



Universidad
María Auxiliadora

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PLAN DE ESTRATEGIA DE IMPORTACIÓN DE
HILO PARA LA MEJORA HILANDERA EN EL PERÚ**

**PARA OPTAR AL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

OSCCO CCOICCA, MARCO ANTONIO

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-5209-2981>

ASESOR:

Mg. CHRISTIAN JESUS PEREZ SANCHEZ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6558-4367>

LIMA – PERÚ

2024

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD

Yo, **OSCCO CCOICCA, MARCO ANTONIO**, con DNI 46523519 en mi condición de autor(a) del trabajo de suficiencia profesional para optar el TITULO PROFESIONAL de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales de título "**PLAN DE ESTRATEGIA DE IMPORTACIÓN DE HILO PARA LA MEJORA HILANDERA EN EL PERÚ**", **AUTORIZO** a la Universidad María Auxiliadora (UMA) para publicar de manera indefinida en el repositorio institucional, el archivo digital que estoy entregando, en cumplimiento a la Ley N°30035 que regula el Repositorio Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación de acceso abierto y su respectivo Reglamento.

Indicar que dicho documento es **ORIGINAL** con un porcentaje de similitud 19 % y, que se han respetado los derechos de autor en la elaboración del mismo. Además, recalcar que se está entregado la versión final del documento sustentado y aprobado por el jurado evaluador.

Conforme a lo indicado firmo el presente documento dando conformidad a lo expuesto.

Lima, 14, de FEBRERO 2025.


OSCCO CCOICCA, MARCO ANTONIO

Mg. PEREZ SANCHEZ, CHRISTIAN JESUS


19% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Fuentes principales

18%  Fuentes de Internet

2%  Publicaciones

5%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y lo revise.

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación está dedicado a mis familiares por darme su tiempo, comprensión y apoyo cada vez que lo necesitaba, ya que así pude culminar con este presente trabajo, y a todas las personas que me brindaron su apoyo para conseguir esta meta como profesional.

Agradecimientos

A Dios por darme la fuerza y animación cada vez que la necesitaba, así como el bienestar y la salud necesaria para conseguir esta meta.

A mi asesor por orientar de modo adecuado y así poder desarrollar y finalizar con el presente trabajo de investigación.

Índice General

I. INTRODUCCIÓN	9
II. MARCO TEORICO.....	19
III. METODOLOGIA.....	24
IV. RESULTADOS.....	28
V. CONCLUSIONES	34
VI. RECOMENDACIONES.....	36
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45

Índice de tablas

Tabla 1. Distribución de frecuencias según nivel del cómo se evalúa la calidad del hilo chino.....	28
Tabla 2. Nivel de conocimiento del cómo se evalúa el control de calidad realizado a los hilos chinos durante el proceso de importación.	28
Tabla 3. Distribución de frecuencias según nivel que considera que los procesos de distribución en las fábricas peruanas cumplen con los estándares de calidad internacional.....	29
Tabla 4. Nivel del que cree que existen barreras arancelarias o no arancelarias que dificultan la importación del hilo chino al Perú.....	29
Tabla 5. <i>En qué medida cree que la trazabilidad del hilo chino desde su origen en China hasta su llegada al consumidor final es efectiva.</i>	30
Tabla 6. Según nivel de plan de estrategia en qué medida cree que el hilo chino producido y mejorado en Perú cumple con las expectativas de calidad de los consumidores peruanos.	31
Tabla 7. Niveles que se considera que los procedimientos de mejora del hilo chino son eficientes y de calidad.	31
Tabla 8. Nivel de frecuencia que considera que el precio del hilo chino mejorado en Perú es competitivo en comparación con otras opciones del mercado.	32
Tabla 9. En la mejora del hilo que aspectos de la calidad del hilo chino considera más importantes los consumidores peruanos.	32
Tabla 10. Niveles que se recomendaría el hilo chino producido y mejorado en Perú a otros consumidores.	33

Índice de anexos

Anexo B: Instrumento para la recolección de datos “plan de estrategia de importación de hilo para la mejora hilandera en el Perú”	47
--	----

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento de la realidad problemática

En el siguiente trabajo de investigación veremos tres países con distintos escenarios para la importación de hilo al Perú, donde veremos las diferentes calidades que ofrece cada país, para decidir la mejor opción en costos y así mejorar la calidad del hilo importado.

ESCENARIO PERÚ La industria textil en Perú, especialmente en el sector de hilandería, enfrenta varios problemas y desafíos que afectan su competitividad y sostenibilidad. A continuación, se describen algunos de los principales problemas que enfrentan las empresas hilanderas:

El contrabando de productos textiles, especialmente prendas de vestir, afecta significativamente a las empresas formales. Los productos importados ilegalmente, muchas veces a precios más bajos, generan una competencia desleal que limita la capacidad de las empresas locales para competir en precios. Esto ha provocado la reducción de la demanda de productos locales, impactando negativamente en las hilanderías.

Los precios de producción en Perú son altos en comparación con otros países, especialmente en términos de energía, mano de obra y transporte. Esto encarece el precio final de los productos, lo que dificulta la competencia con mercados extranjeros como los de Asia (China, India), donde los precios de producción son considerablemente más bajos.

El sector textil peruano, particularmente en el área de hilandería, ha experimentado una falta de inversión en tecnología y modernización de equipos. Las

máquinas antiguas, los procesos de producción obsoletos y la falta de capacitación tecnológica limitan la capacidad de las empresas para mejorar la calidad y eficiencia de sus productos. Esto hace que no puedan competir en calidad y costo con las grandes fábricas tecnológicamente avanzadas de otros países.

Las empresas hilanderas en Perú se destinan a la producción de materias primas o productos de bajo valor agregado, como el hilo crudo o tejidos básicos. La falta de diversificación y la incapacidad para desarrollar productos textiles con mayor valor agregado, como prendas de alta moda o productos especializados, limita su capacidad de competir en mercados internacionales más exigentes.

Muchas hilanderías pequeñas y medianas en Perú no tienen acceso a información actualizada sobre tendencias de mercado, regulaciones internacionales y oportunidades de exportación. La falta de conexión con los mercados internacionales limita las posibilidades de crecimiento y expansión, dejando a las empresas dependientes del mercado local, que es más pequeño y competitivo.

El paso al financiamiento para las pequeñas y medianas empresas textiles es limitado. Los altos costos de financiamiento y las condiciones difíciles de crédito limitan la capacidad de inversión en nuevas tecnologías, expansión y capacitación. Además, el apoyo estatal a través de políticas públicas es percibido como insuficiente, con pocos incentivos que promuevan la innovación, el desarrollo de infraestructura o la capacitación de los trabajadores.

Los Tratados de Libre Comercio (TLC) han abierto las fronteras para la importación de productos textiles de bajo costo, lo que ha afectado a las empresas locales. Si bien los TLC también ofrecen oportunidades de exportación, muchas hilanderías peruanas no están preparadas para aprovechar estos acuerdos debido a las barreras estructurales internas.

El sector textil, incluyendo el área de hilandería, sufre de una alta tasa de informalidad laboral. Los trabajadores en situación informal no tienen acceso a beneficios laborales, lo que genera problemas de estabilidad laboral y baja motivación. Además, la baja productividad general del sector se debe a la falta de capacitación y condiciones de trabajo poco adecuadas.

Las empresas hilanderas en Perú enfrentan desafíos crecientes relacionados con la sostenibilidad. La presión por cumplir con normas medioambientales internacionales es cada vez mayor. La industria textil es una de las más contaminantes, especialmente en términos de uso de agua y generación de residuos, lo que obliga a las empresas a adaptar sus procesos de producción a estándares más sostenibles, algo que no todas pueden permitirse.

La realidad problemática de las empresas hilanderas en Perú está marcada por la competencia desleal, altos costos de producción, falta de innovación y apoyo gubernamental, entre otros factores. Sin embargo, la industria tiene un gran potencial si se logran superar estos desafíos, especialmente debido a la calidad de las fibras peruanas, como el algodón pima y la lana de alpaca, que son altamente valoradas en los mercados internacionales. Para mejorar su situación, las empresas deben

centrarse en la innovación, la capacitación, la sostenibilidad y la diversificación de sus productos.

ESCENARIO CHINA La industria textil y de hilandería en China enfrenta varios desafíos y problemas, a pesar de ser un actor clave en el mercado mundial. Algunos de los problemas más importantes que enfrentan las empresas textiles en China son los siguientes:

Mano de obra: Aunque China ha sido conocida por su mano de obra barata, los costos laborales han ido aumentando en los últimos años. El aumento de los salarios ha llevado a un aumento en los costos de producción.

Materias primas: Los precios del algodón y otras fibras naturales han sido volátiles. China ha sido uno de los mayores importadores de algodón, y cualquier cambio en los precios internacionales afecta directamente a las hilanderías.

Energía: Los costos de la energía son altos en muchas regiones industriales, y las regulaciones ambientales han impuesto nuevas exigencias que elevan estos costos.

La sobreproducción en el sector textil global ha generado una competencia feroz en los precios, lo que reduce los márgenes de ganancia para las empresas chinas.

Las empresas que no han adoptado tecnologías avanzadas como la automatización y la digitalización están quedando atrás. La modernización de las fábricas requiere inversiones significativas, pero no todas las hilanderías tienen la capacidad financiera para hacerlo.

La falta de adopción de nuevas tecnologías limita la eficiencia y competitividad de las fábricas chinas en el mercado global.

El cambio hacia la moda rápida y la sostenibilidad ha obligado a las hilanderías a adaptarse a nuevas tendencias. Los consumidores, especialmente en mercados desarrollados, están exigiendo productos más ecológicos, lo que afecta las cadenas de suministro.

La creciente demanda de textiles sintéticos y reciclados está desplazando el uso del algodón y otros materiales tradicionales en algunas aplicaciones, lo que afecta a las hilanderías que dependen de estas fibras.

En resumen, las empresas textiles hilanderas en China enfrentan una combinación de desafíos relacionados con los costos crecientes, la competencia global, las regulaciones ambientales, las transformaciones tecnológicas y los cambios en la demanda. La industria está en un punto de inflexión y requiere adaptarse rápidamente a las nuevas realidades para sobrevivir y prosperar.

ESCENARIO INDIA Las empresas textiles y de hilandería en la India enfrentan una serie de problemas que afectan su competitividad y sostenibilidad en el mercado. A continuación, se detallan algunos de los desafíos clave que atraviesa este sector:

La industria de hilandería en la India depende en gran medida del algodón, y las fluctuaciones en el precio de esta materia prima afectan considerablemente la rentabilidad de las empresas. Los cambios en los precios internacionales y nacionales del algodón, junto con políticas gubernamentales relacionadas con las exportaciones e importaciones de algodón, crean incertidumbre.

A pesar de ser uno de los mayores productores de textiles, la industria de hilandería de la India enfrenta fuerte competencia de países como China, Vietnam y Bangladesh, que han mejorado su eficiencia productiva, infraestructura y han adoptado tecnologías avanzadas. Además, la competitividad de estos países se ve reforzada por costos laborales más bajos y economías de escala.

Muchas de las empresas de hilandería en India aún operan con maquinaria antigua o tecnologías menos eficientes, lo que reduce la productividad y aumenta los costos operativos. A pesar de los esfuerzos del gobierno para modernizar el sector, la adopción de tecnología avanzada sigue siendo un desafío debido a los altos costos iniciales y a la falta de acceso a financiamiento adecuado.

Los acuerdos comerciales internacionales y las políticas arancelarias también juegan un papel importante en la situación de las empresas hilanderas en India. Cambios en las relaciones comerciales, como los aranceles impuestos por otros países o la renegociación de acuerdos de libre comercio, pueden afectar el acceso a mercados clave y las exportaciones.

En resumen, las empresas de hilandería en India enfrentan una combinación de desafíos económicos, ambientales y tecnológicos. La modernización tecnológica, la mejora de la infraestructura y la adopción de prácticas sostenibles son cruciales para que estas empresas sigan siendo competitivas tanto en el mercado local como en el internacional.

ESCENARIO TURQUÍA Las empresas textiles, incluidas las hilanderías en Turquía, enfrentan varias realidades problemáticas que afectan su competitividad y sostenibilidad. Aquí algunos de los desafíos más importantes:

El sector textil en Turquía ha sufrido un aumento en los costos de energía, particularmente electricidad y gas natural, que son esenciales para las operaciones de las hilanderías. Además, los precios del algodón, que es la principal materia prima para muchas hilanderías, han sido volátiles, afectando el margen de beneficios.

Turquía se enfrenta a una intensa competencia de países como China, India, Bangladesh y Vietnam, que tienen costos de producción más bajos. Estos países a menudo cuentan con mano de obra más barata y menores regulaciones ambientales, lo que les permite ofrecer productos textiles a precios más bajos en el mercado global. La inestabilidad económica en Turquía, con una moneda local debilitada y una inflación elevada, ha incrementado los costos de importación de maquinaria y materias primas que muchas hilanderías necesitan. Además, la situación política y las sanciones internacionales impactan negativamente en las relaciones comerciales y en la inversión extranjera.

En resumen, la industria textil y de hilandería en Turquía se enfrenta a una combinación de desafíos internos y externos que limitan su capacidad para crecer y competir globalmente. Sin embargo, con una inversión en tecnología, innovación y una gestión eficiente de recursos, algunas empresas podrían superar estas dificultades y adaptarse a las nuevas realidades del mercado.

1.2 ANTECEDENTES DEL CASO

1.2.1 Antecedentes de la organización

La Descripción de La fábrica de hilandería textil G & M está ubicada en la zona de San Juan de Lurigancho, fue fundada por Marco A. Oscoco en el año 2019. Fábrica que trata de depender lo menos posible de terceros. Esta empresa es reconocida por la calidad de sus productos, utilizando insumos de primera calidad, que van siendo reconocidos en el mercado nacional, en nuestra empresa nos dedicamos a producir mantas y ponchos con hilos en conos, al cual le damos un mejor retorcido para así tener un mejor producto por lo cual tenemos una capacidad de producción, para poder satisfacer el mercado interno. Contamos con 6 colaboradores eficientes.

Misión “Transformar hilos importados a alta calidad, contribuyendo al desarrollo de la industria textil peruana con procesos eficientes, sostenibles y socialmente responsables. Nos comprometemos a ofrecer productos innovadores que llenar las necesidades del mercado local e internacional, apoyando el crecimiento económico y mejorando la vida de nuestros colaboradores y comunidades.”

Visión “Ser una empresa líder en el sector textil en Perú, reconocida por nuestra originalidad, calidad y compromiso con la sostenibilidad. Anhela a ser pioneros en la adopción de tecnologías eco amigables, manteniendo altos estándares éticos en cada etapa de nuestra cadena productiva, y fortaleciendo nuestra posición en el mercado global como un referente de excelencia en hilandería.”

Los factores económicos que afectan a nuestra empresa son los altos pagos de impuestos y aranceles al comprar la materia prima a los proveedores a bajo indicados y a la falta de innovación tecnológica en Perú

Nuestros principales proveedores:

- Empresa: La colonial fábrica de hilos S.A:
- Empresa: Wayra S.R.L.
- Empresa: entre lanas Perú S.A.C
- Empresa: el palacio de los hilos & lanas E.I.R.L.

1.2.2 Descripción General de la Experiencia

Mi experiencia frente a la empresa G & M. consta de 6 años, como empresario y dueño, velando por la eficiencia de la productividad de mis colaboradores y así cumplir con todas las expectativas de mis clientes entregando los pedidos a tiempo. El área contable se encarga de elaborar los estados financieros, análisis de cuentas, declarar el PDT's, declaración anual, análisis de la bancarización, elaboración de facturas o boletas electrónicas.

El área de ventas se encarga de realizar la estrategia para tener más ventas, cierre de caja y promocionar por las redes digitales.

El operario es el encargado de ver todo lo relacionado al mejoramiento en el torcido de los hilos, para tener una producción eficiente y cumplir con los estándares establecidos.

5.1.4. Organigrama

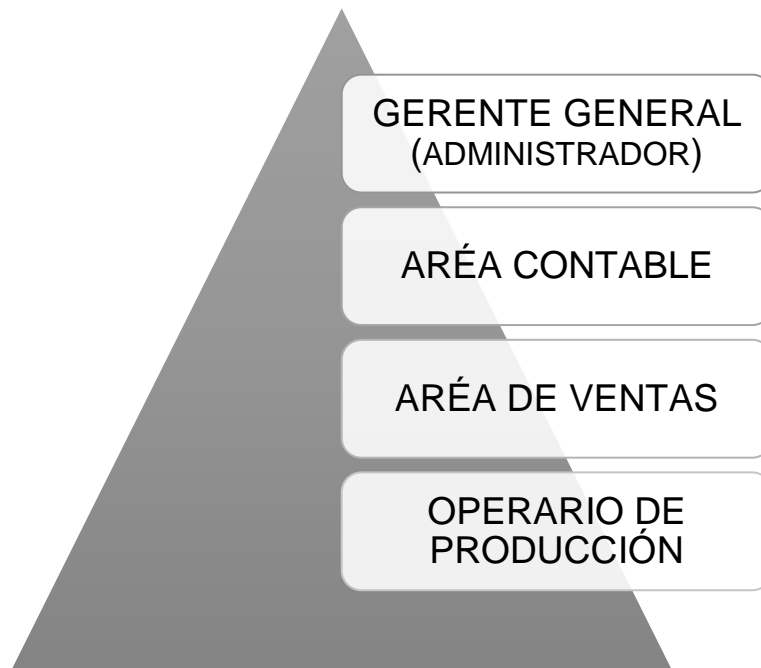


Imagen N° 1. Organigrama.

6.1. Planteamiento del Problema General

En el presente trabajo de suficiencia profesional observaremos “el Mejoramiento de la calidad del hilo importado para producción textil en el Perú”. La importación de productos textiles, especialmente el hilo chino, ha incrementado significativamente en los mercados globales. Este fenómeno ha generado diversas problemáticas, tanto para los productores nacionales como para los consumidores. En primer lugar, la calidad y las condiciones laborales asociadas con la producción de este hilo en China han suscitado preocupaciones en términos de sostenibilidad y estándares éticos

II. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes

Uno de los estudios relevantes para la estrategia de importación de hilo para la mejora hilandera en el Perú es el trabajo del Señor Anandha Kumar (2020) titulado “ESTRATEGIAS SOSTENIBLES PARA UNA HILACIÓN RENTABLE”. El objetivo de esta investigación es la industria principal que sustenta el hilado para el mercado de exportación. Por lo general, requiere una inversión masiva y empleo laboral. La conclusión es que los impactos ecológicos a lo largo de la vida de los productos textiles se ven afectados por las materias primas, su origen y la durabilidad del producto, además de los métodos de producción. En este sentido, el concepto de sostenibilidad se ha convertido en un motivo de preocupación en las hilanderías textiles.

Uno de los estudios relevantes para la estrategia de importación de hilo para la mejora hilandera en el Perú es el trabajo de Merino R. y Pazó C. (2014) titulado "PLAN ESTRATÉGICO TEXTIL EL AMAZONAS S.A. 2014-2018". El objetivo de esta investigación es mejorar la gestión estratégica, administrativa y financiera de las respectivas gerencias. Utilizando una metodología cuantitativa basada en análisis de recursos y capacidades, los autores concluyeron que la exploración de nuevas oportunidades, nuevos clientes y nuevas formas de operar implican un alto grado de eficiencia, el cual es determinante para la obtención de los resultados esperados. Asimismo, la recomendación es la estandarización de los procesos organizacionales a través de herramientas formales, así como una continua evolución del modelo organizacional de la compañía permitirán asegurar el cumplimiento de las iniciativas planteadas.

Uno de los estudios relevantes para la estrategia de importación de hilo para la mejora hilandera en el Perú es el trabajo de Florián C. Odar R. (2015) titulado “Estrategias de marketing global aplicadas al sector textil peruano para potenciar su nivel de internacionalización” el objetivo de esta investigación es Realizar un análisis de los recursos y capacidades del sector textil y confecciones peruano con miras a determinar sus ventajas comparativas y competitivas, para consolidar su nivel de internacionalización en base a estrategias de Marketing Global. Utilizando una metodología transversal y longitudinal. Los autores concluyeron que se realizó el diagnóstico situacional del sector textil peruano y su tendencia en base al análisis de los años 2004 al 2014, lo que permitió proponer estrategias de Marketing Global.

Uno de los estudios relevantes para la estrategia de importación de hilo para la mejora hilandera en el Perú es el trabajo de Colque (2021) titulado PLAN DE NEGOCIO EXPORTADOR PARA LA EMPRESA “TEXTILES S.A.C.” El objetivo de esta investigación es desarrollar un plan de negocio de exportación para la empresa “Textiles S.A.C.” utilizando una metodología cuantitativa. Los autores concluyeron que Se tuvo a la vista la información pertinente para conocer los antecedentes de la empresa, concluyendo que la misma, de origen arequipeño, produce prendas de vestir elaboradas a base de fibra de alpaca, contando con 3 líneas de producción entre prendas para mujeres, prendas para hombres y accesorios de vestir; y no cuenta con un plan de exportación ni fuentes de información directa respecto a la penetración de nuevos mercados. Se evidencia además que la empresa no cuenta con personal preparado ni estructura organizacional eficiente para elaborar y gestionar procesos referidos a la exportación.

Uno de los estudios relevantes para la estrategia de importación de hilo para la mejora hilandera en el Perú es el trabajo de Fernando (2015) titulado “importación de hilo de coser de algodón desde china” el objetivo de esta investigación importar hilo de coser de algodón, para la confección de telas y demás manufacturas relacionado desde shanghai – china a quito – ecuador en el período 2014 para abastecer de forma permanente a los productores de hilo siendo el perfecto aliado de los productores de hilo de coser de algodón local en época de necesidad. Utilizando una metodología: método inductivo, método deductivo, método empírico y método histórico-lógico. Asimismo, los resultados muestran, la principal conclusión del proyecto dispone que es viable la importación de hilo de coser de algodón desde China, ya que el mencionado país es el principal exportador mundial de hilo de coser de algodón y establece las condiciones necesarias para completar el proceso de importación con éxito.

2.2. Marco Conceptual

El hilado: tiene por objeto unir las fibras individuales para formarlas en posición casi paralela, eliminar motas e impurezas y producir por último una capa de fibras perfectamente uniforme, hasta que cada fibra queda tan suelta que puede recuperar su forma más natural (rizado, etc.), pero sin perder proximidad de las fibras entre sí de forma que se mantiene.

Después del cardado la materia prima está completamente limpia y en la forma física adecuada para pasar a la planta de hilatura y entrar en el proceso de retorcido.

El torcido sirve para mantener las fibras unidas con fricción creadas por la torsión, determinan las propiedades de resistencia y elongación del hilo.

2.2.1. Teoría de la Ventaja Comparativa:

Esta teoría, propuesta por David Ricardo, sostiene que los países deben especializarse en producir bienes y servicios en los que tienen una ventaja comparativa, es decir, donde los costos de producción son menores en comparación con otros países. En este caso, China tiene una ventaja comparativa en la producción de hilo, ya sea por costos más bajos, alta eficiencia productiva, o tecnología avanzada.

En resumen, la importación de hilo chino se justificaría si Perú no tiene una ventaja comparativa en la producción de hilo de alta calidad o a bajo costo. Al importar de China, las empresas peruanas pueden beneficiarse de productos de mejor calidad y costos más competitivos, lo que mejora la eficiencia de la industria hilandera local.

2.2.2. Modelos Aplicable

Modelo de Gestión de la Calidad ISO 9001: Este estándar internacional proporciona un marco para la gestión de calidad que puede ser aplicado a la importación de hilos.

Modelo de Análisis de la Cadena de Valor: Este modelo permite analizar las actividades que crean valor en la cadena de suministro, desde la producción hasta la entrega del producto final. Puede ayudar a identificar áreas de mejora en la calidad de los hilos importados.

Modelo de Benchmarking: Este modelo implica comparar los procesos y productos con los mejores estándares de la industria. Puede ayudar a identificar mejores prácticas y áreas de mejora en la calidad de los hilos importados.

Estos modelos ayudan a asegurar que los productos cumplan con los requisitos de calidad y a mejorar continuamente los procesos.

2.2.3. Dimensiones del Estudio:

Componentes que se consideran en la investigación:

Al analizar una importación de hilo chino al Perú con el objetivo de mejorar la calidad de sus productos, es fundamental considerar una serie de dimensiones que permitan identificar las áreas de oportunidad y establecer estrategias efectivas.

Cadena de suministros:

Evaluación de calidad de los hilos chinos producidos por diferentes fabricantes.

Certificaciones de calidad y cumplimiento de estándares internacionales.

Capacidad de producción y cumplimiento de plazos de entrega.

Proceso de Importación:

Documentación requerida para la importación de hilos.

Normativas técnicas y sanitarias aplicables en Perú.

Logística y transporte: optimización de rutas y tiempos de entrega.

Costos asociados a la importación y almacenamiento.

Análisis de la Demanda:

Identificación de los principales sectores consumidores de hilo en Perú (textil, confección, etc.).

Análisis de las tendencias del mercado y las preferencias de los consumidores.

Evaluación de la competencia y el posicionamiento de los productos importados.

III. METODOLOGIA

3.1. Descripción de la Metodología

En el siguiente estudio de investigación, veremos la metodología cualitativa y cuantitativa para ver las percepciones, experiencias y opiniones de las personas claves que se involucran en la importación de hilo chino al Perú.

Por análisis de casos y encuestas.

Nuestro estudio de investigación será Explorativa para ver las oportunidades, desafíos y efectos de la importación de hilo chino al Perú

Dado el crecimiento de la industria textil en Perú, resulta crucial entender las dinámicas que influyen la importación de insumos claves, como el hilo. El mercado chino ha demostrado ser uno de los más competitivos en términos de precios y volumen, pero también enfrenta barreras arancelarias y posibles implicancias en la producción local.

En la investigación se debe enfocar en entender los siguientes aspectos:

Oferta y demanda de hilo chino en el mercado peruano:

Situación del mercado textil en Perú: producción local y necesidades de importación.

Comparación de calidad entre el hilo nacional y el importado.

Competitividad del hilo chino:

Ventajas comparativas de los hilos chinos en términos de precio y acceso a mercados.

Análisis de costos logísticos (fletes, aranceles, tiempos de entrega, etc.).

Identificación de proveedores chinos y sus características.

Marco regulatorio y acuerdos comerciales:

Normativas aduaneras y políticas arancelarias entre Perú y China.

Impacto de tratados de libre comercio y preferencias arancelarias.

Restricciones o normas técnicas aplicables a los hilos importados (normativas de calidad, certificados de origen, etc.).

Diseño de Investigación:

Identificar los estudios previos, modelos teóricos y mejores prácticas relacionadas con la importación de hilos y la mejora de calidad.

Comprender el mercado actual de hilos chinos, identificar competidores, y analizar tendencias

Desarrollar estrategias para la importación y mejora de la calidad de hilos chinos.

Ejecutar las estrategias definidas en el plan de negocios.

Monitorear y evaluar el desempeño del plan de negocios y realizar ajustes necesarios.

3.2. Métodos de Recolección de Datos

En nuestro trabajo de investigación usaremos herramientas que nos permite obtener datos e información para nuestros procesos de investigación

Instrumentos:

Usar una encuesta en nuestro plan de negocios de importación de hilo chino nos permitirá obtener información directa y precisa de nuestros consumidores y clientes potenciales. Esta encuesta nos ayudará a entender las necesidades, preferencias y expectativas, permitiéndonos tomar decisiones informadas y alineadas con el mercado.

Además, los datos recopilados nos proporcionarán una base sólida para desarrollar estrategias efectivas y tener datos valiosos que respaldarán nuestras decisiones comerciales.

Procedimientos:

Diseñar preguntas claras y concisas.

Definir la población y seleccionar una muestra representativa para la recolección de datos.

Determinar el tamaño de la muestra adecuado para asegurar la representatividad.

Procesar y analizar los datos recopilados para obtener información significativa.

Asegurar la validez y fiabilidad de la información recolectada.

Análisis de Datos:

Métodos empleados para procesar e interpretar la información obtenida.

3.3. Aspectos Éticos:

La presente investigación se realizará tomando en cuenta los siguientes principios éticos:

Principio de Autonomía, se cumplirá garantizando que los egresados antes de responder el cuestionario brinden su consentimiento firmado para participar voluntariamente de la investigación (Berti, 2015).

Principio de beneficencia, será considerado en el estudio con el fin de realizar acciones en favor de los evaluados, preservando su bienestar en todo momento (Siruana, 2010).

Principio de no maleficencia, se basará en garantizar que los instrumentos de medición no sean invasivos con el empleo del cuestionario, y así no causar dolor físico o mental a los evaluados del estudio (Gómez, 2009).

Principio de justicia, se cumplirá con el objeto de tratar a todos los participantes por igual, sin discriminarlos por su género, religión, nivel educativo, cultura; además, de mantener la confidencialidad de los datos que proporcionen (Morales, et.al., 2011).

Consentimiento Informado: Asegurar la participación voluntaria y consciente de los sujetos de estudio.

Confidencialidad: Protección de la información personal y sensible.

Integridad de la Investigación: Garantizar la honestidad y transparencia en el proceso investigativo.

IV. RESULTADOS

4.1. Presentación de Datos Cuantitativos y Cualitativos Exposición de los hallazgos obtenidos a partir de la recopilación de datos.

Tabla 1. Distribución de frecuencias según nivel del cómo se evalúa la calidad del hilo chino.

Nivel de conocimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
EXCELENTE	7	16.30%	16.30%
BUENO	12	27.90%	27.90%
REGULAR	15	34.90%	34.90%
MALO	9	20.90%	20.90%
Total	43	100,0%	100,0%

En la tabla 1 se procede a mencionar los hallazgos encontrados

De la encuesta aplicada a los clientes (compradores) sobre la calidad del hilo chino en el Perú considera que el 16,3% es excelente y el 27,9% es bueno y el 34,9% es regular y un 20,9% es malo. Este resultado nos da que la calidad del hilo chino considerado por nuestros clientes es regular.

Tabla 2. Nivel de conocimiento del cómo se evalúa el control de calidad realizado a los hilos chinos durante el proceso de importación.

Nivel de conocimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
EXCELENTE	9	22.70%	22.70%
BUENO	18	40.90%	40.90%
REGULAR	15	34.10%	34.10%
MALO	1	2.30%	2.30%
Total	43	100.00%	100,0%

En la tabla 2 se procede a mencionar los hallazgos encontrados:

De la encuesta aplicada a los clientes (compradores) Cómo evalúa el control de calidad realizado a los hilos chinos durante el proceso de importación en el Perú considera que el 22,7% es excelente y el 40.9% es bueno y el 34.1% es regular y un 0.00% es malo. Este resultado nos da que la calidad del hilo chino considerado por nuestros clientes es buena

Tabla 3. Distribución de frecuencias según nivel que considera que los procesos de distribución en las fábricas peruanas cumplen con los estándares de calidad internacional.

Nivel de conocimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
EXCELENTE	11	25.60%	25.60%
BUENO	16	37.20%	37.20%
REGULAR	16	37.20%	37.20%
MALO	0	0.00%	0.00%
Total	43	100,0%	100,0%

En la tabla 3: se procede a mencionar los hallazgos encontrados:

De la encuesta aplicada a los clientes (compradores) Considera que los procesos de producción en las fábricas peruanas cumplen con los estándares de calidad internacionales, considera que el 25.6% es excelente y el 37.2% es bueno y el 37.2% es regular y un 0.00% es malo. Este resultado nos da que la calidad del hilo chino considerado por nuestros clientes es excelente.

Tabla 4. Nivel del que cree que existen barreras arancelarias o no arancelarias que dificultan la importación del hilo chino al Perú.

Nivel de conocimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
EXCELENTE	8	18.60%	18.60%
BUENO	10	23.30%	23.30%
REGULAR	18	41.90%	41.90%
MALO	7	16.30%	16.30%
Total	43	100,0%	100,0%

En la tabla 4 se procede a mencionar los hallazgos encontrados:

De la encuesta aplicada a los clientes (compradores) Cree que existen barreras arancelarias o no arancelarias que dificultan la importación de hilo chino de alta calidad, considera que el 18.6% es excelente y el 23.3% es bueno y el 41.9% es regular y un 16.3% es malo. Este resultado nos da que la calidad del hilo chino considerado por nuestros clientes es regular.

Tabla 5. En qué medida cree que la trazabilidad del hilo chino desde su origen en China hasta su llegada al consumidor final es efectiva.

Nivel de conocimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
EXCELENTE	11	25.60%	25.60%
BUENO	16	37.20%	37.20%
REGULAR	16	37.20%	37.20%
MALO	0	0.00%	0.00%
Total	43	100,0%	100,0%

En la tabla 5 se procede a mencionar los hallazgos encontrados:

De la encuesta aplicada a los clientes (compradores) En qué medida cree que la trazabilidad del hilo chino desde su origen en China hasta su llegada al consumidor final es efectiva, considera que el 25.6% es excelente y el 37.2% es bueno y el 37.2% es regular y un 0.00% es malo. Este resultado nos da que la calidad del hilo chino considerado por nuestros clientes es regular.

Tabla 6. Según nivel de plan de estrategia en qué medida cree que el hilo chino producido y mejorado en Perú cumple con las expectativas de calidad de los consumidores peruanos.

Nivel de conocimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
EXCELENTE	14	32.60%	32.60%
BUENO	21	48.80%	48.80%
REGULAR	7	16.30%	16.30%
MALO	1	2.30%	2.30%
Total	43	100,0%	100,0%

En la tabla 6 se procede a mencionar los hallazgos encontrados:

De la encuesta aplicada a los clientes (compradores) En qué medida cree que el hilo chino producido y mejorado en Perú cumple con las expectativas de calidad de los consumidores peruanos, considera que el 32.6% es excelente y el 48.8% es bueno y el 16.3% es regular y un 2.3% es malo. Este resultado nos da que la calidad del hilo chino considerado por nuestros clientes es buena.

Tabla 7. Niveles que se considera que los procedimientos de mejora del hilo chino son eficientes y de calidad.

Nivel de conocimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
EXCELENTE	20	46.50%	46.50%
BUENO	17	39.50%	39.50%
REGULAR	6	14.00%	14.00%
MALO	0	0.00%	0.00%
Total	43	100,0%	100,0%

En la tabla 7 se procede a mencionar los hallazgos encontrados:

De la encuesta aplicada a los clientes (compradores) Considera que los procedimientos de mejora del hilo chino son eficientes y de calidad, considera que el 46.5% es excelente y el 39.5% es bueno y el 14% es regular y un 0.00% es malo. Este resultado nos da que la calidad del hilo chino considerado por nuestros clientes es excelente.

Tabla 8. Nivel de frecuencia que considera que el precio del hilo chino mejorado en Perú es competitivo en comparación con otras opciones del mercado.

Nivel de conocimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
EXCELENTE	23	53.50%	53.50%
BUENO	17	39.50%	39.50%
REGULAR	3	7.00%	7.00%
MALO	0	0.00%	0.00%
Total	43	100,0%	100,0%

En la tabla 8 se procede a mencionar los hallazgos encontrados:

De la encuesta aplicada a los clientes (compradores) Considera que el precio del hilo chino mejorado en Perú es competitivo en comparación con otras opciones del mercado, considera que el 53.5% es excelente y el 39.5% es bueno y el 7% es regular y un 0.00% es malo. Este resultado nos da que la calidad del hilo chino considerado por nuestros clientes es excelente.

Tabla 9. En la mejora del hilo que aspectos de la calidad del hilo chino considera más importantes los consumidores peruanos.

Nivel de conocimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
EXCELENTE	17	39.50%	39.50%
BUENO	21	48.80%	48.80%
REGULAR	3	7.00%	7.00%
MALO	2	4.70%	4.70%
Total	43	100,0%	100,0%

En la tabla 9 se procede a mencionar los hallazgos encontrados:

De la encuesta aplicada a los clientes (compradores) Qué aspectos de la calidad del hilo chino considera más importantes los consumidores peruanos, considera que el 39.5% es excelente y el 48.8% es bueno y el 7% es regular y un 4.7% es malo. Este resultado nos da que la calidad del hilo chino considerado por nuestros clientes es buena.

Tabla 10. Niveles que se recomendaría el hilo chino producido y mejorado en Perú a otros consumidores.

Nivel de conocimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
EXCELENTE	24	55.80%	55.80%
BUENO	14	32.60%	32.60%
REGULAR	4	9.30%	9.30%
MALO	1	2.30%	2.30%
Total	43	100,0%	100,0%

En la tabla 10 se procede a mencionar los hallazgos encontrados:

Los clientes recomendarían el hilo chino producido y mejorado en Perú a otros consumidores, ellos consideran que el 55.8% es excelente y el 32.6% es bueno y el 9.3% es regular y un 2.3% es malo. Este resultado nos da que la calidad del hilo chino considerado por nuestros clientes es excelente.

V. CONCLUSIONES

Las conclusiones de la encuesta destacan que los hilos chinos presentan una calidad moderada, lo que puede influir en la preferencia por productos importados frente a los mejorados localmente. Por otro lado, los clientes valoran positivamente los hilos nacionales mejorados debido a su eficiencia y calidad, reflejando que los procesos de producción locales cumplen con estándares internacionales y generan confianza en los consumidores.

Se concluye que se identificaron zonas de mejora en la cadena de suministro, lo que abre oportunidades para fortalecer la percepción y posicionamiento de los productos locales. En general, la preferencia por productos de calidad resalta la importancia de mantener altos estándares para captar la aceptación en el mercado local.

Por parte de los clientes hay una aceptación del hilo mejorado que tienen una eficiencia y calidad, mostrando que los clientes valoran los procesos de mejora aplicados al hilo. Esto representa una ventaja competitiva para los productores nacionales y un desafío para los importadores.

Al comparar estos hallazgos con estudios previos, se observa una tendencia similar en cuanto a las percepciones de los consumidores sobre los productos chinos, especialmente en la importancia de la mejora local para incrementar su aceptación. Sin embargo, las barreras comerciales y la trazabilidad del producto continúan siendo áreas de oportunidad para mejorar la competitividad del hilo chino en el mercado peruano.

Los hallazgos sugieren que la empresa puede consolidar su posición en el mercado a través de una mejora continua en la producción y optimización de los procesos de calidad, así como en el fortalecimiento de la trazabilidad. Además, la percepción de precios competitivos es favorable para posicionar al hilo chino mejorado como una opción preferida.

VI. RECOMENDACIONES

Implementar tecnologías avanzadas para trazabilidad, Desarrollar mecanismos que permitan rastrear el hilo chino desde su principio hasta el consumidor final, incrementar la transparencia y confianza en la calidad y autenticidad del producto.

Reforzar los controles de calidad, introducir certificaciones de calidad reconocidas internacionalmente y controles adicionales durante el proceso de importación para fortalecer la percepción de fiabilidad del producto en el mercado.

Reducir costos de importación, Evaluar y abordar barreras arancelarias y no arancelarias, buscando acuerdos con proveedores o alianzas estratégicas que agilicen los procesos y disminuyan costos, mejorando la competitividad.

Fortalecer la percepción de calidad local, promover activamente el valor agregado de los procesos de mejora realizados en Perú mediante campañas de marketing enfocadas en destacar los altos estándares de calidad alcanzados y la competitividad del producto.

Continuar promoviendo el valor agregado de los procesos de mejora en Perú, destacando que el hilo chino mejorado en el país cumple con altos estándares de calidad. Esto ayudará a afianzar la percepción positiva de los clientes y podría facilitar la expansión en otros mercados locales.

Crear canales efectivos y continuos para obtener retroalimentación de los clientes, lo cual permitirá realizar ajustes basados en las necesidades y

preferencias cambiantes del mercado. Esto ayudará a sostener una percepción de calidad positiva a largo plazo.

VII. SOLUCIÓN OFRECIDA

La solución propuesta busca implementar una estrategia integral de importación de hilo que aborde las carencias en la calidad y costos de producción de la industria hilandera en Perú. Al optimizar los procesos de selección y evaluación de proveedores en países como China e India, se busca asegurar la llegada de un producto de alta calidad que pueda competir en el mercado local. Además, se implementará un control de calidad más riguroso desde el origen del hilo hasta su llegada al consumidor final, lo que ayudará a satisfacer las necesidades del sector textil peruano, mejorando su competitividad frente a productos importados y locales.

Análisis y Estrategia de Negocio

Segmento de mercado objetivo: El público objetivo incluye empresas del sector textil en Perú que requieren hilo de alta calidad para la producción de prendas de vestir y otros productos. Este segmento abarca tanto a grandes fábricas como a productores pequeños y medianos que buscan mejorar la calidad de sus productos y reducir costos al mismo tiempo.

Modelo de ingresos: El modelo de ingresos se basará en la venta de hilo importado de calidad a precios competitivos. Se explorarán alianzas estratégicas con empresas locales para ofrecer el hilo a precios preferenciales, generando una fuente recurrente de ingresos. Además, se considerará la posibilidad de ofrecer servicios de consultoría para la mejora de procesos de hilandería a otros productores.

Estrategia de marketing y ventas: Para atraer y retener clientes, se implementarán estrategias de marketing centradas en la comunicación de los beneficios de utilizar hilo importado de calidad. Esto incluirá campañas en redes sociales, ferias industriales y eventos de networking. Se desarrollarán relaciones con clientes a través de promociones y programas de fidelización, ofreciendo ventajas a aquellos que practiquen pedidos regulares.

Operaciones: La ejecución de la solución requerirá establecer un sistema de selección de proveedores confiables en los países de origen, junto con un proceso claro de control de calidad a lo largo de la cadena de suministro. Se establecerán procedimientos de evaluación para garantizar que el hilo cumpla con los estándares necesarios antes de ser introducido en el mercado peruano. Además, se establecerán canales de comunicación con proveedores para resolver problemas de manera rápida y eficiente.

Plan Financiero y Cronograma

Proyecciones financieras: Las estimaciones iniciales sugieren un incremento en los ingresos del 30% en el primer año, debido a la optimización en la calidad del producto y competitividad de precios. Los costos de operación se verán afectados por las inversiones en logística y acuerdos de importación, pero se espera que los márgenes de ganancia se mantengan saludables al captar nuevos clientes que valoren la calidad.

Plan Financiero.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ingresos Estimados	65,000.00	84,500.00	122,525.00	196,040.00
Crecimiento Ingresos (%)	30%	45%	60%	40%
Costos de Operación	28,500.00	35,000.00	42,000.00	55,000.00
Inversiones en Logística	5,000.00	5,000.00	8,500.00	11,000.00
Gastos de Importación	3,500.00	3,800.00	4,500.00	5,000.00
Margen de Ganancia Bruto	28,000.00	40,700.00	67,525.00	125,040.00
Margen de Ganancia (%)	43%	48%	55%	64%

Plan de implementación: El cronograma incluirá las siguientes fases:

PLAN DE IMPLEMENTACIÓN					
MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Investigación y selección de proveedores en China e India.		Establecimiento de protocolos de control de calidad y firma de acuerdos de importación.	Despliegue de campañas de marketing y venta al por mayor del producto importado		Revisión de los resultados obtenidos y ajustes en las estrategias según el feedback del mercado.
Xinfeng Group		Normas Técnicas Peruanas (NTP): INACAL establece estándares que los productos textiles deben cumplir, como resistencia, composición y teñido.	Una campaña de marketing y ventas al por mayor exitosa para hilos debe enfocarse en resaltar la calidad, la competitividad en precio, y la capacidad de entrega confiable. Aprovechar herramientas de marketing digital como el tik tok,		Volumen de ventas: Evalúa si el volumen de ventas está alineado con las expectativas. Si las ventas son menores a lo esperado, puede que necesites ajustar los precios, las promociones o la segmentación de clientes.
Ubicación: Zhejiang, China.					
Descripción: Uno de los mayores productores de hilos de algodón y poliéster en China. Su capacidad de producción es muy alta y sus					
		Inspecciones previas al embarque: Revisiones realizadas			Tamaño promedio de los pedidos: ¿Están los clientes

productos se exportan globalmente.	en China para verificar calidad durante y después de la producción, incluyendo pruebas en laboratorios.	instagram, Facebook, whatsapp business, etc. participar en ferias artesanales, radio y establecer relaciones comerciales sólidas con clientes mayoristas y	comprando en grandes volúmenes como se esperaba? Si no, puedes ofrecer descuentos adicionales por volumen o incentivos para fomentar pedidos mayores.
Productos: Hilos de algodón, hilos de poliéster y hilos de mezcla.		distribuidores son estrategias clave para aumentar las ventas y posicionar tu producto de forma efectiva en el mercado.	Tasa de conversión: La tasa de conversión mide el porcentaje de visitantes o prospectos que se convierten en compradores. Si esta tasa es baja, podría ser un indicador de que la propuesta de valor o la oferta no está resonando con el público objetivo.
Shandong Ruyi Technology Group	Regulaciones Aduaneras y Certificados de Conformidad:		Encuestas de satisfacción:
Ubicación: Shandong, China.	SUNAT exige documentos como certificados de origen y declaraciones de importación para asegurar cumplimiento legal		Recoge retroalimentación directa de tus clientes a través de encuestas post-compra o entrevistas. Pregunta sobre la calidad del hilo, los tiempos de
Descripción: Gran grupo textil con un enfoque en la producción de hilos y tejidos de alta calidad.	Análisis en Perú: Se realizan controles locales para validar características técnicas y garantizar calidad adecuada para el mercado		
Productos: Hilos de algodón, hilos de mezcla, hilos de poliéster, entre otros.			

	Eliminación Arancelaria: El TLC establece un sistema de desgravación arancelaria		entrega, la atención al cliente, y si cumplen con sus expectativas.
Vardhman Textiles Ltd.	progresiva que varía según los productos. Para algunos productos, la eliminación es inmediata, mientras que otros tienen plazos de 5, 10, o hasta 17 años. Esto fomenta la competitividad en el comercio bilateral.		Reclamaciones y devoluciones: Analiza si hay un aumento en las devoluciones de productos o quejas relacionadas con la calidad del hilo, el tiempo de entrega o la exactitud de los pedidos. Esto puede indicar problemas con la cadena de suministro o con la calidad del producto.
Ubicación: Punjab, India.			
Descripción: Uno de los mayores productores de hilos en India, con una amplia gama de productos textiles, incluyendo hilos de algodón, poliéster y mezclas.			
Productos: Hilos de algodón, hilos de poliéster, hilos de alta tenacidad.	Facilitación del Comercio: Se han implementado medidas para simplificar trámites aduaneros, reducir cargas administrativas y garantizar que los costos asociados correspondan al servicio prestado, evitando proteccionismos ocultos.		Testimonios de clientes: Recoge testimonios para entender qué les gusta a los clientes y qué áreas requieren mejora. Las opiniones sobre la consistencia del color, la textura, o la resistencia del hilo pueden guiar ajustes en la oferta
Shree Vardhman Overseas Ltd.			

Ubicación: Haryana, India.		Reglas de Origen: Para que los productos se beneficien de las preferencias arancelarias, deben cumplir con requisitos específicos que aseguren su origen en las partes firmantes.		Después de implementar los ajustes, es importante seguir monitoreando de cerca los resultados. Utiliza las métricas de ventas, las encuestas de satisfacción y el feedback de los clientes de forma continua para asegurarte de que las mejoras están dando resultados positivos y ajusta nuevamente si es necesario.
Descripción: Productores de hilos de algodón y poliéster, con presencia en mercados internacionales.				
Productos: Hilos de algodón, hilos de poliéster, hilos mezclados.		Defensa Comercial: El acuerdo incluye cláusulas para abordar posibles subsidios o prácticas desleales que puedan distorsionar el comercio.		

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Berti, B. (2015). *Los principios de la Bioética*. Prudentia Iuris, 79: 269-280.
Encontrado: <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r34847.pdf>
- Gómez, P. I. (2009). Principios básicos de bioética. *Revista Peruana de Ginecología y Obstetricia*, 55(4): 1-12. Encontrado: <https://www.redalyc.org/pdf/3234/323428194003.pdf>
- Siruana, J. C. (2010). *Los principios de la bioética y el surgimiento de una bioética intercultural*. Veritas, 22: 121-157. Encontrado: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/veritas/n22/art06.pdf>
- Gereffi, G., & Frederick, S. (2010). The Global Apparel Value Chain, Trade, and the Crisis: Challenges and Opportunities for Developing Countries. World Bank.
- Xu, L., & Lu, J. (2022). *China's Textile Industry: Challenges and the Future*. International Journal of Industrial Organization.
- China Cotton Association. (Accesible en publicaciones relacionadas con el algodón y textiles en China).
- Ministry of Textiles, Government of India. Annual Report 2022-2023.
(Ofrece un análisis detallado de las políticas y desafíos en la industria textil india).
- Rajesh, R., & Dhanalakshmi, R. (2020). Challenges in the Indian Cotton and Textile Industry. *Journal of Textile and Apparel*.
- Singh, N. (2021). Technological Advancement in Indian Textile Industry: Issues and Opportunities. *Indian Journal of Economics*.
- Turkish Statistical Institute. Textile Industry Reports.
(Ofrece estadísticas y análisis sobre el impacto económico y comercial de la industria textil en Turquía).
- Kilic, S., & Pinar, M. (2019). Environmental and Economic Impacts of Turkish Textile Exports. *Journal of Business and Economic Policy*.
- European Bank for Reconstruction and Development (EBRD). Turkey's Textile Industry: Challenges and Opportunities
- Asociación Nacional de Industriales Textiles (ANITEX). Informe Anual 2023.
(Proporciona datos y análisis específicos de la industria textil en Perú).
- Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI). (2020). Oportunidades y Desafíos del Sector Textil Peruano.

- López, M. (2021). Competitividad y Sostenibilidad en la Industria Textil Peruana. Revista de Economía y Negocios Internacionales.
- OECD (Organization for Economic Co-operation and Development). Global Value Chains in the Textile Industry.
- UNIDO (United Nations Industrial Development Organization). Industrial Development Report 2022-2023.
- World Trade Organization (WTO). Textile and Apparel Global Trade Statistics.
- Anandha, K. (2020). “estrategias sostenibles para una hilación rentable”. <https://textilevaluechain.in/in-depth-analysis/featured/sustainable-strategies-for-cost-effective-spinning>.
- Merino, R. Pazo, C. (2014). “plan estratégico textil el amazonas s.a.c. 2014 - 2018”. [https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3504/Merino%2C%20Erika Trabajo%20de%20investigaci%C3%B3n Maestria 2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3504/Merino%2C%20Erika%20Trabajo%20de%20investigaci%C3%B3n%20Maestria%202014.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Florian, C. Odar, R. (2015). “estrategias de marketing global aplicadas al sector textil peruano para potenciar su nivel de internacionalización”. [https://renati.sunedu.gob.pe/bitstream/renati/1271/1/Florian Castillo OR.pdf](https://renati.sunedu.gob.pe/bitstream/renati/1271/1/Florian%20Castillo%20OR.pdf).
- Fernando (2015). “Importación de hilos de coser de algodón china”. <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4696/1/UDLA-EC-TTEI-2015-17.pdf>.

ANEXOS

Anexo A: Instrumento para la recolección de datos “plan de estrategia de importación de hilo para la mejora hilandera en el Perú”

INSTRUCCIONES: Señalar con un aspa (X) la alternativa que usted crea conveniente.

CUESTIONARIO DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL HILO IMPORTADO PARA PRODUCCIÓN TEXTIL EN EL PERÚ.

I. Datos Informativos:

1. Sexo: Mujer () Varón ()
2. Edad: _____
3. Cliente (a) en: 2024 ()

II. Instrucciones:

A continuación, se presentan una serie de preguntas relacionadas con mejoramiento de la calidad del hilo importado para producción textil en el Perú, por ello se debe señalar las respuestas en base a la exploración de información realizada de la siguiente manera:

VALORES DE ESCALA			
EXCELENTE	BUENA	REGULAR	POBRE
1	2	3	4

VARIABLE: mejoramiento de la calidad del hilo importado para producción textil en el Perú		ESCALA			
		1	2	3	4
mejoramiento de la calidad del hilo importado para producción textil en el Perú	1	¿Cómo evalúa la calidad hilo chino?			
	2	¿Cómo evalúa el control de calidad realizado a los hilos chinos durante el proceso de importación?			
	3	¿Considera que los procesos de producción en las fábricas peruanas cumplen con los estándares de calidad internacionales?			
	4	¿Cree que existen barreras arancelarias o no arancelarias que dificultan la importación de hilo chino de alta calidad?			

	5	¿En qué medida cree que la trazabilidad del hilo chino desde su origen en China hasta su llegada al consumidor final es efectiva?				
	6	¿En qué medida cree que el hilo chino producido y mejorado en Perú cumple con las expectativas de calidad de los consumidores peruanos?				
	7	¿Considera que los procedimientos de mejora del hilo chino son eficientes y de calidad?				
	8	¿Considera que el precio del hilo chino mejorado en Perú es competitivo en comparación con otras opciones del mercado?				
	9	¿Qué aspectos de la calidad del hilo chino considera más importantes los consumidores peruanos?				
	10	¿Recomendaría el hilo chino producido y mejorado en Perú a otros consumidores?				

Creación propia de los autores

Gracias por tu colaboración