



ANEXO 1

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN
CON EL FINANCIAMIENTO DEL FEDU

1. Título del proyecto

**FACTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES QUE SE RELACIONAN CON LA
COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS USADAS EN LOS COMERCIANTES
INFORMALES DE LA CIUDAD DE PUNO, 2022**

2. Área de Investigación

Área de investigación	Línea de Investigación	Disciplina OCDE
CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES	RELACIONES COMUNITARIAS Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS	SOCIOLOGÍA

3. Duración del proyecto (meses)

DOCE MESES (ENERO A DICIEMBRE)

4. Tipo de proyecto

Individual	☐
Multidisciplinario	☒
Director de tesis pregrado	☐

4. Datos de los integrantes del proyecto

Apellidos y Nombres	LIMACHE RIVAS MIGUEL ANGEL
Escuela Profesional	SOCIOLOGÍA
Celular	961786554
Correo Electrónico	miguellimache@unap.edu.pe

Apellidos y Nombres	ARIZACA TORREBLANCA FÉLIX ABELARDO
Escuela Profesional	SOCIOLOGÍA
Celular	951719272
Correo Electrónico	0felixarizaca@unap.edu.pe

- I. Título (El proyecto de tesis debe llevar un título que exprese en forma sintética su contenido, haciendo referencia en lo posible, al resultado final que se pretende lograr. Máx. palabras 25)



FACTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES QUE SE RELACIONAN CON LA COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS USADAS EN LOS COMERCIANTES INFORMALES DE LA CIUDAD DE PUNO, 2022

II. Resumen del Proyecto de Tesis (Debe ser suficientemente informativo, presentando-igual que un trabajo científico- una descripción de los principales puntos que se abordarán, objetivos, metodología y resultados que se esperan)

El presente trabajo tiene como objetivo esencial identificar y analizar los factores económicos y sociales que influyen en la comercialización de prendas usadas en los comerciantes informales en la ciudad de Puno en el año 2022. Esta investigación se desarrolla considerando a los comerciantes de ropa usada de la ciudad de Puno 2022. El método de investigación es hipotético - deductivo, para Bernal (2012), consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y buscar refutar o falsear hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos. Abarca una muestra de 139 comerciantes y el tratamiento de la información será recabada a través 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.

III. Palabras claves (Keywords) (Colocadas en orden de importancia. Máx. palabras:

cinco)

Comercialización, prendas usadas, comerciantes informales, factores económicos y factores sociales



IV. Justificación del proyecto (Describe el problema y su relevancia como objeto de investigación. Es importante una clara definición y delimitación del problema que abordará la investigación, ya que temas cuya definición es difusa o amplísima son difíciles de evaluar y desarrollar)

--

La comercialización de prendas usadas por parte de comerciantes informales representa una parte relevante de la economía informal en numerosos contextos urbanos. Esta actividad, aunque ampliamente extendida, ha sido poco estudiada en términos de los factores económicos y sociales que inciden en su desarrollo y continuidad; la relevancia de este estudio radica en la comprensión de un sector económico crucial pero subestimado. Los comerciantes informales de prendas usadas juegan un papel significativo en la economía local, generando opciones asequibles de vestimenta a sectores de la sociedad con menores recursos económicos.

Por su parte, Valcárcel (2017) describe cómo las personas rebuscan entre montañas de ropa de segunda mano en busca de prendas específicas: aquella perfecta, económica, adecuada para la ocasión o que se ajuste al presupuesto. Capas de ropa se acumulan en los estantes y, al final, se retiran cuando la opción de venta se agota. Aunque algunas prendas quedan olvidadas, abandonadas en un constante flujo de artículos desechados, representando una especie de desecho del mundo desarrollado. La necesidad de comprender los determinantes económicos se hace evidente al considerar el impacto de esta actividad en la generación de ingresos para los comerciantes informales, así como su contribución a la economía local en términos de empleo y circulación de capital. Por otro lado, comprender los factores sociales que intervienen es crucial para entender las motivaciones, redes de apoyo y percepciones de los consumidores en relación con la adquisición de prendas usadas. Esta investigación se justifica al complementar la literatura académica existente, brindando una comprensión más completa de la intersección entre los factores económicos y sociales que influyen en la comercialización de prendas usadas por los comerciantes informales. Además, los resultados de este estudio podrían ser de utilidad para el diseño de políticas públicas orientadas a apoyar y regular esta actividad, promoviendo así una economía más inclusiva y sostenible.

Este trabajo de investigación busca aportar conocimientos significativos sobre la comercialización de prendas usadas por parte de los comerciantes informales, destacando la importancia de comprender los factores económicos y sociales que subyacen a esta actividad para promover estrategias más efectivas de apoyo y regulación.

Por otro lado Bedoya-Ramírez (2015) los vendedores de ropa usada contribuyen al progreso al reutilizar prendas, evitando residuos y ayudando a personas de bajos recursos. Iniciaron este oficio por falta de empleo, siendo principalmente mujeres madres solteras, ya que les permite mantener a sus familias. Su elección se debe a la facilidad del trabajo, relacionada con el cuidado de sus hijos.

V. Antecedentes del proyecto (Incluya el estado actual del conocimiento en el ámbito nacional e internacional. La revisión bibliográfica debe incluir en lo posible artículos científicos actuales, para evidenciar el conocimiento existente y el aporte de la Tesis propuesta. Esto es importante para el futuro artículo que resultará como producto de este trabajo)

En el ámbito internacional rescatamos las investigaciones realizadas entre ellas se encuentra la de Hernández and Loureiro (2017) Analizó la comercialización y venta de ropa usada en la frontera entre Bolivia y Brasil, Se realizaron entrevistas parte de ellas grabadas con comerciantes y consumidores bolivianos y brasileños que participan en la comercialización de ropa usada. Las entrevistas fueron compiladas en portugués, español y portuñol. Una parte importante de esta investigación se efectuó a través de la técnica de observación participante. Las ciudades seleccionadas fueron Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, y Corumbá, Brasil, teniendo como objetivo central las ferias libres establecidas en ambas localidades. Las dimensiones que transforman y dinamizan esta práctica de consumo se relacionan con los intercambios simbólicos más allá de las fronteras nacionales y regionales.

Bedoya-Ramírez (2015) El objetivo fue conocer y evidenciar las prácticas culturales que realizan los ropavejeros para mantener en el tiempo una actividad comercial para la población más vulnerable, como es la venta de ropa usada en buena calidad. El método se basó en Investigación Acción Participación (I.A.P.) con correlación en análisis etnográfico. Se desarrolló entrevista y grupos focales a varias personas que realizan esta actividad. Se pudo lograr hacer referencia a la historia, la identidad y las dinámicas del oficio de ser ropavejero, las cuales



fueron reconstruidas con base en la revisión documental y en los relatos de los miembros más antiguos de la comunidad, se pudo comprender algunas de las particularidades y los conocimientos que se encuentran inmersos en el oficio de los ropavejeros y que se relacionan con las vivencias, experiencias y expectativas de seres humanos para quienes este oficio es su vida, hace parte de su historia y de su futuro.

Gamba (2021) en su tesis describió las percepciones y experiencias de los jóvenes millennials de 18 a 34 años en Colombia, México y Portugal; en relación con la compra de ropa usada en entornos digitales. Analizó el comportamiento del mercado textil y las vivencias con prendas usadas en Europa e Hispanoamérica, además de estudiar el Marketing Digital y su relevancia en este contexto. Se basó en una investigación cualitativa que buscó entender las experiencias de los participantes, descubriendo conceptos y patrones presentes para generar teorías basadas en esta información. Se seleccionó a los millennials por su nueva perspectiva hacia la ropa usada y su compromiso ambiental. El estudio destacó la necesidad de estrategias de marketing digital para comprender mejor las percepciones y crear plataformas enfocadas en la comercialización de prendas usadas. Se evidenció la falta de confianza en la calidad de las prendas, barreras culturales y áreas de mejora en la experiencia de compra. El trabajo reveló la posibilidad de mejorar procesos y preocupaciones emergentes sobre aspectos ambientales, económicos y sociales, que podrían abordarse en la construcción de confianza y en el diseño de estrategias de marketing digital más amigables. Propuso el uso de microinfluenciadores y el inbound marketing para establecer relaciones duraderas con los millennials, reconociendo la importancia de la comunicación adecuada para agregar valor percibido a las prendas sin recurrir a

la competencia de precios. Se resaltó la relevancia del marketing digital para visibilizar las ventajas de las prendas usadas, considerando diversos canales como páginas web, blogs, redes sociales y el potencial de estudios netnográficos para reformular estrategias comunicativas en el mercado de la ropa usada en el futuro.

García-Mauriño Villanueva (2019) en su tesis titulada “Mercado de Segunda Mano Textil: Análisis de Buenas Prácticas en Empresas Americanas del Sector,

analizó el mercado actual de segunda mano en la industria textil, haciendo especial hincapié en el estudio de dos empresas americanas que gozan de gran éxito y constante crecimiento dentro del sector. Investigación cualitativa mediante el estudio de dos casos de empresas americanas de venta de textil de segunda mano trata de analizar los factores clave del éxito de las mismas, se han seleccionado dos compañías que venden artículos de distinta índole, desde prendas de lujo a moda fast fashion, siendo estas The RealReal y ThredUp. El mercado de segunda mano textil debe imitar al de primera mano para institucionalizarse y desestigmatizarse, con la diferencia de que, al contar con más barreras al consumo, tiene que aumentar los esfuerzos a la hora de descontaminar las prendas, cuantificar el impacto medioambiental de la compra, reforzar las motivaciones económicas y de tendencia, proporcionar transparencia en los procesos de evaluación y autenticación y ofrecer facilidades para que la compra sea accesible y sencilla.

A nivel nacional

En este ámbito se encuentra Jiménez (2019) describió la situación de los comerciantes en las Ferias de Ropa y Calzado de segundo uso en la ciudad de Tacna. Los propios dirigentes calcularon un total tres mil comerciantes, se optó por una población infinita para determinar la muestra, que fue probabilística estratificada con un total de 384 entrevistados. El cuestionario fue elaborado considerando las normas técnicas de la red global Women in Informal Employment: Globalizing and Organizing (Roever, 2011). La presentación de los resultados se desarrolló mediante la exposición de los tres módulos considerados en el cuestionario: características sociales, características económicas, y abusos de autoridad y organización. Las ciudades de frontera construyen su espacio sobre la base de articulaciones espaciales e interdependencia económica.

Piscoya and Garcia (2020) en su tesis titulada Estudio de Mercado Para una Tienda de Ropa Usada en la Ciudad de Chiclayo – 2018, tuvo como objetivo general conocer si existe mercado potencial para la apertura de una tienda de ropa usada en la ciudad de Chiclayo, partiendo de la situación actual de la demanda y la oferta de prendas usadas. Investigación de nivel exploratorio y descriptivo, con



enfoque mixto se hizo uso de entrevistas, visitas a las tiendas y ferias; con respecto

a la demanda mediante un muestreo no probabilístico por cuotas, se ejecutó la técnica de la encuesta a 366 jóvenes entre 18 a 24 años cursando estudios de educación superior del distrito de Chiclayo. No es viable aperturar una tienda de ropa usada en la ciudad de Chiclayo, los principales motivos de la demanda es el poco conocimiento sobre tiendas de ropa usada, gran parte de ellos nunca realizó compras en este tipo de negocios puesto que la oferta es pequeña y no están dispuestos a adquirir estas prendas porque las consideran poco higiénicas y de baja calidad.

Lidia and Fraj (2019) en la tesis titulad, Comportamiento del Consumidor Responsable: Análisis del Consumidor de Ropa de Segunda mano, estudió el comportamiento del consumidor de ropa responsable. Se realizó un estudio de mercado mediante el diseño de una encuesta. Los resultados indican que el 97% de los encuestados están preocupados por el medio ambiente y actúa para paliar los mismos; que el 42% de la muestra dice haber comprado prendas de segunda mano y que las personas más interesadas en estas cuestiones es la mujer joven entre los 18-25 años.

A nivel local

En el ámbito local se encuentra a Sarango (2016) en su trabajo de investigación titulado “ Desarrolló e Implementación del Control Policial del Contrabando de ropa usada en el distrito de Desaguadero – Puno durante el 2014” tuvo como objetivo determinar cómo se desarrolló e implemento en control policial de contrabando de ropa usada en el distrito de Desaguadero – Puno durante el año 2014. La investigación es descriptiva – transversal, se obtuvo información de la función del personal policial que labora en el sector mediante fichas para su levantamiento, se acopio las estadísticas proporcionadas por el Comando del Frente Policial Puno, se aplicaron entrevistas, se entrevistó a comerciantes vinculados a los procesos comerciales, autoridades locales que aportaron su experiencia y percepción. Se ha determinado si bien la Jefatura del Frente Policial Puno conto con limitaciones de índole logístico, de personal y telemática, ha desarrollado una política de trabajo que no llego a obtener resultados óptimos no obstante los impulsos operativos que ha desplegado, además se ha observado que el frente policial si ha realizado un esfuerzo por realizar un óptimo trabajo, las medidas del control implementadas estas no resultaron efectivas porque los contrabandistas vienen perfeccionando sus técnicas con el uso de teléfonos



satelitales, vehículos modernos y una red de inteligencia utilizando incluso al mismo personal policial como infidente.

VI. Hipótesis del trabajo (Es el aporte proyectado de la investigación en la solución del problema)

VII. Hipótesis general

- Los factores económicos y sociales influyen en la comercialización de prendas usadas en los comerciantes informales en la ciudad de Puno en el año 2022.

VIII. Hipótesis específicas

- Los factores económicos como la adquisición de prendas tipo de prendas, situación económica del negocio, factores que impactan, rentabilidad y soluciones para mejorar el negocio impactan significativamente en la comercialización de prendas usadas en la ciudad de Puno en el año 2022.
- Los factores sociales como el género, la edad, el nivel educativo, la experiencia en el negocio, la composición de clientes, el contexto social y las estrategias para atraer clientes tienen una influencia significativa en la comercialización de prendas usadas en la ciudad de Puno en el año 2022.

VII. Objetivo general

- Identificar y analizar los factores económicos y sociales que influyen en la comercialización de prendas usadas entre los comerciantes informales en la ciudad de Puno en el año 2022.

VIII. Objetivos específicos

- Identificar los factores económicos como la adquisición de prendas, tipo de prendas, situación económica del negocio, factores que impactan, rentabilidad



y soluciones para mejorar el negocio que influyen en la comercialización de prendas usadas en la ciudad de Puno en el año 2022.

-
- Analizar la influencia de los factores sociales como el género, edad. Grado de instrucción, años que lleva en el negocio, porcentaje de clientes, contexto social y estrategias para atraer clientes que influyen en la comercialización de prendas usadas en la ciudad de Puno en el año 2022

IX. Metodología de investigación (Describir el(los) método(s) científico(s) que se empleará(n) para alcanzar los objetivos específicos, en forma coherente a la hipótesis de la investigación. Sustentar, con base bibliográfica, la pertinencia del(los) método(s) en términos de la representatividad de la muestra y de los resultados que se esperan alcanzar. Incluir los análisis estadísticos a utilizar)

Tipo y Nivel de Investigación

Tipo de investigación

La investigación será de tipo básica, porque busca el conocimiento puro por medio de la recolección de datos, de forma que añade datos que profundizan cada vez los conocimientos ya existentes en la realidad. El enfoque de la investigación es cuantitativo, es el procedimiento de decisión que pretende señalar, entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística.

Nivel

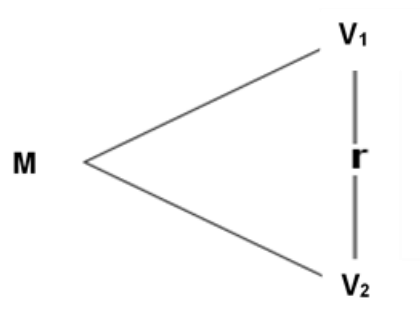
De acuerdo a los autores Hernández, Fernández et al. (2017) el nivel de investigación es correlacional.

Correlacional: Los estudios correlacionales describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, a veces en función de la relación causa – efecto (causales).

Diseño de investigación

El diseño de investigación se enmarcará dentro del enfoque no experimental de corte transversal, este diseño se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Hernández, Fernández et al. (2017), manifiesta que tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables, categorizar y proporcionar una visión de una comunidad, un evento, un contexto, un fenómeno o situación.

Los estudios trasversales son los que se encargan de recolectar datos en un momento determinado, describe variables en ese mismo momento.



Presenta el siguiente esquema:

Donde:

M : Muestra

V1 : Factores económicos

V2 : Comercialización de prendas de vestir usadas

r : Coeficiente de relación de ambas variables

Método

El método de investigación es hipotético - deductivo, para Bernal (2012), consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y buscar refutar o falsear hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos.

Muestra probabilística

Perteneciendo la encuesta a una Investigación social, en el que se conoce la población de trabajadores que están registradas. Consideramos por conveniente aplicar el tamaño de muestra por características numéricas cuando la población es infinita, cuya fórmula se indica a continuación:

Primera aproximación

$$n = \frac{Z^2 PQ}{E^2}$$

Tamaño de la muestra

$$n = \frac{1.65^2 * 0.85 * 0.15}{0.05^2}$$

$$n = 138.85$$

$$n = 139 \text{ Comerciantes}$$



X. Referencias (Listar las citas bibliográficas con el estilo adecuado a su especialidad)

Bedoya-Ramírez, J. B. (2015). "Las prácticas culturales de los ropavejeros de la plaza España de Bogotá." Jangwa Pana **14**(1): 90-98.

Gamba, M. E. A. (2021). "Análisis de experiencias sobre la comercialización de ropa usada."

García-Mauriño Villanueva, M. (2019). "Mercado de segunda mano textil: análisis de buenas prácticas en empresas estadounidenses del sector."

Hernández, H. A. and F. F. Loureiro (2017). "Ropas americanas: Comercio, contrabando y compradores de ropa usada en la frontera de Corumbá, Brasil, y Puerto Quijarro, Bolivia." Frontera norte **29**(57): 31-56.

Hernández, S. R., et al. (2017). "Selección de la muestra."

Jiménez, P. R. (2019). "Comercio informal en ciudades de frontera. Estudio de caso de los feriantes de ropa y calzado en la ciudad de Tacna (Perú)." Si Somos Americanos **19**: 13-42.

Lidia, A. B. and A. E. Fraj (2019). Comportamiento del consumidor responsable: Análisis del consumidor de ropa de segunda mano, Tesis de pregrado, Universidad de.

Piscocoya, B. K. F. and T. S. P. Garcia (2020). "Estudio de mercado para una tienda de ropa usada en la ciudad de Chiclayo–2018."

Sarango, O. J. F. (2016). "Desarrollo e implementación del control policial del contrabando de ropa usada en el distrito de Desaguadero-Puno durante el 2014."



Valcárcel, R. R. (2017). "Vestir al otro en El Caribe." Ciencia y sociedad.

XI. Uso de los resultados y contribuciones del proyecto (Señalar el posible uso de los resultados y la contribución de los mismos)

Los resultados de este trabajo pueden ser útiles para considerar la importancia que tiene la actividad comercial de prendas usadas, también puede servir para que alguna institución estatal o privada puedan apoyar a estas personas que se dedican al comercio informal.

XII. Impactos esperados

i. Impactos en Ciencia y Tecnología

El presente trabajo tendrá impacto en las instituciones preocupadas por el comercio informal y los derechos fundamentales de las personas

ii. Impactos económicos

Los impactos económicos serán para las personas que se dedican a esta actividad comercial, como es la venta de ropa usada.

iii. Impactos sociales

La investigación tendrá impactos sociales en la medida que toda actividad formal es un derecho de toda persona, permitiendo así la obtención de recursos económicos y la satisfacción de necesidades.

iv. Impactos ambientales

La venta de ropa usada permite el reciclaje y por ende la conservación del medio ambiente.



XIII. Recursos necesarios (Infraestructura, equipos y principales tecnologías en uso relacionadas con la temática del proyecto, señale medios y recursos para realizar el proyecto)

Los recursos necesarios para realizar la presente investigación son:

RECURSO HUMANO

- Alimentación – refrigerios
- Hospedaje
- Movilidad local

MATERIALES

- Material de escritorio (papel, lapiceros, lápiz, tableros y borradores)

--

XIV. Localización del proyecto (indicar donde se llevará a cabo el proyecto)

El presente trabajo de investigación se llevará a cabo en la ciudad de Puno, en las avenidas Simón Bolívar, Costanera y calles aledañas.



xv. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES													
N°	ACTIVIDAD	AÑO 2023											
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1	Revisión bibliografía	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2	Elaboración de técnicas e instrumentos		x	x									
3	Coordinación con grupos de interés			x	x								
4	Organización de trabajo de campo				x	x							
5	Recojo de información cuantitativa y cualitativa					x	x						
6	Informe de avance trimestral correspondiente al mes de Junio - FEDU							X					
7	Informe de rendición económica aprobada por la Unidad de Contabilidad)							X					
8	Reportes cuantitativo y cualitativo de resultados							x	x				
9	Análisis de resultados								x	x			
10	Elaboración de informes parciales									x	x		
11	Revisión y redacción del informe final										x	x	x

PRESUPUESTO

Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario (S/.)	Cantidad	Costo total (S/.)
Material bibliográfico	500.00	1		500.00
Trabajo de campo	1000.00	2		2000.00
Preparación de instrumentos	500.00	2		1000.00
Procesamiento de información	500.00	5		2500.00
Elaboración de informe final.	300	1		300.00
Total				6300.00