

**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN**  
**FACULTAD DE ECONOMÍA**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**



**EL COMERCIO AMBULATORIO EN LOS  
ALREDEDORES DEL MERCADO MODELO Y SU  
INFLUENCIA EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL  
DISTRITO DE HUÁNUCO, 2019.**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

ECONOMISTA

TESISTAS:

Bach.Econ. ALEJO RODRIGUEZ, Franklin Harry

Bach.Econ. ESTEBAN DOMINGO, Jhonatan

Bach.Econ. SALAZAR CELESTINO, Omar Brander

ASESOR:

Mg. ROQUE VALDIVIA JARA

**HUÁNUCO, PERÚ**

**2019**

## **DEDICATORIA**

Dedicamos este trabajo principalmente a Dios, por habernos dado la vida y por ser nuestro inspirador y permitirnos el haber llegado hasta este momento tan importante de nuestra formación profesional.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser sus hijos, son los mejores padres.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

## **AGRADECIMIENTO**

A los comerciantes ambulorios de los alrededores del mercado modelo de Huánuco, por su predisposición para darnos la información necesaria.

A mi docente asesor, quien me ayudo en todo momento en la formulación de esta investigación, sin él no hubiera sido posible concluir de acuerdo a los parámetros establecidos en el proyecto.

A los señores miembros del Jurado, por haber complementado con sus orientaciones a la formulación de importantes conclusiones en torno a los objetivos planteados en la presente tesis.

A la facultad de Economía de la Universidad nacional Hermilio Valdizan, por habernos formado como profesionales.

A mis familiares y amigos, que me han apoyado en todo momento en las diferentes etapas de formación de la carrera de contabilidad, todos ellos han sumado a este propósito.

A Dios nuestro señor, por haber sido guía y motivación.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general Determinar cómo el comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo de Huánuco influye en la actividad económica del distrito de Huánuco. Para ello se elaboró un cuestionario y una guía de entrevista para aplicarla a los comerciantes ambulatorios de los alrededores del mercado modelo de la Ciudad de Huánuco, el instrumento se sometió a la validación por juicios de expertos y su confiabilidad se demostró con el Alfa de Crowbach el cual arrojó un 0.89.

Se aplicó el cuestionario los resultados fueron los siguientes: Se determinó mediante la prueba de hipótesis de Pearson cómo el comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo de Huánuco influye en la actividad económica del distrito de Huánuco, siendo el indicador para este propósito un 0.87 lo cual demuestra su impacto, este sector tiene un rol preponderante en las actividades comerciales de la ciudad de Huánuco así como en un gran sector de su población laboral. Se conoció la relación de los tipos de comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo con la actividad económica del distrito de Huánuco, 2019, los comerciantes expenden productos como prendas de vestir, artículos electrónicos, Comida y tubérculos siendo la mayor cantidad de comerciantes de prendas de vestir. Se determinó mediante el estadígrafo de Pearson el cual arrojó un 0.79 la relación entre el lugar de ventas del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo con la actividad económica del distrito de Huánuco, 2019. La mayoría de comerciantes venden los lugares itinerantes de la vía pública, con desconocimiento y escasa orientación sobre requisitos de formalización y con deudas a entidades financieras. Se determinó la relación de los aspectos demográficos en los comerciantes de los alrededores del mercado modelo con la actividad económica del distrito de Huánuco. Un 63 % son mujeres, la mayoría de comerciantes tienen entre 30 y 41 años de edad, financian sus negocios con préstamos de entidades financieras y son padres de familia.

## SUMMARY

The objective of this research was to determine how outpatient commerce around the Huanuco model market influences the economic activity of the Huánuco district. For this purpose, a questionnaire and an interview guide were prepared to be applied to outpatients around the model market of the City of Huánuco, the instrument was validated by expert judgments and its reliability was demonstrated with Crowbach's Alpha which threw a 089.

The questionnaire was applied, the results were as follows: It was determined by Pearson's hypothesis test how outpatient commerce in the surroundings of the Huánuco model market influences the economic activity of the Huánuco district, the indicator for this purpose being 0.87. which demonstrates its impact, this sector has a preponderant role in the commercial activities of the city of Huánuco as well as in a large sector of its working population. It was known the relationship of the types of ambulatory trade in the surroundings of the model market with the economic activity of the district of Huánuco, 2019, merchants sell products such as clothing, electronics, food and tubers being the largest number of garment merchants To wear. It will be determined by the Pearson statistician which showed a 0.79 relation between the sales place of the ambulatory trade in the surroundings of the model market with the economic activity of the district of Huánuco, 2019. Most merchants sell the itinerant places of the road public, with ignorance and scarce guidance on formalization requirements and with debts to financial institutions. The relationship of demographic aspects in the merchants around the model market with the economic activity of the Huánuco district will be determined. 63% are women, most merchants are between 30 and 41 years old, finance their business with loans from financial institutions and are parents.

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN.....	iv
SUMMARY .....	v
INTRODUCCIÓN .....	viii
Índice.....	x

### **CAPITULO I. MARCO TEORICO**

1.1. Antecedentes de la investigación .....	10
1.1.1. Antecedentes internacionales .....	10
1.1.2. Antecedentes nacionales .....	12
1.1.3. Antecedentes locales .....	13
1.2. Formulación del problema de investigación general y específicos... ..	15
1.3. Formulación de objetivos generales y específicos... ..	16
1.4. Formulación de hipótesis generales y específicas... ..	16
1.5. Sistema de Variables .....	16
1.6. Bases teóricas .....	17
1.6.1. Variable n° 1: El comercio ambulatorio en mercado modelo .....	21
1.6.2. Variable n° 2: Actividad Económica .....	21
1.7. Definición de términos básicos... ..	26

### **CAPITULO II. ASPECTOS METODOLOGICOS**

2.1. Ambito.....	31
2.2. Población.....	31
2.3. Selección de muestra .....	31
2.4. Nivel y tipo de Estudio .....	32
2.5. Diseño de investigación.....	33
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	33
2.7. Validación y confiabilidad del Instrumento .....	34
2.8. Procedimiento de datos.....	3
2.9. Plan de tabulación y analisis de datos .....	35

### **CAPITULO III. DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

3.1. Análisis descriptivo.....	36
3.2. Análisis inferencial y contrastación de hipótesis .....	47
3.3. Discusión de Resultados .....	50
3.4. Aporte científico de la Investigación .....	51
CONCLUSIONES.....	52
RECOMENDACIONES O SUGERENCIAS .....	53
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	54
ANEXOS .....	56
Matriz de consistencia .....	1

## INTRODUCCIÓN

La tesis tiene como título de desarrollo: “El Comercio Ambulatorio en los alrededores del mercado modelo y su influencia en la actividad económica del distrito de Huánuco, 2019.”, la cual fue estructurada en cinco capítulos: Planteamiento del Problema, Marco Teórico, Metodología, Análisis e Interpretación de Resultados, terminando con la Discusión, Conclusiones y Recomendaciones, acompañada de una amplia fuente bibliográfica, la misma que sustenta el desarrollo de esta investigación; así como los anexos correspondientes.

Capítulo I: Planteamiento del Problema, en este punto abarca la metodología empleada para el desarrollo de la tesis; incluyendo la descripción de la realidad problemática, delimitaciones, problemas, objetivos, justificación e importancia del trabajo, limitaciones; terminando con la viabilidad del estudio.

Capítulo II: Marco Teórico, abarca desde los antecedentes, marco legal, marco teórico con sus respectivas conceptualizaciones sobre: comercio informal y ampliación de la base tributaria; donde cada una de las variables se desarrollaron con el apoyo de material procedente de especialistas, quienes con sus aportes enriquecieron la investigación; además las variables son de interés del sector público y privado, permitiendo clarificar desde el punto de vista teórico conceptual a cada una de ellas, culminando con la formulación de las hipótesis.

Capítulo III: Metodología, comprende desde el tipo, nivel, método, xvi diseño; así como la población y muestra; Operacionalización de las variables, técnicas de recolección de datos, técnicas de procesamiento de datos y aspectos éticos.

Capítulo IV: Análisis e Interpretación de Resultados, se trabajó con la técnica del cuestionario con preguntas cerradas, con las cuales se realizó la parte estadística y gráfica; además se interpretó pregunta por pregunta, facilitando una mayor comprensión, culminando con la contrastación de las hipótesis.

Capítulo V: Discusión, Conclusiones y Recomendaciones, en cuanto a la discusión, se analiza la parte teórico conceptual y normatividad existente relacionada con las variables, las conclusiones que se realizaron de acuerdo a la formulación de las hipótesis y en cuanto a las recomendaciones se puede apreciar que son viables y practicables.



## CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

### 1.1. Antecedentes de la Investigación

En el ámbito internacional, el comercio ambulatorio es un fenómeno de variadas dimensiones y exige considerar aspectos económicos, políticos, culturales y urbanísticos, teniendo en cuenta el consumo, la información y por la lucha del día a día por la supervivencia y el derecho a existir. El comercio es desde tiempos remotos uno de las actividades comerciales más importantes para el desarrollo económico de una sociedad, el intercambio de bienes ha pasado de ser una actividad meramente comercial a ser una fuente de trabajo para sectores vulnerables de la sociedad, que ven en la venta de mercaderías una fuente de ingresos que les permite la subsistencia. El fenómeno del comercio ambulatorio, no es exclusivo de ciudades de economía deprimida o emergente, este fenómeno se puede encontrar en ciudades desarrolladas y en proceso de crecimiento como lo indica *Castañeda & García (2007)*.

Este comentario no es ajeno al presente trabajo de investigación, ya que se realizaron investigaciones previas con semejanza parcial al presente trabajo. Para señalarlos es conveniente demarcarlos por niveles:

#### 1.1.1. Antecedentes internacionales

A. Torres (2017), Realizo en su trabajo de investigación titulado; **“Comercio Informal Ambulatorio y sus efectos en el deterioro del Espacio Público de la ciudad de Barcelona, 2017.”**Tesis realizada para obtener el grado académico de: Maestro en Arquitectura, en la Universidad de España. De la cual se extraen las principales conclusiones:

- Según los resultados obtenidos, en relación a la variable comercio informal ambulatorio se concluyó que el nivel de ocupación existente de esta actividad

- apostada en la ciudad de Barcelona es de nivel alto, con un 47%; la cual, a partir de la falta de planes de control conllevan a que esta actividad comercial, siga creciendo, generando deterioros sobre el espacio público en este sector de la ciudad.
- En la variable espacio público, el nivel de conservación es deteriorado, donde a partir de los resultados obtenidos se concluyó que el 46% de la población afirma este grado de deterioro es provocado por las actividades realizadas por el comercio informal ambulatorio, que han provocado que el espacio público este en un estado de vulnerabilidad, afectando a una buena parte de la población que habita y transita por este sector de la ciudad, convirtiéndose en escenarios de una inmensa variedad de conflictos sociales entre los actores que se ubican en ese lugar. Los expertos consultados, reafirman lo antes mencionado, concluyendo que el uso inadecuado y la falta de planes adecuados, están generando el deterioro constante del espacio público. En las dimensiones de la variable deterioro del espacio público, el mayor número de respuestas se concentra en el nivel moderado en los siguientes porcentajes: deterioro de la estética urbana 48%, inseguridad ciudadana 42%, insalubridad y hacinamiento 34%, menoscabo del equipamiento y mobiliario 30.5% y devaluación del espacio 28%.

**B. Remaycuna (2014)**, realizo la investigación titulada; **“Factores asociados a la informalidad de los comerciantes ambulantes del sector verduras en el mercado modelo de la ciudad de Bogotá agosto del 2014”** Tesis realizada para optar el Título Profesional de Ingeniero Profesional, en la Universidad Privada de Bogotá. De la cual se extrae las siguientes conclusiones:

- El alto índice de desempleo y la falta de oportunidades para alcanzar el desarrollo económico en algunas regiones rurales de nuestro país, ha impulsado a muchas personas y familias a migrar hacia las ciudades, siendo el 61 % de la mayor parte de

la población que empezó este negocio de manera informal por la falta de empleo. La mayoría de los comerciantes tiene de 5 años a más (51%), desempeñándose como comerciante informal en el sector verduras, permaneciendo de manera constante sin cambiar de actividad informal (56%).

- El alto índice de desempleo y la falta de oportunidades para alcanzar el desarrollo económico en algunas regiones rurales de nuestro país, ha impulsado a muchas personas y familias a migrar hacia las ciudades, siendo el 61 % de la mayor parte de la población que empezó este negocio de manera informal por la falta de empleo. La mayoría de los comerciantes tiene de 5 años a más (51%), desempeñándose como comerciante informal en el sector verduras, permaneciendo de manera constante sin cambiar de actividad informal (56%).

### **1.1.2. Antecedentes Nacionales**

A. Chuquichaicos (2014), realizó la investigación titulada; **“El comercio informal en el espacio Público de la zona de comercio intensivo de Huancayo ·sector ce 10·16” Aplicación: Centro comercial para· Formal Huancayo”** Tesis para optar el Título Profesional de Arquitecto, en la Universidad Nacional del Centro del Perú. De la cual se extrae las siguientes conclusiones:

- El proyecto de usos múltiples casa mercado Huancayo forma un hito urbano, aprovechando el potencial del comerciante informal para generar equipamientos similares en el sector de comercio intensivo de Huancayo, mejorando las condiciones de vida, retroalimentando la vida pública y privada. Este proyecto se abre a la ciudad y favorece el contacto entre lo desconocido, intensifica el uso de suelo, las relaciones y deja margen para lo desconocido
- Es un edificio contenedor que procura un hábitat indiferenciado, la diversidad de funciones que se agrupan en su interior, usos que dependen de iniciativa pública y

privada. Sabemos que el comercio informal contiene diversas aristas, el proyecto casa mercado responde a un problema del uso del suelo.

**B.** Tejada (2017), realizo la investigación titulada; **“El comercio informal de ropa y su repercusión en el pago de impuestos caso: alrededores del mercado central de la ciudad de Cajamarca” periodo 2017**”. Tesis para optar el Título Profesional de Economista, en la Universidad Nacional de Cajamarca. De la cual se extraen las principales conclusiones:

- El comercio informal de ropa en la ciudad Cajamarca es un problema socioeconómico, careciendo la gran mayoría de trabajo lo que conlleva a no tener un ingreso suficiente como para que el comerciante informal pueda formalizar su negocio.
- El nivel de instrucción de los comerciantes informales de ropa es bastante bajo: un 5% es analfabeta, el 7% tiene estudios terminados de básica primaria y solo un 41% termino sus estudios secundarios. Al mirar las cifras de modo global, se concluye que mucho de ellos van tener dificultades para pasar a la economía formal.

### **1.1.3. Antecedentes Regional**

**A.** Lázaro (2016), realizo la investigación titulada; **“La formalización del comercio ambulatorio como estrategia para ampliar la base tributaria en el Perú – período comprendido entre 2015 y 2016”**, Tesis para optar el grado Académico de Doctor en Contabilidad y Finanzas en la Universidad San Martín de Porres. De la cual se extraen las principales conclusiones:

- Los datos obtenidos y puestos a prueba, permitieron determinar que la eficiente cultura de servicio por parte del ente fiscalizador, afecta el aprovechamiento de las facilidades en cuanto a la formalización de microempresarios, cuando ésta no se

lleva de manera correcta, siendo una tendencia mundial no solo brindar un buen producto, sino que éste debe estar acompañado de un buen servicio

- Se ha establecido que el incumplimiento de requisitos exigidos por el Estado respecto a la formalización, incide de manera inversa en la preparación de los microempresarios a desarrollar actividades de “Retail” moderno. Al respecto es importante señalar que, si la sociedad percibe bajo control tributario, la informalidad capta mayor cantidad de adeptos, generando un efecto multiplicador perjudicial para el sistema tributario.

**B.** Katerin (2015), realizó la investigación titulada; **“Relación del comercio informal y la evasión Tributaria de los comerciantes del sector calzado del mercado modelo de Chiclayo 2015.”**. Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público; en la Universidad Señor de Sipán. De la cual se extraen las principales conclusiones:

- Efectuado el análisis de la situación actual del comercio informal en el sector calzado del mercado modelo Chiclayo 2015, se encontró que en gran parte las personas se dedican a ese tipo de comercio por desempleo, porque son migrantes, no tienen educación, mayormente son mujeres, y el 100% son informales.

Al analizar el nivel de evasión tributaria se estableció que es total, porque son informales, no están empadronados, asociados, y no mantienen una relación con los órganos de control, llámese Municipalidad y SUNAT.

- Se determinó que la relación entre el comercio informal y la evasión tributaria es directa y por lo tanto si hay más comercio informal hay más evasión tributaria, es decir siempre van estar enlazados uno del otro, ya que los comerciantes informales no pagan impuestos, menos emiten factura como se demuestra en la tabla N° 10.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

De acuerdo a la naturaleza de la investigación, se plantean las siguientes interrogantes:

**PG:** ¿Cómo el comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo de Huánuco influye en la actividad económica del distrito de Huánuco, 2019?

### **1.2.2. Problemas específicos.**

**PE<sub>1</sub>** ¿Cuál es la relación de los tipos de comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo con la actividad económica del distrito de Huánuco, 2019?

**PE<sub>2</sub>** ¿Cómo se relaciona el lugar de ventas del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo con la actividad económica del distrito de Huánuco, 2019. ?

**PE<sub>3</sub>** ¿Cuál es la relación de los aspectos demográficos en los comerciantes de los alrededores del mercado modelo con la actividad económica del distrito de Huánuco, 2019?

## **1.3. Formulación del Objetivos generales y/o específicos**

### **1.3.1. Objetivo General**

**OG:** Determinar cómo el comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo de Huánuco influye en la actividad económica del distrito de Huánuco, 2019.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

**OE<sub>1</sub>.** Conocer la relación de los tipos de comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo con la actividad económica del distrito de Huánuco, 2019

**OE2.** Determinar Cómo se relaciona el lugar de ventas del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo con la actividad económica del distrito de Huánuco, 2019.

**OE3.** Determinar la relación de los aspectos demográficos en los comerciantes de los alrededores del mercado modelo con la actividad económica del distrito de Huánuco, 2019?

#### **1.4. Formulación de Hipótesis y/o Sistema de Hipótesis**

##### **1.4.1. Hipótesis General**

**HG:** El comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo se relaciona positivamente en la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019

##### **1.4.1. Hipótesis Específica**

**HE1:** Los tipos del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo se relaciona sustancialmente con la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019.

**HE2:** El lugar de ventas del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo se relaciona positivamente con la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019.

**HE3:** Los aspectos demográficos del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo se relaciona sustancialmente con la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019.

#### **1.5. Sistema de variables**

**1.5.1. Variable Independiente:** Comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo

**1.5.2. Variable Dependiente:** Actividad Económica

### **1.5.3. Variable Interviniente.** Formalización

## **1.6. BASES TEÓRICAS**

### **1.6.1. Comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo**

**Pitman & k. (2012)**, Refiere que esta actividad es asociada a las calles y a las economías informal ya que este tipo de comercio nos suele estar inscrito en ningún tipo de registro normal no pagan impuestos y no ofrecen garantías sobre sus productos. **RAE (2010)** señala que la palabra comercio da lugar a una 'negociación que se hace comprando y vendiendo permutando géneros o mercancías.

#### **Características**

- Comercio ambulatorio fijo en la vía pública-Ocurre cuando el comerciante de/a de deambular por las calles para querer establecerse en un lugar fijo invadiéndolo. El comerciante valora la ubicación apreciando el número de clientes potenciales.
- Debido a su calidad de informal y su considerable expansión en distintos lugares públicos de la ciudad, la buhonería es vista por ciertos sectores de la sociedad como problemática y molesta. Sin embargo, los bajos precios y el fácil acceso a distintos productos que ofrece el buhonero hacen de él una alternativa rentable y eficiente para gran parte del mercado consumidor.

El comercio ambulatorio, por su parte, es la actividad comercial que tiene lugar en las calles. Está asociado a la economía informal ya que en muchos casos se trata de empresas que no están inscritas en ningún tipo de registro, no pagan impuestos y no ofrecen garantías sobre sus productos. Sin embargo, en algunos países no se permite la realización de ninguna actividad comercial en la vía pública sin la correspondiente autorización de la municipalidad.

Dado que los puestos ambulantes no suelen encontrarse ligados a ningún punto geográfico en particular, muchos comerciantes recorren ciudades enteras con sus productos, generalmente organizados de forma tal que la gente de cada barrio sepa qué día de la semana pasarán cerca de sus casas. Las causas de su naturaleza ambulatoria pueden ser varias, y no siempre residen en cuestiones legales relacionadas con la actividad que realizan o los artículos que ofrecen.

### **1.6.2. Tipos de comercio ambulante**

*Zavaleta (2017)*, indica: El comercio ambulante admite diversas subdivisiones o perspectivas de análisis.

Por lo tanto es susceptible apreciarle desde el punto de vista de la formalidad; aunque siendo todas de nivel informal unas lo son abiertamente, en tanto que otras tienen un vínculo municipal (permiso, supervisiones, programas especiales).

También es susceptible verlo del ámbito de la afluencia de público (estadios, consultorios, terminales de metro, estacionamientos educacionales, municipalidades, hipódromos, hospitales, paraderos de buses, etc.). Así mismo de tránsito por lugares públicos, el típico comerciante que deambula por las calles.

Por último desde la perspectiva funcional del sistema social económico, en orden de paliar el desempleo, canalizar el camino de personas con escasa especialidad, o por dificultad del sujeto de encontrar trabajo formal o por falla de aptitud de disciplina y subordinación en el mercado laboral formal o también para incentivar el emprendimiento.

### **1.6.2. Informalidad**

*Salazar Goicochea (2016)*, Define que el empleo informal se refiere a la actividad laboral de los trabajadores independientes, los vendedores ambulantes, las trabajadoras de servicio doméstico, los limpiavidrios, entre otros.

El empleo informal refleja la dura realidad de muchos países en el mundo, pues está directamente relacionado con el empleo infantil. Cualquier esfuerzo de trazar un mapa de la economía informal no puede ignorar la existencia del trabajo infantil. La mayoría de los casos de trabajo infantil se encuentra en la economía informal, a menudo en las más "ocultas" y peligrosas formas de trabajo, entre ellas el trabajo forzoso y la esclavitud. Los niños son los más vulnerables a todos los aspectos negativos de la actividad informal. Se estima que de los 211 millones de niños en edades comprendidas entre 5 y 14 años que trabajan en el mundo, al menos 110 millones realizan trabajos peligrosos en los que son explotados. Si comparamos cifras en el mundo, podemos observar que África tiene el número relativo más alto de niños que trabajan: en torno a un 29% de los niños entre 5 y 14 años. Las cifras comparables de Asia y América Latina son un 19 y un 16%, respectivamente. En valores absolutos, Asia tiene el mayor número de niños trabajadores.

### **1.6.3. Lugar fijo en la vía pública**

*Villalobos Chuquichaico (2014)*; refiere Una vía es un espacio que permite la circulación de personas y vehículos de un sitio hacia otro. Es pública pues su uso no está restringido a unas pocas personas, aunque puede no incluir a toda una comunidad.

Cualquier espacio por donde transiten seres humanos a pie (peatones) o conduciendo vehículos con o sin motor, que sean de uso de todos o de muchos,

integran la vía pública. Son espacios abiertos, techados o no, pero que permiten la circulación.

La vía pública incluye veredas, calles, rutas, plazas, parques, que son los espacios públicos masivos pues no tienen restricciones de tránsito para nadie, aunque algunas son de uso exclusivo de peatones, como las veredas y plazas, y otras para ciertos vehículos como sucede con las bici-sendas. Las vías públicas pueden ser urbanas o rurales.

El orden y el modo de uso de la vía pública es regulado a través de leyes, reglamentos y ordenanzas estatales, para asegurar el orden y la seguridad de dichos espacios; estando las fuerzas policiales facultadas para intervenir en caso de violación de estas normas. Aquí ya no rige la libertad que existe en el ámbito privado (en un espacio cerrado y con derecho de uso) donde puede hacerse lo que uno desee sin molestar a los demás; ya que la vía pública es de todos y por eso se exige su respeto y cuidado (no arrojar basura, no realizar manifestaciones obscenas, no romper instalaciones, como carteles o luminarias, etcétera).

#### **1.6.4. Características del comerciante**

*Bocanera Risco (2016)*; Define que el Comerciante es la persona que de manera constante se dedica a realizar actividades propias del comercio, por su parte el código de comercio define como comerciante a las personas que de manera profesional se dedican a ejecutar actividades que la ley comercial cataloga como comerciales.

Dicha calidad de comerciante se adquiere aun si la persona que se dedica a ello no la ejerce por sí mismo, es decir, que aunque sea por intermedio de apoderado o tercera persona se adquiere dicha calidad, de conformidad con lo establecido en el artículo 10 del código de comercio, el cual establece lo siguiente:

- ✓ «Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.
- ✓ La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona»
- ✓ Solo pueden ejercer el comercio las personas con capacidad para contratar y obligarse, los incapaces para la ley por ende son inhábiles para ejercer el comercio. Entonces para poder ejercer actividad mercantil es necesario que se goce de capacidad legal.

El código de comercio impone unas obligaciones al comerciante; son obligaciones del comerciante:

- ✓ Realizar la correspondiente inscripción de su actividad en el registro mercantil que llevan las cámaras de comercio.
- ✓ Realizar la inscripción de todos los actos que la ley comercial exija su inscripción, tales como libros y documentos.
- ✓ Llevar la contabilidad de los negocios que realiza.
- ✓ Conservar los documentos relacionados con su actividad, como por ejemplo facturas.
- ✓ No actuar con competencia desleal.

La formalización del comercio ambulatorio como estrategia para ampliar la base tributaria en el Perú .

#### **1.6.5. Variable N° 02: Actividad Económica del Distrito de Huánuco**

*Jaramillo (2016)*, refiere actividades económicas a todos los procesos que tienen lugar para la obtención de productos, bienes y/o servicios destinados a cubrir necesidades y deseos en una sociedad en particular.

Son actividades económicas todos los procesos que tienen lugar para la obtención de productos, bienes y/o servicios destinados a cubrir necesidades y deseos en una sociedad en particular. Primario (agricultura, ganadería, pesca y minería), 2/ Secundario (industria y construcción) 3/ Terciario (servicios). En este sector se agrupan todas las actividades productivas relacionadas con la explotación directa de los recursos naturales sin que se produzca una transformación de los mismos.

Para la economía y las finanzas, una actividad es cualquier proceso que ocurre de manera organizada con el fin último de generar productos, o también bienes y servicios, que en un contexto dado contribuirán al progreso económico de un grupo, sociedad o nación.

Las actividades económicas tienen el propósito de cubrir las necesidades humanas a partir del trabajo sobre los recursos disponibles en el planeta y, en ese sentido, contemplan un criterio no sólo económico y empresarial, sino también social y ambiental en la toma de decisiones.

En nuestro sistema impositivo, se trata de que los impuestos se basen en la capacidad económica. Si ésta fuera nula, no se me debería reclamar un impuesto y si mi capacidad económica fuera importante, debería pagar más impuestos que otros. Sin embargo, no es sencillo determinar cuál es mi capacidad económica, así que se parte de indicios que denotan su existencia. Fundamentalmente, la obtención de rentas, la circulación de bienes y el consumo. Si obtengo rentas o un determinado bien y si consumo, debe de ser que tengo capacidad económica.

#### **1.6.6. Tasa de desempleo**

*Gonzales (2015)*; define, El Desempleo (o paro) se produce cuando la gente está sin trabajo, pero lo está buscando activamente. Por tanto, la tasa de desempleo es el

porcentaje de la población activa (con capacidad de trabajar) que se encuentra desempleada pero buscando activamente empleo y dispuestos a trabajar.

### **Desempleo, cálculo y motivos**

- ✓ La tasa de desempleo es una medida de la extensión del desempleo y se calcula como un porcentaje dividiendo el número de personas desempleadas por todas las personas que se encuentran en la fuerza laboral.
- ✓ Durante los períodos de recesión, la economía experimenta generalmente una tasa de desempleo relativamente alta.
- ✓ Porcentaje del total de trabajadores que no tienen empleo y están buscando un trabajo remunerado.

La tasa de desempleo es una de las estadísticas más observadas por los analistas y es vista como un signo de debilidad de la economía que puede requerir reducir la tasa de interés. Una tasa decreciente, de manera similar, indica una economía en crecimiento, que suele ir acompañada por una tasa de inflación más alta y requerir así un aumento en las tasas de interés.

### **1.6.7. Dependencia Económica**

*Garcia & Maria (2017)*; define, La Dependencia Económica es una situación en la cual la economía de un país está fuertemente ligada a la evolución de la situación económica de otro país con un nivel de producción mucho mayor.

Esta situación se expresa en grados de dependencia entre un país y otro. Por ejemplo, entre un país industrializado comprador de materias primas y otro atrasado, vendedor de commodities, se crea una relación de dependencia caracterizada generalmente por desventajas para este último.

### **Los canales por los cuales se produce la dependencia económica son variados:**

- ✓ Cuando las exportaciones de una nación con un gran sector exportador se concentran en un solo país.
- ✓ Cuando las empresas de un país están controladas en gran parte por inversores extranjeros o bien cuando los recursos importantes para la economía de un país, como los recursos naturales, están bajo control de otro país.
- ✓ Cuando las políticas económicas de un país están fuertemente influenciadas por las decisiones tomadas en otros países.
- ✓ Cuando un sector importante de un país depende de las importaciones de otro país. Esta situación se puede dar con el petróleo, cuyo precio está controlado por un pequeño grupo de países.

### **GRADOS DE DEPENDENCIA**

La dependencia se mide en términos cualitativos y cuantitativos. En términos cualitativos porque en la mayoría de los casos hay una relación de subordinación económica entre el países exportador y el país importador.

También se mide en términos cuantitativos, cuando se cuantifica el volumen mayoritario de exportaciones de un país a otro. Entonces se dice que el país importador tendrá influencia en el país exportador, porque este depende casi exclusivamente de sus compras.

#### **1.6.8. Nivel Socio Económico**

*García & Leire (2016)*, define, El nivel socioeconómico es la jerarquía que tiene una persona o un grupo con respecto a otro o al resto. Usualmente se mide por el ingreso como individuo y/o como grupo, y otros factores educación y ocupación.

Básicamente el nivel socioeconómico puede ser clasificado como nivel bajo, medio o alto, aunque dependiendo del estudio que se hace, pueden separarse en más niveles:

**a) Nivel socioeconómico familiar**

En el caso de agrupación por familia se suelen sumar los ingresos de sus miembros y se estudian las condiciones en las que vive esa familia, usualmente la educación y la ocupación de dichos miembros.

Hay estudios que comprueban otros factores como acceso a servicios básicos (luz, gas, cloacas, etc.), equipamiento y movilidad (cantidad de autos, o si disponen de ciertos artículos del hogar), etc.

**b) El nivel socioeconómico más allá del ingreso de dinero**

En la mayoría de los estudios socioeconómicos de familias se ve una clara relación entre el nivel socioeconómico y la prevalencia de ciertos problemas de salud tanto físicos como mentales, como enfermedades respiratorias, coronarias y esquizofrenia, etc. A menor nivel socioeconómico, mayor es la posibilidad de estas enfermedades. En algunas sociedades desarrolladas un nivel socioeconómico bajo trae también aumentos en los embarazos no deseados, abuso de drogas y obesidad.

**Principales Factores Que Determinan El Nivel Socioeconómico**

**Ingresos:**

Cualquier salario, ganancia, renta, pensiones, intereses o cualquier asistencia gubernamental o de otra índole son sumados como ingresos de un individuo.

El ingreso es una de las medidas más fácil de entender, porque se traduce cuantitativamente: es un número.

En aquellas familias de bajos ingresos estos son gastados en necesidades inmediatas (alimentos, vestimenta, etc.) y no acumulan bienes que puedan pasarse a futuras

generaciones, esto incrementa la inequidad. En tanto las familias con ingresos altos pueden acumular bienes y ahorros, además de disfrutar de lujos.

**c) Educación:**

La educación también juega un rol en los ingresos. El ingreso promedio se incrementa en cada nivel de educación. Mientras mayor sea el grado de educación, mayores serán los ingresos. La educación también mejora la posibilidad de tener trabajos mejor calificados.

Esto afecta el aprendizaje de habilidades y exagera el problema de disparidad de educación entre niveles socioeconómicos.

**d) Ocupación:**

El estatus ocupacional mide la posición social describiendo las características del trabajo, las demandas psicológicas del mismo, y el control y habilidad en la toma de decisiones.

Entre las más prestigiosas ocupaciones según las encuestas (en países de medio a alto desarrollo) están los médicos y cirujanos, abogados, químicos, ingenieros, profesores universitarios y analistas de comunicaciones. Son trabajos que proveen mayores desafíos, mayor control sobre las condiciones en que se desarrollan, pero también requieren de más habilidades.

## **1.7. Definición de los términos básicos**

### **1.7.1. Costos de Formalización**

La formalización de una empresa requiere que se inscriba en el correspondiente registro y se ponga a cumplir sus obligaciones fiscales y laborales. La formalización de un trabajador requiere, a su vez, que se inscriba (normalmente en un registro diferente; según los países y sectores esta inscripción puede realizarse por el propio

trabajador, o bien por su empresario) y se ponga a cotizar al sistema de seguridad social.

### **1.7.2. Burocracia para la formalización**

La burocracia es la organización o estructura que es caracterizada por procedimientos centralizados y descentralizados, división de responsabilidades, especialización del trabajo, jerarquía y relaciones impersonales.

### **1.7.3. Conflicto social**

El conflicto social es un proceso complejo en el cual sectores de la sociedad, el Estado y/o las empresas perciben que sus posiciones, intereses, objetivos, valores, creencias o necesidades son contradictorios, creándose una situación que podría derivar en violencia.

### **1.7.4. Clientes**

Es una persona física o jurídica que recibe un servicio o adquiere un bien a cambio de un dinero u otro tipo de retribución. Un cliente desea que se le sea atendido a la medida de la exigencia por quien presta la colaboración.

### **1.7.5. Presión de la autoridades**

Los grupos de presión se caracterizan por la influencia que tienen en la toma de decisiones frente al ente público, son grupos que buscan influir en las distintas decisiones que se llevan a cabo, con la finalidad de obtener beneficios y hacer valer sus intereses personales. Además, los grupos de presión emplean distintas formas y medios para presionar a las instituciones del Estado.

### **1.7.6. Nivel de ventas**

El volumen de ventas, en economía, es una magnitud contable que agrega todos los ingresos que una empresa o unidad contable ha tenido, con motivo de su actividad ordinaria, en un periodo de tiempo determinado. El volumen de ventas o

de negocio se ve aumentado a medida que crece la actividad por parte de la empresa y no cuando se producen aportaciones dinerarias por parte de los socios.

#### **1.7.7. Edad**

Tiempo que tiene un ser vivo desde su nacimiento hasta el presente o un momento determinado, Toda persona física o moral tiene el derecho a ser comerciante siempre y cuando no exista disposición contraria en la ley.

#### **1.7.8. Sexo**

El sexo es el conjunto de las peculiaridades que caracterizan los individuos de una especie dividiéndolos en masculinos y femeninos, y hacen posible una reproducción que se caracteriza por una diversificación genética.

#### **1.7.9. Procedencia**

La palabra procedencia se emplea para designar el origen, el comienzo que ostenta una persona y del cual entonces procede.

La procedencia de las personas suele despertar mitos, tanto positivos como negativos, acerca de sus habilidades y talentos naturales, o bien relacionados con ciertas conductas sociales un tanto despreciables. Como todo acto de generalización, en ningún caso atrae conclusiones basadas en la sensatez, y solo sirve para endiosar a unos pocos famosos y complicar aún más la vida de millones de inmigrantes.

#### **1.7.10. Desocupación**

El término desempleo alude a la falta de trabajo. Un desempleado es aquel sujeto que forma parte de la población activa (se encuentra en edad de trabajar) y que busca empleo sin conseguirlo. Esta situación se traduce en la imposibilidad de trabajar pese a la voluntad de la persona.

### **1.7.11. Empleabilidad**

Según la Organización Internacional del Trabajo, la empleabilidad es «la aptitud de la persona para encontrar y conservar un trabajo, La empleabilidad exige hoy disponer de conocimientos y cualificaciones técnicas, de competencias y de la motivación necesaria para responder a los requerimientos de un mercado laboral en cambio.

### **1.7.12. Nivel de Educación**

La educación puede definirse como el proceso de socialización de los individuos. Al educarse, una persona asimila y aprende conocimientos. ... El proceso educativo se materializa en una serie de habilidades y valores, que producen cambios intelectuales, emocionales y sociales en el individuo. De acuerdo al grado de concienciación alcanzado, estos valores pueden durar toda la vida o sólo un cierto periodo de tiempo.

### **1.7.13. Grado de competencia**

Competencia se refiere a la existencia de un gran número de empresas o personas que realizan la oferta y venta de un producto (son oferentes) en un mercado determinado, en el cual también existen personas o empresas, denominadas consumidores o demandantes, las cuales, según sus preferencias y necesidades, les compran o demandan esos productos a los oferentes.

### **1.7.14. Actividades económicas Sustitutas**

En esencia, una actividad económica es un proceso en el que se genera o distribuye un producto o un servicio. Al generar un producto o servicio, nuestra entidad está creando valor. Generalmente, la creación de valor lleva a la obtención de una renta, y es ahí donde la actividad económica adquiere relevancia fiscal.

#### **1.7.15. Costo de cambio**

Los costes de cambio pueden surgir naturalmente del proceso de cambio o pueden ser generados artificialmente por las empresas. Así por ejemplo, el tiempo necesario para buscar un proveedor alternativo es un coste propio del proceso de cambio. En cambio, los contratos que imponen altas penalidades por terminar el servicio pueden ser costes artificiales que buscan desincentivar el cambio de proveedor.

#### **1.7.16. Nivel Cultural**

Lo cultural hace referencia a la cultura, como creación humana, y conjunto de valores, creencias, objetos materiales, ideología, religión y costumbres en general, de una determinada sociedad.

El nivel educativo y cultural de nuestra ciudad es bajo relacionado con nuestra región y con los datos nacionales. Para afirmar esta condición, nos basamos en el número de analfabetos, de personas sin estudios, de personas con el primer grado, segundo grado y estudios superiores.

#### **1.7.17. Nivel Educativo**

El nivel educativo es el nivel de educación más alto que una persona ha terminado. Las personas con más educación normalmente ganan más que las personas con menos educación.

#### **1.7.18. Experiencia laboral**

Experiencia laboral hace referencia al conjunto de conocimientos y aptitudes que un individuo o grupo de personas ha adquirido a partir de realizar alguna actividad profesional en un transcurso de tiempo determinado. La experiencia es considerada como un elemento muy importante a lo que se refiere a la preparación profesional y un mejor desempeño laboral en general. Comúnmente, la experiencia laboral se mide

a partir de los años que una persona ha dedicado a alguna actividad específica, aunque también abarca los tipos y diversidad de trabajo que ella haya realizado.

## **CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO**

### **2.1. Ámbito**

El ámbito de estudio es el comercio ambulatorio en la actividad económica generada en los alrededores del mercado modelo dentro de la ciudad de Huánuco.

### **2.2. Población**

La Población del presente estudio de investigación estará conformada por personas comerciantes informales que realizan su actividad comercial en los alrededores del mercado mayorista de la ciudad de Huánuco, según la información recogida en el área de seguridad ciudadana y en la gerencia de Desarrollo Económico de Municipalidad provincial de Huánuco el número de comerciantes empadronados es de 320 comerciantes.

De la misma manera se considerara como población a los funcionarios que de alguna manera dentro de sus funciones corresponde la regulación, el control y el otorgamiento de permisos a comerciantes ambulatorios en la ciudad de Huánuco. Esta población está constituida por 12 servidores y funcionario de la Municipalidad Provincial de Huánuco.

### **2.3. Selección de la Muestra**

*Sampieri (2016)*, La muestra de estudio es definida como es un subconjunto fielmente representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población.

Para la selección de la muestra se utilizara la técnica muestreo probabilística con su variante muestreo aleatorio simple, tal como se detalla a continuación.

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

**Donde:**

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Población

**Z** = Nivel de confianza (1.96)

**e** = Nivel de precisión o error (0.05)

**P** = Probabilidad de éxito (0.5)

**Q** = Probabilidad de fracaso (0.5)

Sustituyendo valores:

$$M = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) \cdot (320)}{(320-1) (0.05)^2 + (0.5)(0.5)(1.96)^2}$$

$$M = 175 \text{ Comerciantes ambulatórios}$$

Además la muestra estará integrada por 12 servidores y funcionarios de la Municipalidad provincial de Huánuco.

## **2.4. Nivel y tipo de Investigación.**

### **2.4.1. Tipo de Investigación.**

Para el desarrollo de la presente investigación, como método universal se utilizará el Método Científico en cuanto a cada uno de los procesos a seguir, ya que es un procedimiento para descubrir las condiciones en que se representan sucesos

específicos, caracterizados generalmente por ser tentativo, verificable y de observación empírica.

La presente investigación es de tipo **descriptivo correlacional**, ya que estos estudios establecen relaciones entre dos o más variables, es decir se trata de conocer si una determinada variable está asociada con otra.

**Descriptivo:** Porque se busca medir las variables de estudio, para poder describirlas en los términos deseados, Hemández Sampieri, Roberto, (1998).

**Correlacional:** Debido a que estamos interesados en la determinación del grado de correlación existente entre dos variables de interés en una misma muestra de sujetos.

## 2.5. Diseño y Esquema de la Investigación.

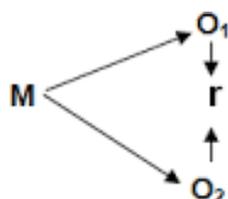
### 2.5.1. Diseño.

El diseño de la presente investigación es **correlacional**, pues se tratara de verificar la correlación de una variable sobre la otra.

Al respecto *Tamayo (2012)* indica, Un estudio correlacional determina si dos variables están correlacionadas o no. Esto significa analizar si un aumento o disminución en una variable coincide con un aumento o disminución en la otra variable.

### 2.5.2. Esquema de Investigación.

El esquema de la investigación es el siguiente:



**M** = Muestra

**O<sub>1</sub>** = Comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo

$O_2$  = Actividad Económica de la Ciudad de Huánuco.

$r$  = Correlación de las variables.

## **2.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**

Las fuentes para la recolección de datos serán primarias pues se recogerá información directamente de primera mano a través de los comerciantes ambulatorios de los alrededores del mercado modelo de la ciudad de Huánuco y de carácter secundario pues se revisa bibliografía relacionada al tema así como estudios anteriores.

La técnica que se utilizara será la de encuesta, al respecto *Serra (2012)* indica: Se puede definir la encuesta, como «una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características.

El Instrumento que se utilizara en la presente investigación será el cuestionario, el mismo que se diseñó en base a las dimensiones e indicadores, y se aplicara al total de la muestra.

## **2.7. Validación y confiabilidad del instrumento**

### **2.7.1. Validación del Instrumento**

En lo referente a la validez, se puede manifestar que según Hernández (2016), el término en cuestión puede entenderse como el grado en que un instrumento, realmente mide la variable que pretende medir, esto significa que un determinado instrumento debe medir estrictamente la variable que se desea medir y no otra, aunque sea muy parecida, el criterio para dar validez al instrumento fue el criterio de validez por juicio de expertos.

## **2.7.2. Confiabilidad del instrumento**

En lo que respecta, a la confiabilidad de un instrumento de medición de datos, se puede manifestar, que según Hernández (2016), esta se da, cuando un instrumento se aplica repetidas veces, al mismo sujeto u objeto de investigación, por lo cual, se deben obtener resultados iguales o parecidos dentro de un rango razonable, es decir, que no se perciban distorsiones, que puedan imputarse a defectos que sean del instrumento mismo. En la presente investigación se utilizó el estadígrafo de alfa de Crowbach para demostrar la confiabilidad del cuestionario el mismo que arrojó un valor de 0,79 lo que indica una confiabilidad bastante alta.

## **2.8. Procedimiento de datos**

Los datos serán procesados utilizando técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales mediante softwares estadísticos como el Excel y el spss 23, mediante los cuales se procesarán, analizar y presentaran los datos mediante tablas de distribución de frecuencias y gráficos de pastel e histogramas.

La presentación de datos estadísticos constituye en sus diferentes modalidades uno de los aspectos de más uso en la estadística descriptiva. A partir podemos visualizar a través de los diferentes medios escritos y televisivos de comunicación masiva la presentación de los datos estadísticos sobre el comportamiento de las principales variables económicas y sociales.

## **2.9. Plan de tabulación y análisis de datos**

**2.9.1. Técnica de recojo.-** Los datos recolectados fue durante el trabajo de campo a través de los instrumentos de recolección de datos señalados en el cuadro anterior.

**2.9.2. Técnica de procesamiento.-** Los datos fueron procesados con la utilización de un programa informático SPSS 24, mediante el cual los datos se analizaron de manera descriptiva e inferencial.

**2.9.3. Técnica de presentación.-** Se utilizaron cuadros estadísticos, gráficos estadísticos (gráficos de barras, circulares y polares), y estadígrafos como (la media, la mediana, la moda, la desviación estándar y la varianza) con sus respectivos análisis e interpretaciones.

### CAPÍTULO III: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para la presente investigación, el investigador ha realizado la Recolección de Datos a través de la aplicación de herramientas estadísticas, (cuestionario y guía de entrevista) a los comerciantes ambulatorios " Mercado modelo" del distrito de Huánuco, durante el año 2019.

Los resultados obtenidos en el trabajo de campo han sido procesados a través de cuadros y gráficos estadísticos, de manera que cada pregunta ha sido graficada e interpretada, siendo estos resultados interpretados en base a fundamentos teóricos de diferentes autores, los cuales se detallan a continuación.

#### 3.1. Análisis descriptivo

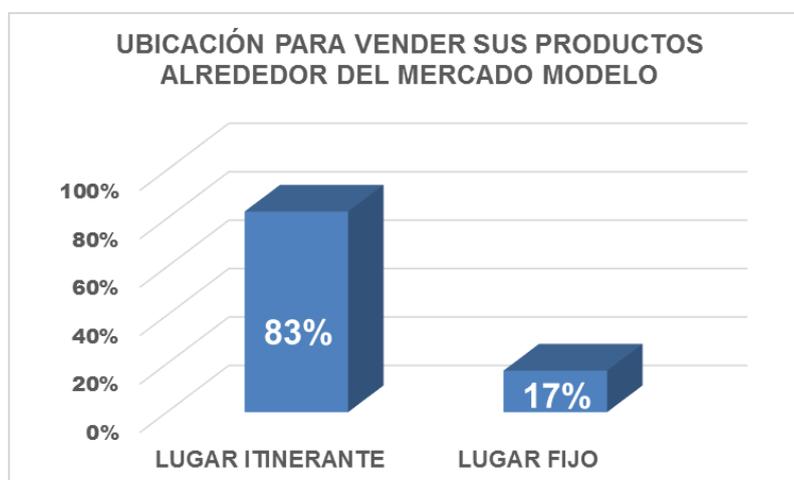
**Cuadro N° 01.** Ubicación para vender sus productos alrededor del mercado modelo.

PREGUNTA	LUGAR DE VENTA	Fi	F%
¿Comunmente donde se ubica usted para vender sus productos?	LUGAR ITINERANTE	145	83%
	LUGAR FIJO	30	17%
	TOTAL	175	100%

FUENTE : cuestionario

ELABORACIÓN: Propia

**Gráfico N° 01.** Ubicación para vender sus productos alrededor del mercado modelo.



FUENTE : Gráfico N° 01

ELABORACIÓN: Propia

### **Análisis e interpretación.**

Del total de la muestra, 145 comerciantes que representan el 83% del total manifiestan que expenden sus productos de manera itinerantes y 30 comerciantes indicaron que expenden sus productos en un lugar determinado.

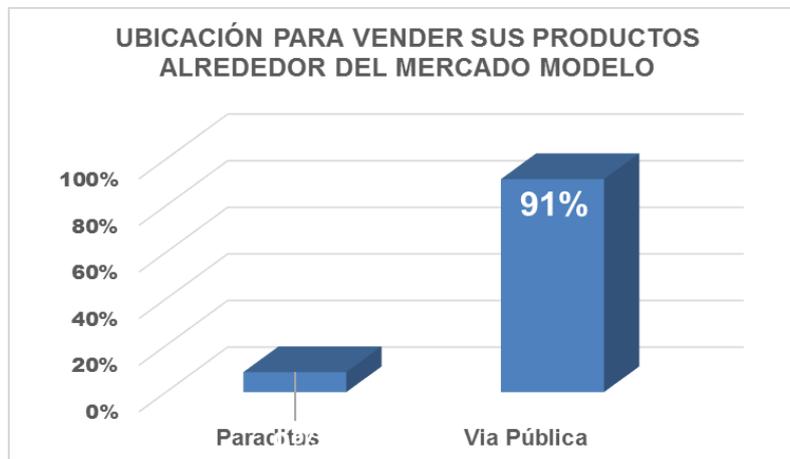
**Cuadro N° 02.** Ventas en paraditas en los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco.

<b>PREGUNTA</b>	<b>LUGAR DE VENTA</b>	<b>Fi</b>	<b>F%</b>
¿Comunmente donde vende sus productos?	Paraditas	15	9%
	Vía Pública	160	91%
	<b>TOTAL</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

FUENTE : cuestionario

ELABORACIÓN: Propia

**Gráfico N° 02.** Calificación sobre la venta a la intemperie en la ciudad de Huánuco



FUENTE : Gráfico N° 02

ELABORACIÓN: Propia

### **Análisis e interpretación.**

Del total de la muestra, 160 personas que representan el 91% del total manifestaron que venden sus productos en la vía pública mientras que solo 15 comerciantes que representa el 9% manifestaron vender en lugares como a las

afueras de algún otro establecimiento comercial. Estos resultados demuestran que la inmensa mayoría vende sus productos en la vía pública.

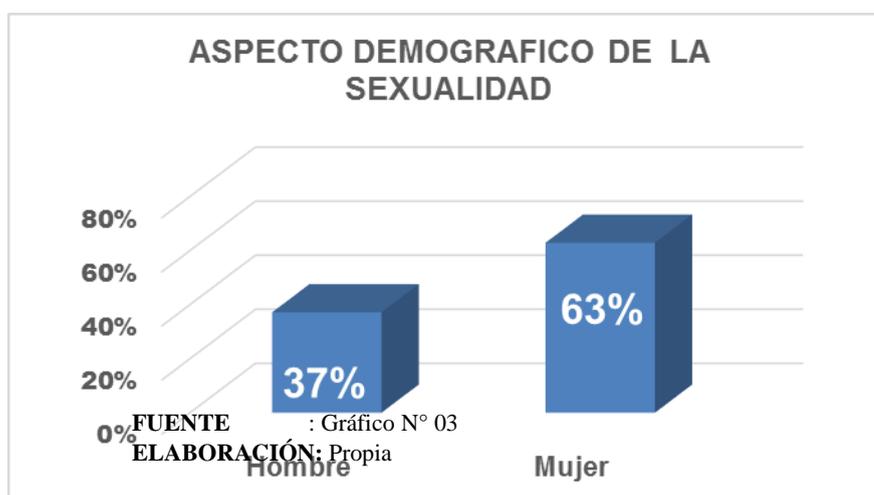
**Cuadro N° 03.** Aspecto demográfico sexo del comerciante.

PREGUNTA	LUGAR DE VENTA	Fi	F%
¿Cuál es sexo?	Hombre	65	37%
	Mujer	110	63%
	TOTAL	175	100%

FUENTE : cuestionario

ELABORACIÓN: Propia

**Gráfico N° 03.** Aspecto demográfico sexo del comerciante.



FUENTE : Gráfico N° 03

ELABORACIÓN: Propia

### **Análisis e interpretación.**

Del total de comerciantes a los cuales se les aplico el cuestionario 110 son mujeres lo que representa el 63% del total mientras 65 son hombres que representan el 37% del total de comerciantes que venden en los alrededores del mercado modelo.

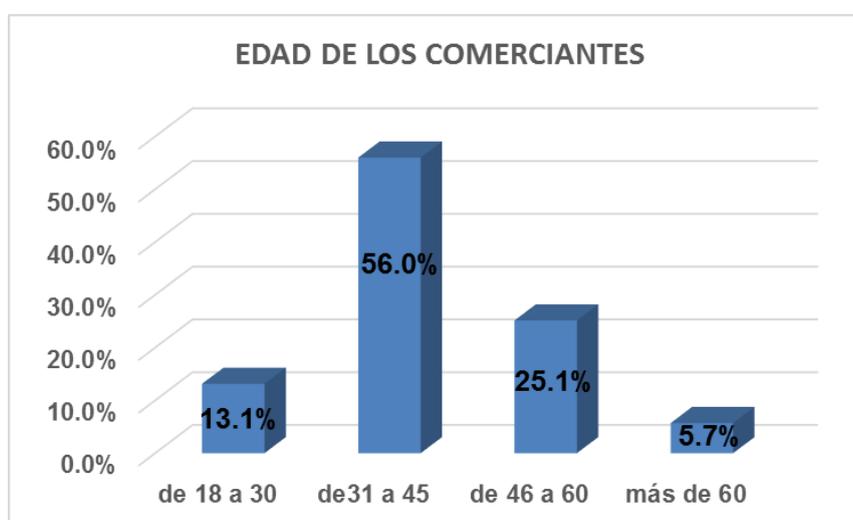
#### Cuadro N° 4. Factor Demográfico Edad

PREGUNTA	LUGAR DE VENTA	Fi	F%
¿Cuál su Edad ?	de 18 a 30	23	13.1%
	de 31 a 45	98	56.0%
	de 46 a 60	44	25.1%
	más de 60	10	5.7%
TOTAL		175	100%

FUENTE : cuestionario

ELABORACIÓN: Propia

#### Gráfico N° 04. Factor Demográfico Edad



FUENTE : Gráfico N° 04

ELABORACIÓN: Propia

#### Análisis e interpretación.

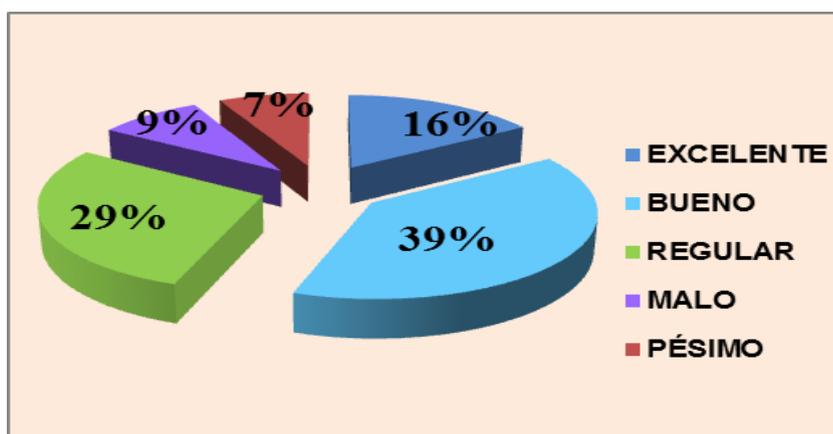
Del total de comerciantes 23 que representa el 13.1% del total tienen entre 18 a 30 años de edad; 98 comerciantes que representan el 56% del total tienen entre 31 y 45 años; 44 comerciantes que representan el 25.1% tienen entre 46 y 60 años y 10 personas que representan el 5.7% del total tienen más de 60 años de edad.

**Cuadro N° 05.** Ventas diarias de los comerciantes ambulantes en los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS									
		Excelente		Bueno		Regular		Malo		Pésimo	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
5	¿Cómo califica la venta diaria de los comerciantes ambulantes a los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco?	28	16%	69	39%	50	29%	15	9%	13	7%

FUENTE : cuestionario  
 ELABORACIÓN: Propia

**Gráfico N° 05.** Calificación sobre las Ventas diarias de los comerciantes ambulantes en la ciudad de Huánuco.



FUENTE : Gráfico N° 05  
 ELABORACIÓN: Propia

**Análisis e interpretación.**

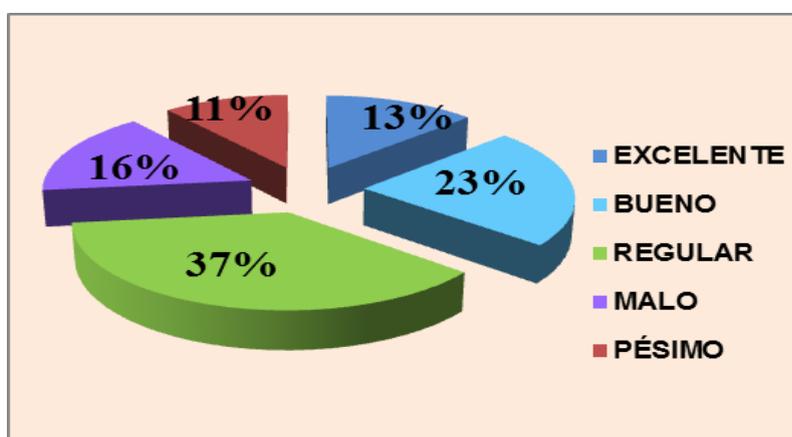
Del total de la muestra, el 39 % (69 comerciantes ambulatorios) califican Bueno las ventas diarias de los comerciantes en los alrededores del mercado modelo de Huánuco, 50 comerciantes que corresponden al 29% califican Regular, 28 comerciantes que equivalen al 16% califican Excelente, 15 comerciantes que corresponden al 9% califican como Malo, mientras 13 comerciantes que corresponden al 7% califican como Pésimo.

**Cuadro N° 06.** Ventas por feria en los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS									
		Excelente		Bueno		Regular		Malo		Pésimo	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
6	¿Cómo califica la venta por feria de comerciantes ambulantes a los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco?	23	13%	40	23%	65	37%	28	16%	19	11%

FUENTE : cuestionario  
ELABORACIÓN: Propia

**Gráfico N° 06.** Calificación sobre las ventas por feria en los alrededores del mercado modelo Huánuco.



FUENTE : Gráfico N° 06  
ELABORACIÓN: Propia

### **Análisis e interpretación.**

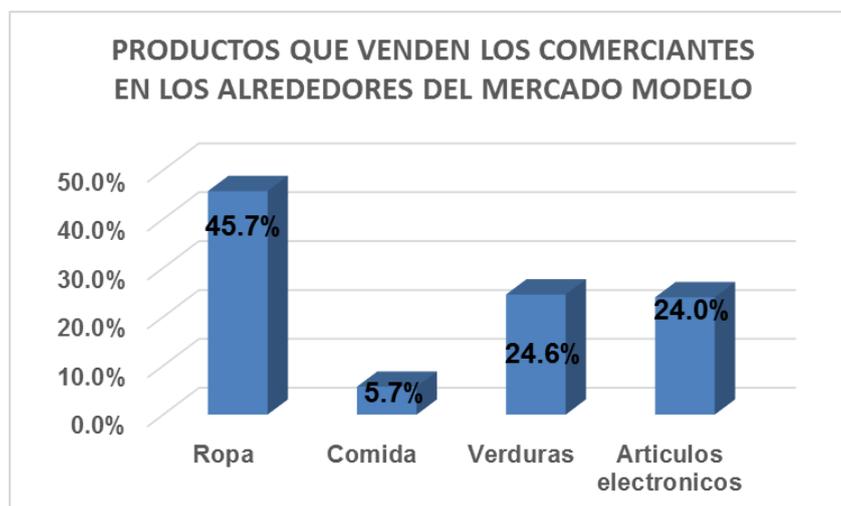
Del total de la muestra, el 37 % (65 comerciantes ambulatorios) califican **Regular** las ventas por feria en los alrededores del mercado modelo de la ciudad de Huánuco, 40 comerciantes que corresponden al 23% califican Bueno, 28 comerciantes que equivalen al 16% califican malo, 23 comerciantes que corresponden al 13% califican como Excelente, mientras 19 comerciantes que corresponden al 11% califican como Pésimo.

**Cuadro N° 07.** Productos que se expenden en los alrededores del mercado modelo de la ciudad de Huánuco.

PREGUNTA	LUGAR DE VENTA	Fi	F%
¿Qué producto vende?	Ropa	80	45.7%
	Comida	10	5.7%
	Verduras	43	24.6%
	Articulos electronicos	42	24.0%
TOTAL		175	100%

FUENTE : cuestionario  
ELABORACIÓN: Propia

**Gráfico N° 07.** Productos que se expenden en los alrededores del mercado modelo de la ciudad de Huánuco.



FUENTE : Gráfico N° 07  
ELABORACIÓN: Propia

### **Análisis e interpretación.**

Del total de comerciantes encuestados 80 que representan el 45% del total expenden productos de vestir; 43 comerciantes que representan el 24 % del total venden hortalizas, verduras y tubérculos; 10 comerciantes que representan el 5,7% venden comida y 42 comerciantes que representan el 24% venden artículos electrodomésticos.

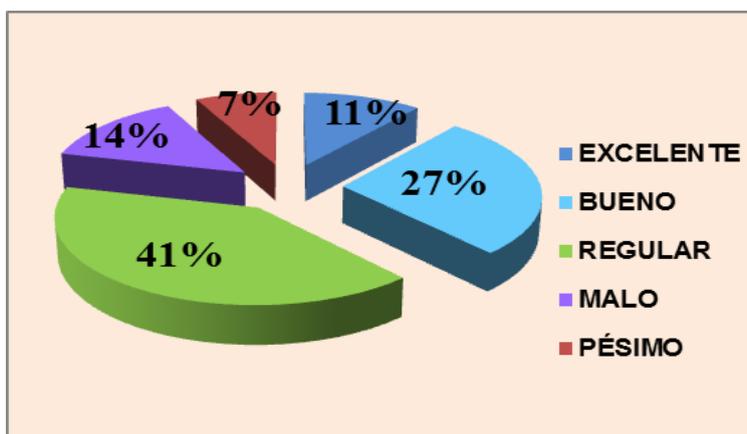
**Cuadro N° 08.** Ahorro diario de los comerciantes ambulantes en los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco.

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS									
		Excelente		Bueno		Regular		Malo		Pésimo	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
8	¿Cómo califica el ahorro diario de los comerciantes ambulantes a los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco?	19	11%	48	27%	71	41%	24	14%	13	7%

FUENTE : cuestionario

ELABORACIÓN: Propia

**Gráfico N° 08.** Calificación sobre el ahorro diario de los comerciantes ambulatorios en la ciudad de Huánuco.



FUENTE : Gráfico N° 08

ELABORACIÓN: Propia

### **Análisis e interpretación.**

Del total de la muestra, el 41% (71 comerciantes ambulatorios) califican Regular los ahorros diarios de los comerciantes en los alrededores del mercado modelo de la ciudad de Huánuco, 48 comerciantes que corresponden al 27% califican Bueno, 24 comerciantes que equivalen al 14% califican malo, 19 comerciantes que corresponden al 11% califican como Excelente, mientras 13 comerciantes que corresponden al 7% califican como Pésimo.

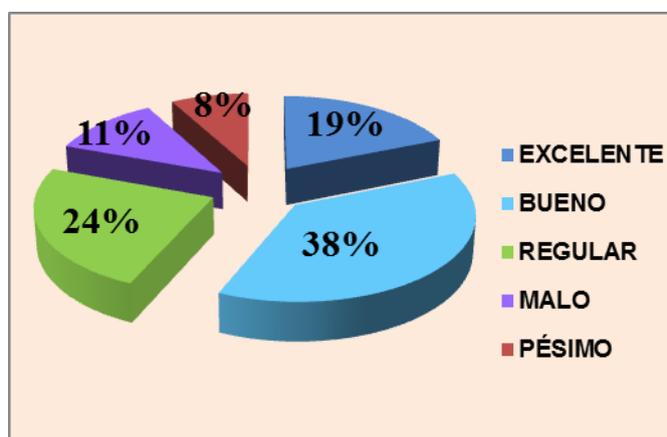
**Cuadro N° 09.** Ahorro semanal de los comerciantes ambulantes en los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco.

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS									
		Excelente		Bueno		Regular		Malo		Pésimo	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
9	¿Cómo califica el ahorro semanal de los comerciantes ambulantes a los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco?	33	19%	66	38%	42	24%	20	11%	14	8%

FUENTE : cuestionario

ELABORACIÓN: Propia

**Gráfico N° 09.** Calificación sobre el ahorro semanal de los comerciantes ambulatorios en la ciudad de Huánuco.



FUENTE : Gráfico N° 09

ELABORACIÓN: Propia

### Análisis e interpretación.

Del total de la muestra, el 38% (66 comerciantes ambulatorios) califican Bueno sobre el ahorro semanal de los comerciantes en los alrededores del mercado modelo de la ciudad de Huánuco, 42 comerciantes que corresponden al 24% califican Regular, 33 comerciantes que equivalen al 19% califican Excelente, 20 comerciantes que corresponden al 11% califican como malo, mientras 14 comerciantes que corresponden al 8% califican como Pésimo.

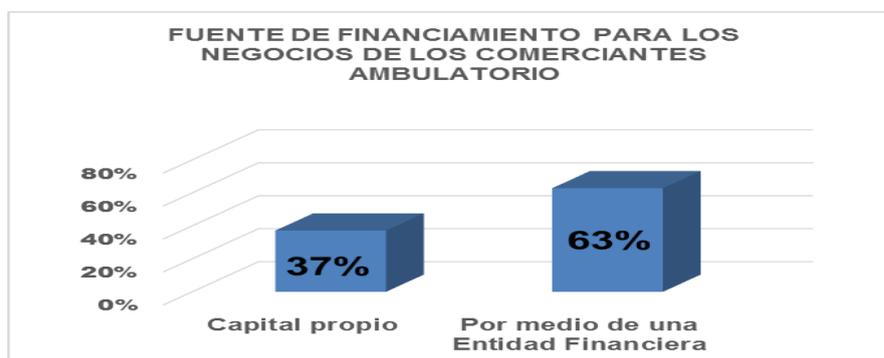
**Cuadro N° 10.** Forma de financiamiento

PREGUNTA	LUGAR DE VENTA	Fi	F%
¿Cómo financia su negocio?	Capital propio	65	37%
	Por medio de una Entidad Financiera	110	63%
	<b>TOTAL</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

FUENTE : cuestionario

ELABORACIÓN: Propia

**Gráfico N° 10.** Forma de Financiamiento



FUENTE : Gráfico N° 10

ELABORACIÓN: Propia

### **Análisis e interpretación.**

Del total de la muestra 110 comerciantes que representan el 63% del total manifestar financiar su negocio con un prestado de una entidad financiera mientras que 65 personas que representan el 37% del total manifestaron financiar su negocio con recursos propios.

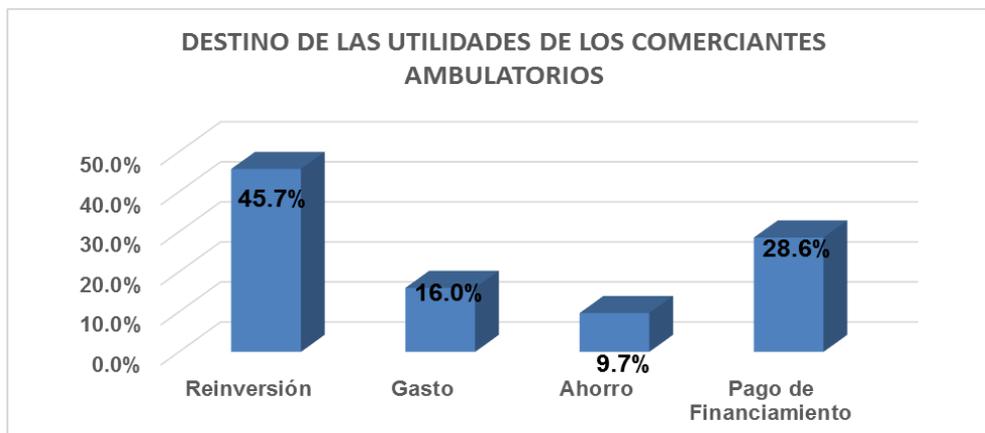
**Cuadro N° 11.** Destino de las utilidades de los comerciantes ambulatorios

PREGUNTA	LUGAR DE VENTA	Fi	F%
¿En que Invierte sus ganancias?	Reinversión	80	45.7%
	Gasto	28	16.0%
	Ahorro	17	9.7%
	Pago de Financiamiento	50	28.6%
	<b>TOTAL</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

FUENTE : cuestionario

ELABORACIÓN: Propia

**Gráfico N° 11. Destino de las utilidades de los comerciantes ambulatorios**



FUENTE : Gráfico N° 11  
ELABORACIÓN: Propia

### **Análisis e interpretación.**

Del total de la muestra, 80 comerciantes que representan el 45.7% del total manifestaron que reinvierten sus utilidades en la compra de más productos; 50 comerciantes que representan el 28.6% del total manifestaron que con sus utilidades pagan deudas de financiamiento; 28 comerciantes que representan el 16% del total manifestaron que el destino de sus ingresos lo gastan en cosas personales mientras que solo 17 personas que representan el 9.7% de la muestra ahorran esos recursos. Estos resultados demuestran que es muy pequeño el sector de comerciantes ambulatorios que puede ahorrar y muy grande el sector que destina estos fondos al pago de deudas.

### **3.2. Análisis Inferencial Contrastación de Hipótesis**

Se procedió a analizar los datos recolectados con el instrumento de investigación, mediante la utilización del programa informático SPSS 25, se agruparon las preguntas en dos columnas que representan a las variables de investigación, se procedió a realizar la prueba de normalidad a la variable comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo el mismo que

arrojo un valor de 0.06 mayor a 0.05 lo cual significa que los datos tienen un comportamiento normal, de la misma manera se realizó la prueba de normalidad a la variable actividad económica del distrito de Huánuco el mismo que arrojo un 0.07 mayor a 0.05 lo cual indica que el comportamiento de estos datos tienen una distribución normal, siendo ello se utilizó una prueba de hipótesis no paramétrica denominada índice de correlación de Pearson., los resultados se muestran a continuación:

### 3.2.1. Prueba de Hipótesis General

**HG:** El comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo se relaciona positivamente en la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019.

**Tabla N° 13.** Prueba de hipótesis general; El comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo se relaciona positivamente en la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019.

ÍNDICE DE CORRELACIÓN PEARSON		Comercio ambulatorio en los alrededores del mercado	Actividad económica del distrito de Huánuco
Comercio ambulatorio en los alrededores del mercado	Coef. Correlación	1.000	0.87
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	75	75
Actividad económica del distrito de Huánuco	Coef. Correlación	0.87	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	75	75

**FUENTE** : Resultados del cuestionario

**ELABORACIÓN:** Propia

Los resultados demuestran que el comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo influyen en la actividad económica de la ciudad de Huánuco, estos comerciantes son amas de casa y personas que ante las dificultades laborales han optado por realizar el comercio ambulatorio, gran parte de la población

Huanuqueña opta por comprar sus productos en este lugar por las facilidades económicas siendo este un polo de desarrollo que las autoridades deben apoyar formalizándolos, esta actividad comercial tiene un impacto económico muy grande teniendo picos de ingresos en los meses de julio y Diciembre donde el impacto económico se vislumbra de manera más clara, es así que se determina que la influencia de este sector en la actividad económica de Huánuco es muy notoria.

### 3.2.2. Contrastación de la Hipótesis Secundaria 01

**HE<sub>1</sub>:** Los tipos del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo se relaciona sustancialmente con la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019.

**Tabla N° 14.** Hipótesis específica 01; Los tipos del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo se relaciona sustancialmente con la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019.

ÍNDICE DE CORRELACIÓN PEARSON		Tipos de Comercio ambulatorio en los alrededores del mercado	Actividad económica del distrito de Huánuco
Tipos de Comercio ambulatorio en los alrededores del mercado	Coef. Correlación	1.000	0.82
	Sig. (bilateral)		0.002
	N	75	75
Actividad económica del distrito de Huánuco	Coef. Correlación	0.82	1.000
	Sig. (bilateral)	0.002	
	N	75	75

**FUENTE** : Resultados del cuestionario

**ELABORACIÓN:** Propia

Los tipos de comercio ambulatorio tienen relación con la actividad económica del distrito de Huánuco, el tipo de comercio mayoritario es el de las prendas de vestir este sector tiene ventas superiores a las ventas de establecimientos formales y es el preferido por la población Huanuqueña, estos conceptos tiene un relación según el estadígrafo de Pearson de 0,82 lo que indica una alta relación.

### 3.2.3. Contrastación de la Hipótesis Secundaria Número 02

**HE<sub>2</sub>:** El lugar de ventas del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo se relaciona positivamente con la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019.

**Tabla N° 14.** Hipótesis específica 02. El lugar de ventas del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo se relaciona positivamente con la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019.

ÍNDICE DE CORRELACIÓN PEARSON		Lugar de Comercio ambulatorio en los alrededores del mercado	Actividad económica del distrito de Huánuco
Lugar de Comercio ambulatorio en los alrededores del mercado	Coef. Correlación	1.000	0.79
	Sig. (bilateral)		0.002
	N	75	75
Actividad económica del distrito de Huánuco	Coef. Correlación	0.79	1.000
	Sig. (bilateral)	0.002	
	N	75	75

**FUENTE** : Resultados del cuestionario

**ELABORACIÓN:** Propia

Los resultados demuestran que el lugar donde están ubicados los comerciantes ambulatorios se relacionan en un 0.79 con la actividad económica del distrito de Huánuco, El mercado modelo es el centro neurálgico de la actividad comercial de la ciudad de Huánuco donde gira las actividades comerciales es un polo de desarrollo amplio, sin embargo su mala planificación, el desorden y su mala administración han hecho que el caos y el desorden han hecho la necesidad de crecimiento de este establecimiento de manera informal.

### 3.2.4. Contrastación de la Hipótesis secundaria Número 03

**HE<sub>3</sub>:** Los aspectos demográficos del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo se relaciona sustancialmente con la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019.

**Tabla N° 14.** Hipótesis específica 03. Los aspectos demográficos del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo se relaciona sustancialmente con la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019.

ÍNDICE DE CORRELACIÓN PEARSON		Aspectos demográficos de los comerciantes	Actividad económica del distrito de Huánuco
Aspectos demográficos de los comerciantes	Coef. Correlación	1.000	0.87
	Sig. (bilateral)		0.002
	N	75	75
Actividad económica del distrito de Huánuco	Coef. Correlación	0.87	1.000
	Sig. (bilateral)	0.002	
	N	75	75

**FUENTE** : Resultados del cuestionario

**ELABORACIÓN:** Propia

Los resultados demuestran que aspectos demográficos como la edad, el sexo y la condición socio económica de los comerciantes ambulatorios influyen de manera significativa en la actividad económica del distrito de Huánuco, como lo indica el estadígrafo de Pearson 0.84. La gran mayoría de comerciantes ambulatorio del mercado modelo son del estrado socio económico D y E que a falta de oportunidades laborales optaron por dedicarse al comercio ambulatorio, muchos de ellos amas de casa que a través de este negocio sacan adelante a sus familias, su contribución a la generación de espacios económicos y oportunidades de acceso de productos en le mercado huanuqueño es significativo.

### 3.3. Discusión de Resultados

Los resultados demuestran que el comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo influyen en la actividad económica de la ciudad de Huánuco, estos comerciantes son amas de casa y personas que ante las dificultades laborales han optado por realizar el comercio ambulatorio, gran parte de la población Huanuqueña opta por comprar sus productos en este lugar

por las facilidades económicas siendo este un polo de desarrollo que las autoridades deben apoyar formalizándolos, esta actividad comercial tiene un impacto económico muy grande teniendo picos de ingresos en los meses de julio y Diciembre donde el impacto económico se vislumbra de manera más clara, es así que se determina que la influencia de este sector en la actividad económica de Huánuco es muy notoria.

#### **3.4. Aporte Científico de la Investigación.**

La presente investigación sirvió para contrastar las teorías existentes sobre el comercio ambulatorio en una realidad determinada, muchas de estas teorías indican aspectos negativos de la informalidad y desorden que ocasionan los comerciantes ambulatorios sin embargo olvidan que también son emprendedores que se autogeneran una fuente de trabajo, de la misma manera se demostró el impacto económico de este sector en la economía Huanuqueña en general. Las autoridades deben apoyar a la formalización de este sector.

## CONCLUSIONES

- ❖ Se determinó mediante la prueba de hipótesis de Pearson cómo el comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo de Huánuco influye en la actividad económica del distrito de Huánuco, siendo el indicador para este propósito un 0.87 lo cual demuestra su impacto, este sector tiene un rol preponderante en las actividades comerciales de la ciudad de Huánuco así como en un gran sector de su población laboral.
- ❖ Se conoció la relación de los tipos de comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo con la actividad económica del distrito de Huánuco, 2019, los comerciantes expenden productos como prendas de vestir, artículos electrónicos, Comida y tubérculos siendo la mayor cantidad de comerciantes de prendas de vestir.
- ❖ Se determinó mediante el estadígrafo de Pearson el cual arrojó un 0.79 la relación entre el lugar de ventas del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo con la actividad económica del distrito de Huánuco, 2019. La mayoría de comerciantes venden los lugares itinerantes de la vía pública, con desconocimiento y escasa orientación sobre requisitos de formalización y con deudas a entidades financieras.
- ❖ Se determinó la relación de los aspectos demográficos en los comerciantes de los alrededores del mercado modelo con la actividad económica del distrito de Huánuco. Un 63 % son mujeres, la mayoría de comerciantes tienen entre 30 y 41 años de edad, financian sus negocios con préstamos de entidades financieras y son padres de familia.

## **RECOMENDACIONES O SUGERENCIAS**

- ❖ Se recomienda a las autoridades de la Gerencia de Desarrollo económico de la Municipalidad Provincial de Huánuco creas facilidades de formalización para los comerciantes ambulorios en los alrededores del mercado modelo de Huánuco y que no solo tengan un labor represiva tomando en consideración la importancia de este sector económico.
- ❖ Se recomienda que los propios comerciantes ambulorios se organicen en asociaciones para poder juntos defender sus derechos e intereses, de esta manera incluso podrían comprar productos al por mayor a mejores precios y apoyarse mutuamente.
- ❖ Se recomienda que las autoridades competentes planifiquen las zonas comerciales donde sin perjudicar al libre tránsito peatonal las personas puedan expender sus productos, así como tener planes para fechas de aglomeración peatonal y vehicular como es el caso de la fiestas patrias y navidad.
- ❖ Se recomienda a las personas encargadas de Instituciones que promueven las iniciativas de emprendimiento comercial capacitar a los comerciantes formales e informales sobre temas como atención la cliente y microfinanzas para de esta manera ayudarlos a hacer más prósperos sus negocios.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Bocanera Risco, T. C. (2016). *“Consecuencias jurídicas de la no regulación del fondo empresarial en el ámbito de la empresa unipersonal”*. Trujillo: Santillana.
- Chuquichaicos, V., & Leonel. (2014). *“El comercio informal en el espacio Público de la zona de comercio intensivo de Huancayo sector ce 10•16” Aplicación: Centro comercial para Formal Huancayo”*. . Huancayo: Universidad Nacional del centro del Perú.
- García, O., & Leire. (2016). *Nivel socioeconómico y rendimiento académico: estudiantes resilientes*. Madrid: Santillana.
- García, P., & María. (2017). *“EVALUACIÓN DEL EFECTO DEL CAPITAL DE LAS EMPRESAS INFORMALES Y LAS POLÍTICAS MUNICIPALES EN SU FORMALIZACIÓN”*. Lima: Pearson.
- Gonzales, R. j. (2015). *Relación entre Tasa de desempleo y Tasa de inflación en el Perú*. Trujillo: Mc Graw Hill.
- Jaramillo, N. (2016). *La formalización del comercio ambulatorio como estrategia para ampliar la base tributaria en el Perú*. Lima: Santillana.
- Miguel, L., & Angel. (2016). *“La formalización del comercio ambulatorio como estrategia para ampliar la base tributaria en el Perú*. Bogotá: Universidad San Martín de Porres.
- Miranda, F., & Katerin. (2015). *“Relación del comercio informal y la evasión Tributaria de los comerciantes del sector calzado del mercado modelo en Chiclayo”*. Chiclayo: Universidad señor de Sipán.
- Pitman, & k. (2012). *Comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo en la ciudad de Huancayo*. Huancayo: Pearson.
- Remaycuna Peña, R. E. (2014). *“Factores asociados a la informalidad de los comerciantes ambulantes del sector verduras en el mercado modelo de la ciudad de Bogotá agosto del 2014”*. Bogotá: Universidad Privada de Bogotá.
- Reyes, A. C., & Lázaro. (2016). *“La formalización del comercio ambulatorio como estrategia para ampliar la base tributaria en el Perú*. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Salazar Goicochea, D. G. (2016). *EL COMERCIO INFORMAL DE LOS VENEDORES AMBULANTES DEL MERCADO SANTA CELIA PRODUCE LA EVASIÓN DE IMPUESTOS AL ESTADO, CUTERVO”*. Pimentel- Perú: Mc Graw Hill.

Tejada, C., & Luis. (2017). *“El comercio informal de ropa y su repercusión en el pago de impuestos caso: alrededores del mercado central de la ciudad de Cajamarca”*. Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca.

Torres Zavaleta, F. A. (2017). *“Comercio Informal Ambulatorio y sus efectos en el deterioro del Espacio Público de la ciudad de Barcelona*. Barcelona: Universidad de España.

VILLALOBOS CHUQUICHAICO, L. R. (2014). *"EL COMERCIO INFORMAL EN EL ESPACIO PÚBLICO DE LA ZONA DE COMERCIO INTENSIVO DE HUANCAYO ·SECTOR Ce 10·16" APLICACIÓN: CENTRO COMERCIAL PARA· FORMAL HUANCAYO* . Huancayo: Pearson.

Zavaleta, T., & Fernando. (2017). *Comercio Informal Ambulatorio y sus efectos en el deterioro del Espacio Público de la Avenida España del distrito Trujillo*. Trujillo: Santillana.

# ANEXOS

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

<b>EL COMERCIO AMBULATORIO EN LOS ALREDEDORES DEL MERCADO MODELO Y SU INFLUENCIA EN LA ACTIVIDAD ECONOMICA DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, 2019.</b>						
<b>PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPOTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
<b>PG:</b> ¿Cuál es la influencia del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo en la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019?	<b>OG:</b> Verificar la influencia del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo en la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019	<b>HG:</b> El comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo influye en la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE Comercio ambulatorio en los alrededores del mercado Modelo</b>	<b>Tipos</b>	* Lugar Itinerante * Lugar Fijo	<b>Para la recolección de datos:</b> Cuestionario  <b>Para el procesamiento de datos:</b> Estadística descriptiva, Estadística Inferencial <b>Población</b> 320 Comerciantes y 12 funcionarios  <b>Muestra</b> 175 comerciantes y 12 funcionarios
<b>PROBLEMAS ESPECIFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>HIPOTESIS ESPECIFICAS</b>		<b>Lugar de ventas</b>	* Paradas * Alrededores del mercado	
<b>PE1:</b> ¿La informalidad de los comerciantes de los alrededores del mercado Modelo influye en la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019?	<b>OE1:</b> Analizar si la informalidad de los comerciantes de los alrededores del mercado Modelo influye en la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019	<b>HE1:</b> La informalidad de los comerciantes de los alrededores del mercado Modelo influye en la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019		<b>Aspectos demográficos</b>	* Edad * Sexo * Dependiente / Independiente	
				<b>Artículos de venta</b>	* Ropa * Comida * Comida * Verduras	
<b>PE2:</b> ¿El lugar que ocupan los comerciantes de los alrededores del mercado Modelo se relaciona con la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019?	<b>OE2:</b> Determinar si el lugar que ocupan los comerciantes de los alrededores del mercado Modelo se relaciona con la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019	<b>HE2:</b> El lugar que ocupan los comerciantes de los alrededores del mercado Modelo se relaciona con la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019	<b>VARIABLE DEPENDIENTE Actividad Económica del Distrito de Huánuco</b>	<b>Ingresos</b>	* Diario * Por feria * Mensual	
				<b>Ahorro</b>	* Diario * Semanal * Mensual	
<b>PE3:</b> ¿Las características socioeconómicas en los comerciantes de los alrededores del mercado Modelo influyen en la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019?	<b>OE3:</b> Verificar si las características socioeconómicas en los comerciantes de los alrededores del mercado Modelo influyen en la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019.	<b>HE3:</b> Las características socioeconómicas en los comerciantes de los alrededores del mercado Modelo influyen en la actividad económica del Distrito de Huánuco, 2019.		<b>Inversión</b>	* Propia * Financiamiento	
				<b>Utilidades</b>	* Reinversión * Gasto * Ahorro	

**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN**

**FACULTAD DE ECONOMIA**

Estimado comerciante este cuestionario se realiza para evaluar y mejorar las actividades económicas de la ciudad de Huánuco, por favor marque con una (X), la alternativa que usted considere conveniente según el siguiente cuadro.

<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Malo</b>	<b>Pesimo</b>
5	4	3	2	1

**Cuestionario del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo**

<b>ALTERNATIVAS</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>DIMENSIÓN : Tipos del comercio ambulatorio en los alrededores del mercado modelo</b>						
<b>1</b>	¿Cómo califica la venta a la interperie en la ciudad de Huánuco?					
<b>DIMENSIÓN : Lugar de ventas</b>						
<b>2</b>	¿Cómo considera la venta en paraditas en la ciudad de Huánuco?					
<b>3</b>	¿Cómo califica la venta a los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco?					
<b>DIMENSIÓN : Aspectos demográficos</b>						
<b>4</b>	¿Cómo califica los factores demograficos de los comerciantes en los alrededores del mercado modelo?					

**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN**

**FACULTAD DE ECONOMIA**

Estimado comerciante este cuestionario se realiza para evaluar y mejorar las actividades económicas de la ciudad de Huánuco, por favor marque con una (X), la alternativa que usted considere conveniente según el siguiente cuadro.

<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Malo</b>	<b>Pesimo</b>
5	4	3	2	1

**Cuestionario de la actividad económica**

<b>ALTERNATIVAS</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>DIMENSIÓN : Ingresos</b>						
1	¿Cómo califica la venta diaria de los comerciantes ambulantes a los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco?					
2	¿Cómo califica la venta por feria de los comerciantes ambulantes a los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco?					
3	¿Cómo califica la venta mensual de los comerciantes ambulantes a los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco?					
<b>DIMENSIÓN : Ahorro</b>						
4	¿Cómo califica el ahorro diario de los comerciantes ambulantes a los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco?					
5	¿Cómo califica el ahorro semanal de los comerciantes ambulantes a los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco?					
6	¿Cómo califica el ahorro mensual de los comerciantes ambulantes a los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco?					
<b>DIMENSIÓN : Inversion</b>						
7	¿Cómo califica el capital de los comerciantes ambulantes a los alrededores del mercado modelo en la ciudad de Huánuco para iniciar un negocio formal?					