

Universidad Femenina del Sagrado Corazón

Facultad de Gestión Empresarial

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

GESTIÓN ESTRATEGICA COMERCIAL DEL TRATADO DE LIBRE
COMERCIO PERÚ-CHINA Y SU INFLUENCIA EN LA IMPORTACIÓN
DE PRODUCTOS TEXTILES DE CHINA A PERÚ

Tesis presentada por:
JESICA MARIA OSCCO VARGAS
CLEYDY VANESSA PARVINA MORENO

Para obtener el título profesional de
Licenciada en Administración de Negocios Internacionales

Asesor:
Santos David Vargas Guillen
Código Orcid:0000-0002-0144-3036

Lima – Perú

2021

Los miembros del jurado han aprobado el estilo y contenido de la Tesis sustentada por:

JESICA MARIA OSCCO VARGAS

CLEYDY VANESSA PARVINA MORENO

Mg. Santos David Vargas Guillén
Miembro del Jurado - Asesor



Mg. Juan Manuel Fernández Chavesta
Miembro del Jurado - Presidente

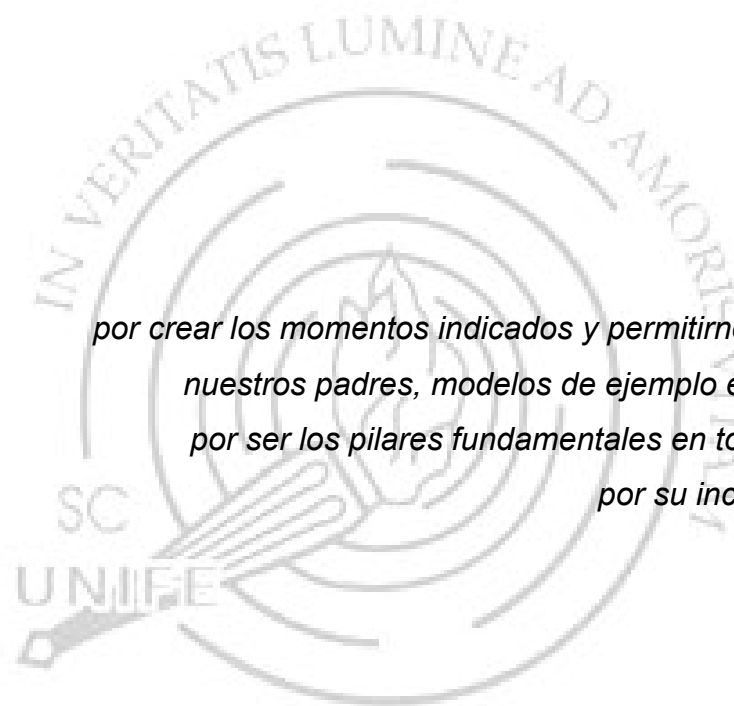


Mg. Luis Ricardo Salazar Quea
Miembro del Jurado



Dr. Juan Manuel Fernández Chavesta
Decano de la Facultad de Gestión Empresarial

DEDICATORIA



A Dios

*por crear los momentos indicados y permitirnos estar hoy aquí;
nuestros padres, modelos de ejemplo en nuestras vidas,
por ser los pilares fundamentales en todo lo que somos,
por su incondicional apoyo.*

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento al Mg. David Vargas, quien con su atinada dirección y experiencia contribuyó en la realización de la presente tesis de investigación.

A los empresarios de las empresas textiles que dedicaron su valioso tiempo para responder cada una de las preguntas de nuestra encuesta y entrevista.

A nuestra Universidad Femenina del Sagrado Corazón, por todo lo aprendido en estos cinco años de formación universitaria.

RESUMEN

Los productos textiles de nuestro país han atravesado un largo camino para posicionar sus productos en el mercado local. Sin embargo, la falta de inversión en el sector y sobre los bajos precios de los textiles importados de China, no permiten que la producción local sea competitiva. La presente tesis de investigación tiene como objetivo analizar la Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio Perú-China y su Influencia en la Importación de productos textiles de China a Perú.

Para esta investigación se ha utilizado un enfoque cuantitativo; el nivel de la misma se realizó siguiendo dos alcances, descriptivo y correlacional. Tiene un diseño no experimental, donde la población está conformada por 141 empresas textiles del segmento mediana y gran empresa del Emporio Comercial de Gamarra y se aplicó un muestreo probabilístico a 33 empresas.

Entre los principales resultados encontrados en esta investigación fue la desfavorable estructura arancelaria y escaso conocimiento de las personas que negociaron este TLC, así como las principales variables que reflejan la diferencia comercial del aprovechamiento que tiene Perú y China del Tratado de Libre Comercio (TLC).

Palabra Clave: Tratado de Libre Comercio, TLC, estructura arancelaria, gestión estratégica.

ABSTRACT

The textile products of our country have gone a long way to position their products in the local market. However, the lack of investment in the sector and the low prices of imported textiles from China, do not allow local production to be competitive. The present research thesis aims to analyze the Strategic Trade Management of the Peru-China Free Trade Agreement and its Influence on the Importation of textile products from China to Peru.

A quantitative approach has been used for this research; its level was carried out following two scopes, descriptive and correlational. It has a non-experimental design, where the population is made up of 141 textile companies from the medium and large segment of the Gamarra Commercial Emporium and a probability sampling was applied to 33 companies.

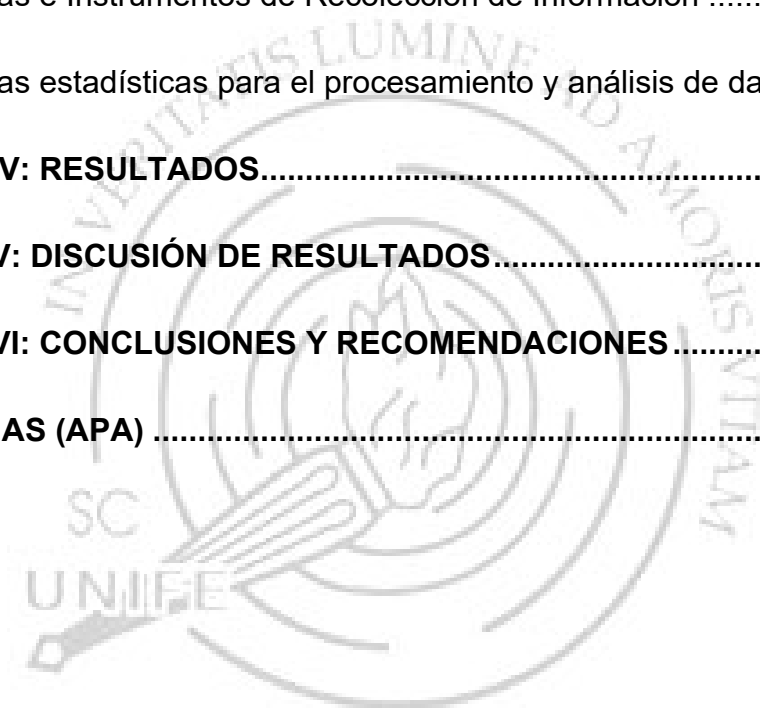
Among the main results found in this research was the unfavorable tariff structure and little knowledge of the people who negotiated this FTA, as well as the main variables that reflect the commercial difference in the use that Peru and China have of the Free Trade Agreement (FTA).

Key Word: Free Trade Agreement, FTA, tariff structure, strategic management.

ÍNDICE

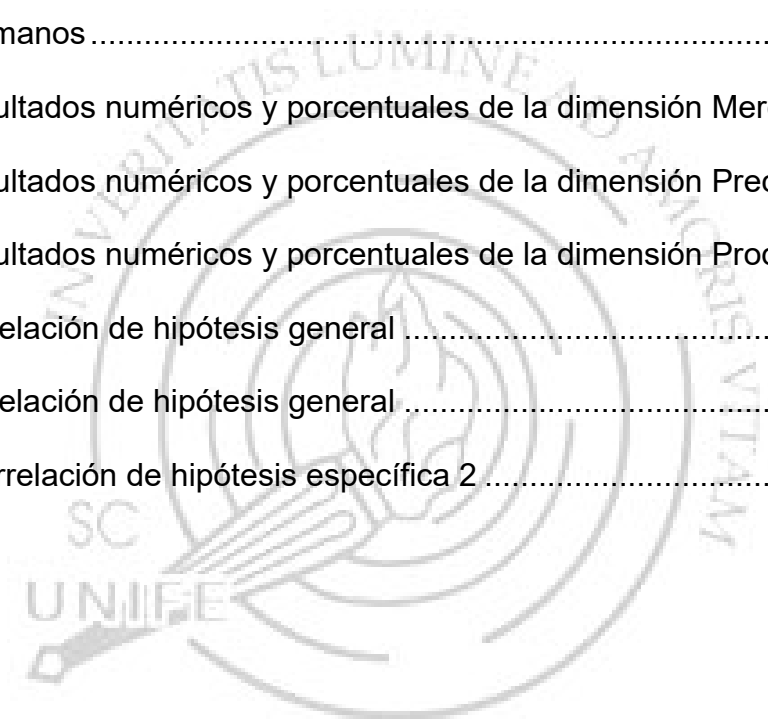
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
RESUMEN	5
ABSTRACT	6
ÍNDICE	7
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE FIGURAS	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
1.1 Planteamiento del problema	13
1.1.1 Formulación del problema.....	16
1.2 Justificación de la investigación.....	16
1.3 Delimitación de la investigación.....	17
1.4 Objetivos de la investigación	17
1.4.1 Objetivo general.....	17
1.4.2 Objetivos específicos	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	18
2.1 Antecedentes de la investigación	18
2.2 Bases teóricas	23

2.3 Definición de términos	36
2.4 Formulación de hipótesis.....	39
CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO	41
3.1 Enfoque, Nivel, Tipo y Diseño de la investigación	41
3.2 Población y Muestra	42
3.3 Operacionalización de las Variables del Estudio	45
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información	47
3.5 Técnicas estadísticas para el procesamiento y análisis de datos.....	47
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	48
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	81
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	83
REFERENCIAS (APA)	85



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Importaciones Textiles de Perú desde China	14
Tabla 2 Exportaciones Textiles de Perú hacia China	14
Tabla 3 Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión Estructura	
Arancelaria	48
Tabla 4 Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión Recursos	
Humanos	55
Tabla 5 Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión Mercado	60
Tabla 6 Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión Precio	63
Tabla 7 Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión Producto	68
Tabla 8 Correlación de hipótesis general	75
Tabla 9 Correlación de hipótesis general	76
Tabla 10 Correlación de hipótesis específica 2	78



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 De la competencia frontal a la creación de océanos azules.....	24
Figura 2 Esquema Smithiano de la división del trabajo y la libertad de comercio	33
Figura 3 Nivel Estructura Arancelaria	49
Figura 4 Nivel Estructura Arancelaria II	50
Figura 5 Nivel Competitividad.....	51
Figura 6 Nivel Tasa de Crecimiento	52
Figura 7 Nivel Importaciones.....	53
Figura 8 Nivel Inversión.....	54
Figura 9 Nivel Negociación	56
Figura 10 Nivel de Conocimiento	57
Figura 11 Nivel de Negociación.....	58
Figura 12 Nivel Negociación II.....	59
Figura 13 Nivel Participación.....	61
Figura 14 Nivel Participación II.....	62
Figura 15 Nivel Ingresos	64
Figura 16 Nivel Diseño de Producto.....	65
Figura 17 Nivel Demanda de producto.....	66
Figura 18 Nivel Estrategia	67
Figura 19 Nivel de Satisfacción	69
Figura 20 Nivel de Satisfacción II.....	70
Figura 21 Nivel de Calidad	71
Figura 22 Nivel de Calidad II	72
Figura 23 Nivel de Calidad III	73

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio Perú-China y su Influencia en la Importación de Productos Textiles de China a Perú, en el cual se analizó diversos factores que intervienen en dicho impacto comercial y las repercusiones en nuestro país.

Para analizar el tema se detectó el problema que engloba nuestra investigación: ¿Cómo la Gestión Estratégica comercial del Tratado de Libre Comercio Perú – China influye en la importación de productos textiles de China a Perú?, del cual desprendemos los problemas específicos respectivos. La presente investigación comprende los siguientes capítulos:

En el capítulo I se detalla el problema de investigación, planteando nuestro problema, se presenta la problemática de la investigación, se describe los objetivos de la presente que consiste en el análisis de la Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio Perú – China y su influencia en la importación de productos textiles de China a Perú

En el capítulo II, se presenta los antecedentes y bases teóricas que respaldan las hipótesis en torno a la problemática.

En el capítulo III, se desarrolló el diseño metodológico, que es de suma importancia para la comprobación de nuestras hipótesis. En ella, se analizó las variables y la población al cual aplicamos las técnicas e instrumentos para recabar información.

En el capítulo IV, se expone los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los empresarios textiles peruanos y se presenta el análisis de los resultados.

En el capítulo V, se presenta la discusión de los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los empresarios textiles.

En el capítulo VI, se expone las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Al final de esta investigación, se detalla las referencias y apéndices que sustentan la investigación realizada.



CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

En el mundo actual, el progreso económico de los países y la mejora de la calidad de vida de la población depende de cómo ellos se inserten en la economía mundial con el fin de aprovechar las ventajas que ofrecen el comercio, la tecnología y los nuevos mercados.

El principal medio de inserción en la economía mundial es la creación de acuerdos o Tratados de Libre Comercio, ya que con este se inicia la apertura comercial, la cual, facilita y agiliza el intercambio de bienes y servicios de un país a otro. Según datos de la Organización Mundial del Comercio (2021), a nivel mundial se han firmado 610 Tratados de Libre Comercio.

En ese sentido, la apertura comercial da lugar a la hipercompetencia, en ese proceso de hipercompetencia, algunos países con la intención de ganar originan un comercio desleal como son el uso de precios dumping, subsidios y trabas en el comercio internacional como niveles arancelarios altos.

En el Perú, una apertura comercial relevante es el Tratado de Libre Comercio que se firmó con China; dicho tratado es importante porque sabemos de lo atractivo y dinámico que es el mercado de China. Por ello, desde marzo de 2010 entró en vigor el TLC Perú – China y con ello se inició un gran dinamismo comercial; pese a que China es un mercado gigantesco y nos brinda la oportunidad de incrementar nuestras exportaciones, pero a su vez también es preocupante para ciertos sectores vulnerables que no pueden competir con los productos de China.

El sector textil es uno de estos sectores vulnerables, debido a que no se está beneficiando de este TLC sino muy por el contrario se ve afectado por el alto nivel de textiles importados de China que se comercializan hoy en el mercado peruano. Según Castillo (2021), en una entrevista al diario Gestión, declara lo siguiente: “Hay un potencial daño a la industria, con un incremento de importaciones súbito en relación a la producción nacional”; asimismo solicita a Indecopi “se apliquen medidas de salvaguardia en defensa de este sector”. (párr.8)

Como se puede observar en la Tabla 1 en los últimos años los valores de las importaciones textiles de China se incrementaron, hasta alcanzar el máximo nivel de 52 millones de dólares en el año 2019.

Tabla 1

Importaciones Textiles de Perú desde China (Importe FOB en miles de millones dólares)

Año	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Importaciones	21,273	29,721	45,727	52,621	33,442	17,743	200,527

Fuente: Veritrade (2021)

En la Tabla 2 se observa que las exportaciones de textiles de Perú tienen un estancamiento o ligero crecimiento; en términos comparativos el total de las exportaciones no representan ni la décima parte del valor total de las importaciones.

Tabla 2

Exportaciones Textiles de Perú hacia China (Importe FOB en miles de millones dólares)

Año	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Exportaciones	-	14.77	80.92	0.46	0.11	12.90	109.15

Fuente: Veritrade (2021)

Entre las probables causas que explican esta situación tenemos que la gestión estratégica de este Tratado de Libre Comercio no tuvo un buen enfoque en el sector textil puesto que este sector desde antes no era considerado como el más desarrollado ni cuenta con las inversiones necesarias. Otra probable causa fue el no proyectar que el ingreso a gran escala de las importaciones textiles de China impactaría negativamente en el mercado y sobre todo no gestionar estrategias que mitiguen este impacto es un ejemplo de esta falta de conocimiento.

Otra probable causa es la gran diferencia de producción a economía de escala que tiene China versus la producción peruana; esta diferencia y desventaja no fue salvaguardada en la negociación de la estructura arancelaria que se estableció en el Tratado de Libre Comercial Perú – China.

De continuar esta situación las importaciones de textiles de China se incrementarán aún más debido a que según la estructura arancelaria del TLC para el año 2025 varias categorías de textiles tendrán arancel cero, esto evidentemente está generando que las empresas peruanas pierdan competitividad y pongan en riesgo su continuidad en el mercado.

Esta investigación contribuye identificando si se desarrolló o no una adecuada Gestión Estratégica Comercial en el Tratado de Libre Comercio de Perú – China para el sector textil y como está impactando en la importación y exportación de estos.

1.1.1 Formulación del problema

1.1.1.1 Problema general

¿Cómo la Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio Perú – China influye significativamente en la importación de productos textiles de China a Perú?

1.1.1.2 Problemas específicos

¿Cómo la estructura arancelaria del Tratado de Libre Comercio Perú – China influye significativamente en la importación de productos textiles de China a Perú?

¿Cómo el nivel del conocimiento del recurso humano del Tratado de Libre Comercio Perú – China influye significativamente en la importación de productos textiles de China a Perú?

1.2 Justificación de la investigación

Hoy en día la globalización y la integración de los países del mundo han propiciado un comercio mundial que viene desarrollándose a través de alianzas, como son los Tratados de Libre Comercio, los cuales tienen por finalidad la facilitación del intercambio económico de dos países. Uno de los más importantes, y de mayor impacto es el del Tratado de Libre Comercio que nuestro país suscribe con una de las economías de mayor crecimiento a nivel mundial, como es el país asiático: China; este acuerdo que a su vez trae consigo ventajas, así como desventajas a ciertos sectores.

La presente investigación tiene justificación práctica debido a que se analizó la Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio Perú – China y su influencia en la importación de productos textiles de China a Perú, a fin de comprender

la dinámica del elevado nivel de importación de productos textiles de China a Perú y el desacelerado nivel de exportación de Perú a dicho país.

1.3 Delimitación de la investigación

Delimitación Temporal: La presente investigación comprendió los periodos del año 2016 al 2020.

Delimitación Espacial: La investigación se desarrolló en la ciudad de Lima – Perú.

Delimitación Social: El presente estudio brindo un beneficio a las empresas del sector textil del país.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Analizar la Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio Perú – China y su influencia significativa en la importación de productos textiles de China a Perú.

1.4.2 Objetivos específicos

Explicar la estructura arancelaria del Tratado de Libre Comercio Perú – China y su influencia significativa en la importación de productos textiles de China a Perú.

Explicar el nivel del conocimiento del recurso humano en el Tratado de Libre Comercio Perú – China y su influencia significativa en la importación de productos textiles de China a Perú.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Antecedentes de investigaciones internacionales

Según Pineda y Monsalve (2018), en la tesis para la obtención del título de Contador Público en Administración de Negocios por la Universidad de San Buenaventura Colombia, bajo el título: “Principales TLC suscritos por Colombia y su influencia en el sector textil Antioqueño”, tuvo como objetivo general el análisis de las consecuencias de los principales Tratados de Libre Comercio suscritos por Colombia y sus discrepancias en el sector textil antioqueño. La metodología que utilizó fue de tipo cualitativo, el diseño de investigación del estudio está basada en un modelo no experimental. Dicha investigación, concluye que las PYMES colombianas necesitan el apoyo del Estado que las ayude a lograr resultados positivos para todos, para el país y para el sector empresarial. Del mismo modo, el Estado debe ayudar a las pequeñas y medianas empresas colombianas con el problema de los altos aranceles e impuestos a los bienes que ingresan al país para reducirlos al máximo sobre los bienes producidos en el país, para que puedan enfrentar precios bajos de bienes de China, los cuales no se pueden comparar, y es por ello, que muchas pequeñas y medianas empresas quebraron.

En adición a ello, el Tratado de Libre Comercio firmado por Colombia con otros países trae beneficios en términos de asuntos económicos, oportunidades e inversión, pero se deben considerar diferentes factores: por ejemplo, los empresarios tengan conocimiento de la firma del tratado para su implementación y determinar el beneficio

de ambas partes, con la finalidad de alcanzar sus ventajas y realizar sus objetivos económicos comunes.

El presente trabajo de investigación será de gran importancia porque nos permite analizar la importancia de un Tratado de Libre comercio, así como que las negociaciones llevadas a cabo, para lograr dichos acuerdos, sean dirigidos por equipos con alto conocimiento sobre la realidad nacional.

Según Mejía (2014), en la tesis para la obtención del Título de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe por Universidad Católica de Santiago Guayaquil, bajo el título: “Impacto de la Importación de Productos Textiles desde China en las PYMES Nacionales”, tuvo como objetivo general determinar el alcance del impacto de las importaciones de productos textiles de China en el mercado interno y su efecto en el desarrollo comercial de las PYMES nacionales en su crecimiento.

El tipo de investigación es mixto, en base a ello el instrumento que se utilizó fue mediante la recopilación de datos los cuales se obtuvieron a través de censos, estudios y análisis proporcionados por instituciones públicas y privadas del país, a partir del cual es posible determinar quienes se dedican a la producción de textiles.

De la investigación, se concluyó que la presencia comercial de China durante las últimas décadas la ha convertido en uno de los principales actores de la economía mundial. Asimismo, concluye que, dicho país se ha visto afectado por la presencia de productos procedentes de China, por lo que el fuerte aumento de las importaciones de productos se refleja en Ecuador, incluidos los del sector textil, de igual forma, el sector manufacturero de Ecuador fue el más afectado

enfrenta su producción con fuertes competidores, como China, que tiene ventajas sobre las PYMES no solo en términos de costo sino también en eficiencia y desempeño, puesto que China, es el país que se caracteriza por la especialización de su fuerza laboral. Del mismo modo, el cierre de negocios o reducir el número de trabajadores genera un problema social que tiene un efecto directo en la economía nacional del Ecuador, ya que, con menos empleos, la tasa de desempleo es mayor entre la Población Económicamente Activa (PEA).

El presente trabajo de investigación fue de gran importancia porque nos permitió analizar el impacto de China en el sector textil de otro país, y comprender la gran repercusión que tiene a nivel internacional.

Antecedentes de investigaciones nacionales

Según Camargo (2016), en la tesis para la obtención del grado académico de Maestro en Administración de Negocios por la Universidad Ricardo Palma, bajo el título: "Impacto del TLC con china en el desarrollo comercial del Perú periodo 2010 - 2013", tuvo como objetivo general evaluar el desempeño del TLC Perú China y su Impacto en la estructura del Comercio Exterior del Perú. La metodología que utilizo fue el enfoque cuantitativo, y el tipo de investigación es correlacional. En tanto, la población de estudio estuvo constituida por el comercio exterior del Perú en relación con China, siendo la técnica por utilizar la de recolección de datos.

Del estudio se concluyó que el Tratado de Libre Comercio firmado con China afecta el comercio exterior y las exportaciones de Perú debido a la falta de política exportadora e inversión de China en la investigación científica y el desarrollo

tecnológico (I+D). Asimismo, la balanza comercial actual entre Perú y China está en números rojos para Perú durante dicho periodo que se indica en el estudio.

El presente trabajo de investigación fue de gran importancia ya que nos permitió analizar el impacto del TLC Perú-China, que no solo se da en el área de importaciones, sino también en exportaciones, lo cual se verá reflejada en su balanza comercial.

Según Valverde (2018), en la tesis para la obtención del grado académico de Maestro en Gestión Pública por la Universidad Cesar Vallejo, bajo el título: "Impacto del Tratado de Libre Comercio (TLC) Perú - China sobre el empleo en el sector textil peruano, 2017", tuvo como objetivo general la interpretación y explicación del impacto del TLC Perú-China sobre el empleo en el sector textil del distrito comercial de Gamarra.

La metodología que utilizó fue el enfoque cualitativo, y el nivel de investigación es de nivel exploratorio. El estudio de investigación tuvo como escenario a el emporio de Gamarra, y fábricas textiles en Lima, se realizó la técnica de recolección de datos; concluyendo lo siguiente:

Existe descontento por parte del área de estudio (textiles) con respecto al TLC Perú-China por el impacto negativo en el empleo en el sector textil de la zona comercial de Gamarra y con pocos puestos de trabajo lo cual provocaría precariedad en las condiciones laborales. Asimismo, según datos del Centro de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), las importaciones de productos chinos a Perú sumaron \$ 4,170 millones, lo cual representa más del 60% respecto al periodo anterior.

Del mismo modo recomienda el fortalecimiento de políticas preferenciales en el uso de servicios básicos, exención del impuesto sobre la renta y otras ventajas para las

empresas que exporten más del 70% de su producción textil. Del mismo modo, ofrecer incentivos para el desarrollo de la marca y reembolsos de tarifas legales de hasta el 30% para los exportadores nacionales que enfrenten quejas por dumping. Asimismo, se brinden beneficios tributarios para las empresas que invierten en el sector textil a través de alta tecnología. Idealmente, si el sector subvencionado estuviera sujeto a derechos compensatorios para contrarrestar estas subvenciones del país anfitrión, lo que no sucede para el caso China, por lo cual bien ocasionando perjuicio a la producción de productos del sector textil en el país.

El presente trabajo de investigación fue de gran relevancia para la tesis porque nos permitió analizar el impacto del TLC Perú-China en el empleo del sector textil.

Según Cabrera y Rodríguez (2016) en la tesis para la obtención del título profesional se la carrera Administración y Negocios Internacionales por la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, bajo el título: "Tratado de Libre Comercio entre Perú y China y su Incidencia en la Variación de las Importaciones y Exportaciones en el Sector Textil Peruano: Análisis Antes y Después de la Firma del TLC, 2008 – 2014", tuvo como objetivo general determinar si el Tratado de Libre Comercio entre Perú y China tiene un efecto favorable en el cambio de importación y exportación en el sector textil peruano desde su entrada en vigencia hasta 2014. La metodología que se utilizó fue de carácter exploratorio y el diseño de la investigación es no experimental teniendo como técnica de investigación la recolección de datos estadísticos de las instituciones públicas y privadas. Presenta la siguiente conclusión:

Respecto a las barreras arancelarias que el Perú aplicó a las importaciones de textiles y confecciones originarios de China son de carácter parcial puesto que, de las

968 subpartidas arancelarias de dicho sector, el 55.3% (535 subpartidas) está afecta de manera indeterminada con un Ad Valorem de 17% por considerarse productos sensibles que se encuentran en la canasta D, en tanto, el 28.5% (276 subpartidas) estarán próximas a ser exentas de derechos arancelarios para los años 2020 y 2026 y solo el 16.2% (157) cuentan con libre acceso. Sin embargo, a pesar de las altas barreras arancelarias que el Perú ha impuesto a China, no ha logrado frenar la importación masiva de textiles y prendas de vestir porque esto no solo se refleja en el valor de las importaciones, sino también en el crecimiento del número de empresas importadoras de dicho rubro. Un año antes de la firma del TLC, el número de empresas importadoras fueron 2686 mientras que en 2010 se incrementó en de 25%, es decir 3357 hasta que lograr un número máximo de 4736 en el 2013.

El presente trabajo de investigación fue relevante para la tesis porque nos permite evaluar el dinamismo de las importaciones que realiza Perú con China.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Teoría de la Gestión Estratégica Comercial

Según Lopez y Mariño (2010) define a gestión como “permite proyectar la organización con los componentes que el entorno le ofrece, apoyándose para ello en la estrategia, la cual se constituye en su eje, porque permite establecer el camino para construir el futuro de la organización” (p. 28).

Según Marcó et (2016) define a Estrategia como “indican el camino para alcanzar la consecución de los objetivos” (p.126). Del mismo modo, Chiavenato (2006) lo define

como “los medios organizacionales utilizados para alcanzar objetivos globales y finales” (p.484).

Estrategia

Según Chan y Mauborgne (2005) plantean que, mediante una estrategia, se deba lugar a la ampliación de los mercados con ideas innovadoras. De ello, Chan y Mauborgne, plantean dos definiciones: océanos rojos y océanos azules; el concepto de océanos rojos es traducido como alta competencia, por el contrario, los océanos azules generar nuevos mercados en un marco de estrategias.

Para salir de alta competencia (océanos rojos), las compañías deberían ir más allá, y en busca de nuevos mercados (océanos azules), en ese sentido, proponen 06 vías:

Figura 1

De la competencia frontal a la creación de océanos azules

De la competencia frontal a la creación de océanos azules		
	Competencia frontal	Creación de océanos azules
Industria	Enfocada en los rivales de la industria	Explora otra industria
Grupo estratégico	Enfocada en la posición competitiva dentro de un grupo estratégico	Explora los grupos estratégicos dentro de la industria
Grupo de compradores	Enfocada en servir mejor al grupo de compradores	Redefine el grupo de compradores de la industria
Alcance de la oferta del producto o servicio	Enfocada en maximizar el valor de lo producto y servicio dentro de lo confine de u industria	Explora los productos y servicios complementarios
Orientación funcional o emocional	Enfocada en mejorar lo nivele de precio dentro de la orientación funcional o emoción de u industria	Replantea la orientación funcional o emocional de su industria
Tiempo	Enfocada en adaptare a la tendencia eterna que urgen alrededor	Participa en moldear activamente las tendencias externas en el tiempo

Fuente: Adaptado de Chan & Mauborgne (2005). *La estrategia del océano azul: Cómo desarrollar un nuevo mercado donde la competencia no tiene ninguna importancia*

La estrategia océano azul indica que se ha de explorar nuevos mercados y acertar nuevas oportunidades, para ello, se ha de redefinir las fronteras del mercado a fin de su expansión, la creación de una oferta con un valor adicional, más especializado. Asimismo, determina que la innovación viene a ser la piedra angular de la estrategia referente al océano azul, donde cada día en un mundo cada vez más competitivo, es la innovación una de las estrategias por la cual elegir. Sin embargo, lo que refiere a innovación no solo es referente a tecnología, sino, que esto se da cuando se logra alinear la utilidad con los factores de precio, utilidad y posiciones de costo.

Según Mintzberg y Quinn (1993), señalan que bajo el concepto administrativo una estrategia es un modelo o plan que consta de metas y políticas, destinado a predecir cambios futuros o bajo circunstancias imprevistas, se define en términos de cinco conceptos:

1. La estrategia como plan: es una trayectoria de acción ante escenarios.
2. La estrategia como pauta de acción: trabaja como una manera para vencer a un contrario.
3. La estrategia como Patrón: Comprende a que se emplee estrategias que hayan sido implementadas con anterioridad.
4. La estrategia como posición: La estrategia es un enfoque con respecto al entorno.

5. La estrategia como perspectiva: corresponde a tener una perspectiva, representación más amplia, además, como las personas perciben a la organización, a través de sus acciones y finalidades.

Según Carrión (2007) la estrategia puede dividirse en niveles como:

- Estrategia corporativa; este tipo de estrategia tiene como objetivo establecer las actividades en las cuales la organización puede competir.
- Estrategia competitiva; en este tipo de estrategia presenta como objetivo obtener ventaja competitiva.
- Estrategia funcional; una de sus acciones es la búsqueda de la optimización de los recursos y capacidades de la organización.

Gestión Estratégica

Se define como un proceso el cual se relaciona con la aplicación de estrategias a usar a fin de la obtención de un mejor beneficio y ventaja competitiva. Según Betancourt (2006) la Gestión Estratégica “tiene que permitirnos reaccionar adecuadamente. Para ello requerimos elementos como el mecanismo del feedback, que nos permite ver cómo van funcionando las cosas y a medida que vemos que ocurre, vamos ajustando permanentemente nuestra gestión”. (p.81)

En ese sentido, a través de una adecuada Gestión Estratégica, permite a las organizaciones su continuidad en el mercado mediante estrategias que le permiten anticipar y adaptarse con visión a futuro y logro de objetivos. Asimismo, a diferencia de la planificación estratégica, la cual es adaptativa y orientada al plan, enfocado en un ambiente externo y a una centralización de poder; la Gestión Estratégica es

anticipativa y proactiva analiza tanto el ambiente externo e interno, descentralizada y participativa.

Un punto importante es lo que refiere a las estrategias anticipativas y adaptativas, la primera es de utilidad para afrontar los cambios que se están dando en el escenario actual, es decir en nuestro panorama presente, por el otro lado, las estrategias adaptativas permiten un desarrollo de cambio, lo cual nos permite ser competitivos.

Asimismo, se define elementos que son claves de la Gestión Estratégica, los cuales se detalla:

- Excelencia: Para este elemento, uno de su componente principal se basa en la calidad, tanto de como de los procesos, total como en la parte humana.
- Innovación: Este concepto nos sugiere una mejora continua, que sea aplicable a todo ámbito.
- Anticipación: Nos indica que una organización debe de actuar proactivamente.

Según Lana, (2008) se deben desarrollar cinco etapas. La primera consiste en el análisis tanto interno como el entorno, en tanto la segunda definir el recorrido de acción determinado por los propósitos que se desea alcanzar; en la tercera, consiste en la etapa que se formulan las estrategias, tanto de negocios y funcionales; mediante las diferentes herramientas de Gestión Estratégica para un análisis correcto; la cuarta examina el carácter en el cual se implementarán las acciones estratégicas, que se generaron de las anteriores etapas del proceso, y finalmente en la quinta etapa, se

establecen los mecanismos de control para el seguimiento. En ese punto, se contiene también los sistemas de información para apoyo a la toma de decisiones.

De lo expuesto, el desarrollo pertinentemente estas etapas que se detallan permite a la organización conocer mejor su situación, y poder tomarlo como guía para llegar

alcanzar sus objetivos. A su vez, el análisis estratégico mediante los métodos y herramientas que se emplean permite a la organización se dé una adecuada evaluación.

Estructura Arancelaria

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (2004) señala que una “política arancelaria eficiente debe orientarse en el tiempo a reducir el promedio y la dispersión arancelaria”. (p.48). Asimismo, con la finalidad de alcanzar el logro de este objetivo se considere lo siguiente:

- “El equilibrio entre los impactos de la eficiencia en la producción, el empleo y la recolección, y los efectos en la eficiencia de la asignación de recursos y el bienestar de las personas”. (p.48)
- “Otros medios alternativos de obtener los impactos de producción, empleo y recaudación, así como la estabilidad económica, las políticas de inversiones o mejoras de la infraestructura y del capital humano”. (p.48)
- “Las negociaciones multilaterales, bilaterales y de bloques comerciales tienen como objetivo la eliminación del arancel como instrumento de política”. (p.48)
- “El manejo simple y claro de los aranceles que faciliten su administración”. (p.48)

Las consideraciones que se tomen a fin de un adecuado manejo del arancel, tienen como base una decisión política, la cual considera los siguientes aspectos como el equilibrio entre el impacto en la producción, el empleo o los ingresos contra sobre la eficiencia en la asignación de recursos y el bienestar de la ciudadanía, la existencia de otros medios para lograr las metas productivas, laborales o de recaudación, la dirección de las negociaciones multilaterales, bilaterales y comerciales establece la desgravación arancelaria como herramienta política.

Por otro lado, uno de los planes estratégicos de nuestro país es el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional (PEDN) el cual en el Eje Estratégico 4: Economía, Competitividad y Empleo una de las Acciones estratégicas es el mejoramiento de las condiciones de acceso a los mercados y el establecimiento de criterios y disciplinas claras para el intercambio de bienes, servicios e inversiones.

Según Alarco (2017), señala que la principal estrategia del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) es la de seguir impulsando los Tratados de Libre Comercio (TLC) con economías y bloques específicos.

En ese sentido, el Ministerio de Económica y Finanzas define la importancia de que los Tratados de Libre Comercio son parte de una estrategia comercial de largo plazo que tiene como objetivo fortalecer el mercado de productos peruanos con el fin del desarrollo de una oferta exportable competitiva, creando así más empleos y mejores.

Punto aparte, los Tratados de Libre Comercio son beneficiosos no solo en los aspectos comerciales sino también positivamente para la economía en su conjunto, ya que reducen y en muchos casos eliminan las barreras arancelarias y no arancelarias

en el comercio internacional. Asimismo, la estructura arancelaria de un país cumple un propósito esencial de protección, el cual permite a el sector empresarial instalado crecer exentas de la competencia del mercado internacional.

El llevar a cabo la firma de un Tratado de Libre Comercio, implica una serie de negociaciones que se realiza entre los países interesados, en esa línea, dentro de las gestiones realizadas por nuestro país, una de las evaluaciones que se realizo es los sectores que se verían vulnerables con la firma del TLC Perú-China, por ello, la importancia de una adecuada gestión comercial, que implica la protección a dicho sector mediante una estructura arancelaria adecuada. Se debe tener en cuenta, como lo indica los autores, que la Gestión Estratégica Comercial permite anticipar cambios futuros, y con una adecuada aplicación de estrategias permitan a la continuidad del comercio.

En tanto, otro autor indica lo siguiente:

Cuando un país es importador de una mercancía (dado que otros países ofrecen el bien a precios más bajos), el establecimiento de aranceles implica el encarecimiento de los bienes importados. Desde el punto de vista del país importador, la existencia de aranceles impactará negativamente el consumo nacional del país; mientras que, desde la perspectiva de los países exportadores, el encarecimiento de sus productos puede representar el desplazamiento de los mismos, ya sea por países con menores costos o por el aumento de la producción del país importador (Hernández, 2014, pág. 19).

Recursos Humanos

Una buena gestión estratégica de recursos humanos debe diseñarse como un proyecto integral que permita a los trabajadores sentirse que forman parte, a fin de que logre así su motivación e implicación en la filosofía de la organización.

Según Rivas (2017) define la Gestión Estratégica de Recursos Humanos como “dícese del liderazgo y administración del talento humano que tiende a anticiparse a los cambios de entorno económico o tecnológico, a las crisis y a las oportunidades.” (p.15).

Por otro lado, Jiménez (2014), señala que la gestión de personas debe basarse en una visión estratégica, que incluya el entorno del mercado y los objetivos perseguidos por la organización, en lugar de centrarse en las emergencias del día a día, que pueden adaptarse a las necesidades recurrentes, pero no con una perspectiva a largo plazo.

Por su parte Eslava (2011) afirma que “la gestión del talento implica asumir un enfoque de gestión estratégica, que tiene como objetivo crear el máximo valor para la organización, a través de una serie de acciones encaminadas a disponer en todo momento del nivel de conocimiento, habilidades y capacidades en el proceso de los resultados necesario a fin de que se sea competitivo en el entorno presente y futuro” (p.24).

Delaux (2014) indica que la gestión estratégica de recursos humanos forma, durante el desarrollo de cada una de sus funciones, relaciones de coordinación y flujos de información que mantienen la coherencia e integración de todas las actividades y pueden generar valores reconocidos y para ello se requiere de una formación

especializada que no solo tienen altos ejecutivos involucrados en la operación, sino también todos sus miembros.

Uno de los aspectos de la Gestión estratégica es el de incorporar a la cultura de la organización un enfoque proactivo para la resolución de problemas, así como para la toma de decisiones, anticipar problemas y formular soluciones efectivas.

2.2.2 Teoría de Importaciones

Mercado

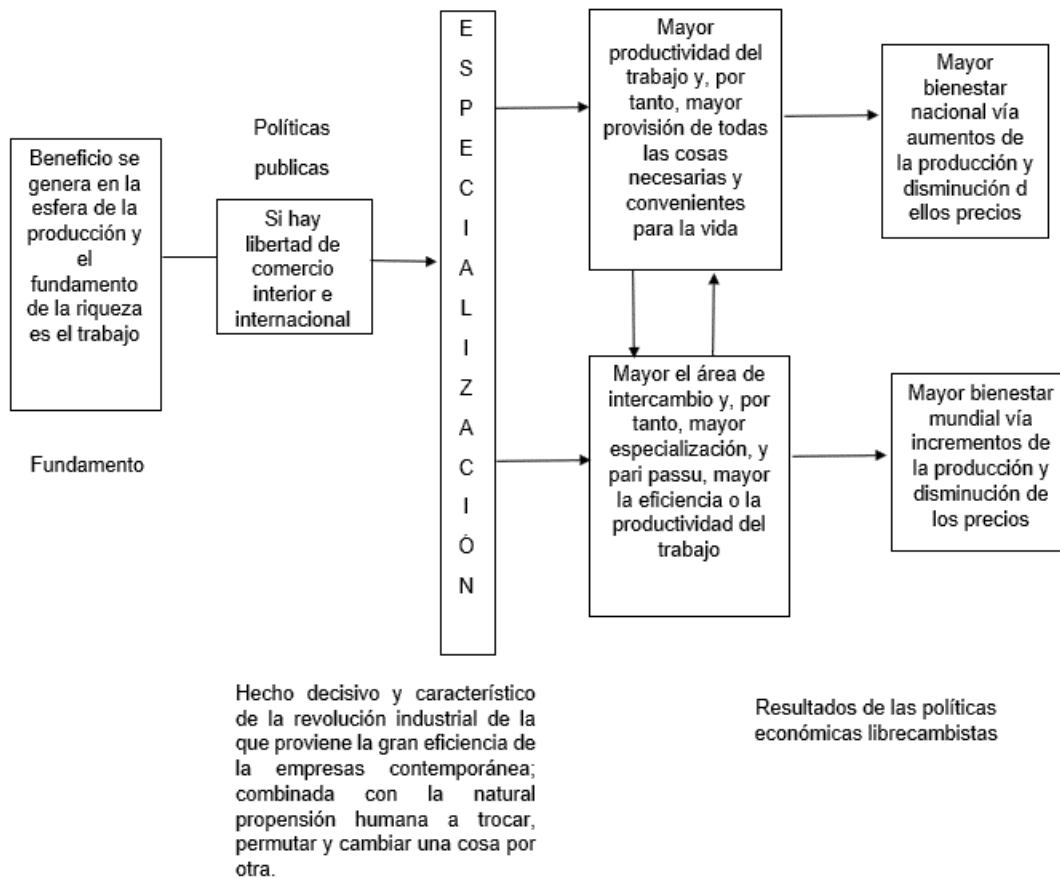
Teoría de la Ventaja Absoluta

Adam Smith (1776), señalaba que, la Ventaja absoluta de un país significa que es más eficiente en la producción del bien que se trate de que cualquier otro, de ello, que un país debe especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales de presente una ventaja absoluta a fin de que posteriormente, pueda ser cambiados con otro país o países. De esta manera, el Estado no interviene, y es el mercado el cual finalmente permite que las economías identifiquen sus ventajas, a fin de obtener mayores beneficios económicos.

Según Ramales, (2013), describía que mientras exista el libre comercio, habrá una tendencia hacia una mayor especialización, una mayor productividad laboral y, por ende, el abastecimiento de más bienes y servicios a fin de satisfacer las diferentes necesidades de la población. Así, el libre comercio nos permitirá trabajar con más aptitud, energía e inteligencia y, por tanto, una mayor riqueza nacional, gracias a las competencias que habilita.

Figura 2

Esquema Smithiano de la división del trabajo y la libertad de comercio



Fuente: Adaptado de Ramales (2013), "Economía internacional. Apuntes introductorios"

Teoría de la Integración

Los conceptos de integración económica forman parte de la teoría del comercio internacional y están relacionados con las teorías del desarrollo económico. Uno de los ejes de nuestra investigación es analizar el Tratado de Libre de Comercio Perú – China en el sector textil peruano, por ello es fundamental mencionar en que consiste una integración económica.

Según Cohen (1981), define la integración como "el proceso mediante el cual dos o más direcciones adoptan, con el apoyo de instituciones comunes, medidas conjuntas

con la finalidad de intensificar su interdependencia y así obtener beneficios mutuos” (p. 154).

Asimismo, observa dos aspectos de la integración, el económico y el político; Primero, a través de esto, los países afiliados trabajan para eliminar las barreras discriminatorias, ya sea de manera gradual o inmediata, con el fin de construir un espacio económico para establecer una nueva división del trabajo.

Por medio de la integración política, los países participantes son responsables de las implicancias del levantamiento de barreras en la ampliación del espacio de factor económico. Este concepto va con la manera con la forma en que está evolucionando el proceso andino, salvo que desde su fundación se le han sumado instituciones para asumir la gobernanza de los acuerdos comunes adoptados y estos puedan ser de efectivo cumplimiento.

Producto

Teoría de la Ventaja Comparativa

Palmieri (2019) señala respecto a la teoría definida por David Ricardo, la cual muestra la contraposición a la Teoría de Ventaja Absoluta formulada por Adam Smith, en la cual desarrolla la teoría de la ventaja comparativa que hace referencia a la especialización y exportación de aquellos bienes o sectores que resultan ser más productivos dentro de su economía. Ello quiere decir, que, si es productivo en diversas actividades, resultaría más rentable especializarse en una actividad determinada, y adquiera la producción en otras actividades a través de otros países que son especializados.

Según Banco Central de Ecuador (2016) en su publicación titulada: Teorías del Comercio Internacional, señala que, de acuerdo con el Modelo Ricardiano, se puede demostrar de dos formas que el comercio beneficia a un país; primero, el comercio puede verse como un modo de producción indirecto. En lugar de producir un bien en su propio país, un país puede producir otro bien e intercambiarlo por el bien que se desea. El modelo muestra que cuando se importan bienes es porque esta producción indirecta requiere menos mano de obra que la producción directa. En segundo lugar, demuestra que el comercio amplía el potencial de consumo del país, lo que se traduce en beneficios del comercio.

Teoría de Heckscher-Ohlin

Palmieri (2019) señala que a finales del siglo XIX la teoría planteada por Heckscher-Ohlin en 1977 empieza a tomar importancia, puesto que señalaba, que única fuente de comercio son las diferencias de recursos, asimismo que la ventaja comparativa se determina por la interrelación de los recursos de un estado, los factores de producción, y la tecnología. Según Bajo (1991), “Un país exportaría el bien que utiliza intensivamente su factor relativamente abundante e importaría el bien que utiliza intensivamente su factor relativamente escaso” (p.33). Explica que se debería a que el país en el que el factor sea abundante podría producir el bien que más se utiliza dicho factor a un precio menor, aplicándose también para un caso contrario. Asimismo, este modelo señala que, con el comercio internacional, y dado un cambio de los precios de los bienes, esto trae consigo un efecto sobre la distribución del ingreso, de forma que los dueños del factor más abundante de un país dominan con el comercio, mientras por otro lado, que los propietarios del factor escaso en el país tienden a la pérdida.

Precio

Acorde a Krugman & Obstfeld (2006) señala que “Un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien si el coste de oportunidad en la producción de este bien en términos de otros bienes es inferior en este país de lo que es en otros países” (p. 29).

De lo indicado en el párrafo precitado, indica que las razones por las cuales los países realizan comercio, es debido a que son distintos y por ende buscan economías de escala en la producción. Es decir, los países deberán producir bienes limitados, ya que así podrían producir cada uno de estos bienes de forma más eficiente y mayor que si intentaran producir de todo.

2.3 Definición de términos

Aranceles

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (s.f.) define al arancel como “un impuesto o gravamen que se aplica a los bienes que son importados o exportados. En el caso del Perú, no se aplican aranceles a las exportaciones”.

Arancel Ad-Valorem

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (s.f.) el arancel ad-Valorem es “el que se calcula como un porcentaje del valor CIF de la importación, entiéndase como el valor de la importación que incluye el costo, el seguro y el flete”.

Balanza Comercial

Según el Banco Central de Reserva del Perú (s.f.) “registra el intercambio de mercancías de un país con el resto del mundo. Su saldo es la diferencia entre los ingresos por exportaciones y los gastos por importaciones”.

Competitividad

La Cámara de Comercio de España (s.f.) “es la capacidad que tiene una empresa de hacer las cosas mejor que su competencia, ya sea en términos de producto, producción, costes o calidad de manera que al final suponga una ventaja a la hora de hacer nuestro negocio más rentable”.

Demanda

Según Gómez-Puig (2006) lo define como “las distintas cantidades de un determinado bien que los consumidores desean adquirir a los diferentes precios” (p.7).

Desgravación Arancelaria

Según Asociación Latinoamericana de Integración (s.f.), es la “eliminación o reducción de los aranceles de importación o de exportación”.

Dumping

Según la Organización Mundial del Comercio (s.f.) se refiere a la “exportación de bienes a un precio inferior a su valor regular, es decir, a un precio menor a aquél al que se comercializa en el mercado interno o en los de terceros países, o al costo de producción”.

Globalización

Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (s.f.) la globalización es el “proceso por el que las economías y mercados, con el desarrollo de las tecnologías de la comunicación, adquieren una dimensión mundial, de modo que dependen cada vez más de los mercados externos y menos de la acción reguladora de los Gobiernos”.

Mercado

Según Mochón Morcillo (2006) define que “el mercado es un mecanismo por medio del cual los compradores y los vendedores interactúan para fijar los precios e intercambian bienes y servicios” (p. 9).

Oferta

Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (s.f.) define a la Oferta como el “conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado”.

Partida Arancelaria

Según el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (s.f.) define la partida arancelaria como “unidades en que se divide la Nomenclatura del Sistema Armonizado en donde se clasifican grupos de mercancías y que se identifican por 4 dígitos”.

Salvaguardas

Según la Asociación Latinoamericana de Integración (s.f.) define Salvaguardias como las “medidas de urgencia que adopta un país, sobre la importación de productos determinados, que está causando o amenazando causar un daño grave a los productores nacionales de productos similares o directamente competidores”.

Subsidio

Según Jorge Pedrosa (2017) define el subsidio como “una ayuda extraordinaria por parte de la Administración Pública para estimular la demanda de un bien o proteger a un colectivo” (Definición técnica, párrafo 1).

Tratado de Libre Comercio

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (s.f.) define al Tratado de Libre Comercio (TLC) como “un acuerdo comercial vinculante que suscriben dos o más países para acordar la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios”.

2.4 Formulación de hipótesis

Hipótesis General

La Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio Perú – China influye significativamente en la importación de productos textiles de China a Perú.

Hipótesis Específica

La estructura arancelaria del Tratado de Libre Comercio Perú – China influye significativamente en las importaciones de productos textiles de China a Perú.

El nivel del conocimiento del recurso humano en el Tratado de Libre Comercio Perú – China influye significativamente en las importaciones de productos textiles de China a Perú.



CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque, Nivel, Tipo y Diseño de la investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, por el cual se procedió a la recolección de datos y análisis estadístico. Según Baptista, Hernandez y Fernandez (2014) lo define como inicio de una idea que se vuelve más clara y, una vez definida, se trazan los objetivos y las preguntas de la investigación, se revisa la literatura y se construye un marco teórico. A partir de las preguntas se establecen hipótesis y se identifican variables; un plan establecido para probarlos (diseño); variables medidas en un contexto dado; las mediciones obtenidas se analizan mediante métodos estadísticos y se extraen una serie de conclusiones sobre las hipótesis.

El nivel de investigación es descriptivo – correlacional, por lo que describe y relaciona la Gestión Estratégica Comercial y las importaciones de productos textiles de China a Perú. Acorde a Baptista, Hernandez y Fernandez (2014), señala:

“Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. (p.92). Asimismo, indica que: “el estudio correlacional asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población”. (p. 93)

En el desarrollo de la investigación se consideró el tipo de investigación aplicada, toda vez que se aplicará las diversas teorías expuestas confrontando la teoría con la realidad a fin de, a fin de complementar la presente investigación, el cual como resultado tendrá un beneficio al país.

Por otro lado, la investigación utilizó el diseño de investigación no experimental, de corte transversal de tipo correlacional. Acorde a Baptista, Hernandez y Fernandez, el Diseño no experimental es en el cual se basa en la observacion de situaciones, para posteriormente analizarlos; dentro de este diseño se puede clasificar en transeccionales y longitudinales. Para la presente investigación se tomó el modelo Transeccional o llamado también, transversal, el cual radica en la recolección de datos en un momento único, la finalidad de ello es la descripción de las variables y el análisis de su interrelación en ese determinado momento. A su vez este modelo transversal, se dividen en: Correlacionales, descriptivos y correlacionales-causales.

Baptista, Hernandez y Fernandez (2014) definen a correlacionales-causales como “Describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales, o en función de la relación causa-efecto”. (p.158)

3.2 Población y Muestra

En la presente investigación, la población está conformada por 141 empresas textiles del segmento mediana y gran empresa del Emporio Comercial de Gamarra. De acuerdo con el artículo Tesis de Investigación Población y Muestra, Tamayo y Tamayo (2011), “Población es el conjunto de todas las cosas que concuerdan con una serie determinada de especificaciones” (p. 114).

De acuerdo con este mismo autor, nos referimos a la muestra “cuando seleccionamos algunos elementos con la intención de averiguar algo sobre una población determinada.” (p. 115)

Para hallar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula.

$$n = \frac{(p \cdot q) \cdot Z^2 \cdot N}{(EE)^2(N - 1) + (p \cdot q)Z^2}$$

Dónde:

n: Hace referencia al número de muestra a obtener, el mismo que será usado en el trabajo de recolección. Es lo que se pretende determinar en la fórmula.

P y q: Indica las probabilidades que una población posee respecto a su inclusión en la porción seleccionada como muestra. De no conocerse a ciencia cierta sus valores, estos se asumen como 0,5 para p y q.

Z: Variable relativa a la unidad de desviación estándar, que define en su curvatura común un margen de error del 0.05, equivalente a rangos confiables del 95% en una aproximación muestral, siendo su valor en este caso de Z = 1.96.

N: Indica el número poblacional. Siendo para esta investigación de 141 empresas textiles del segmento mediana y gran empresa. Se consideran solo aquellas que faciliten datos importantes sobre el estudio.

EE: Señala el llamado "error estándar" relativo a la aproximación mencionada.

Para el presente estudio se ha considerado un 5.00%.

Sustituyendo:

$$n = \frac{(0.50 \cdot 0.50) \cdot 1.96^2 \cdot 141}{(0.05)^2 (141 - 1) + (0.50 \cdot 0.50) \cdot 1.96^2}$$

$$n = 33$$

Aplicando el muestreo probabilístico, con una metodología de selección aleatoria, se seleccionó una muestra de 33 empresas textiles del segmento mediana y gran empresa del Emporio Comercial de Gamarra.



3.3 Operacionalización de las Variables del Estudio

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	PREGUNTAS
Gestión Estratégica Comercial	Estructura Arancelaria	Nivel de asignación de aranceles	1, 2,3	<ul style="list-style-type: none"> – Considera importante la asignación de una estructura arancelaria en un Tratado de Libre Comercio. – Considera que la asignación de la estructura arancelaria en la categoría de textiles es adecuada. – Considera que el bajo porcentaje o eliminación del arancel en la categoría de textiles afecta la competitividad de la industria textil peruana.
		Tasa de crecimiento del mercado textil peruano	4,5,6	<ul style="list-style-type: none"> – Considera que la tasa de crecimiento del mercado textil peruano es positiva. – Considera que el incremento de las importaciones textiles de China afecta el crecimiento de la industria textil peruana. – Considera que la falta de inversión (en tecnología de producción) en la industria textil peruana es uno de los factores que afecta su crecimiento.
	Recursos Humanos	Manejo de información	7,8,9,10	<ul style="list-style-type: none"> – Considera que al concretarse el TLC Perú – China generó algún beneficio en el mercado textil peruano. – Considera que las personas que negociaron el TLC Perú – China conocían de la situación textil peruana antes de la firma. – Considera que, durante el periodo de negociación de este TLC, los ejecutivos de las empresas textiles estuvieron informados de los términos del TLC. – Considera que las personas que negociaron el TLC Perú – China realizaron alguna proyección respecto a la relación importación y exportación de textiles.

Importación	Mercado	Nivel de participación	11,12	<ul style="list-style-type: none"> – Considera que los productos textiles peruanos tienen menor participación de mercado respecto a los productos textiles importados de China. – Considera que la participación en el mercado nacional de los productos textiles peruanos se incrementaría por la mejora de procesos y una adecuada estructura arancelaria.
	Precio	Nivel de ingresos	13,14,15,16	<ul style="list-style-type: none"> – Considera usted, como productor textil nacional que, exportando sus productos tendría mayores ingresos que comercializarlos en el mercado local, debido al precio. – Considera que el diseño de los productos textiles peruanos influye en el precio y tienen mayor aceptación que los productos textiles chinos. – Considera que el mercado peruano demanda los productos textiles chinos por sus bajos precios. – Considera que, con el desarrollo de estrategias de marketing, las empresas textiles peruanas podrían incrementar sus ventas e ingresos.
	Producto	Nivel de satisfacción del cliente	17,18	<ul style="list-style-type: none"> – Considera que el consumidor peruano se encuentra satisfecho con los productos textiles chinos. – Considera que el consumidor peruano se encuentra satisfecho con los productos textiles peruanos.
		Nivel de Calidad	19,20,21	<ul style="list-style-type: none"> – Considera que los productos textiles peruanos tienen un nivel de calidad aceptable en el mercado nacional. – Considera que los productos textiles chinos tienen un nivel de calidad aceptable en el mercado nacional. – Considera que los consumidores peruanos valoran más el nivel de calidad que el precio.

Fuente: Elaboración Propia

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

La recolección de los datos según Hernandez, Fernandez, & Baptista (2014) indica que se diseñe un plan de procedimientos detallado los cuales lleven a reunir datos para un fin. Uno de los instrumentos que hace mención es el cuestionario, el cual es un conjunto de interrogantes respecto a las variables que se desean medir; los cuestionarios pueden darse de dos tipos como son: preguntas cerradas y preguntas abiertas

Para el desarrollo de la Investigación, se obtuvo información de fuente primaria y fuente secundaria. Para la información de fuente primaria se usó la técnica de encuesta teniendo como instrumento un cuestionario de encuesta con preguntas cerradas. Asimismo, para la información de fuente secundaria se usó la técnica de análisis documental teniendo como instrumento el análisis de contenido.

3.5 Técnicas estadísticas para el procesamiento y análisis de datos

Los análisis de datos según Hernandez, Fernandez, & Baptista (2014) tiene como primer paso la recolección de datos obtenidos en las encuestas. Para la investigación se procedió a ordenar y cargar los datos obtenidos de las encuestas en el software de hojas de cálculo Microsoft Excel. Posteriormente, se procedió a tabular dichos datos mediante el software estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), mediante el cual nos permitieron realizar el análisis correspondiente, y por consiguiente la presentación de resultados.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo de resultados

En este capítulo de la investigación presentamos los resultados en base a las respuestas obtenidas mediante la recolección de información mediante el instrumento del cuestionario. Para ello, se utilizó la estadística descriptiva, mediante la presentación de figuras y tablas.

4.1.1 Presentación y análisis de la variable Gestión Estratégica

Comercial

DIMENSIÓN: ESTRUCTURA ARANCELARIA

Tabla 3

Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión Estructura Arancelaria

PREGUNTAS	TTED		ED		NDA/ND		DA		TDA		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
P. 1	0	0%	0	0%	0	0%	9	27%	24	73%	33	100%
P. 2	29	88%	3	9%	1	3%	0	0%	0	0%	33	100%
P. 3	0	0%	0	0%	1	3%	7	21%	25	76%	33	100%
P. 4	12	36%	15	45%	6	18%	0	0%	0	0%	33	100%
P. 5	0	0%	0	0%	0	0%	8	24%	25	76%	33	100%
P. 6	0	0%	0	0%	6	18%	11	33%	16	48%	33	100%
TOTAL	41	21%	18	9%	14	7%	35	18%	90	45%	198	100%

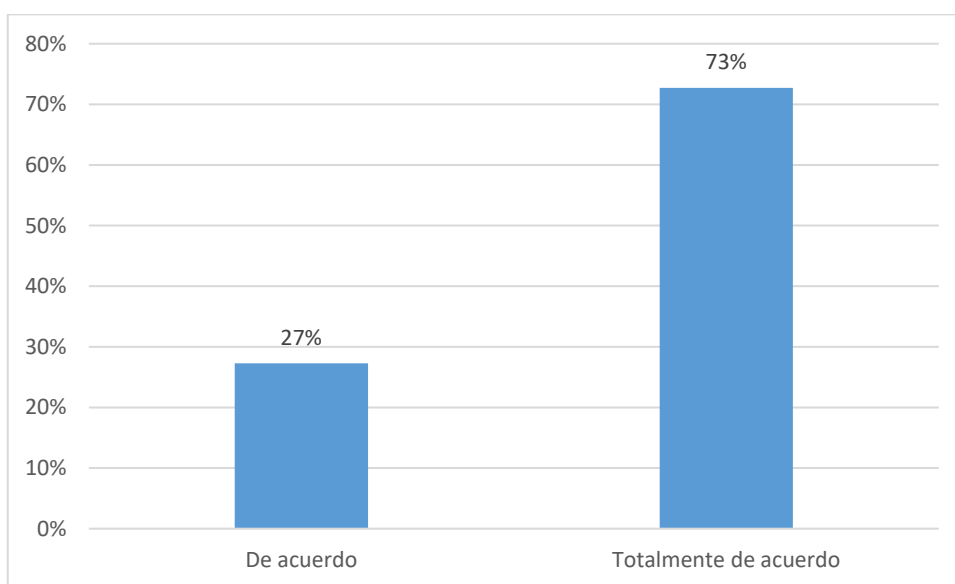
Los resultados correspondientes a la dimensión Estructura Arancelaria indican que el 45% de los encuestados considera que es esta dimensión es relevante en la negociación del Tratado de Libre Comercio Perú – China y el 21% está totalmente en desacuerdo con la asignación de la estructura arancelaria en el sector textil, considera que esta no fue adecuada.

A continuación, se procedió al análisis de las respuestas para cada pregunta de la dimensión Estructura Arancelaria, para la cual se utilizarán los gráficos de barras.

Pregunta 1: ¿Considera importante la asignación de una estructura arancelaria en un Tratado de Libre Comercio?

Figura 3

Nivel Estructura Arancelaria

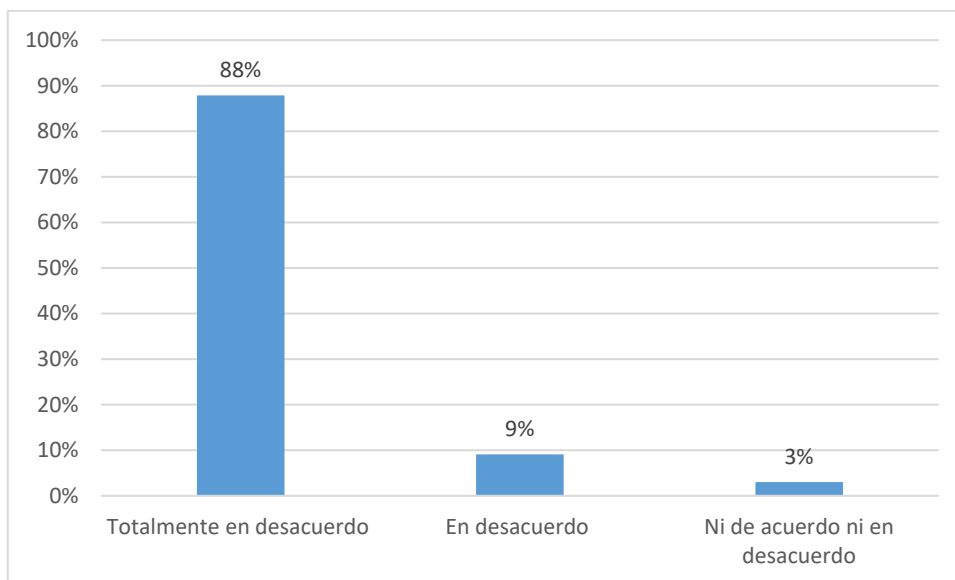


Con respecto a la pregunta 1, considera importante la asignación de una estructura arancelaria en un Tratado de Libre Comercio; se concluye que el 27% de los encuestados se encuentra de acuerdo, seguido del 73% quienes se encuentran Totalmente de acuerdo.

Pregunta 2: ¿Considera que la asignación de la estructura arancelaria del TLC Perú – China en la categoría de textiles es adecuada?

Figura 4

Nivel Estructura Arancelaria II

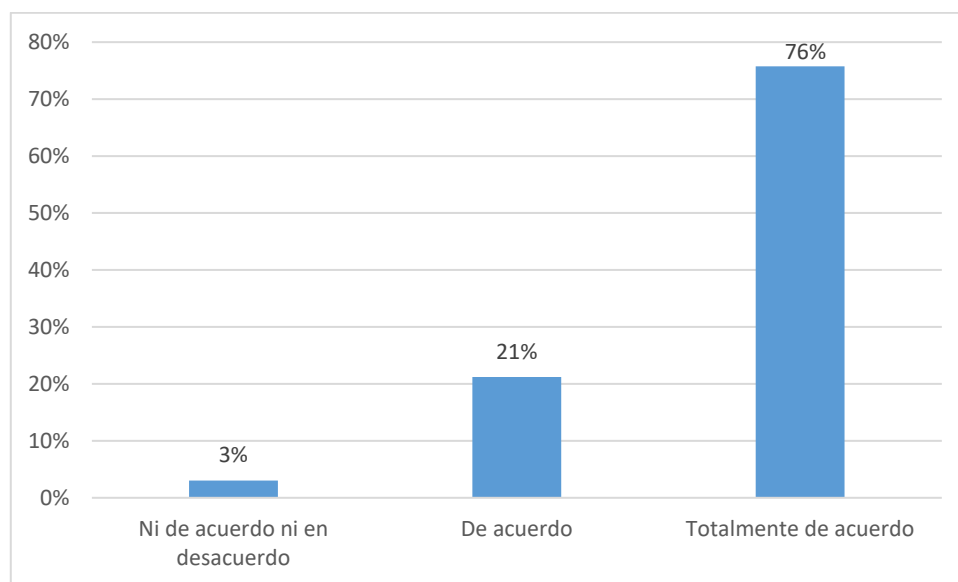


Con respecto a la pregunta 2, considera que la asignación de la estructura arancelaria del TLC Perú – China en la categoría de textiles es adecuada; se concluye que el 88% de los encuestados se encuentra totalmente en desacuerdo, seguido del 9% quienes se encuentran en desacuerdo, y finalmente un 3% no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Pregunta 3: ¿Considera que el bajo porcentaje o eliminación del arancel en la categoría de textiles afecta la competitividad de la industria textil peruana?

Figura 5

Nivel Competitividad

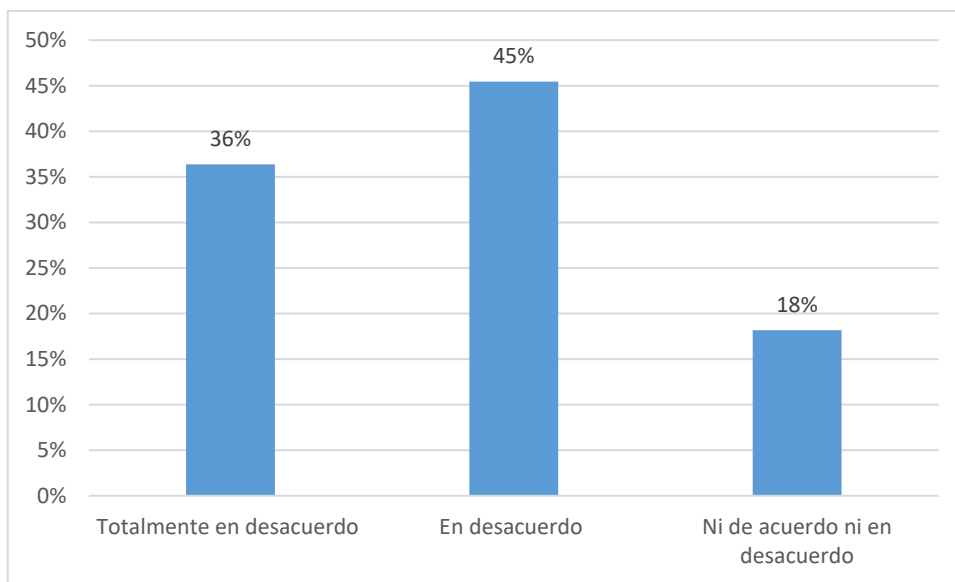


Con respecto a la pregunta 3, considera que el bajo porcentaje o eliminación del arancel en la categoría de textiles afecta la competitividad de la industria textil peruana; se concluye que el 3% de los encuestados no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, en tanto, el 21% de los encuestados se encuentra de acuerdo, y un 76% quienes se encuentran Totalmente de acuerdo.

Pregunta 4: ¿Considera que la tasa de crecimiento del mercado textil peruano es positiva?

Figura 6

Nivel Tasa de Crecimiento

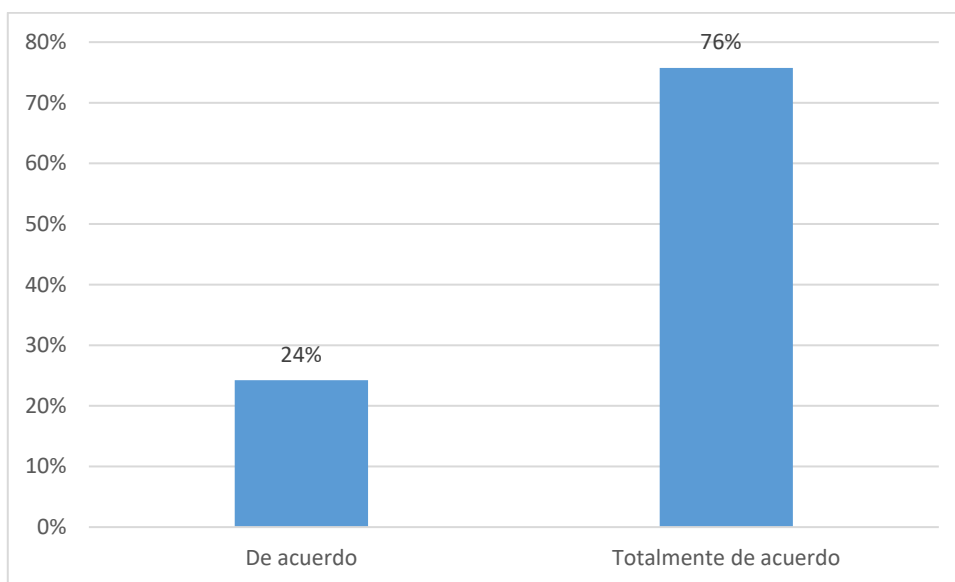


Con respecto a la pregunta 4, considera que la tasa de crecimiento del mercado textil peruano es positiva; se concluye que el 36% de los encuestados se encuentra totalmente en desacuerdo, seguido del 45% quienes se encuentran en desacuerdo, y tan solo un 18% se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Pregunta 5: ¿Considera que el incremento de las importaciones textiles de China afecta el crecimiento de la industria textil peruana?

Figura 7

Nivel Importaciones

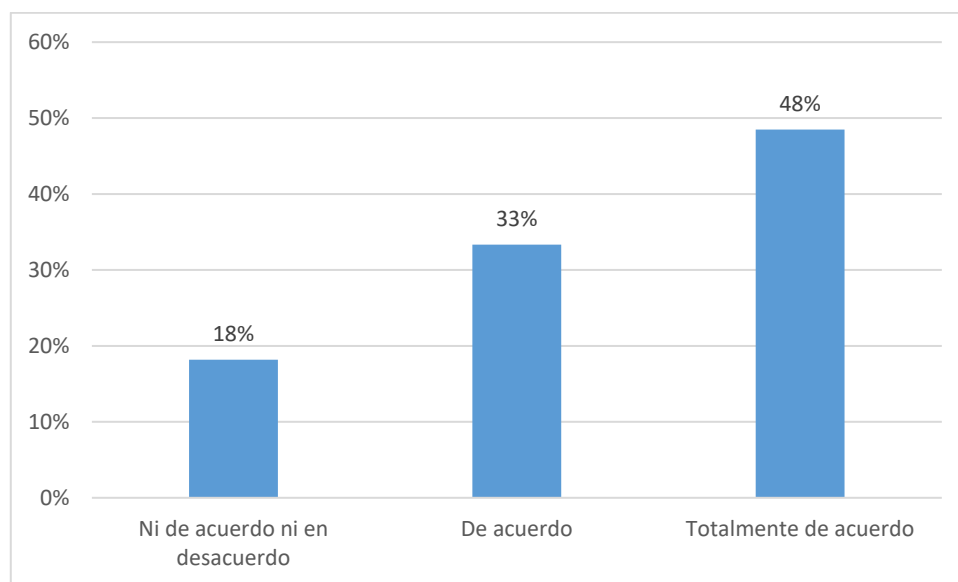


Con respecto a la pregunta 5, considera que el incremento de las importaciones textiles de China afecta el crecimiento de la industria textil peruana; se concluye que el 24% de los encuestados se encuentra de acuerdo, y un 76% quienes se encuentran Totalmente de acuerdo

Pregunta 6: ¿Considera que la falta de inversión (en tecnología de producción) en la industria textil peruana es uno de los factores que afecta su crecimiento?

Figura 8

Nivel Inversión



Con respecto a la pregunta 6, considera que la falta de inversión (en tecnología de producción) en la industria textil peruana es uno de los factores que afecta su crecimiento; se concluye que el 18% se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 33% se encuentra de acuerdo, y finalmente el 48% se encuentra totalmente de acuerdo.

DIMENSIÓN: RECURSOS HUMANOS

Tabla 4

Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión Recursos Humanos

PREGUNTAS	TTED		ED		NDA/ND		DA		TDA		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
P.7	12	36%	18	55%	3	9%	0	0%	0	0%	33	100%
P.8	14	42%	14	42%	5	15%	0	0%	0	0%	33	100%
P.9	19	58%	11	33%	3	9%	0	0%	0	0%	33	100%
P.10	30	91%	0	0%	3	9%	0	0%	0	0%	33	100%
TOTAL	75	57%	43	33%	14	11%	0	0%	0	0%	132	100%

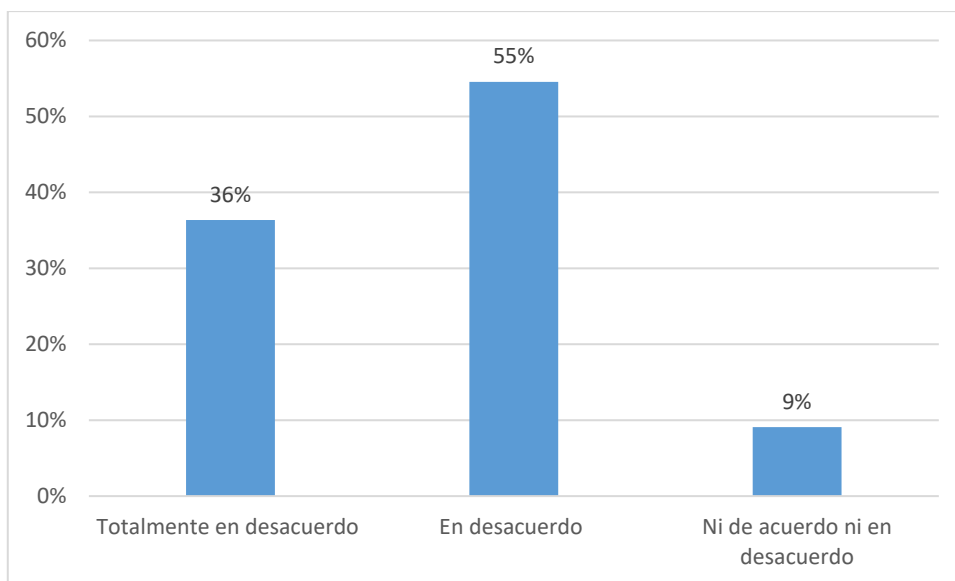
Los resultados correspondientes a la dimensión Recursos Humanos indican que el 90% de los encuestados considera que el Tratado de Libre Comercio de Perú – China no le genera algún beneficio y que las personas que negociaron este Tratado no conocían de la situación del sector.

A continuación, procedemos al análisis de las respuestas para cada pregunta de la dimensión Recursos Humanos.

Pregunta 7: ¿Considera que al concretarse el TLC Perú – China generó algún beneficio en el mercado textil peruano?

Figura 9

Nivel Negociación

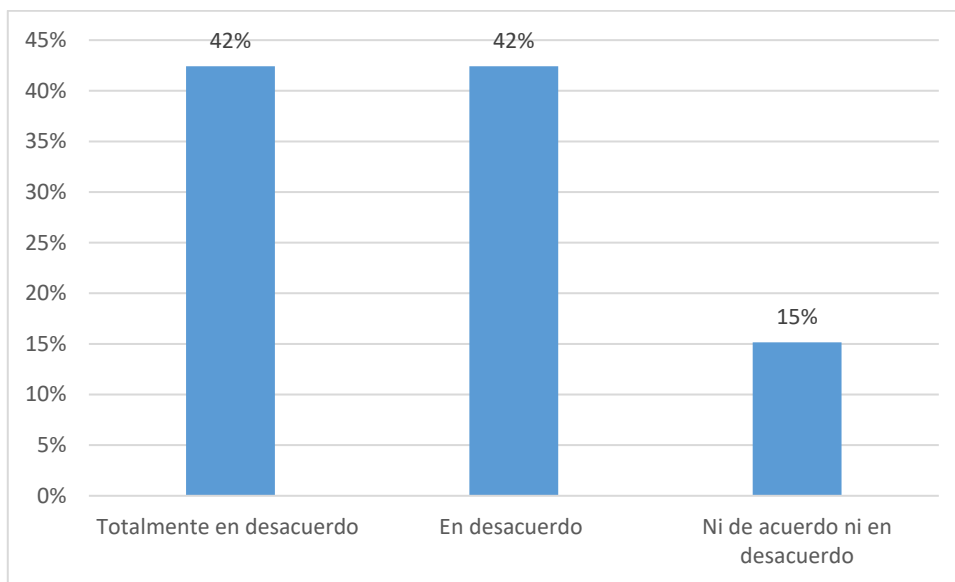


Con respecto a la pregunta 7, considera que al concretarse el TLC Perú – China generó algún beneficio en el mercado textil peruano; se concluye que el 36% de los encuestados se encuentra totalmente en desacuerdo, seguido del 55% quienes se encuentran en desacuerdo, y finalmente un 9% Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Pregunta 8: ¿Considera que las personas que negociaron el TLC Perú – China conocían de la situación textil peruana antes de la firma?

Figura 10

Nivel de Conocimiento

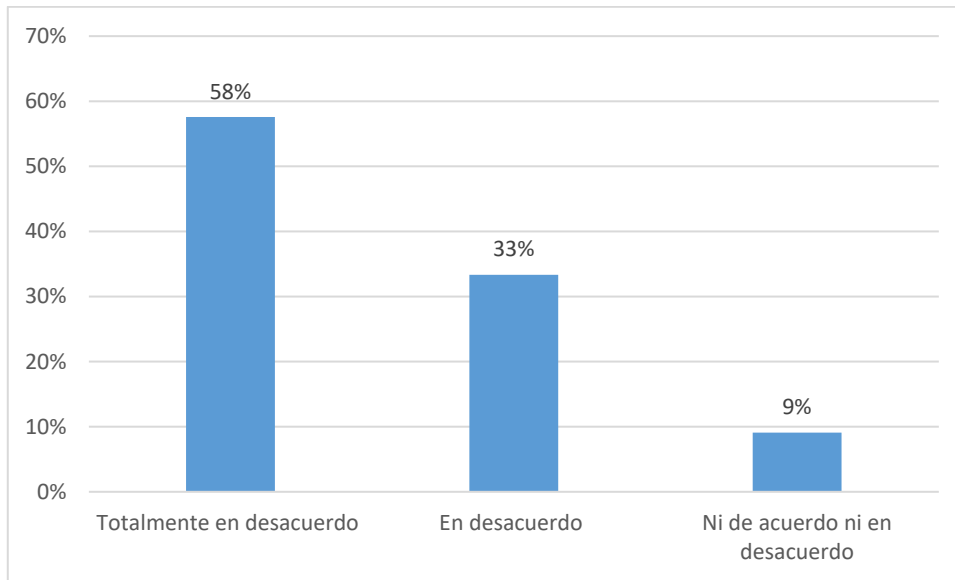


Con respecto a la pregunta 8, considera que las personas que negociaron el TLC Perú – China conocían de la situación textil peruana antes de la firma; se concluye que el 42% de los encuestados se encuentra totalmente en desacuerdo, seguido del 42% quienes se encuentran en desacuerdo, y finalmente un 15% Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Pregunta 9: ¿Considera que, durante el periodo de negociación de este TLC, los ejecutivos de las empresas textiles estuvieron informados de los términos del TLC?

Figura 11

Nivel de Negociación

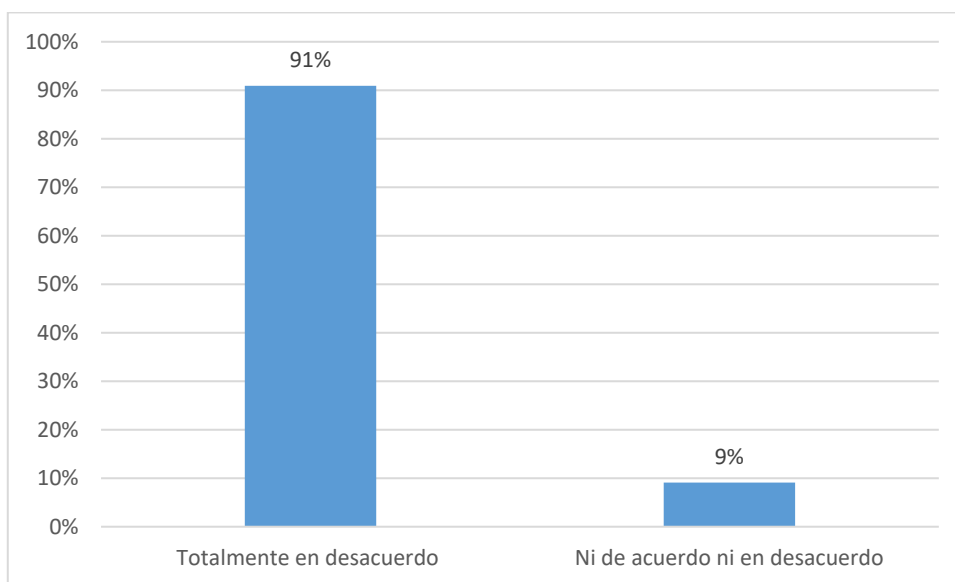


Con respecto a la pregunta 9, considera que, durante el periodo de negociación de este TLC, los ejecutivos de las empresas textiles estuvieron informados de los términos del TLC; se concluye que el 58% de los encuestados se encuentra totalmente en desacuerdo, seguido del 33% quienes se encuentran en desacuerdo, y finalmente un 9% Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Pregunta 10: ¿Considera que las personas que negociaron el TLC Perú – China realizaron alguna proyección respecto a la relación importación y exportación de textiles?

Figura 12

Nivel Negociación II



Con respecto a la pregunta 10, considera que las personas que negociaron el TLC Perú – China realizaron alguna proyección respecto a la relación importación y exportación de textiles; se concluye que el 91% de los encuestados se encuentra totalmente en desacuerdo, y un 9% quienes se encuentran en Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

4.1.2 Presentación y análisis de la variable Importación

DIMENSIÓN: MERCADO

Tabla 5

Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión Mercado

PREGUNTAS	TTED		ED		NDA/ND		DA		TDA		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
P. 11	0	0%	0	0%	0	0%	16	48%	17	52%	33	100%
P. 12	0	0%	0	0%	5	15%	12	36%	16	48%	33	100%
TOTAL	0	0%	0	0%	5	8%	28	42%	33	50%	66	100%

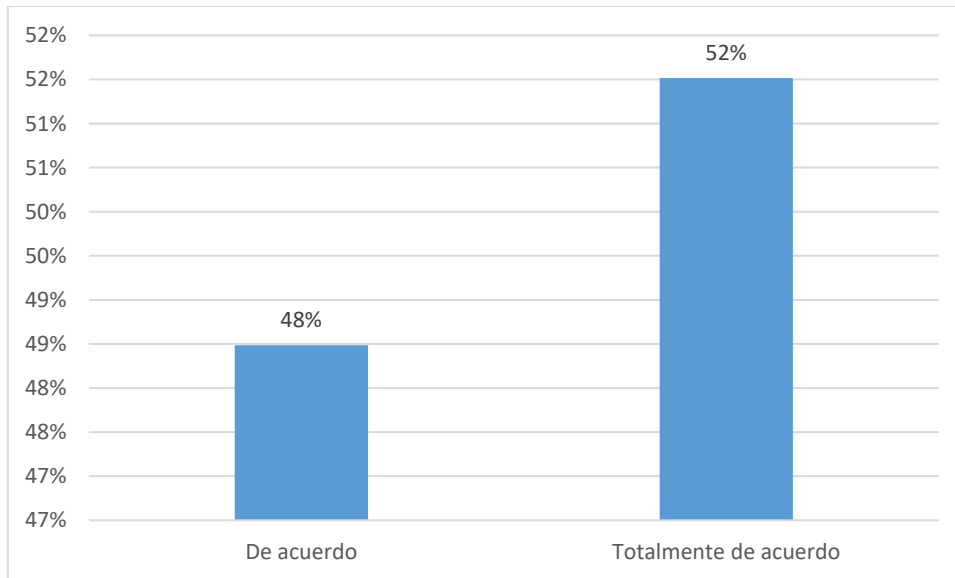
Los resultados correspondientes a la dimensión Estructura Arancelaria indican que el 50% de los encuestados considera que los productos textiles peruanos tienen menor participación de mercado respecto a los productos textiles chinos y que esta participación se podría incrementar por la mejora en sus procesos y una adecuada estructura arancelaria.

A continuación, se procedió al análisis de las respuestas para cada pregunta de la dimensión Mercado.

Pregunta 11: ¿Considera que los productos textiles peruanos tienen menor participación de mercado respecto a los productos textiles importados de China?

Figura 13

Nivel Participación

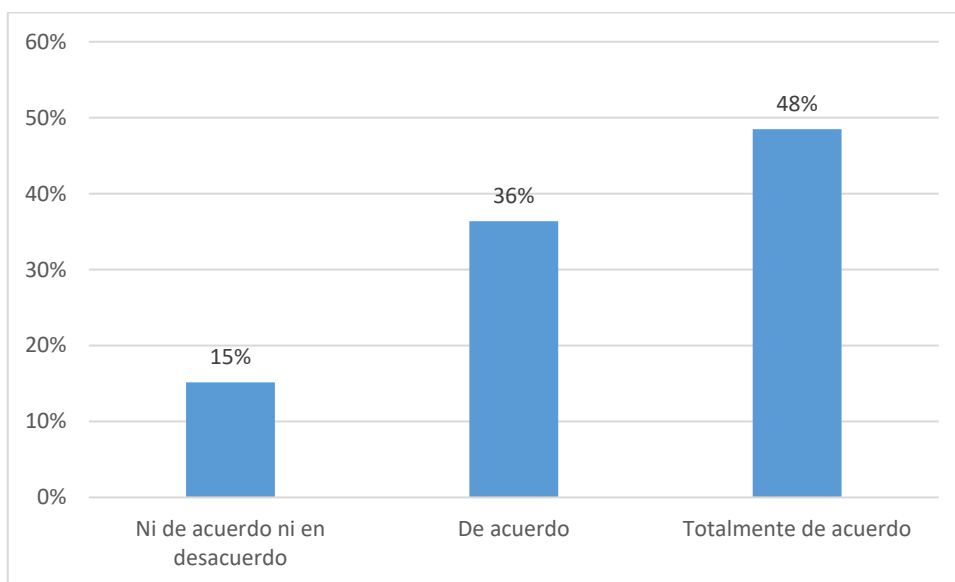


Con respecto a la pregunta 11, considera que los productos textiles peruanos tienen menor participación de mercado respecto a los productos textiles importados de China; se concluye que el 48% de los encuestados se encuentra de acuerdo, y un 52% se encuentra totalmente de acuerdo.

Pregunta 12: ¿Considera que la participación en el mercado nacional de los productos textiles peruanos se incrementaría por la mejora de procesos y una adecuada estructura arancelaria?

Figura 14

Nivel Participación II



Con respecto a la pregunta 12, considera que la participación en el mercado nacional de los productos textiles peruanos se incrementaría por la mejora de procesos y una adecuada estructura arancelaria; se concluye que el 15% de los encuestados se encuentra Ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 36% quienes se encuentran de acuerdo, y finalmente un 48% totalmente de acuerdo.

DIMENSIÓN: PRECIO

Tabla 6

Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión Precio

PREGUNTAS	TTED		ED		NDA/ND		DA		TDA		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
P. 13	0	0%	0	0%	3	9%	10	30%	20	61%	33	100%
P. 14	0	0%	0	0%	8	24%	17	52%	8	24%	33	100%
P. 15	0	0%	0	0%	0	0%	2	6%	31	94%	33	100%
P. 16	0	0%	0	0%	3	9%	22	67%	8	24%	33	100%
TOTAL	0	0%	0	0%	14	11%	51	39%	67	51%	132	100%

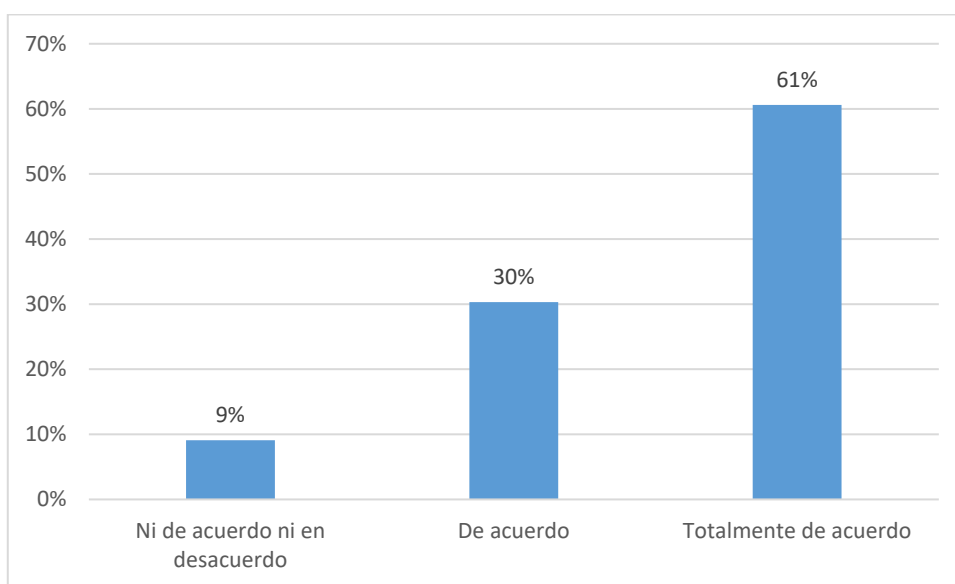
Los resultados correspondientes a la dimensión Precio indican que el 90% de los encuestados considera que es el mercado peruano demanda los productos textiles chinos por sus bajos precios y que el desarrollo de estrategias de marketing podría incrementar sus ventas e ingresos.

A continuación, se procedió al análisis de las respuestas para cada pregunta de la dimensión precio.

Pregunta 13: ¿Considera usted, como productor textil nacional que, exportando sus productos tendría mayores ingresos que comercializarlos en el mercado local, debido al precio?

Figura 15

Nivel Ingresos

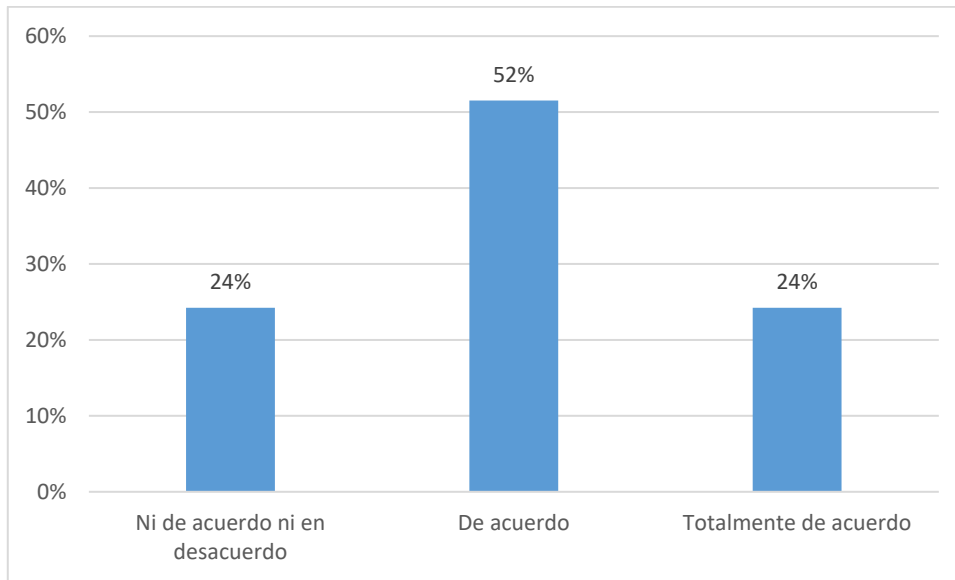


Con respecto a la pregunta 13, considera usted, como productor textil nacional que, exportando sus productos tendría mayores ingresos que comercializarlos en el mercado local, debido al precio; se concluye que el 9% de los encuestados se encuentra Ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que 30% quienes se encuentran de acuerdo, y finalmente un 61% totalmente de acuerdo.

Pregunta 14: ¿Considera que el diseño de los productos textiles peruanos influye en el precio y tienen mayor aceptación que los productos textiles chinos?

Figura 16

Nivel Diseño de Producto

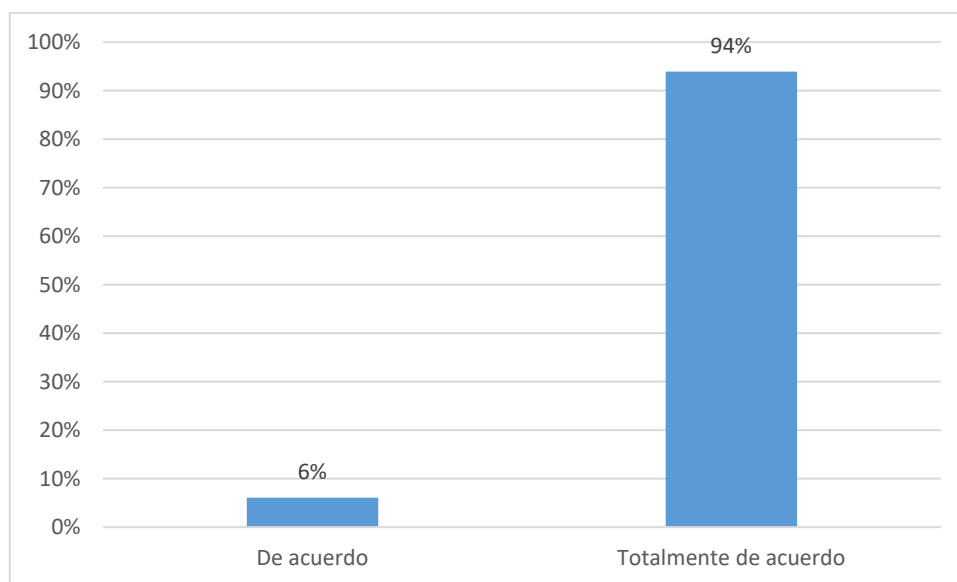


Con respecto a la pregunta 14, considera que el diseño de los productos textiles peruanos influye en el precio y tienen mayor aceptación que los productos textiles chinos; se concluye que el 24% de los encuestados se encuentra Ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que 52% quienes se encuentran de acuerdo, y finalmente un 24% totalmente de acuerdo.

Pregunta 15: ¿Considera que el mercado peruano demanda los productos textiles chinos por sus bajos precios?

Figura 17

Nivel Demanda de producto

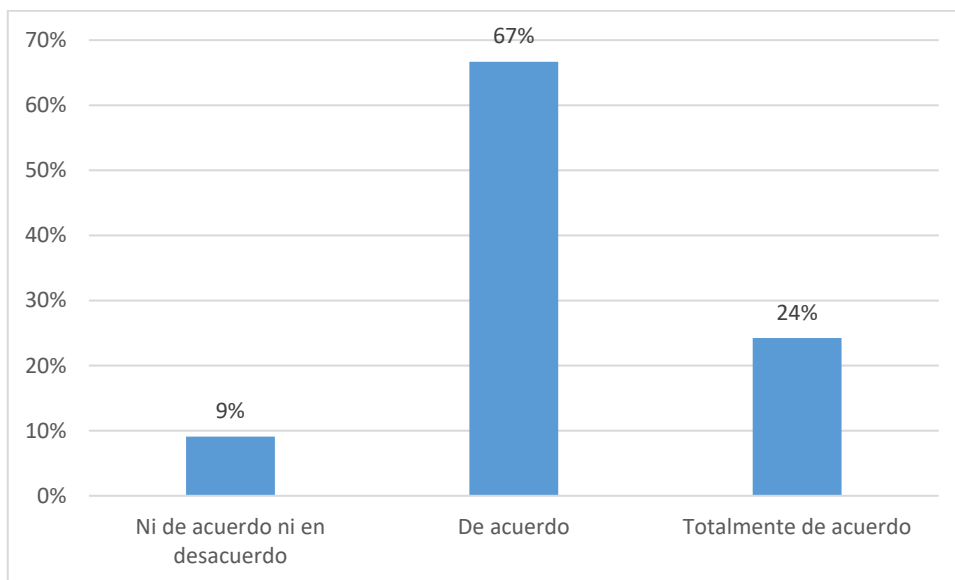


Con respecto a la pregunta 15, considera que el mercado peruano demanda los productos textiles chinos por sus bajos precios; se concluye que el 6% de los encuestados se encuentra de acuerdo, mientras que 94% quienes se encuentran totalmente de acuerdo.

Pregunta 16: ¿Considera que, con el desarrollo de estrategias de marketing, las empresas textiles peruanas podrían incrementar sus ventas e ingresos?

Figura 18

Nivel Estrategia



Con respecto a la pregunta 16, considera que, con el desarrollo de estrategias de marketing, las empresas textiles peruanas podrían incrementar sus ventas e ingresos; se concluye que el 9% de los encuestados se encuentra Ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 67% quienes se encuentran de acuerdo, y finalmente un 24% totalmente de acuerdo.

DIMENSIÓN: PRODUCTO

Tabla 7

Resultados numéricos y porcentuales de la dimensión Producto

PREGUNTAS	TTED		ED		NDA/ND		DA		TDA		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
P. 17	0	0%	4	12%	25	76%	4	12%	0	0%	33	100%
P. 18	0	0%	0	0%	7	21%	21	64%	5	15%	33	100%
P. 19	0	0%	0	0%	0	0%	10	30%	23	70%	33	100%
P. 20	3	9%	12	36%	18	55%	0	0%	0	0%	33	100%
P. 21	24	73%	9	27%	0	0%	0	0%	0	0%	33	100%
TOTAL	27	16%	25	15%	50	30%	35	21%	28	17%	165	100%

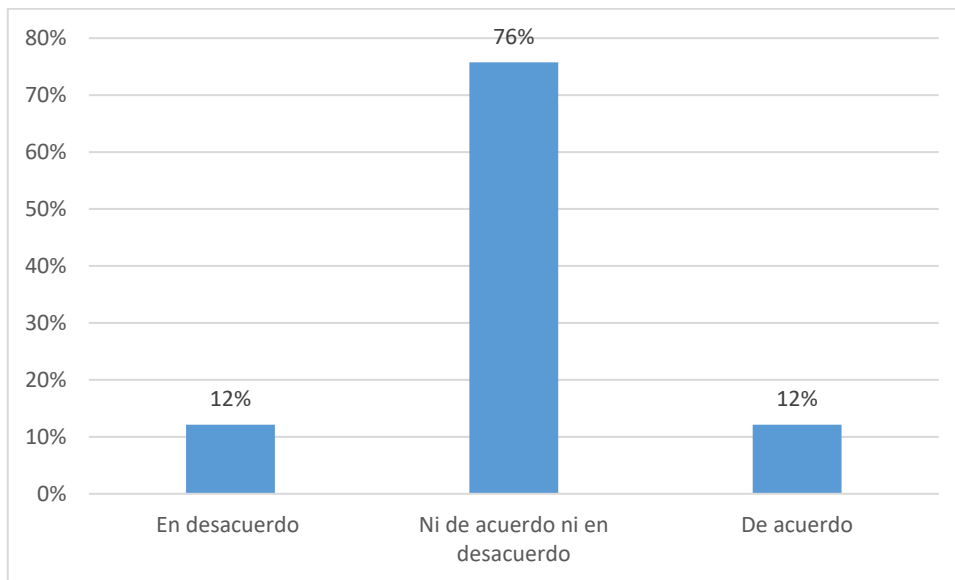
Los resultados correspondientes a la dimensión Producto indican que el 30% de los encuestados considera que no está de acuerdo ni en desacuerdo sobre si el consumidor peruano se encuentra satisfecha con los productos textiles chinos y el 21% considera que los textiles chinos no tienen un nivel de calidad aceptable en el mercado.

A continuación, se procede al análisis de las respuestas para cada pregunta de la dimensión producto.

Pregunta 17: ¿Considera que el consumidor peruano se encuentra satisfecho con los productos textiles chinos?

Figura 19

Nivel de Satisfacción

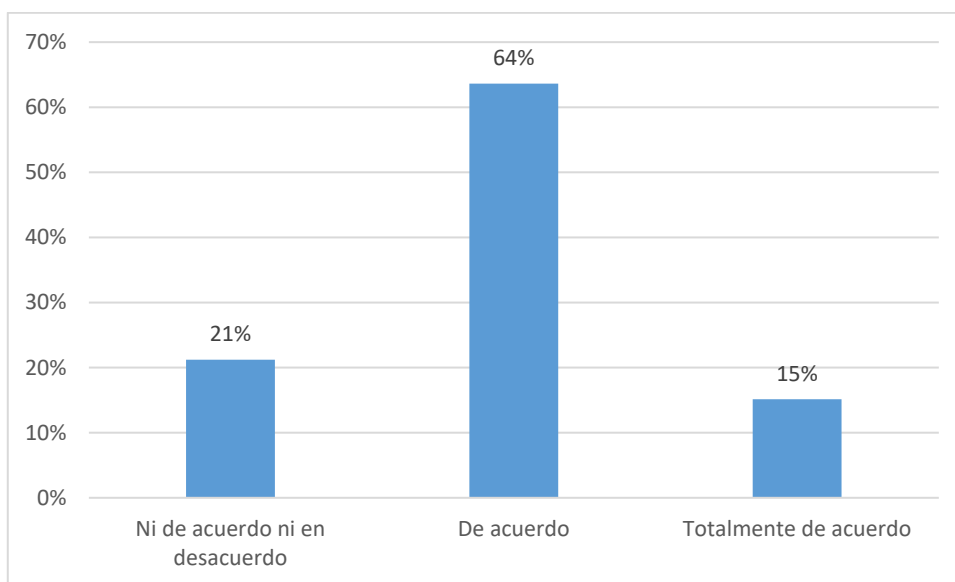


Con respecto a la pregunta 17, considera que el consumidor peruano se encuentra satisfecho con los productos textiles chinos; se concluye que el 12% de los encuestados se encuentra Ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que 76% quienes se encuentran de acuerdo, y finalmente un 12% totalmente de acuerdo.

Pregunta 18: ¿Considera que el consumidor peruano se encuentra satisfecho con los productos textiles peruanos?

Figura 20

Nivel de Satisfacción II.

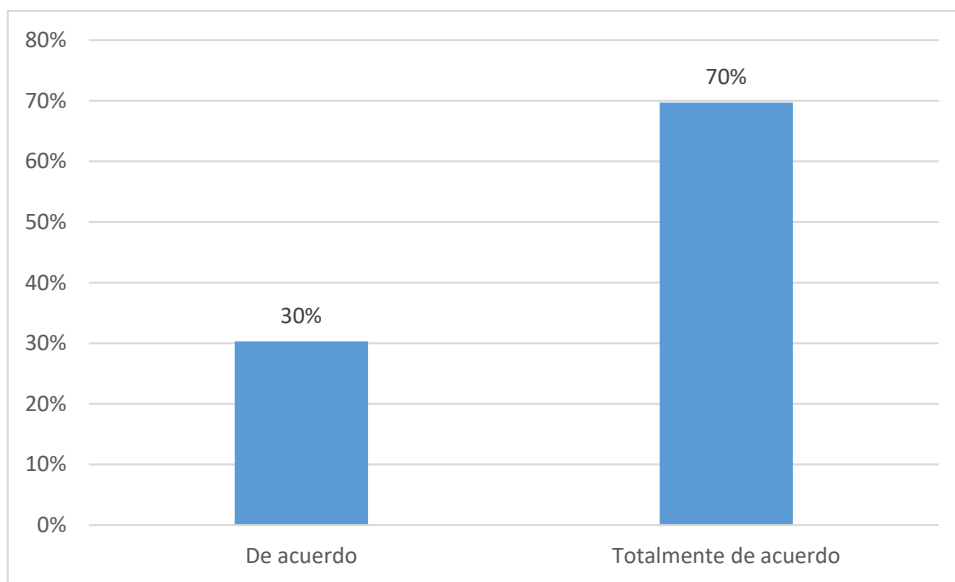


Con respecto a la pregunta 18, considera que el consumidor peruano se encuentra satisfecho con los productos textiles peruanos; se concluye que el 21% de los encuestados se encuentra Ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que 64% quienes se encuentran de acuerdo, y finalmente un 15% totalmente de acuerdo.

Pregunta 19: ¿Considera que los productos textiles peruanos tienen un nivel de calidad aceptable en el mercado nacional?

Figura 21

Nivel de Calidad

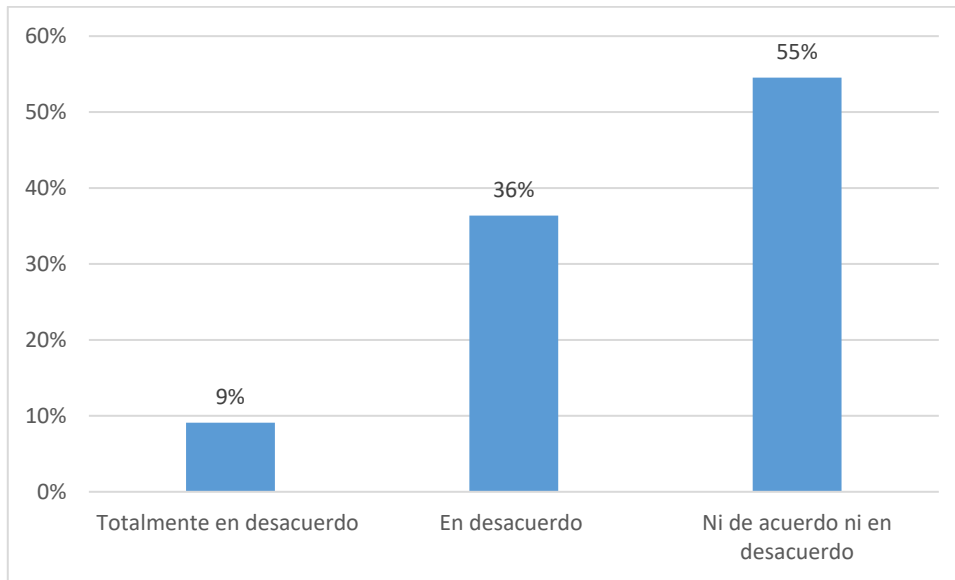


Con respecto a la pregunta 19, considera que los productos textiles peruanos tienen menor participación de mercado respecto a los productos textiles importados de China; se concluye que el 30% de los encuestados se encuentra de acuerdo, y un 70% se encuentra totalmente de acuerdo.

Pregunta 20: ¿Considera que los productos textiles chinos tienen un nivel de calidad aceptable en el mercado nacional?

Figura 22

Nivel de Calidad II

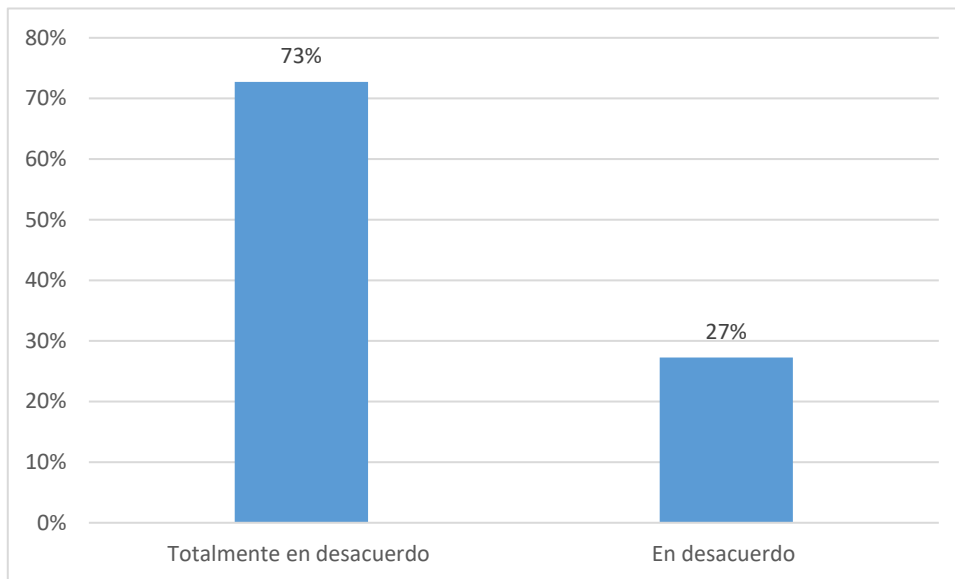


Con respecto a la pregunta 16, considera que los productos textiles chinos tienen un nivel de calidad aceptable en el mercado nacional; se concluye que el 9% de los encuestados se encuentra Totalmente en desacuerdo, mientras que 36% quienes se encuentran en desacuerdo, y finalmente un 55% Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Pregunta 21: ¿Considera que los consumidores peruanos valoran más el nivel de calidad que el precio?

Figura 23

Nivel de Calidad III



Con respecto a la pregunta 21, Considera que los consumidores peruanos valoran más el nivel de calidad que el precio; se concluye que el 73% de los encuestados se encuentra totalmente en desacuerdo, y un 27% se encuentra en desacuerdo.

4.2 Análisis estadístico inferencial de las hipótesis

Se aplicó el Coeficiente de asociación de Spearman, porque es la función que determina la existencia de una relación lineal entre dos variables a nivel ordinal y que esta relación no sea producto al azar; es decir, que la relación sea estadísticamente significativa. La variable independiente en la presente investigación es X: Gestión Estratégica Comercial, Y: Importación de textiles, se empleó en el instrumento de recolección de datos la escala ordinal:

1: Totalmente en desacuerdo	2: En desacuerdo	3: Ni de acuerdo ni desacuerdo	4: De acuerdo	5: Totalmente de acuerdo
------------------------------------	-------------------------	---------------------------------------	----------------------	---------------------------------

4.2.1 Prueba de la hipótesis estadística general

Hemos formulado las siguientes hipótesis estadísticas de decisión:

H_0 : La Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio Perú – China **no** influye en la importación de productos textiles de China a Perú.

H_1 : La Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio Perú – China influye en la importación de productos textiles de China a Perú.

La prueba estadística evalúa el coeficiente de correlación de Spearman se aplica la siguiente regla de decisión: Si $p < 0.05$ se rechaza H_0 .

El nivel de significancia que se establece normalmente es 0.05, este puede variar en la regla de decisión utilizando 0.01 si se requiere mayor certeza en la prueba de hipótesis.

Tabla 8*Correlación de hipótesis general*

RHO DE SPEARMAN			GESTIÓN ESTRATÉGICA COMERCIAL (X)	IMPORTACIÓN (Y)
Rho de Spearman	Gestión Estratégica Comercial (X)	Coefficiente de correlación	1,000	-,116
		Sig. (bilateral)		,520
		N	33	33
	Importación de textiles (Y)	Coefficiente de correlación	-,116	1,000
		Sig. (bilateral)	,520	
		N	33	33

Nota: Elaboración propia.*

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Se encontró una relación lineal estadísticamente no significativa ni directamente proporcional, entre la Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio de Perú - China y la importación de textiles de China a Perú ($r_s = -0,116$, $p = \text{SIG (bilateral)} = 0,520 > 0.05$).

Esto quiere decir, existe una mala Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio de Perú – China que ha generado un súbito incremento de las importaciones de textiles de China a Perú. Además, como la correlación entre las variables $r_s = -0,116$ es negativa, lo cual se interpreta como una relación inversa en las dos variables; entonces con la implementación de una adecuada Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio se tendría una disminución de la importación de textiles de China a Perú y un aumento de las exportaciones de textiles peruanos hacia dicho país; por lo tanto concluimos que se rechaza la hipótesis general de la investigación H1 de acuerdo a los resultados del valor de significancia y se acepta la hipótesis nula (H_0).

4.2.2 Prueba de las hipótesis estadísticas específicas

Hipótesis específica 1:

Ho: La estructura arancelaria del Tratado de Libre Comercio Perú – China **no** influye en las importaciones de productos textiles de China a Perú.

H1: La estructura arancelaria del Tratado de Libre Comercio Perú – China influye en las importaciones de productos textiles de China a Perú.

Para corroborar esta hipótesis relacionaremos:

X_1 = Estructura Arancelaria

Tabla 9

Correlación de hipótesis general

RHO DE SPEARMAN			ESTRUCTURA ARANCELARIA (X ₁)	IMPORTACIÓN (Y)
Rho de Spearman	Estructura Arancelaria (X ₁)	Coefficiente de correlación	1,000	-,176
		Sig. (bilateral)		,327
		N	33	33
	Importación de textiles (Y)	Coefficiente de correlación	-,176	1,000
		Sig. (bilateral)	,327	
		N	33	33

Nota: Elaboración propia.*

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Se encontró una relación lineal estadísticamente no significativa ni directamente proporcional, entre la estructura arancelaria del Tratado de Libre Comercio de Perú -

China y la importación de textiles de China a Perú ($rS = -0,176$, $p = \text{SIG (bilateral)} = 0,327 > 0.05$).

Esto quiere decir que existe una inadecuada estructura arancelaria del Tratado de Libre Comercio de Perú – China que favorece el incremento de las importaciones de textiles de China a Perú. Además, como la correlación en las variables $rS = -0,176$ es negativa, lo cual se interpreta como una relación inversa en las dos variables; entonces con la implementación de una adecuada estructura arancelaria del Tratado de Libre Comercio se tendría una disminución de la importación de textiles de China a Perú y un aumento de las exportaciones de textiles peruanos hacia dicho país; por lo tanto concluimos que se rechaza la hipótesis específica H1 de la investigación de acuerdo a los resultados del valor de significancia y se acepta la hipótesis específica nula H_0 .

Hipótesis específica 2:

H_0 : El nivel del conocimiento del recurso humano en el Tratado de Libre Comercio Perú – China **no** influye en las importaciones de productos textiles de China a Perú.

H_2 : El nivel del conocimiento del recurso humano en el Tratado de Libre Comercio Perú – China influye en las importaciones de productos textiles de China a Perú.

Para corroborar esta hipótesis relacionaremos:

$X_2 = \text{Recursos Humanos}$

Tabla 10*Correlación de hipótesis específica 2*

RHO DE SPEARMAN			RECURSOS HUMANOS (X ₂)	IMPORTACIÓN (Y)
Rho de Spearman	Recursos Humanos (X)	Coefficiente de correlación	1,000	-,105
		Sig. (bilateral)		,559
		N	33	33
	Importación de textiles (Y)	Coefficiente de correlación	-,105	1,000
		Sig. (bilateral)	,559	
		N	33	33

Nota: Elaboración propia.*

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Se encontró una relación lineal estadísticamente no significativa ni directamente proporcional, entre la variable recursos humanos del Tratado de Libre Comercio de Perú - China y la importación de textiles de China a Perú ($rS = -0,105$, $p = SIG$ (bilateral) = $0,559 > 0.05$).

Esto quiere decir que existe una mala gestión de la variable recursos humanos/negociadores del Tratado de Libre Comercio de Perú – China que desencadenó beneficiando las importaciones de textiles de China a Perú. Además, como la correlación entre las variables $rS = -0,105$ es negativa, lo cual se interpreta como una relación inversa en las dos variables; entonces con la implementación de un adecuado dominio del tema por parte del equipo de recursos humanos que negociaron el Tratado de Libre Comercio se tendría una disminución de la importación de textiles de China a Perú y las exportaciones textiles peruanas hacia dicho país podrían incrementarse; por lo tanto concluimos que se rechaza la hipótesis específica H2 de la

investigación de acuerdo a los resultados del valor de significancia y se acepta la hipótesis nula H_0 .

4.3 Propuesta de modelo al Tratado de Libre Comercio de Perú – China en la categoría de textiles.

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas del Perú debería fomentar la implementación de sistemas de control electrónico más moderno y avanzado con la finalidad de llevar un control de carácter más riguroso y aplicar una adecuada ley y/o sanción sobre aquellas personas que cometen actos ilícitos en la importación, debido a que se ha especulado que los textiles y confecciones de origen chino ingresan a nuestro país con precios subvaluados, asimismo sancionar a grupos que están organizados para realizar el contrabando.

El estado peruano debe derogar la ley 28911 que prohíbe a los agricultores algodonereros el uso de semillas transgénicas puesto que dicha ley es una traba que limita la producción y hace perder competitividad al empresario peruano tanto en el mercado local e internacional, puesto que al derogar la ley antes mencionada o al menos excluir al algodón de las lista de semillas prohibidas, el rendimiento productivo aumentaría en gran medida, por lo tanto, los costos de producción y los precios en el mercado serían menores, en consecuencia habría suficiente algodón para cubrir el mercado local y en consecuencia aumentaría el volumen exportado, de esta manera se contrarrestaría la importación y la caída de la producción y en las áreas cultivadas.

Con la finalidad de aumentar la calidad y competitividad del sector textil peruano en los mercados nacionales e internacionales es necesario incentivar el cultivo del algodón orgánico ya que actualmente su sembrío es escaso, consideramos que es una buena alternativa para encontrar nuevos nichos de mercado, además debemos de tener en cuenta que la demanda de prendas ecológicas forma parte de una nueva corriente de consumo en el mundo. El Estado podría identificar a los agricultores de algodón orgánico con la finalidad de ofrecerles soporte técnico y económico, de esta manera facilitar la inversión y el aumento del empleo en la producción y exportación del sector textil peruano.



CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A partir de los hallazgos encontrados, analizaremos la relación entre las hipótesis planteadas para esta investigación y las conclusiones expuestas en estudios elegidos como antecedentes.

El resultado general comprende que la Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio Perú – China comprende que existe una relación no significativa ni directamente proporcional, entre la Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio de Perú - China y la importación de textiles de China a Perú, lo cual se traduce en la existencia de una mala Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio de Perú – China, lo cual ha generado un súbito incremento de las importaciones de textiles de China a Perú, esto es similar a lo indicado por Pineda y Monsalve (2018), explicada en el marco teórico, ya que de acuerdo a los datos obtenidos, un adecuado dominio del tema por parte del equipo de recursos humanos que negociaron el Tratado de Libre Comercio se tendría una disminución de la importación de textiles de China a Perú

El resultado I de la estructura arancelaria del Tratado de Libre Comercio Perú – China influye en las importaciones de productos textiles de China a Perú, se traduce a que existe una inadecuada estructura arancelaria del Tratado de Libre Comercio de Perú – China que favorece el incremento de las importaciones de textiles de China a Perú. Ello, se relaciona con el antecedente de Cabrera y Rodríguez (2016), ya que los autores, determinan si el Tratado de Libre Comercio entre Perú y China incide favorablemente o no, en la variación de las importaciones y exportaciones en el sector textil peruano desde su vigencia hasta el 2014; asimismo, concluyen sobre la

existencia de partidas estarán exentas de derechos arancelarios en el año 2020 y 2026 y partidas de acceso libre, y esto gracias, TLC. Lo cual trae consigo producción nacional no pueda competir con productos desde china. Ello se apoya en lo que indica Hernández (2014) “Cuando un país es importador de una mercancía (dado que otros países ofrecen el bien a precios más bajos), el establecimiento de aranceles implica el encarecimiento de los bienes importados. Desde el punto de vista del país importador, la existencia de aranceles impactará negativamente el consumo nacional del país; mientras que, desde el criterio de los países exportadores, el encarecimiento de sus productos puede representar el desplazamiento de los mismos, ya sea por países con menores costos o por el aumento de la producción del país importador”



CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. Existe una inadecuada Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio de Perú – China, ya que ha generado un incremento de las importaciones de textiles de China a Perú, y por consecuencia afecto a la industria textil nacional, el cual no puede competir con los productos del país asiático, y principalmente a los precios que determina el mercado del país asiático. por lo tanto, se rechazó la hipótesis general de la investigación de acuerdo a los resultados del valor de significancia y se acepta la hipótesis nula.
2. Con la implementación de una adecuada estructura arancelaria del Tratado de Libre Comercio se tendría una disminución de la importación de textiles de China a Perú y un aumento de las exportaciones de textiles peruanos hacia dicho país; por lo tanto, se rechaza la hipótesis específica uno de la investigación de acuerdo a los resultados del valor de significancia y se acepta la hipótesis específica nula.
3. Con la implementación de un adecuado dominio del tema por parte del equipo de recursos humanos que negociaron el Tratado de Libre Comercio se tendría una disminución de la importación de textiles de China a Perú y las exportaciones textiles peruanas hacia dicho país tenderían al incremento permitan un crecimiento de toda la industria textil peruana; por lo tanto de la investigación de acuerdo a los resultados del valor de significancia se rechaza la hipótesis específica dos y se acepta la hipótesis nula.

Recomendaciones:

1. Respecto a las desgravaciones lineales, se recomienda a los organismos gubernamentales se estipulen una serie de mejoras en el aspecto del marco arancelario de los de productos textiles de China, el cual puede darse a través de impuestos, tasas u otros, debido a que la industria textil peruana es un sector sensible.
2. Asimismo, se recomienda a las autoridades competentes adopten las fiscalizaciones correspondientes en los casos que se detecte prácticas desleales. Por otro lado, se impulse la competitividad del sector textil peruano, a fin de que cuenten con una mejor capacidad de respuesta ante eventos similares.
3. También, se recomienda a los organismos gubernamentales encargados de las negociaciones, se revalúe el acuerdo de Tratado de Libre Comercio con China, ya sea a través de inserción de nuevas cláusulas al acuerdo, modificación de la categoría de canastas de las desgravaciones arancelarias, a fin de que se establezcan beneficios mutuos para el sector textil peruano, a de forma que no produzcan efectos negativos sobre alguna industria peruana.

REFERENCIAS (APA)

Alarco, G. (07 de noviembre de 2017). *Herejías Económicas*.

<https://gestion.pe/blog/herejias-economicas/2017/11/politica-comercial-estrategica.html/>

Asociación Latinoamericana de Integración. (s.f.).

<http://www2.aladi.org/nsfaladi/vbasico.nsf/vbusquedaR/3A1B2547651562E2032568CD00447D94>

Bajo, O. (Junio de 1991). *Teorías del Comercio Internacional*.

https://books.google.co.cr/books?id=99HyPYGM5EUC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Banco Central de Reserva del Perú. (s.f.).

<https://www.bcrp.gob.pe/en/publicaciones/glosario/b.html>

Banco Central del Ecuador. (Diciembre de 2016). *Teorías del Comercio Internacional*.

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/doctec11.pdf>

Baptista, M., Fernandez, C., & Hernandez, R. (2014). *Metodología de la*

Investigacion. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Betancourt, J. (2006). *Gestion Estrategica. Navegando hacia el cuarto paradigma*.

<https://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/220/>

Cabrera Marin, W., & Rodriguez Mercado, N. (Febrero de 2016). *Tratado de libre Comercio entre Peru y China y su incidencia en la variacion de las importaciones y exportaciones en el sector textil peruano: Analisis antes y despues de la firma del TLC, 2008-2014*. Repositorio Institucional de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo]:
<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/88/TESIS%20N%c2%b0%2003.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cámara de Comercio de España. (s.f.). *Competitividad*.
<https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-ser-competitivo>

Camargo Camacho, J. (2016). *Impacto del TLC con china en el desarrollo comercial del Perú periodo*. Repositorio institucional de la Universidad Ricardo Palma [Tesis de Maestria, Universidad Ricardo Palma]:
http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/urp/950/AN%20CAMARGO_CJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Carrión, J. (Julio de 2007). *Estrategia. De la vision a la accion*.
https://books.google.com.pe/books?id=8_PwloGOa6QC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Castillo, A. (11 de Marzo de 2021). Diario Gestión. *Industria textil local pide salvaguardas ante aumento de importaciones de China y Bangladesh*.
<https://gestion.pe/economia/industria-textil-local-pide-salvaguardas-ante-aumento-de-importaciones-de-china-y-bangladesh-noticia/>

Chan Kim, W., & Mauborgne, R. (2005). *La estrategia del océano azul. Cómo desarrollar un nuevo mercado donde la competencia no tiene ninguna importancia.*

[https://books.google.com.pe/books?id=1g8oo3ygLQMC&printsec=frontcover&dq=W.+Chan+Kim+y+Ren%C3%A9+Mauborgne+\(2005\)&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj7k6Tes4LyAhWRQTABHQXPCdsQ6AEwAnoECAoQAg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=1g8oo3ygLQMC&printsec=frontcover&dq=W.+Chan+Kim+y+Ren%C3%A9+Mauborgne+(2005)&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj7k6Tes4LyAhWRQTABHQXPCdsQ6AEwAnoECAoQAg#v=onepage&q&f=false)

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración. Séptima Edición.* McGRAW-HILL/ÍNTER AMERICAN A EDITORES, S.A. DE C.V.:

<https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>

Cohen Orantes, I. (1981). *El concepto de Integración.* Revista de la CEPAL:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/10232/015149159_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Delaux, S. (2014). *El modelo de gestión estratégica de recursos humanos como herramienta de desarrollo, crecimiento, eficiencia y modernización de la gestión pública.*

<https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/5860/1/modelo-gestion-estrategica-delaux.pdf>

Eslava, E. (2011). *Gestión del talento humano en las organizaciones.*

<https://recursoshumanosblog.wordpress.com/2011/02/25/gestion-del-talento-humano-en-las-organizaciones/>

- Gómez-Puig , M. (Octubre de 2006). *Introducción a la Microeconomía*. Universitat de Barcelona: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/1281/1/211.pdf>
- Hernández, J. D. (2014). *Reflexiones sobre el TLC entre Estados Unidos y Colombia: exportaciones del sector de textiles y confecciones colombiano (1995-2013)*. <https://repositorio.escuelaing.edu.co/bitstream/handle/001/175/Hern%20E1ndez%20Colmenares,%20Juan%20Daniel-2014.pdf?sequence=1>
- Jiménez, D. D. (Enero de 2014). *Equipos y Talento. Una gestión de RRHH alineada a la estrategia empresarial*. <https://www.equiposytalento.com/tribunas/sql-software/una-gestion-de-rrhh-alineada-a-la-estrategia-empresarial>
- Jorge, S. (26 de Abril de 2017). *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/subsidio.html>
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2006). *Economía internacional: Teoría y política*. http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3184/1/Economia_Internacional.pdf
- Lana, A. (2008). *La Administración Estratégica como Herramienta de Gestión*. Revista Científica "Visión de Futuro": <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935469001.pdf>
- Lopez, P. A., & Mariño Arevalo, A. (2010). *Hacia una evolución en el campo del conocimiento de la disciplina administrativa: de la Administración de Empresas a la Gestión de Organizaciones*. Fundación Universidad Central de Colombia: <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v18n2/v18n2a05.pdf>

Marcó, F., Loguzzo, H. A., & Fedi, J. L. (2016). *Introducción a la Gestión y Administración en las organizaciones*. Instituto de Ciencias Sociales y Administración. Universidad Nacional Arturo Jauretche:
<https://biblioteca.unaj.edu.ar/wp-content/uploads/sites/8/2017/02/Introduccion-gestion-y-administracion-organizaciones.pdf>

Mejia Vargas, S. (2014). *Impacto de Importacion de productos textiles desde China en las PYMES nacionales*. Repositorio institucional de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil [Tesis de titulación, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]:
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2569/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-109.pdf>

Ministerio de Economía y Finanzas. (s.f.).
https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=101051&lang=es-ES&view=article&id=474

Ministerio de Economía y Finanzas. (Enero de 2004). *Boletín de Transparencia Fiscal*. Los Lineamientos de la Política Arancelaria en el Perú:
https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/documentos/btf/Lineam_Pol_Arancel.pdf

Mintzberg, H., & Quinn, J. (1993). *El proceso estratégico. Concepto, contexto y casos*.
https://isabelportoperez.files.wordpress.com/2012/08/proceso_estrategico_mintzberg.pdf

Mochón, F. (2006). *Principios de Economía. Tercera Edición.*

[http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Economia/\[PD\]%20Libros%20-%20Principios%20de%20Economia.pdf](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Economia/[PD]%20Libros%20-%20Principios%20de%20Economia.pdf)

Organizacion Mundial del Comercio. (Junio de 2021). *Datos & Cifras Acuerdos Comerciales Regionales 1 de Enero - 30 de Junio.*

https://www.wto.org/spanish/tratop_s/region_s/rtafactfig_s.pdf

Organizacion Mundial del Comercio. (s.f.).

https://www.wto.org/spanish/thewto_s/glossary_s/glossary_s.htm

Palmieri, F. (enero de 2019). *Comercio Internacional. Repensando las teorías del.*

https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:VGNvkiTKA0AJ:https://www.cera.org.ar/new-site/descargarArchivo.php%3Fidioma_code%3Des%26contenido_id%3D4794+%&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=pe

Pineda Botero, S., & Monsalve Alvarez, J. (2018). *Principales TLC suscritos por Colombia y su influencia en el sector textil Antioqueño.* [Tesis de titulación, Universidad de San Buenaventura Colombia]:

http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co:8080/bitstream/10819/5744/1/Principales%20TLC_Suscritos_Pineda_2018.pdf

Ramales, M. C. (2013). *Economía Internacional. Apuntes Introductorios.*

<https://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1291/index.htm>

Real Academia de la Lengua Española. (s.f.). *Diccionario de la lengua española, 23.^a ed.* <https://dle.rae.es>

Rivas, C. (2017). *Análisis del Modelo de Gestión de Recursos Humanos de la Institución Educativa Julio Caicedo y Téllez, a partir de un contraste entre Enfoques Organizacionales Clásicos y Modernos.*

https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/1497/AN%20c3%81LISIS_MODELO_GESTI%20c3%93N_RECursos_HUMANOS_INSTITUCI%20c3%93N_EDUCATIVA_JULIO_CAICEDO_T%20c3%89LLEZ_APARTIR_CONTRASTE_ENTRE_ENFOQUES_ORGA~1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (s.f.).

https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc_glosario&pLetra=P&_portletid_=SGlosario&_page_=155.00000

Smith, A. (1776). *Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones.* Traducción de D. Josef Alonso Ortiz, publicado en Valladolid, en cuatro tomos, entre 1794 y 1806.:

https://www.marxists.org/espanol/smith_adam/1776/riqueza/smith-tomo2_parte2.pdf

Tamayo y Tamayo, M. (2011). *Tesis de Investigación. Población y Muestra. Tamayo y Tamayo.* <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>

Valverde Velásquez, H. H. (2018). *Impacto del Tratado de Libre Comercio (TLC) Perú -China sobre el empleo en el sector textil peruano, 2017.* Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]:

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24117/Valverde_VHH.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Veritrade. (2021). *Importaciones Textiles de Perú desde China y Exportaciones Textiles de Perú hacia China*. <https://www.veritradecorp.com/>



APÉNDICE 1: Matriz de consistencia

UNIVERSIDAD FEMENINA DEL SAGRADO CORAZON

TESIS DE GRADO DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORES: JESICA MARÍA OSCCO VARGAS Y CLEYDY VANESSA PARVINA MORENO

TÍTULO:

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DISEÑO METODOLÓGICO
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General		Enfoque: Cuantitativo. Diseño: Diseño No experimental, transversal correlacional. Tipo de investigación: Aplicada. Nivel de Investigación: Descriptivo, Correlacional Población: 141 empresas textiles del segmento mediana y gran empresa Muestra: 33 Técnicas: Encuesta. Instrumentos: Cuestionario.
¿Cómo la Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio Perú – China influye significativamente en la importación de productos textiles de China a Perú?	Analizar la Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio Perú – China y su influencia significativa en la importación de productos textiles de China a Perú	La Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio Perú – China influye significativamente en la importación de productos textiles de China a Perú		
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
¿Cómo la estructura arancelaria del Tratado de Libre Comercio Perú – China influye significativamente en la importación de productos textiles de China a Perú?	Explicar la estructura arancelaria del Tratado de Libre Comercio Perú – China y su influencia significativa en la importación de productos textiles de China a Perú.	La estructura arancelaria del Tratado de Libre Comercio Perú – China influye significativamente en las importaciones de productos textiles de China a Perú.	V1: Gestión Estratégica Comercial del Tratado de Libre Comercio Perú – China V2: Importaciones	
¿Cómo el nivel del conocimiento del recurso humano en el Tratado de Libre Comercio Perú – China influye significativamente en la importación de productos textiles de China a Perú?	Explicar el nivel del conocimiento del recurso humano en el Tratado de Libre Comercio Perú – China y su influencia significativa en la importación de productos textiles de China a Perú.	El nivel del conocimiento del recurso humano en el Tratado de Libre Comercio Perú – China influye significativamente en las importaciones de productos textiles de China a Perú.		

APÉNDICE 2: Instrumento para la recolección de información

CUESTIONARIO MODELO DE GESTION ESTRATEGICA COMERCIAL DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU-CHINA Y SU INFLUENCIA EN LA IMPORTACION DE PRODUCTOS TEXTILES DE CHINA A PERU

Como parte del desarrollo de nuestra tesis en la Universidad Femenina del Sagrado Corazón, estamos realizando una investigación acerca de la “GESTIÓN ESTRATEGICA COMERCIAL DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERÚ-CHINA Y SU INFLUENCIA EN LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES DE CHINA A PERÚ”. Dicho cuestionario, no tomará más de cinco minutos en completarlo y será de gran aporte para nuestra investigación.

Los datos que en ella se consignen se tratarán de forma anónima. Por favor marcar con una (X) la que corresponde con su opinión aplicando la siguiente valoración:

ESCALA DE CALIFICACIÓN: Exprese su opinión considerando la siguiente escala:				
1: Totalmente en desacuerdo	2: En desacuerdo	3: Ni de acuerdo ni desacuerdo	4: De acuerdo	5: Totalmente de acuerdo

Marque solo un número elegido que se adecue más a su respuesta.

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE I: GESTION ESTRATEGICA COMERCIAL						
Dimensión: Estructura Arancelaria						
1	¿Considera importante la asignación de una estructura arancelaria en un Tratado de Libre Comercio?					
2	¿Considera que la asignación de la estructura arancelaria del TLC Perú – China en la categoría de textiles es adecuada?					

3	¿Considera que el bajo porcentaje o eliminación del arancel en la categoría de textiles afecta la competitividad de la industria textil peruana?					
4	¿Considera que la tasa de crecimiento del mercado textil peruano es positiva?					
5	¿Considera que el incremento de las importaciones textiles de China afecta el crecimiento de la industria textil peruana?					
6	¿Considera que la falta de inversión (en tecnología de producción) en la industria textil peruana es uno de los factores que afecta su crecimiento?					
Dimensión: Recursos Humanos						
7	¿Considera que al concretarse el TLC Perú – China generó algún beneficio en el mercado textil peruano?					
8	¿Considera que las personas que negociaron el TLC Perú – China conocían de la situación textil peruana antes de la firma?					
9	¿Considera que, durante el periodo de negociación de este TLC, los ejecutivos de las empresas textiles estuvieron informados de los términos del TLC?					
10	¿Considera que las personas que negociaron el TLC Perú – China realizaron alguna proyección respecto a la relación importación y exportación de textiles?					

VARIABLE II: IMPORTACIÓN

Dimensión: Mercado

11	¿Considera que los productos textiles peruanos tienen menor participación de mercado respecto a los productos textiles importados de China?					
12	¿Considera que la participación en el mercado nacional de los productos textiles peruanos se incrementaría por la mejora de procesos y una adecuada estructura arancelaria?					

Dimensión: Precio

13	¿Considera usted, como productor textil nacional que, exportando sus productos tendría mayores ingresos que comercializarlos en el mercado local, debido al precio?					
14	¿Considera que el diseño de los productos textiles peruanos influye en el precio y tienen mayor aceptación que los productos textiles chinos?					
15	¿Considera que el mercado peruano demanda los productos textiles chinos por sus bajos precios?					
16	¿Considera que, con el desarrollo de estrategias de marketing, las empresas textiles peruanas podrían incrementar sus ventas e ingresos?					

Dimensión: Producto					
17	¿Considera que el consumidor peruano se encuentra satisfecho con los productos textiles chinos?				
18	¿Considera que el consumidor peruano se encuentra satisfecho con los productos textiles peruanos?				
19	¿Considera que los productos textiles peruanos tienen un nivel de calidad aceptable en el mercado nacional?				
20	¿Considera que los productos textiles chinos tienen un nivel de calidad aceptable en el mercado nacional?				
21	¿Considera que los consumidores peruanos valoran más el nivel de calidad que el precio?				

