



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

Importación de telas del mercado chino y calidad de servicio de la  
empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

**AUTOR(ES):**

Flores Villacrises, Carmen Mercedes (ORCID: 0000-0001-5385-6804)

Peralta Custodio, Nayari Elizabeth (ORCID: 0000-0002-4400-0382)

**ASESOR:**

Dr. Márquez Caro, Fernando Luis (ORCID: 0000-0001-9043-8150)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

Lima – Perú

2021

### **Dedicatoria**

A nuestros padres, los cuales han sido nuestro motor e impulso a lo largo de nuestra carrera profesional y a nuestros seres queridos que siempre nos supieron iluminar en los momentos más difíciles.

### **Agradecimiento**

A nuestros padres por hacernos personas de bien y a nuestros docentes, los cuales nos formaron con paciencia y sabiduría.

## Índice de contenido

<b>Carátula</b> .....	i
<b>Dedicatoria</b> .....	ii
<b>Agradecimiento</b> .....	iii
<b>Índice de contenido</b> .....	iv
<b>Índice de tablas</b> .....	v
<b>Índice de gráficos y figuras</b> .....	vi
<b>Resumen</b> .....	vii
<b>Abstract</b> .....	viii
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	9
<b>II. MARCO TEÓRICO</b> .....	12
<b>III. METODOLOGÍA</b> .....	15
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	15
3.2 Variables y operacionalización.....	16
3.3 Población y muestra .....	16
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.5 Procedimientos .....	17
3.6 Método de análisis de datos .....	17
3.7 Aspectos éticos.....	17
<b>IV. RESULTADOS</b> .....	18
<b>V. DISCUSIÓN</b> .....	30
<b>VI. CONCLUSIONES</b> .....	32
<b>VII.RECOMENDACIONES</b> .....	33
<b>REFERENCIAS:</b> .....	34
<b>ANEXOS</b> .....	38

## Índice de tablas

Tabla 5: Resultados de la variable Importación.....	18
Tabla 6: Resultados de la dimensión Capacidad de respuesta del servicio.....	19
Tabla 7: Resultados de la dimensión Seguridad de servicio.....	20
Tabla 8: Resultados de la dimensión Fiabilidad de servicio.....	21
Tabla 9: Resultados de la variable Calidad de servicio.....	21
Tabla 10: Resultados de tablas cruzadas de las variables Importación y Calidad de servicio.....	22
Tabla 11: Resultados de tablas cruzadas de la dimensión Capacidad de respuesta del servicio y la variable Importación.....	23
Tabla 12: Resultados de tablas cruzadas de la dimensión Seguridad y la variable Importación.....	24
Tabla 13: Resultados de tablas cruzadas de la dimensión Fiabilidad y la variable Importación.....	25
Tabla 14: Resultado de la Correlación entre las variables Importación y Calidad de servicio.....	26
Tabla 15: Resultado de la Correlación entre la variable Importación y la dimensión capacidad de respuesta.....	27
Tabla 16: Resultado de la Correlación entre la variable Importación y la dimensión seguridad de servicio.....	28
Tabla 17: Resultado de la Correlación entre la variable Importación y la dimensión fiabilidad de servicio.....	28

## Índice de gráficos y figuras

Figura 1: Resultados de la variable Importación .....	18
Figura 2: Resultados de la dimensión Capacidad de respuesta .....	19
Figura 3: Resultados de la dimensión Seguridad de servicio .....	20
Figura 4: Resultados de la dimensión Fiabilidad de servicio .....	21
Figura 5: Resultados de la variable Calidad de servicio .....	22
Figura 6: Gráficos cruzado de las variables Importación y Calidad de servicio .....	23
Figura 7: Gráfico cruzado de la dimensión Capacidad de respuesta del servicio y la variable Importación.....	24
Figura 8: Gráfico cruzado de la dimensión Seguridad y la variable Importación. ....	25
Figura 9: Gráfico cruzado de la dimensión Fiabilidad y la variable Importación. ....	26

## Resumen

La presente pesquisa tuvo como objetivo determinar la relación entre la importación con la calidad de servicio de productos de la empresa Marín Cercado de Lima, 2020. La pesquisa fue de tipo aplicada, de diseño no experimental. Los resultados realizados demostraron que del 100% de encuestados, Existió un conjunto del 40% de los trabajadores señalaron que la Estrategia de Marketing y la Comercialización tienen un nivel Excelente; un 35% señaló que existe un nivel Bueno, 10% señaló que hay un nivel Regular. El 15% señaló que se encuentra un nivel bajo entre la importación y la calidad de servicio. Infiriéndose, que la relación es positiva y significativa, ósea, a mejor Importación, mejor calidad de servicio. Finalmente, a nivel inferencial se concluyó que el coeficiente Rho de Spearman es 0,534. Además, el valor de significancia ( $p = 0,015$ ) siendo inferior al valor crítico 0,05, es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, señalando de esta manera la existencia de una relación entre las variables, concluyendo así que la Importación se relaciona significativamente con la capacidad de respuesta servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020

Palabras Clave: Importación, Calidad de servicio, Telas.

## **Abstract**

The objective of this research was to determine the relationship between imports and the quality of service of products of the company Marín Cercado de Lima, 2020. The research was of an applied type, of a non-experimental design. The results carried out showed that of the 100% of those surveyed, there was a group of 40% of the workers who indicated that the Marketing Strategy and the Commercialization have an Excellent level; 35% indicated that there is a Good level, 10% indicated that there is a Regular level. 15% indicated that there is a low level between imports and quality of service. In inferring that the relationship is positive and significant, that is, the better the Import, the better the quality of service. Finally, at the inferential level, it was concluded that Spearman's Rho coefficient is 0.534. In addition, the significance value ( $p = 0.015$ ) being lower than the critical value 0.05, which is why the null hypothesis is rejected and the alternate is accepted, thus indicating the existence of a relationship between the variables, thus concluding that the Import is significantly related to the service response capacity of the company Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020.

Keywords: Importation, Quality of service, Fabrics



## I. INTRODUCCIÓN

El Perú es un país sumergido en la creciente ola de la globalización, lo cual le ha permitido extenderse a nuevos mercados que ya sea a corto o largo plazo, puede resultar atractiva para ingresar su oferta competitiva, y que a su vez le facilite la importación de insumos, productos intermedios y terminados. Hill (2011) nos menciona que la globalización es la transformación a una economía mundial mucho más conjunta e interdependientes, en la cual están presentes fenómenos con diversas facetas, como los mercados globalizados y producción generalizada. Los beneficios que traen consigo el comercio exterior son muy diversos tales como: beneficios que provienen de un buen manejo de los recursos, pues cada país podría tomar experiencia en el manejo de mercancías que produce de manera más eficiente o para las cuales se encuentra más capacitado. El Perú, es un país que cuenta con muchas oportunidades en el mercado exterior, que tienen fácil acceso a productos innovadores a precios reducidos, siendo uno de los motivos principales los TLC, es por ello que en el 2014, las principales importaciones del país provinieron de China (26,2%), EE.UU (17,2%), México (6,1%), Brasil (5,0%) y por último Alemania (4,3%), siendo importante resaltar que el 43,4% de importaciones provinieron de China y Estados Unidos, con índices de crecimiento de 6,6% y 1,4%. Haciendo énfasis en el país asiático, Fashion Network (2016) nos dice que el nivel de las importaciones procedente de China se ha acrecentado en los últimos años, aproximadamente 3.000%, pues ni el incremento de los aranceles ni las prohibiciones comerciales les ha impedido la problemática que en su mayoría proviene de importaciones no legales y los competidores desleales. Es ahí donde nace el interés de crear lazos con China, quien es dueño del mercado más atractivo a nivel mundial, y cuyo crecimiento ha sido el más alto en los últimos 20 años, con tasas que van desde el 10% anual, y cuyas importaciones de haberes de consumo, insumos, haberes intermedios y haberes de capital de sus miembros comerciales han ido incrementando en cuanto a demanda. Por otro lado, se puede observar que, en algunas organizaciones del país, no procuran suficiente atención en cuanto a calidad de servicio, además de no tener consideración diversos factores vitales como la atención personalizada, consultas y dudas del consumidor ante una solicitud, limpieza en el establecimiento y las entregas, en la armonía y fluidez de la conversación, entre

otras cosas, lo que generaría a corto plazo una insatisfacción en el cliente. Según Gestión (2019): “Para lograr que los consumidores continúen ejecutando la compra de los bienes o servicios de las diversas organizaciones y así alcancen a obtener su recomendación, es indispensable que se concentren en otorgar un servicio de calidad, pues es irrefutable el grado de correlación entre el decidirse en realizar una compra y la calidad percibida del servicio”. Es por ello por lo que, de convertir en constante una mala calidad de servicio hacia el cliente, generará una insatisfacción en él, que hará que ya no regrese por un nuevo consumo, ni que lo recomiende, provocando una mala reputación para el establecimiento o empresa, pérdidas al negocio y quizás la quiebra de este. Bajo este concepto, la empresa Marín, que actualmente importa telas provenientes del país asiático, busca reducir costos en la compra de materias para la elaboración de sus productos terminados, pero a su vez brindar un servicio de calidad. Según las estadísticas de la Sociedad Nacional de Industrias (2020) menciona que: “Entre el tercer y cuarto mes del año se incorporaron más de 35 millones de elaboraciones estuvieron conformadas por 21,4 millones en relación a prendas de vestir y 13,9 millones en relación a confecciones diversas”, es decir, que esta actividad es un recurso bastante recurrente que si bien puede resultar beneficiosa si se negocia con el proveedor correcto, también puede desprestigiar a la empresa si se ofrece al consumidor productos elaborados con materiales inapropiados. Es por ello que dicha actividad nace en la tarea de acrecentar la calidad de servicio que propone la misma tanto a sus clientes nacionales como al mercado exterior, en situaciones tales como tiempos de atención y calidad de la prenda, pues uno de los puntos clave en la identificación de empresa es desarrollar de manera positiva la calidad de servicio al cliente, especialmente por la aparición constante en la innovación, de bienes y servicios, para que el público objetivo pueda ser satisfecho, pues en muchos casos no se puede brindar la atención adecuada debido al retraso de la mercancía o la elección de proveedores errónea. Preguntas de investigación, Problema principal, ¿Qué relación existe entre la importación de telas del mercado chino con la calidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020? Problemas secundarios: ¿Qué relación existe entre la importación de telas del mercado chino con la capacidad de respuesta del servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020? ¿Qué relación existe entre la importación de telas

del mercado chino con la seguridad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020? ¿Qué relación existe entre la importación de telas del mercado chino con la fiabilidad de servicio en la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020? Justificación, Justificación social, pues la utilidad de esta pesquisa será para los aquellos comerciantes que se dediquen a la actividad importadora en el Perú y a la vez ayudará a aportar con un tema que amplie sus conocimientos los cuales puedan ser empleados en la mejora de sus procesos como en la resolución de conflictos que puedan presentarse en dicha actividad, al igual que los procesos de atención al consumidor, para de esta manera ofrecer una buena calidad de servicio. Justificación teórica, basada en la ausencia de información sobre la correcta gestión de productos importados y la calidad de servicio. Con ayuda de algunos estudios se pudo explicar de manera concisa y clara los resultados de estos, que sirvieron de sustento para la investigación. De igual forma, se estudiará el comportamiento de relación de ambas variables, y en base a ello generar recomendaciones para mejorar la gestión de ambas a futuro. Justificación metodológica, se hará uso de un instrumento de recolección de datos, que contribuirá a lo largo de la investigación, la cual busca estudiar el concepto de Importación y la calidad de servicio, ayudando a describirlos en una población adecuada. Objetivos, Objetivo principal: Determinar la relación entre la importación con la calidad de servicio de la empresa Marín Cercado de Lima, 2020. Objetivos secundarios: Determinar si existe relación entre la importación de telas del mercado chino con la capacidad de respuesta del servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020, determinar si existe relación entre la importación de telas del mercado chino con la seguridad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020, determinar si existe relación entre la importación de telas del mercado chino con la fiabilidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020. Hipótesis: Hipótesis general: Ha: La importación de telas del mercado chino se relaciona con la calidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020. Ho: La importación de telas del mercado chino se relaciona con la calidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020. Hipótesis específicas: Ha: La importación de telas del mercado chino se relaciona con la capacidad de respuesta del servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, Ho: La importación de telas del mercado chino se relaciona con la

capacidad de respuesta del servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima 2020, Ha: La importación de telas del mercado chino se relaciona con la seguridad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020, Ho: Ha: La importación de telas del mercado chino se relaciona con la seguridad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020, Ha: La importación de telas del mercado chino se relaciona con la fiabilidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020, Ho: La importación de telas del mercado chino no se relaciona con la fiabilidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020.

## **II. MARCO TEÓRICO**

Antecedentes Nacionales: Burga (2018), en su tesis titulada: Calidad de servicio en la fidelización del cliente en la empresa importaciones DMZ S.A.C Independencia, 2018, para optar el título de Licenciada en Administración por la Universidad César Vallejo. Objetivo, precisar la influencia de la calidad de servicio en la fidelización del consumidor en la empresa importadora DMZ S.A.C. La metodología fue aplicada, no experimental - transaccional. Se concluyó que la variable de calidad de servicio interviene de manera relevante en la variable de fidelización del consumidor de la empresa debido a la cordialidad existente con sus trabajadores los cuales desarrollan sus actividades de forma sistematizada basados en la motivación laboral. Mautino (2018), en su tesis titulada: Importación de productos de China y las ventas de la empresa Rash Perú S.A.C en Lima metropolitana durante el periodo 2012 - 2017, para optar el título de Licenciado en Negocios Internacionales por la Universidad César Vallejo. Objetivo, examinar el vínculo existente entre el proceso de importación de mercancía procedente de China y su impacto en las ventas dentro de la organización. La investigación fue aplicada, cuantitativo y no experimental. Se concluyó que durante el periodo 2012 – 2017 hubo un crecimiento notable en la primera variable, que estuvo basado principalmente en la demanda existente, pues años anteriores se había generado un sobrestock, por lo cual no fue esencial realizar el proceso de importación, y la segunda variable se ha ido incrementando desde el inicio del periodo. Solis (2017) en su tesis: Estrategias de importación de la empresa Precisión Perú S.A. La Victoria, 2015, para optar el título de Licenciada en Negocios Internacionales por la universidad César

Vallejo. Objetivo, precisar las tácticas para el proceso importador que utiliza Precisión Perú S.A. La metodología fue aplicada, descriptiva y no experimental. Se concluyó que el 60% de la muestra determinó que las estrategias de importación de la empresa Precisión Perú era regular, ya que la dirección de operaciones que ellos fijan a veces es la menos ideal. Antecedentes Internacionales: Mora (2011), en el artículo científico titulado: *Calidad de servicio y satisfacción del consumidor*, el objetivo fue reflexionar en torno a la idea de calidad con todo lo que ello conlleva en los diversos niveles de satisfacción, al igual que las concurrencias y análisis ejecutados por la literatura especializada. La metodología fue aplicada- exploratoria, y no experimental. Se concluyó que la relación de estudio debe realizarse de forma más penetrante debido a los diversos elementos que se deben considerar para los dos conceptos. Tubón (2011), en su tesis titulada: *El servicio al cliente y su incidencia en las ventas de la industria la raíz del jean del cantón Pelileo, Ambato – Ecuador*, para obtener el título de Licenciado en Ingeniera de Empresas en la Universidad Técnica de Ambato. Su objetivo fue sugerir tácticas de Servicio al Cliente, que le permitan acrecentar la capacidad de ventas en la organización. La investigación fue cualitativa, exploratoria-descriptiva y correlacional. Se concluyó que hay una proporción de clientes que exteriorizan que la atención brindada por la empresa va desde regular, buena hasta muy buena. Catota (2013), en su tesis titulada: *Los canales de distribución y su impacto en la calidad del servicio de la Empresa Prodicereal S.A*, para optar el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de negocios en la Universidad Técnica de Ambato. Objetivo, detallar la situación actual de la distribución comercial y la calidad del servicio de la Empresa Prodicereal S.A. La investigación fue cualitativa y cuantitativa no experimental de carácter transversal de tipo exploratorio. Se concluyó que la principal falencia de la empresa está en el servicio que los dependientes brindan a sus clientes. Teorías relacionadas al tema de la variable 1 Importación: Daniels, Radebaugh y Sullivan (2013), afirman: “Exportar e importar son generalmente los convenios económicos universales más comunes de una nación, en especial entre las empresas más pequeñas, [...] Las importaciones de mercancía son haberes que traen hacia dentro de un país” (p.16). En su mayoría, las importaciones y exportaciones son el modo inicial de operación que una empresa ejecuta para internacionalizarse, dado que en las primeras etapas representan un menor

riesgo para los recursos y la economía de estas, además de una oportunidad para expandir sus ventas. (Daniels et al., 2013). Se tomaron como dimensiones los siguientes conceptos: Calidad y precio de los insumos, confiabilidad de abastecimiento de los proveedores, eficiencia en el proceso productivo (Daniels et al., 2013). Se tomarán los siguientes indicadores: Calidad, precio, coste inferior, plazos de entrega, capacidad de abastecimiento, búsqueda de proveedores, productividad, tecnología y producto final (Daniels et al., 2013). De la Hoz (2013) afirma: “Son los haberes comprados a asentados en el exterior. El análisis de esta variable sirve para conocer la proporción de divisas que extorcan del país y cuáles son las secciones del país que perciben competencia internacional” (p. 41). Por otro lado, los principales componentes que conforman a las importaciones son los haberes de capital, además en análisis de estas permite medir las oportunidades de acrecentar la tecnología y, por ende, la productividad (De la Hoz, 2013). Krugman et al. (2012) afirma: “El comercio beneficia al sector exportador de cada país, pero perjudica de manera directa a los sectores que disputan con las importaciones, quedando de manera imprecisa el efecto final sobre los factores móviles” (p.64). El brindar a los empresarios un incentivo para buscar nuevas rutas de exportación e importación, además de otorgar facilidades para un libre comercio permitirá a las empresas encontrar oportunidades de instrucción e innovación, más que en un comercio administrado, donde el gobierno se hace cargo del patrón de importaciones y exportaciones que se desarrollan en una nación. (Krugman et al., 2012). Las teorías relacionadas al tema de la variable 2 Calidad de servicio: Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) afirmaron: “La calidad de servicio está basado en un sistema SERVQUAL que se concentra en el establecimiento y el entendimiento de las formas en que los clientes distinguen la calidad de los servicios” (p.39). Conocer lo que esperan los usuarios constituye el más importante paso en la acción de prestar un servicio centrado en la calidad, pues, en resumen, para aprovisionar servicios que los usuarios captan como extraordinario es vital que la empresa conozca lo que los usuarios confían obtener. Tener un entendimiento erróneo sobre ello puede representar la privación de un cliente si otra empresa tiene planteado ese objetivo con p exactitud. (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1993). Se tomarán como dimensiones los siguientes conceptos: La capacidad de respuesta, la seguridad y la fiabilidad (Parasuraman et al., 1993). Se tomarán

como indicadores: Ayuda, servicio, personal, conocimientos, preocupación por el cliente, credibilidad, eficiencia, solución de problemas, ausencia de errores. (Parasuraman et al., 1993). Grönroos (2007), afirma: “Los servicios son procedimientos más o menos intangibles y experimentados de manera subjetiva, en los que las acciones de elaboración y compra se realizan de manera concurrente. Produciéndose una serie de “momentos de la verdad” entre el cliente y el proveedor” (p.37). Debido a su naturaleza, es imposible determinar la dimensión de calidad funcional de manera objetiva como la dimensión técnica, pues estas dos dimensiones de la calidad del servicio se relacionan de manera proporcional con la imagen corporativa, ya que esta puede decretar la expectativa del servicio prestado por una compañía. (Grönroos, 2007). Lovelock y Wirtz (2009) afirmaron: “Los clientes aprecian la calidad del servicio al equiparar lo que aguardan con lo que distinguen haber obtenido de un proveedor en especial. Si sus perspectivas se satisfacen o superan, ellos estiman haber recibido un servicio de calidad” (p.47). El servicio, consiste en estructurar el proceso en el que los clientes obtendrán el producto o servicio ofrecido, información que se verá reflejada en la correcta comprensión de las exigencias y perspectivas de los clientes, para realizar las instalaciones, dirigir las operaciones y la distribución del personal ideal, dado que el tiempo es un factor vital en la prestación de servicios, no sólo a nivel operativo, sino también desde el criterio del consumidor. (Lovelock y Wirtz, 2009).

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

##### **Tipo de investigación**

La presente pesquisa fue aplicada, puesto que estos resultados serán empleados en el perfeccionamiento de los procedimientos en la empresa Confecciones Marín. “La pesquisa aplicada habitualmente reconoce la situación problemática y busca, en base a los diversos desenlaces, la que resulte ser la más conveniente para la situación en específico.” (Vara, 2012, p. 202)

##### **Diseño de investigación**

El diseño de la pesquisa fue no experimental. “Este tipo de diseño es ordenado y práctico en donde las variables que no son dependientes no sufren cambio alguno puesto que estas ya han sucedido” (Hernández et al., 2014, p. 152).

### **3.2 Variables y operacionalización**

Las variables se definen como: “Son cualidades cuya variación puede ser medida. Se consideran las peculiaridades, apariencia, propiedad o dimensión de un fenómeno que pueden adjudicarse diversos valores” (Vera et al., 2018, p.50)

La operacionalización se define como: “Es la apreciación práctica del concepto, su finalidad es contrastar el concepto que se define con los hechos que proyecta, por lo que asume una participación primordial en la conexión entre la práctica y teoría” (Hernández y Coello, 2008, p.36).

Las variables que se estudiarán serán:

Importación: Daniels, Radebaugh y Sullivan (2013), afirman: “Exportar e importar son generalmente los convenios económicos universales más comunes de una nación, particularmente entre las empresas más pequeñas, [...] Las importaciones de mercancía son haberes que traen hacia dentro de un país” (p.16).

Calidad de servicio: Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) afirmaron: “La calidad de servicio está basado en un sistema SERVQUAL que se concentra en el establecimiento y el entendimiento de las formas en que los clientes distinguen la calidad de los servicios” (p.39).

### **3.3 Población y muestra**

#### **Población:**

La población estuvo constituida por 20 directivos del área logística y atención al cliente de Confecciones Marín. “La población es la agrupación de un fenómeno de estudio, que comprende a todas las unidades en observación o entes de población que conforman dicho fenómeno”. (Tamayo, 2003, p.176)

#### **Muestra:**

La muestra fue censal ya que se tomó en cuenta a 20 directivos del área logística y de atención al cliente de la empresa Confecciones Marín. “Una encuesta censal o censo recolecta información sobre diversas cualidades de todos y cada uno de los componentes que conforman la población”. (Pérez, 2010, p.138).

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **Encuesta**

La técnica para la presente pesquisa fue la encuesta “Las encuestas donde se toma en consideración las opiniones de la muestra son pesquisas no experimentales transversales, descriptivas o correlacionales causales, pues en



ocasiones tienen finalidades de ciertos diseños y en otras de los dos”. (Hernández et al., 2014, P. 166)

### **Cuestionario**

El instrumento de recolección de datos fue el cuestionario “El cuestionario es un agrupamiento de interrogantes para generar la información demandada, con la finalidad de lograr los propósitos de la pesquisa.”. (Bernal, 2010, p.250).

### **Validez**

La validez del cuestionario se determinará con 4 expertos en metodología de la investigación. “La validez consiste en la disposición de la escala para calcular las características para las cuales ha sido elaborada y no otras similares”. (Behar, 2008, p.73).

### **Confiabilidad de instrumentos**

La confiabilidad se hará mediante el SPSS y el alfa de Cronbach “La confiabilidad hace referencia a resultados inalterables, infalible, coherente, iguales a sí mismos en diferentes tiempos y pronosticables”. (Álvarez-Gayou, 2003, p. 31).

### **3.5 Procedimientos**

En la presente pesquisa se detalla la parte operacional del proyecto, basados en dos principios: el teórico, obtenido mediante fuentes tales como libros, revistas físicas y digitales, artículos científicos, entre otros y de campo de manera presencial, la cual consta de un cuestionario repartido en las inmediaciones de la empresa para poder ser respondido por los 20 directivos del área logística de la empresa “Confecciones Marín”.

### **3.6 Método de análisis de datos**

La pesquisa se ejecutó a través del sistema estadístico SPSS, mediante este software obtendremos datos válidos que refleja mediante tablas estadísticas para llegar a un resultado confiable. Pedroza y Dicoovsky (2007): “El SPSS es un sistema esquematizado para cumplir la finalidad de contribuir soluciones, mediante el análisis estadístico para el cual existe” (p.14)

### **3.7 Aspectos éticos**

Los datos utilizados en este proyecto son válidos y se ha considerado el derecho y el respeto intelectual de los autores, se ha tomado en cuenta las reglas constituidas mediante el APA.

## IV. RESULTADOS

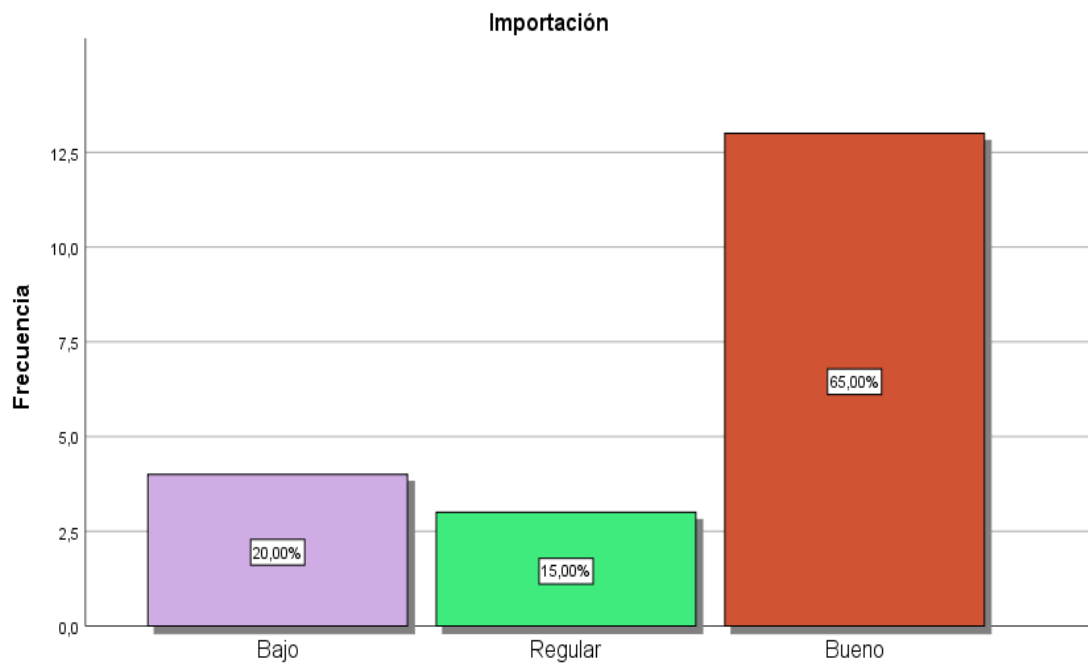
### 4.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INFERENCIAL

Análisis descriptivo Univariado

Tabla 5: Resultados de la variable Importación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	20,0	20,0	20,0
	Regular	3	15,0	15,0	35,0
	Bueno	13	65,0	65,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 1: Resultados de la variable Importación

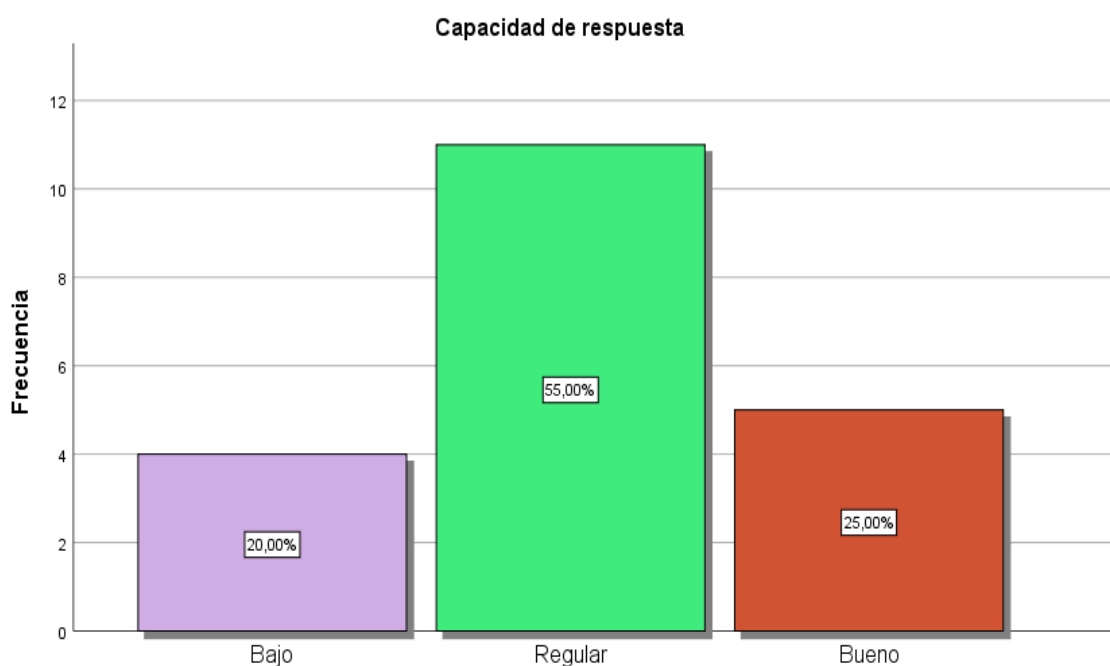


La tabla 5 y figura 1, nos detallan que de la población escogida que data de 20 directivos del área de logística de la empresa Confecciones Marín, el 65%(13) indicó que tiene un nivel de Bueno, 15%(3) indicó que tiene un nivel de Regular; y 20%(4) indicó que es bajo.

Tabla 6: Resultados de la dimensión Capacidad de respuesta del servicio.

<b>Capacidad de respuesta</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	20,0	20,0	20,0
	Regular	11	55,0	55,0	75,0
	Bueno	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 2: Resultados de la dimensión Capacidad de respuesta

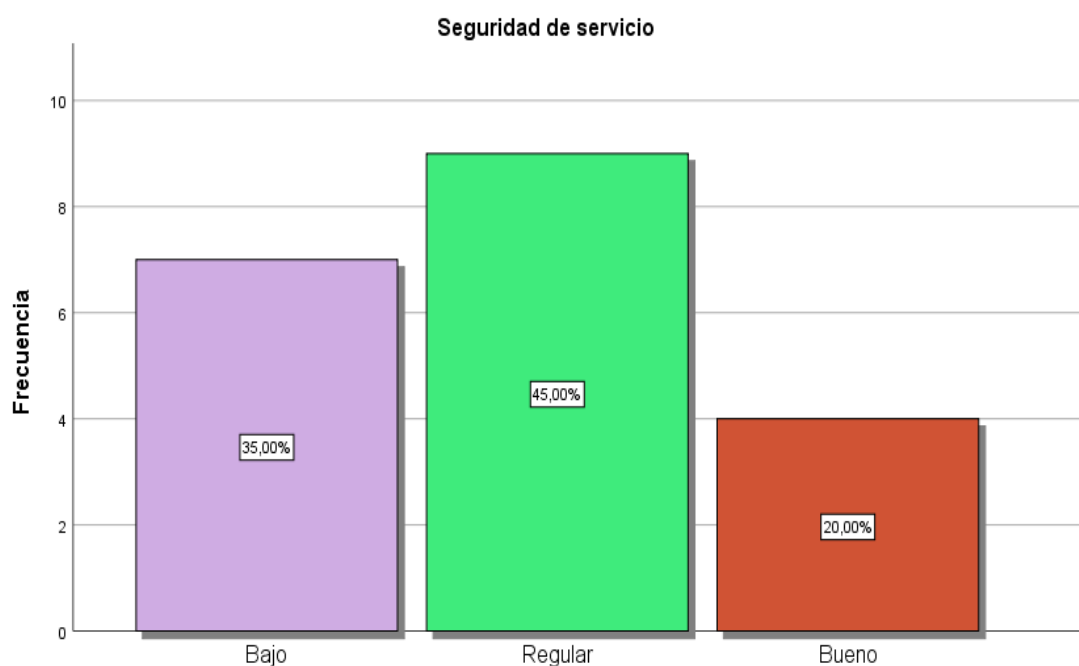


La tabla 6 y figura 2, nos detallan que de la población escogida que data de 20 directivos del área de logística de la empresa Confecciones Marín, el 25%(3) indicó que tiene un nivel Bueno, el 55%(2) indicó que tiene un nivel Regular y 20%(1) indicó que es bajo

Tabla 7: Resultados de la dimensión Seguridad de servicio

<b>Seguridad de servicio</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	7	35,0	35,0	35,0
	Regular	9	45,0	45,0	80,0
	Bueno	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 3: Resultados de la dimensión Seguridad de servicio

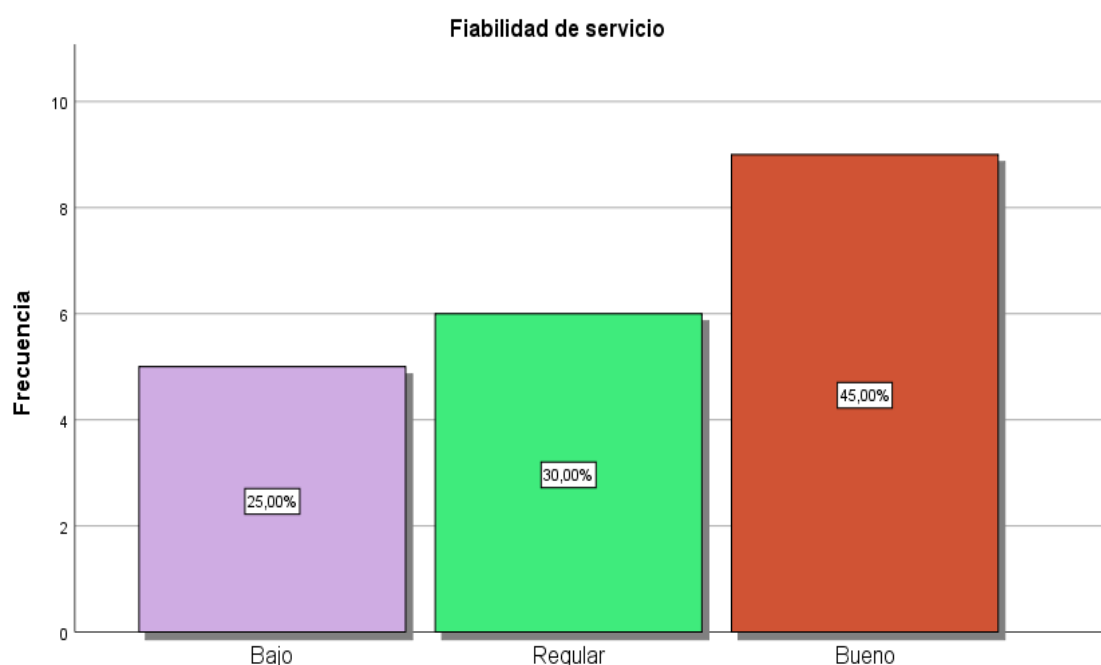


La tabla 7 y figura 3, nos detallan que de la población escogida que data de 20 directivos del área de logística de la empresa Confecciones Marín, el 20%(3) indicó que tiene un nivel Bueno, el 45%(9) indicó que tiene un nivel Regular y 35%(7) indicó que es bajo.

Tabla 8: Resultados de la dimensión Fiabilidad de servicio

<b>Fiabilidad de servicio</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	25,0	25,0	25,0
	Regular	6	30,0	30,0	55,0
	Bueno	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 4: Resultados de la dimensión Fiabilidad de servicio

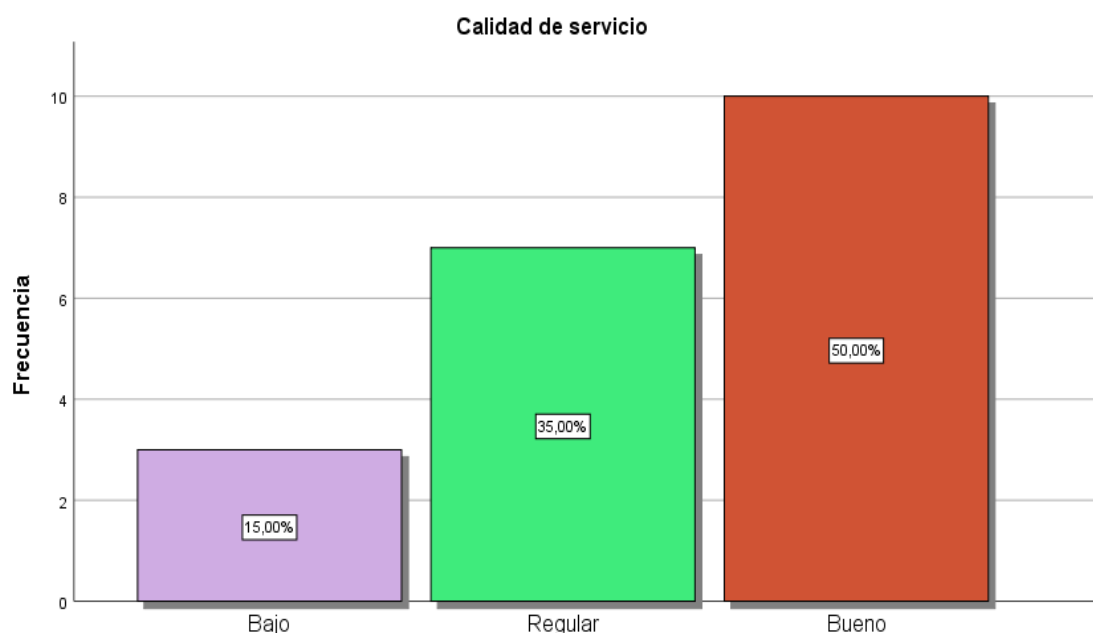


La tabla 8 y figura 4, nos detallan que de la población escogida que data de 20 directivos del área de logística de la empresa Confecciones Marín, el 45%(3) indicó que tiene un nivel Bueno, el 30%(2) indicó que tiene un nivel Regular y 25%(1) indicó que es bajo.

Tabla 9: Resultados de la variable Calidad de servicio

<b>Calidad de servicio</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	15,0	15,0	15,0
	Regular	7	35,0	35,0	50,0
	Bueno	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Figura 5: Resultados de la variable Calidad de servicio



La tabla 9 y figura 5, nos detallan que de la población escogida que data de 20 directivos del área de logística de la empresa Confecciones Marín, el 50%(3) indicó que tiene un nivel Bueno, el 35%(2) indicó que tiene un nivel Regular y 15%(1) indicó que es bajo.

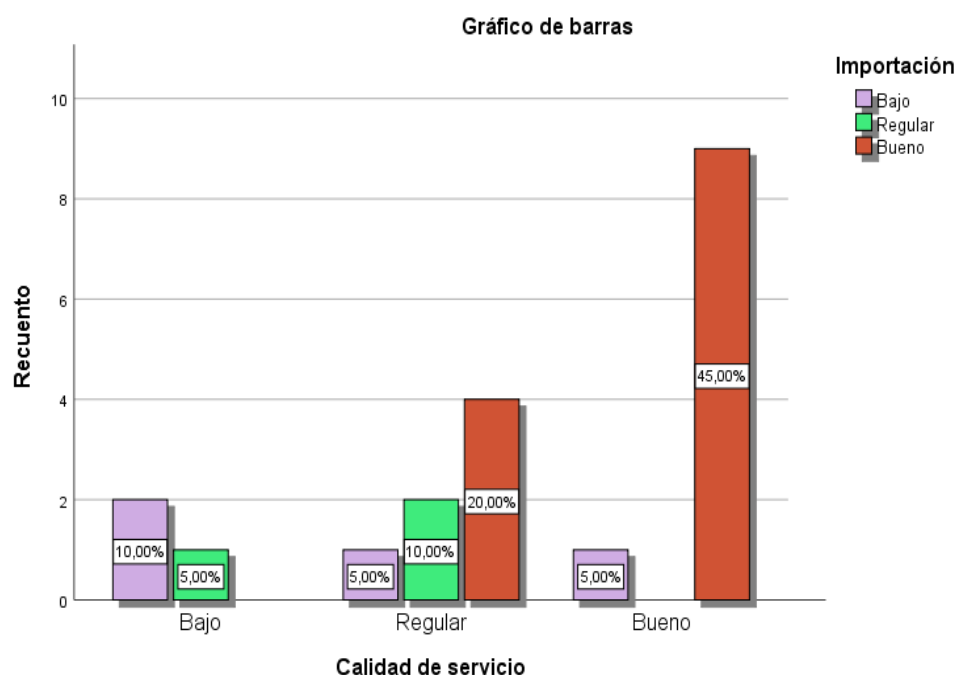
#### 4.2 ANÁLISIS DESCRIPTIVO BIVARIADO.

Objetivo principal: Determinar la relación entre la importación de telas del mercado chino con la calidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020.

Tabla 10: Resultados de tablas cruzadas de las variables Importación y Calidad de servicio.

Importación			Calidad de servicio			Total
			Bajo	Regular	Bueno	
Bajo	Recuento		2	1	1	4
	% del total		10,0%	5,0%	5,0%	20,0%
Regular	Recuento		1	2	0	3
	% del total		5,0%	10,0%	0,0%	15,0%
Bueno	Recuento		0	4	9	13
	% del total		0,0%	20,0%	45,0%	65,0%
Total		Recuento	3	7	10	20
		% del total	15,0%	35,0%	50,0%	100,0%

Figura 6: Gráficos cruzado de las variables Importación y Calidad de servicio



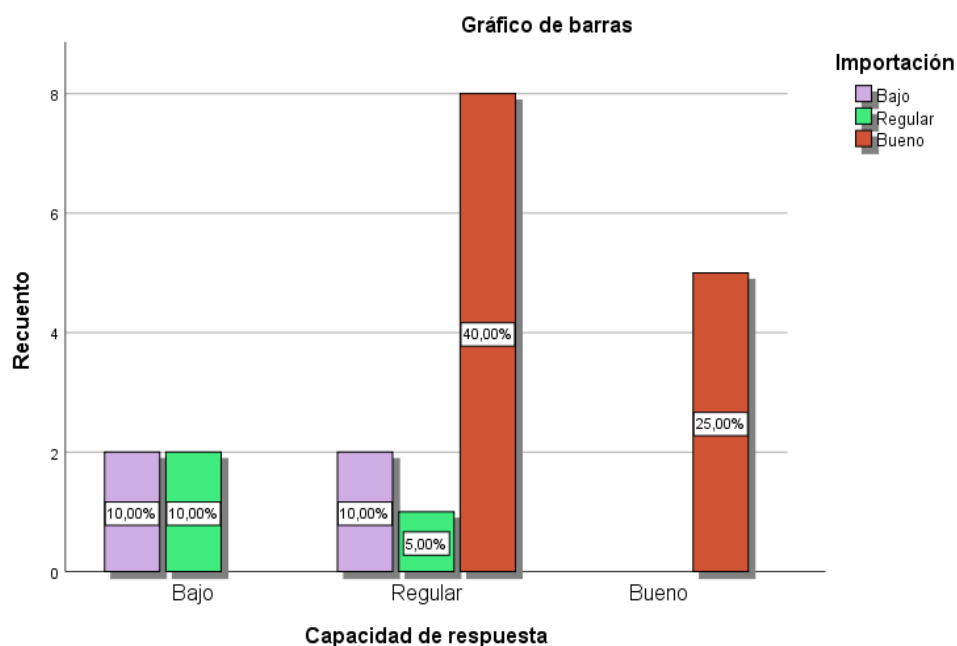
Se detalló en la 10 tabla y figura 6: Existió un conjunto de 50%(3) que señaló que existe un rango Bueno, 35%(2) señaló que se posiciona en un rango Regular y el 15%(1) señaló que se posiciona en un rango bajo entre la importación y la calidad de servicio. Infiriéndose, que la relación se encuentra en un estado positivo y significativo, ósea, a mejor Importación, mejor calidad de servicio.

Objetivos secundarios 1: Determinar si existe relación entre la importación de telas del mercado chino con la capacidad de respuesta del servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020.

Tabla 11: Resultados de tablas cruzadas de la dimensión Capacidad de respuesta del servicio y la variable Importación.

Capacidad de respuesta	Importación	Total	Importación		
			Bajo	Regular	Bueno
Bajo	Recuento	4	2	2	0
	% del total	20,0%	10,0%	10,0%	0,0%
Regular	Recuento	11	2	1	8
	% del total	55,0%	10,0%	5,0%	40,0%
Bueno	Recuento	5	0	0	5
	% del total	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%
Total	Recuento	20	4	3	13
	% del total	100,0%	20,0%	15,0%	65,0%

Figura 7: Gráfico cruzado de la dimensión Capacidad de respuesta del servicio y la variable Importación.



Se detalló en la 11 tabla y figura 7: Existió un conjunto de 25%(3) que señaló que existe un rango Bueno, 55%(2) señaló que se posiciona en un rango Regular y el 20%(1) señaló que se posiciona en un rango bajo entre la importación y la calidad de servicio. Infiriéndose, que la relación se encuentra en un estado positivo y significativo, mejor capacidad de respuesta.

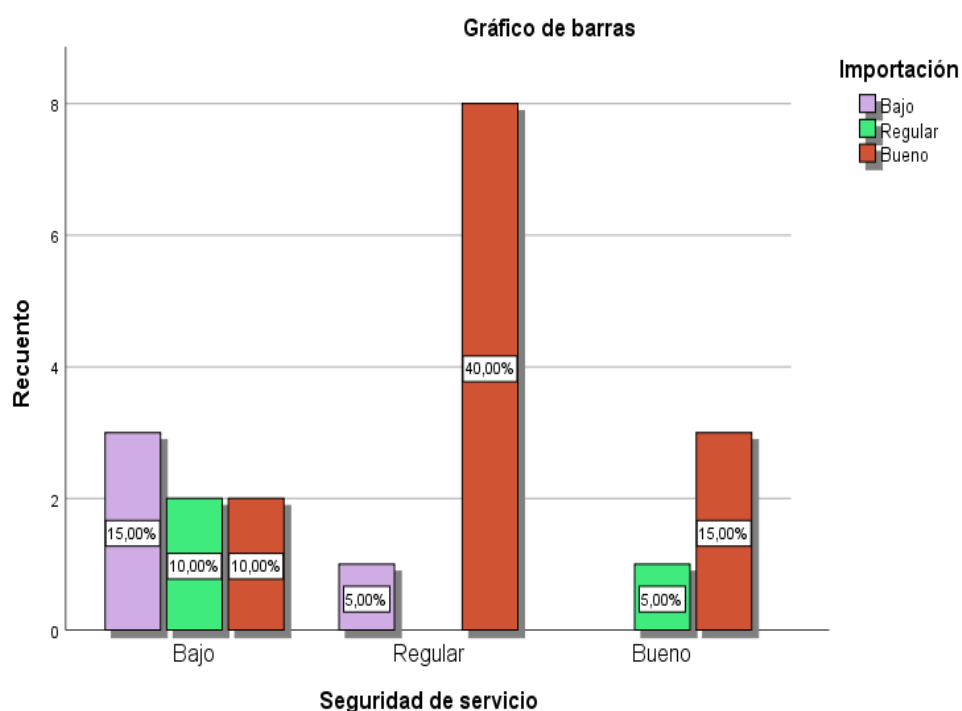
Objetivo secundario 2: Determinar si existe relación entre la importación de telas del mercado chino con la seguridad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020

Tabla 12: Resultados de tablas cruzadas de la dimensión Seguridad y la variable Importación.

		Importación			Total	
		Bajo	Regular	Bueno		
Seguridad de servicio	Bajo	Recuento	3	2	2	7
		% del total	15,0%	10,0%	10,0%	35,0%
Regular		Recuento	1	0	8	9
		% del total	5,0%	0,0%	40,0%	45,0%
Bueno		Recuento	0	1	3	4
		% del total	0,0%	5,0%	15,0%	20,0%
Total		Recuento	4	3	13	20
		% del total	20,0%	15,0%	65,0%	100,0%



Figura 8: Gráfico cruzado de la dimensión Seguridad y la variable Importación.



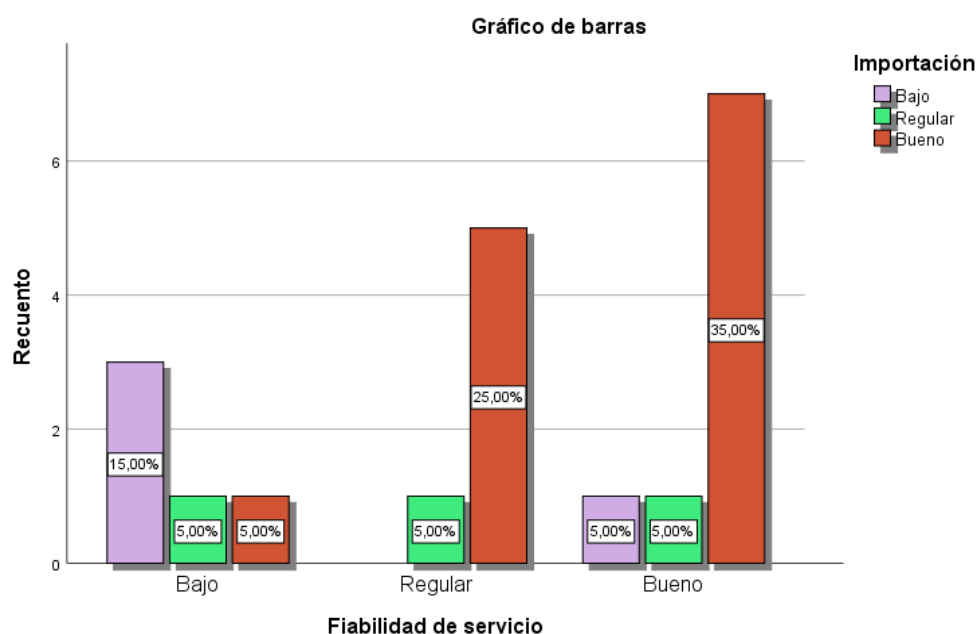
Se detalló en la 12 tabla y figura 8: Existió un conjunto de 20%(3) que señaló que existe un rango Bueno, 45%(2) señaló que se posiciona en un rango Regular y el 35%(1) señaló que se posiciona en un rango bajo entre la importación y la calidad de servicio. Infiriéndose, que la relación se encuentra en un estado positivo y significativo, ósea, a mejor Importación, mejor Seguridad.

Objetivo secundario 3: Determinar si existe relación entre la importación de telas del mercado chino con la fiabilidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020

Tabla 13: Resultados de tablas cruzadas de la dimensión Fiabilidad y la variable Importación.

		Importación			Total	
		Bajo	Regular	Bueno		
Fiabilidad de servicio	Bajo	Recuento	3	1	1	5
		% del total	15,0%	5,0%	5,0%	25,0%
Regular		Recuento	0	1	5	6
		% del total	0,0%	5,0%	25,0%	30,0%
Bueno		Recuento	1	1	7	9
		% del total	5,0%	5,0%	35,0%	45,0%
Total		Recuento	4	3	13	20
		% del total	20,0%	15,0%	65,0%	100,0%

Figura 9: Gráfico cruzado de la dimensión Fiabilidad y la variable Importación.



Se detalló en la 13 tabla y figura 9: Existió un conjunto de 45%(3) que señaló que existe un rango Bueno, 30%(2) señaló que se posiciona en un rango Regular y el 25%(1) que señaló que se posiciona en un rango bajo entre la importación y la Seguridad. Infiriéndose, que la relación se encuentra en un estado positivo y significativo, ósea, a mejor Importación, mejor Fiabilidad.

### 4.3. ANÁLISIS INFERENCIAL

Hipótesis General

Ha: La importación de telas del mercado chino se relaciona con la calidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020.

Ho: La importación de telas del mercado chino no se relaciona con la calidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020.

Tabla 14: Resultado de la Correlación entre las variables Importación y Calidad de servicio.

Correlaciones			Importación	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Importación	Coefficiente de correlación	1,000	,789**
		Sig. (bilateral)	.	,006
		N	20	20
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,789**	1,000
		Sig. (bilateral)	,006	.
		N	20	20

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

Debido al nivel alcanzado en el Rho de Spearman de 0,789 y conforme al baremo de estimación, existió un resultado positivo alto en la correlación. Además, el valor de significancia ( $p = 0,006$ ) siendo inferior al valor crítico 0,05, es por ello que se desestima la nula y se admite la alterna, señalando de esta manera la existencia de una relación entre las variables.

Hipótesis específicas 1:

Ha: La importación de telas del mercado chino se relaciona con la capacidad de respuesta del servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020.

Ho: La importación de telas del mercado chino no se relaciona con la capacidad de respuesta del servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020.

Tabla 15: Resultado de la Correlación entre la variable Importación y la dimensión capacidad de respuesta.

			Capacidad de respuesta	Importación
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación	1,000	,746**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	20	20
	Importación	Coefficiente de correlación	,746**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	20	20

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

Debido al valor alcanzado en el Rho de Spearman de 0,746 y conforme al baremo de estimación, existió un resultado positivo alto en la correlación. Además, el valor de significancia ( $p = 0,002$ ) siendo inferior al valor crítico 0,05, es por ello que se desestima la nula y se admite la alterna, señalando de esta manera la existencia de una relación entre la dimensión y variable.

Hipótesis específica 2:

Ha: La importación de telas del mercado chino se relaciona con la seguridad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020.

Ho: La importación de telas del mercado chino no se relaciona con la seguridad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020.

Tabla 16: Resultado de la Correlación entre la variable Importación y la dimensión seguridad de servicio.

<b>Correlaciones</b>			Seguridad de servicio	Importación
Rho de Spearman	Seguridad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,773*
		Sig. (bilateral)	.	,005
		N	20	20
	Importación	Coeficiente de correlación	,773*	1,000
		Sig. (bilateral)	,005	.
		N	20	20

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Debido al valor alcanzado en el Rho de Spearman de 0,773 y conforme al baremo de estimación, existió un resultado positivo alto en la correlación. Además, el valor de significancia ( $p = 0,005$ ) siendo inferior al valor crítico 0,05, es por ello que se desestima la nula y se admite la alterna, señalando de esta manera la existencia de una relación entre la dimensión y variable.

Hipótesis específica 3:

Ha: La importación de telas del mercado chino se relaciona con la fiabilidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020.

Ho: La importación de telas del mercado chino no se relaciona con la fiabilidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020.

Tabla 17: Resultado de la Correlación entre la variable Importación y la dimensión seguridad de servicio

<b>Correlaciones</b>			Fiabilidad de servicio	Importación
Rho de Spearman	Fiabilidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,734*
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	20	20
	Importación	Coeficiente de correlación	,734*	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	20	20

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Debido al valor alcanzado en el Rho de Spearman de 0,734 y conforme al baremo de estimación, existió un resultado positivo alto en la correlación. Además, el valor de significancia ( $p = 0,004$ ) siendo inferior al valor crítico 0,05, es por ello que se desestima la nula y se admite la alterna, señalando de esta manera la existencia de una relación entre la dimensión y variable.

## V. DISCUSIÓN

En base a los resultados obtenidos de la presente investigación, admitimos el objetivo y la hipótesis general inicial de la presente investigación, que demuestra la relación existente de las variables en la empresa Confecciones Marín, debido principalmente a que del total de los encuestados y sus respuestas en base a las dos variables, el Rho de Spearman fue = ,789; resumida en un relación positiva alta, mientras que la significancia es de ,006; por ello se desestima la hipótesis nula y se admite la alterna. Estos resultados van a la par con lo que Burga (2018), quién en su tesis titulada: *“Calidad de servicio en la fidelización del cliente en la empresa importaciones DMZ S.A.C Independencia, 2018”* donde se demostró una correlación de ,588, además que se concluyó que la variable de calidad de servicio es un factor de importante para alcanzar la fidelización, por cual, al contrastarse con la empresa Marín, para la organización es vital realizar una buena gestión importadora, para alcanzar un elevado grado de satisfacción en los consumidores y por consiguiente la fidelización.

Además, también se demostró que existe relación entre la importación y la capacidad de respuesta implementadas en la empresa Confecciones Marín del mercado Chino durante el 2020, y que, en base a las respuestas dadas por los encuestados sobre ambas variables, se logró asociar ambas por Rho de Spearman = ,746; resumida en un relación positiva alta, mientras que la significancia es de ,002; por ello rechazamos la hipótesis nula y se admite la alterna, demostrando que existe relación entre las dos variables. Este resultado guarda relación con lo dicho por Catota (2013), quien en su tesis titulada: *“Los canales de distribución y su impacto en la calidad del servicio de la Empresa Prodicereal S.A”*, donde se concluyó que la principal falencia de las empresas radica en el servicio que los dependientes brindan a sus clientes, ya sea por los retrasos en los canales de distribución, o en base a la organización Marín, por los retrasos en el sistema importador, lo que se resume en un nivel bajo en cuando atención al consumidor.

Por otro lado, se demostró que existe relación entre la importación y la seguridad de servicio de la empresa Confecciones Marín en el mercado chino, 2020, es significativo, pues se alcanzó a asociar a ambas por Rho de Spearman = ,773; resumida en una relación positiva alta. mientras que la significancia es de ,005; por ello rechazamos la hipótesis nula y se admite la alterna, ratificando la relación

de las dos variables. El resultado concuerda con Solis (2017), quien en su tesis: *“Estrategias de importación de la empresa Precisión Perú S.A. La Victoria, 2015”*, concluyó que existe un porcentaje del 60% de su población que las estrategias impuesta por la organización se encuentran posicionadas en un nivel regular, por lo cual las operaciones realizadas garantizan la seguridad del proceso de atención, ya que plantea estrategias de importación que, si bien en ocasiones no son las más ideales, estas le han permitido tener el nivel de calidad de servicio en un grado moderado.

Finalmente se demostró la relación existente entre importación y fiabilidad de servicio en la empresa Confecciones Marín, logrando la asociación de ambas por Rho de Spearman = ,734; resumida en una relación positiva alta, mientras que la significancia es de ,004; por ello se desestima la hipótesis nula y se admite la alterna, demostrando que existe relación positiva alta. Resultado que concuerda con los de Tubon (2011), quien en su tesis titulada: *“El servicio al cliente y su incidencia en las ventas de la industria la raíz del jean del cantón Pelileo, Ambato – Ecuador”*, concluyó que hay una proporción de clientes que exteriorizan que la atención brindada por la empresa va desde regular, buena hasta muy buena, por cual, que el detalla que el servicio ofrecido se da en el momento y condiciones precisas, garantizando la fiabilidad del mismo.

## **VI. CONCLUSIONES**

Se pudo concluir que la importación cuenta con una relación positiva con la calidad de servicio de la empresa Confecciones Marín – Cercado de Lima, 2020. Ello se puede observar en la tabla 14, donde el valor de  $\rho = ,789$ , lo que se resume en una relación positiva alta. Además de demostró una significancia de ,006 inferior al valor crítico de 0,05, por lo cual desestimamos la hipótesis nula.

Se pudo concluir que la importación cuenta con una relación positiva con la capacidad de respuesta de la empresa Confecciones Marín – Cercado de Lima, 2020. Ello se puede observar en la tabla 15, donde el valor de  $\rho = ,746$ , lo que se resume en una relación positiva alta. Además de demostró una significancia de ,002 inferior al valor crítico de 0,05, por lo cual desestimamos la hipótesis nula.

Se pudo concluir que la importación cuenta con una relación positiva con la seguridad de servicio de la empresa Confecciones Marín – Cercado de Lima, 2020. Ello se puede observar en la tabla 16, donde el valor de  $\rho = ,773$ , lo que se resume en una relación positiva alta. Además de demostró una significancia de ,005 inferior al valor crítico de 0,05, por lo cual desestimamos la hipótesis nula.

Se pudo concluir que la importación cuenta con una relación positiva con la fiabilidad de servicio de la empresa Confecciones Marín – Cercado de Lima, 2020. Ello se puede observar en la tabla 14, donde el valor de  $\rho = ,734$ , lo que se resume en una relación positiva alta. Además de demostró una significancia de ,004 inferior al valor crítico de 0,05, por lo cual desestimamos la hipótesis nula.



## **VII. RECOMENDACIONES**

Todo cliente, en cualquier empresa, desea ser atendido de la forma más rápida y eficaz, es por ello que la capacidad de respuesta al cliente es vital en una organización, por lo que se le recomienda a la empresa, realizar mejoras en este ámbito de la atención, que, si bien por el momento es bueno, aún tiene cosas por mejorar.

La confianza es una variable esencial en la relación con los clientes, por lo cual la seguridad de servicio ofrecida por la organización debe ser completa, es por ello que se recomienda a la organización mejorar en los procesos importadores, para incrementar la eficiencia en entregas, periodos establecidos, fidelización del cliente, calidad en el servicio, entre otros.

Se le recomienda a la empresa plantearse mejoras en las estrategias de importación que les permita mejorar en dicho proceso y a su vez, le apertura la oportunidad de posicionarse en el rubro.

Se le recomienda a la empresa capacitar al nuevo personal para continuar la línea de atención al cliente eficaz, y la fidelización de clientes se mantenga en constante incremento.

## REFERENCIAS:

- Álvarez-Gayou, J. (2003). *Como hacer investigación cualitativa: Fundamentos y metodología* (1st ed., p. 31). México: Editorial Paidós mexicana.
- Asociación peruana de agentes marítimos, 2020. Coronavirus en Perú: Impacto en exportaciones vendrán más por precio de volumen de envíos.* [online] Disponible en: <http://www.apam-peru.com/web/coronavirus-en-peru-impacto-en-exportaciones-vendran-mas-por-precio-que-por-volumen-de-envios>.
- Behar, D. (2008). *Introducción a la Metodología de la Investigación* (2nd ed., p. 73). Argentina: Editorial Shalom.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (3rd ed., p. 250). Colombia: Pearson Educación.
- Bouzas, R. y French-Davis, R. (1998). La globalización y la gobernabilidad de los países en desarrollo.
- Bunker, S. (1996). Materias primas y la economía global: olvidos y distorsiones de la ecología industrial. *Ecología Política*, 12: 81-89, Barcelona.
- Burga, E. (2018). *Calidad de servicio en la fidelización del cliente en la empresa importaciones DMZ S.A.C Independencia, 2018* (Tesis de Licenciada en Administración). Universidad César Vallejo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24685/Burga\\_V\\_E.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24685/Burga_V_E.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Carreras, A. y Folchi, M. (2006). Importaciones y modernización económica en América Latina durante la primera mitad del siglo XX Las claves de un programa de investigación. Recuperado de: <http://books.google.com.pe/books?id=n0gGIG3FSOAC&pg=PA8&lpg=PA8&dq=Importaciones.pdf>
- Catota, L. (2013). *Los canales de distribución y su impacto en la calidad del servicio de la Empresa Prodicereal S.A* (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/3284/1/23%20MKT.pdf>

- Daniels, J. y Lee R. (2008). *Negocios Internacionales*. (8. A ed.)(Capítulo 17, pp. 675- 715). México.
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2013). *Negocios internacionales* (10th ed., pp. 16-17). México: Pearson.
- De la Hoz, A. (2013). *Generalidades de Comercio Internacional* (1st ed., pp. 41-42). Medellín: Centro editorial Esumer.
- Gestión. (2019). Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños. Retrieved from <https://gestion.pe/economia/empresas/calidad-de-servicio-influye-en-60-en-decision-de-compra-de-limenos-noticia/?ref=gesr>
- Gestión. (2020). SNI: Importaciones ponen en riesgo recuperación de sector textil y confecciones. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/sni-importaciones-ponen-en-riesgo-recuperacion-de-sector-textil-y-confecciones-noticia/>
- Gonzales, T. (2016). Aumentan las importaciones textiles chinas a Perú. 20 de julio del 2020, de Fashion Network Sitio web: <https://pe.fashionnetwork.com/news/Aumentan-las-importaciones-textiles-chinas-a-peru,676180.html>
- Grönroos, C. (1984). *A Service Quality Model and its Marketing Implications*. *European Journal of Marketing*, 18(4), 37-38.
- Hernández, R., & Coello, Z. (2008). *El paradigma cuantitativo de la investigación científica* (p. 36). La Habana: Editorial Universitaria.
- Hernández, R., Fernández, C & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6th ed., p. 152). México: McGraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6th ed., p. 166). México: McGraw-Hill.
- Hill, C. (2011). *Negocios Internacionales. Competencia en el Mercado Global*. (Capítulo 16, pp. 531 - 715). México.
- Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2012). *Economía internacional* (9th ed., pp. 64-65). Madrid: Pearson.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios* (6th ed., pp. 47-48). México: Pearson Educación.

- Mautino, C. (2018). *Calidad de servicio en la fidelización del cliente en la empresa importaciones DMZ S.A.C Independencia, 2018* (Tesis de pregrado). César Vallejo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35137/Mautino\\_CCR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35137/Mautino_CCR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mora Contreras, Cesar Enrique (2011). LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR. *Revista Brasileira de Marketing*, 10 (2), 146-162. [Fecha de Consulta 19 de noviembre de 2020]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4717/471747525008>
- Pedroza, H., & Dicovskyi, L. (2007). *Sistema de análisis estadístico con SPSS* (p. 14). Managua: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- Pérez, R. (2010). *Nociones Básicas de Estadística*. Servicio de publicaciones de la Universidad de Oviedo, Recuperado de : <https://books.google.es/books?id=0mHWT5Zs7pIC&pg=PA138&lpg=PA138&dq=concepto+de+muestra+censal&source=bl&ots=09z1J1n9At&sig=4NTvclRKZ0fluWuK6mhvdaWJQ&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi8xOmukuvSAhUE5GMKHRNvAQMQ6AEIUjAJ#v=onepage&q=concepto%20de%20muestra%20censal&f=false>
- Rojas, I. (2011). *Elementos para el diseño de técnicas de investigación: una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica*. *Tiempo de educar*. 12, (24), 277-297
- Solis, E. (2017). *Estrategias de importación de la empresa Precisión Perú S.A. La Victoria, 2015* (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/10882/Solis\\_RE\\_S.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/10882/Solis_RE_S.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica* (4th ed., p. 176). México: Limusa.
- Tubon, M. (2011). *El servicio al cliente y su incidencia en las ventas de la industria la raíz del jean del cantón Pelileo, Ambato – Ecuador*, (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1415/1/266%20Ing.pdf>

- Vara, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa* (2nd ed., p. 202). Lima: Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres.
- Vera, J. (2018). *Fundamentos de metodología de la investigación científica* (1st ed., p. 50). Guayaquil: Ediciones Grupo Compás 2018.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios* (3rd ed., pp. 39-40). Madrid: Ediciones Díaz de Santos

## ANEXOS

### Anexo 1: Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Importación	“Exportar e importar son generalmente las transacciones económicas internacionales más comunes de un país, en especial entre las empresas más pequeñas, [...] Las importaciones de mercancía son bienes que traen hacia dentro de un país” (Daniels, Radebaugh y Sullivan, 2013, p.16)	Se aplicará un cuestionario con su encuesta, asimismo, se tomará en consideración las dimensiones y sus indicadores de la teoría principal.	Calidad y precio de los insumos	Calidad	Likert y ordinal
				Precio	
				Coste inferior	
			Confiabilidad de abastecimiento de los proveedores	Plazos de entrega	
				Capacidad de abastecimiento	
				Búsqueda de proveedores	
			Eficiencia en el proceso productivo	Productividad	
				Tecnología	
				Producto final	
Calidad de servicio	“La calidad de servicio está basado en un sistema SERVQUAL que se concentra en el establecimiento y el entendimiento de las formas en que los clientes distinguen la calidad de los servicios” (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1993, p.39)	Se aplicará un cuestionario con su encuesta, asimismo, se tomará en consideración las dimensiones y sus indicadores de la teoría principal.	Capacidad de respuesta	Ayuda	Likert y ordinal
				Servicio	
				Personal	
			Seguridad	Conocimientos	
				Preocupación por el cliente	
				Credibilidad	
			Fiabilidad	Eficiencia	
				Solución de problemas	
				Ausencia de errores	



## ENCUESTA PARA TRABAJADORES SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO

Estimado (a) participante

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de la relación existente entre la importación de telas del mercado chino con la calidad de servicio en la empresa donde laboras. La presente encuesta es anónima; Por favor responda con sinceridad.

### INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de característica acerca de la calidad de servicio, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

- |                 |               |            |
|-----------------|---------------|------------|
| 1) NUNCA        | 2) CASI NUNCA | 3) A VECES |
| 4) CASI SIEMPRE |               | 5) SIEMPRE |

<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>						
<b>AYUDA</b>						
1	Los empleados de la empresa ofrecen ayuda rápido al consumidor.	1	2	3	4	5
<b>SERVICIO</b>						
2	Los empleados de la empresa informan al cliente sobre los tiempos de elaboración y entrega del producto.	1	2	3	4	5
3	Los empleados de la empresa están demasiado ocupados para responder las consultas de sus clientes.	1	2	3	4	5
<b>PERSONAL</b>						
4	El personal se encuentra capacitado de manera correcta para ejecutar de manera eficaz la prestación del servicio.	1	2	3	4	5

<b>SEGURIDAD</b>						
<b>PREOCUPACIÓN POR EL CLIENTE</b>						
5	El comportamiento de los empleados de la empresa transmite confianza a sus clientes.	1	2	3	4	5
6	Los empleados de la empresa son siempre amables con los clientes.	1	2	3	4	5
<b>CONOCIMIENTOS</b>						
7	Los empleados de la empresa tienen conocimientos suficientes en la gestión del servicio.	1	2	3	4	5
<b>CREDIBILIDAD</b>						
8	Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la empresa.	1	2	3	4	5
9	La empresa cuenta con una reputación sólida en el mercado.	1	2	3	4	5

<b>FIABILIDAD</b>						
<b>EFICIENCIA</b>						
10	La empresa cumple con los tiempos de producción de manera oportuna.	1	2	3	4	5
11	El personal demuestra flexibilidad y capacidad para hacer frente a imprevistos y dificultades	1	2	3	4	5
<b>SOLUCIÓN DE PROBLEMAS</b>						
12	El personal tiene la habilidad de detectar problemas y cambiar procedimientos obsoletos.	1	2	3	4	5
13	Cuando un cliente presenta un problema la empresa muestra sincero interés en solucionarlo	1	2	3	4	5
<b>AUSENCIA DE ERRORES</b>						
14	La empresa busca trabajar en elaboraciones exentas de errores.	1	2	3	4	5
15	La empresa cumple de manera correcta la entrega del producto desde la primera vez.	1	2	3	4	5



### Anexo 3: Validez y confiabilidad del instrumento

**Tabla 2**

*Validez del instrumento por juicio de expertos*

Expertos	Aplicable
Dr. Márquez Caro, Fernando Luis	Aplicable
Dra. Michca Maguiña, Mary Hellen Mariela	Aplicable
Mg. Pasache Ramos, Máximo Fidel	Aplicable

La validez del instrumento por juicio de expertos indica que es aplicable

**Tabla 3: Variable 1**

#### Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	15	100,0
Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,800	15

**Tabla 4: Variable 2**

#### Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	15	100,0
Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,864	15

## Anexo 4: Validación de expertos del instrumento de investigación



### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Márquez Caro, Fernando Luis
- I.2. Especialidad del Validador: Dr. En Administración
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente DTP Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Flores Villacrisis, Carmen Mercedes y Peralta Custodio, Nayari Elizabeth

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externa de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						85%

#### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

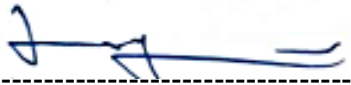
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

#### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%

Los olivos, 26 de noviembre del 2020

--

  
Firma de experto informante  
DNI: 08729589  
Teléfono: 964891990

## V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

### Variable 1: Posicionamiento

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		

### Variable 2: Calidad de servicio

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		



Firma de experto informante

DNI: 08729589

Teléfono: 964891990

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Michca Maguiña Mary Hellen Mariela  
 I.2. Especialidad del Validador: Dra. En Educación  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente DTC Universidad Cesar Vallejo  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario  
 I.5. Autor del instrumento: Flores Villacrisis, Carmen Mercedes y Peralta Custodio, Nayari Elizabeth

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						85%

### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%



Los olivos, 26 de noviembre del 2020

--

**Firma de experto informante**

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

## V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

### Variable 1: Posicionamiento

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		

### Variable 2: Calidad de servicio

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		



Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Pasache Ramos, Máximo Fidel  
 I.2. Especialidad del Validador: Mg. En Administración  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente DTC Universidad Cesar Vallejo  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario  
 I.5. Autor del instrumento: Flores Villacrisis, Carmen Mercedes y Peralta Custodio, Nayari

Elizabeth

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externa de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						85%

### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%

Los olivos, 26 de noviembre del 2020

--



**Firma de experto informante**  
 DNI: 07903350  
 Teléfono: 985997741

## V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

### Variable 1: Posicionamiento

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		

### Variable 2: Calidad de servicio

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		



Firma de experto informante

DNI: 07903350

Teléfono: 985997741

## Anexo 5: Matriz de consistencia

### Matriz de consistencia

**Título:** Importación de telas del mercado chino y calidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020

**Autores:** Flores Villacrisnes, Carmen Mercedes – Peralta Custodio, Nayari Elizabeth

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	ÍTEMS
<p><b>Problema principal:</b> ¿Qué relación existe entre la importación de telas del mercado chino con la calidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020?</p> <p><b>Problemas secundarios:</b> ¿Qué relación existe entre la importación de telas del mercado chino con la fiabilidad de servicio en la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020?</p> <p>¿Qué relación existe entre la importación de telas del mercado chino con la seguridad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020?</p> <p>¿Qué relación existe entre la importación de telas del mercado chino con la capacidad de respuesta del servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020?</p>	<p><b>Objetivo principal:</b> Determinar la relación entre la importación con la calidad de servicio de productos de la empresa Marín Cercado de Lima, 2020.</p> <p><b>Objetivos secundarios:</b> Determinar si existe relación entre la importación de telas del mercado chino con la fiabilidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020,</p> <p>Determinar si existe relación entre la importación de telas del mercado chino con la seguridad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020,</p> <p>Determinar si existe relación entre la importación de telas del mercado chino con la capacidad de respuesta del servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020.</p>	<p><b>Hipótesis general:</b> La importación se relaciona con la calidad de servicio de productos de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020</p> <p><b>Hipótesis secundarias:</b> La importación de telas del mercado chino se relaciona con la fiabilidad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020.</p> <p>La importación de telas del mercado chino se relaciona con la seguridad de servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020.</p> <p>La importación de telas del mercado chino se relaciona con la capacidad de respuesta del servicio de la empresa Confecciones Marín Cercado de Lima, 2020</p>	<p><b>Variable 1:</b>  Importación</p> <p><b>Variable 2:</b>  Calidad de servicio</p>	<p>✓ Calidad y precio de los insumos ✓ Confiabilidad de abastecimiento de los proveedores ✓ Eficiencia en el proceso productivo</p> <p>✓ La capacidad de respuesta ✓ La seguridad ✓ La fiabilidad</p>	<p><b>15 preguntas para variable 1</b></p> <p><b>15 preguntas para variable 2</b></p> <p><b>Escala de medición:</b> Escala de Likert</p>



TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	
<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Método:</b> Hipotético -Deductivo</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental</p> <p><b>Tipo de estudio:</b> Aplicada</p> <p><b>Nivel de estudio:</b> Correlacional</p>	<p><b><u>Población:</u></b> La población informante del presente trabajo de investigación y estudio ha quedado definida por 20 directivos de logística de la empresa confecciones Marín.</p> <p><b><u>Tamaño de muestra:</u></b> 20</p> <p><b><u>Tipo de muestreo:</u></b> Censal</p>	<p><b>Variable 1:</b> Importación</p> <p><b>Técnicas:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumentos:</b> Cuestionario sobre importación desde la perspectiva de los directivos del área logística de la empresa Confecciones Marín.</p> <p><b>Año:</b> 2020</p> <p><b>Elaboración:</b> propia</p> <p><b>Ámbito de Aplicación:</b> Empresa Confecciones Marín</p> <p><b>Forma de Administración:</b> Individual</p>	<p><b>Variable 2:</b> Calidad de servicio</p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumentos:</b> Cuestionario sobre calidad de servicio desde la perspectiva de los directivos de la Compañía Minera Casapalca SA.</p> <p><b>Año:</b> 2020</p> <p><b>Elaboración:</b> propia</p> <p><b>Ámbito de Aplicación:</b> Empresa Confecciones Marín</p> <p><b>Forma de Administración:</b> Individual</p>