																																																							
Women Straight Bottom T-Shirt - Olive Green	25	30	35	40	85																																																																																							
	XS	S	M	L	Qty																																																																																							
Women Jogger - Black	80	90	40	25	205																																																																																							
Women Jogger - Lunar Rock	80	90	40	25	205																																																																																							
Women Jogger - Olive Green	75	80	40	25	200																																																																																							
	S	M	L	XL	Qty																																																																																							
Men Straight Bottom T-Shirt - Black	10	20	45	15	90																																																																																							
Men Straight Bottom T-Shirt - Iron Dye	10	20	40	15	85																																																																																							
Men Straight Bottom T-Shirt - Lunar Rock	5	20	40	15	85																																																																																							
Men Straight Bottom T-Shirt - Olive Green	10	20	45	15	90																																																																																							



En estas imágenes se puede ver que la empresa Pima Fashion cuenta con diversos diseños tanto para hombre como para mujer

**Anexo 6: Foto del certificado GOTS el cual avala la calidad que la prenda es orgánica.**



La empresa Bergman Rivera cuenta con la certificación GOTS que certifica sus procesos desde la el sembrado de la materia prima hasta el producto final.



## Empresa Industrias Nettalco SA



En estas imágenes se muestran que la empresa Industrias Nettalco SA se rige bajo los estándares de calidad internacional para la realización de sus prendas y cuenta con laboratorios.

### Anexo 7: Foto que evidencia el precio de venta histórico de los polos de algodón

Pima Fashion

**PimaFashion**  
1441 Broadway, 5th Floor New York, NY 10018  
 : 212.365.4978 E: info@pimafashion.com

Apparel

Men's Henley	
M	24
L	24
XL	6
<b>\$12.95</b>	

Men's V-neck	
M	24
L	24
XL	6
XXL	2
<b>\$12.95</b>	

Ladies V Neck	
S	24
M	24
L	6
<b>\$11.60</b>	


Ladies Tank	
S	24
M	24
L	6
<b>\$10.50</b>	

En esta imagen se puede observar el precio de los t-shirts dependiendo del modelo, la talla y la tela del producto de la empresa Pima Fashion

**Anexo 8: Foto que evidencia que la empresa puede afrontar cualquier volumen de pedido debido a la capacidad instalada que se le presente.**



T-SHIRT			
TALLAS	QTY	DEMASIA	TOTAL
2t	2	1	3
4T	7	1	8
6	21	3	24
8	37	5	42
10	46	4	50
12	39	3	42
14	29	2	31
16	14	1	15
XS	23	2	25
S	35	2	37
M	17	2	19
L	9	2	11
XL	2	1	3
2XL	1	1	2
3XL	1	0	1
<b>TOTAL</b>	<b>283</b>	<b>30</b>	<b>313</b>



SIZES	QTY
M	250
L	30
XL	20

Crew neck Men's		V-Neck Men's					
Large	QTY	Small	Medium	Large	XL	XXL	QTY
100	100	10	40	40	50	30	170

Womans V-neck			
Small	Medium	Large	QTY
10	10	10	30

Color a tono de tela \*\*\*\*\*

stampado Pecho Blanco

stampado Espalda (Color blanco)

stampado Manga derecha

Parche Negro Estampado Blanco

Tallas

S	M	L	XL	Qty
50	50	50	50	200




En estas imágenes se pueden ver las cantidades de pedido que realizan diversos clientes a la empresa Pima Fashion tanto para hombre como para mujer.



## Empresa Pima Fashion



**Área de corte**



**Área de confecciones**



**Área de estampado**



**Área de Diseño textil**

En estas fotos se observa el área de corte y confecciones, área de costura, área de estampado y el área de diseño textil de la empresa Pima Fashion.

## La capacidad instalada de la empresa Nettalco



**Área de acabado:** Se verifica que todos los productos se hayan realizado correctamente y así asegurar la calidad.



**Área de costura:** la empresa cuenta con 1000 máquinas automáticas donde se realiza la producción 900.000 prendas en 14 minutos



**Área de corte:** la empresa cuenta con máquinas Gerber, la capacidad que tienen es 1'000,000 de prendas al mes.

La empresa Nettalco tiene la capacidad instalada para afrontar cualquier volumen de pedido cuenta con trabajadores con pantas de producción, maquinaria e insumo.

**Anexo 9: Foto que evidencia que las empresas utilizan su respectivo incoterms**

**Empresa Bergman Rivera**

40 - DUA PROV. DE EXPORTACION						
Aduana	Código	DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)			2	REGISTRO DE ADUANA
AEREA Y POSTAL EX-IAAC	235					
Nº Orden	Destinación	Modalidad	Tipo Despacho	Nº DUA Prov.	Nº Declaración: 027966	
002743	40	1	NORMAL	2018-027966	Fecha Numeración: 04/04/2018	
1 IDENTIFICACION	1.1 Importador/Exportador				Sujeto a: NARANJA	
	BERGMAN RIVERA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA					
1.2 Código y Documento de Identificación			1.3 Dirección de Importador/Exportador		1.4 Cod.Ubi.Geo.	
4 - 20516438445			JR. CHICLAYO 987 ,MIRAFLORES,LIMA,LIMA			
3 TRANSPORTE	3.1 Empresa Transporte Código		3.2 Nº Manifiesto	3.3 Vía Transporte Código		
	SOCIETE AIR FRANCE SUCURSAL EN EL PERU - AF		2018 - 10610	4 - AEREA		
3.4 Fecha Termino Desc/Embar		3.5 Empresa Transporte (T/R) Código		3.6 Unidad Transporte (T/R)		3.7 Aduana D/S Código
		-				
4 ALMACEN	4.1 Depósito Temporal Código		4.2 Depósito A. Autorizado Código		4.3 Plazo Solicitado	
	TALMA MENZIES S - 3507		-		0	
5 TRANSACCION	5.1 Entidad Financiera Código			5.2 Modalidad Código		
	- 0			OTRAS FORMAS DE PAGO - 7		
6 VALOR ADUANA	6.1 Valor Clausula de Venta	6.2 Comisión Exterior(Referencial)	6.3 Otros Gastos Deducibles	6.4 Total Ajustes	6.5 Valor Neto de Entrega(FOB)	
	58123.04	0	0	0	58123.04	
8 DECLARANTE	8.1 Declarante (Tipo - Nro. de documento - Razón Social)					
	RUC 20292566086 - AGENCIA AFIANZADA DE ADUANA J. K.M. S.A .C.					
OTROS DATOS DILIGENCIA	Total Peso Neto	Total Peso Bruto	Total Bultos	Total U.FÁ-sicas	Total U.Comercial.	
	1178.0	1237.0	76.0	6148.0	6148.0	

Fuente : SUNAT

## Empresa Industrias Nettelco SA

Aduana		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A1)			2		REGISTRO DE ADUANA		
AEREA Y POSTAL EX-IAAC		235							
NÂº Orden		DestinaciÃ³n	Modalidad	Tipo Despacho	NÂº Orden de Embarque		NÂº Declaraci3n: 028536		
129398		40	1	NORMAL	2014-028536		Fecha Numeraci3n: 01/04/2014		
1 IDENTIFICACION		1.1 Importador/Exportador					Sujeto a: NARANJA		
		INDUSTRIAS NETTALCO S.A.							
1.2 CÃ³digo y Documento de Identificaci3n				1.3 Direcci3n de Importador/Exportador			1.4 Cod.Ubi.Geo.		
4 - 20100064571				CA. CINCO 115 ZIN. VULCANO ,ATE,LIMA,LIMA			150101		
7 DECLARACION DE MERCANCIAS		7.1 NÂº Serie/Total	7.2 Items Ejemplar B		7.3 NÂºmero Declaraci3n Precedente Serie		7.4 NÂº Certificado Reposici3n Item	7.5 Cod.Apl.Ultr.	
		3							
7.6 Puerto de Embarque CÃ³digo		7.7 Fecha Emb.	7.8 Documento Transporte Detalle	7.9 NÂº Certificado Origen Fecha		7.10 Cant. Unidad Comercial	7.11 Infor. Verificaci3n / Cod.Exoneraci3n		
		--/--/----	0JASLIMA0237	0		1590	/		
7.12 Cantidad Bultos	7.13. Clase	7.14 Peso Neto Kilos	7.15 Peso Bruto Kilos	7.16 Cantidad Unidad FÃ¡sica Unidad		7.17 Cantidad Unidad Equiv./Prod. Unidad		7.18 Item CIP	
17	BUL	215.68	242.65	1590 - U					
7.19 Subpartida Nacional DV	7.20 Tipo	7.21 Subpartida Naladisa/Nabandina DV	7.22 TM	7.23 TPI	7.24 TPN	7.25 Cod. Lib.	7.26 PaÃ±s Origen	7.27 PaÃ±s Adq/Dest.	7.28 Reg. Apli.
61.09.10.00.42		/	0	0	0	0			13
7.29 FOB Moneda Transacci3n CÃ³digo		7.30 FOB US\$	7.31 Flete US\$	7.32 Seguro US\$		7.33 Ajuste Valor US\$		7.34 Valor Aduana US\$	
0 -		9617.2	0	0				9,617.2	
1. T-SHIRTS DE PUNTO 100% ALGODON PARA NIÑAS									
2. DE TEJIDO CON HILADOS DE DISTINTOS COLORES, CON MOTIVOS DE RAYAS									

Fuente: SUNAT

## Empresa Pima Fashion Group

Aduana	CÃ³digo	<b>DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A1)</b>				<b>2</b>	<b>REGISTRO DE ADUANA</b>		
<b>AEREA Y POSTAL EX-IAAC</b>	<b>235</b>								
NÃº Orden	DestinaciÃ³n	Modalidad	Tipo Despacho	NÃº Orden de Embarque	<b>NÃº Declaraci3n: 103388</b>				
165642	40	1	NORMAL	2016-103388	<b>Fecha Numeraci3n: 31/10/2016</b>				
<b>1 IDENTIFICACION</b>	1.1 Importador/Exportador				<b>Sujeto a: NARANJA</b>				
	<b>PIMA FASHION GROUP E.I.R.L.</b>								
1.2 CÃ³digo y Documento de Identificaci3n			1.3 Direcci3n de Importador/Exportador			1.4 Cod.Ubi.Geo.			
<b>4 - 20565874030</b>			<b>2DA ETAPA URB. VALLE HERMOSO ,CALLAO,CALLAO,CALLAO</b>						
<b>7 DECLARACION DE MERCANCIAS</b>	7.1 NÃº Serie/Total	7.2 Items Ejemplar B	7.3 NÃºmero Declaraci3n Precedente Serie	7.4 NÃº Certificado Reposici3n Item	7.5 Cod.Apl.Ultr.				
	<b>6</b>		----						
7.6 Puerto de Embarque CÃ³digo	7.7 Fecha Emb.	7.8 Documento Transporte Detalle	7.9 NÃº Certificado Origen Fecha	7.10 Cant. Unidad Comercial	7.11 Infor. Verificaci3n / Cod.Exoneraci3n				
	--/--/----	<b>001674451915</b>	<b>0</b>	<b>65</b>	<b>/</b>				
7.12 Cantidad Bultos	7.13. Clase	7.14 Peso Neto Kilos	7.15 Peso Bruto Kilos	7.16 Cantidad Unidad FÃ¡sica Unidad	7.17 Cantidad Unidad Equiv./Prod. Unidad	7.18 Item CIP			
<b>0</b>	<b>BUL</b>	<b>17.03</b>	<b>17.92</b>	<b>65 - U</b>					
7.19 Subpartida Nacional DV	7.20 Tipo	7.21 Subpartida Naladisa/Nabandina DV	7.22 TM	7.23 TPI	7.24 TPN	7.25 Cod. Lib.	7.26 PaÃ±s Origen	7.27 PaÃ±s Adq./Dest.	7.28 Reg. Apli.
<b>61.09.10.00.39</b>		<b>/</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>			
7.29 FOB Moneda Transacci3n CÃ³digo	7.30 FOB US\$	7.31 Flete US\$	7.32 Seguro US\$	7.33 Ajuste Valor US\$	7.34 Valor Aduana US\$				
<b>0 -</b>	<b>910</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		<b>910</b>				
1. POLO PARA MUJER 100% ALGODON									
2. WOMEN T-SHIRT 100% COTTON									

Fuente: SUNAT



**Anexo 10: Metodología Cualitativa, Técnica: Observación Directa ,Instrumento: Lista de Cotejo Tema: Estudio de la segmentación de mercado estadounidense para la exportación de polos de algodón orgánico del periodo 2015 - 2017**

<b>Lista de Cotejo</b>	
¿Existe documentación que sustente la proyección de la demanda estadounidense de polos de algodón orgánico es cubierta?	SI
¿Existe reportes estadísticos que sustente que el clima determina la demanda estadounidense de polos de algodón orgánico?	NO
¿Existe documentación que sustente que la demanda se rige por el sexo en cuanto a la variedad de modelos de polos de algodón orgánico?	SI
¿Existe documentación que muestre cómo influye el rango de edad en la demanda de polos de algodón orgánico?	NO
¿Existe documentación estadística que muestre el informe histórico del PBI per cápita estadounidense?	SI
¿Existe un registro que sustente que el precio es el adecuado a comparación de la competencia?	NO
¿Existe información acerca de estudios basados en tendencias para captar a la demanda?	SI
¿Existe documentación que son solo los grupos ecológicos norteamericanos que compran polos de algodón orgánico?	NO
¿Existe información detallada de la variedad de modelos de polos de algodón orgánico?	SI
¿Existe documentación que sustente el tipo de calidad de los polos de algodón orgánico?	SI
¿Existe un registro de los precios de ventas históricos de los polos de algodón orgánico?	SI
¿Existe información estadística de la frecuencia de compra de polos de algodón orgánico?	NO
¿Existe un registro en que la empresa sustente que puede afrontar cualquier volumen de pedido de exportación debido a la capacidad instalada que presenta?	SI
¿Existe un registro que le permita realizar la elección de los proveedores?	NO
¿Existe información que le permita conocer la capacidad abastecimiento de los proveedores de algodón orgánico?	NO
¿Existe reportes históricos del INCOTERMS que han utilizado?	SI

## **Anexo 11: Metodología cualitativa. Técnica: Entrevista semiestructurada.**

### **Instrumento: Cuestionario abierto**

1. ¿Considera usted que el país de Estados Unidos tiene la demanda y el clima adecuado para la exportación de polos de algodón orgánico?
2. ¿Qué factores demográficos influyen en la exportación de polos de algodón orgánico a Estados Unidos?
3. ¿Considera usted que la influencia de la cultura ambiental en los consumidores estadounidenses interviene en la demanda de polos de algodón orgánico?
4. ¿Cuáles son los motivos de los estadounidenses para la compra de polos de algodón orgánico?
5. ¿Su empresa cuenta con la capacidad instalada para la exportación de la producción de polos de algodón orgánico?
6. ¿El incoterm que más utiliza en las exportaciones le permite que su cadena de distribución sea la más adecuada?

## **Entrevista a la Empresa Pima Fashion Group**

**Entrevistado: Víctor Silva**

**Cargo: Jefe de Planeamiento y Producción**

1. ¿Considera usted que el país de Estados Unidos tiene la demanda y el clima adecuado para la exportación de polos de algodón orgánico?

Sí, porque EEUU es el mayor importador textil y confecciones del Perú y del mundo siendo un mercado amplio de mucha demanda de producción y además porque el norteamericano tiene presupuestado en sus necesidades básicas la compra de ropa. En cuanto al clima los t-shirts y otros productos de algodón orgánico se pueden utilizar todo el año, aunque en el verano existe mayor demanda.

New York es uno de los estados a los que exportamos nuestros productos por ser la ciudad de la moda los clientes no escatiman en precio y es donde se concentra nuestra demanda de mercado porque saben que la tela que se utiliza para la confección de las prendas no tienen ningún tóxico que perjudique su piel.

### ***Exportación a clientes de marca***

- ✓ FILA en la producción t-shirt
- ✓ ANTIKA cadena de restaurantes T-shirt para la producción
- ✓ George Washington Hoodies en algodón french terry franela

### ***Exportamos B2B***

A cadenas de restaurantes, empresas y gimnasios para fabricar las prendas de sus empleados para sus locales haciendo que sus costos sean mayores generando beneficio a la empresa porque se produce pocas cantidades.



2. ¿Qué factores demográficos influyen en la exportación de polos de algodón orgánico a Estados Unidos?

Los factores demográficos en los cuales nos centramos para producir y exportar nuestros productos son básicamente el sexo la edad y el poder adquisitivo, ya que de esta forma podemos identificar nuestro segmento, es por ello que exportamos a ese país. En nuestro caso el sexo masculino es quien más no está demandando polos de algodón orgánico entre las edades de 16 a más que pueden pagar el precio del t-shirts de algodón.

3. ¿Considera usted que la influencia de la cultura ambiental en los consumidores estadounidenses interviene en la demanda de polos de algodón orgánico?

Sí, las personas que compran nuestros productos son en su mayoría madres de familias que tienen un estilo de vida y conciencia ambiental bien marcada, conocen de la procedencia del producto pues sabe que los t-shirts son libre de químicos, la tela que se utiliza para la fabricación de los polos es 100% orgánica y no afecta piel de los niños que es muy delicada.

4. ¿Cuáles son los motivos de los estadounidenses para la compra de polos de algodón orgánico?

Los norteamericanos compran los t-shirts por la calidad de la tela de algodón orgánico que no perjudica su piel ni el ambiente, además que buscan siempre estar a la moda y por eso renuevan su guardarropa cada mes.

5. ¿Su empresa cuenta con la capacidad instalada para la exportación de la producción de polos de algodón orgánico?

Sí, actualmente contamos con la instalación y maquinaria necesaria para cubrir producciones de 5 mil a 10 mil prendas al mes, en caso de no poder llegar a la producción necesaria se terceriza para el cumplimiento con el cliente.

6. ¿El incoterms que más utiliza en las exportaciones le permite que su cadena de distribución sea la más adecuada?

El incoterms que la empresa utiliza es DDP donde nos encargamos de todo el proceso hasta el lugar convenido por el cliente, ya que como contamos con una oficina en New York facilita la distribución. Los operadores con los que trabajamos son KSG LOGISTICS Y CARAL LOGISTIC, pero si es una zona alejada se envía por FEDEX, nuestras muestras lo enviamos por DHL.

## **Entrevista a la Empresa Bergman Rivera**

**Entrevistado: Malena Sánchez**

**Cargo: Asistente de Gerencia**

1. ¿Considera usted que el país de Estados Unidos tiene la demanda y el clima adecuado para la exportación de polos de algodón orgánico?

Sí, Estados Unidos cuenta con la demanda para el envío de t-shirts de algodón orgánico nuestros clientes hacen grandes pedidos y nuestra producción es continua, todo el año mandamos nuestros productos, sin importar la estacionalidad, aunque las empresas que nos contactan sean pocas sus volúmenes son altos.

2. ¿Qué factores demográficos influyen en la exportación de polos de algodón orgánico a Estados Unidos?

Nuestra empresa produce y exporta a Estados Unidos t-shirts y otros productos para bebés, básicamente exportamos nuestros productos por el poder adquisitivo que tienen y están dispuestas a pagar por polos que no tengan ningún componente que pueda dañarlos además que nuestra empresa es la única que cuenta con el certificado GOTS el cual acredita que los procesos son inocuos desde la siembra hasta el producto terminado y etiquetado, la producción de los t-shirts son para todas las edades tanto para el sexo femenino como el masculino.

3. ¿Considera usted que la influencia de la cultura ambiental en los consumidores estadounidenses interviene en la demanda de polos de algodón orgánico?

Sí, por el mismo estilo de vida que llevan son responsables con el medioambiente y es por ello que las personas compran prendas orgánicas de telas que no dañen su piel.

4. ¿Cuáles son los motivos de los estadounidenses para la compra de polos de algodón orgánico?

Los motivos por los cuales nos compran nuestros polos de algodón orgánico es por la calidad y precio, y además somos la única empresa peruana que tiene el certificado GOTS que da conformidad de que nuestra cadena de producción sigue los estándares que certifican como orgánica a la prenda que realizamos.

5. ¿Su empresa cuenta con la capacidad instalada para la exportación de la producción de polos de algodón orgánico?

Sí, nuestra empresa cuenta con plantas de producción propias de algodón orgánico de donde adquirimos la materia prima también tenemos el lugar de confección de las prendas, máquinas necesarias y el personal capacitado, claro que si el pedido sobre pasa a lo que podemos afrontar tercerizamos la producción.

6. ¿El incoterm que más utiliza en las exportaciones le permite que su cadena de distribución sea la más adecuada?

Nosotros utilizamos el CIP para el envío de nuestros productos, siendo nuestra política de entrega de 7 días lo cual nos hace más competitivos. Las muestras de los t-shirts lo hacemos por FEDEX o SKYNET.

**Empresa: Industria Nettelco SAC**

**Entrevistado: Jean Pierre Alpiste Ramírez**

**Cargo: Jefe de E-Commerce**

1. ¿Considera usted que el país de Estados Unidos tiene la demanda y el clima adecuado para la exportación de polos de algodón orgánico?

Estados Unidos es un país con una población 10 veces más grande que Perú, donde la demanda de consumidores de t-shirts de algodón es grande a comparación de Perú. Además, por regulaciones arancelarias que son más flexibles les conviene más comprar algodón peruano (segundo en calidad en el mundo) que de Egipto (primero en calidad en el mundo). En cuanto al clima es muy variado por lo que se pueden lanzar colecciones Summer/Spring o Fall/Winter y mantener la producción para cada una de las temporadas.

2. ¿Qué factores demográficos influyen en la exportación de polos de algodón orgánico a Estados Unidos?

El factor demográfico más determinante para que la empresa exporte a ese país es el poder adquisitivo que tienen los compradores estadounidenses, pues los t-shirts de algodón orgánico por sus beneficios tiene un precio elevado a comparación de un polo sintético, nuestras producciones son para todas las edades y para ambos sexos.

3. ¿Considera usted que la influencia de la cultura ambiental en los consumidores estadounidenses interviene en la demanda de polos de algodón orgánico?

Sí, en este país hay más influencia de grupos comprometidos con el respeto ambiental y son los que compran prendas de algodón orgánico.

4. ¿Cuáles son los motivos de los estadounidenses para la compra de polos de algodón orgánico?

Los motivos que más influyen en la compra de productos de este tipo es porque público estadounidense valora la calidad más que la mayoría de países de Latinoamérica y la razón es que cuidan mucho más su piel que es muy sensible es por ello que adquieren t-shirts u otros tipos de prendas orgánicas.

5. ¿Su empresa cuenta con la capacidad instalada para la exportación de la producción de polos de algodón orgánico?

Sí, tenemos la capacidad instalada contamos con una planta en Ate y otra en Cercado de Lima, además tenemos maquinarias de última tecnología, laboratorios para los diferentes procesos de calidad, contamos con 1800 empleados además de eso podemos realizar como máximo 1'000,000 prendas por mes y aceptamos pedidos mínimos de 3000 en adelante dependiendo del estilo y por color 800.

6. ¿El incoterms que más utiliza en las exportaciones le permite que su cadena de distribución sea la más adecuada?

Sí, el Incoterms que nosotros utilizamos es CIP que permite que nuestros productos lleguen en menor tiempo.

Metodología cualitativa técnica: entrevista semiestructurada Instrumento: cuestionario	EMPRESA: Pima Fashion Group ENTREVISTADO: Victor Silva CARGO: Jefe de Planeamiento y Producción	EMPRESA: Bergman Rivera ENTREVISTADO: Malena Sanchez CARGO: Asistente de Gerencia	EMPRESA: Industrias Nertalco SAC ENTREVISTADO: Jean Pierre Alpiste CARGO: Jefe de E-Commerce
1.¿Considera usted que el país de Estados Unidos tiene la demanda y el clima adecuado para la venta de los polos de algodón orgánico?	EEUU es el mayor importador del sector textil y confecciones del Perú y del mundo siendo un mercado amplio de mucha demanda de producción. En cuanto al clima los t-shirts y otros productos de algodón orgánico se pueden utilizar todo el año, aunque en el verano existe mayor demanda.	Estados Unidos cuenta con la demanda para el envío de t-shirts de algodón orgánico nuestros clientes hacen grandes pedidos y nuestra producción es continua, ya que todo el año mandamos nuestros productos, sin importar la estacionalidad.	La demanda de consumidores de t-shirt de algodón es grande a comparación de Perú. además por regulaciones arancelarias que son más flexibles les conviene más comprar algodón peruano. En cuanto al clima es muy variado por lo que se pueden lanzar colecciones Summer/Spring o Fall/Winter y mantener la producción para cada una de las temporadas.
2.¿Qué factores demográficos influyen en la exportación de polos de algodón orgánico a Estados Unidos?	Los factores demográficos en los cuales nos centramos para producir y exportar nuestros productos son básicamente el sexo, la edad y el poder adquisitivo, ya que de esta forma podemos identificar nuestro segmento.	Nuestra empresa produce y exporta a Estados Unidos t-shirts y otros productos básicamente por el poder adquisitivo que tienen, y están dispuestas a pagar por polos que no tengan ningún componente que pueda dañarlos. La producción de los t-shirts son para todas las edades tanto para el sexo femenino como el masculino.	El factor demográfico más determinante para que la empresa exporte a ese país es el poder adquisitivo que tienen los compradores estadounidenses.
3.¿Considera usted que la influencia de la cultura ambiental en los consumidores estadounidenses interviene en la demanda de polos de algodón orgánico?	Sí, Las personas que compran nuestros productos en su mayoría son madres de familias que tienen un estilo de vida saludable y conciencia ambiental bien marcada.	Sí, por el mismo estilo de vida que llevan y son responsables con el medioambiente, es por ello que las personas compran prendas orgánicas de telas que no dañen su piel.	Sí, en este país hay más influencia de grupos comprometidos con el respeto ambiental que llevan estilos de vida saludables.
4. ¿Cuáles son los motivos de los estadounidenses para la compra de polos de algodón orgánico?	Los norteamericanos compran los t-shirts por la calidad de la tela de algodón orgánico además que buscan siempre estar a la moda y por eso renuevan su guardarropa cada mes.	Los motivos por los cuales nos compran nuestros t-shirts a base de algodón orgánico es por la calidad y precio.	Los motivos que más influyen en la compra de productos de este tipo es porque el público Estadounidense valora la calidad más que la mayoría de países de Latinoamérica.
5. ¿Su empresa cuenta con la capacidad instalada para la producción de polos de algodón orgánico?	Sí, actualmente contamos con la instalación y maquinaria necesaria para cubrir producciones de 5 mil a 10 mil prendas al mes.	Sí, nuestra empresa cuenta con plantas de producción propias de donde adquirimos la materia prima tenemos las máquinas necesarias y el personal capacitado para la confección de los t-shirts.	Sí, tenemos la capacidad instalada contamos con una planta en Ate y otra en Cercado de Lima, además tenemos maquinaria de última tecnología y el personal necesario para la fabricación cubriendo cada mes 1'000.000.
6.¿El incoterms que más utiliza en las exportaciones le permite que su cadena de distribución sea la más adecuada?	El incoterms que la empresa utiliza es DDP donde nos encargamos de todo el proceso hasta el lugar convenido por el cliente.	Nosotros utilizamos el CIP para el envío de nuestros productos, ya que nuestra política de entrega es de 7 días.	Sí, el Incoterms que nosotros utilizamos es CIP que permite que nuestro producto lleguen en menor tiempo.
Semejanzas	EL mercado estadounidense presenta una demanda continua permitiendo exportar todo el año sin importar el cambio de estaciones que presente el país, no causando inconvenientes a las empresas pues presentan una óptima capacidad instalada originando que cualquier volumen de pedido sea atendido para ambos sexos, el poder adquisitivo que tiene el consumidor es importante pues el precio es más elevado que los otros t-shirts debido a que la materia prima y los procesos de confección son avalados por certificadoras internacionales. La influencia de la cultura ambiental ha calado en los estadounidenses pues su estilo de vida va más allá por solo consumir productos orgánicos sino que también por el sentimiento de usar prendas que vayan de acuerdo con su conciencia ambiental variando la calidad que presenta la prenda a comparación con una de confección a base algodón convencional.		
Diferencia	Las formas de contrato es diferente es por ello que uso del incoterms varía pues cada una tiene una política de tiempo de entrega diferente siendo su ventaja competitiva en el sector textil y confección.		

**Metodología cualitativa Técnica: Observación directa. Instrumento: Lista de cotejo**

**Tema: Estudio de la segmentación de mercado estadounidense para la exportación de polos de algodón orgánico del periodo 2015 – 2017**

	EMPRESA PIMA FASHION GROUP		EMPRESA BERGMAN RIVERA		EMPRESA INDUSTRIA NETTALCO SA	
	OBSERVADOR 1	OBSERVADOR 2	OBSERVADOR 1	OBSERVADOR 2	OBSERVADOR 1	OBSERVADOR 2
¿Existe documentación que sustente la proyección de la demanda estadounidense de polos de algodón orgánico es cubierta?	NO	NO	NO	NO	SÍ	SÍ
¿Existe reportes estadísticos que sustente que el clima determina la demanda estadounidense de polos de algodón orgánico?	NO	NO	NO	NO	NO	NO
¿Existe documentación que sustente que la demanda se rige por el sexo en cuanto a la variedad de modelos de polos de algodón orgánico?	NO	NO	NO	NO	SÍ	SÍ
¿Existe documentación que muestre cómo influye el rango de edad en la demanda de polos de algodón orgánico?	NO	NO	NO	NO	NO	NO
¿Existe documentación estadística que muestre el informe histórico del PBI per cápita estadounidense?	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
¿Existe un registro que sustente que el precio es el adecuado a comparación de la competencia?	NO	NO	NO	NO	NO	NO
¿Existe información acerca de estudios basados en tendencias para captar a la demanda?	NO	NO	NO	NO	SÍ	SÍ
¿Existe documentación que son solo los grupos ecológicos norteamericanos que compran polos de algodón orgánico?	NO	NO	NO	NO	NO	NO
¿Existe información detallada de la variedad de modelos de polos de algodón orgánico?	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ	SÍ
¿Existe documentación que sustente el tipo de calidad de los polos de algodón orgánico?	NO	NO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
¿Existe un registro de los precios de ventas históricos de los polos de algodón orgánico?	SÍ	SÍ	NO	NO	NO	NO
¿Existe información estadística de la frecuencia de compra de polos de algodón orgánico?	NO	NO	NO	NO	NO	NO
¿Existe un registro en que la empresa sustente que puede afrontar cualquier volumen de pedido de exportación debido a la capacidad instalada que presenta?	SÍ	SÍ	NO	NO	SÍ	SÍ
¿Existe un registro que le permita realizar la elección de los proveedores?	NO	NO	NO	NO	NO	NO
¿Existe información que le permita conocer la capacidad abastecimiento de los proveedores de algodón orgánico?	NO	NO	NO	NO	NO	NO
¿Existe reportes históricos del INCOTERMS que han utilizado?	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ



- Directorio
- Catálogo 2.0
- Revistas en línea

Título, ISSN o término

Búsqueda exacta

Búsqueda avanzada

Índices ▼

Gráficas ▼

## Envío de datos

👁 = Campos obligatorios.

**Acopio:** Editor externo.

**Fecha:** 2018-12-11

**Tipo de registro:** Ingresa por primera vez.

**Año de inicio:**  👁

**Año de terminación:**

**País:**  👁

**Situación:**  👁

**Frecuencia:**  👁

**Tipo de publicación:**  👁

**Idioma** 👁 ▼

**ISSN:**

**ISSN-L:**

**Clasificación Dewey:**

**Clasificación Decimal Universal:**

**Título clave:**  👁

**Título abreviado:**

**Título propio:**

**Otros títulos:**

**Título anterior:**

**Título posterior:**

**Subtemas.** Elija al menos un subtema de la siguiente lista de temas.

**CIENCIAS EXACTAS Y NATURALES** ▼

**CIENCIAS DE LA INGENIERÍA** ▼

**CIENCIAS MÉDICAS** ▼