

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA



**“PROBLEMÁTICA SOCIO-AMBIENTAL, ANTE EL
COMERCIO INFORMAL EN LOS PRINCIPALES
MERCADOS DEL DISTRITO DE HUANUCO”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO
DE LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA**

TESISTA

BACH. SOC. ISABEL OLIVIA ISLA DIONICIO

ASESORA: DRA. ENMA SOFIA REEVES HUAPAYA

HUÁNUCO – PERÚ

2019

**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA**



TESIS

**“PROBLEMÁTICA SOCIO-AMBIENTAL, ANTE EL
COMERCIO INFORMAL EN LOS PRINCIPALES
MERCADOS DEL DISTRITO DE HUANUCO”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA**

TESISTA

BACH. SOC. ISABEL OLIVIA ISLA DIONICIO

ASESORA: DRA. ENMA SOFIA REEVES HUAPAYA

HUÁNUCO – PERÚ

2019

DEDICATORIA

A DIOS

El presente proyecto de investigación le dedico en primer lugar a Dios, por ser mi guía, mi amigo incondicional en los momentos más difíciles de la vida y por regalarme lo más hermoso que tengo mi familia.

A mi Familia

A mi Madre Elena
Dionicio Gonzales,
por encarnar el coraje,
la perseverancia y a
mis hermanos por su
apoyo

A mis Amigos

por enseñarme que la familia no solo es la que lleva tu sangre.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por estar siempre a mi lado, Este trabajo de investigación que pongo a disposición no hubiera sido posible sin el apoyo de mi familia, a las cuales doy mi infinito agradecimiento, y de una manera muy especial a mi Asesora por haberme orientado en la realización de este importante tema.

Así mismo no puedo pasar por alto el apoyo de mi mamá, hermanos tíos, en especial mi prima Yesenia Flor Ysla Rivera, quienes estuvieron alentándome constantemente a proseguir con mi trabajo, regalándome un poco de su tiempo para mí beneficio. Nunca podré devolver todo lo que hicieron por mí.

Agradezco a la Universidad Nacional Hermilio Valdizan –Huánuco, por haberme permitido formarme como profesional exitosa; así mismo; agradecer también a los docentes por haberme brindado y compartido sus conocimientos y aprendizajes, ya que gracias a ellos nos formamos como profesionales de éxito.

Agradecer también a todos los colaboradores de los principales mercados del Distrito de Huánuco, quienes aportaron y estuvieron presto a brindar información para el desarrollo del presente proyecto.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado calificador, presento a continuación el proyecto de investigación titulado. **“PROBLEMÁTICA SOCIOAMBIENTAL ANTE EL COMERCIO INFORMAL EN LOS PRINCIPALES MERCADOS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO 2019”**.

La misma que dejo a su consideración esperando que cumpla con los requisitos necesarios para su aprobación y obtener el título profesional de licenciado en sociología.

El presente proyecto de investigación tiene por característica ser de tipo descriptivo correlacional y estar estructurado en base al esquema aprobado por la institución.

La investigación consiste específicamente el diseño, aplicación y evolución de la formación del estudiante de la carrera de sociología, de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan - Huánuco.

El comercio informal es un fenómeno que se da en casi todas las ciudades del mundo, a partir de los años 60 del siglo 20; estos primeros estudios basados en las ideas de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), estudiaban el sector informal de la economía tal como se daba en los países sub desarrollados. De hecho, planteaban el fin del trabajo informal, a partir de la incorporación de los países sub desarrollado al modelo de modernización. Es decir, se lograba un desarrollo efectivo.

Hoy en día existe un gran número de trabajadores que no encuentran su lugar en el mundo del trabajo formal y asalariado, pues este mundo está basado en políticas económicas que fomentan la exclusión social.

RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo principal de conocer la PROBLEMÁTICA SOCIOAMBIENTAL FRENTE AL COMERCIO INFORMAL EN LOS PRINCIPALES MERCADOS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, los resultados que se pudo obtener es muy lamentable, ya que se pudo percibir la cantidad excesiva de residuos sólidos en los principales mercados del Distrito de Huánuco, que afecta a la salud pública, causando diversas enfermedades por la excesiva contaminación que se presenta a diario. La falta de espacio, también es un problema que se genera a diario, por parte de los comerciantes informales, ya que buscan ocupar espacios para poder vender sus productos, sin importar ocupar la pista o las veredas, causando el caos vehicular, el estrés, la contaminación acústica. Esta investigación se desarrolló mediante un enfoque cuantitativo a nivel descriptivo, con un diseño no experimental del tipo transversal, porque no se ha controlado, ni se ha manipulado la variable independiente. Con este diseño se observó el fenómeno tal como sucede en su contexto, para después ser analizados, las unidades muestrales (los comerciantes informales), de los principales mercados del Distrito de Huánuco. Para la recolección de la información se utilizó como técnica las encuestas en base a un cuestionario de preguntas directamente relacionados con las variables, procesados, interpretados, analizados, constatados y discutidos, el cual me permitió demostrar la hipótesis de la problemática y la toma de decisiones, del comercio informal en el distrito de Huánuco, 2019., para finalmente arribar a las conclusiones y recomendaciones.

Palabras clave: Comercio Informal, deterioro del Espacio Público, actividades económicas, invasión, contaminación.

ABSTRACT

The present investigation was carried out with the main objective of knowing the SOCIAL-ENVIRONMENTAL PROBLEMS AGAINST INFORMAL TRADE IN THE MAIN MARKETS OF THE HUÁNUCO DISTRICT, the results that could be obtained are very unfortunate, since it was possible to perceive the excessive amount of solid waste in the Main markets of the District of Huánuco, which affects public health, causing various diseases due to excessive pollution that occurs daily. The lack of space, is also a problem that is generated daily, by informal traders, since they seek to occupy spaces to sell their products, regardless of occupying the track or sidewalks, causing vehicle chaos, stress, noise pollution. This research was carried out through a quantitative approach at a descriptive level, with a non-experimental design of the transversal type, because the independent variable has not been controlled, nor manipulated. With this design the phenomenon was observed as it happens in its context, to be analyzed later, the sample units (informal merchants), of the main markets of the District of Huánuco. For the collection of information, surveys were used as a technique based on a questionnaire directly related to the variables, processed, interpreted, analyzed, verified and discussed, which allowed me to demonstrate the hypothesis of the problem and decision making , of informal commerce in the district of Huánuco, 2019., to finally arrive at the conclusions and recommendations.

Keywords: Informal Commerce, deterioration of Public Space, economic activities, invasion, pollution.

ÍNDICE

CUBIERTA	1
HOJA DE RESPETO	2
PORTADA	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
PRESENTACIÓN	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
INDICE	9
INTRODUCCIÓN	11
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1. Fundamentación del problema	13
1.2. Formulación del problema	15
1.3. Objetivos	15
1.4. Justificación e importancia	16
1.5. Viabilidad	17
1.6. Limitaciones	17
CAPITULO II: MARCO TEORICO	18
2.1. Revisión de estudios realizados	18
2.2. Bases teóricas	22
2.3. Definición de términos básicos	27
2.4. Hipótesis	32
2.5. Operacionalización de variables	33
2.6. Dimensiones e indicadores y definiciones operacionales	33
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	34
3.1. Nivel y tipo de investigación	34
3.2. Diseño de la investigación	34
3.3. Determinación del universo	35
3.4. Población	35
3.5. Muestra	35
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35

CAPITULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	38
4.1. Presentación de Tablas y gráficas	38
4.2. Contrastación	56
4.3. Discusión	57
CONCLUSIONES	60
SUGERENCIAS	61
BIBLIOGRAFIA	63
ANEXOS	68
ANEXO 1	69
ANEXO 2	70
ANEXO 3	73

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “PROBLEMÁTICA SOCIOAMBIENTAL, ANTE EL COMERCIO INFORMAL EN LOS PRINCIPALES MERCADOS DEL DISTRITO DE HUANUCO” Hasta el año 2017 en América Latina han creado aproximadamente 10 millones de MYPE que son pieza clave para su desarrollo, estas generan el 47% de empleo, siendo la principal fuente de ingresos aproximadamente para 127 millones de personas; por otro lado, existen 76 millones trabajadores independientes que representan el 28%. La importancia de las pequeñas empresas es incuestionable pero no todos los pequeños empresarios toman la decisión de formalizarse generando empleo y comercio informal que conlleva a condiciones laborales poco favorables. Nuestro Distrito de Huánuco no es ajeno a esta realidad, En el año 2017, se registró un 65% de informalidad generado por unidades económicas no contempladas por sistemas formales convirtiéndose en un problema social que afecta sobre todo a las personas con bajos recursos económicos y bajo nivel educativo (Pérez, 2016, pag.34)

Los empresarios y trabajadores que se desarrollan en la informalidad no tienen oportunidades de expansión o crecimiento empresarial y trabajan en un contexto de incertidumbre e inseguridad. Tal es el caso de los comerciantes informales que en nuestro Distrito de Huánuco cada vez son más numerosos, la mayoría son personas emprendedoras que idean un negocio con el fin de generar sus propios ingresos económicos. De Soto (2016) alega que la informalidad se da por poca producción de utilidad en los negocios y que por ello son comercios de subsistencia, sin relaciones con el mundo formal. Asimismo, asegura que si existiera una igualdad de oportunidades de trabajo en empleos formales dejarían sus negocios informales para tener un trabajo formal.

En el capítulo I, se aborda la fundamentación del problema, formulación del problema, objetivo, justificación e importancia, viabilidad y limitaciones.

En el capítulo II, se consigna el marco teórico, revisión de estudios realizados, bases teóricas, definición de términos básicos, hipótesis, operacionalización de variables, dimensiones e indicadores y definiciones operacionales.

En el capítulo III, se consignan nivel y tipo de investigación, diseño de la investigación determinación del universo, población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En el capítulo IV, se consignan las tablas y gráficos, la interpretación, la contrastación de las hipótesis formuladas, la discusión Y, por último, vienen las conclusiones producto del análisis de la información recogida; así como las sugerencias o recomendaciones del caso que son tomadas directamente de los actores sociales involucrados. Por último, la bibliografía consultada y anexos del estudio.

CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Fundamentación del problema

El comercio informal en la actualidad se convertido en un problema social cada vez mayor; “el comercio informal ha ido creciendo a través de los años” (Ernesto Medrano, 2011, p. 110). Según el EMEI 2017 (Estudio de Monitoreo de la Economía Informal), el comercio informal es la segunda rama de actividad en importancia con un 25.5% de la PEA (población económicamente activa); es decir, un importante número de personas se mantienen en este rubro de la informalidad. Respecto al tema, Ricardo Bonilla, coordinador del Observatorio de Coyuntura socioeconómica del Centro de Investigación para el Desarrollo (CID) dijo, la informalidad está presente, principalmente, en los países en desarrollo, y más específicamente en las ciudades de medio o menor tamaño.

El interés de estudiar la problemática del comercio informal radica en conocer el impacto que éste ha tenido a nivel socio-ambiental, ya sea negativo o positivo, La existencia de este tipo de comercio informal, se da y está creciendo en diferentes contextos urbanos a lo largo del mundo,

teniendo como su lugar a los espacios públicos como soporte físico para estas actividades informales; el uso que aquellas personas le están dando a los espacios públicos está generando una serie de problemas que aqueja a nuestro distrito, departamento, país y mundo entero, empezando desde el paso ahogado y lo estrecho que se ha convertido para la población, el trasladarse de un lugar a otro punto del mercado; hasta el incremento de la basura y el ruido extremo que a diario se puede percibir, llegando a repercutir de alguna forma en nuestra salud física y mental.

“La formalización laboral se ha estancado. En el 2004, la informalidad alcanzaba al 80% de la fuerza laboral y estuvo cayendo, en promedio, en un punto por año. La mala noticia es que en el 2018 ha dejado de caer”, aseveró Elmer Cuba, economista socio de la consultora Macroconsult.; esta situación preocupa en sobremanera pues, en algunos años será casi imposible poder caminar por las calles y no respirar o ver un ambiente de contaminación.

Debido a las repercusiones ya mencionadas el tema de la informalidad y sobre todo el del “*comercio informal*” es de interés de diversas instituciones, como municipalidades, gobiernos regionales e incluso del sector salud y su estudio permitirá crear medidas multisectoriales que permitan a futuro, plantear soluciones que beneficien a toda la población Huanuqueña.

1.2. Formulación del problema

Problema general:

- ¿Existen problemas socio-ambientales ante el comercio informal en los principales mercados del distrito de Huánuco, 2019?

Problemas específicos:

- ¿Los residuos sólidos producidos por los comerciantes informales son una de las causales de la problemática socio-ambiental, en los en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019?
- ¿Las condiciones inapropiadas de los puestos de venta de los comerciantes informales son una de las causales del incremento de la problemática socio-ambiental en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019?
- ¿El caos vehicular ocasionado por el comercio informal es una de las principales causales del incremento de la problemática socio-ambientales en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019?
- ¿La contaminación acústica producidos por los comerciantes informales, es una de las causales de la problemática socio-ambiental en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019?

1.3. Objetivos.

Objetivos: Generales y Específicos

Objetivo General:

- Describir las causas de la problemática socio-ambiental ante el comercio informal en los principales mercados del distrito de Huánuco, 2019.

Objetivos Específicos:

- Analizar la problemática y control de residuos sólidos producidos por los comerciantes informales en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019.
- Analizar las condiciones de los puestos de venta de los comerciantes informales en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019.
- Analizar como el comercio informal genera caos vehicular en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019.
- Analizar la problemática y los resultados de la contaminación acústica producidos por los comerciantes informales en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019.

1.4. Justificación e Importancia

La importancia de este trabajo de investigación radica en que el comercio informal es un “problema que aqueja y afecta a diferentes elementos, como es el espacio público, pero esta actividad también es una respuesta o alternativa de solución, para un sector de la población que no tiene acceso a un empleo formal” (Herrera, 2004, p. 43). El impacto que tiene el mismo en la sociedad está obligando a los gobiernos locales de nuestro país a tomar acciones que regulen el comercio informal, algunos de ellos no pensando en el comerciante como persona sino como problema.

Es por ello, que es necesario indagar más allá de lo evidente, el verdadero motivo que lleva a una persona a acceder a este tipo de sustento, observar de cerca la raíz del problema para que así se pueda encontrar una solución adecuada “salomónica” de tal modo que la

informalidad se acerque lo más posible a las cifras menores, pero sin ser perjudicados.

Por todo lo expuesto este estudio fue de interés para los gobiernos locales para que puedan tomar medidas cogiendo la raíz del problema y no al problema en sí.

Así mismo, sirvió de motivación a los profesionales en Ciencias Sociales para incrementar sus esfuerzos en generar nuevas estadísticas y perspectivas que ahonden un problema social y no solo se basen en lo superficial o evidente, resultando de esta forma la implicancia práctica del estudio y su aporte metodológico.

1.5. Viabilidad

La presente investigación resulto viable porque, cuenta con los recursos humanos, financieros, materiales y de tiempo; así mismo, con acceso a la información y conocimientos necesarios para el desarrollo de la misma, permitiendo el logro de los objetivos planteados y que los conocimientos nuevos generados a partir de esta investigación sean verídicas y completas.

1.6. Limitaciones

Una de las limitaciones importantes para el desarrollo del presente trabajo de investigación fue el acceso a la información relacionada con el número de comerciantes por cada mercado principal del distrito de Huánuco, por lo que, para superar este inconveniente se utilizó, un esquema de muestreo probabilístico basado en variables geográficas y temporales.

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Revisión de estudios realizados.

2.1.1. SALAZAR GOICOCHEA (2016), DENIS GRISÉLIDA con su investigación titulado, COMERCIO INFORMAL DE LOS VENDEDORES AMBULANTES DEL MERCADO SANTA CELIA PRODUCE LA EVASIÓN DE IMPUESTOS AL ESTADO,

CUTERVO, la cual fue de tipo cuantitativo porque permitió analizar los datos sobre la influencia del comercio informal de los vendedores ambulantes que producen la evasión de impuestos al estado, para luego proponer estrategias de solución a la problemática. El diseño de investigación utilizado es de carácter no experimental. La aplicación de la encuesta realizada permitió llegar a la conclusión siguiente: que la precaria presencia de los comerciantes ambulatorios en los alrededores del mercado Santa Celia de la ciudad de Cutervo, conlleva a generar altos problemas sociales. **(p.8)**.

2.1.2. GONZALES NELLY, (2017), en su tesis Titulada: EL COMERCIO INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS COMERCIANTES FORMALES DE LA CIUDAD DE IBARRA,

Empleó el método explicativo no experimental. Indica que: Mediante esta investigación determina que la mayoría de comerciantes informales provienen de otros cantones, provincias y

países como son de Colombia y Perú, el comercio informal es una actividad económica que ayuda al crecimiento y desarrollo de la economía del país, a pesar de no estar legalmente establecidos en un lugar y condiciones adecuadas, sin embargo, el ingreso que perciben es destinado a cubrir las necesidades básicas de sus hogares. Además, comprobó que la mayoría de personas que se dedica a ser ambulantes solo alcanza un nivel de instrucción primaria, siendo éste un factor fundamental para el desarrollo socio-económico del país. Es por ello que se opone que se asocien los comerciantes informales, con la finalidad de que obtengan beneficios, como: un lugar adecuado para poder vender sus productos, acceso a microcréditos, entre otros. **(p.23)**.

2.1.3. ERNESTO MEDRANO ALVARADO (2016), realizó una investigación titulado, **ESTUDIO DEL COMERCIO INFORMAL ORGANIZADO EN MONTERREY, NUEVO LEÓN**, que fue de tipo descriptivo, en el cual se planteó como objetivo conocer la situación del comercio Informal, a partir del comercio ambulante, se muestra un acenso mucho mayor al de todos. En la presente investigación se encontró que el sector informal ha crecido más rápidamente que el sector formal. Aunque, **ESPINOZA (2017)** afirma **que** sigue siendo éste último el que acoge a la mayoría de los trabajadores del país. Estos datos implican que 3 de cada 10 a nivel nacional y 1 de cada 5 a nivel estatal y regional están laborando en este sector, lo cual es una cantidad importante. **(p.9)**.

2.1.4. LIC. VIRIDIANA HERNÁNDEZ TORIJA (2015), realizó una investigación titulada, **EL COMERCIO INFORMAL EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, SUS IMPACTOS SOCIALES Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE**, planteó como objetivo analizar el impacto social del comercio informal del Centro Histórico de la Ciudad de México en sus practicantes; utilizando la metodología de Evaluación del Impacto Social(EIS) para la realización de propuestas de desarrollo social

hacia un Desarrollo Sostenible a largo plazo de la comunidad; la investigadora observó en uno de sus resultados que la escolaridad en el sector informal presenta un bajo nivel educativo ascendiendo hasta el nivel medio superior, factor que debe tomarse en cuenta en la elaboración de programas de capacitación y asistencia crediticia o técnica, investigó principalmente los impactos económicos que tiene el comercio informal en los mismos comerciantes, se aplicaron encuestas a 350 comerciantes informales, se obtuvieron resultados reveladores y una de ellas es que al ser el comercio informal un fenómeno multifactorial requiere de un plan integral donde se involucren a los comerciantes informales, gobierno, instituciones académicas, sector privado, organizaciones de la sociedad civil y ciudadanos, a formar parte de una solución para sus problemáticas. (p.4).

2.1.5. CUELLAR KARLA (2017), en su tesis titulada, FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMERCIO INFORMAL DENTRO DE UN DESARROLLO DESIGUAL (PERÚ), esta investigación es de tipo cuantitativo porque permitió analizar los datos que influyen el comercio informal. Planteó como objetivo Identificar, medir y diagnosticar los factores que influyen en el comercio informal entro de un desarrollo desigual en la ciudad de Pisco llego a la conclusión de que el 75% de las encuestas reconocen que el comercio informal es un problema que cada vez genera desigualdad para todos, mientras que un 25% del total de las unidades de análisis consideran a la informalidad como algo común en la sociedad, el 75% acepta que se puede cambiar las condiciones para evitar la informalidad y exista un desarrollo igualitario ante la sociedad y el país bajo las leyes que la rigen, mientras que un 25% del total de las unidades de análisis consideran que es normal seguir viviendo con la informalidad y que no perjudican a nadie sino que más bien les favorecen. (p.13).

2.1.6. SALAZAR GOICOCHEA (2017), DENIS GRISÉLIDA, realizó una investigación Titulada, **EL COMERCIO INFORMAL DE LOS VENDEDORES AMBULANTES DEL MERCADO SANTA CELIA PRODUCE LA EVASIÓN DE IMPUESTOS AL ESTADO, CUTERVO**; tiene la intención de dar a conocer la influencia del comercio informal de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia en la evasión de impuestos al estado, asimismo tomar conciencia para poder realizar estrategias que contribuyan a una mejora de la población Cutervina. Esta investigación es de tipo cuantitativo porque permitió analizar los datos sobre la influencia del comercio informal de los vendedores ambulantes que producen la evasión de impuestos al estado, para luego proponer estrategias de solución a la problemática. El diseño de investigación utilizado es de carácter no experimental; lo cual significa que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. (p.11).

2.1.7. ABDON BENITO TICONA GEMIO (2017), realizó una investigación Titulada, **COMERCIO INFORMAL EN LA CIUDAD DE JULIACA**. El presente trabajo de investigación es la contribución al conocimiento y discusión de los factores explicativos que inciden en la inserción de los comerciantes en el comercio informal, en el expendio de productos no formalizados legalmente; cuyo objetivo fue identificar los factores económicos, sociales y culturales que están asociados a dicha actividad en la ciudad de Juliaca. La metodología que se utilizó para la recolección de datos fueron: la observación, el cuestionario y revisión documental; para el análisis de los datos se utilizó la estadística descriptiva y en la interpretación de la información se utilizó el método lógico hipotético-deductivo, afirma que **la** muestra fue de trecientos dos comerciantes extraída de una población de once mil ochocientos cuarenta y cinco comerciantes informales. En conclusión, los comerciantes dedicados a la actividad informal en el comercio, no tienen empleo fijo con ingresos económicos solventes, debido a su

procedencia rural y cultural, además por no tener profesión u oficio en alcanzar un empleo digno. (p.9).

2.1.8. FERNANDO ALEXANDER TORRES ZAVALA (2017), realizó una investigación titulada, **COMERCIO INFORMAL AMBULATORIO Y SUS EFECTOS EN EL DETERIORO DEL ESPACIO PÚBLICO DE LA AVENIDA ESPAÑA DEL DISTRITO DE TRUJILLO**. La investigación fue desarrollada con el objetivo de identificar cuáles son los efectos producidos por el comercio informal ambulatorio que inciden en el deterioro del espacio público de la avenida España del distrito de Trujillo, 2017. El enfoque fue cuantitativo, el tipo no experimental y de diseño correlacional transeccional causal, la muestra fue de 184 pobladores de la avenida España y consumidores del distrito de Trujillo, 2017; para el recojo de los datos se elaboraron dos cuestionarios. La investigación es abordada desde el punto de vista urbano, dado que el espacio público que es inajenable, imprescriptible e intransferible, tiene un carácter de derecho colectivo, que está siendo deteriorado por la acción del comercio informal ambulatorio, convirtiéndose en un problema mayor, que impacta de forma directa diferentes entornos sociales. (p.12.)

2.2. Bases teóricas.

2.2.1. SALAZAR GOICOCHEA (2016) con su investigación titulado, **COMERCIO INFORMAL DE LOS VENDEDORES AMBULANTES DEL MERCADO SANTA CELIA PRODUCE LA EVASIÓN DE IMPUESTOS AL ESTADO, CUTERVO**, esta investigación fue de tipo cuantitativo porque permitió analizar los datos sobre la influencia del comercio informal de los vendedores ambulantes que producen la evasión de impuestos al estado, para luego proponer estrategias de solución a la problemática. El diseño de investigación utilizado es de carácter no experimental. La

aplicación de la encuesta realizada permitió llegar a la conclusión siguiente: que la precaria presencia de los comerciantes ambulatorios en los alrededores del mercado Santa Celia de la ciudad de Cutervo, conlleva a generar altos problemas sociales.

(p.5).

2.2.2. GONZALES NELLY (2016), en su tesis Titulada: EL COMERCIO INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS COMERCIANTES FORMALES DE LA CIUDAD DE IBARRA, empleó el método explicativo no experimental. Indica que: Mediante esta investigación determina que la mayoría de comerciantes informales provienen de otros cantones, provincias y países como son de Colombia y Perú, el comercio informal es una actividad económica que ayuda al crecimiento y desarrollo de la economía del país, a pesar de no estar legalmente establecidos en un lugar y condiciones adecuadas, sin embargo, el ingreso que perciben es destinado a cubrir las necesidades básicas de sus hogares, comprobó que la mayoría de personas que se dedica a ser ambulantes solo alcanza un nivel de instrucción primaria, siendo éste un factor fundamental para el desarrollo socio-económico del país. Es por ello que se opone que se asocien los comerciantes informales, con la finalidad de que obtengan beneficios, como: un lugar adecuado para poder vender sus productos, acceso a microcréditos, entre otros. **(p.3).**

2.2.3. ERNESTO M (2016), realizo una investigación titulado, ESTUDIO DEL COMERCIO INFORMAL ORGANIZADO EN MONTERREY, NUEVO LEÓN, que fue de tipo descriptivo, en el cual se planteó como objetivo conocer la situación del comercio informal, a partir del comercio ambulante, se muestra un acenso mucho mayor al de todos. En la presente investigación se encontró que el sector informal ha crecido más rápidamente que el sector formal, aunque sigue siendo éste último el que acoge a la mayoría de los trabajadores del país. Estos datos implican que 3 de cada 10 a nivel nacional y 1 de cada 5 a nivel estatal y

regional están laborando en este sector, lo cual es una cantidad importante. (p.4).

2.2.4. LIC. VIRIDIANA HERNÁNDEZ TORIJA (2018), realizo una investigación titulada, EL COMERCIO INFORMAL EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, SUS IMPACTOS SOCIALES Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE, planteó como objetivo analizar el impacto social del comercio informal del Centro Histórico de la Ciudad de México en sus practicantes; utilizando la metodología de Evaluación del Impacto Social(EIS) para la realización de propuestas de desarrollo social hacia un Desarrollo Sostenible a largo plazo de la comunidad; la investigadora observó en uno de sus resultados que la escolaridad en el sector informal presenta un bajo nivel educativo ascendiendo hasta el nivel medio superior, factor que debe tomarse en cuenta en la elaboración de programas de capacitación y asistencia crediticia o técnica), investigó principalmente los impactos económicos que tiene el comercio informal en los mismos comerciantes, se aplicaron encuestas a 350 comerciantes informales, se obtuvieron resultados reveladores y una de ellas es que al ser el comercio informal un fenómeno multifactorial requiere de un plan integral donde se involucren a los comerciantes informales, gobierno, instituciones académicas, sector privado, organizaciones de la sociedad civil y ciudadanos, a formar parte de una solución para sus problemáticas. (p.3).

2.2.5. CUELLAR KARLA (2017), en su tesis titulada, FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMERCIO INFORMAL DENTRO DE UN DESARROLLO DESIGUAL (PERÚ), esta investigación es de tipo cuantitativo porque permitió analizar los datos que influyen en el comercio informal. Planteó como objetivo Identificar, medir y diagnosticar los factores que influyen en el comercio informal entro de un desarrollo desigual en la ciudad de Pisco. Llego a la conclusión de que el 75% de las encuestas reconocen que el

comercio informal es un problema que cada vez genera desigualdad para todos, mientras que un 25% del total de las unidades de análisis consideran a la informalidad como algo común en la sociedad, el 75% acepta que se puede cambiar las condiciones para evitar la informalidad y exista un desarrollo igualitario ante la sociedad y el país bajo las leyes que la rigen, mientras que un 25% del total de las unidades de análisis consideran que es normal seguir viviendo con la informalidad y que no perjudican a nadie sino que más bien les favorecen. (p.22).

2.2.6. SALAZAR GOICOCHEA, (2016), realizo una investigación Titulada, EL COMERCIO INFORMAL DE LOS VENDEDORES AMBULANTES DEL MERCADO SANTA CELIA PRODUCE LA EVASIÓN DE IMPUESTOS AL ESTADO, tiene la intención de dar a conocer la influencia del comercio informal de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia en la evasión de impuestos al estado, asimismo tomar conciencia para poder realizar estrategias que contribuyan a una mejora de la población. Esta investigación es de tipo cuantitativo porque permitió analizar los datos sobre la influencia del comercio informal de los vendedores ambulantes que producen la evasión de impuestos al estado, para luego proponer estrategias de solución a la problemática. El diseño de investigación utilizado es de carácter no experimental; lo cual significa que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. (p.6).

2.2.7. ABDON BENITO TICONA GEMIO (2016), realizo una investigación Titulada, COMERCIO INFORMAL EN LA CIUDAD DE JULIACA, El presente trabajo de investigación es la contribución al conocimiento y discusión de los factores explicativos que inciden en la inserción de los comerciantes en el comercio informal, en el expendio de productos no formalizados legalmente; cuyo objetivo fue identificar los factores económicos, sociales y culturales que están asociados a dicha actividad en la ciudad de Juliaca. La metodología que se utilizó para la recolección de datos

fueron: la observación, el cuestionario y revisión documental; para el análisis de los datos se utilizó la estadística descriptiva y en la interpretación de la información se utilizó el método lógico hipotético-deductivo. La muestra fue de trecientos dos comerciantes extraída de una población de once mil ochocientos cuarenta y cinco comerciantes informales. Concluye que los comerciantes dedicados a la actividad del comercio informal, no tienen empleo fijo con ingresos económicos solventes, debido a su procedencia rural y cultural, además por no tener profesión u oficio en alcanzar un empleo digno. (p.25).

2.2.8. FERNANDO ALEXANDER TORRES ZAVALA (2017), realiza una investigación Titulada, COMERCIO INFORMAL AMBULATORIO Y SUS EFECTOS EN EL DETERIORO DEL ESPACIO PÚBLICO DE LA AVENIDA ESPAÑA DEL DISTRITO DE TRUJILLO. La investigación fue desarrollada con el objetivo de identificar cuáles son los efectos producidos por el comercio informal ambulatorio que inciden en el deterioro del espacio público de la avenida España del distrito de Trujillo, 2017. El enfoque fue cuantitativo, el tipo no experimental y de diseño correlacional transeccional causal, la muestra fue de 184 pobladores de la avenida España y consumidores del distrito de Trujillo, 2017; para el recojo de los datos se elaboraron dos cuestionarios. La investigación es abordada desde el punto de vista urbano, dado que el espacio público que es inajenable, imprescriptible e intransferible, tiene un carácter de derecho colectivo, que está siendo deteriorado por la acción del comercio informal ambulatorio, convirtiéndose en un problema mayor, que impacta de forma directa diferentes entornos sociales. (p.3).

2.3. Definición de términos básicos.

- **Comercio:** Se denomina comercio a la actividad socioeconómica que consiste en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes o servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor o ya sea por dinero. Por actividades comerciales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un comerciante o un mercader. MENDOZA ESQUIBEL, (2018) (p.6).
- **Comerciante:** Es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles, que se dedica a negociar comprando y vendiendo distintas mercaderías como actividad económica, negocio, oficio o profesión. Los comerciantes son aquellas personas que compran productos a un determinado precio, para luego venderlo a un precio mayor y así obtener una diferencia, que constituye la ganancia. VARGAS HERNANDEZ, (2018), (p.3).
- **El comercio mayorista:** Conocido también como «comercio al por mayor» o «comercio al mayor», es la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador por lo regular no es el consumidor final de la mercancía: la compra con el objetivo de vendérsela a otro comerciante o a una empresa manufacturera que la emplee como materia prima para su transformación en otra mercancía o producto. SALAZAR MENDOZA, (2018), (p.6).

- **El comercio minorista:** Conocido también como “comercio al por menor”, “comercio al menor”, “comercio detallista” o simplemente “al detalle”, es la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador es el consumidor final de la mercancía; es decir, quien usa o consume la mercancía. ALVARADO MEZA, (2017), (p.8).
- **Comercio formal** Comprende aquel regulado por el Estado en el código de comercio, sujeto a la normativa legal vigente, y declarado con periodicidad ante los organismos fiscales competentes. La importancia del comercio formal es que este tiene la capacidad de impulsar la economía de un país, dinamizarla, diversificarla, y producir riqueza para sus ciudadanos, pequeños; frente a negocios perfectamente establecidos. Unos y otros parecieran haber llegado a pacíficos acuerdos de convivencia. NOLASCO PONCE, (2017), (p.9).
- **Comercio informal:** Será todo aquel que un individuo realice fuera de las estructuras formales del Estado, evadiendo el pago de impuestos y demás formalidades jurídicas. El ejemplo de comercio informal más común es aquel de los vendedores ambulantes, pero también aquel referido a negocios ilícitos, como la venta de drogas prohibidas o el comercio de partes procedentes de robos o hurtos. Cada día podemos ver más comerciantes callejeros, que se han estacionado con sus casuchas, en las principales calles de las grandes ciudades. En algunas de esas calles, de por sí estrechas, ya no es posible transitar. Se encuentran abarrotadas de comerciantes informales, que ofrecen toda clase de chucherías, ropa, calcetines, relojes y hasta electrodomésticos. MENDOZA ALVARADO,

(2018), (p.2).

- **Comercio ambulatorio:** Es aquella actividad económica temporal, que se desarrolla en las áreas públicas reguladas, siendo desarrollada por comerciantes ambulantes, los cuales tienen un capital que no excede a 2 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) anuales y carece de vínculo laboral con sus proveedores, además de ser única fuente de ingreso. GUIRRE MALDONADO, (2018), (p.8).
- **Comerciante ambulante regulado:** Persona Natural que se encuentra inscrita en el Padrón Municipal con Registro vigente. Esta condición le permitirá tramitar la renovación de la Autorización Municipal Temporal para el desarrollo de la actividad comercial en un espacio público, previo cumplimiento de los requisitos establecidos en la presente ordenanza. AQUINO CESPEDES, (2018), (p.6).
- **Comerciante ambulante no regulado:** Persona Natural que no se encuentra registrado en el padrón municipal, desarrollando la actividad comercial de forma itinerante, generalmente caminando por los espacios público que cuenta con un módulo, pero no se encuentra autorizado. ALVARAD PERES, (2019), (p.10).
- **Comerciante ambulante autorizado:** Es el comerciante ambulante regulado que cuenta con una autorización municipal vigente, para dedicarse de manera individual, directa, excepcional y temporal al ejercicio de un giro autorizado en una ubicación determinada y regulada del espacio público.
- **Espacio público:** Superficie de uso público conformado por vías públicas y zonas de recreación pública (parques, plazas, plazuelas), destinadas a

la circulación, recreación, donde se ha definido zonas reguladas y zonas rígidas o prohibidas para el desarrollo del comercio ambulatorio temporal debidamente autorizado. BENITO CEBASTIAN, (2018), (p.4).

- **Evaluación socioeconómica:** Es el proceso mediante el cual se evalúa el nivel socio económico del comerciante ambulante regulado con registro vigente, así como sus condiciones de vida, ingresos, carga familiar, estado civil, relacionales laborales, estado de salud entre otros. En el caso de la Municipalidad Distrital de Independencia es la Gerencia de Desarrollo Social o quien haga sus veces. El Informe respectivo será solicitado por la Gerencia de Desarrollo Económico Local, en los casos que estime necesario a efectos de acreditar el estado de necesidad y/o vulnerabilidad del solicitante. BERNARDO AGUIRRE, (2018), (p.7).
- **Formalización:** Es el proceso que emprende el comerciante ambulante autorizado, a través del auto ahorro y ahorro asociativo conducente a formalizarse dentro de un establecimiento comercial u otras actividades de desarrollo económico alternativos. La Municipalidad promueve su formalización mediante la sensibilización, la capacitación y asesoramiento técnico-legal. FONSECA ALVARES, (2019), (p.9) .
- **Programa municipal:** Programas Municipales que comprende: el desarrollo de capacidades de los Comerciantes Ambulantes y otras previas evaluaciones de la Gerencia de Desarrollo Económico Local. Con los componentes: a) Formativo, b) Asesoría Técnica para la

implementación de sus proyectos de formalización, c) Asesoría financiera para la capitalización. d) seguimiento al ahorro individual o asociativo. (MENDOZA ALVARADO E. (2018), (p.8).

- **Programa de ordenamiento:** Es aquel programa municipal que integrarán comerciantes que no se encuentren inmersos en un programa de formalización, por su condición socio económico debidamente comprobada. Su participación será temporal. **GUTIERRES ALVARADO,** (2018), (p.11).
- **Titular:** Es aquella persona natural, denominado comerciante ambulante regulado, a quien se le otorga la autorización municipal temporal para el desarrollo de la actividad comercial en el espacio público. **ALVARADO MENDOZA,** (2018), (p.6).
- **Ubicación:** Es el espacio físico, en el cual temporalmente la Municipalidad, permite el comercio ambulatorio debidamente autorizado. **GUTIERRES MARISCAL,** (2018), (p.5).
- **Vía pública:** Espacio de propiedad pública, dominio y uso público, destinada para el tránsito vehicular y peatonal que incluye pistas, veredas y similares. **OCHOA VELASQUEZ,** (2018), (p.12).
- **Pobreza:** La pobreza es la situación de no poder satisfacer las necesidades físicas y psicológicas básicas de una vida digna por falta de recursos como la alimentación, la vivienda, la educación, la asistencia sanitaria, el agua potable o la electricidad. La pobreza puede afectar a una persona, a un grupo de personas o a toda una región geográfica. **PONCE ROSARIO,** (2019), (p.3).

2.4. Hipótesis.

2.4.1. Hipótesis General.

Los problemas socio-ambientales son generados prioritariamente por el comercio informal en los principales mercados del distrito de Huánuco, 2019.

2.4.2. Hipótesis Específicas.

2.4.2.1. Los residuos sólidos producidos por los comerciantes informales son una de las causales de la problemática socio-ambiental, en los en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019.

2.4.2.2. Las condiciones inapropiadas de los puestos de venta de los comerciantes informales son una de las causales del incremento de la problemática socio-ambientales en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019.

2.4.2.3. El caos vehicular ocasionado por el comercio informal es una de las principales causales del incremento de la problemática socio-ambientales en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019.

2.4.2.4. La contaminación acústica producidos por los comerciantes informales, es una de las causales de la problemática socio-ambiental en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019.

2.5. Operacionalización de variables, dimensiones e indicadores

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
PROBLEMÁTICA SOCIO-AMBIENTAL	Diversos problemas socio-ambientales a causa del comercio informal que aquejan a la población Huanuqueña	uso de residuos sólidos	Lugar y forma de desechar los residuos sólidos
			Tipo de residuo solido
		condiciones de los puestos de venta	Estructura de base de los puestos de venta
			Distancia entre puestos de venta
			Dimensiones de los puestos de venta
		El caos vehicular ocasionado por el comercio informal	Espacio público ocupado por los puestos de venta
			Espacio público ocupado por los consumidores (clientes)
		Contaminación acústica	Modo de ofrecimiento de los productos en venta

CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1. Nivel y tipo de investigación.

- **Descriptivo:** Porque se estudió (describió) las características de una población.
- **Analítico:** Porque se analizó las variables de estudio, para dar inferencia respecto a la problemática socio-ambiental del comercio informal.
- **Prospectivo:** Porque los hechos fueron registrados a medida que el estudio se llevó a cabo desde su inicio hasta su finalización.
- **Transversal:** Porque los datos fueron recolectados en un solo periodo de tiempo.

3.1.1. Diseño de la Investigación

En este proyecto el diseño que se utilizó es, no experimental de corte transversal, ya que no existe manipulación deliberadamente de las variables, y no se construye ninguna situación, los sujetos son observados en un entorno natural en su realidad, se

concentran en describir y analizar las variables de estudio como el comercio informal y la toma de decisiones frente a ello.

3.1.2. Determinación del Universo y Población

Universo: El universo, estuvo conformada por todos los comerciantes informales dentro y fuera de los principales mercados del distrito de Huánuco, según los datos obtenidos por parte de la Municipalidad Distrital de Huánuco, existen un total de 4 200, comerciantes informales.

Población activa: La población, estuvo conformada por todos los comerciantes informales que se encontraban en actividad laboral; es decir, todos los que en la actualidad se encuentran laborando, llegando hacer un total de 3 700.

3.1.3. Determinación de la Muestra.

La muestra será del tipo no probabilístico por la modalidad de conveniencia, por lo que se establecerán criterios de inclusión y exclusión:

- **Criterios de inclusión**

A. Comerciantes que estén dentro de la informalidad, que se encuentren trabajando.

B. Comerciantes informales en condiciones de responder preguntas.

C. Comerciantes que desean participar en el estudio.

Criterios de exclusión:

- A. Comerciantes que no estén dentro de la informalidad, que se encuentren trabajando.
- B. Comerciantes informales que no estén en condiciones de responder preguntas.
- C. Comerciantes que no desean participar en el estudio.

- **Cálculo del tamaño muestral**

La muestra estará conformada por: 232

Formula:
$$n = \frac{NZ^2 pq}{d^2(N-1)+z^2pq}$$

Donde:

N= Es la población total de comerciantes informales en actividad (4200)

Z= la seguridad es del 5%(1.96) p=en este caso se usará el 6% (0.06) q=1-p equivale 1-0.06 igual

(0.94) d= precisión (en este caso deseamos un 3%) 0.03

Aplicando la fórmula:
$$n = \frac{3700 \times 1.96^2 \times 0.06 \times 0.94}{0.03^2(3700-1)+1.96^2 \times 0.06 \times 0.94}$$

n=231.918572

Redondeando: 232

3.1.4. TEECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.1.4.1. Técnicas

- **Encuesta;** por medio de la cual se recolectaron datos a través de un cuestionario prediseñado, los datos se obtendrán a partir de un conjunto de reactivos dirigidos al grupo de estudio.

- **Análisis Documental:** Por medio del cual se recolectaron datos como base referencial.

3.1.4.2. Instrumentos

- **Cuestionario;** constituido por un conjunto de reactivos breves, claras, precisas y de fácil entendimiento para la encuestada, tanto para el pre-test como para el post-test constó de las siguientes partes: presentación, introducción; donde se anuncia los objetivos del estudio, instrucción y el contenido propiamente dicho relacionado a la variable de estudio.

3.1.4.3. Procesamiento y recolección de datos.

Los datos obtenidos fueron ingresados y procesados, haciendo uso de las técnicas básicas de la estadística mediante programas como: Microsoft Word 2019 y el programa estadístico SPSS. Lo que permitió obtener cuadros y gráficos necesarios para su interpretación, análisis y presentación de resultados.

3.1.4.4. Procedimiento

- **Plan de Tabulación:** una vez aplicado el instrumento de recolección de datos, se realizó el procedimiento de tabulación a través del método manual por el paloteo simple, para luego confeccionar las tablas o cuadros estadísticos según las variables y objetivos planteados.
- **Plan de análisis:** El análisis e interpretación de los datos se realizaron mediante una descripción sistemática; estos datos serán medidas según las frecuencias absolutas y relativas más significativas, a la vez se confrontaron, discutieron y compararon entre los resultados con otras teorías y trabajos de tesis relacionados al tema en estudio.

CAPITULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Presentación de los datos en cuadros y gráficos

TABLA N°01

EDAD DE LOS COMERCIANTES INFORMALES

EDAD DE LOS COMERCIANTES INFORMALES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
28	46	20%	19,8
30	25	11%	30,6
32	10	4%	34,9
38	24	10%	45,3
39	18	8%	53,0
41	28	12%	65,1
45	9	4%	69,0
48	47	20%	89,2
50	13	6%	94,8
60	12	5	100,0
Tota l	232	100,0	

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EL MES DE SETIEMBRE DEL 2019
ELABORACIÓN: PROPIA

En lo que se refiere a la edad de los comerciantes informales, se pudo detallar los siguiente, el 20% tiene 28 años, el 11% tiene 30 años, el 4% 32 años, el 10% tiene 38 años, el 8% tiene 39 años, el 12% tiene 41 años, el 4% tiene 45 años, el 20% tiene 48 años, el 6% tiene 50 años, y el 5% tiene 60 años. podemos inferir que el 20% de comerciantes informales son de la edad de 48 años de edad, lo cual podemos observar que existe personas mayores trabajando informalmente para cubrir sus necesidades básicas,

Veamos su gráfico correspondiente:

GRAFICA N°01

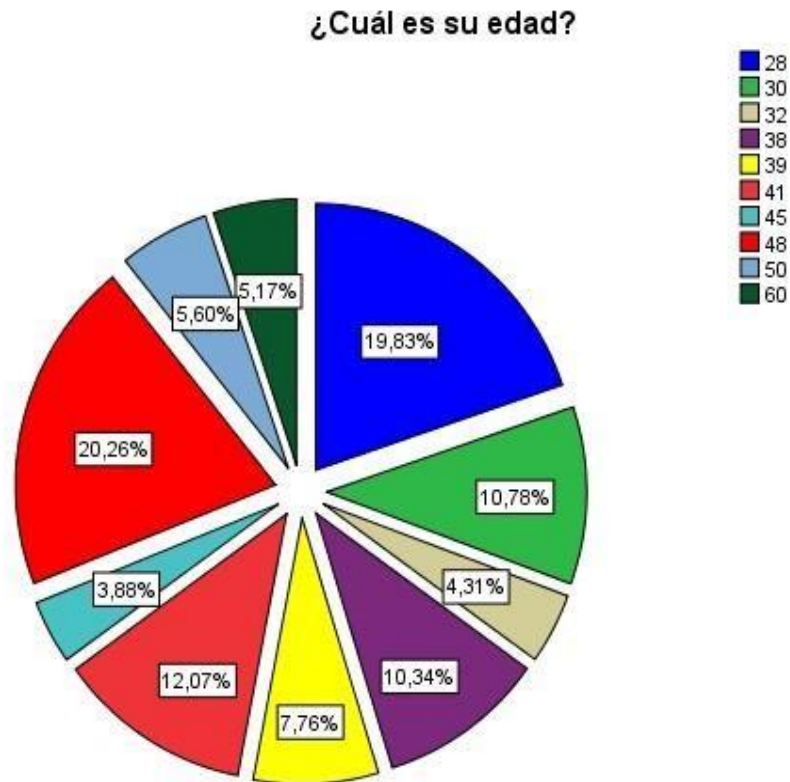


TABLA N° 02

GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS COMERCIANTES INFORMALES

GRADO DE INSTRUCCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Sin estudios	81	35%	34,9
Primaria	109	47%	81,9
Secundaria	42	18%	100,0
Total	232	100,0	

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EL MES DE SETIEMBRE DEL 2019
ELABORACIÓN: PROPIA

En cuanto respecta al nivel de instrucción de nuestras unidades de análisis, obtuvimos que el 47% de los comerciantes informales cuentan con estudios primarios, el 35% no cuentan con estudios y el 18%, solo cuenta con el nivel secundario, esto nos demuestra que la mayoría de los comerciantes informales solo cuenta con educación primaria, lo cual nos permite conocer que muchos de los comerciantes informales actúan por falta de información y desconocimiento.

Veamos el gráfico pertinente:

GRAFICA N° 02

Grado de Instrucción

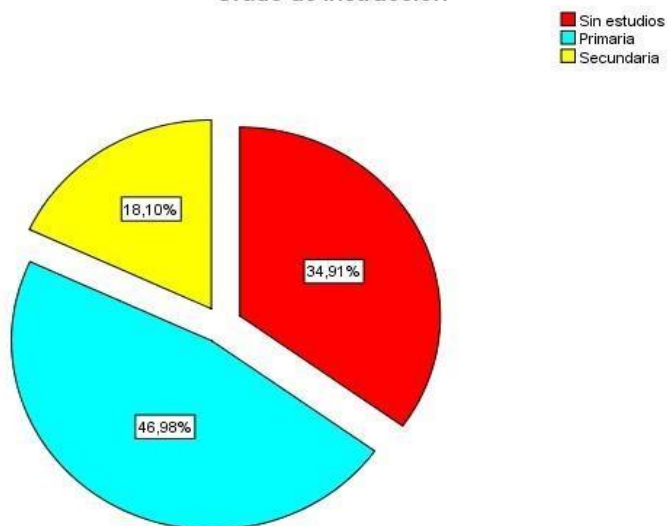


TABLA N° 03

ESTADO CIVIL DE LOS COMERCIANTES INFORMALES

ESTADO CIVIL	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Soltero	11	5%	4,7
Conviviente	149	64%	69,0
Separado	72	31%	100,0
Total	232	100,0	

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN EL MES DE SETIEMBRE DEL 2019

ELABORACIÓN: PROPIA

Otra de las generalidades que medimos en los comerciantes informales fue el estado civil. En este caso el estado civil lo estratificamos así, el 5% se ubica como soltera; luego el 64% que dijo ser conviviente; y el 31% afirmó ser separado. De lo cual podemos inferir que la mayoría de los comerciantes entrevistados se ubican como convivientes, seguidas de los separados.

Vamos el gráfico correspondiente:

GRAFICA N° 03

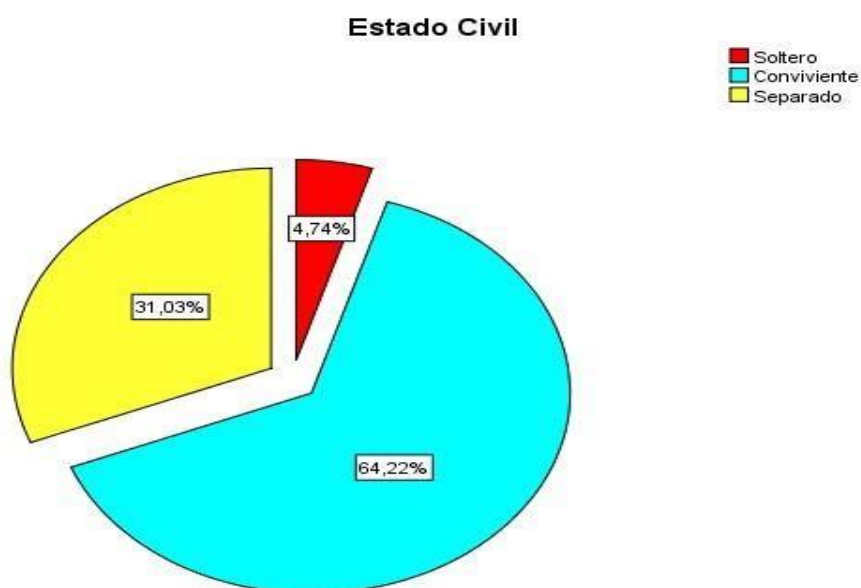


TABLA N°04

LUGAR DÓNDE DESECHAN LOS RESIDUOS SOLIDOS LOS COMERCIANTES INFORMALES

LUGAR DÓNDE DESECHAN LOS RESIDUOS SOLIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Lo dejo en la calle	84	36%	36,2
Los tiro en una esquina	49	21%	57,3
Pasa el carro recolector todos los días a llevárselo	81	35%	92,2
Me lo llevo a mi casa	18	8%	100,0
Total	232	100,0	

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN EL MES DE SETIEMBRE DEL 2019 **ELABORACIÓN:** PROPIA

En lo que se refiere al lugar donde más desechan los residuos sólidos los comerciantes informales, se tuvo los siguientes porcentajes, en las frecuencias siguientes: un 57% de los comerciantes informales dejan los residuos sólidos en las calles y otros los tiran en una esquina, el 35% hacen entrega al carro recolector, y el 8 % de los comerciantes se lo llevan a su casa. De esto podemos inferir que la mayoría de los comerciantes informales de los principales mercados del Distrito de Huánuco, el 57% dejan los residuos sólidos en la calle y otros los tiran, podemos decir, que hace falta materiales como tachos para desechar los residuos sólidos.

Veamos su gráfico correspondiente:

GRÁFICA N° 04

¿Dónde desechas los residuos sólidos resultantes de tu negocio?

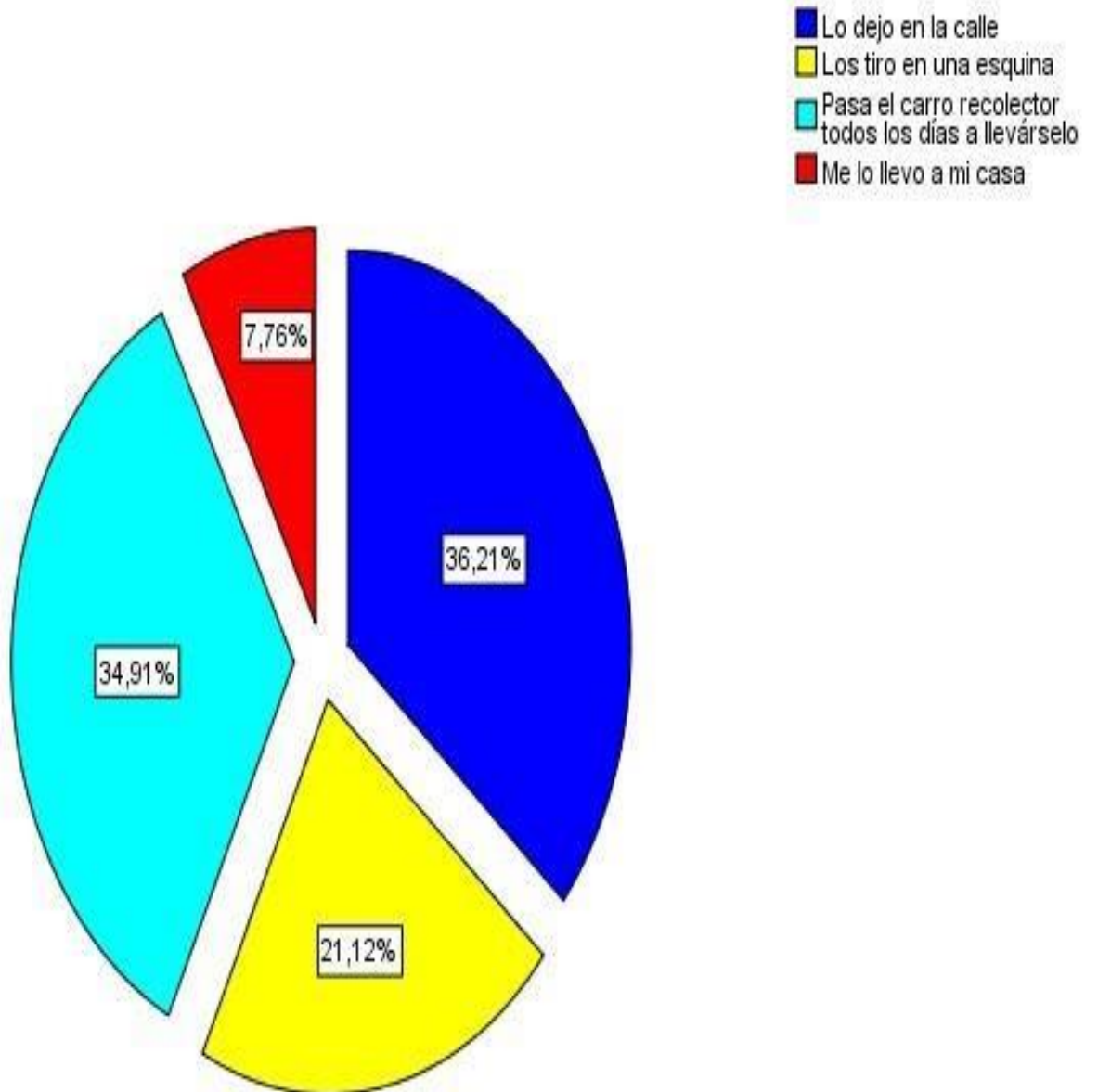


TABLA N°05
COMO DESECHAN LOS RECIDUOS SÓLIDOS

COMO DESECHAN LOS RECIDIUOS SÓLIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Contenido en bolsas negras	142	61%	61,2
En cajas inservibles	62	27%	87,9
Los quemo	24	10%	98,3
Otro:	4	2%	100,0
Total	232	100,0	

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN EL MES DE SETIEMBRE DEL 2019

ELABORACIÓN: PROPIA

Se pudo encontrar que el 61% utilizan contenidos de bolsas para llenar los residuos sólidos; el 27% lo llenan en cajas inservibles; el 10% los queman; y el 2% lo hace de otra manera. La inferencia es que mayoritariamente los comerciantes informales manifestaron que utilizan contenidos de bolsas para deshacerse de los residuos sólidos.

Veamos el gráfico correspondiente:

GRAFICA N°05

¿cómo lo desechas?

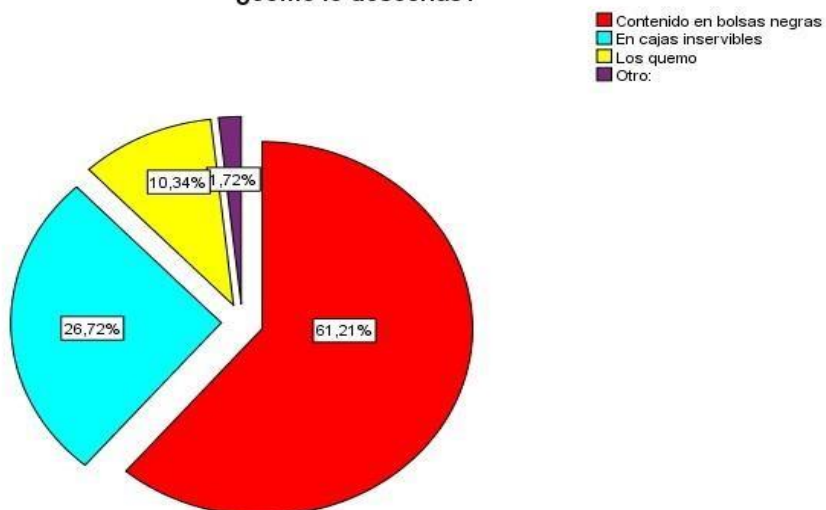


TABLA N°06

**QUE ES LO QUE CON NORMALIDAD MAS DESECHAN LOS COMERCIANTES
INFORMALES**

QUE ES LO QUE CON NORMALIDAD MAS DESECHAN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Plástico	24	10%	10,3
Cajas	9	4%	14,2
Bolsas	4	2%	15,9
Botellas	1	,4%	16,4
Residuos de comida	93	40%	56,5
Residuos de fruta	49	21%	77,6
Objetos de vidrio	8	3%	81,0
Objetos punzo cortantes	44	19%	100,0
Total	232	100,0	

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN EL MES DE SETIEMBRE DEL 2019

ELABORACIÓN: PROPIA

Ya entrando en materia específica se preguntó a los comerciantes informales de los principales mercados del distrito de Huánuco. El 10% dijo que con normalidad desechan plásticos, el 4% cajas; el 2% bolsas; el 2% botellas; un 40% residuos de comida; un 21% residuos de fruta: un 3% objetos de vidrio y el 19% objetos punzo cortantes. La inferencia es que mayoritariamente los comerciantes informales desechan más residuos de comida, y esto a lo largo genera un elevado coste medioambiental.

Veamos el gráfico correspondiente:

GRAFICA N° 06

¿Qué es lo que con normalidad desechas? Marque según corresponda

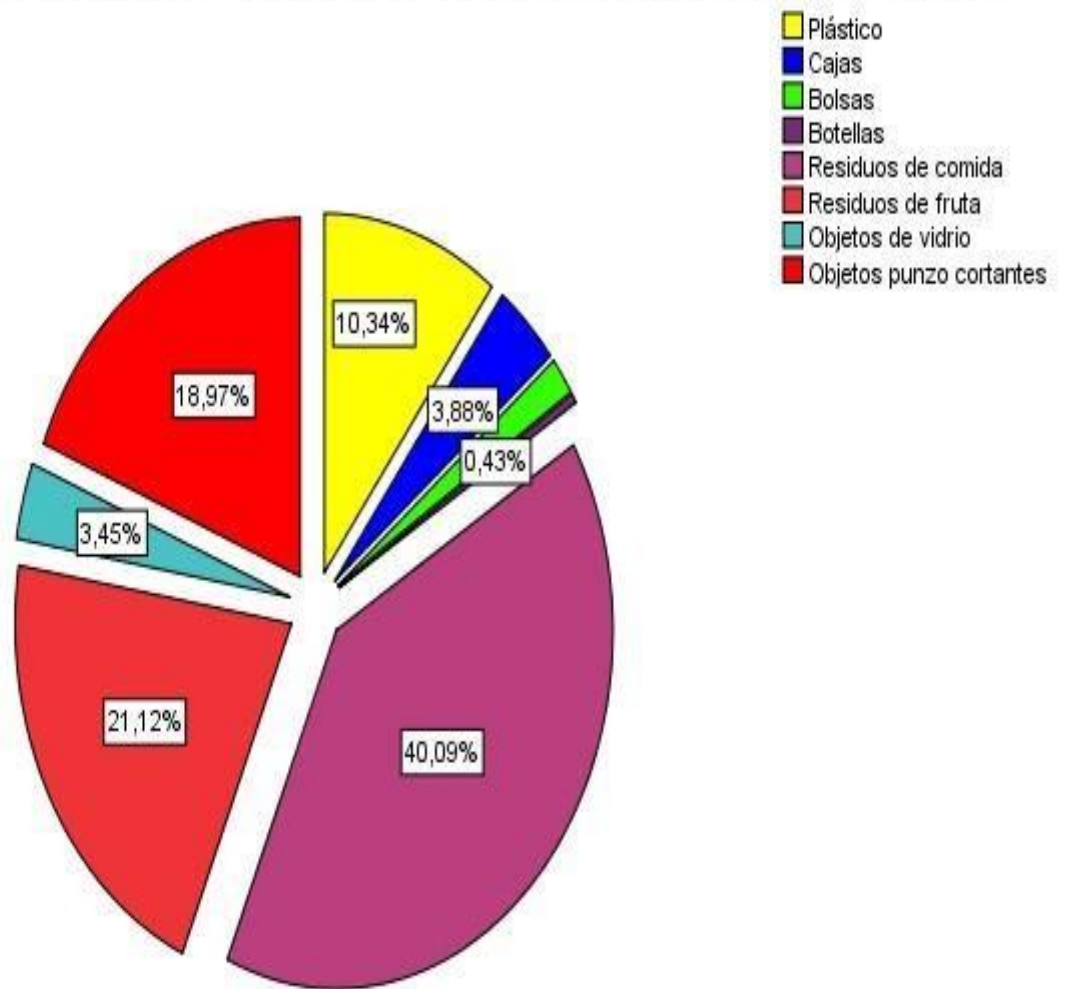


TABLA N° 07

PLATAFORMA DE LOS PUESTOS DE VENTA DE LOS COMERCIANTES INFORMALES

PLATAFORMA DE LOS PUESTOS DE VENTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Con base armable de madera	36	15%	15,5
Con base armable de metal	18	8%	23,3
Carretas improvisadas	26	11%	34,5
Sin base, solo plástico tendido al suelo	152	66%	100,0
Total	232	100,0	

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN EL MES DE SETIEMBRE DEL 2019

ELABORACIÓN: PROPIA

En cuanto a saber cómo es el tipo de plataforma de los puestos de venta de los comerciantes informales; el 15% cuentan con base armable de madera; el 8% con base armable de metal; el 11% carretas improvisadas; y el 66% sin base solo plástico tendido en el suelo, es decir la mayor cantidad de comerciantes informales trabajan con plásticos tendidos en el suelo, lo cual esto conlleva a tener calles obstaculizadas y personas incómodas sin poder tener un área libre para poder desplazarse adecuadamente. Lo que va confirmando nuestra hipótesis de trabajo.

Veamos el gráfico correspondiente:

GRAFICA N° 07

¿Cómo es la plataforma del puesto de venta en la que colocas tus productos?

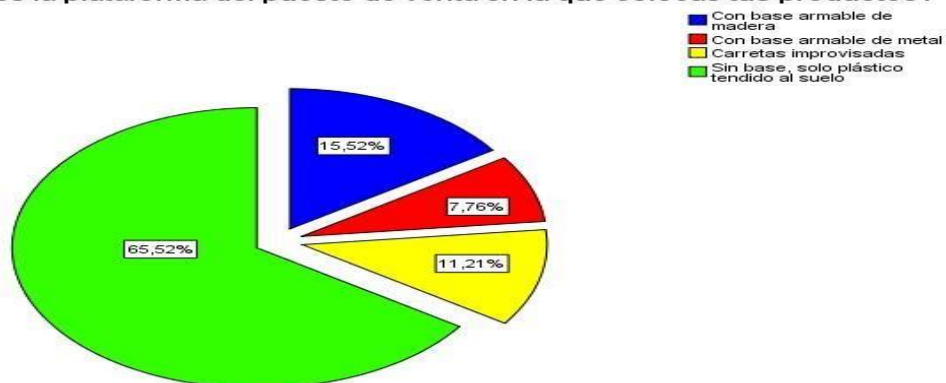


TABLA N° 08

EN QUE ESPACIO SE ENCUENTRAN LOS COMERCIANTES INFORMALES, ENTRE UN PUESTO Y OTRO.

EN QUE ESPACIO SE ENCUENTRAN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Medio metro.	86	37%	37,1
Más de medio metro	146	63%	100,0
Total	232	100,0	

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN EL MES DE SETIEMBRE DEL 2019

ELABORACIÓN: PROPIA

En cuanto a saber el espacio que se encuentran los comerciantes informales de un punto a otro se pudo concluir que el 37% se encuentran de una distancia de medio metro entre un puesto y otro; y un 63% se encuentra distanciados más de medio metro entre un puesto y otro, podemos confirmar que la mayoría de los comerciantes informales ocupan más de medio metro. Lo cual se puede decir, que esto genera malestar del público en general ya que, se les dificulta poder trasladarse de un lugar a otro. Esto a confirmando nuestra hipótesis de trabajo.

Veamos el gráfico correspondiente:

GRAFICA N°08

Entre un puesto de venta y otro, ¿con qué espacio se cuenta?

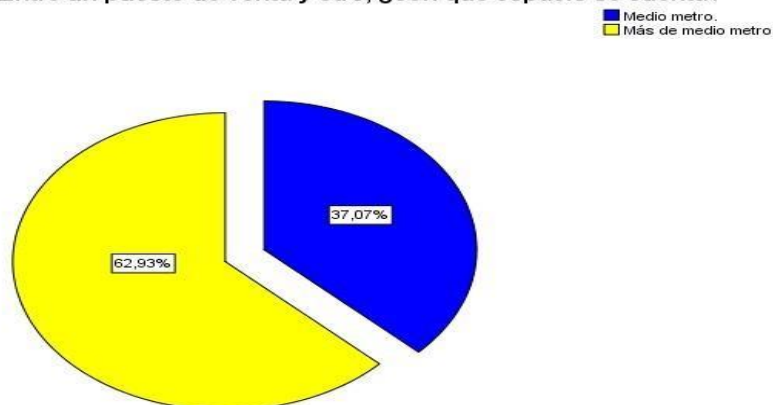


TABLA N°09

DIFICULTAD AL ACCESO PEATONAL EN LOS DIVERSOS PUNTOS DEL MERCADO, A CAUSA DE LOS COMERCIANTES INFORMALES

DIFICULTAD AL ACCESO PEATONAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
No permite el paso peatonal	5	2%	2,2
Pasan con dificultad	119	51%	53,4
Solo puede pasar una persona tras otra	108	47%	100,0
Total	232	100,0	

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN EL MES DE SETIEMBRE DEL 2019

ELABORACIÓN: PROPIA

A la pregunta en qué medida dificulta el acceso peatonal a los diversos puntos del mercado, el 2% respondió que no permite el paso peatonal; el 51% pasan con dificultad; y el 47% manifestó que solo pueden pasar una persona tras otra. Esta respuesta nos indica que la mayoría de personas pasan con dificultad en los diversos puntos de los principales mercados del distrito de Huánuco.

Veamos el gráfico correspondiente:

GRAFICA N° 09

En qué medida dificulta el acceso peatonal a los diversos puntos del mercado?

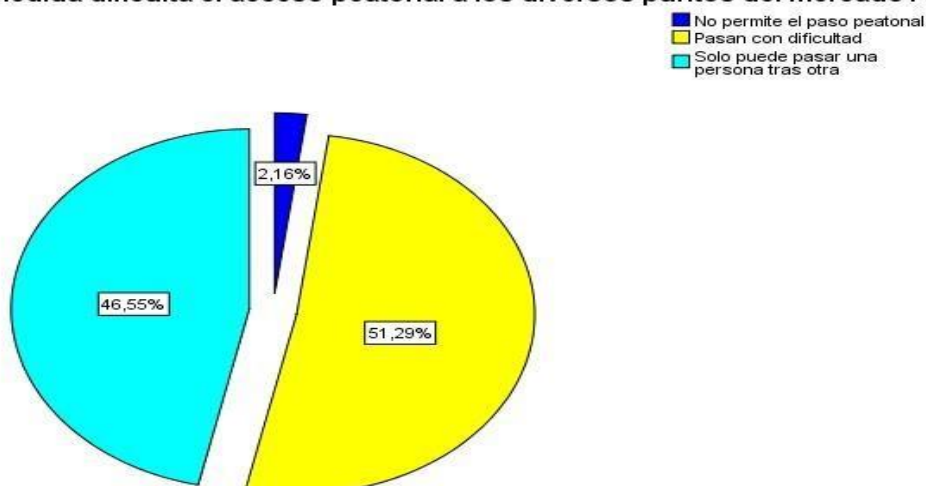


TABLA N° 10

CUANTO MIDE EL PUESTO DE VENTA DE CADA COMERCIANTE INFORMAL

CUANTO MIDE EL PUESTO DE VENTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
1/2 metro	82	35%	35,3
1 metro	38	16%	51,7
1 metro y medio	19	8%	59,9
2 metros	70	30%	90,1
2 metros y medio	2	2%	90,9
3 metros	21	9%	100,0
Total	232	100,0	

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN EL MES DE SETIEMBRE DEL 2019

ELABORACIÓN: PROPIA

A la pregunta, cuánto mide el puesto de venta de cada comerciante informal; los resultados fueron los siguientes el 35% respondió que su puesto mide $\frac{1}{2}$ metro; el 16% 1 metro; el 8% 1 metro y medio; el 30% respondió que su puesto de venta mide 2 metros; el 2% dos metros y medio y el 9% de tres metros. Esta respuesta nos indica que la mayor parte de los puestos miden $\frac{1}{2}$. Es decir, cada vez los espacios se van haciendo más pequeños por la gran cantidad de comerciantes informales a diario, la cual provoca un malestar al público general y en ellos mismo (comerciantes informales).

Veamos el gráfico correspondiente:

GRAFICA N°10

¿Cuánto mide tu puesto de venta?

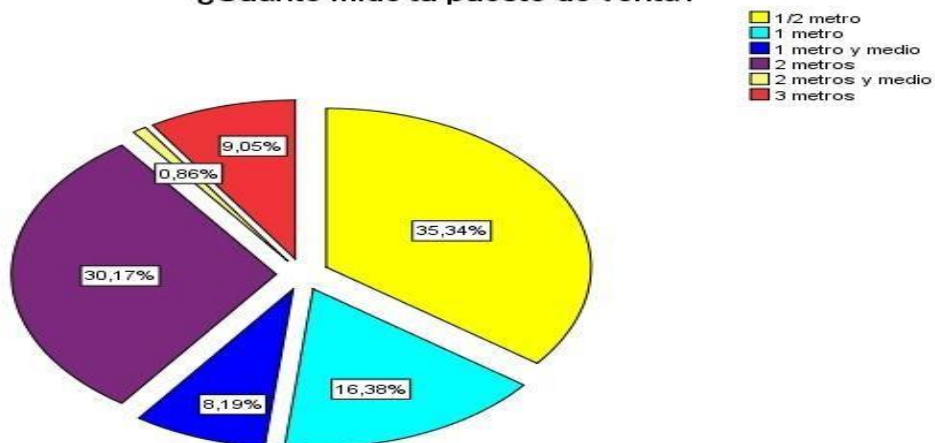


TABLA N° 11

CONSIDERA QUE ES APROPIADO LAS DIMENSIONES PARA UN NEGOCIO PROSPERO.

CONSIDERA QUE ES APROPIADO LAS DIMENSIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
No	189	81%	81,5
Tal vez	43	19%	100,0
Total	232	100,0	

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN EL MES DE SETIEMBRE DEL 2019

ELABORACIÓN: PROPIA

Preguntamos a nuestras encuestados si la dimensión de su negocio es prospero para ellos, un 81% respondió que no; el 19% indicó que tal vez. De estos resultados podemos inferir que las dimensiones con las que cuentan la mayor parte de comerciantes informales; indicaron que no son prósperos para ellos.

Veamos el gráfico correspondiente:

GRAFICA N° 11

Considera que es apropiado las dimensiones con las que cuenta, para un negocio prospero?

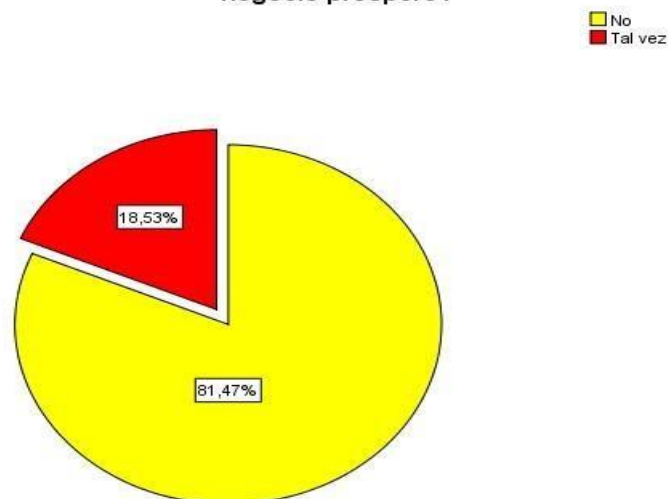


TABLA N° 12

POR QUE CONSIDERA QUE LAS DIMENSIONES DE SU NEGOCIO NO SON ADECUADAS PARA UN NEGOCIO PROSPERO

POR QUE CONSIDERA QUE LAS DIMENSIONES DE SU NEGOCIO NO SON ADECUADAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Pequeño	77	33%	33,2
Estrecho	126	54%	87,5
Reducido	29	13%	100,0
Total	232	100,0	

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN EL MES DE SETIEMBRE DEL 2019
ELABORACIÓN: PROPIA

Los encuestados respondieron a la pregunta, porque considera que las dimensiones de su negocio no son adecuadas para un negocio propio, el 33% porque es pequeño; el 54% porque es estrecho; y el 13% respondieron porque es muy reducido. Se puede decir, que la mayor parte de comerciantes informales cuentan con dimensiones estrechos para su negocio, lo cual hace que no sean negocios prósperos para los comerciantes informales.

Veamos el gráfico correspondiente:

GRAFICA N° 12

¿Por qué?

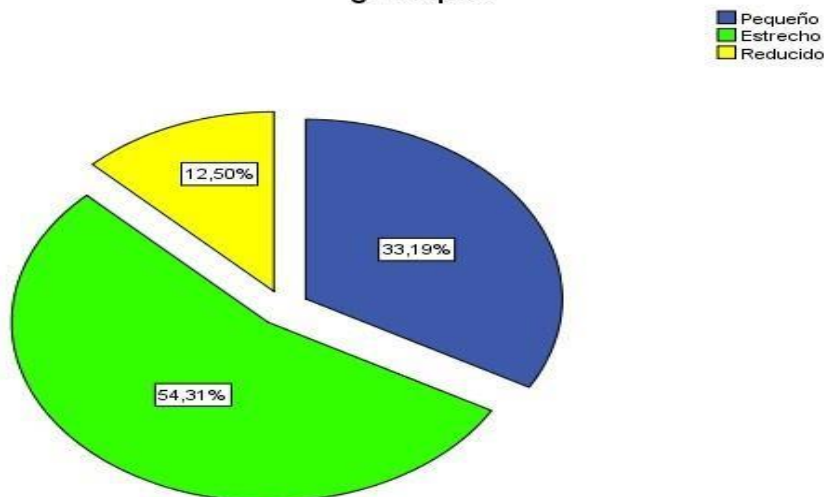


TABLA N° 13

EL ESPACIO PUBLICO QUE OCUPAN LOS COMERCIANTES INFORMALES EN SU LUGAR DE VENTA

EL ESPACIO PUBLICO QUE OCUPAN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Parte de la vereda	74	32%	31,9
Toda la vereda	28	12%	44,0
Parte de la pista	130	56%	100,0
Total	232	100,0	

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN EL MES DE SETIEMBRE DEL 2019

ELABORACIÓN: PROPIA

En cuanto a saber, el espacio público que ocupan los comerciantes informales en su lugar de venta, las respuestas fueron las siguientes: el 32% indicó que ocupan parte de la vereda; el 12% respondió que ocupan toda la vereda; y el 56% respondió que ocupan parte de la pista, es decir, gran parte de los comerciantes informales ocupan parte de la pista para poder vender sus productos; esto nos indica que la ubicación de estos puestos en las pistas genera congestión vehicular y un desorden total.

Veamos el gráfico correspondiente:

GRAFICA N° 13

¿Qué espacio público ocupa en su lugar de venta?

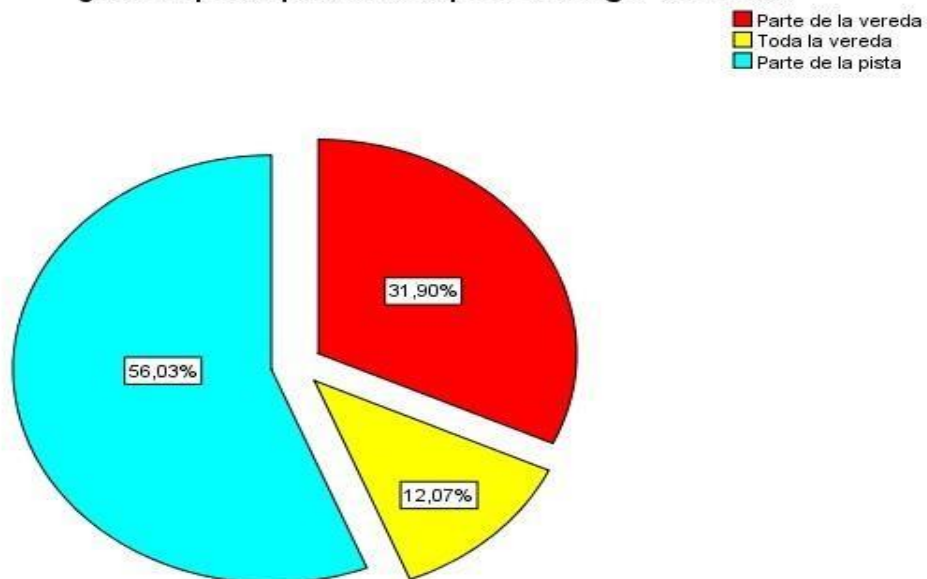


TABLA N° 14

QUÉ ESPACIO PÚBLICO OCUPAN SUS CLIENTES EN EL MOMENTO DE LA COMPRA DE SU PRODUCTO

QUÉ ESPACIO PÚBLICO OCUPAN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Parte de la vereda	75	32%	32,3
Toda la vereda	27	12%	44,0
Parte de la pista	130	56%	100,0
Total	232	100,0	

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN EL MES DE SETIEMBRE DEL 2019
ELABORACIÓN: PROPIA

Se preguntó a nuestros encuestados cuál es el espacio que ocupan sus clientes en el momento de la compra de sus productos. un 32% respondió que ocupan parte de la vereda; el 12% indicó que ocupan toda la vereda; y el 56% manifestó que ocupan parte de la pista. quiere decir, la mayor parte de personas que compran sus productos ocupan parte de la pista, generando el caos vehicular, y arriesgando sus vidas pudiendo ser atropellados u otros accidentes.

Veamos el gráfico correspondiente:

GRAFICA N° 14

¿Qué espacio público ocupan sus clientes en el momento de la compra de su producto?

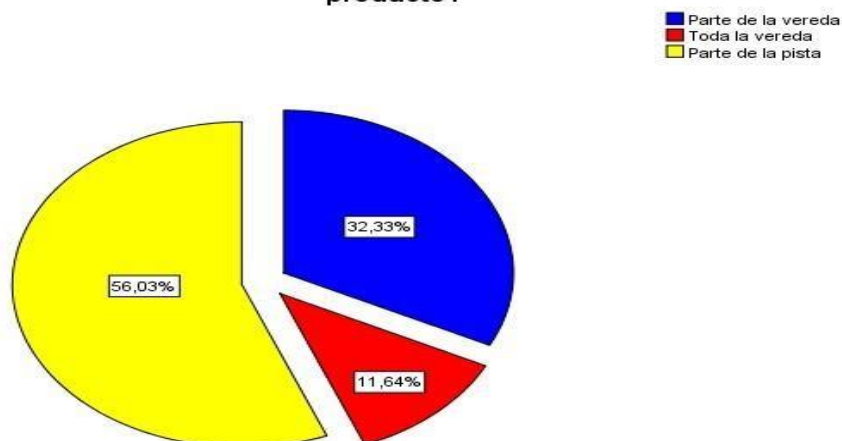


TABLA N° 15

ESTRATEGIAS QUE UTILIZAN LOS COMERCIANTES PARA OFRECER SUS PRODUCTOS

ESTRATEGIAS QUE UTILIZAN LOS COMERCIANTES	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	124	53%	53,4
	4	2%	55,2
	3		56,5
Megáfono		1%	
Micrófono	4		58,2
Música a alto volumen	97	2%	
Espots gravados a alto volumen Otro		42%	100,0
Total	232	100,0	

FUENTE: ENCUESTA REALIZADA EN EL MES DE SETIEMBRE DEL 2019

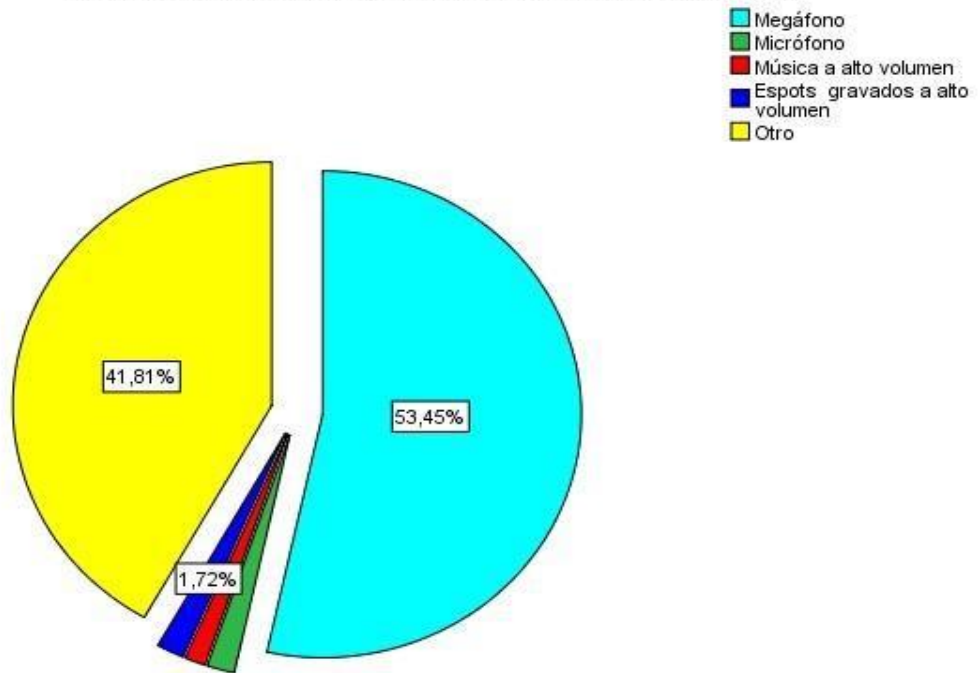
ELABORACIÓN: PROPIA

Otro ítem a conocer fue saber que estrategias utilizan los comerciantes informales para ofrecer sus productos, los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 53%% indicó que utilizan el megáfono; el 2% dijo que utilizan micrófono; el 1% manifestó que utilizan música en alto volumen; el 2% indico que utilizan spots gravados en alto volumen; y un 42% respondió que utilizan otras alternativas como, por ejemplo; la voz fuerte ante el público. Todo esto con el afán de poder acabar sus productos y llevar un sustento a su hogar; ya que, se puso percibir que la mayoría de comerciantes informales viven de su negocio.

Veamos el gráfico respectivo:

GRAFICO N° 15

¿Qué estrategia utiliza para ofrecer sus productos?



4.2. Contrastación de Hipótesis

Para esta sección de la tesis tomaremos lo que nos señala una fuente del marco teórico al cual citamos literalmente.

Estos resultados guardan relación con lo que sostienen, ERNESTO MEDRANO ALVARADO (2017), (ESPINOZA, 2015), (TORRES ZAVALETA, 2017), (SANCHEZ, 2017), quienes señalan que el comercio informal socio – ambiental, tiene que ver con un problema desde muchos años atrás, ya que estos autores expresan que los comerciantes informales son uno de los causales de la contaminación ambiental, producto a los desechos que dejan

regados por las calles, afirmando que también se encontró que el sector informal ha crecido más rápidamente que el sector formal, aunque sigue siendo éste último el que acoge a la mayoría de los trabajadores del país. Estos datos implican que 3 de cada 10 a nivel nacional y 1 de cada 5 a nivel estatal y regional están laborando en este sector, lo cual es una cantidad importante. Ello es acorde con lo que en este estudio se halla.

En lo que se refiere al lugar donde más desechan los residuos sólidos los comerciantes informales, se tuvo los siguientes porcentajes, en las frecuencias siguientes: un 36% de 84 comerciantes lo dejan en la calle, un 21% 49 comerciantes los tiran en una esquina; un 34% de 81 comerciantes lo llevan al carro recolector y un 7% de 18 comerciantes se lo llevan a su casa. De esto podemos inferir que la mayoría de los comerciantes informales de los principales mercados del Distrito de Huánuco, el 36% dejan los residuos sólidos en la calle.

Entonces ambos datos obtenidos nos ratifican lo que ya veníamos sosteniendo desde el proyecto y el desarrollo del borrador de la tesis; que, aunque se demuestra en la realidad las consecuencias de la problemática socio-ambiental son generadas por el comercio informal, y lo que seguirá siendo preocupante porque se sigue viendo, como una acción “normal” y “encubierta” de manera solapada por las algunas autoridades que no les importan cumplir con su función.

4.3. La discusión de los resultados con los antecedentes

En lo que respecta a la contaminación socio- ambiental producido por el comercio informal se tuvo el siguiente gráfico que explica los datos obtenidos y manifestados en la sección anterior.

La percepción en global de la problemática socio-ambiental ante el comercio informal es alta, percepción que se mantiene al transitar por las vías públicas, veredas de en los principales mercados del Distrito de Huánuco.

De otro lado los factores que influyeron en el comercio informal dentro de un desarrollo desigual, llego a la conclusión de que el 75% de las encuestas reconocen que el comercio informal es un problema que cada vez genera desigualdad para todos, mientras que un 25% del total de las unidades de análisis consideran a la informalidad como algo común en la sociedad, el 75% acepta que se puede cambiar las condiciones para evitar la informalidad y exista un desarrollo igualitario ante la sociedad y el país bajo las leyes que la rigen, mientras que un 25% del total de las unidades de análisis consideran que es normal seguir viviendo con la informalidad y que no perjudican a nadie, sino, que más bien les favorecen sin importar el índice de contaminación que esto produce a la sociedad en general. CUELLAR, (2018). Esta afirmación se condice con todas las respuestas obtenidas en los principales mercados del Distrito de Huánuco, lo cual afirma el sistema de hipótesis.

4.3.1. RESIDUOS SÓLIDOS

A nivel mundial los desechos sólidos son un verdadero problema, ya que la falta de tratamiento adecuado de los mismos ha determinado serias consecuencias tanto en la acumulación de basura y en la contaminación del medio ambiente que esto genera. Existe falta de tratamiento de los desechos sólidos, así como también mecanismos de prevención de parte de los Organismos o instituciones encargados del manejo integral de los desechos. Lo dicho por Espinoza (2017), contrasta lo estudiado y analizado en los resultados obtenidos cuando se le pregunto a los comerciantes informales dónde dejan sus desechos sólidos, donde el 36% respondieron que los dejan tirados en la calle. Lo que demuestra que la basura generado por los comerciantes informales no son recolectados adecuadamente, no tienen criterio de selección, ni mucho menos cuidado personal ni ambiental para la manipulación de dichos residuos sólidos. La problemática del manejo de residuos sólidos por parte del ciudadano son de múltiple factores, políticas, sociales y culturales, a ello se suma la poca inversión que realizan las entidades gubernamentales en desarrollar políticas que resuelvan el problema del medio ambiente en general.

4.3.2. PUESTOS DE VENTA

Según los datos obtenidos de la encuesta, la mayor parte de los comerciantes informales cuentan con puestos demasiado reducidos para poder vender adecuadamente y mantener un espacio para el público en general, no se cuenta con lo mencionado, lo que hace que exista desorden, estrés y malestar al transitar, ya que, a diario se presentan más comerciantes informales ocupando más espacios públicos generando aún más, el desorden y malestar a la población en general.

4.3.3. CAOS VEHICULAR

Según los datos obtenidos de la encuesta, se puede decir, que la abundancia de comerciantes informales, provoca que la población transite con dificultad, ocasionando también el caos vehicular provocando, dolor de cabeza, ardor en los ojos.

4.3.4. CONTAMINACIÓN ACÚSTICA

Mucho de los comerciantes informales utilizan la voz y megáfonos para poder ofrecer sus productos, lo cual genera tensión y malestar, provocando estrés constante, dolor al oído por el bullicio frecuente.

CONCLUSIONES

1. Con los resultados obtenidos en las encuestas, se puede decir que un 36% respondieron que los residuos sólidos son dejados en la calle. Lo que demuestra que la basura generada por los comerciantes informales no son recolectados adecuadamente, no tienen criterio de selección, ni mucho menos cuidado personal ni ambiental para la manipulación de dichos residuos sólidos. La problemática del manejo de residuos sólidos por parte del ciudadano son de múltiples factores, políticas, sociales y culturales. Podemos decir, que parte de este problema es la falta de cultura y educación y sensibilización.
2. Otras de las consecuencias de la contaminación socio-ambiental generado por el comercio informal en el distrito de Huánuco 2019. Las explicamos de acuerdo a los resultados del trabajo de campo con los siguientes datos.

Según los datos obtenidos de la encuesta, la mayor parte de los comerciantes informales cuentan con puestos demasiado reducidos para poder vender adecuadamente y mantener un espacio para el público en general, no se cuenta con lo mencionado, lo que hace que exista desorden, estrés y malestar al transitar, ya que, a diario se presentan más comerciantes informales ocupando más espacios públicos generando aún más, el desorden y malestar a la población en general Según manifiestan los comerciantes informales, no tienen otro lugar para poder vender sus productos, lo cual hace que opten por ocupar las vías públicas.

3. Otro ítem a conocer fue saber que estrategias utilizan los comerciantes informales para ofrecer sus productos, los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 53%% indicó que utilizan el megáfono; el 2% dijo que utilizan micrófono; el 1% manifestó que utilizan música en alto volumen; el 2% indico que utilizan spots gravados en alto volumen; y un 42% respondió que utilizan otras alternativas como, por ejemplo; la voz fuerte ante el público.

SUGERENCIAS

Sabiendo que los dos aspectos principales de la tesis versan sobre las consecuencias de la contaminación socio-ambiental producido por el comercio informal, y que a su vez en conjunto son consecuencias sociales se consideró que es necesario sugerir seis cosas principales, a saber:

1. La municipalidad del distrito de Huánuco, debe realizar campañas de concientización, emprendimiento, talleres (ventas al público, productos innovadores y de calidad) a los comerciantes en general, mostrándoles los beneficios que pueden obtener al ser formales y ellos puedan estar sin generar todos los perjuicios que ocasionan actualmente al ocupar las vías públicas, brindándoles también educación ambiental y hacer el seguimiento adecuado y el control a los responsables de los temas a brindar.
2. Es necesario desconcentrar el comercio informal en el distrito de Huánuco, con la construcción y equipamiento de infraestructura comercial en otras zonas como pillco marca, cayhuayna, amarilis, zona cero y otros más, ya que ayudaría de mucho para poder mantener el orden, dándole a cada comerciante el lugar adecuado dónde pueda vender sus productos, y que más factible si es en su misma zona dónde no tendrían que trasladarse hasta los principales mercados del Distrito de Huánuco. es necesario poner mercados de abastos e invertir en la construcción adecuada. De esta manera lograremos que se evite más congestionamientos, en las vías públicas y la contaminación que se presenta a diario, a causa de los comerciantes informales.
3. La municipalidad del distrito de Huánuco está presto a atender las necesidades de esta población abriendo espacios donde ellos se puedan ubicar o formando alianzas con entidades privadas para poder reubicar a los vendedores informales y que estos paguen un alquiler mínimo y así se les permita realizar sus actividades sin temor a ser desalojados del lugar donde ocupan actualmente. Es necesario que cada sereno este concientizado con el

grupo informal, para brindarles el trato adecuado, sin usar la fuerza, sino, brindándoles información a cada comerciante informal que lo requiera.

4. Es necesario que la municipalidad Distrital de Huánuco invierta en más tachos adecuados para el arrojamiento de la basura, deben ser instalados en cada punto del distrito, para que las personas opten por tirarlas en el tacho de basura y no en el piso o a las esquinas, esto podría servir de mucho para mejorar nuestras calles y evitar adquirir alguna enfermedad y poder reducir la contaminación.

BIBLIOGRAFIA

1. ABDON BENITO, T. G. (26 de Julio de 2016). *Universidad Nacional del Altiplano de Puno*. Obtenido de Repositorio Institucional UNA- PUNO: http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4171/Ticona_Gemio_Abdon_Benito.pdf?sequence=1&isAllowed=y
2. ACOSTA, A. (19 de Abril de 2018). Comerciantes piden poner orden en mercado mayorista. *Tu Diario*, pág. 3.
3. ALVARAD PERES, R. (23 de Agosto de 2019). Obtenido de Wikipedia: [usquedas.elperuano.pe/normas-legales/ordenanza-que-regula-el-comercio-ambulatorio-y-estacionario-ordenanza-no-003-2019-amdoq1762610](https://www.peru.com.pe/normas-legales/ordenanza-que-regula-el-comercio-ambulatorio-y-estacionario-ordenanza-no-003-2019-amdoq1762610).
4. ALVARADO MEDRANO, E. (12 de Julio de 2017). *UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN*. Obtenido de FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL Y DESARROLLO HUMANO: <http://eprints.uanl.mx/3572/1/1080256590.pdf>.
5. ALVARADO MENDOZA, C. (22 de Noviembre de 2018). Obtenido de Repositorio: https://www.google.com/search?ei=R6k5Xd6xHlud5gKZuY2wAg&q=titular&q=titular&gs_l=psy-ab.3..0i20i263j0i9.97182.99268..100436...1.0..0.290.1661.0j1j6.....0....1..gws-wiz.....10..35i39j0i131j0i131i67j0i67.hd2ZZuE9j80&ved=0ahUKEwie8fq5kdDjAhWLjlkKHZlCAYQ4d
6. ALVARADO MEZA, A. B. (16 de Mayo de 2017). Obtenido de Wikipedia.org: https://www.google.com/search?ei=ZZ85XbjmFbHa5gKQgL_wCw&q=COMERCIO+Minorista&oq=COMERCIO+Minorista&gs_l=psy-ab.3..0i2j0i20i263j0i7.59581.61454..62406...0.0..0.288.1937.2-8.....0....1..gws-wiz.....0i71.IVx8LQbnOFs&ved=0ahUKEwj4rMGDiNDjAhUxrVkkHRDAD74Q4d
7. AQUINO CESPEDES, A. (18 de Junio de 2018). *Wikipedia*. Obtenido de https://www.google.com/search?ei=WqU5Xd3vHtGb5gLh9JW4Aw&q=comerciante+ambulatorio+regulado&oq=comerciante+ambulatorio+regulado&gs_l=psy-

ab.3..0i71l8.0.0..15655...0.0..0.0.0.....0.....gswiz.cCeFHE3jPCw&ved=0ahUK EwjdhOHajdDjAhXRjVkkHWF6BTcQ4dUDC Ao&uact

8. BENITO CEBASTIAN, C. (24 de Abril de 2018). Obtenido de Wikipedia: https://www.google.com/search?ei=EqY5XbfqKtLn5gL984nABA&q=espacio+publico&oq=espacio+publico&gs_l=psy-ab.3..0j0i20i263j0l8.5664.11015..11773...1.0..1.282.3709.2-16.....0....1..gswiz.....10..0i71j35i39j0i131j0i67.EWYdzO3NjUs&ved=0ahUKEw i3u8uyjtDjAh XSs1k

9. BERNARDO AGUIRRE, S. (12 de Setiembre de 2018). Obtenido de Repositorio: https://www.google.com/search?ei=7qY5XfulKcS45gLhq7GQCg&q=evaluacion+scioeconomico&oq=evaluacion+scioeconomico&gs_l=psy-ab.3...0.0..2273...0.0..0.0.0.....0.....gws-wiz.-S8VVBTmFg0&ved=0ahUKEwj71L2bj9DjAhVEnFkKHeFVDKIQ4dUDCAo&uact=5

10. BUSTAMANTE MEDRANO, E. (2017). *Metodos desarrollados del Comercio Informal*. Perú.

11. CABALLERO, C. C. (2018 de Febrero de 2018). *Ahora*, pág. 6.

12. CUELLAR, K. (12 de Abril de 2018). *Universidad Nacional de Pisco*. Obtenido de Monografias.com: <https://www.monografias.com/trabajos87/influenciacomercio-informaldesarrollo-desigual/influencia-comercio-informaldesarrollo-desigual.shtml>

13. ESPNOZA ISIDRO, A. (24 de Octubre de 2018). *Insidencias*. *Página 3*, pág. 2.

14. FONSECA ALVARES, M. (13 de Setiembre de 2019). Obtenido de Repositorio: https://www.google.com/search?ei=pac5Xbn0IKuD5wLHj4H4Bw&q=formalizacion&oq=formalizacion&gs_l=psy-ab.3..0j0i131j0l8.163756.167008..167835...0.0..0.947.5201.2-7j1j2j1j2.....0....1..gws-wiz.....0i71j35i39i285j35i39j0i3j0i67.F54N7t1wLRE&ved=0ahUKEwj52tbyj

15. GONZÁLEZ, N. (12 de julio de 2013). *Repositorio digital*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2168/1/02%20IEF%2021%20TESIS.pdf>.
16. GUIRRE MALDONADO, S. (23 de Mayo de 2018). *Wikipedia*. Obtenido de https://www.google.com/search?ei=_aA5Xa_nA-2l5wLVjoK4Bg&q=el+comercio+ambulatorio&oq=el+comercio+ambulatorio&gs_l=psy-ab.3..0i10.562595.565868..566721...0.0..0.278.2643.2-11.....0....1..gws-wiz.....0i71j0i131.1KL6FQ9HwKM&ved=0ahUKEwjv2fXFidDjAhVtxFkKHV
17. GUTIERRES ALVARADO, M. (24 de Octubre de 2018). Obtenido de Repositorio:
https://www.google.com/search?ei=vqg5XcSuNYGz5gLcporYCA&q=programa+de+ordenamiento&oq=programa+de+ordenamiento&gs_l=psyab.3..0i1310.130364.133854..135070...0.0..0.259.3095.0j1j13.....0....1..gswiz.....0i71j0i67j0i131j0.e22re0l0_Hc&ved=0ahUKEwjEher4kN.
18. GUTIERRES MARISCAL, M. (15 de Setiembre de 2018). Obtenido de Repositorio:
https://www.google.com/search?ei=rak5XfyzH8ic5gLP5IDwAg&q=ubicacion&oq=ubicacion&gs_l=psy-ab.3..0i10l10.322729.327219..327637...0.0..0.313.2241.2-8j1.....0....1..gswiz.....0i71j35i39j0i131j0i67.kmxjmr4isCk&ved=0ahUKEwi8vs_qkdDjAhVljlkKHU8yAC4Q4dUDC.
19. KIUY ALVARADO, O. (2016). *COMERCIO. AREQUIPA*.
20. MENDOZA ALVARADO, E. (23 de Noviembre de 2018). Obtenido de Wikipedia:
https://www.google.com/search?ei=T6g5XeWdOMW05gKuq7lCw&q=programa+municipal&oq=programa+municipal&gs_l=psyab.3..0i10.104041.108116..108981...0.0..0.264.3992.0j1j17.....0....1..gswiz.....0i71j35i39j0i67j0i131.lHk11oE54Yc&ved=0ahUKEwilgfbDkNDjAhVFmlk
21. MENDOZA ALVARADO, R. (23 de Octubre de 2018). Obtenido de https://www.google.com/search?ei=w6A5XYCUKpC45gLCrZiAw&q=el+comercio+informal+concepto&oq=el+comercio+informal+concepto&gs_l=psyab.3..0i22i30.411.12230..12564...2.0..5.369.10371.2-39j3.....0....1..gswiz.....10..35i39j0i67j0i131i20i263j0i131i67j0i20i2
22. MENDOZA ESQUIBEL, A. (24 de Agosto de 2018). Obtenido de Wikipedia:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Comercio>.

23. MENDOZA SESPEDES, M. d. (Abril de 2018). caos económico y social . *AHORA*, pág. 4.
24. MENDOZA, O. (1 de Noviembre de 2019). Diez mil ambulantes invaden calles de Huánuco. *Ahora*.
25. NOLASCO PONCE, A. F. (12 de Agosto de 2017). *Repositorio.ucv*. Obtenido de <https://www.mercadeo.com/blog/2010/01/el-comercio-informal/>
26. OCHOA VELASQUEZ, k. (24 de Agosto de 2018). Obtenido de Wikipedia: https://www.google.com/search?ei=96o5XcWVF8rt5gKTy6P4Bw&q=via+publica&oq=via+publica&gs_l=psy-ab.3..0i10.52085.54628..54965...0.0..0.288.2506.211.....0....1..gws-wiz.....0i71j0i131.ezC8IH-dbLk&ved=0ahUKEwiF7fSHk9DjAhXKtlkKHZPICH8Q4dUDCAo&uact=5
27. PONCE ROSARIO, F. (19 de Julio de 2019). Obtenido de Wikipedia: https://www.google.com/search?ei=9qs5XfyzF8KD5wKpn6TYAQ&q=ppobrez a&oq=ppobrez a&gs_l=psy-ab.3..0i71i8.0.0..29160...0.0..0.0.0.....0.....gws-wiz.vDcHXyefZCs&ved=0ahUKEwj8hsGBINDjAhXCwVkkKHakPCRsQ4dUDCAo&uact=5
28. PUENTE, I. (23 de Octubre de 2018). Correo. *Piden seguridad para mercado Las Moras*.
29. SALAZAR GOICOCHEA, D. G. (26 de Agosto de 2018). Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5355/Salazar%20Goicochea%20%26%20Vargas%20Fustamante.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
30. SALAZAR GOICOCHEA, D. G. (15 de abril de 2018). *Repositorios*. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5355/Salazar%20Goicochea%20%26%20Vargas%20Fustamante.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
31. SALAZAR MENDOZA, A. A. (14 de Octubre de 2018). Obtenido de https://www.google.com/search?ei=SZ85Xf-DKcOB5wLJqailAg&q=COMERCIO+MAYORISTA+&oq=COMERCIO+MAYORISTA+&gs_l=psy-ab.3..35i39j0i67i3j0i6.14475.20760..25868...5.0..0.258.1441.2-6.....0....1..gws-

wiz.....0i71j0i22i30j33i22i29i30j33i160.4nMINS4qza4&ved=0ahUKE

- 32.** SOTO, H. D. (2017). *Las cifras ya no nos dicen la verdad*". Perú.
- 33.** TORRES ZAVALA, F. A. (22 de Mayo de 2017). *Universidad Cesar Vallejo*.
Obtenido de Repositorio. ucv.edu.pe:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11782/torres_zf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- 34.** VARGAS HERNANDEZ, A. (27 de Setiembre de 2018). Obtenido de Wikipedia:
https://www.google.com/search?ei=VZs5Xdr4KMfJ5gK7iaSQDQ&q=comerciante+concepto&oq=comerciante+concepto&gs_l=psy-ab.3..0i7i30i10.8658.10717..11898...0.0..0.286.2676.2-11.....0....1..gswiz.....0i71.J_PeAHyg47s&ved=0ahUKEwia99ThNDjAhXHpFkKHbsECdlQ4Dudc
- 35.** VIRIDIANA HERNÁNDEZ, T. (15 de Setiembre de 2017). *Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey*. Obtenido de <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/CEM335015.pdf>

ANEXOS

ANEXO N° 01

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
PROBLEMÁTICA SOCIO-AMBIENTAL	Diversos problemas socioambientales a causa del comercio informal que aquejan a la población Huanuqueña	uso de residuos sólidos	Lugar y forma de desechar los residuos sólidos
			Tipo de residuo sólido
		condiciones de los puestos de venta	Estructura de base de los puestos de venta
			Distancia entre puestos de venta
			Dimensiones de los puestos de venta
		El caos vehicular ocasionado por el comercio informal	Espacio público ocupado por los puestos de venta
			Espacio público ocupado por los consumidores (clientes)
		Contaminación acústica	Modo de ofrecimiento de los productos en venta

ANEXO N° 02

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO DE LA INVESTIGACION: “PROBLEMÁTICA SOCIO-AMBIENTAL ANTE EL COMERCIO INFORMAL EN LOS PRICIPALES MERCADOS DEL DISTRITO DE HUANUCO, 2019”				
PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPOTESIS	METODOLOGÍA
<p>Problema general:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Existen problemas socio-ambientales ante el comercio informal en los principales mercados del distrito de Huánuco, 2019? <p>Problemas específicos :</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Los residuos sólidos producidos por los comerciantes informales son una de las causales de la problemática socio- 	<p>Objetivo General:</p> <ul style="list-style-type: none"> Describir las causas de la problemática socio-ambiental ante el comercio informal en los principales mercados del distrito de Huánuco, 2019. <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Analizar la problemática y control de residuos sólidos producidos por los comerciantes informales en los principales mercados 	<ul style="list-style-type: none"> Problemática socio-ambiental. 	<p>Hipótesis general:</p> <p>Hi: Existen problemas socio-ambientales ante el comercio informal en los principales mercados del distrito de Huánuco, 2019.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>Hi₁: Los residuos sólidos producidos por los comerciantes informales son una de las causales de la problemática socio-ambiental, en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019</p> <p>Hi₂: Las condiciones inapropiadas de los puestos de</p>	<p>Tipo de estudio:</p> <p>No experimental</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Descriptivo – analítico.</p> <p>Diseño de investigación:</p> <p>Cualitativa</p> <p>Técnica de recolección de datos:</p> <p>Observación</p> <p>Diseño de encuesta</p> <p>Base de datos</p>

<p>ambiental, en los en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019?.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Las condiciones inapropiadas de los puestos de venta de los comerciantes informales son una de las causales del incremento de la problemática socio-ambiental en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019? • ¿El caos vehicular ocasionado por el comercio informal es una de las principales causales del increment 	<p>del distrito de Huánuco 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar las condiciones de los puestos de venta de los comerciantes informales en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019. • Analizar como el comercio informal genera caos vehicular en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019. • Analizar la problemática y los resultados de la contaminación acústica producidos por los comerciantes informales en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019. 		<p>venta de los comerciantes informales son una de las causales del incremento de la problemática socio-ambientales en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019.</p> <p>Hi₃: El caos vehicular ocasionado por el comercio informal es una de las principales causales del incremento de la problemática socio-ambientales en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019.</p> <p>Hi₄: La contaminación acústica producidos por los comerciantes informales, es una de las causales de la problemática socio-ambiental en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019.</p>	
---	---	--	--	--

<p>o de la problemática socio-ambiental en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿La contaminación acústica producidos por los comerciantes informales, es una de las causales de la problemática socio-ambiental en los principales mercados del distrito de Huánuco 2019? 				
--	--	--	--	--

ANEXO N°03

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

I. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRAFICAS

1	<i>Edad</i>	:	 _____ años
2	<i>Grado de Instrucción</i>	:	<input type="checkbox"/> Sin estudios <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Universitario
3	<i>Estado civil</i>		<input type="checkbox"/> Soltero (a) <input type="checkbox"/> Conviviente <input type="checkbox"/> Casado (a) <input type="checkbox"/> Separado (a)

II. CARACTERÍSTICAS A ANALIZAR

4. ¿Dónde desechas los residuos sólidos resultantes de tu negocio?

- a) lo dejo en la calle
- b) los tiro en una esquina
- c) pasa el carro recolector todos los días a llevárselo
- d) me lo llevo a mi casa
- e) otro: _____

5. ¿cómo lo desechas?

- a) Contenido en bolsas negras
- b) En cajas inservibles
- c) Los quemo
- d) Otro: _____

6. ¿Qué es lo que con normalidad desechas? Marque según corresponda

- Plástico Cajas Bolsas Botellas
 Residuos de comida Residuos de fruta Objetos de vidrio Objetos punzo cortantes

7. ¿Cómo es la plataforma del puesto de venta en la que colocas tus productos?

- a) Con base armable de madera
- b) Con base armable de metal
- c) Carretas improvisadas

- d) Sin base, solo plástico tendido al suelo
- e) Otro: _____

8. Entre un puesto de venta y otro, ¿con qué espacio se cuenta?

- a) Medio metro.
- b) Más de medio metro
- c) Menos de medio metro

9. En qué medida dificulta el acceso peatonal a los diversos puntos del mercado?

- a) No permite el paso peatonal
- b) Pasan con dificultad
- c) Solo puede pasar una persona tras otra
- d) El paso es adecuado, no dificulta en nada

10. ¿Cuánto mide tu puesto de venta?

_____ cm.

11. Considera que es apropiado las dimensiones con las que cuenta, para un negocio prospero?

- SI NO tal vez

12. ¿Por qué?

13. ¿Qué espacio público ocupa en su lugar de venta?

- a) Parte de la vereda
- b) Toda la vereda
- c) Parte de la pista
- d) Otro: _____

14. ¿Qué espacio público ocupan sus clientes en el momento de la compra de su producto? a)

- a) Parte de la vereda
- b) Toda la vereda

- c) Parte de la pista
- d) Otro: _____

15. ¿Qué estrategia utiliza para ofrecer sus productos?

- a) Megáfono

- b) Micrófono
- c) Música a alto volumen
- d) Espots grabados a alto volumen

Otro: _____