



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES



**IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE
VESTIR EN EL MERCADO INTERNACIONAL
SAN JOSÉ – JULIACA, 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. ELVIZ ROY MACHACA LERMA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

JULIACA – PERÚ

2025



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

**IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO INTERNACIONAL
SAN JOSÉ – JULIACA, 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. ELVIZ ROY MACHACA LERMA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE


: _____
Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI

PRIMER MIEMBRO


: _____
Dr. ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA

SEGUNDO MIEMBRO


: _____
Dr. ENRIQUE GENARO APAZA CHIRINOS

ASESOR DE TESIS


: _____
Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN : ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311 – UNESCO)



RESOLUCIÓN N°266-2025-D-FCA-UANCV-J

Juliaca, 27 de octubre de 2025

VISTOS:

El Expediente N° 9547, presentado por **ELVIZ ROY MACHACA LERMA**, quien solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación y defensa de la tesis titulado: **IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ – JULIACA, 2024**; conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de **Administración y Negocios Internacionales**.

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el artículo 8°, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

Que, al haber cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Y estando, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y las atribuciones que confiere el artículo 28° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. – DECLARAR APTO para la sustentación presencial del informe Final de la investigación (borrador de Tesis), del (la) bachiller: **ELVIZ ROY MACHACA LERMA**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTICULO SEGUNDO. – NOMINAR JURADOS para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

- PRESIDENTE : Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
- 1er. MIEMBRO : Dr. ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA
- 2do. MIEMBRO : Dr. ENRIQUE GENARO APAZA CHIRINOS
- ASESOR DE TESIS : Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA

ARTICULO TERCERO. – PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

- Lugar : salón de Grados y Títulos
- Fecha : lunes, 27 de octubre de 2025
- Hora : 3: 00 p.m

ARTICULO CUARTO. – DISPONER que la comisión de Grados y Títulos de la Facultad; Secretaria Académica, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.

DISTRIBUCIÓN:
- Unid. Inv. (1)
- Jurados (3)
- Interesado (1)
- Asesor de Tesis (1)
- Archivo FCA (1)



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Dr. Leopoldo W. Condori Cari
DECANO (e)
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



RESOLUCIÓN N° 052-2025-UI-FCA-UANCV-J

Juliaca, 08 de abril 2025

VISTOS:

El Expediente 2025-CU-619 de fecha 13 de marzo de 2025, del **Bach ELVIZ ROY MACHACA LERMA**, quien solicita Revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) y el **Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis)"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, **Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales**.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) **Bach. ELVIZ ROY MACHACA LERMA**, quien solicita la revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del tema titulado: **IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ - JULIACA, 2024**; conducente para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración y Negocios Internacionales.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable al Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis).

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional, corroboró el asesoramiento en el Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del ASESOR Mg. **PERCY GONZALO PUMA PUMA**.

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO - APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS), para la **REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN**, del tema titulado: **IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ - JULIACA, 2024**; correspondiente a la Línea de Investigación **ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311-UNESCO)** presentado por el (la) **Bach. ELVIZ ROY MACHACA LERMA**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO - RATIFICAR, como **ASESOR** al Mg. **PERCY GONZALO PUMA PUMA**.

ARTÍCULO TERCERO - DISPONER, que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

DISTRIBUCIÓN:
- Decanato
- Intersección (I)
- Archivo FCA (I)
- BCU



Resístrese, Comuníquese y Archívese
UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
Benigno Callata Quispe
Dr. Benigno Callata Quispe
DIRECTOR
UNID. INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



RESOLUCIÓN N° 012-2025-UI-FCA-UANCV-J

Juliaca, 07 de enero 2025

VISTOS:

El Expediente: **2024-CU-19867** de fecha 02 de enero del 2025, el cual solicita Revisión de propuesta de Investigación y el **Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de **Administración y Negocios Internacionales**.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) **Bach. ELVIZ ROY MACHACA LERMA**, quien solicita la revisión y aprobación de la Propuesta de Investigación de **Título: IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ - JULIACA, 2024**; conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la Propuesta de Investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, corroboró la propuesta del **ASESOR Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA**, quien debe ser acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis).

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN, titulado: **IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ - JULIACA, 2024**; correspondiente a la Línea de Investigación **ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311-UNESCO)** presentado por el (la) **Bach. ELVIZ ROY MACHACA LERMA**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO.- RECONOCER, como **ASESOR** al **Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA**.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.

UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

Dr.Sc. S. Leonardo Aguirre Pinedo
DIRECTOR
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN

- Decanatura
- Interesado (1)
- Archivo FCA (1)
- SLAPY



20% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 17% Fuentes de Internet
- 4% Publicaciones
- 15% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

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

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



Metadatos Complementarios



IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ – JULIACA, 2024	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	ELVIZ ROY MACHACA LERMA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	77432552
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0008-2323-6477
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	PERCY GONZALO PUMA PUMA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02374215
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-0631-795X
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02389341
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02145441
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	ENRIQUE GENARO APAZA CHIRINOS
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02413103



Datos de investigación	
Línea de investigación	Organización y Dirección de Empresa (5311-UNESCO)
Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	<p>País: Perú Departamento: Puno Provincia: San Román Distrito: Juliaca</p> <p>Coordenadas: Latitud: -15.4829723 Longitud: -70.1287107 https://maps.app.goo.gl/9cov9Ry9MXj7AZi28</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Enero 2024 – Octubre 2025
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html	<p>Negocios, Administración https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04</p> <p>Administración pública https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.02</p>



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
Roberto Poyé Colancho
Dr. Roberto Poyé Colancho
DIRECTOR
Vicerrectorado de Investigación UANCV



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo ELVIZ ROY MACHACA LERMA, identificado con DNI
Nro. 77432552 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional**
 Programa de Segunda Especialidad,
 Programa de Maestría o Doctorado

ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

informo que he elaborado el/la **Tesis** o **Trabajo de Investigación**, **Trabajo Académico**
denominada:

IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO
INTERNACIONAL SAN JOSÉ – JULIACA, 2024

Asesorado por: Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 18 de Noviembre del 2025

Firma del Asesor
(obligatoria)

Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

Con profundo cariño a mis queridos
padres Urbano y Felicia por su
incansable esfuerzo y dedicación en
mi formación profesional.



AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a los profesores de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la UANCV por su apoyo en mi formación profesional.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
RESUMEN.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	xiii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	2
1.2.1. Delimitación espacial.....	2
1.2.2. Delimitación social.....	3
1.2.3. Delimitación temporal.....	3
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.3.1. Problema general.....	3
1.3.2. Problemas específicos.....	3
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	4

CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL.....	6
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
3.1.1 A nivel internacional.....	7
3.1.2. A nivel nacional.....	11
3.1.3. A nivel regional o local.....	15
3.2. MARCO TEÓRICO.....	20
3.2.1. Consideraciones acerca de la importación.....	20
3.2.1.1. Procedimiento técnico.....	21
3.2.1.2. Marco legal.....	21
3.2.1.3. Logística internacional.....	22
3.2.2. Consideraciones acerca de la comercialización.....	23
3.2.2.1. Venta de artículos.....	24
3.2.2.2. Distribución de artículos.....	25
3.2.2.3. Precios de artículos.....	26
3.3. MARCO CONCEPTUAL.....	26
3.3.1. Actividad aduanera.....	27
3.3.2. Comercialización.....	27
3.3.3. Canales de distribución.....	27
3.3.4. Exportación.....	27
3.3.5. Importación.....	27
3.3.6. Mecanismos aduaneros suspensivos.....	27
3.3.7. Regímenes aduaneros.....	27
3.3.8. Retención de clientes.....	28
3.3.9. Transporte internacional.....	28



3.3.10. Operador logístico 28

CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

4.1. HIPÓTESIS GENERAL 29
4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICA 29
4.3. VARIABLES 29
4.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES 30

CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. ENFOQUE DE INVESTIGACION 32
5.2. MÉTODO APLICADO A LA INVESTIGACIÓN 32
5.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN 33
5.4. NIVEL DE INVESTIGACIÓN 33
5.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN 33
5.6. POBLACIÓN Y MUESTRA 34
 5.6.1. Población 34
 5.6.2. Muestra 34
5.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN 35
 5.7.1. Técnicas 35
 5.7.2. Instrumentos 35
5.8. CONFIABILIDAD Y VALIDES DEL INSTRUMENTO 35
 5.8.1. Confiabilidad 35
 5.8.2. Validez del instrumento 36
5.9. PROCEDIMIENTO DE RATAMIENTO DE DATOS 36
5.10. DISEÑO DE CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS 37



5.10.1. Comprobación de la hipótesis general.....	38
5.10.2. Comprobación de la hipótesis específica 1	39
5.10.3. Comprobación de la hipótesis específica 2	41
5.10.4. Comprobación de la hipótesis específica 3	42

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	44
6.1.1. Coeficiente de correlación de Spearman.....	44
6.1.2. Análisis de distribución de datos.....	44
6.1.3. Relación de la obtención del objetivo general	46
6.1.4. Relación de la obtención del objetivo específico 1	48
6.1.5. Relación de la obtención del objetivo específico 2	50
6.1.6. Relación de la obtención del objetivo específico 3	52
6.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	54
CONCLUSIONES.....	57
RECOMENDACIONES	59
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60
ANEXOS.....	64



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro de operacionalización de variables.	31
Tabla 2 Relación entre importación y comercialización de prendas de vestir ..	39
Tabla 3 Relación entre procedimiento técnico y comercialización de prendas de vestir	40
Tabla 4 Relación entre el marco legal y la comercialización de prendas de vestir	41
Tabla 5 TAU. B DE KENDALL	43
Tabla 6 Prueba de Kolmogórov para muestras mayores a 50 colaboradores .	45
Tabla 7 Relación entre importación y comercialización de prendas de vestir ..	46
Tabla 8 Relación entre procedimiento técnico y comercialización de prendas de vestir	48
Tabla 9 Relación entre marco legal y comercialización de prendas de vestir ..	50
Tabla 10 Relación entre logística internacional y comercialización de prendas de vestir	52



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Diagrama de dispersión de importación y comercialización de prendas de vestir	47
Figura 2 Diagrama de dispersión de procedimientos técnicos y comercialización de prendas de vestir	49
Figura 3 Diagrama de dispersión de marco legal y comercialización de prendas de vestir	51
Figura 4 Diagrama de dispersión de logística internacional y comercialización de prendas de vestirb	53



RESUMEN

El país cuenta con un sistema universitario que prioriza la investigación, motivo por el cual se exigen trabajos de tesis como requisitos para las propias carreras de profesionalización de pre y postgrado, en ese orden. En este contexto, me permito presentar mi tesis profesional titulada: **IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ – JULIACA 2024**, cuyo principal **objetivo**, es interpretar de qué manera se presentan interrelacionados la importación y la comercialización de prendas de vestir en ese mercado, durante el año 2024. En cuanto a los **métodos**, en cuanto a lo que se refiere al método, utilicé un enfoque metodológico cuantitativo. La investigación es científica, es decir, resulta aplicable, además más presenta un diseño no experimental. Trabajé con 254 comerciantes y seleccioné una muestra de 153 comerciantes, realizamos la técnica de encuesta y el cuestionario resultó tener una elevada confiabilidad para ambas variables: $\alpha_1 = 0,812$ para la primera variable, $\alpha_2 = 0,805$ para la segunda variable. Los **resultados** mostraron una conexión clara: el p-valor fue de 0,000, que está por debajo de 0,05, así que es algo importante. El coeficiente de correlación de Tau-b fue 0,990 y el de Spearman fue 0,998, indicando que hay una buena relación entre las variables. También, la gráfica de dispersión presentó una línea en aumento, con la ecuación $y = 0,18 + 0,99x$. En **conclusión**, los hallazgos de ésta investigación indican que la importación se relaciona de manera directa y significativa con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca en 2024.

Palabras clave: importación y comercialización de prendas de vestir.



ABSTRACT

The country has a university system that prioritizes research, which is why thesis works are required for the undergraduate and graduate professionalization courses, in that order. In this context, I allow myself to present my doctoral thesis entitled: **IMPORTATION AND MARKETING OF CLOTHING IN THE SAN JOSÉ - JULIACA INTERNATIONAL MARKET 2024**, whose main purpose is to interpret how the importation and marketing of clothing are interrelated in that market, during the year 2024. Regarding the **methods**, in terms of the method, I use a quantitative methodological approach. The research is scientific, that is, it is applicable, and it also presents a non-experimental design. I worked with 254 merchants and selected a sample of 153 merchants. We conducted a survey, and the questionnaire showed high reliability for both variables: $\alpha_1 = 0.812$ for the first variable, $\alpha_2 = 0.805$ for the second variable. The **results** showed a clear connection: the p-value was 0.000, which is below 0.05, so this is significant. The Tau-b correlation coefficient was 0.990 and the Spearman correlation coefficient was 0.998, indicating a strong relationship between the variables. The scatter plot also showed a rising line, with the equation $y = 0.18 + 0.99x$. In **conclusion**, the findings of my research indicate that imports are directly and significantly related to the marketing of clothing in the San José-Juliaca international market in 2024.

Key words: import and marketing of garments.



INTRODUCCIÓN

La introducción del trabajo de tesis denominado: **“IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ – JULIACA, 2024”**, esta plaza internacional San José de Juliaca, que viene a ser un centro de comercio muy importante de la Región Puno, con movimiento económico de gran magnitud de importadores y transacciones comerciales, cuya infraestructura es insuficiente e inadecuado aún por el volumen de la actividad comercial.

En primer término, consignamos el aspecto formal del trabajo, con el planteamiento del problema, que es la razón de esta actividad, formular el problema, realizar la necesaria justificación; también redacción de objetivos como general y específico de la investigación, el marco teórico que comprende el antecedente, base teórica y el marco conceptual, no podría faltar la sección de la hipótesis, siendo esta general y especio, considerado como el aspecto medular del estudio.

En segundo lugar, hablemos del método que usamos en la investigación y los resultados. Empezamos con un enfoque cuantitativo, siguiendo el método científico. Se trató de un estudio aplicado con un alcance correlacional, usando un diseño no experimental y transversal. La población y muestra se definieron según el estudio. Para recopilar datos, usamos encuestas con un cuestionario, este último fue declarado confiable y válida y el procedimiento de los cálculos estadísticos para la prueba de hipótesis. Finalmente se obtuvo el resultado conforme a los objetivos formulados, por lo que se concluye con conclusiones, recomendaciones, su bibliografía correspondiente y finalmente sus anexos.



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Unión Europea fue el principal importador de textiles a nivel mundial, con importaciones de textiles cuyo monto aproximado es de 78 mil millones de dólares estadounidenses en 2022. Ese año, Estados Unidos y Vietnam fueron los dos siguientes mayores importadores de textiles, con importaciones de 39 mil millones de moneda estadounidense y 19 mil millones de moneda estadounidense respectivamente. China fue en el mundo con mayor exportación en textiles y prendas de vestir, generando alrededor del 35% de las exportaciones a nivel mundial.

Entre los productos más destacados, tenemos: polos shirt de algodón para masculino, t-shirts de algodón, polo shirt algodón de mujeres y sintético, suéter de algodón, t-shirts sintético y ropas de bebés, entre muchos otros. Importar es introducir productos o servicios a un país distinto del que fueron fabricados para su venta. Las empresas estadounidenses que compran productos fuera de su país y los envían a Estados Unidos para comercializar, o como parte de un producto que lo están ensamblando, entonces están importando.

En Perú, para realizar la actividad de importación, es necesario ser registrado en el RUC, presentar la Declaración Única de Aduanas (DUA), contar



con los requisitos de transporte y la factura, cumplir con los pagos pertinentes. Entre los requisitos fundamentales para importar en Perú, es de vital importancia poseer con un RUC vigente, estar inscrito ante la SUNAT y, en ciertas ocasiones, emplear una agencia de aduanas como medio para facilitar el proceso. Respecto a los bienes y objetos que no es obligatorio declarar y que puedes introducir con libre de impuesto al Perú. artículos de uso personal como: maletas, mochilas y otros recipientes de uso común que contengan objetos y que constituyen parte del equipaje.

Juliaca es una ciudad de Perú con una actividad comercial predominantemente informal, donde la mayoría de las viviendas aledañas a las zonas comerciales, son depósitos o tiendas. La actividad comercial que predomina es la informal convirtiendo a Juliaca, en una ciudad de negocios. Esta actividad informal hace de la ciudad de los vientos, una ciudad cosmopolita y eminentemente comercial, reiterando con hogares que incluso los dormitorios son depósitos o locales de expendio en las áreas comerciales. La económica de la ciudad de Juliaca se basa por tener una economía basada en actividades que se denominan terciarias y se está explicada por el crecimiento de la actividad comercial de bienes y servicios; así como en la manufactura.

1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. Delimitación espacial

Esta investigación se realizó en el mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca, y esta ubicado en el noreste de la ciudad de los vientos, allí se comercializan los productos de prendas de vestir al por mayor y menor.



1.2.2. Delimitación social

Respecto a la delimitación social, dicho mercado Internacional alberga a todos aquellos emprendedores de esta actividad comercial; las personas que están en este mercado son en gran mayoría los que inmigraron de los diferentes puntos de la Región Puno, e inclusive de otras regiones del macrorregión Sur del país.

1.2.3. Delimitación temporal

Según el diseño de la investigación, que es no experimental y de corte transversal, indudablemente las actividades comerciales que se realizan corresponden a la actualidad, es decir, en el presente año del 2024.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Bernal (2010). formular correctamente un problema de investigación debe incluir el desarrollo de un doble nivel de preguntas. De una parte, encontramos la pregunta general, que debe vincularse con la esencia del problema, esto es, el título del estudio. Las preguntas específicas van dirigidas a interrogar aspectos concretos del problema, o bien de lo que el problema expresa, pero en conjunto, asumiendo que entran a formar parte de todo (las preguntas específicas serán las preguntas de la pregunta general). (página 89)

1.3.1. Problema general

¿Cuál es su relación de importación con comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024?

1.3.2. Problemas específicos

PE1: ¿Cómo es su relación de los procedimientos técnicos y comercialización de prendas de vestir a nivel del mercado internacional San José - Juliaca, año 2024?



PE2: ¿Como es su relación del marco legal con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024?

PE3: ¿Cómo es su relación de logística internacional con comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024?

1.4. JUSTIFICACIÓN

Carrasco (2005). Justificar significa, explicar la ganancia, los beneficios del resultado de la investigación considerando de vital importancia, tomando en cuenta la sociedad en general, el contexto sociodemográfico en el que se lleva a cabo, como en las esferas intelectuales del país. (pág. 118).

Justificación teórica

La justificación teórica consiste en tomar muy en cuenta los soportes teóricos que tratan acerca de cómo las ropas de vestir son importadas, de igual forma la comercialización de los productos en un mercado no formal, sin tomar en cuenta los aspectos legales, respecto de las aduanas y entre otros aspectos.

Justificación práctica

El presente estudio corrobora la forma de la importación de artículos provenientes del extranjero, los mismos que son comercializados en el mercado informal, debiendo ser formalizados, y de esta forma contribuye en el aspecto de tributos a favor del Estado.

Justificación metodológica

Referente a la justificación metodológica, la investigación siguió estrictamente las pautas metodológicas de la investigación científica, bajo el enfoque cuantitativo, con una población bien definida, la técnica e instrumento



apropiado para esta labor, finalmente la prueba de hipótesis que da consistencia al trabajo realizado.



CAPÍTULO II

OBJETIVOS

Ocegueda (2007), Los propósitos de investigación, tienen la función de saber que se quiere lograr, como todo indica con un problema y es una cosa que se propone resolver, el objetivo es solucionar el problema, lo más importante de formular el objetivo es que no solamente es detectar el problema y termina ahí, sino que presenta la función de investigar acerca del problema, pero no de resolverlos.

2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar su relación de importación con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, 2024.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OE1: Encontrar su relación de procedimientos técnicos con comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, 2024.

OE2: Establecer la relación del marco legal con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024.

OE3: establecer su relación de logística internacional con comercialización de prendas de vestir en mercado internacional San José - Juliaca, año 2024.



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Hernández & Mendoza (2018), Una vez que la idea del tema para el estudio esté formulada, se dará a consultar otras investigaciones, estudios y/o informes de investigación anteriores para determinar lo que ya se ha estudiado en relación con nuestro tema de estudio.

3.1.1 A nivel internacional

Borda & Espinoza (2020). la presente investigación consiste en formular y desarrollar Fashions Truck, una boutique que se desplaza. La moda de prendas online esta tan extendida y que la idea consiste en trabajar con un amplio abanico de modelos y diseños concerniente a mujeres que no dispongan de tiempo suficiente por motivo de trabajo o estudio, en ese sentido desarrollamos una nueva propuesta de innovación dando la comodidad de recibir a la puerta de su casa, de su oficina o un lugar céntrico de la ciudad y se pueda ver, como medirse el surtido selecto de prendas que se encuentran de moda. (pág. 7)

El propósito de la investigación es practicar la innovación en la industria textil de moda para que cada mujer pueda ofrecerle mayor oportunidad de compra y diversificación en el sector de moda a través de la implementación de



productos textiles de origen peruano, cumplir con la demanda que requiere el cliente frente a la moda, calidad, confort y precio. (pág. 7)

La empresa se llama Micary Boutique S.R.L. que brinda una nueva propuesta de venta de ropa donde su atractivo es un vehículo de color rosado en estado de antigüedad, Micary Boutique será una pequeña boutique rodante que ofrece tener lo último en moda y diseño, por lo que podrá estar situada en puntos bien ubicados y cercanos a las instituciones universitarias, institutos y oficinas. (pág. 7)

Por lo que se concluye todos los argumentos son necesarios para llegar a sustentar la viabilidad del tema de estudio. (pág. 7)

Méndez (2024). El objetivo de esta tesis es ver si hay relaciones entre las variables que influyen sobre resiliencia de la cadena de suministro de los exportadores peruanos de palta. En este caso, las variables son el Capital Intelectual y el Aprendizaje de la Cadena de Suministro. Queremos encontrar indicadores en cada grupo de variables que ayuden a mejorar la resiliencia de esta cadena, especialmente durante la pandemia, un momento crítico para estas cadenas.

Se centra en las empresas exportadoras de palta porque es importante medir estas variables en un tiempo tan difícil. Para esto, se realizó una revisión de literatura que respalde las relaciones entre estas variables. También se utilizó la metodología cuantitativa a base de encuestas a 215 trabajadores de diferentes áreas de estas empresas que siguieron activas durante la pandemia (2020 - 2022). Los hallazgos principales mostraron que los indicadores más relevantes para la resiliencia están relacionados con el Capital Humano y Capital Intelectual.



Magiña (2020), El presente trabajo elabora en el plan de marketing y ventas para la importación de excavadoras de China, este plan fue formulado por una empresa cuyo giro empresarial es la importación y venta de maquinaria de construcción en Perú, en el transcurso del tiempo las marcas chinas han progresado en lo siguiente: calidad y seguridad, a tal punto que pueden competir con las marcas que son más reconocidas , eso les otorga una ventaja en Europa y América del Norte, por el hecho de que están ofreciendo productos de muy buena calidad a precio muy bajo , además de que también se respeta la máxima seguridad.

Perú cuenta con un gran potencial para estos equipos, ya que existen más de 60.000 empresas constructoras en el país, según INEI (2028), y sobre todo son pequeñas y medianas empresas en un porcentaje del 90 % (Prompyme, 2018), que están en la búsqueda constante de nuevas maquinarias con el objetivo de avanzar más rápido en el desarrollo de sus trabajos y optimizar la gestión de sus proyectos. Por ello, es que quisieran ofrecer excavadoras con características que permitan optimizar su eficiencia. Pese a que se considera que la construcción se encontrará á en expansión durante el próximo año, debido a iniciativas del gobierno con el propósito de incrementar la inversión en infraestructura, que podría alcanzar de 4,5 % a 6% para el año 2021, el país debe rehabilitar muchas de las zonas afectadas por desastres naturales, por ello, existe una gran oportunidad para ofrecer las maquinarias necesarias.

Las excavadoras son muy versátiles y se usan en varios tipos de proyectos. Representan una buena parte de las importaciones de maquinaria pesada, y vamos a buscar proveedores que ofrezcan productos que resalten por su variedad de tamaños, capacidades y accesorios.



La idea es entrar al mercado peruano creando una nueva marca que se diferencie por la calidad de sus equipos, variedad, y precios más bajos que las marcas ya establecidas. También ofreceremos servicios de alquiler, desde alquiler básico hasta la gestión completa de proyectos. Comenzaremos importando excavadoras de menos de 20 toneladas, ya que son prácticas y hay bastante demanda en el mercado, donde las grandes marcas aún no han hecho mucho en este rango de peso.

La venta se hará de manera directa y a través de alquileres, con un grupo de vendedores capacitados y un fuerte enfoque en redes sociales y medios digitales para promocionar nuestros productos.

Alcántara & Montoya (2020). Este estudio intenta indagar el efecto de las medidas antidumping sobre el comercio textil con Perú y China del 2001 al 2017. Se exponen en el Capítulo I el problema de la el Capítulo I la investigación: ¿Qué impacto tienen estas medidas antidumping en el comercio textil entre el Perú y China durante el período de 2001 a 2017?

Sánchez (2024). El mercado mundial de complementos y prendas para el sector infantil es bastante intenso, dando lugar a muchas oportunidades para los consumidores; Sin embargo, al profundizar un poco más, nos damos cuenta de que son pocas las empresas que arriesgan por la innovación y la diferencia en cuanto a esta categoría de productos. Las estrategias de marketing que se implementan en torno a esos complementos tienden a resaltar el carácter lúdico. Nos encontramos, en cambio, que el hecho de importar prendas para el sector infantil en el mercado de los bebés acarrea un problema de selección y el hecho de que la calidad de productos no es la esperada. Precisamente, este fue uno de los objetivos de esta investigación, conocer la dinámica de las estrategias



competitivas y su vinculación con la importación de prendas de bebé en las tiendas de Jaén Cajamarca 2022. Llevamos a cabo una investigación del tipo correlacional, sin diseño experimentado, y recogimos los datos partiendo de una encuesta a 50 colaboradores del sector. Los resultados obtenidos a A partir de la técnica anterior nos arroja un coeficiente de correlación de 0.554, arrojando la conclusión la existencia de relación positiva y significativa entre las estrategias competitivas y la importación de prendas para bebés en el mercado. (pág. 7)

3.1.2. A nivel nacional

Sipán (2020). El presente trabajo tuvo el objetivo, ver de qué forma la importación de ropa de china. China ofrece la satisfacción de los clientes en la ciudad de Huacho, departamento de Lima, durante el año 2017. La investigación fue aplicada el diseño no experimental de tipo mixto. Su población estaba formada por 45580 (cuarenta y cinco mil quinientos ochenta) personas a partir de 18 años, y la muestra de 245 personas se dedicaban a la compra de ropa en Huacho. Tanto la prueba de validez del contenido de los instrumentos, como la prueba del alfa de Cronbach para la satisfacción en una fidelidad de 0.840. La prueba de normalidad se realizó, por lo que se contaba con más de 50 matrículas, se aplicó el test de Kolmogórov-Smirnov y se usó el Rho de Spearman como el test por antonomasia. Los resultados muestran que, de 245 encuestados, el 42.86% (105 personas) respondieron que sí la mayoría de veces de las prendas de vestir, el 100 % (140 personas) dijeron que sí; así mismo, el 98.36% (241 personas) dijo estar satisfecho con la calidad de la ropa. En fin, las importaciones de ropa de la R. PAG. China tiene una gran importancia sobre la satisfacción del cliente, logrando un valor de 0.000 y un coeficiente de la valoración de 0.702. (pág. x)



Oliva (2020). Este plan de negocio se basa en ideas que van evolucionando con el tiempo. Partiendo de esta premisa, podemos analizar el contexto y lo que necesitamos para ponerlo en marcha. La idea que tenemos es "Importación y venta de prendas y calzado para la policía en Lima y Callao". Nuestro enfoque está en satisfacer una necesidad dentro de la institución policial, específicamente para oficiales y suboficiales de ambos sexos que trabajan en estas ciudades.

En total, la Policía Nacional del Perú tiene alrededor de 142,000 efectivos, de los cuales el 39% se encuentra en Lima y Callao, sumando 54,066. De este grupo, 49,078 forman parte de nuestro nicho de mercado y son la base de nuestro análisis para este negocio. Al estudiar el crecimiento poblacional, vemos que la Policía crece al 4.04%, mucho más que el 1.5% de la población en general, lo cual se refleja en la cantidad de efectivos por habitante.

Este proyecto es algo que queremos hacer realidad, y por eso hemos trabajado en los requisitos necesarios para formalizarlo. Los estudios nos muestran un panorama alentador para nuestra inversión, ya que existe una demanda insatisfecha por nuestros productos. Aunque nuestro mercado actual es solo del 1.24%, hay buenas posibilidades de crecer a futuro.

Desde el punto de vista financiero, calcular el WACC es clave para conocer la rentabilidad. En nuestra tabla N° 61, este valor es del 17.68%, lo que significa que tenemos que generar al menos esa rentabilidad para que valga la pena para los accionistas. Comparando esto con la tasa de retorno esperada de 24.74%, parece que el proyecto es favorable.

También analizamos el indicador beneficio/costo, que es de 1.0552, por lo que se puede afirmar que el proyecto es viable, ya que los beneficios superan



los costos. El índice de rentabilidad muestra un valor de 1.530, lo que indica que podemos esperar un rendimiento de nuestra inversión.

Por último, el distrito del Rímac parece tener mucha competencia en lo que respecta a ropa y equipos militares o policiales. Hay muchas tiendas en la Av. Francisco Pizarro, pero muchos productos no cumplen con las expectativas del cliente. Esta deficiencia es algo que planeamos considerar para mejorar nuestra oferta y servicio.

Con esto, comenzamos a desarrollar nuestro plan de negocio, con la esperanza de que cumpla con las expectativas del jurado y pueda ser útil para otros estudiantes en el futuro. (pág. 10)

Guzmán (2021), Esta investigación se realizó en la Empresa Globo Manía, para indagar cómo detonar el incremento de las ganancias de la venta de productos para la celebración. Ellos muy bien pues no les van mal las ventas, de hecho, están dentro del rango que esperaba la empresa, aunque les ha afectado la pandemia. No obstante, en el negocio la mayoría de sus productos comerciales son con mayoristas importadores que las traen de China a un precio muy accesible

Por su parte, la empresa desea traer sus propias importaciones porque son compras a productores nacionales, aunque devengan precios más altos. Se ha necesario volver a comprar a precios más bajos que permitan a la empresa traer las nuevas tendencias de la moda del mercado internacional. Procederemos a valorar cómo sería un plan de importaciones que permitiría a la empresa desear detonar sus ganancias y, en consecuencia, la rentabilidad de la empresa. (pág. vi)



Santa Cruz (2021). La investigación titulada Importación de motocicletas de China hacia el Perú entre 2015 y 2020 se enfocó en analizar cómo han cambiado las importaciones de motos chinas durante esos años. Es un estudio de tipo aplicado con enfoque numérico que no estuvo en el marco de un diseño experimental y que estudió la tendencia de las importaciones en el periodo 2015 - 2020. Para ello, se recabó información de fuentes fidedignas como Trade map o la Asociación Automotriz del Perú en base a datos estadísticos y se crearon algunas tablas y gráficos para mejorar el entendimiento del contexto. Se aplicó una ficha de recolección de información; la población de estudio lo conformaron todas las empresas peruanas que importan motocicletas. Los resultados de la misma mostraron que las importaciones de motos de China hacia Perú tuvieron una tendencia del 38 % con un bajo nivel de importación. (pág. viii)

Manosalva (2024). La empresa CALZADOS AZALEIA PERÚ S.A. se dedica al sector moda; siendo su principal actividad la importación y comercialización de calzados. Es una subsidiaria de Vulcabras Azaleia, una compañía brasileña reconocida en América Latina por la fabricación y comercialización de calzado, ropa y accesorios. Además, se especializa en la importación de zapatos de alta calidad para mujeres, ofreciendo una variedad de estilos que incluyen sandalias, tacones, balerinas, mocasines, zapatillas, stiletos, botas y botines; siendo conocida por su enfoque en la comodidad, la durabilidad y el diseño, buscando satisfacer las necesidades y preferencias de sus consumidores en el mercado peruano. El problema actual que enfrenta radica en el impacto de las importaciones de calzado en su rentabilidad y su valor como marca. Los retrasos en la entrega y la calidad del producto pueden afectar directamente la rentabilidad y la reputación de la empresa. Además, las políticas



antidumping representan una barrera para ciertos tipos de calzado, influyendo en el volumen y costos de importación, lo que repercute directamente en las ventas y, en última instancia, en la rentabilidad. En ese sentido, la pregunta de investigación en la que se basará el presente trabajo de suficiencia profesional es: ¿Cuál es el impacto de las importaciones de calzados en Azaleia Perú en el periodo 2017-2023? Con el objetivo de brindar alternativas de estrategia comercial para mejorar las importaciones de calzados de la empresa, con la finalidad de elevar la rentabilidad y valor de marca de la empresa.

Gómez (2021). La investigación se realizó en una galería laboral de emprendedores del sector textil, la cual se orienta, principalmente, a comercializar e importar ropa juvenil. La finalidad esta investigación consistió en conocer de qué manera se relacionan las estrategias de comercializar con importaciones de prendas juveniles en la Galería Brisas de Gamarra en el 2021; para tal fin se realizó un proceso de recopilación de fuentes de información para el marco teórico como tal. El tipo de investigación utilizado fue el enfoque cuantitativo, empleando el método hipotético-deductivo y el nivel descriptivo correlacional.

La investigación se centró en los emprendedores de la galería, y tomamos una muestra de 30 personas. Usamos un cuestionario con 22 preguntas en una escala de Likert. Luego, analizamos los datos con el software SPSS 25 para medir la confiabilidad con el alfa de Cronbach, que dio un buen resultado. Al final, encontramos que sí hay una relación de estrategias de comercialización con importaciones de ropa juvenil en la galería.

3.1.3. A nivel regional o local



Arizaca (2022). El presente trabajo tiene como propósito identificar y examinar los elementos económicos y sociales que inciden en la venta de ropa usada por comerciantes informales en la región de Puno en el periodo 2022. Se refiere a los vendedores de ropa de la ciudad durante el año indicado; la investigación es de carácter hipotético- deductivo, de tal forma que se parte de algunas hipótesis y se tiene como propósito intentar comprobarlas o refutarlas hasta llegar a unas conclusiones, las cuales se compararán con la realidad. Se trabajará con una muestra de 139 comerciantes y se reconocerá la información por medio de encuestas. Se espera identificar y analizar los factores económicos que motivan la elección de comercializar prendas usadas, tales como las principales fuentes de adquisición de prendas usadas, tipo de prendas que tiene mayor demanda, situación económica de su negocio, factores económicos que más impactan en su negocio, rentabilidad de su negocio en los últimos años, soluciones para mejorar el negocio, preferencia de los consumidores para comprar prendas usadas, percepción del consumidor sobre la higiene y calidad de prendas usadas a su decisión de comprar y la influencia de la tendencia de moda. Asimismo, se investigarán los aspectos sociales que impactan en esta actividad, como el género, edad, instrucción, años en el negocio, clientes el contexto social y las estrategias de venta. Los resultados de este estudio podrían contribuir a una mejor comprensión de la dinámica entre los factores económicos y sociales que intervienen en el proceso de comercialización de prendas usadas por parte de los comerciantes informales. (pág. 2)

Juárez (2023). La agricultura hidropónica está ganando gran notoriedad como un modo eficiente y sostenible para llevar a cabo la producción de alimentos, gracias a la posibilidad de aprovechamiento del agua a través de



cultivos hidropónicos en ambientes controlados. Ya se ha comprobado que el forraje hidropónico puede servir como materia prima para la alimentación de la ganadería , pero su comercialización presenta dificultades , porque llega al mercado sin un período de vida prolongado y además es necesario , por el tipo de cultivo que se lleva a cabo , el cuidado de determinados aspectos para la preservación del forraje o mantenimiento durante un tiempo en condiciones óptimas .En este estudio se establece un análisis para determinar el caso de que mediante contenedores climatizados importados se garantizará que el forraje arrependido sea apto para el transporte y la gestión en Arequipa para el año 2022. Se usó un diseño sin experimentos porque se busca ver cómo se relacionan la importación de contenedores climatizados y la venta del forraje. En los resultados se determina un alto coeficiente de correlación de 0.945, lo que sugiere la viabilidad de llevar a cabo la importación y la comercialización del forraje utilizando los contenedores climatizados propuestos en el presente informe para el caso de Arequipa. (pág. viii)

Mamani (2020). Esta investigación trata sobre las estrategias de promoción de las prendas de vestir hechas de fibra de alpaca por las artesanas de Modalpaca, una organización rural. La pregunta principal es: ¿Qué estrategias de promoción están relacionadas con las ventas de estas prendas en Puno? El objetivo es entender cómo estas estrategias afectan las ventas. La hipótesis sugiere que hay una conexión entre las ventas de las prendas de alpaca y las estrategias de promoción utilizadas en la región.

La hipótesis es que las ventas de ropa de fibra de alpaca en Puno dependen de las estrategias de promoción que se usan. Para esto, se tomó como base a la asociación Modalpaca en Puno, y se eligió un enfoque numérico y descriptivo.



Se recogieron datos mediante observaciones y encuestas, y se aplicó una encuesta a 49 miembros de la asociación.

Los resultados parecen significar que la gran mayoría de las redes sociales no tiene conocimiento de las estrategias de promoción entonces, sus ventas se verán afectadas. En la tabla 1 se muestra que el 91.8% de las empresas emplean métodos tradicionales y tan solo un 4.1 % logra aplicar descuentos. Esto indica que hay un desconocimiento general sobre estrategias efectivas.

Por tal motivo, se llevó a cabo el diagnóstico correspondiente, interno y externo, a fin de que los clientes perciban el valor que puede tener la asociación. Se espera mejorar la oferta de los productos, incrementar el consumo de clientes del momento y fomentar la actividad de nuevos consumidores a través de las redes sociales como Facebook, WhatsApp, aprovechando las nuevas tecnologías para llegar a más clientes y tener poder en el mercado. (pág. 10)

Mendoza (2024). El hecho de que los vendedores informales de la feria sabatina en Puno, en la que se venden diversos productos, incluida ropa, se encontrarán indudablemente Puno relacionados con la problemática á tica de la evasión de impuestos y la cultura tributaria existente. Muchos de estos vendedores informales no tienen la información necesaria sobre la importancia de la recaudación de impuestos, lo que significa que, como consecuencia, no tributan lo que debieran. El objetivo de la investigación es, identificar los factores que influyen en la informalidad de la recaudación tributaria de los vendedores de ropa de las ferias sabatinas de Puno en 2022, considerando una población de 500 vendedores, de los cuales se ha considerado una muestra de 217. La investigación es de enfoque cuantitativo y es de tipo descriptivo, ya que no tiene



un diseño experimental claro, sino que se ajusta a las características prospectivas

A partir de esta problemática, se buscó entender las causas de la evasión y la informalidad en la feria. La principal técnica utilizada fue una encuesta, y los resultados mostraron que el 68.66% de los vendedores de ropa no están registrados ante la Sunat. Esto sugiere que muchos no conocen sus obligaciones fiscales, lo que explicarían por qué no se han formalizado. Además, se encontró que el nivel de cultura tributaria tiene un impacto significativo en la recaudación de impuestos en este grupo de comerciantes. (pág. 10)

Zea (2021). Esta investigación, llamada Adquisición de prendas de contrabando y su influencia en la situación tributaria de los comerciantes en Los Incas Puno 2020, busca analizar cómo la compra de prendas de contrabando impacta en la situación fiscal de los comerciantes de la zona. La investigación cuenta con un enfoque cuantitativo y se le ha dado la consideración de investigación básica; el diseño de investigación se determina de este modo: no experimental y cortes transversales. La investigación se localizó en la ciudad de Puno específicamente en la investigación de comerciantes de Jr. Los Incas, totalizando 147 comerciantes. Para el procesamiento de la información se utilizó una muestra de 105 comerciantes seleccionados mediante criterios específicos. Se identificaron datos a partir de entrevistas realizadas a través de una guía de entrevista. La presentación de datos fue procesada de acuerdo con el programa estadístico SPSS V25, lo que permitió generar tablas de frecuencia que se relacionan con las variables de la investigación.

Los hallazgos señalaron que los comerciantes en su mayoría utilizan el método llamado culebra (56,2%) y expenden en ferias y tiendas, con un ingreso



en torno a 10, 000 nuevos soles de ingreso por mes. Al contrastar la hipótesis con la prueba de R_h Spearman, se demostró que la adquisición de ropas, en especial mediante los métodos de culebra (56.2%) y hormiga (43.8%) se relacionan de manera significativa ($p < 0,05$) con la situación tributaria.

En resumen, cuanto más movimiento de mercadería y mayores ventas tengan los comerciantes, mayor será su responsabilidad tributaria en Los Incas, Puno en 2020. (pág. 9)

3.2. MARCO TEÓRICO

Kumar (2011). Es importante revisar previamente lo que ya se ha escrito sobre tu tema (lo que se denomina revisión de la literatura), ya que de este proceso depende las conclusiones que tú puedas sacar e incluso, podrás aun antes de acordarte y aclarar las ideas que darás en el desarrollo teórico de tu trabajo. Ten en cuenta que, aunque será necesario que, conforme avancen los pasos en tu investigación, consultas de nueva la literatura, pues has de tenerla en cuenta para reforzar lo que necesitas saber y para hacer comparativas con lo que ya se ha encontrado.

3.2.1. Consideraciones acerca de la importación

Duran & Álvarez (2008). Esto hace referencia a aquellos actos de adquisición por parte de las personas en un país determinado mercantil o servicio de otro país. La Unión Europea establece que las importaciones y exportaciones son operaciones comerciales que involucran algún tipo de productos o servicios que se intercambian con diferentes países; SUNAT por su parte menciona que sería el hecho de traer productos de modo legal al país, ya sea para utilizarlos o para venderlos.



3.2.1.1. Procedimiento técnico

El primer paso que debes dar es formalizar el negocio con tu proveedor en el país desde el que va a venir la mercantil. Debes acordar de qué forma va a ir la mercancía, hasta la frontera o aun lugar anterior a ella. Los pasos iniciando la importación son bastante similares independientemente del tipo de bien o del país desde el que se importa. El segundo paso consiste en hacer la internacionalización del producto hacia el país. Aparte de los aranceles que te corresponden, hay otros requisitos que deben cumplir muchos bienes. Para obtener esto hay certificaciones y permisos que son los que tiene que ver con el origen y las medidas de salud como los requisitos de las regulaciones técnicas y ambientales. También tienes que hacer lo necesario para usar correctamente las patentes y marcas. (pág. 15-16)

3.2.1.2. Marco legal

Al importar, se puede traer mercancía legal desde el extranjero al país. En Perú, tanto las personas naturales como las empresas pueden hacer importaciones. Sin embargo, si eres una persona natural, hay un límite en el valor de los bienes que puedes traer sin pagar impuestos. Para las empresas que importan con fines comerciales, es importante conocer las leyes que regulan la importación en Perú. Aquí te doy un resumen.

Hay tres tipos de regímenes de importación en el Perú: la importación para uso, la reimportación como está y la admisión temporal para reexportación. El más común es el primero.

Algunos productos no se pueden importar al Perú. Por ejemplo, están prohibidos los autos usados de más de cinco años y la ropa usada. Los bienes restringidos solo pueden entrar si tienes un permiso especial.



También hay regímenes aduaneros que ayudan a reducir los costos de importación. La Ley General de Aduanas establece mecanismos para esto. El Régimen de Depósito Aduanero es muy utilizado, ya que permite almacenar mercancía sin pagar impuestos por hasta doce meses desde que se registra. Durante ese tiempo, la mercancía puede ser destinada a otros regímenes de importación, volver a salir del país o aprovecharse temporalmente. No se puede vender aquí, pero se puede usar para financiamiento en operaciones comerciales en Perú.

Modalidades especiales de importación en el Perú

Existen Además de las importaciones iniciales de mercancía como ya descritas existen algunas formas especiales como ocurren por ejemplo con las muestras sin valor comercial y los envíos urgentes que requieren un tratamiento especial como el transporte de órganos para trasplantes o el caso de los envíos de socorro que se corresponden a productos de ayuda para las víctimas de desastres o finalmente los envíos postales y los envíos expedidos de forma rápida.

3.2.1.3. Logística internacional

La logística internacional para importaciones es un conglomerado de actividades y procesos que se encargan de gestionar el flujo de productos, información y capital desde el país de origen hasta el país de destino.

La logística internacional para importaciones es un componente fundamental del comercio internacional y se encarga de:

- Estudiar, planear e implementar el transporte de productos y materiales.
- Mejorar el uso de recursos financieros, humanos y técnicos.
- Reducir los procesos que se repiten.



- Mantener los costos bajo control.
- Hacer más eficiente la cadena de suministro a nivel global.

La logística internacional para importaciones incluye: embalaje y etiquetado, transporte de larga distancia, almacenamiento y aduanas.

Algunos pasos para importar productos son:

- Crear una empresa
- Recopilar información del mercado de origen y de los proveedores
- Contactar a los proveedores extranjeros para solicitar cotizaciones
- Confirmar en el tiempo establecido el pedido
- -Carga de la mercancía
- -Recepción de los documentos de envío
- Trámites aduaneros

3.2.2. Consideraciones acerca de la comercialización

La comercialización de ropa importada es la compra de ropa de un país extranjero para su venta en un territorio nacional.

Para importar ropa, es necesario:

- Definir la partida arancelaria y los gravámenes a los que está sujeta
- Conocer los mercados de origen para establecer estrategias logísticas
- Determinar el puerto de llegada para el ingreso de la ropa al país

La ropa importada puede adquirirse a través de plataformas de e-commerce, que permiten tener a una gran variedad de prendas de diferentes sitios del mundo.

Con la popularidad que va en crecimiento las compras en línea ha ampliado las opciones en los consumidores.



El significado de ropa es importado

La importación es cuando compramos productos o servicios de otro país para usarlos aquí.

3.2.2.1. Venta de artículos

La noción de venta hace alusión a aquellos trabajos llevados a cabo por una empresa, de manera que sus clientes entiendan lo que es capaz de ofrecerles.

Estas actuaciones varían de una empresa a otra; no obstante, suelen incluir la prospección y creación de nuevos clientes potenciales.

Para poder conseguir una venta eficaz del textil, será fundamental que se logre un diseño articulado visualmente de los productos entre ella tenemos:

- Exposiciones en las ventanas y la visualización en tienda.
- Agrupamiento de productos similares.
- Señalización en estantería
- Anuncios en tienda

La venta es, en definiciones breves, todo lo que prepara a una empresa para que la gente compre de la oferta que tiene. Cada empresa tiene la suya propia, pero son las que combinadas explican qué é será lo que tenga que buscar un cliente para atraer su atención. Para una tienda de ropa online, hay un par de cosas que son importantes a tener en cuenta. Primero hay que contar a la gente qué es la tienda, cómo funciona, para qué existe, dónde está ubicada, quién la ha fundado, etc., para que ésta tenga confianza. Segundo, es importante presentar bien cada producto para aumentar las probabilidades de venta.



3.2.2.2. Distribución de artículos

La distribución de artículos importados es una fase de la logística de importación que se inicia después de que la importación está legalizada y autorizada para su distribución.

En esta fase, se establecen las relaciones con los proveedores, lo que puede ser complejo porque los procesos de importación y distribución no son los mismos. Por ejemplo, algunos proveedores pueden recibir todo el producto en un sitio, mientras que otros pueden subcontratar empresas para que lo repartan en partes.

La logística de importación es un sistema complejo que se enfoca en el flujo de mercancías hacia un país. Es un componente esencial del comercio internacional, junto con la logística de exportación, que se centra en el flujo de productos hacia el exterior.

Algunos aspectos de la distribución internacional son: la clasificación arancelaria del producto, el tipo y la naturaleza del bien, su valor, las características físicas y los detalles comerciales.

La logística de importación es un complejo sistema que se concentra en el flujo de mercancías hacia el país.

- Distribución internacional: estrategias, sistemas y claves legales.

Algunos de las formas de distribución internacional son el bien con clasificación arancelaria, e identificado.

- Distribución logística de importaciones: ¿qué saber de antemano?

Una vez legalizada la importación y autorizada para su distribución, se podrá dar inicio a la logística.



3.2.2.3. Precios de artículos

El precio de un artículo es lo que pagas por un producto o un servicio. Es clave en el proceso de compra y venta, porque tanto el comprador como el vendedor tienen que estar de acuerdo en esa cifra.

El precio de un bien depende de un montón de cosas: el coste de las materias primas; el tiempo invertido para fabricarlo; la tecnología utilizada para su elaboración; la competencia; la marca. Para determinar el precio mínimo de venta, simplemente se suman todos los gastos de producción y se divide esa cifra por cantidad de productos que se quiere vender. Es conveniente no confundir precio con el valor. El valor es lo que piensa la gente que obtiene al comprar y utilizar el producto. El precio es la cantidad de elementos que se necesitan entregar para conseguir algo, es decir, una cantidad de dinero. El precio de un producto es, al calcularlo, el siguiente: costo de producción más gasto más beneficio. Esa suma dará un precio que funciona. Pero hay otros factores que intervienen, como la marca que puede sumar con ello. El precio también puede entenderse como el mismo elemento que se entrega por bienes o servicios, el cual normalmente se expresa a través del dinero. monetarias.

3.3. MARCO CONCEPTUAL

Valderrama (2015). Es un grupo de palabras nuevas o conceptos clave que están relacionados con el problema que se está tratando. Su trabajo principal es ofrecer una definición clara y el contexto para esos términos. Estas palabras deben sacarse de las variables que se están estudiando y del marco teórico, y además, deben organizarse en orden alfabético. (pág. 148)



3.3.1. Actividad aduanera

Son todas las cosas necesarias para llevarse a cabo el proceso de aduana. Algunas de las actividades más importantes son: la revisión, el reconocimiento, el cálculo de impuestos y el desaduana miento.

3.3.2. Comercialización

La comercialización es un procedimiento de expender un producto o servicio al mercado, desde su concepción hasta el consumidor final. Es una actividad mercantil que implica acciones dentro y fuera de la organización.

3.3.3. Canales de distribución

Los canales de distribución son las rutas que toman los productos desde el fabricante hasta el consumidor. A veces, se les llama cadena de distribución.

3.3.4. Exportación

Exportar significa vender productos de un país a personas en otro país. Es parte del comercio internacional.

3.3.5. Importación

La importación es cuando se compran productos de otro país para usarlos aquí. Es parte de cómo se mide el comercio de un país.

3.3.6. Mecanismos aduaneros suspensivos

Los mecanismos aduaneros suspensivos son normas que permiten suspender el pago de impuestos aduaneros sobre mercancías que ingresan o retornan de un país aduanero. Son necesarios para empresas que trabajan en el comercio.

3.3.7. Regímenes aduaneros



Los regímenes aduaneros son los pasos que se siguen para las mercancías que entran o salen del país. Estas reglas controlan el comercio internacional y las establece la autoridad.

3.3.8. Retención de clientes

La retención de clientes es lo que una empresa hace para mantener a sus clientes felices y evitar que se vayan con la competencia. Es una forma de aumentar las ganancias y ayudar al negocio a crecer.

3.3.9. Transporte internacional

El transporte internacional es el movimiento de mercancías entre países. Es un proceso logístico que se realiza fuera de las fronteras de un país.

3.3.10. Operador logístico

Un experto logístico en una empresa o profesional es el que encarga de la gestión de la cadena de suministro de una empresa. Esto incluye el transporte, almacenamiento, distribución, gestión de inventarios, y demás requerimientos.



CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

Garcés (2000) . La hipótesis en una investigación es básicamente una respuesta a una pregunta sobre un problema. Se llega a ella a través de un pensamiento lógico y con lo que ya sabemos del tema. (pág. 60)

4.1. HIPÓTESIS GENERAL

La importación está directamente relacionada con la venta de ropa en el mercado internacional de San José - Juliaca en 2024.

4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICA

HE1: Los procedimientos técnicos se relacionan directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024.

HE2: El marco legal esta directamente relacionado y con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024.

HE3: La logística internacional esta relacionado directa y significativamente de la importación con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024.

4.3. VARIABLES

Garcés (2000). El término variable se refiere a una característica que puede tener varios valores. Esto incluye tanto variantes cualitativas, como negro, rojo y



blanco, como cuantitativas, como la edad en años. Si una característica solo puede tener un único valor en un proyecto de investigación, se le llama constante. Es importante notar que una característica puede ser una variable en un estudio y una constante en otro.. (págs. 105-106)

Variable 1:

X: importación

Dimensiones

X1: procedimientos técnicos

X2: marco legal

X3: logística internacional

Variable 2:

Y: comercialización

Dimensiones

¡Y!: Venta de productos

Y2: distribución de productos

Y3: precio de productos

4.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Valderrama & León (2009). Operacionalizar una variable es convertir conceptos abstractos en dimensiones e indicadores que se pueden medir. Es básicamente el proceso de llevar ideas teóricas a términos que sean claros y observables. (pág. 30)

Tabla 1

Cuadro de operacionalización de variables.

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICE	PESO	
Variable 1: (X) IMPORTACIÓN	Procedimientos técnicos	-Elaboración de plan de importaciones	a) Nunca	1	
		-Trámites y documentación requerida	b) Casi nunca	2	
		-Mecanismos tributarios y aduaneros	c) Casi siempre	3	
				d) Siempre	4
	Marco legal		-Actividades de importación	a) Nunca	1
			-Restricciones en proceso de importación	b) Casi nunca	2
			-Empresa y autoridad aduanera	c) Casi siempre	3
				d) Siempre	4
	Logística internacional		- Costos de operador logístico	a) Nunca	1
-Transporte internacional			b) Casi nunca	2	
-Plazos de entrega			c) Casi siempre	3	
			d) Siempre	4	
Variable 2: (Y) COMERCIALIZACIÓN	Venta de artículos	- Expectativas de la demanda	a) Nunca	1	
		-Desarrolla estrategias de ventas	b) Casi nunca	2	
		-Retención de clientes	c) Casi siempre	3	
				d) Siempre	4
	Distribución de artículos	de	- Identificación de canal más adecuado	a) Nunca	1
			-Adaptación de canales de distribución	b) Casi nunca	2
			-Distribución intermediarios	c) Casi siempre	3
				d) Siempre	4
	Precio artículo	de	-Precio orientada a la competencia	a) Nunca	1
- Costos y calidad de producto			b) Casi nunca	2	
- Políticas de descuento			c) Casi siempre	3	
			d) Siempre	4	

Nota. Elaboración propia



CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. ENFOQUE DE INVESTIGACION

El presente trabajo de tesis es de enfoque cuantitativo, porque se vale de técnicas estadísticas para comprobar la hipótesis.

Valderrama (2015). El enfoque cuantitativo es una manera de hacer investigación. Es como un camino que elige el investigador para poder estudiar un tema. Se basa en ciertas ideas sobre el fenómeno que se quiere explorar. Se distingue porque recoge y se analiza los datos para responder a la pregunta de investigación, y usa métodos estadísticos para comprobar si una hipótesis es verdadera o falsa. (pág. 106)

5.2. MÉTODO APLICADO A LA INVESTIGACIÓN

La investigación en alusión se sujeta al método científico, porque siguen las exigencias de este método.

Ramírez (s/f.). El primer nivel trata sobre las reglas del método científico, que son los principios y pautas que todas las ciencias deben seguir. A esto se le llama el Método Científico. Aquí se plantean ideas y suposiciones sobre la realidad que se estudia y sus características generales. Este nivel también aborda cuestiones como la objetividad, la universalidad y la validez de las leyes, así como el tipo de teorías que se deben crear. En resumen, es el nivel más



general de una ciencia, donde se reflexiona sobre su propia naturaleza y desarrollo.(pág. 30)

5.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Corresponde a la investigación aplicada, porque para proseguir la investigación se vale de conocimientos requeridos.

Valderrama (2015). Esto también se llama práctica, empírica, activa o dinámica. Está muy ligada a la investigación básica porque se basa en sus hallazgos y teorías para aportar algo a la sociedad. Se apoya en la investigación teórica y busca usar las teorías ya existentes para crear normas y procedimientos tecnológicos que ayuden a solucionar problemas reales. (pág. 39)

5.4. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de investigación es correlacional, porque sus variables están mutuamente relacionadas.

Valderrama (2015) . La naturaleza o profundidad de una investigación muestra cuánto sabe el investigador sobre el tema que está estudiando. Cada nivel de investigación utiliza diferentes estrategias para avanzar la investigación. (pág. 42)

5.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es de diseño no experimental y de corte transversal, porque sus variables no son manipulables y la investigación se lleva a cabo en un determinado tiempo.

Ramírez (s/f.). En cuanto al diseño no experimental, Ramírez menciona que hay muchos métodos y técnicas que se incluyen en esta categoría. Por ejemplo, se encuentran el diseño histórico, el fenomenológico, la etnografía, y hasta



algunos métodos cuantitativos, como el descriptivo, el correlacional y el meta-análisis. (pág. 48).

5.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

5.6.1. Población

Fernández & Fernández (1993). La población para los hermanos Fernández es un conjunto grande de personas que comparten algunas características. En este caso, la población que estamos estudiando son los 254 comerciantes de ropa en la plaza internacional de San José.

5.6.2. Muestra

Quezada (2010). Esto significa que la muestra es un pequeño grupo de elementos de una población más grande, y se les estudian características específicas para poder hacer conclusiones sobre la población completa. (pág. 95)

Procedimiento estadístico para estimar el tamaño mínimo de la muestra.

$$n = \frac{N Z^2 P Q}{(N - 1)E^2 + Z^2 P Q}$$

Donde:

- n = tamaño de la muestra
- N = población es estudio: 254
- Z = factor del nivel de confianza: 1,96
- P = probabilidad de acierto: 0,50
- Q = probabilidad de desacierto: 0,50
- E = margen de error: 0,05

$$n = \frac{(254)(1,96)^2 (0,50)(0,50)}{(254 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 (0,50)(0,50)}$$

n = 153 comerciantes



5.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

5.7.1. Técnicas

La técnica empleada es la encuesta.

López Roldan & Fachelli (2015)- Una encuesta es una forma de recoger información usando un cuestionario. Se hace solo entre personas y sirve para conocer lo que piensan, cómo actúan o cómo ven las cosas. Los resultados pueden ser números o descripciones, y las preguntas están organizadas de manera lógica con respuestas en escala. Generalmente, se obtienen datos numéricos. Esta técnica es bastante común en las ciencias sociales y ha estado en uso durante mucho tiempo.

5.7.2. Instrumentos

Se utilizó el cuestionario.

Arias. J L. (2020). Un cuestionario es una herramienta que usamos para recoger información en investigaciones científicas. Se compone de varias preguntas organizadas en una tabla, junto con algunas opciones de respuesta que la persona encuestada debe elegir. No hay respuestas buenas o malas; cada respuesta da un resultado distinto y se aplica a un grupo de personas.

5.8. CONFIABILIDAD Y VALIDES DEL INSTRUMENTO

5.8.1. Confiabilidad

Vara (2010). La fiabilidad tiene que ver con cuán precisos y consistentes son los resultados. Se refiere a qué tan bien un test o instrumento da los mismos resultados cuando se utiliza varias veces con la misma persona, cosa o situación. Es la capacidad de ese instrumento para ofrecer resultados similares cuando lo aplicas una o dos veces más, siempre que las condiciones sean lo más similares posible. (págs. 314-315)

La confiabilidad se estima mediante el coeficiente alfa de Cronbach

Ruiz Bolívar (2002) propuso los intervalos valorativos:

- a. 0,41 a 0,60 Moderada
- b. 0,61 a 0,80 Alta
- c. 0,81 a 1,00 Muy alta

El cuestionario acerca de importación de prendas de vestir aplicado a los comerciantes del Mercado Internacional de San José. Juliaca 2024, es declarado con confiabilidad alta ($\alpha_1 = 0,812$).

También el cuestionario acerca de comercialización de prendas de vestir aplicado a los comerciantes del Mercado Internacional de San José. Juliaca 2024, es declarado con confiabilidad alta ($\alpha_2 = 0,805$).

5.8.2. Validez del instrumento

Los cuestionarios están validados por un experto que obra en anexos.

Vara (2010). La validez se refiere a qué tan bien un instrumento mide lo que se supone que debe medir. Es sobre la evidencia que apoya que el instrumento realmente evalúa esa variable. Por ejemplo, si tienes una prueba para medir la inteligencia, debería realmente evaluar la inteligencia y no la memoria. De igual forma, si tienes una herramienta para medir cómo se siente un cliente sobre un servicio, debe concentrarse en esa actitud y no en el conocimiento que tiene sobre el servicio, porque son cosas diferentes.

5.9. PROCEDIMIENTO DE RATAMIENTO DE DATOS

1. Se recolecta los datos mediante los instrumentos de investigación (cuestionarios)
2. Se procesa los datos mediante el programa estadístico SPSS.

3. Se realiza el análisis de los resultados y se contrasta la hipótesis de la investigación.

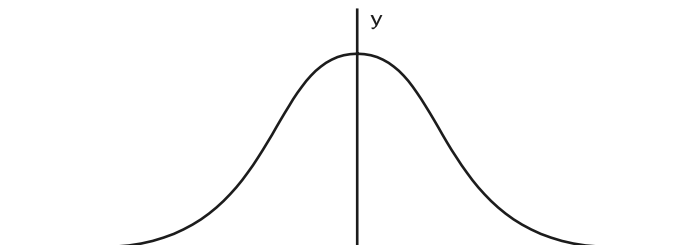
5.10. DISEÑO DE CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Pruebas de hipótesis

Toma & Rubio (2011). Cuando tenemos datos de dos variables, el coeficiente de correlación por sí solo no nos dice todo sobre cómo se relacionan esas variables. En estos casos, es útil investigar, basándonos en la información de la muestra, si el coeficiente cumple con ciertas condiciones que se plantean en una hipótesis. (2011).

La distribución normal, o distribución de Gauss, se refiere a cómo se reparten los datos. En este tipo de distribución, los datos tienen forma de campana, lo que nos ayuda a modelar lo que estamos analizando, como se muestra en la imagen. (Galindo, 2020, pág. 36)

Campana de Gauss



Para la prueba de hipótesis, primeramente, se estima la prueba de normalidad de distribución de datos, cuyo resultado puede ser la prueba paramétrica o no paramétrica. Luego se asume una determinada técnica estadística.



5.10.1. Comprobación de la hipótesis general

- 1) Planteamiento de la hipótesis

Ho: La importación NO se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024.

Ha La importación se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca, año 2024.

- 2) Nivel de Confianza

$$\alpha = 0,05$$

- 3) Estadístico de Prueba

TAU. B DE KENDALL

Tabla 2*Relación de importación y comercialización de prendas de vestir*

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal	por Tau-b	de,990	,004	99,088	,000
ordinal	Kendall				
N de casos válidos		153			

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Cuestionarios de importación y comercialización en el Mercado San José.

4) Resultados

Los resultados de la tabla 2, con el nivel de significancia de p-valor = 0,00 es menor a $\alpha = 0,05$ nivel de significancia propuesta; da consistencia al coeficiente de Tau-b de Kendall = 0,990 contrasta la hipótesis planteada.

5) Decisión

Se invalida la H_0 y se acepta la H_a : Entonces, la importación se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca.

5.10.2. Comprobación de la hipótesis específica 1

1. Planteamiento de la hipótesis

H_0 : El procedimiento técnico No se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca.

Ha: El procedimiento técnico se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca.

2. Nivel de Confianza

$$\alpha = 0,050$$

3. Estadístico de Prueba

TAU. B DE KENDALL

Tabla 3

Relación entre procedimiento técnico y comercialización de prendas de vestir

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal	porTau-b	de,820	,021	34,190	,00
ordinal	Kendall				
N de casos válidos		153			

a) No se presupone la hipótesis nula.

b) Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Nota. Cuestionarios de importación y comercialización en el Mercado San José.

4. Resultados

Los resultados de la tabla 3, con el nivel de significancia de p-valor = 0,00 es menor a $\alpha = 0,05$ nivel de significancia propuesta; da consistencia al coeficiente de Tau-b de Kendall = 0,820 contrasta la hipótesis planteada.

5. Decisión

Se invalida la H_0 y se acepta la H_a : Entonces, el procedimiento técnico se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca.

5.10.3. Comprobación de la hipótesis específica 2

1. Planteamiento de la hipótesis

H_0 : El marco legal NO se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca.

H_a : El marco legal se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca.

2. Nivel de Confianza

$$\alpha = 0,05$$

3. Estadístico de Prueba

TAU. B DE KENDALL

Tabla 4

Relación entre el marco legal y la comercialización de prendas de vestir

Medidas simétricas					
		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal	por Tau-b	de,737	,041	16,386	,00
ordinal	Kendall				
N de casos válidos		153			

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Cuestionarios de importación y comercialización en el Mercado San José.



4. Resultados

Los resultados de la tabla 5, con el nivel de significancia de p-valor = 0,00 es menor a $\alpha = 0,05$ nivel de significancia propuesta; da consistencia al coeficiente de Tau-b de Kendall = 0,737 contrasta la hipótesis planteada.

5. Decisión

Se invalida la H_0 y se acepta la H_a : Entonces. el marco legal se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca.

5.10.4. Comprobación de la hipótesis específica 3

1. Planteamiento de la hipótesis

H_0 : La logística internacional NO se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca.

H_a : La logística internacional se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca.

2. Nivel de Confianza

$$\alpha = 0,05$$

3. Estadístico de Prueba

Tabla 5*TAU. B DE KENDALL*

Medidas simétricas

	Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal por ordinal Kendall	de,750	,037	18,314	,000
N de casos válidos	153			

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Nota. Cuestionarios de importación y comercialización en el Mercado San José.

4. Resultados

Los resultados de la tabla 5, con el nivel de significancia de p-valor = 0,000 es menor a $\alpha = 0,05$ nivel de significancia propuesta; da consistencia al coeficiente de Tau-b de Kendall = 0,750 contrasta la hipótesis planteada.

5. Decisión

Se invalida la H_0 y se acepta la H_a : Entonces, la logística internacional se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca.



CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

La presentación de resultados de esta investigación, se comunica los hallazgos más relevantes del trabajo, organizados en forma lógica y secuencial, cuyos análisis se realiza a partir de los datos de tablas y figuras.

6.1.1. Coeficiente de correlación de Spearman

Se prueba los objetivos con la prueba no paramétrica rho de Spearman.

- i. 0,000 - 0,190 relación muy baja
- ii. 0,200 - 0,39 relación baja
- iii. 0,400 - 0,59 relación moderada
- iv. 0,600 - 0,79 relación alta
- v. 0,800 - 0,99 relación muy alta

6.1.2. Análisis de distribución de datos

1. Planteamiento de la hipótesis

H₀. Los datos recopilados NO muestran una distribución normal para las variables importación y comercialización de prendas de vestir en el Mercado Internacional San José – Juliaca.

H_a. Los datos recopilados muestran una distribución normal para las variables importación y comercialización de prendas de vestir en el Mercado Internacional San José – Juliaca.

2. Nivel de significancia

$$\alpha = 0,05$$

3. Estadístico de prueba

KOLMOGÓROV-SMIRNOV ($n > 50$)

Tabla 6

Prueba de Kolmogórov para muestras mayores a 50 colaboradores

Prueba de Kolmogórov-Smirnov para una muestra		
	IMPORTACIÓN	COMERCIALIZACIÓN
N	153	153
Parámetros normales ^b	25,25	
	4,526	4,526
Máximas diferencias extremas	,183	,181
	,078	,075
	-,183	-,181
Estadístico de prueba	,183	,181
Sig. asintótica(bilateral)	,000 ^c	,000 ^c

a) La distribución de prueba es normal.

b) Se calcula a partir de datos.

c) Corrección de significación de Lilliefors.

Nota. Cuestionarios de importación y comercialización en el Mercado San José.

Decisión

El p-valor = 0,00 es menor a 0,05 nivel significancia propuesta, lo que indica una distribución de datos no normal, consecuentemente requiere de una prueba no paramétrica, y para la contratación de objetivos se empleó el coeficiente Rho de Spearman.

6.1.3. Relación de la obtención del objetivo general

Tabla 7

Relación entre importación y comercialización de prendas de vestir

Correlaciones

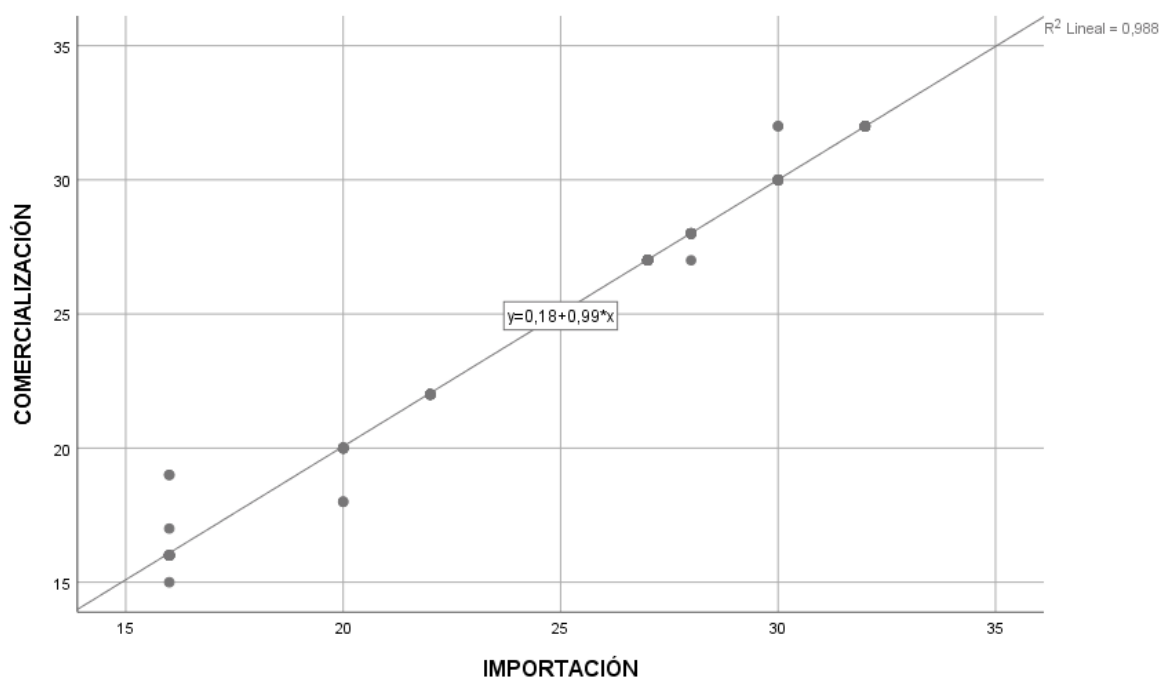
		IMPORTACIÓN		COMERCIALIZACIÓN	
		N		N	
Rho	deIMPORTACIÓN	Coeficiente	de1,000	,998**	
Spearman		correlación			
		Sig. (bilateral)	.	,000	
		N	153	153	
	COMERCIALIZACIÓN	Coeficiente	de,998**	1,000	
		correlación			
		Sig. (bilateral)	,000	.	
		N	153	153	

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

Nota. Cuestionarios de importación y comercialización en el Mercado San José.

Figura 1

Diagrama de dispersión de importación y comercialización de prendas de vestir



Interpretación

En la tabla 7, estadísticamente el p-valor = 0,00 es menor al nivel de significancia 0,01 (bilateral), confiere la consistencia al coeficiente de correlación por rangos de Spearman $\rho = 0,998$. Por tanto, existe relación directa y muy alta entre la importación y la comercialización de prendas de vestir en el Mercado Internacional San José – Juliaca.

La figura 1 ilustra el diagrama de dispersión definida por la función lineal $y = 0,18 + 0,99x$ con pendiente $m = 0,99$ y $m > 0$, que implica la existencia de una relación positiva y directa entre la importación y la comercialización de prendas de vestir en el Mercado Internacional San José Juliaca.



6.1.4. Relación de la obtención del objetivo específico 1

Tabla 8

Relación entre procedimiento técnico y comercialización de prendas de vestir

Correlaciones

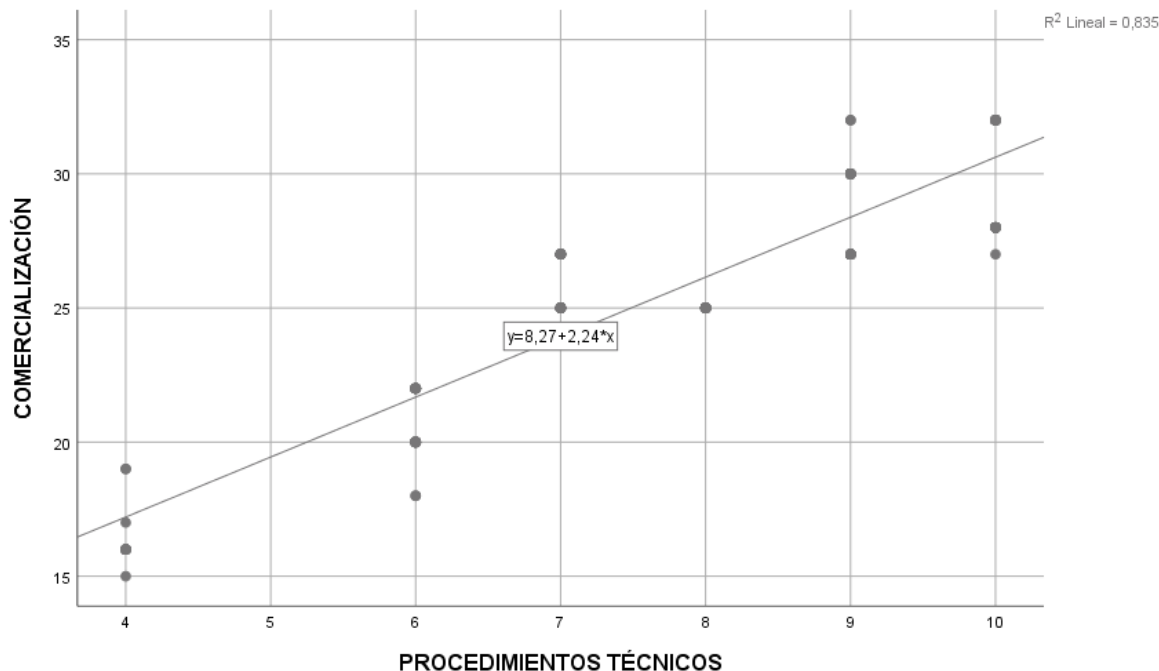
			PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS	COMERCIALIZA CIÓN
Rho	dePROCEDIMIENTO	Coefficiente	de1,000	,915**
Spearman S	TÉCNICOS	correlación		
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	153	153
	COMERCIALIZACI	Coefficiente	de,915**	1,000
	ÓN	correlación		
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	153	153

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

Nota. Cuestionarios de importación y comercialización en el Mercado San José.

Figura 2

Diagrama de dispersión de procedimientos técnicos y comercialización de prendas de vestir



Interpretación

En la tabla 8, estadísticamente el p-valor = 0,000 es menor al nivel de significancia 0,01 (bilateral), confiere la consistencia al coeficiente de correlación por rangos de Spearman $\rho = 0,915$. Por tanto, hay relación directa y muy alta de los procedimientos técnicos y la comercialización de prendas de vestir en el Mercado Internacional San José – Juliaca.

La figura 2 ilustra el diagrama de dispersión definida por la función lineal $y = 8,27 + 2,24x$ con pendiente $m = 2,24$ y $m > 0$, que implica la existencia de una relación positiva y directa entre los procedimientos técnicos y la comercialización de prendas de vestir en el Mercado Internacional San José Juliaca.



6.1.5. Relación de la obtención del objetivo específico 2

Tabla 9

Relación entre marco legal y comercialización de prendas de vestir

Correlaciones

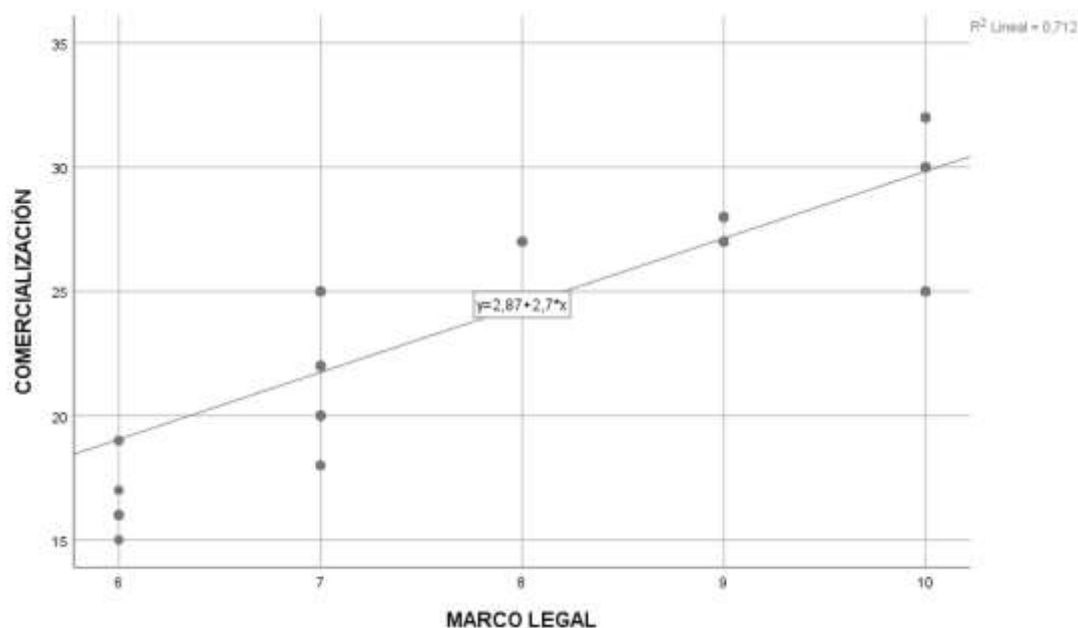
		MARCO LEGAL	COMERCIALIZACIÓN
Rho Spearman	deMARCO LEGAL	Coeficiente de correlación	,816**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	153
	COMERCIALIZACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	153

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

Nota. Cuestionarios de importación y comercialización en el Mercado San José.

Figura 3

Diagrama de dispersión de marco legal y comercialización de prendas de vestir



Interpretación

En la tabla 9, estadísticamente el p-valor = 0,00 es menor al nivel de significancia 0,01 (bilateral), confiere la consistencia al coeficiente de correlación por rangos de Spearman $\rho = 0,816$. Por tanto, existe relación directa y muy alta entre marco legal y comercialización de prendas de vestir en el Mercado Internacional San José – Juliaca.

La figura 3 ilustra el diagrama de dispersión definida por la función lineal $y = 2,87 + 2,70x$ con pendiente $m = 2,70$ y $m > 0$, que implica la existencia de una relación positiva y directa entre el marco legal y la comercialización de prendas de vestir en el Mercado Internacional San José Juliaca.



6.1.6. Relación de la obtención del objetivo específico 3

Tabla 10

Relación entre logística internacional y comercialización de prendas de vestir

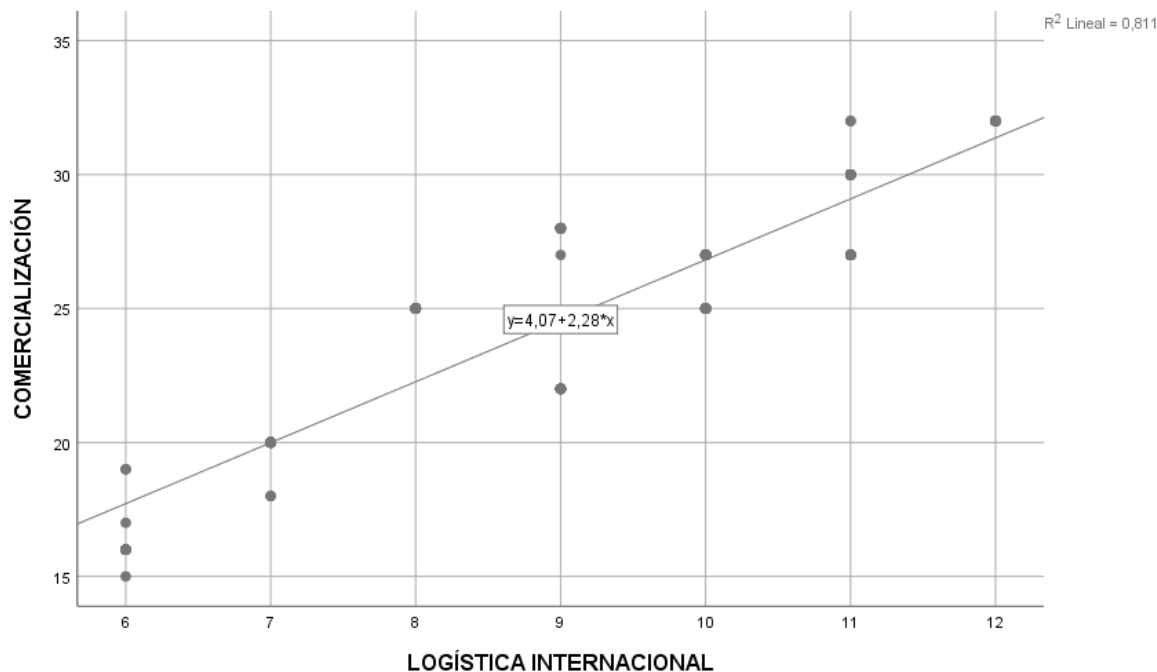
Correlaciones		LOGÍSTICA INTERNACIONAL	COMERCIALIZA CIÓN
Rho de LOGÍSTICA	Coefficiente	de 1,000	,846**
Spearman INTERNACIONAL	correlación		
man	Sig. (bilateral)	.	,00
	N	153	153
COMERCIALIZACI ÓN	Coefficiente	de ,846**	1,000
	correlación		
	Sig. (bilateral)	,00	.
	N	153	153

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

Nota. Cuestionarios de importación y comercialización en el Mercado San José.

Figura 4

Diagrama de dispersión de logística internacional y comercialización de prendas de vestir



Interpretación

En la tabla 10, estadísticamente el p-valor = 0,00 es menor al nivel de significancia 0,01 (bilateral), confiere la consistencia al coeficiente de correlación por rangos de Spearman $\rho = 0,846$. Por tanto, existe relación directa y muy alta entre la logística internacional y la comercialización de prendas de vestir en el Mercado Internacional San José – Juliaca.

La figura 3 ilustra el diagrama de dispersión definida por la función lineal $y = 4,07 + 2,28x$ con pendiente $m = 2,28$ y $m > 0$, que implica la existencia de una relación positiva y directa entre la logística internacional y la comercialización de prendas de vestir en el Mercado Internacional San José Juliaca.



6.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Estamos trabajando en una nueva idea para la industria de la moda que busca darles a las mujeres más opciones para comprar y diversificarse en el sector. Queremos aprovechar los productos textiles de Perú que satisfacen lo que la gente busca en cuanto a estilo, calidad y precio. Un ejemplo de esto es Micary Boutique S.R.L., que ofrece una forma original de vender ropa desde un pequeño vehículo rosado. Este será un lugar móvil que llevará las últimas tendencias en moda a puntos clave, como universidades, institutos y oficinas.

Este estudio analiza cómo las estrategias competitivas pueden afectar la importación de ropa de bebé en las tiendas de Jaén Cajamarca durante 2022. Se realizó una investigación con un enfoque de correlación y un diseño no experimental. Para recolectar datos, se usó una encuesta dirigida a 50 empleados del sector. Los resultados mostraron un valor de Pearson de 0.554, lo que sugiere que hay una correlación positiva entre las estrategias competitivas y las importaciones en estas tiendas

La investigación es aplicada y busca ver la relación entre cosas. Usamos un diseño sin experimentar. Con un enfoque que mezcla métodos. Validamos las herramientas que usamos y conseguimos un alfa de Cronbach de 0.840 para la satisfacción de los clientes. Hicimos una prueba para ver si los datos se ajustaban a una normalidad, y como la muestra era mayor a 50, usamos el Kolmogorov-Smirnov y el Rho de Spearman.

Los resultados fueron los siguientes: de 245 encuestados sobre ropa, el 42.86% (105) respondió Sí la mayoría de las veces, y el 57.14% (140) dijo Sí en general. En cuanto a la satisfacción, el 98.36% (241) se mostró feliz con la calidad de las prendas.



En conclusión, las importaciones de ropa desde China tienen un gran impacto en la satisfacción del cliente, con un valor de p de 0.000 y un coeficiente de correlación de 0.702.

La empresa quiere empezar a importar sus propios productos. Ahora mismo compran a productores locales, pero los precios son bastante altos. Por eso, están buscando opciones más económicas para poder traer nuevas tendencias del mundo. Vamos a ver cómo un plan de importación podría ayudar a aumentar sus ganancias y mejorar la rentabilidad del negocio.

Se recolectaron datos de fuentes confiables como Trademap y la Asociación Automotriz del Perú. Usamos esa información estadística y la analizamos con tablas, gráficos y un coeficiente de determinación para ver cómo han cambiado las importaciones de motocicletas a lo largo del tiempo. También utilizamos una ficha de registro para recopilar datos. La población estuvo formada por todas las empresas en Perú que se dedican a importar motocicletas. Los resultados mostraron que entre 2015 y 2020, las importaciones de motocicletas de China a Perú han tenido una tendencia positiva del 38%, aunque el volumen de importaciones sigue siendo bajo.

La relación entre las estrategias de venta y las importaciones de ropa juvenil en la Galería Brisas de Gamarra durante 2021 se investigó a través de varias fuentes de información. Se utilizó un método hipotético deductivo y un enfoque cuantitativo para llevar a cabo esta investigación. La población estudiada fueron los emprendedores de la galería, y se trabajó con una muestra de 30 personas.



Se creó un cuestionario con 22 preguntas en una escala de Likert, y luego se analizó la información utilizando el software SPSS 25. Esto permitió medir la confiabilidad con el alfa de Cronbach. Al final, los resultados mostraron que efectivamente hay una relación entre las estrategias de venta y las importaciones de ropa juvenil en la galería.

Este estudio se centra en los vendedores de ropa usada en Puno durante el 2022. También se van a analizar factores sociales que influyen en este negocio, como el género, la edad, la educación, los años de experiencia, los clientes y el contexto social, así como las estrategias de venta que utilizan. Los hallazgos de esta investigación podrían ayudar a entender mejor cómo los factores económicos y sociales afectan la venta de ropa usada por parte de estos comerciantes. (pág. 2)

Las ventas de ropa de fibra de alpaca en Puno están muy ligadas a las estrategias que se usan. En este estudio, hicimos una encuesta a 49 miembros de la asociación MODALPACA en la ciudad. Al revisar los datos, notamos que muchas de las artesanas no conocen varias formas de promocionarse, lo que está afectando sus ventas. Según la tabla 1, el 91.8% de las socias usan promociones en medios tradicionales, mientras que solo el 4.1% baja los precios. Esto muestra que hay mucho por aprender en cuanto a estrategias de marketing.

La investigación se centró en analizar tanto lo interno como lo externo para que los clientes vean un valor en la asociación. Queremos ganar más clientes y mejorar la oferta, así como incentivar a los actuales a comprar más. Una idea clave es usar redes sociales como Facebook y WhatsApp, además de crear una página web. Al hacerlo, buscamos aprovechar la tecnología para conseguir una ventaja y llegar a todos nuestros clientes.



CONCLUSIONES

PRIMERA. El nivel de significancia de p -valor = 0,000 es menor $\alpha = 0,05$ significancia propuesta, el coeficiente de correlación por rangos de Spearman $\rho = 0,998$. Por su parte, la figura definida por la recta creciente $y = 0,18 + 0,99x$ con pendiente $m = 0,99$. En consecuencia, la importación se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca, 2024.

SEGUNDA. El nivel de significancia de p -valor = 0,000 es menor $\alpha = 0,05$ significancia propuesta, el coeficiente de correlación por rangos de Spearman $\rho = 0,915$. Por su parte, la figura definida por la recta creciente $y = 8,27 + 2,24x$ con pendiente $m = 2,24$. En consecuencia, los procedimientos técnicos se relacionan directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca, 2024{.

TERCERA. El nivel de significancia de p -valor = 0,000 es menor $\alpha = 0,05$ significancia propuesta, el coeficiente de correlación por rangos de Spearman $\rho = 0,816$. Por su parte, la figura definida por la recta creciente $y = 2,87 + 2,70x$ con pendiente $m = 2,70$. En consecuencia, el marco legal se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca, 2024.

CUARTA. El nivel de significancia de p -valor = 0,000 es menor $\alpha = 0,05$ significancia propuesta, el coeficiente de correlación por rangos de Spearman $\rho = 0,846$. Por su parte, la figura definida por la recta



creciente $y = 4,07 + 2,28x$ con pendiente $m = 2,28$. En consecuencia, la logística internacional se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José – Juliaca, 2024.



RECOMENDACIONES

- PRIMERA.** Se recomienda a los importadores y comercializadores del Mercado Internación San José de la ciudad de Juliaca, mejorar la calidad de las prendas de vestir con precios razonables y justos, con la finalidad de fidelizar a los clientes que concurren a dicho mercado.
- SEGUNDA.** Se recomienda a los importadores, distribuir la mercadería de prendas de vestir en forma continua a los comercializadores del Mercado Internacional de San José, con la finalidad de evitar la escasez de dichos productos y no permitir que los clientes salgan a otros mercados.
- TERCERA.** Se recomienda a los importadores, proveer mercaderías bastante surtidos con la finalidad de que los comercializadores de prendas de vestir, del Mercado Internacional de San José puedan atraer más clientes y, buscar el posicionamiento de los artículos.
- CUARTA.** Se recomienda a los importadores y comercializadores de prendas de vestir, en el Mercado Internacional de San José de la ciudad de Juliaca, implementar estrategias del marketing mix, y, solo así podrán hacer frente a todo tipo de competencia en el sector.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcantara, S., & Montoya, J. (2020). *Efecto de las medidas antidumping en las importaciones del sector textil en el tratado de libre comercio entre Perú y China*. Repositorio Institucional UPN.
- Arias J.L. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Enfoques consulting: Perú.
- Arizaca, F. (2022). *Factores económico y sociales que se relacionan con la comercialización de prendas usadas en los comerciantes informales de la ciudad de Puno, 2022*. Universidad Nacional del Altiplano Puno Vicerrectorado de Investigación.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Editorial PEARSON
Codigo ISBN E-BOOK 978-958-699-129-2.
- Borda, V., & Espinoza, C. (2020). *"La boutique de ropa femenina en el sistema de fashion truck, en Latinoamérica, en los últimos 5 años": una revisión de la literatura científica*. Universidad Privada del Norte Facultad de Negocios.
- Carrasco, S. (2005). *Metodología de la investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos ISBN 9972-34-242-5.
- Fernández, J., & Fernández, J. (1993). *Estadística aplicada*. Lima: Editorial San Marcos.
- Galindo, H. (2020). *Estadística para no estadísticos*. Editorial Área de Innovación y Desarrollo, S.L. <https://doi.org/10.17993/EcoOrgyCso.2020.59> DOI: <https://doi.org/10.17993/EcoOrgyCso.2020.59>
- Garcés, H. (2000). *Investigación científica*. Ediciones Abya - Yala.



- Gómez, S. (2021). *Estrategia de comercialización y la importación de ropa juvenil en la Galería brisas de Gamarra, 2021*. Tesis Universidad César Vallejo Facultad de Ciencias Empresariales.
- Guzmán, E. (2021). *Plan de importación de artículos de celebración desde China, para aumentar las ganancias de la empresa "Globomanía" - Chiclayo, 2021*. Tesis Universidad Señor de Sipán Facultad de Ciencias Empresariales.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación, las rutas cuantitativa cualitativa y mixta*. Editorial Mc Graw Hill. México. <https://doi.org/DOI: ISBN 978-I-4562-6096-5>
- Juarez, M. (2023). *Importación de contenedores climatizados y la comercialización de forraje verde hidropónico en la región Arequipa . 2024*. Tesis Universidad César Vallejo Facultad de Ciencias Empresariales .
- Kumar, R. (2011). *Research Methodology*. Editorial London: SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/DOI: ISBN 978-I-84920-300-5>
- López-Roldan,, P., & Fachelli,, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Edición B Campus de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- Magiña, A. (2020). *Caso de estudio: importación y comercialización de excavadoras en el mercado peruano*. Editor Universidad de Lima. <https://doi.org/DOI: http://doi.org/10.26439/ulima.tesis/11280>
- Mamani, Y. (2020). *Estrategias de promoción en las ventas de prendas de vestir de fibra de alpaca de las socias modalpaca coordinadora rural Puno*



2015. Tesis Universidad Nacional del Altiplano Facultad de Ciencias Contables y administrativas.

Manosalva, M. (2024). *El impacto de la calidad de las importaciones de calzados en Azaleia Perú SA en el periodo 2017 - 2023*. Editor Universidad San Ignacio de Loyola.

Mendez, R. (2024). *Influencia del capital intelectual y el aprendizaje de la cadena de suministro interna de agroexportadoras de palta en su resiliencia*. Universidad de Lima Repositorio institucional.

Mendoza, Y. (2024). *Factores que influyen la informalidad en la recaudación tributaria de los comerciantes de la feria sabatina seccion ropas en la ciudad de Puno, periodo 2022*. Tesis Universidad Privada San Carlos Facultad de Ciencias.

Ocegueda, C. (2007). *Metodología de la investigación*. Editorial Albox México.

Oliva, O. (2020). *Importación y comercialización de prendas, calzados, accesorios y equipo de uso policial, en la ciudad de Lima y Callao*. Universidad San Martín de Porres Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos.

Quezada, N. (2010). *Metodología de la Investigación*. Lima: Editorial MACRO
Codigo ISBN N° 978-612-4034-50-3.

Ramirez, A. (s/f.). *Metodología de la investigación científica*. Bogotá: Editada en Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Estudios Ambientales y Rurales.

Sanchez, N. (2024). *Estrategias competitivas y la importación en las empresas de ventas de ropa para bebés, Jaen Cajamarca, 2022*. Tesis Universidad Autónoma del Perú Facultad de Ciencias de Gestión y Comunicaciones.



- Santa Cruz, S. (2021). *Importación de motocicletas de China hacia el Perú en el periodo 2015 . 2020*. Tesis Universidad César Vallejo Facultad de Ciencias Empresariales.
- Sipán, M. (2020). *Las importaciones chinas de prendas de vestir y la satisfacción del cliente en el distrito de Huacho, provincia de Huaura, departamento de Lima - 2017* . Tesis Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Facultad de Ciencias Empresariales.
- Toma,, J., & Rubio,, J. (2011). *Estadística aplicada*. Lima: Editada en el Centro de investigación de la Universidad del Pacífico Código ISBN 978-9972-57-134-3.
- Valderrama, ,. S., & León,, L. (2009). *Técnicas e instrumentos para la obtención de datos en la investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos Código IZBN 978-9972-38-696-1 .
- Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos Código ISBN 978-612-302-878-7.
- Valderrama,, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos Código de ISBN 978-612-302-878-7.
- Vara, A. (2010). *¿Cómo hacer una tesis en ciencias empresariales?* Lima: Ed Instituto de investigación de la Facultad de Ciencias administrativas y recursos humanos de la USMP.
- Zea, Y. (2021). *Adquisición de Prendas de Contrabando y su influencia en la Contingencia Tributaria de los Comerciantes. Los Incas Puno*. Tesis Universidad César Vallejo Facultad de ciencias empresariales.



ANEXOS



Matriz de consistencia

**TÍTULO: IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO INTERNACIONAL
SAN JOSÉ - JULIACA, 2024**

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>Problema general ¿Cuál es la relación de la importación con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024?</p> <p>Problemas específicos PE1: ¿Cómo es la relación de los procedimientos técnicos con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024? PE2: ¿Cuál es la relación del marco legal con la comercialización de</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación de la importación con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024.</p> <p>Objetivos específicos OE1: Encontrar la relación de los procedimientos técnicos con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024. OE2: Establecer la relación del marco legal con la comercialización</p>	<p>Hipótesis general La importación se relaciona directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024.</p> <p>Hipótesis específica. HE1: Los procedimientos técnicos se relacionan directa y significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024. HE2: El marco legal se relaciona directa y</p>	Variable 1 IMPORTACIÓN	<p>Procedimientos técnicos</p> <p>Marco legal</p> <p>Logística internacional</p>	<p>-Elaboración de plan de importaciones -Trámites y documentación requerida -Mecanismos tributarios y aduaneros</p> <p>-Actividades de importación -Restricciones en proceso de importación -Empresa y autoridad aduanera</p> <p>- Costos de operador logístico</p>



<p>prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024?</p> <p>PE3: ¿Cómo es la relación de la logística internacional con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024?</p>	<p>de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024.</p> <p>OE3: Determinar la relación de la logística internacional con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024.</p>	<p>significativamente con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024.</p> <p>HE1: La logística internacional se relacionan directa y significativamente de la importación con la comercialización de prendas de vestir en el mercado internacional San José - Juliaca, año 2024.</p>	<p>VARIABLE 2 COMERCIALIZACION</p>	<p>Venta de artículos</p> <p>Distribución de artículos</p> <p>Precios de artículos</p>	<p>-Transporte internacional -Plazos de entrega</p> <p>- Expectativas de la demanda -Desarrolla estrategias de ventas -Retención de clientes.</p> <p>- Identificación de canal más adecuado -Adaptación de canales de distribución -Distribución a intermediarios</p> <p>-Precio orientada a la competencia - Costos y calidad de producto - Políticas de descuento</p>
--	---	---	--	--	---



Matriz de datos acerca de importación de prendas de vestir

2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4



2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4



3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4



Matriz de datos acerca de comercialización de prendas de vestir

2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	1	1	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
4	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	4	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4



3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	2
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	1	4	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	2	3	3
1	1	2	2	2	2	3	1	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2



2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	1	1	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
4	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	4	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	4	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4



3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	3	2	2	3	2
3	2	2	3	3	4	3	3	2
2	2	4	2	2	3	2	4	4
2	1	3	2	2	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	1	3	4	4	3	3
1	3	3	2	4	3	4	3	4



CUESTIONARIO ACERCA DE IMPORTACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DIRIGIDO A LOS COMECIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL DE SAN JOSÉ. JULIACA 2024

I. DATOS INFORMATIVOS

Área Fecha.....
Código Puntaje

II. INSTRUCCIÓN

Señor(a) sírvase Ud- responder a los ítems marcando con un aspa (X) que a continuación aparecen, con la finalidad de realizar el trabajo de investigación, de lo que quedaré muy agradecido.

III. ESCALA DE PONDERACIÓN

Las escalas de apreciación de sus respuestas, pueden variar entre las siguientes opciones.

ÍNDICE	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
ABREVIATURA	N	CN	CS	S
PESO/VALOR ESCALAR	1	2	3	4

IV. CONTENIDO DEL CUESTIONARIO

No.	DIMENSIONES E ÍTEMS	N	CN	CS	S
	D1: PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS				
01	¿Usted elabora de manera oportuna un plan de importación para evaluar la viabilidad del proyecto antes de llevarlo a cabo				
02	¿En cada proceso de importación tiene una noción clara de los trámites y documentación requeridos?				
03	¿Se actualiza constantemente con los mecanismos tributarios y aduaneros que favorecen a su sector?				
	D2: MARCO LEGAL				
04	¿La legislación aduanera faculta con facilitarle las actividades de importación?				
05	¿Los productos importados han sido objeto de restricciones que interrumpieron el proceso de importación?				
06	¿Ha mejorado el vínculo entre su empresa y la autoridad aduanera?				
	D3: LOGÍSTICA INTERNACIONAL				
07	¿Busca constantemente que los costos del operador logístico le ofrezcan una ventaja competitiva respecto a la competencia?				
08	¿Busca que los costos del medio de transporte internacional utilizado le ofrezcan una ventaja competitiva respecto a la competencia?				
09	¿Los plazos de entrega repercuten en los objetivos empresariales?				
	TOTAL				



CUESTIONARIO ACERCA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DIRIGIDO A LOS COMECIANTES DEL MERCADO INTERNACIONAL DE SAN JOSÉ. JULIACA 2024

I. DATOS INFORMATIVOS

Área Fecha.....
Código Puntaje

II. INSTRUCCIÓN

Señor(a) sírvase Ud- responder a los ítems marcando con un aspa (X) que a continuación aparecen, con la finalidad de realizar el trabajo de investigación, de lo que quedaré muy agradecido.

III. ESCALA DE PONDERACIÓN

Las escalas de apreciación de sus respuestas, pueden variar entre las siguientes opciones.

ÍNDICE	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
ABREVIATURA	N	CN	CS	S
PESO/VALOR ESCALAR	1	2	3	4

IV. CONTENIDO DEL CUESTIONARIO

No.	DIMENSIONES E ÍTEMS	N	CN	CS	S
	D1: VENTA DE ARTÍCULOS				
01	¿Los artículos importados cumplen las expectativas de la demanda generando satisfacción del cliente?				
02	¿Con qué frecuencia desarrolla estrategias de ventas con objetivos medibles, generando así valor a la empresa?				
03	¿Usted aplica planes para retener clientes y obtener nuevos compradores?				
	D2: DISTRIBUCIÓN DE ARTÍCULOS				
04	¿Realiza un análisis previo para identificar el canal más adecuado para llegar al cliente?				
05	¿Adapta diferentes canales de distribución para personas naturales y otros canales para empresas?				
06	¿La empresa tiene lista la información de los productos para ser distribuida entre sus intermediarios?				
	D3: PRECIO DE ARTÍCULO				
07	¿La fijación de precio se encuentra orientada a la competencia?				
08	¿La fijación de precio se encuentra orientada a los costos y calidad del producto?				
09	¿Aplica con frecuencia políticas de descuentos en sus productos ofrecidos?				
	TOTAL				



VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

TÍTULO DE TESIS: **IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ - JULIACA, 2024**

I. REFERENCIAS

- NOMBRES Y APELLIDOS: *David Suam Gutierrez Mayta*
- PROFESIÓN : *Economista*
- CARGO ACTUAL: *Docente*
- GRADO ACADÉMICO: *Doctor en Administración*

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
2. CREATIVIDAD	Está expresado en capacidades observables	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes.	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir los objetivos de la investigación.	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
8. COHERENCIA	Entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices.	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
10. PERTENENCIA	El instrumento es útil y adecuado para la investigación.	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5

III. OBSERVACIÓN Y RECOMENDACIÓN

IV. RESOLUCIÓN

a. Aprobado (C ≥ 75% = 0.75)

b. Desaprobado (C < 75% = 0.75)

Lugar y fecha: *30 de Diciembre del 2024*

[Firma]

 Firma del experto
 DNI N° *02709811*
 N° celular: *950287327*



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital:

Fecha de entrega: 18 / 11 /2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: Elviz Róy Machaca Lerma

Dirección: Jr. Juli S/N Urb. Señor de Huanca Mz. A Lt.24 - Puno

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 77432552

Teléfono: 926 157 855 email: machaca.lerma.elviz.r@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: Ciencias Administrativas

Escuela Profesional o Mención: Administración y Negocios Internacionales

Título o Grado Académico a optar: Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Asesor: Mg. Percy Gonzalo Puma Puma

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:
 Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN EL MERCADO INTERNACIONAL SAN JOSÉ – JULIACA, 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): Importación y comercialización de prendas de vestir.

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV 1,2?
 2

1 Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

2 Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

- Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación. Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral. Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

- Internacional
- Nacional

Línea de investigación: Organización y Dirección de Empresas (5311-UNESCO)

Firma de Autor



huella digital

18 de Noviembre del 2025

Fecha