



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN



**GESTIÓN MUNICIPAL Y SU RELACIÓN EN EL COMERCIO
INFORMAL DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES
DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE
SAN ROMÁN JULIACA 2023**

TESIS PRESENTADA POR:
GRACIELA MAGDALENA VARGAS UGARTE

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN**

JULIACA – PERÚ
2025



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

ESCUELA DE POSGRADO

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN MUNICIPAL Y SU RELACIÓN EN EL COMERCIO
INFORMAL DE MERCADOS Y PLATAFORMAS
COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD**

PROVINCIAL DE SAN ROMÁN

JULIACA 2023

TESIS PRESENTADA POR:

GRACIELA MAGDALENA VARGAS UGARTE

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN**

APROBADA POR:

PRESIDENTE

:


Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI
CARI

PRIMER MIEMBRO

:


Dr. SEGUNDO ORTIZ CANSAYA

SEGUNDO MIEMBRO

:


Dr. ARNALDO YANA TORRES

ASESOR DE TESIS

:


Dr. ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERÓN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: ADMINISTRACIÓN PÚBLICA – P69

**RESOLUCIÓN DIRECTORAL N° 040-2025-D-EPG-UANCV/J**

Juliaca, 09 de enero del 2025

VISTOS:

El expediente N° 2024-014593 presentado por el (a) Mgtr. **GRACIELA MAGDALENA VARGAS UGARTE**, quien solicita nominación de jurados y Fecha y hora de sustentación de tesis, de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez".

CONSIDERANDO:

Que, el (a) Mgtr. **GRACIELA MAGDALENA VARGAS UGARTE** con número de DNI. 02393446 y con número de matrícula 1410175034, ha solicitado asignación de jurados, Fecha y hora de sustentación de la tesis titulado: **GESTIÓN MUNICIPAL Y SU RELACIÓN EN EL COMERCIO INFORMAL DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN JULIACA 2023**, para optar el Grado de **DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN** de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez;

Que, de conformidad con lo previsto en el artículo 18° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos, **COMITÉ DE INVESTIGACIÓN**;

Que, mediante Resolución N° 981-2024-USA-EPG/UANCV SE APRUEBA Y AUTORIZA LA EJECUCION DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACION y con Resolución N° 2046-2024-USA-EPG/UANCV, se APRUEBA y AUTORIZA EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS) titulado: **GESTIÓN MUNICIPAL Y SU RELACIÓN EN EL COMERCIO INFORMAL DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN JULIACA 2023** La misma que pertenece a la Línea de Investigación: **ADMINISTRACIÓN PÚBLICA - P69**;

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos en su artículo 28° **DE LA SUSTENTACIÓN**.

Y estando, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Director de la Escuela de Posgrado mediante acta de sorteo de jurado, con registro N° 0003 de fecha 09 de enero del 2025 se nomina jurados.

Que, conforme al artículo 66° del Reglamento General de la Escuela de Posgrado de la UANCV, establece que *la Tesis de Posgrado es un trabajo de investigación científica original de actualidad y de alto valor científico*;

En uso de las atribuciones conferidas a la Dirección en el inciso "J" del artículo 17° del Reglamento General de la Escuela de Posgrado, y el artículo 76° del Estatuto Universitario;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. - **DECLARAR APTO** para la sustentación presencial del informe final de la investigación (BORRADOR DE TESIS), del (la) Mgtr: **GRACIELA MAGDALENA VARGAS UGARTE**, para optar el **Grado de DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO. - **NOMINAR JURADOS** para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

Presidente	: Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
Primer miembro	: Dr. SEGUNDO ORTIZ CANSAYA
Segundo miembro	: Dr. ARNALDO YANA TORRES
Asesor	: Dr. ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERÓN

ARTÍCULO TERCERO. - **PROGRAMAR FECHA Y HORA** de sustentación como se detalla:

Fecha	: Viernes 10 de enero del 2025
Hora	: 06:00 p.m.
Lugar	: Aula N° 310 EPG-UANCV-JULIACA

ARTÍCULO CUARTO. - el Director de la Escuela de Posgrado queda encargado del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y Archívese.

UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
ESCUELA DE POSGRADODr. Leopoldo Wenceslao Condori Cari
DIRECTOR (e)



RESOLUCIÓN DIRECTORAL N° 02046-2024-USA-EPG/UANCV

Juliaca, 20 de noviembre de 2024

VISTOS:

El Expediente N° 2024-012867 de fecha 17 de octubre de 2024, el (la) Mgtr. GRACIELA MAGDALENA VARGAS UGARTE, con DNI N° 02393446, código de matrícula N° 1410175034, quien solicita Revisión de Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis); INFORME N° 00859-2024-UI-EPG-UANCV y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis)" del 15 de noviembre de 2024, que fue revisada por el Comité de Investigación de la Escuela de Posgrado

CONSIDERANDO:

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

Que, con Expediente N° 2024-012867 el (la) Mgtr. GRACIELA MAGDALENA VARGAS UGARTE, solicita la revisión y aprobación del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) titulado: GESTIÓN MUNICIPAL Y SU RELACIÓN EN EL COMERCIO INFORMAL DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN JULIACA 2023 Línea de investigación ADMINISTRACIÓN PÚBLICA - P69, para optar el GRADO de DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN.

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

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

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Escuela de Posgrado, corroboró el asesoramiento en el Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del ASESOR Dr. ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERÓN; y,

Estando, la opinión favorable del Comité de Investigación, según INFORME N° 00859-2024-UI-EPG-UANCV y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis)" en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Escuela de Posgrado.

SE RESUELVE:

ARTICULO PRIMERO.- APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS) para la REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN, titulado: GESTIÓN MUNICIPAL Y SU RELACIÓN EN EL COMERCIO INFORMAL DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN JULIACA 2023 presentado por el (la) Mgtr. GRACIELA MAGDALENA VARGAS UGARTE, para optar el GRADO de DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN, en virtud de los considerandos expuestos

ARTICULO SEGUNDO.- RATIFICAR, como ASESOR al (a) Dr. ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERÓN.

ARTICULO TERCERO.- DISPONER que la Escuela de Posgrado, la Secretaría Académica y administrativa, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.



Dr. Leopoldo Wenceslao Cordero
DIRECTOR



RESOLUCIÓN DIRECTORAL N° 981-2024-USA-EPG/UANCV

Juliaca, 25 de Julio de 2024

VISTOS:

El Expediente N° 2024-08387 de fecha 11 de julio de 2024, el (la) Mgtr. GRACIELA MAGDALENA VARGAS UGARTE, con DNI N° 02393446, código de matrícula 1410175034, quien solicita Revisión de propuesta de Investigación; INFORME N° 00178-2024-UI-EPG-UANCV y el Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación" del 19 de julio de 2024, que fue revisada por el Comité de Investigación de la Escuela de Posgrado.

CONSIDERANDO:

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

Que, con Expediente N° 2024-08387 el (la) Mgtr. GRACIELA MAGDALENA VARGAS UGARTE, solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **GESTIÓN MUNICIPAL Y SU RELACIÓN EN EL COMERCIO INFORMAL DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN JULIACA 2023** Línea de investigación ADMINISTRACIÓN PÚBLICA - P69, para optar el GRADO de DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN.

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

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión FAVORABLE a la propuesta de investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Escuela de Posgrado, corroboró la propuesta del ASESOR Dr. ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERÓN, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) de acuerdo a la DIRECTIVA N° 004-2019-UANCV-VRAD-OI; y,

Estando, la opinión favorable del Comité de Investigación, según INFORME N° 00178-2024-UI-EPG-UANCV y el Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación" en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Escuela de Posgrado.

SE RESUELVE:

ARTICULO PRIMERO.- APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN, titulado: GESTIÓN MUNICIPAL Y SU RELACIÓN EN EL COMERCIO INFORMAL DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN JULIACA 2023 presentado por el (la) Mgtr. GRACIELA MAGDALENA VARGAS UGARTE, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTICULO SEGUNDO.- RECONOCER, como ASESOR al Dr. ALFREDO SAMUEL MACHACA GALDERÓN.

ARTICULO TERCERO. - DISPONER que la Escuela de Posgrado, la Secretaría Académica y administrativa, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA "NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
ESCUELA DE POSGRADO

Dr. Leopoldo Hierro Córdova
DIRECTOR (e)

Jr. Loroto N° 450 - ☎ (051) 329145 - Fag. Web: www.epg@uancv.edu.pe - Juliaca - Perú

DISTRIBUCIÓN:
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN

Escaneado con CamScanner



GESTIÓN MUNICIPAL Y SU RELACIÓN EN EL COMERCIO INFORMAL DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN JULIACA 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

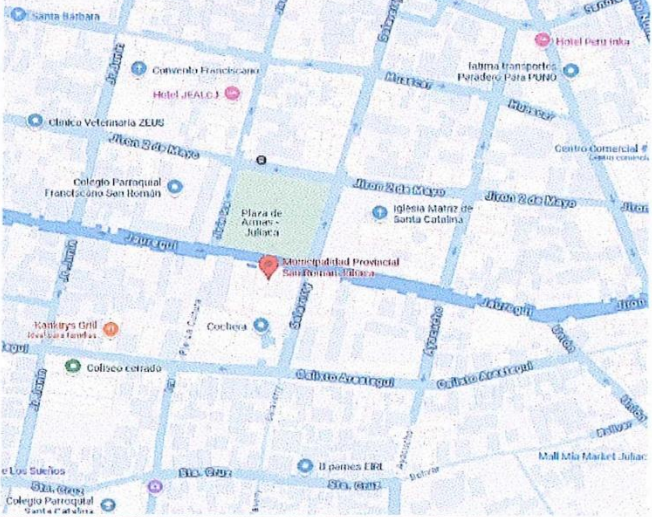
1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	5%
2	www.polodelconocimiento.com Fuente de Internet	2%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
7	repositorio.ulvr.edu.ec Fuente de Internet	<1%



Metadatos complementarios - UANCV

TITULO	
GESTIÓN MUNICIPAL Y SU RELACIÓN EN EL COMERCIO INFORMAL DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN JULIACA 2023	
Datos de autor	
Nombres y Apellidos	GRACIELA MAGDALENA VARGAS UGARTE
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02393446
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0008-7143-3547
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERON
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	29433035
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-5849-7764
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres Y Apellidos	LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02389341
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-2372-6720
Miembro del jurado 1	
Nombres Y Apellidos	SEGUNDO ORTIZ CANSAYA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	29309750
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-0224-8651



Miembro del jurado 2	
Nombres Y Apellidos	ARNALDO YANA TORRES
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	41414676
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-6740-5024
Datos de investigación	
Línea de investigación	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA – P69
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	<p>Dirección: MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN JULIACA País: Perú Departamento: Puno Provincia: San Román Distrito: Juliaca -15.49373, -70.13556 https://maps.app.goo.gl/8mi2Y3pn6TDBwdrB9</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	2023 - 2024
URL de disciplinas OCDE	Administración pública https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.02 Negocios, Administración https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04
- Librería	

UNIVERSIDAD ANDINA "VÍCTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
 ESCUELA DE POSTGRADO
 Dr. Segundo Ortiz Cansaya
 DIRECTOR
 DE INVESTIGACIÓN - PPO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo GRACIELA MAGDALENA VARGAS UGARTE, identificado con DNI
Nro. 02393446 en mi condición de egresado de:

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

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

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

GESTIÓN MUNICIPAL Y SU RELACIÓN EN EL COMERCIO INFORMAL DE MERCADOS
Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN
ROMÁN JULIACA 2023

Asesorado por: Dr. ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERON

Es un tema original.

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

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

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

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

Juliaca 31 de MARZO del 2025

FIRMA (ASESOR)

FIRMA (obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

A mis amados hijos: Krishna Yadine, Irma luz y Renny Maykol, por su fuerza y coraje al estar al lado mío en tiempos muy delicados de mi duración laboral en una sociedad machista y misógina.

a mis nietos: Graciela Estefanía, Josserand Miguel, Alexia Valentina, Emilú Luciana, Miguel Alberto y Dayana Antonella que son mi mayor alegría y fortaleza.



AGRADECIMIENTO

Yo estoy muy agradecida a Dios por que ha sido, es y será mi principal sostén hasta el último aliento de mi vida.



ÍNDICE

DEDICATORIA..... vii

AGRADECIMIENTO..... viii

ÍNDICEix

ÍNDICE DE TABLAS xii

ÍNDICE DE FIGURASxiv

ABREVIATURAS.....xvi

RESUMEN..... xvii

ABSTRACT xviii

INTRODUCCIÓNxix

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 Análisis de la situación problemática 1

1.2 Formulación del Planteamiento del Problema 8

1.2.1 Pregunta General 8

1.2.2 Preguntas específicas 9

1.3 Justificación de la investigación y relevancia de la investigación científica..... 9

1.4 Objetivos 11

1.4.1 Objetivo general..... 11

1.4.2 Objetivos específicos..... 11

1.5 Importancia y alcance de la investigación..... 12

1.6 Limitaciones y delimitaciones de la investigación 12

1.7 Hipótesis 12

1.7.1 Hipótesis General 12

1.7.2 Hipótesis específicas 12



1.7.3	Variables e indicadores	13
1.8	Conceptualización de variables.....	14
1.9	Operacionalización de las variables.....	15

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes del estudio	16
2.1.1	A nivel internacional	16
2.1.2	A nivel nacional.....	17
2.1.3	A nivel local.....	17
2.2	Bases Teóricas	18
2.2.1	Enfoques teóricos de gestión municipal.....	18
2.2.2	Enfoques teóricos de comercio informal	20
2.3	Marco conceptual	20

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1	Enfoque de la investigación.....	22
3.2	Métodos aplicados a la investigación.....	22
3.3	Tipo de investigación	22
3.4	Nivel de investigación	22
3.5	Diseño de investigación.....	23
3.6	Población y muestra	23
3.6.1	Población	23
3.6.2	Muestra	23
3.7	Técnicas e instrumentos de recolección de información	25
3.7.1	Técnica de investigación	25



3.7.2 Instrumentos de investigación.....	25
3.8 Validez y confiabilidad del instrumento de investigación	25
3.8.1 Validez de los instrumentos.....	25
3.8.2 Confiabilidad de los instrumentos	26
3.9 Diseño de la estrategia para la prueba de hipótesis.....	26

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1 Presentación, análisis e interpretación de los datos.....	27
4.2 Proceso de la prueba de hipótesis de la propuesta	49
CONCLUSIONES.....	53
RECOMENDACIONES	54
REFERENCIAS.....	55
ANEXOS.....	61
Matriz de consistencia.....	62
Matriz de instrumental:	63
Instrumento de investigación	64
Fichas de validez de instrumento.....	66
Fichas de evidencia del proceso de recolección de datos	69
Documentos fuente población de estudio.....	70



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de las variables	15
Tabla 2	Distribución de la muestra estratificada.....	24
Tabla 3	Validación de instrumento por investigadores expertos.....	25
Tabla 4	Grado de correlación según coeficiente	26
Tabla 5	La municipalidad efectúa planeación de políticas públicas frente al comercio informal	27
Tabla 6	La municipalidad organiza adecuadamente las normas del comercio informal	29
Tabla 7	En la municipalidad la Dirección realizada por parte de los funcionarios favorece al comercio informal	30
Tabla 8	La municipalidad efectúa el Control, a través de la supervisión y fiscalización al comercio informal.....	31
Tabla 9	La municipalidad asigna presupuesto público para apoyo al comercio informal	32
Tabla 10	La municipalidad cuenta con capacidad operativa suficiente y relevante para abordar el comercio informal	33
Tabla 11	La gestión municipal demuestra transparencia en su actuación hacia el comercio informal	34
Tabla 12	La municipalidad ejecuta inversiones para el comercio informal	35
Tabla 13	La gestión municipal asigna recursos económicos para el financiamiento en favor del comercio informal	36
Tabla 14	La gestión municipal muestra solidaridad con el comercio informal	38



Tabla 15	La gestión municipal efectúa cooperación técnica hacia el comercio informal	40
Tabla 16	La gestión municipal valora el trabajo independiente	41
Tabla 17	El comercio informal produce la creación de empleo	42
Tabla 18	La gestión municipal efectúa capacitación a comerciantes sobre el comercio informal.....	43
Tabla 19	Como comerciante informal aplica conocimientos de técnicas de ventas	45
Tabla 20	El comercio informal ayuda a familias en su economía	46
Tabla 21	Cómo comerciante informal vende o comercializa productos de contrabando.....	47
Tabla 22	Cómo comerciante informal comercializa productos de procedencia ilegal (piratas)	48
Tabla 23	Correlación Rho Spearman entre las variables Gestión municipal y Comercio informal	49
Tabla 24	Correlación Rho Spearman entre la dimensión Gestión institucional y Comercio informal.....	50
Tabla 25	Correlación Rho Spearman entre la dimensión Gestión operativa y Comercio informal.....	51
Tabla 26	Correlación Rho Spearman entre la dimensión Gestión financiera y Comercio informal	52



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	La municipalidad efectúa planeación de políticas públicas frente al comercio informal28
Figura 2	La municipalidad organiza adecuadamente las normas del comercio informal.....29
Figura 3	En la municipalidad la Dirección realizada por parte de los funcionarios favorece al comercio informal30
Figura 4	La municipalidad efectúa el Control, a través de la supervisión y fiscalización al comercio informal31
Figura 5	La municipalidad asigna presupuesto público para apoyo al comercio informal.....32
Figura 6	La municipalidad cuenta con capacidad operativa suficiente y relevante para abordar el comercio informal33
Figura 7	La gestión municipal demuestra transparencia en su actuación hacia el comercio informal34
Figura 8	La municipalidad ejecuta inversiones para el comercio informal35
Figura 9	La gestión municipal asigna recursos económicos para el financiamiento en favor del comercio informal36
Figura 10	La gestión municipal muestra solidaridad con el comercio informal39
Figura 11	La gestión municipal efectúa cooperación técnica hacia el comercio informal.....40
Figura 12	La gestión municipal valora el trabajo independiente41
Figura 13	El comercio informal produce la creación de empleo.....42



Figura 14	La gestión municipal efectúa capacitación a comerciantes sobre el comercio informal.....	44
Figura 15	Como comerciante informal aplica conocimientos de técnicas de ventas	45
Figura 16	El comercio informal ayuda a familias en su economía	46
Figura 17	Cómo comerciante informal vende o comercializa productos de contrabando	47
Figura 18	Cómo comerciante informal comercializa productos de procedencia ilegal (piratas).....	48



ABREVIATURAS

- ATM** : Área Técnica Municipal.
- CAP** : Cuadro de Asignación de Personal.
- DEMUNA** : Defensoría de la Mujer del Niño y del Adolescente.
- GL** : Gobierno Local
- PDU** : Plan de Desarrollo Urbano
- ROF** : Reglamento de Organización y Funciones.
- SUCMMA** : Sindicato Único de Comerciantes Minoristas Mixtos de Mercados y Anexos.



RESUMEN

La gestión municipal frente al comercio informal en la municipalidad provincial de San Román Juliaca 2023, que al ser una ciudad eje de la región que aglomera a una gran cantidad y diversidad de comerciantes y cuyo objetivo es profundizar esta relación se planteó los objetivos pertinentes: analizar el trabajo institucional, examinar la realización operativa y examinar gerencia financiera. Investigación básica, descriptiva correlacional, cuantitativa, no experimental cuya población fue de 13,825 comerciantes informales y una muestra probabilística aleatoria simple, estratificado estuvo compuesta por 390 comerciantes informales de 5 mercados y 12 plataformas comerciales. Se realizó el análisis descriptivo, aplicándose el instrumento del cuestionario para recolección de información utilizando el estadístico SPSS versión 28 ayudó su procesamiento pertinente, así se realiza una demostración para la hipótesis de investigación se aplicó el estadístico rho Spearman y ver el grado de relación de las variables estudiadas. Las deducciones arrojan que en promedio un 73.5% de los comerciantes manifestaron que nunca hay políticas de planificación, organización, dirección, control, presupuesto, capacidad operativa, transparencia, inversiones, recursos económicos, solidaridad y cooperación técnica hacia la economía informal. Concluyendo que se estableció la significancia de $p= 0,001$ menor que 0.050, motivo por el cual la hipótesis nula es rechazada y aceptada la hipótesis investigativa, del mismo modo, la correlación de rho Spearman es de -0, 571, el cual nos indica que existe una correlación negativa moderada de las variables de estudio. Consecuentemente, a mejor gestión municipal disminución del comercio informal.

Palabras claves: gestión municipal, comercio informal, licencia de funcionamiento.



ABSTRACT

Municipal management against informal trade in the provincial municipality of San Román Juliaca 2023, which being a hub city of the region that brings together a large number and diversity of merchants and whose objective is to deepen this relationship, the relevant objectives were raised: analyze the institutional work, examine the operational performance and examine financial management. Basic, descriptive, correlational, quantitative, non-experimental research whose population was 13,825 informal merchants and a simple random probabilistic sample, stratified was composed of 390 informal merchants from 5 markets and 12 commercial platforms. A descriptive analysis was carried out, applying the questionnaire instrument for collecting information using the SPSS software version 28 for its processing and pertinent, the demonstration of the hypothesis, Spearman's rho statistic was applied to obtain the degree of correlation of the variables. The results show that on average 73.5% of merchants stated that there are never policies of planning, organization, direction, control, budget, operational capacity, transparency, investments, economic resources, solidarity and technical cooperation towards informal trade. Concluding that the significance of $p = 0.001$ less than 0.050 was determined, which is why the null hypothesis is rejected and the research hypothesis is accepted, likewise, the Spearman rho correlation is - 0.571, which indicates that there is a moderate negative correlation between the study variables. Consequently, better municipal management results in a decrease in informal trade.

Keywords: municipal management, informal commerce, operating license.



INTRODUCCIÓN

La presente indagación científica buscará en tan difícil y complejo tema de la gestión municipal que grado de relación tiene con el comercio informal en los mercados o plazas que son de propiedad de la Municipalidad Provincial de San Román Juliaca 2023, Juliaca una ciudad con una población al 2017 que asciende a 307,217 pobladores pero en la actualidad incluido las personas que habitan llamadas flotantes o sea que viven en la ciudad pero que su domicilio según el RENIEC es en otras ciudades, provincia o distritos al 2023 se llega aproximadamente 750,000 habitantes y del total más del cincuenta por ciento se dedican a la actividad comercial de modo informal los que se ubican en los espacios de uso público en la localidad de Juliaca a través del transcurso de los años y paso de gestiones municipales quienes llegan al poder prometiéndoles el oro y el moro a muchos sectores pero principalmente al sector de comercio informal, ambulante ofreciéndoles solucionar este problema tan complejo y conflictivo por otro lado tenemos a los funcionarios públicos en el nivel de gerentes y sub gerentes que ingresan como grandes sabiondos, estarán preparados, serán empáticos, tolerantes, reunirán las condiciones necesarias para gerenciar una ciudad que es bastante compleja o serán personas que no cuentan con experiencia en gestión municipal y que ocupan los cargos porque sencillamente apoyaron en la campaña sea físicamente o financieramente y ocupan estos cargos para recuperar su inversión lo que influye en una gestión municipal salvo algunos sub gerentes de planta que no supera ni el 0,5% de 14 gerentes de la gestión y 47 sub gerentes que son contratados por la gestión entrante y que no conocen la realidad de la ciudad de Juliaca ya que provienen de otras localidades pequeñas sin el criterio suficiente ni la preparación académica ni la experiencia necesaria para su desenvolvimiento



práctico, en otras palabras carecen de experiencia en gestión municipal y los paganos somos los ciudadanos y por ende genera retraso en la ciudad, uno de los tantos problemas es el comercio ambulatorio que primeramente parte de los comerciantes que ocupan las instalaciones de propiedad de la municipalidad y que son 13,825 comerciantes que ocupando en 18 centros de abastos, mercados comerciales y plazas comerciales de propiedad de uso público, quienes no cuentan con licencia de funcionamiento, con tan solo un pago de alquiler ínfimo conducen el Stand, tienda o espacio físico, muchos de los comerciantes que hace más de cincuenta años ocupan un espacio y muchos ya fallecieron y lo heredan los hijos o en otros casos lo alquilan, en otros casos familias enteras tienen puestos o espacios físicos en todos los "centros comerciales" ocasionando acaparamiento en realidad comerciantes no acostumbrados a tributar ni al municipio ni al gobierno central, solo están a la espera que el gobierno local les proporcione espacios para su ocupación sin que aporten ni un céntimo a las justas realizan un pago simbólico porque el Texto Único de Procedimiento Administrativo del 2007 está desactualizado ya que no hay gestión que pueda actualizar algo que ya no tiene ni legalidad para exigir algún pago en la gestión del actual alcalde señor Oscar Wyllams Cáceres Rodríguez que al inicio de la gestión anuncio reorganización administrativa y financiera por noventa días así actualizar los instrumentos de gestión que ya tiene muchos vacíos legales y colisionan con normas nacionales, y transcurrido el tiempo no hay nada de nada será por falta de funcionarios capaces, probos, honestos, criterio, eficiencia, laboriosidad y vocación de servicio, a todo esto no nos libramos de la corrupción de funcionarios que cada gestión viene en aumento y la contraloría donde estará no se le ve, pareciera que está casado con la corrupción porque hay



muchos casos por investigar y ninguna sanción administrativa en las tres últimas gestiones.

Consecuentemente analizaremos la correlación de la variable gestión municipal hacia el comercio informal con enfoque cuantitativo de indagación, tipo básica o pura en el nivel descriptivo relacional con diseño no experimental empleando el método hipotético, deductivo para la población de estudio de 13,825 comerciantes de mercados y plazas del distrito de Juliaca en el 2023 cuya muestra no probabilístico es de 390 comerciantes, se aplicará la entrevista cuyo instrumento empleado es el cuestionario con interrogantes cerradas.

Se cuenta con apartados de la literatura de ámbito internacional, nacional y local que guarden relación con el tópico así mismo con el marco teórico correspondiente formulación del problema general y específicos también sus propósitos generales y específicos, así como el planteamiento de la hipótesis general y específica la validación de tres expertos para la realización de la encuesta a realizar, también se plasma la matriz de consistencia y como marco de consulta la información bibliográfica.



CAPÍTULO I

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 Análisis de la situación problemática

“El Gobierno local como actor principal a la ciudadanía y siendo su rol proveer servicios como principal objetivo tanto cultural, social, económica, política e institucional, así como los cambios administrativos que influyen en el aspecto cultural, política y legal.” (Muñoz, Quiñones, & Sifuentes, 2024).

A través del curso de la historia ya se practicaba el comercio estacional como son: todos santos, navidad y año nuevo, carnavales, día de la madre, ferias escolares, ferias de calzado, tejidos, feria de la integración andina y otros. Las calles juliaqueñas han sido fieles testigos del nacimiento del comercio informal, calles como el jirón Lima, Dos de Mayo, Piérola, Mariano Núñez, plaza Bolognesi y de Armas, y con el transcurrir del tiempo ha ido creciendo a medida que la población migraba del campo a la ciudad sin dejar mencionar los elementos socioeconómicos los que influyen en el comercio informal, se fueron habilitando espacios físicos que se convirtieron en los mercados de Santa Bárbara, Cerro Colorado, Túpac Amaru, San José, 24 de octubre, Mi Perú y otros en los cuales muchos de los comerciantes se instalaron y construyeron carpas metálicas para protegerse de la calor, viento, frio y lluvias y que las autoridades de turno de alguna manera han dado una solución temporal y parcial, pero la población continuaba en crecimiento.



Revisando la sucesión de autoridades municipales de la ciudad de Juliaca se puede revisar la historia en el año de 1964 se inicia con la construcción del mercado Santa Bárbara con la gestión municipal del señor Luis Cáceres cuatro gobiernos, así como el mercado de Cerro Colorado pasando en aquellos tiempos a solucionar un problema de comodidad para los comerciantes y desde allí hasta la fecha han pasado muchas autoridades quienes debieron de realizar gestiones para la creación y construcción de más mercados que den comodidad a los comerciantes por ser Juliaca una ciudad netamente comercial, pasando por muchas autoridades desde 1960 hasta la actualidad han ocupado el cargo de alcalde como son Oscar del Carpio Valdivia (1959-1960), Víctor Zafferson Macedo (1961-1962), Mario Traverso Rivera (1962-1963), Nicolás Barrientos Quiñones (1963-1964), José Luis Cáceres Velásquez, (1964-1970), Aurelio Oblitas Aristegui (1970-1973), Juan Benavente Revilla (1973-1975), José Luis Cáceres Velásquez (1975), Alberto Wendorff Rodríguez (1975-1978), Abdón Benique Calla (1978-1980), José Luis Cáceres Velásquez (1981-1983), Marcos Valencia Toledo (1984-1986), Pascual Arturo Bernal Salas (1987-1989), Vidal Chávez Lipa (1990-1992), Cliver Sanabria Serna (1993-1994), Samuel Larico Mamani interino (1995), Pedro Reynaldo Cáceres Velásquez (1996-1998), Ángeles Ricardo Castillo Cáceres (1999-2002), Miguel Abad Ramos Benique (2003-2006), David Maximiliano Mamani Paricahua (2007-2009), Rodolfo Umiña Cruz interino (2010), David Maximiliano Mamani Paricahua (2011-2014), Oswaldo Edwin Marín Quiro (2015-2018), David Sucacahua Yucra (2019-2022) y actualmente Oscar Wyllams Cáceres. Rodríguez (2023-2026).

Y desde la década del sesenta hasta el año 2,023 en cada gestión municipal es cada vez más desastrosa refiriéndome a la gestión municipal con una superficie



de 2,277 kilómetros cuadrados con 6034 habitantes según el censo de 1,940 y para el año 2,017 llega 230,146 habitantes sin embargo con la población flotante se llega a un total de medio millón de habitantes y 18 centros comerciales y mercados lo que hace que los comerciantes se ubiquen en las calles aledañas o inmediaciones de los mercados ocasionando desorganización en la ciudad de Juliaca. Cuán importante es incorporar a los mejores trabajadores del país en la gestión pública nacional, le daría un giro positivo la gestión pública en cada una de las entidades públicas de la república.

De acuerdo a la Ordenanza Municipal número 10-2,016, Ordenanza municipal 11-2017, Ordenanza municipal 24-2017, Ordenanza municipal 28-2017, Ordenanza Municipal 29-2017. En conclusión al año 2023 la municipalidad cuenta con catorce gerentes y cuarenta y siete sub gerentes que en su noventa y nueve por ciento son personal de confianza absoluta del alcalde que deberían estar al servicio de la población pero a pesar de que se indica requisitos para poder acceder al cargo en nuestro medio más del cincuenta por ciento de estos funcionarios tiene experiencia en gobiernos distritales y el otro cincuenta por ciento son trabajadores reciclados que vienen de otras gestiones y que se han dedicado hacer campaña política para que logre el objetivo el candidato a la alcaldía y que ocupan cargos sin la perspectiva y mística que necesita la ciudad de Juliaca que requiere de talentos humanos con características de honestidad, probidad, criterio sano, eficiencia en su labor y tener vocación de servicio hacia la población pero esto no ocurre así, es todo lo contrario, son deshonestos con falta de criterio, ineficientes, flojos, sin amor a la entidad, falta de identidad y lealtad y en muchos casos tienen el pensamiento que son poderosos y que pueden hacer y deshacer en el puesto que ocupan, Juliaca una ciudad que viene en crecimiento constante con muchos problemas ya



que a esta ciudad congregan muchas personas que vienen a realizar comercio comprando o vendiendo productos de todos los lugares aledaños así como de otras regiones y otros países lo que hace que sea un polo de desarrollo por lo que se le debe dar la importancia debida

El comercio informal dentro nuestro ámbito local podemos apreciar que mayormente se origina por aquella población que emerge del campo a la ciudad y no encuentra posibilidades de empleo por lo mismo que no tiene estudios concluidos y si lo tienen son muy pocos por lo que una solución al no hacer nada o dedicarse a acciones negativas emprenden como comerciantes en menor escala porque sus recursos económicos son escasos entonces ocupan calles y espacios cerca a los centros de abastos de la ciudad y estos generalmente no cuentan con espacios físicos definidos se mueven de un lugar a otro pero también hay otros que se ubican por un periodo largo creyendo que ya tiene derechos sobre el mismo, también se da el caso de que algunos vecinos creyéndose dueños de su frentera estos los alquilan a un buen valor económico por un metro cuadrado de espacio o menos y como hay necesidad estos tienen que pagar para ocupar un lugar físico y de esa manera subsistir lo que provoca un impacto negativo en la ciudad ya que se encuentran ocupados las veredas y caminera de centros de abastos o centros comerciales, en muchos casos estos comerciantes están asociados en el Sindicato Único de Comerciantes Minoristas Mixtos de Mercados y Anexos (SUCMMMA) en la llamada ciudad comercial de Juliaca, que a nivel nacional la tasa de informalidad en la población económicamente activa gira alrededor del 70%.

(Osterflin, 1981) hace referencia a las categorías: vendedor ambulante capitalizado, ambulante habilitado, ambulante asalariado.



El comercio informal fijo, según (De Soto, Ghersi, & Guibellini, 1989) se establece en un lugar fijo, donde comercializa su mercadería, vender cada día más de manera que puedan lograr una seguridad económica. Del mismo modo, (Veleda, 2003), la urbe es encaminada a desenvolverse en este movimiento, ante la carencia de opciones laborales que perduren su existencia humana, cuya raíz se origina en el desempleo, remuneración escasa que es ocasionada por la economía en crisis, similarmente (Verma, 2006) incorpora que, para la supervivencia de las personas con un nivel bajo de ingresos están en la pobreza cuyo objetivo es la alimentación es lo más primordial.

El sector informal, al cual pertenecen los ambulantes que pueden ser entidades privadas y personas que efectúan laborales al margen de la legislación laborales y tributarias del país. Por lo que se puede entender que no efectúan pagos de impuestos. (Loayza, 2008).

El concepto del comercio ambulatorio, conocido también como una parte informal, así como las personas que actúan en la actividad son denominados trabajadores libres, al margen de la ley o informales. (Gonzales, 2008)

Se afirma que hay dos grandes grupos de la informalidad uno se desarrolla en establecimientos fijos mientras que otros se desarrollan itinerantes en calles de uso público. (De Soto, Ghersi, & Guibellini, 1989). Al referirnos a itinerante, "aquellos que efectúan la comercialización de productos en pequeña escala son aquellos que no cuentan con un espacio fijo o stand o que sencillamente no reciben apoyo de ningún nivel de gobiernos sea local, regional o nacional." (De Soto, Ghersi, & Guibellini, 1989).



Por otro lado se tiene aquellos comerciantes que ocupan un espacio público en la vía pero de carácter permanente en las arterias, calzadas o aceras invadiendo los espacios públicos de manera que no respetan el ordenamiento jurídico nacional ni local estas invasiones que ocupan áreas públicas prefiriendo apostarse en lugares cercanos a centros de abastos como mercados, centros comerciales, terminales terrestres y lugares donde haya bastante movimiento de personas de manera que puedan vender sus productos que ofertan” (Becerra, 2009)).

En la metrópoli de Juliaca tierra llamada a mejores destinos se tiene una serie de espacios que con el apoyo de las autoridades municipales los comerciantes que fueron ambulantes informales logran dejar las calles donde se expenden artículos de primera necesidad para conglomerarse en espacios comerciales regulados dentro de ellos tenemos al Mercado Santa Bárbara 366 comerciantes, Cerro Colorado 259 comerciantes, Santa Juana 137 comerciantes, Mercado Túpac Amaru 1197 comerciantes, San Luis Capilla 616 comerciantes, 24 De Octubre 1347 comerciantes, Manco Cápac, Los Carniceros, Mercado Los Ángeles, Plataforma Comercial Las Mercedes 1560 comerciantes, Asociación Paraíso, Tambopata, Pedro Vilcapaza 708 comerciantes, San José 2860 comerciantes, Asociación 4 De Noviembre 153 comerciantes, Plataforma Comercial, Micaela Bastidas 1468 comerciantes, Plaza Mi Perú 678 comerciantes, Santa Celedonia 411 comerciantes de muebles.

Según el Plan de Desarrollo Urbano PDU 2016 al 2025 indica que la pobreza llega a un 40% por un nivel alto de analfabetismo, así como el trabajo familiar no remunerado o con trabajo independiente y que en una gran mayoría ofertan productos diversos a los consumidores finales.



Se cuenta con mercados informales, como una de las modalidades de negociación o expendio de productos a los consumidores finales y que es permitido por la autoridad edil autoriza donde se instalaron comerciantes que estuvieron en las calles así como también en plataformas comerciales habilitadas por la entidad municipal para cobijar aquellos comerciantes que antes se ubicaban en las calles y avenidas pero este círculo vicioso no ha cambiado, los comerciantes ambulantes siguen apareciendo en los alrededores de los mercados así como centros comerciales, en la calle indudablemente no existe seguridad suficiente ni condiciones climatológicas de la zona.

El desorden causado por el comercio informal como principal actividad gran cantidad se ubican en los exteriores en lugares donde hay bastante conglomerado de consumidores finales como los exteriores de mercados de abastos, paraderos, entidades educativas, lugares de diversión, discotecas, campos deportivos La Ley Wagner, el crecimiento económico se debe principalmente por la consecución de mejorar los servicios públicos hacia la ciudadanía (Wagner, 1958, p. 1-16).

(Hempel, 1973), (Hulten & Peterson, 1984) y (Rivers & Yates, 1997) conceptualiza un desarrollo en crecimiento de la ciudadanía tiene como origen un acrecentamiento en la petición de egresos comunales.

(Bird, 1970) el crecimiento del egreso estatal se debe al crecimiento del ingreso por persona. (Dickson & Yu, 1997) lo que se confirma que los egresos del gobierno local guardan relación con el crecimiento del ingreso por persona. Igualmente, (Mitchell, 1967), (McEachern, 1978) y (Kiewiet & Szalaky, 1996) confirman que los ingresos económicos por persona tienen una consecuencia positiva en la medida de la perdida en la ciudad. También, (Farnham, 1985) instaura



que la variable ingreso por persona conseguiría defender el influjo de una flexibilidad auténtica del ingreso de solicitud de egreso de capital, teniendo una percusión encima de los gastos que serían positivos.

Asimismo, (Groves, Godsey, & Shulman, 1981) junto a (Mercer & Gilbert, 1996) discurren a la variable "ingreso per cápita" la posición financiera es buena en el gobierno local.

Después del transcurso de 60 años y más de una veintena de alcaldes elegidos democráticamente casi nadie ha tomado con importancia al comercio ambulatorio. Más al contrario se le ha perseguido como si fueran delincuentes quitándoles sus mercaderías sin ponerse a pensar que la economía de la ciudad de Juliaca gira en torno al comercio ya que no hay muchas entidades públicas ni empresas privadas que generen empleo así que antes de no hacer nada muchos prefieren dedicarse al comercio informal pero también debemos reconocer que muchos empiezan con poco capital pero con el transcurso del tiempo crecen y se convierten en grandes empresarios sea de lana, ropa, zapatos, comida, abarrotes, vidrierías, ferreterías, verduras, frutas, panadería, emolientes, anticuchos, pollerías y otra diversidad de actividades.

El comercio informal se convierte como mecanismo de sobrevivencia al no haber empresas medianas o grandes que demanden puestos laborales.

1.2 Formulación del Planteamiento del Problema

1.2.1 Pregunta General

PG. ¿Cómo la gestión municipal se relaciona con el comercio informal de mercados y plataformas comerciales de la municipalidad Provincial de San Román Juliaca 2023?



1.2.2 Preguntas específicas

PE1. ¿Cómo la Gestión institucional se relaciona con el comercio informal de mercados y plataformas comerciales?

PE2. ¿Cómo la gestión operativa se relaciona con el comercio informal de mercados y plataformas comerciales?

PE3. ¿Cómo la gestión financiera se relaciona con el comercio informal de mercados y plataformas comerciales?

1.3 Justificación de la investigación y relevancia de la investigación científica

Básicamente me permitirá generar expectativa en los gobernantes de turno en el distrito de Juliaca y así puedan optimizar la actividad municipal creando posibilidades para la realización de inversión para los comerciantes en general lo que obtendrá una consecuencia positiva en el aspecto monetario y social para sus ciudadanos, ya que los moradores de esta zona se caracterizan por el comercio y que impulsa la economía a pesar que la mayoría sea comerciante informal pero actúa como si fuera la última cadena productiva de la economía nacional y mientras seamos una región alejada de la capital siempre no seremos tomados en cuenta para que el estado central muestre interés por mejorar, la recaudación que realiza la municipalidad de los comerciantes que ocupan las instalaciones de mercados y plataformas comerciales es mínima ya que esto no cubre el desembolso por los servicios básicos ni mucho menos los costos por los servicios de barrido de calles, recojo de residuos sólidos y serenazgo en la ciudad.

Mediante esta investigación nos permitirá ver como los burócratas de la entidad local no se encuentran preparados y carecen de experiencia para resolver este problema que viene por muchas décadas atrás sin que hasta la fecha no puedan resolver dando las condiciones necesarias tanto técnicas, así como las



soluciones legales a este problema como es el comercio informal en la metrópoli de Juliaca. Similarmente los comerciantes deben de pensar que ya no somos una ciudad de hace 50 años atrás y deben de buscar financiamiento para mejorar sus condiciones de trabajo y pensar empresarialmente no se puede seguir pensando a la antigua esperando que el gobierno local solucione sus problemas de espacio y comodidad, de ellos debe nacer la iniciativa de proponer proyectos que conduzcan a la mejora de los espacios públicos y estos puedan servir para mejora tanto para la municipalidad y para ellos mismos con la ayuda del gobierno central a su vez busque la formalización lo que generará que el estado tenga ingresos acordes a los ingresos y ganancias que tiene cada comerciante, los tiempos han cambiado y los comerciantes y funcionarios públicos deben de actuar en coordinación para enfrentar mejor las escenarios, de manera que la ciudad sea bien vista, presentable, ordenada y atractiva para los clientes que llegan de muchas localidades aledañas y genera movimiento a las mercancías o productos que desarrollan en el comercio.

Utilizando el desarrollo investigativo y aplicando la observación, descripción y métodos para la obtención de información y análisis para las variables de indagación nos permitirá ver en un contexto real la situación de la diligencia en la entidad municipal y ver su relación en la actividad comercial efectuada informalmente para ello se realizará un análisis a los funcionarios de turno y una encuesta a los comerciantes para ver su forma de pensar y buscar una solución en el tiempo más breve posible y posteriormente contrastar la hipótesis de estudio y arribar a conclusiones para plantear recomendaciones coherentes y prácticas que debe de darse a conocer mediante este trabajo de investigación que es de nivel relacional con el propósito de crear condiciones laborales formales y condiciones



favorables para la gestión municipal así como para los comerciantes informales que son ciudadanos provenientes de distintas localidades que siempre existieron y existirán ya que no hay fuentes de empleo en nuestro país y antes de realizar acciones fuera de la ley prefieren expender productos procesados industrialmente y productos agrícolas.

Sera relevante en la medida que los actores municipales puedan dar solución a un problema permanente del comercio informal y plantear alternativas de satisfacción, presentando proyectos al Ministerio de la Producción – PRODUCE y como experiencia se puede citar al distrito de Belén de la región Loreto que muy pronto tendrá su Hipermercado Belén donde cobijará a muchos comerciantes de la localidad, pero para que tengamos esos frutos hay que gestionar y todo parte de la autoridad edil y sus funcionarios competentes.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

OG. Analizar la relación de la gestión municipal con el comercio informal de mercados y plataformas comerciales de la municipalidad Provincial de San Román Juliaca 2023.

1.4.2 Objetivos específicos

OE1. Analizar la gestión institucional y su relación con el comercio informal de mercados y plataformas comerciales.

OE2. Examinar la gestión operativa y su relación con el comercio informal de mercados y plataformas comerciales.

OE3. Examinar gestión financiera y su relación con el comercio informal de mercados y plataformas comerciales.



1.5 Importancia y alcance de la investigación

Mediante la presente indagación será de mucha utilidad para poder plantear el desarrollo y mejor calidad de vida a los comerciantes informales de la localidad de Juliaca, cuyo alcance será el estudio correlacional de la problemática en la ciudad que partirá de la autoridad municipal realizando una gestión municipal acertada con los comerciantes informales de manera real con los actores que tienen los comerciantes por ser una situación específica que puede medirse, análisis de la realidad empírica, desarrollado dentro de un plazo planteado el cual puede ser solucionado en un mediano plazo.

1.6 Limitaciones y delimitaciones de la investigación

Referente al ámbito poblacional para el análisis esta considera solo los comerciantes empadronados en los distintos centros comerciales y de abastos sin embargo existen comerciantes que en los días domingos, lunes y jueves arriban a la ciudad trayendo productos agrícolas y que se estacionan momentáneamente o comerciantes que solo aperturan o abren sus espacios los días de mayor movimiento de compradores de la localidad y de otros lugares aledaños.

1.7 Hipótesis

1.7.1 Hipótesis General

HG. La gestión municipal se relaciona negativamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales de la municipalidad Provincial de San Román Juliaca 2023.

1.7.2 Hipótesis específicas

HE1. La gestión institucional se relaciona negativamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales.



HE2. La gestión operativa se relaciona negativamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales.

HE3. La gestión financiera se relaciona negativamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales.

1.7.3 Variables e indicadores

Variable: Gestión municipal

Indicadores:

Planeación

Organización

Dirección

Control

Presupuesto público

Capacidad operativa

Transparencia

Inversión

Financiamiento

Solidaridad Variable Comercio informal

Indicadores:

Solidaridad

Cooperación

Trabajo independiente

Creación de empleo

Capacitación a personas

Conocimiento de técnicas

Ayuda a familias



Contrabando

Ilegalidad

1.8 Conceptualización de variables

Gestión municipal. – Capacidad con experiencia para gestionar una entidad pública aplicando los instrumentos de gestión y las normas legales acordes al tiempo de desarrollo.

Comercio informal. – Actividad que se desarrolla dentro de establecimientos comerciales, así como en sus alrededores.

Licencia de funcionamiento. – Autorización que otorga la municipalidad a personas naturales o jurídicas para realizar actividad comercial, servicios o industrial.

1.9 Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
VARIABLE 1: GESTIÓN MUNICIPAL	gestión institucional,	Planeación	Nominal
		Organización	1 al 18
		Dirección	Escala de Likert
	gestión operativa,	Control	Nunca
		Presupuesto publico	Pocas veces
		Capacidad operativa	Muy deficiente
		Transparencia	Algunas veces
		Inversión	Casi siempre
		Financiamiento	Siempre
		Solidaridad	Conocimiento de técnicas
VARIABLE 2 COMERCIO INFORMAL	economía solidaria	Cooperación	Ayuda a familias
		Trabajo independiente	Contrabando
		Creación de empleo	Ilegalidad (pirata)
	economía domestica	Capacitación a personas	
		Conocimiento de técnicas	
		Ayuda a familias	
economía Subterránea	Contrabando		
	Ilegalidad (pirata)		

Nota. autora



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio

2.1.1 A nivel internacional

Ecuador según (Esquivel, Bello, & Ormaza, 2019)

El comercio informal brinda muchas posibilidades de obtener pequeñas ganancias que ayudan básicamente a las familias de escaso recursos económicos lo que les permite vivir dignamente hechos que hacen que la economía circule en beneficio de mayoristas, compradores y consumidores finales.

Ecuador (Salcedo & Campoverde, 2020)

En la ciudad de Machala Ecuador se presenta diversas oportunidades de trabajo que siendo un derecho se emiten ordenanzas de los gobiernos locales para ordenar el comercio informal en la pandemia esto se acrecentó debido al ordenamiento jurídico como la constitución en el que se establecen principios y una serie de garantías para una mejor economía informal.

Refiriéndonos a: (León, 2019)

En el cantón de Machala se practica la economía solidaria de manera que los emprendedores logran comercializar productos por contar con una capacitación en como iniciar un negocio y este se duradero en el tiempo frente a los desafíos de la economía.



2.1.2 A nivel nacional

La gestión municipal es negativa en Chachapoyas, en vista que la confianza hacia sus autoridades es baja o negativa con un 30,99%, ya que los servicios que presta esta son poco notorios o casi invisibles por lo que la población no puede percibir una buena calidad e vida de parte de sus autoridades hacia sus ciudadanos. (Casiano & Cueva, 2020)

En la municipalidad de Chota la eficiencia, eficacia, colaboración, transparencia y ética, son prácticamente deficientes a pesar que se aplicaron un planeamiento acorde a la institución y establecieron políticas de gobierno modernos. (Quiroz, 2022)

(Jiménez, 2019) aporta:

Tacna como ciudad fronteriza el movimiento comercial es variado desde la comercialización de prendas de vestir, calzados y artefactos eléctricos se convierte en un polo de desarrollo lo que ocasiona que sea una ciudad con bastante movimiento económico, la cual se transforma en un significativo foco de progreso abordando aspectos sociales, económicos que perjudiquen a este grupo de comerciantes.

2.1.3 A nivel local

Puno: (Pacheco, 2018).

El grado de relación entre las variables de control interno y gestión pública no es efectiva esto se debe a la falta de aplicación de las normas de control lo que trae como consecuencia que los empleados públicos no cumplan a cabalidad sus funciones de controlar acciones de gestión en diversas áreas de la entidad de manera que se pueda optimizar.



(Sosa, 2017)

En Puno el comercio informal se genera por factores socioeconómicos característica fundamental de los comerciantes informales en los mercados los mismos que guardan una relación directa frente a los ingresos, otro factor importante es la migración que al no conseguir fuentes formales de ingresos recurren a la informalidad para superar sus necesidades básicas de vida.

(Mamani, 2017) de similar manera:

Los comerciantes de ropa usada en la ciudad de Puno hacen conocer los obstáculos que encuentran para formalizarse como es la falta de instrumentos de gestión, excesiva burocracia, variedad de normas, lo que ocasiona y crea dificultad de ser formales, lo que demuestra una relación aceptable de las variables causa y efecto.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Enfoques teóricos de gestión municipal

Según (Transparencia, 2009)

Compuesto de labores que las entidades realizan para poder conseguir sus fines, propósitos y metas, los mismos que siguen la política central de gobierno fijadas por el ejecutivo.

Gestión institucional

(Flores, 2019) precisa:

La gestión municipal, vislumbraría a toda acción ejecutada por la entidad pública municipal, de manera que apuestan por el logro de sus propósitos y términos establecidos en los planes y programas de labor y recursos en general.



Según Hitt citado por (Romero, 2017), precisa:

Las dimensiones de la gestión institucional son:

Planeación

Organización

Dirección

Control

Gestión operativa

(Durango, 2014) afirma que:

Acciones que se realizan de manera tácita de los objetivos operativos. Que incorporando a cada actividad, así en las primarias se tiene la misión financiera, el marketing, el proceso productivo, la gestión de adquisiciones y la comercialización (p. 23)

Presupuesto público

(Olikveira, 1984) define:

Herramienta fundamental para la planificación operativa normativa, ejerciendo la planeación económica. Consencientes con la política de precios y por medio de los impuestos, las contribuciones y las persuasiones de los indicadores presupuestarios.

Capacidad operativa

Analizando a (Celle, Sotomarino, & Ugarte, 2011)

La capacidad operativa de las administraciones se encuentra supeditado a limitaciones que se aplica a nivel de todos los organismos del estado peruano. A pesar del abatimiento y reforma para mejorar en la ejecución de los presupuestos los resultados son negativamente inesperados y otras reformas a nivel de personal.



Gestión financiera

(Pradales, 2014) sostiene que:

La tarea financiera es una combinación del proceso de la administración de los recursos económicos públicos para el logro de sus cometidos anuales de eficiente y eficaz.

2.2.2 Enfoques teóricos de comercio informal

La (O.I.T., 2013) resultado de varios estudios realizados en el África se detecta que existe una brecha de la sapiencia de Inglaterra referente al mercado laboral según concluye, Keith Hart, tomando en cuenta la distancia o brecha de experiencia entre regiones como la de Inglaterra.

(Medrano, 2013) sostiene su tesis que la informalidad económica de la comercialización de bienes y servicios básicos, no dejando de lado a la gran industria, microempresa y tiendas familiares.

La (CEPAL, 2015) Reflexiona y considera a los sectores de hogares dentro de la cuenta nacional de las naciones Unidas. Y según: (Arias, Carrillo, & Torres, 2020) "Los dedicados empleados independientes del sector informal son autónomos o domésticos"

Las economías informales poseen autonomía lo que trae como consecuencia debilidad en el sector laboral (Martínez, 2005).

En los territorios con pocos espacios se genera mayor informalidad. (Páez, 2008).

2.3 Marco conceptual

Gestión municipal. – Conjunto de cualidades y aptitudes que cada institución pública posee hacia el logro de sus propósitos corporativos, planificar sus espacios físicos, inversiones, sus presupuestos de entradas y egresos normales y de



inversión para una mejor y óptima utilización de los recursos y que puedan ofrecer con calidad los servicios que presta a sus vecinos, planificando el desarrollo urbano y crecimiento de la población.

Comercio informal. – Actividad que realizan personas naturales en el expendio de bienes a consumidores finales afectado por un entorno holístico los que se realizan en una ciudad.

Licencia de funcionamiento. – Procedimiento administrativo que autoriza el expendio de pertinencias y negocios a individuos físicos e intangibles.



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Enfoque de la investigación

El camino a seguir para el presente estudio es el cuantitativo ya que las comprobaciones son numéricas. Para lo cual se observa dentro del proceso de cogida de testimonios y examina que ayudaron a revelar sus interrogantes de indagación científica. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

3.2 Métodos aplicados a la investigación

El procedimiento inductivo que parte de verdades individuales para llegar a conclusiones generales de manera que se planteen y formular soluciones globales que se contribuyen como mandatos, compendios o elementos de una proposición. (Lara, 2013)

3.3 Tipo de investigación

Tipo elemental o básico y para “lograr los objetivos se realizó la búsqueda de bases científicas” (Sanchez, Reyes, & Mejia, 2018)

3.4 Nivel de investigación

Nos ubicamos en el correlacional que efectúa un análisis de las variables y determina el nivel de relación que tiene las mismas (Glass & Hopkins, 1984)

Similar discernimiento, la investigación correlacional examina para establecer cómo es la relación de las variadas manifestaciones de análisis entre ellas (Cazau, 2006).

3.5 Diseño de investigación

“No experimental, de cisura transversal, no hay maniobra de las variables en un tiempo definido”. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

3.6 Población y muestra

3.6.1 Población

La población conjunto finito acumulado total de integrantes, generalmente personas (Valderrama, 2017), comerciantes informales de las distintos mercados y plazas comerciales.

Población= 13,825

Donde:

$N = 13,825$

$Z = 1,96$

$e = 0.05$

$p = 0.5$

$q = 0.5$

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{e^2(N - 1) + z^2 \times p \times q}$$

$n = 390$ comerciantes informales

3.6.2 Muestra

Se empleó el muestreo probabilístico simple aleatorio, estratificado, encontrando a nuestra muestra a través de porcentajes calculados respecto a la población total y el porcentaje establecido para cada plaza o mercado. (Sanchez, Reyes, & Mejia, 2018).



Tabla 2

Distribución de la muestra estratificada

Plazas y mercados	Población Total	%	Muestra estratificada
SANTA JUANA	137	0.99	4
MERCADO TUPAC AMARU	1197	8.66	34
SAN LUIS CAPILLA	616	4.46	17
24 DE OCTUBRE	1347	9.74	38
MANCO CAPAC	452	3.27	13
LOS CARNICEROS	270	1.95	8
MERCADO SANTA BARBARA	360	2.60	10
MERCADO LOS ANGELES	500	3.62	14
PLATAFORMA COMERCIAL LAS MERCEDES	1560	11.28	44
CERRO COLORADO	259	1.87	7
ASOCIACION PARAISO	545	3.94	15
TAMBOPATA	304	2.20	9
PEDRO VILCAPAZA	708	5.12	20
SAN JOSE	2860	20.69	81
ASOCIACION 4 DE NOVIEMBRE PLATAFORMA COMERCIAL	153	1.11	4
MICAELA BASTIDAS	1468	10.62	41
PLAZA MI PERU	678	4.90	19
SANTA CELEDONIA	411	2.97	12
TOTAL	13,825	100	390

Nota: CARTA N° 149 - 2023 - MPSR-J/SGMPC.

CARTA N° 0213-2023-MPSR-J/GA/SG-BPSFL

INFORME N° 064-2023-MPSR-J/DMSB

INFORME N° 100-2023-MPSR-J/GSPMA/SGMPC/DTA

INFORME N° 62-2023-MPSR-J/GSPMA/SGMPC/DPV

3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de información

3.7.1 Técnica de investigación

Se empleó la encuesta. (Cisneros, Guevara, Urdanigo, & Garces, 2022), para datos de análisis cuantitativo y cualitativos.

3.7.2 Instrumentos de investigación

Utilizándose el cuestionario con 18 interrogantes, las mismas que se confeccionaron con el propósito de crear la relación de las variables de estudio. (Castillo, 2021).

3.8 Validez y confiabilidad del instrumento de investigación

3.8.1 Validez de los instrumentos

Instrumento que han sido validados por tres docentes con bases investigativas con grado de doctor, revisando su rectitud, eficacia y sencillez de la prueba de consulta.

Tabla 3

Validación de instrumento por investigadores expertos

N°	Experto	Especialidad	Instrumento: Gestión municipal	Instrumento: Comercio ambulatorio
1	Dr. Efraín Barrantes Sánchez	Docente	Aplicable	Aplicable
2	Dr. Jesús Mamani Mamani	Docente	Aplicable	Aplicable
3	Dr. Ulises Aguilar Pinto	Docente	Aplicable	Aplicable

Nota La autora

3.8.2 Confiabilidad de los instrumentos

Para efectuar si es confiable el instrumento, se hizo a través de un ensayo de prueba al 30% de la muestra, siendo comerciantes informales de los mercados y plataformas comerciales de propiedad del municipio, resultados que fueron analizados mediante la prueba del Alfa de Cronbach, determina que se tienen un valor de fiabilidad de 0,763 para la variable 1 y 0,874 para la variable 2.

3.9 Diseño de la estrategia para la prueba de hipótesis

Tabla 4

Grado de correlación según coeficiente

Valor Rho	Deducción
-1	Relación negativa grande y perfecta
(-0.9 a -0.99)	Relación negativa muy alta
(-0.7 a -0.89)	Relación negativa alta
(-0.4 a -0.69)	Relación negativa moderada
(-0.2 a -0.39)	Relación negativa baja
(-0.01 a -0.19)	Relación negativa muy baja
0	Nula
(0.01 a 0.19)	Relación positiva muy baja
(0.2 a 0.39)	Relación positiva baja
(0.4 a 0.69)	Relación positiva moderada
(0.7 a 0.89)	Relación positiva alta
(0.9 a 0.99)	Relación positiva muy alta
1	Relación positiva grande y perfecta

Nota (Hernández & Fernández, 1998)

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1 Presentación, análisis e interpretación de los datos.

Tabla 5

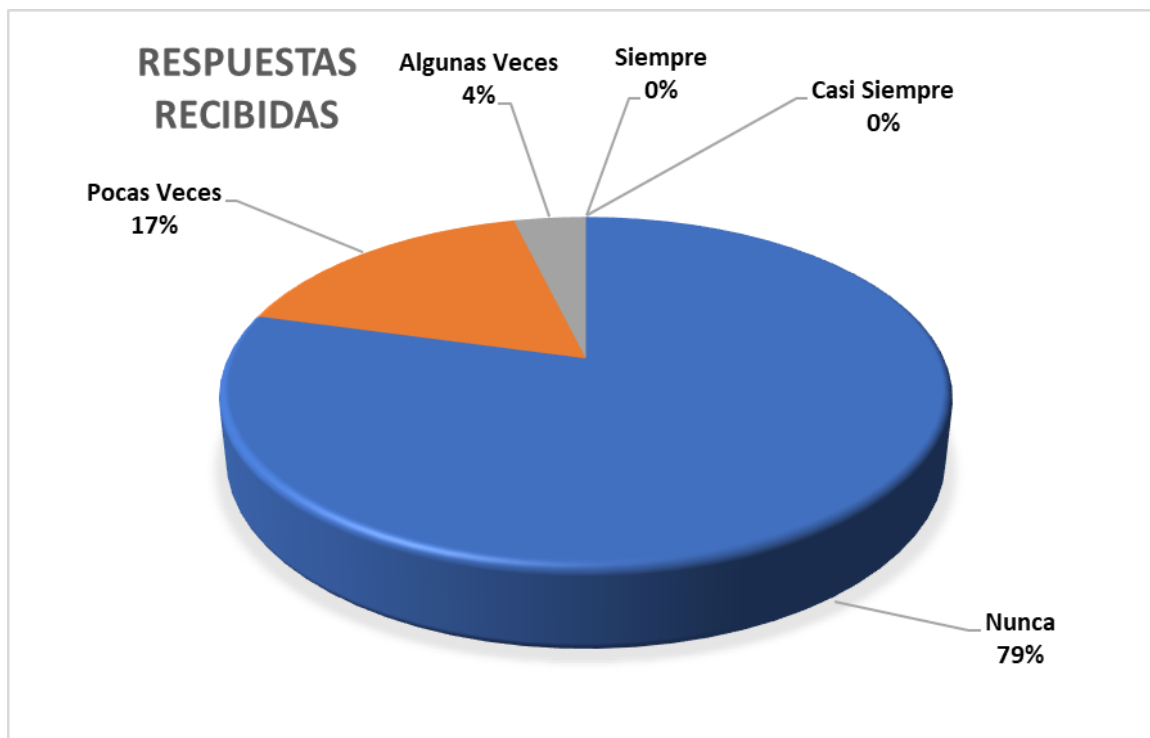
La municipalidad efectúa planeación de políticas públicas frente al comercio informal

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
309	Nunca	309	79
66	Pocas Veces	66	17
15	Algunas Veces	15	4
0	Casi Siempre	0	0
0	Siempre	0	0
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 1

La municipalidad efectúa planeación de políticas públicas frente al comercio informal



Nota. La municipalidad nunca efectúa planificación de políticas públicas frente al comercio informal con el más alto porcentaje de comerciantes encuestados en un 79% por su parte otro bloque de comerciantes muestra que pocas veces la municipalidad efectúa planeación de políticas públicas frente al comercio informal con un escaso 17% y algunas veces la entidad municipal planifica las políticas públicas frente al comercio informal con un austero 4% del total de encuestados.

Tabla 6

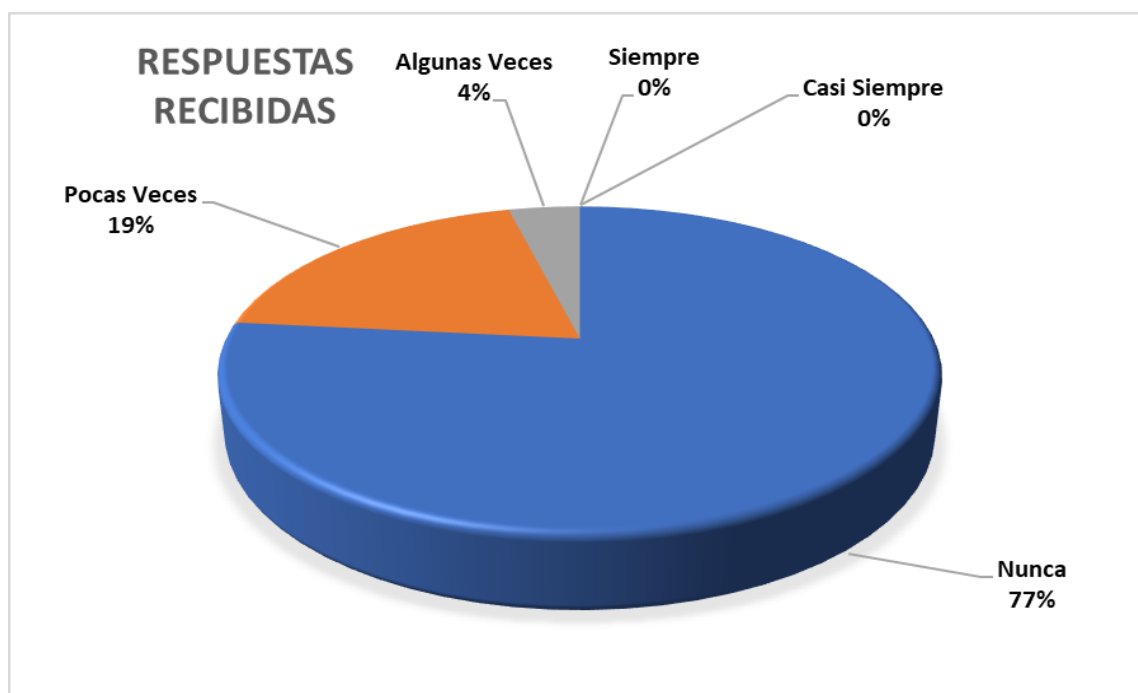
La municipalidad organiza adecuadamente las normas del comercio informal

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
299	Nunca	299	77
76	Pocas Veces	76	19
15	Algunas Veces	15	4
0	Casi Siempre	0	0
0	Siempre	0	0
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 2

La municipalidad organiza adecuadamente las normas del comercio informal



Nota. La municipalidad nunca organiza adecuadamente las normas del comercio informal con el 77% de comerciantes consultados, similarmente pocas veces la municipalidad organiza adecuadamente las normas del comercio informal con un bajo 19% así también manifiestan que algunas veces la municipalidad organiza adecuadamente las normas del comercio informal con el 4% de la totalidad de los encuestados.

Tabla 7

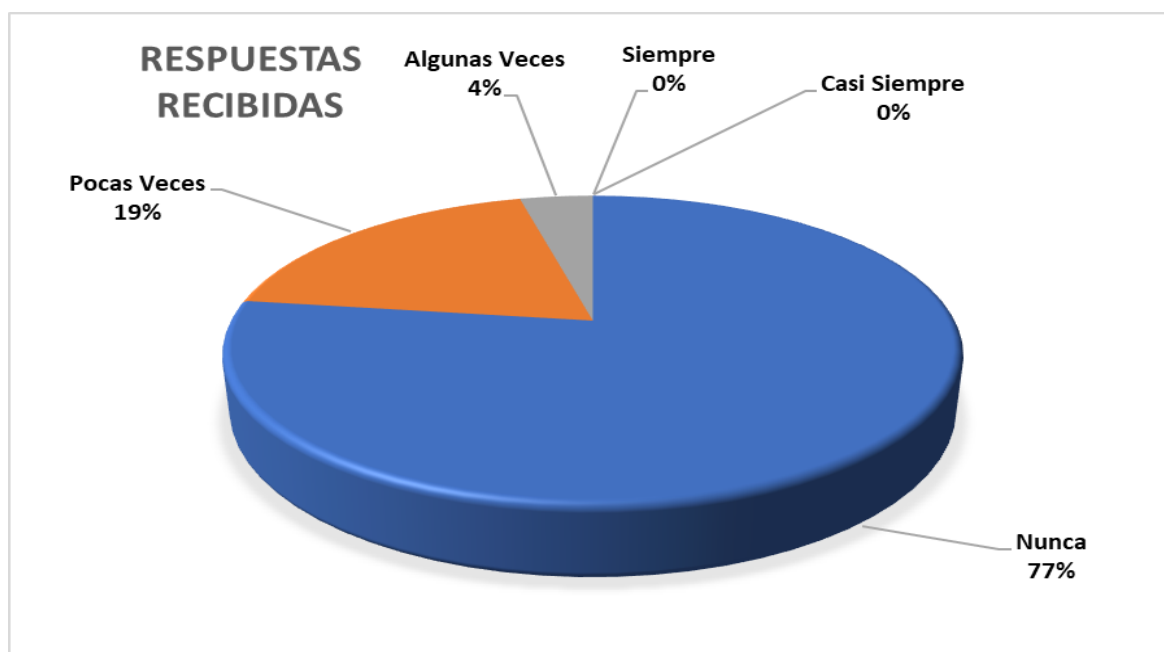
En la municipalidad la Dirección realizada por parte de los funcionarios favorece al comercio informal

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
301	Nunca	301	77
74	Pocas Veces	74	19
15	Algunas Veces	15	4
0	Casi Siempre	0	0
0	Siempre	0	0
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 3

En la municipalidad la Dirección realizada por parte de los funcionarios favorece al comercio informal



Nota. En la municipalidad la dirección nunca se realiza por parte de los funcionarios que favorezcan a los comerciantes informales con un 77% mientras que el 19% manifiestan que en la municipalidad pocas veces se efectúa dirección en beneficio del comercio informal y un 4% da a conocer que la municipalidad algunas veces realiza dirección en favor del comercio informal.

Tabla 8

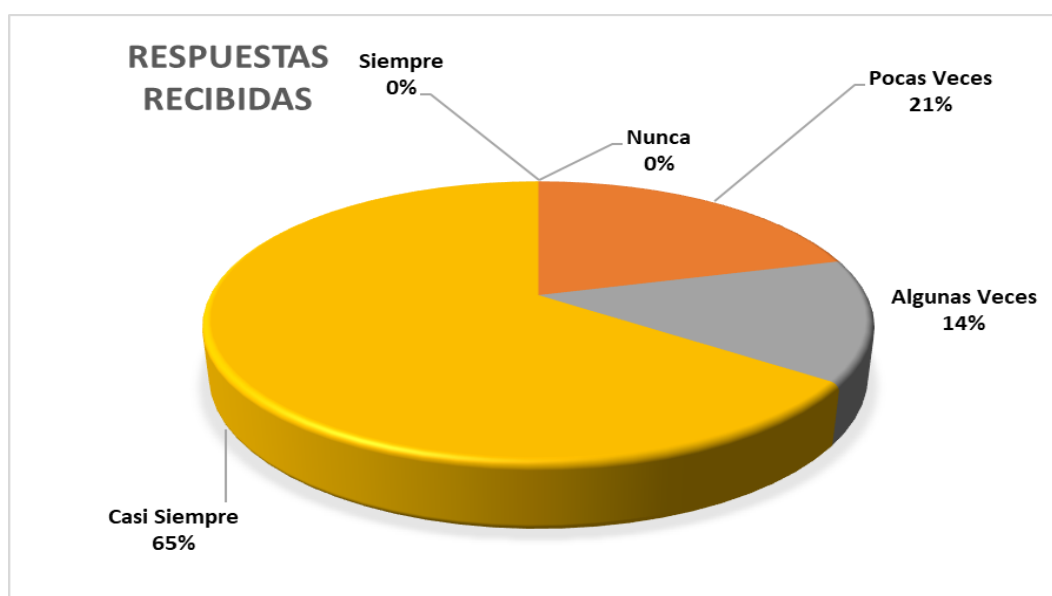
La municipalidad efectúa el Control, a través de la supervisión y fiscalización al comercio informal

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
0	Nunca	0	0
81	Pocas Veces	81	21
55	Algunas Veces	55	14
254	Casi Siempre	254	65
0	Siempre	0	0
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 4

La municipalidad efectúa el Control, a través de la supervisión y fiscalización al comercio informal



Nota. Viendo la tabla 8 vemos que el 21% percibe que pocas veces la municipalidad efectúa el control a través de una supervisión y fiscalización al comercio informal, asimismo el 14% manifiesta que algunas veces la municipalidad efectúa control a través de supervisión y fiscalización al comercio informal, mientras que el 65% dice que casi siempre la municipalidad efectúa control a través de la supervisión y fiscalización al comercio informal.

Tabla 9

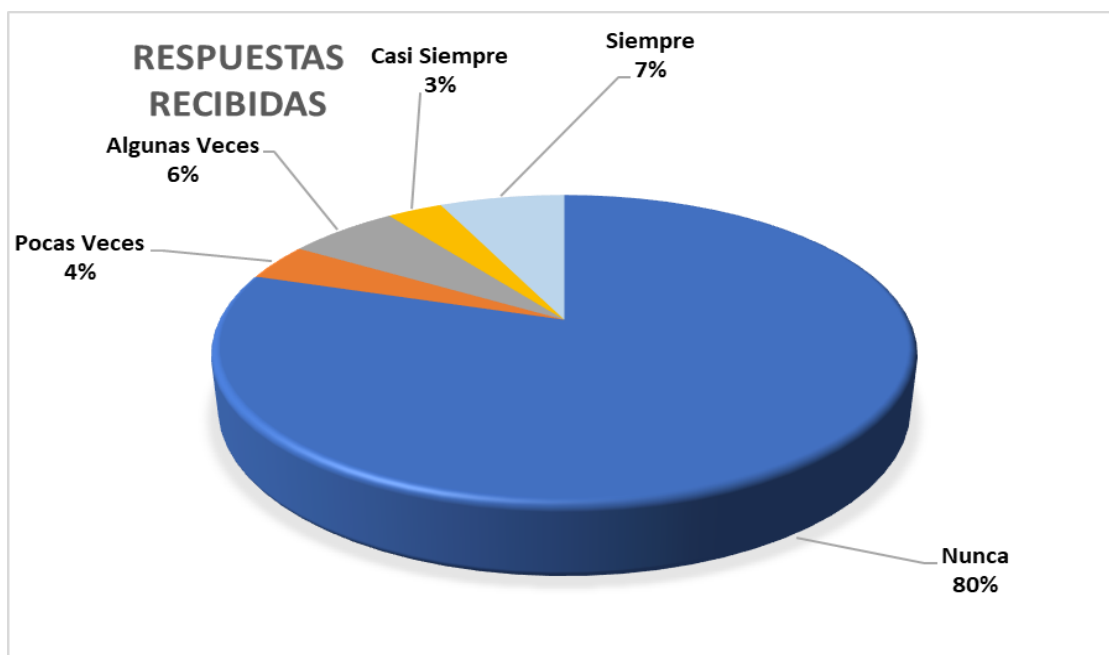
La municipalidad asigna presupuesto público para apoyo al comercio informal

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
312	Nunca	312	80
15	Pocas Veces	15	4
24	Algunas Veces	24	6
12	Casi Siempre	12	3
27	Siempre	27	7
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 5

La municipalidad asigna presupuesto público para apoyo al comercio informal



Nota. Vemos que la municipalidad nunca asigna presupuesto público para apoyo al comercio informal, mientras que un 4% dice que pocas veces la municipalidad asigna presupuesto público al comercio informal, así también el 6% indica que algunas veces la municipalidad asignan presupuesto público en favor del comercio informal, similarmente el 3% indica que casi siempre la municipalidad asigna presupuesto público y un 7% comunica que siempre recibe de la municipalidad presupuesto público para apoyar al comercio informal.

Tabla 10

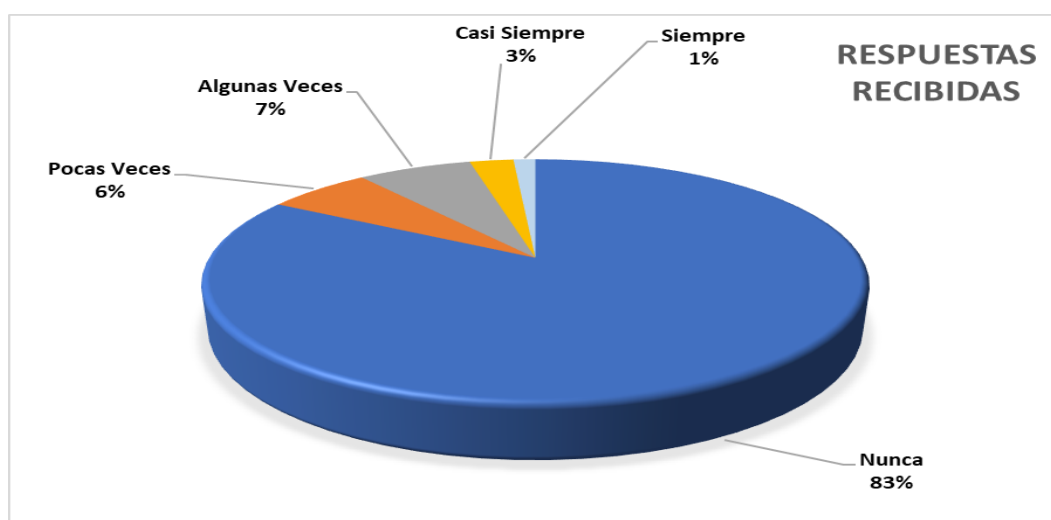
La municipalidad cuenta con capacidad operativa suficiente y relevante para abordar el comercio informal

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
325	Nunca	325	83
24	Pocas Veces	24	6
26	Algunas Veces	26	7
10	Casi Siempre	10	3
5	Siempre	5	1
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 6

La municipalidad cuenta con capacidad operativa suficiente y relevante para abordar el comercio informal



Nota. Apreciamos que la municipalidad nunca cuenta con capacidad operativa suficiente y relevante para abordar el comercio informal con un elevado índice del 83%, igualmente un 6% dice que la municipalidad pocas veces cuenta con capacidad operativa suficiente y relevante para abordar el comercio informal, asimismo el 7% manifiesta que algunas veces cuenta con capacidad operativa suficiente y relevante para abordar el comercio informal, mientras que el 3% indica que casi siempre la municipalidad cuenta con capacidad suficiente y relevante para abordar el comercio informal, y finalmente el 1% confirma que siempre la municipalidad cuenta con capacidad operativa suficiente y relevante para abordar el comercio informal.

Tabla 11

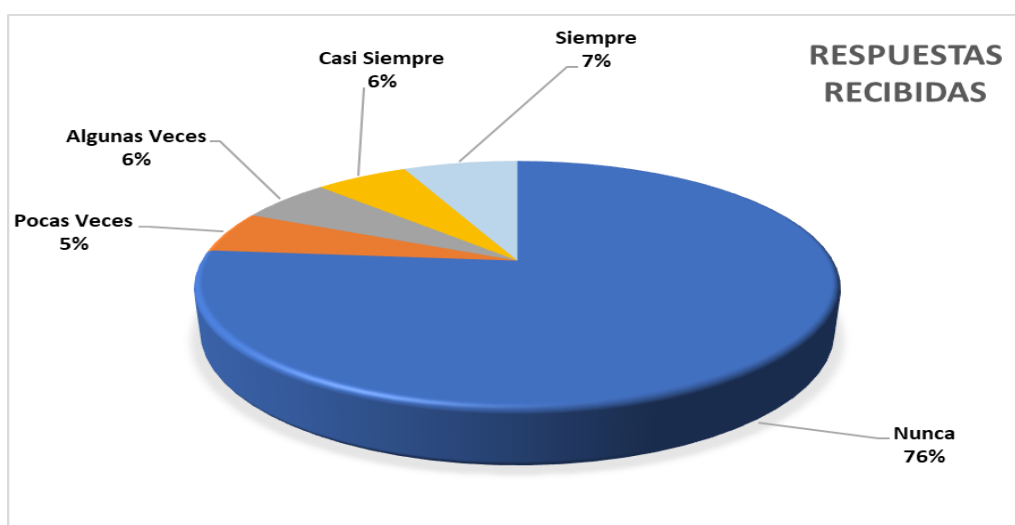
La gestión municipal demuestra transparencia en su actuación hacia el comercio informal

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
298	Nunca	298	76
21	Pocas Veces	21	5
22	Algunas Veces	22	6
22	Casi Siempre	22	6
27	Siempre	27	7
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 7

La gestión municipal demuestra transparencia en su actuación hacia el comercio informal



Nota. El 76% indican que la gestión municipal nunca muestra transparencia en su actuación hacia el comercio informal, mientras que un escaso 5% indica que pocas veces la gestión municipal muestra transparencia en su actuación hacia el comercio informal, otro grupo del 6% indican que alguna veces la gestión municipal demuestra transparencia hacia el comercio informal, del mismo modo el otro 6% indican que casi siempre la gestión municipal muestra transparencia en su actuación hacia el comercio informal, finalmente el 7% manifiestan que siempre la gestión municipal demuestra transparencia en su actuación hacia el comercio informal.

Tabla 12

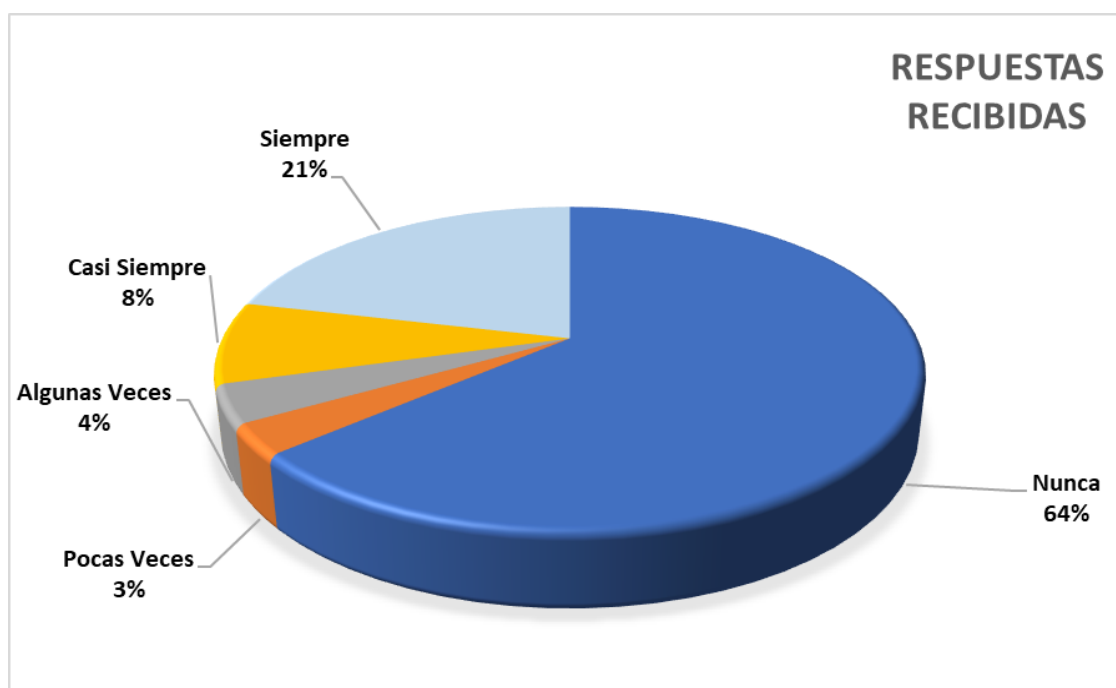
La municipalidad ejecuta inversiones para el comercio informal

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
248	Nunca	248	64
12	Pocas Veces	12	3
15	Algunas Veces	15	4
32	Casi Siempre	32	8
83	Siempre	83	21
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 8

La municipalidad ejecuta inversiones para el comercio informal



Nota. En el ámbito de respuestas se aprecia que el 64% de comerciantes manifiestan que el municipio nunca realizó inversiones para los comerciantes informales, mientras tanto un 3% comunican que pocas veces el municipio ejecuta inversiones en beneficio del comercio informal, igualmente el 4% indican que el municipio algunas veces ejecuta inversiones para el comercio informal, un 8% indica que casi siempre el municipio realiza inversiones para los comerciantes informales y finalmente el 21% dice que siempre el municipio ejecuta inversiones en beneficio del comercio informal.

Tabla 13

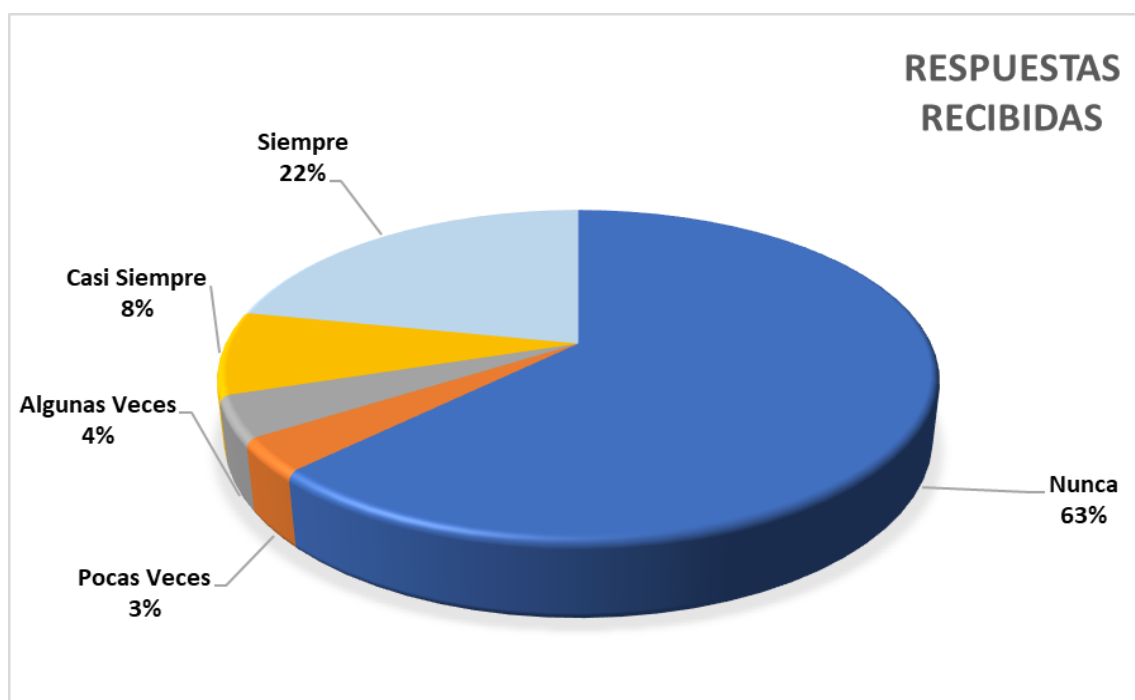
La gestión municipal asigna recursos económicos para el financiamiento en favor del comercio informal

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
244	Nunca	244	63
13	Pocas Veces	13	3
16	Algunas Veces	16	4
32	Casi Siempre	32	8
85	Siempre	85	22
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 9

La gestión municipal asigna recursos económicos para el financiamiento en favor del comercio informal





Nota. Con un gran porcentaje del 63% los comerciantes manifiestan que nunca la gestión municipal asigna recursos económicos para el financiamiento en favor del comercio informal, otro sector de comerciantes representados con el 3% afirman que pocas veces la gestión municipal asigna recursos económicos para el financiamiento en favor del comercio informal, igualmente el 4% indican que algunas veces la gestión municipal asigna caudales económicos para el financiamiento en provecho del comercio informal, así como el 8% indica que casi siempre la gestión municipal asigna recursos económicos para el financiamiento en favor del comercio informal y finalmente solo el 22% dice que siempre la gestión municipal asigna recursos económicos para el financiamiento en favor del comercio informal.



Tabla 14

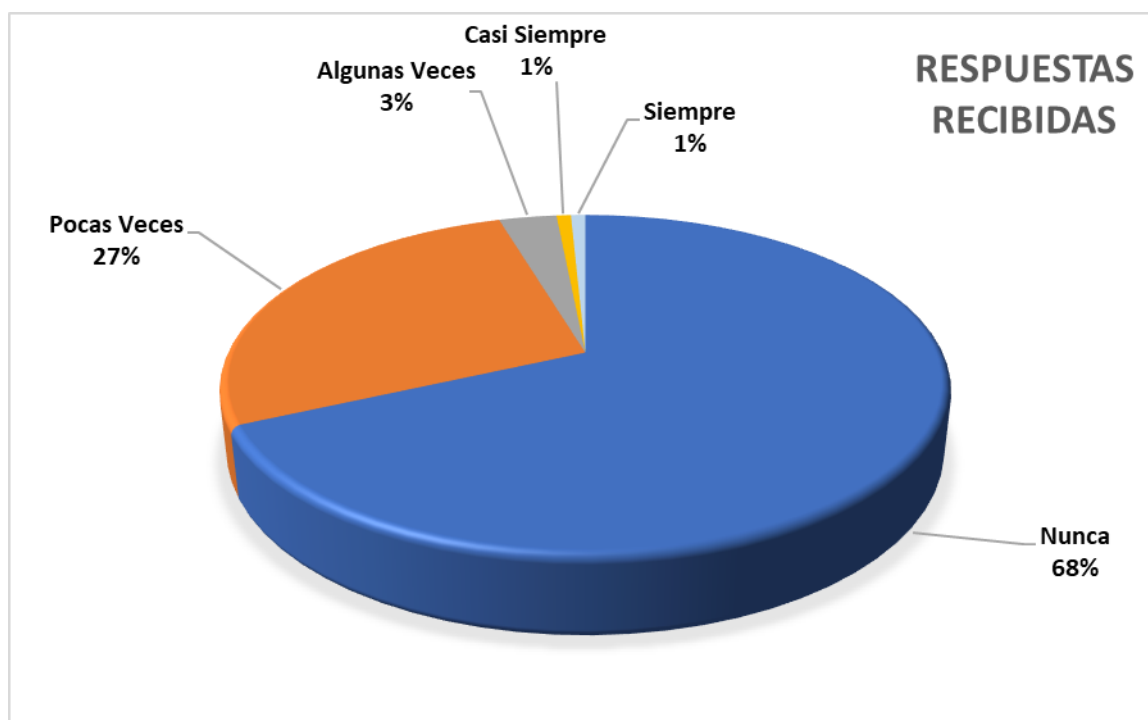
La gestión municipal muestra solidaridad con el comercio informal

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
266	Nunca	266	68
106	Pocas Veces	106	27
12	Algunas Veces	12	3
3	Casi Siempre	3	1
3	Siempre	3	1
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 10

La gestión municipal muestra solidaridad con el comercio informal



Nota. Aquí analizaremos que la solidaridad de la variable gestión municipal y su relación con el comercio informal y vemos que un 68% indica que nunca la gestión municipal muestra solidaridad con el comercio informal, igualmente un 27% indica que pocas veces los gestores municipales se solidarizan con el comercio informal, pero otros 3% indican que algunas veces la gestión municipal se solidariza en el comercio informal, igualmente el 1% dicen que casi siempre la gestión municipal se solidariza con el comercio informal y también el 1% indica que siempre la gestión municipal muestra solidaridad con el comercio informal.

Tabla 15

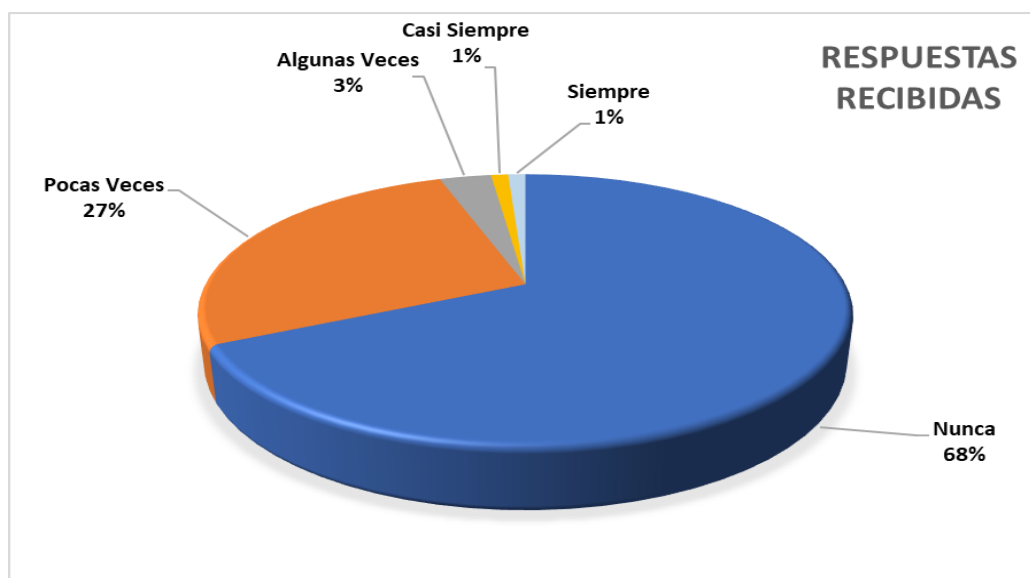
La gestión municipal efectúa cooperación técnica hacia el comercio informal

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
265	Nunca	265	68
105	Pocas Veces	105	27
12	Algunas Veces	12	3
4	Casi Siempre	4	1
4	Siempre	4	1
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 11

La gestión municipal efectúa cooperación técnica hacia el comercio informal



Nota. Podemos decir que el 68% de comerciantes manifiestan que nunca la gestión municipal efectúa cooperación técnica hacia el comercio informal, otro porcentaje del 27% indica que son pocas las veces que la gestión municipal efectúa cooperación técnica hacia el comercio informal, otro 3% percibe que la gestión municipal algunas veces efectúa cooperación técnica hacia los comerciantes informales, un porcentaje reducido del 1% indica que casi siempre la gestión municipal efectúa cooperación técnica hacia los comerciantes informales y el 1% manifiesta que siempre la gestión municipal efectúa cooperación técnica hacia el comercio informal.

Tabla 16

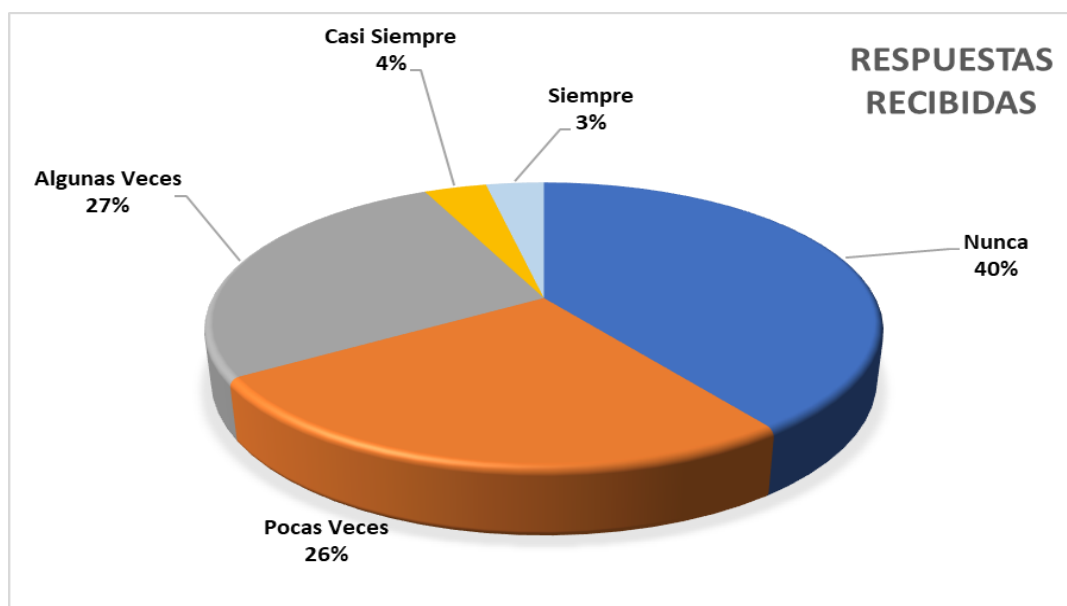
La gestión municipal valora el trabajo independiente

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
156	Nunca	156	40
102	Pocas Veces	102	26
105	Algunas Veces	105	27
14	Casi Siempre	14	4
13	Siempre	13	3
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 12

La gestión municipal valora el trabajo independiente



Nota. Nunca la gestión municipal valora el trabajo independiente con el 40%, pocas veces la gestión municipal valora el trabajo independiente con el 26%, algunas veces la gestión municipal valora el trabajo independiente con un 27%, casi siempre la gestión municipal valora el trabajo independiente con un 4% y siempre la gestión municipal valora el trabajo independiente con el 3%.

Tabla 17

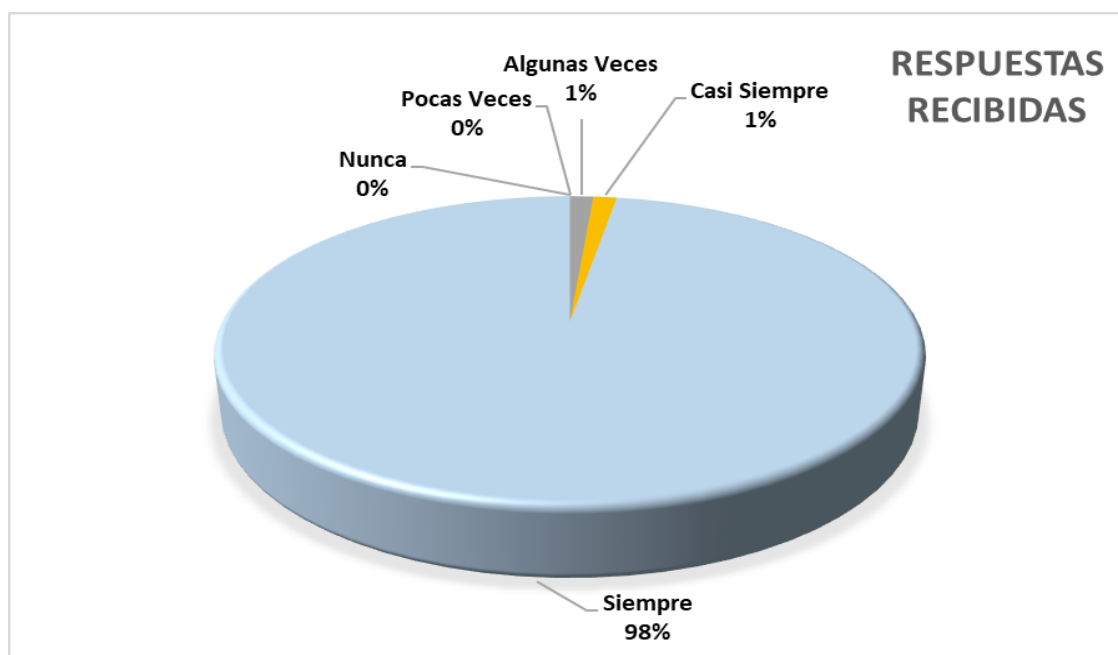
El comercio informal produce la creación de empleo

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
0	Nunca	0	0
0	Pocas Veces	0	0
5	Algunas Veces	5	1
5	Casi Siempre	5	1
380	Siempre	380	97
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 13

El comercio informal produce la creación de empleo



Nota. El 1% indica que algunas veces el comercio informal produce la creación de empleo, el otro 5% dice casi siempre el comercio informal produce la creación de empleo y el 97% considera que el comercio informal produce la creación de empleo.



Tabla 18

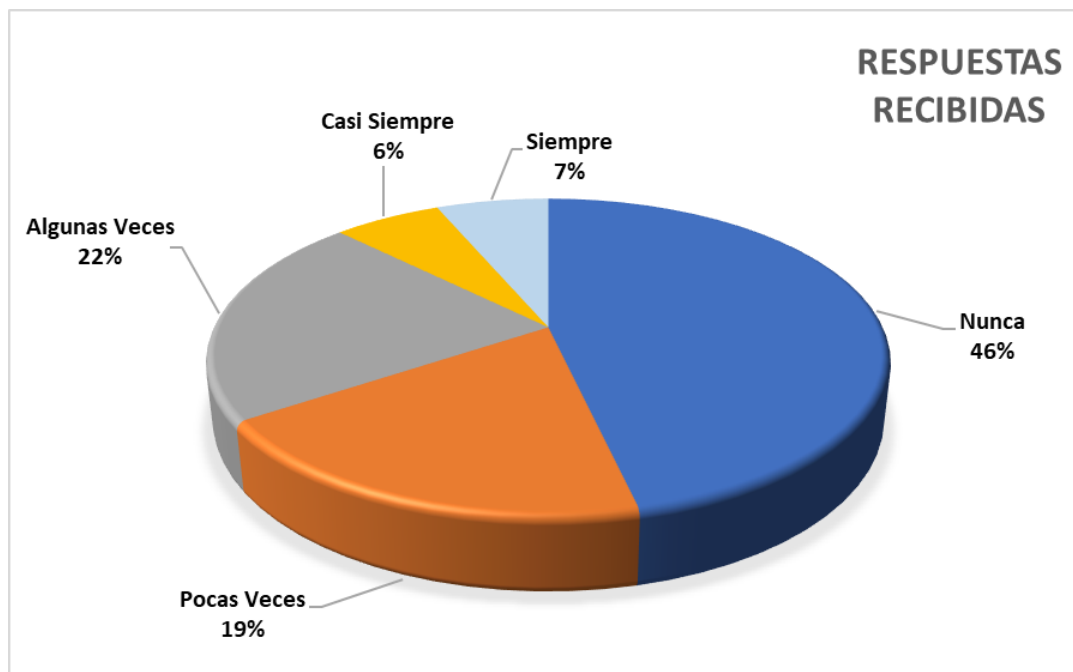
La gestión municipal efectúa capacitación a comerciantes sobre el comercio informal

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
181	Nunca	181	46
75	Pocas Veces	75	19
85	Algunas Veces	85	22
24	Casi Siempre	24	6
25	Siempre	25	6
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 14

La gestión municipal efectúa capacitación a comerciantes sobre el comercio informal



Nota. Vemos que el 46% nos dice que nunca la gestión municipal efectúa capacitación a comerciantes sobre el comercio informal, pocas veces con el 19% la gestión municipal efectúa capacitación a comerciantes sobre el comercio informal, algunas veces con el 22% nos dicen que la gestión municipal efectúa capacitación a comerciantes sobre el comercio informal, casi siempre con el 6% la gestión municipal efectúa capacitación a comerciantes sobre el comercio informal, y siempre dicen con el 6% que la gestión municipal efectúa capacitación a comerciantes sobre el comercio informal.

Tabla 19

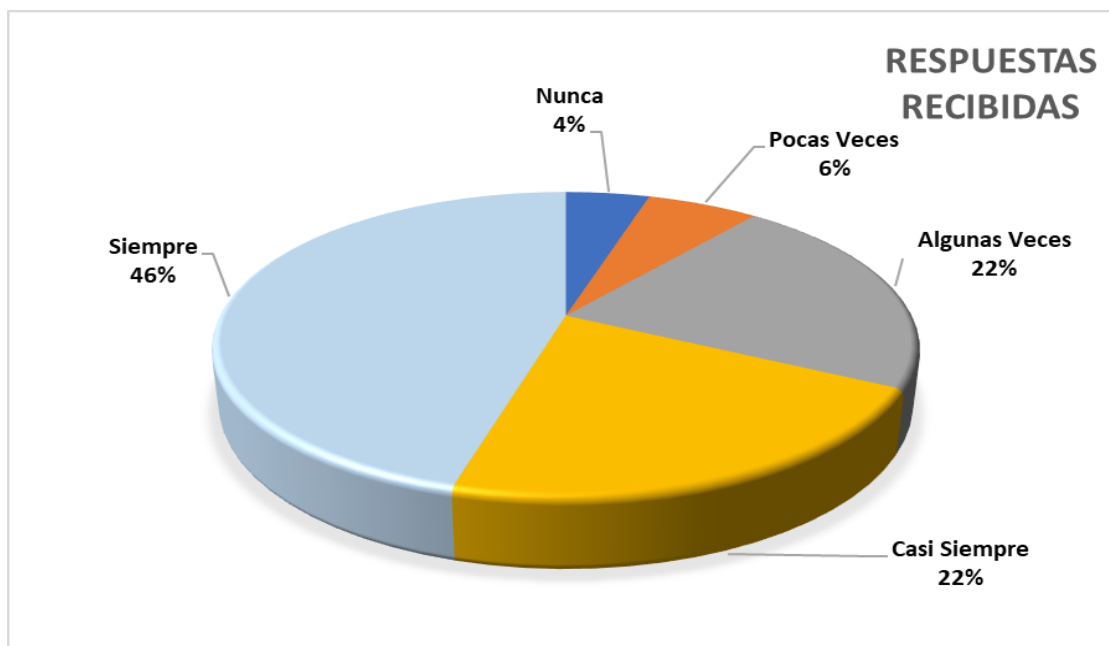
Como comerciante informal aplica conocimientos de técnicas de ventas

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
18	Nunca	18	5
24	Pocas Veces	24	6
85	Algunas Veces	85	22
85	Casi Siempre	85	22
178	Siempre	178	46
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 15

Como comerciante informal aplica conocimientos de técnicas de ventas



Nota. El comerciante informal nunca aplica conocimientos de técnicas de ventas con el 5%, pocas veces el comerciante aplica conocimientos de técnicas de ventas con el 6%, algunas veces el comerciante informal aplica conocimientos de técnicas de ventas a con el 22%, casi siempre el comerciante informal aplica conocimientos de técnicas de ventas con el 22% y siempre los comerciantes aplican conocimientos de técnicas de ventas con el 46%.

Tabla 20

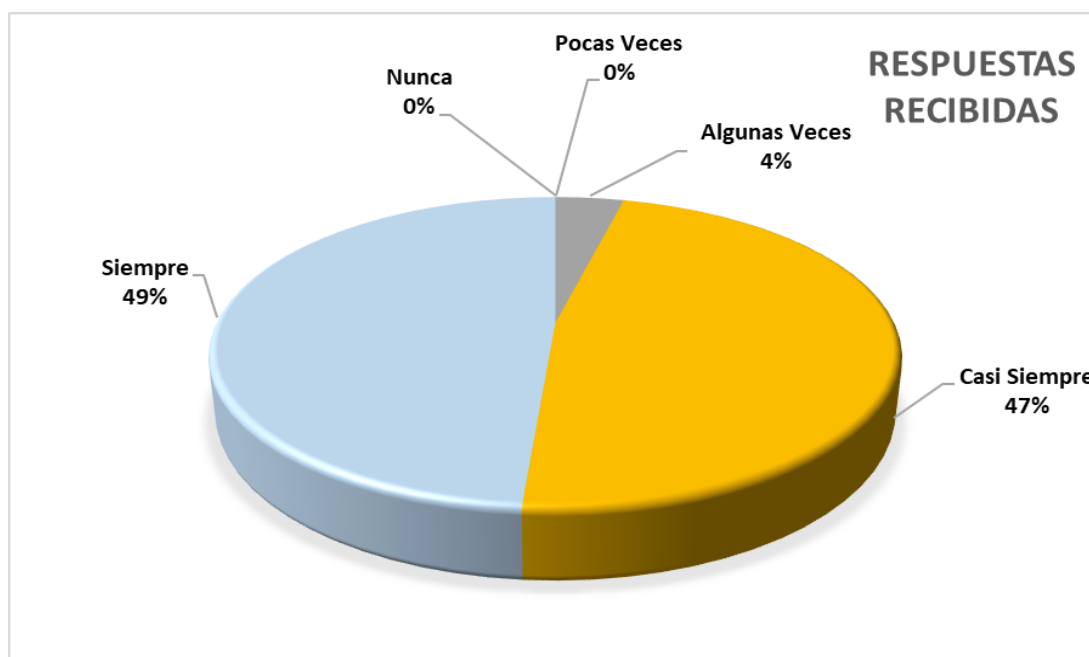
El comercio informal ayuda a familias en su economía

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
0	Nunca	0	0
0	Pocas Veces	0	0
15	Algunas Veces	15	4
185	Casi Siempre	185	47
190	Siempre	190	49
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 16

El comercio informal ayuda a familias en su economía



Nota. Algunas veces el comercio informal ayuda a familias en su economía con el 4%, casi siempre el comercio informal ayuda a familias en su economía con el 47% y siempre el comercio informal ayuda a familias en su economía con el 49%

Tabla 21

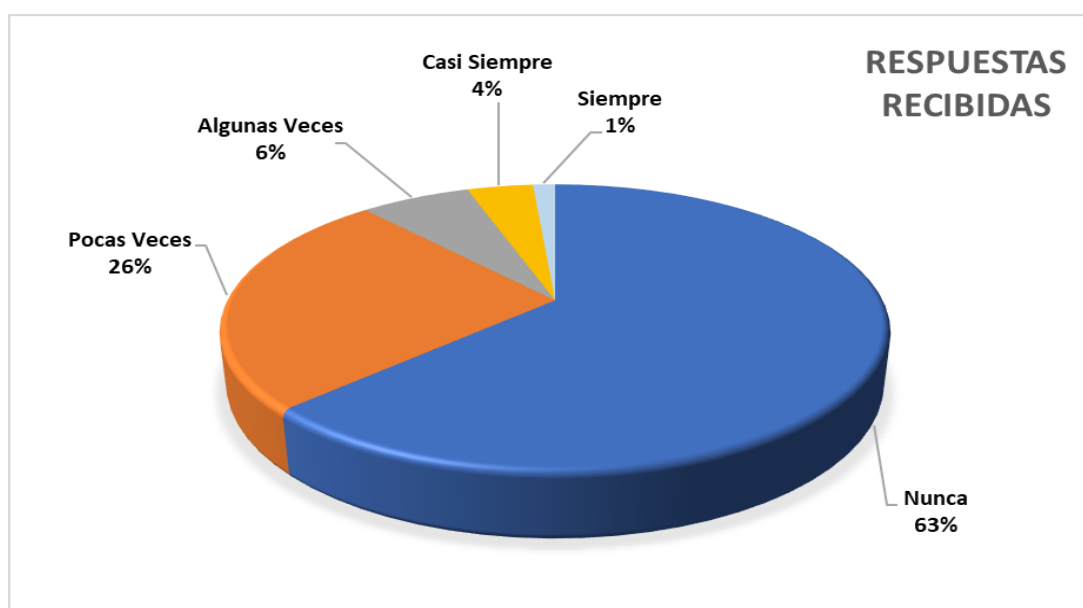
Cómo comerciante informal vende o comercializa productos de contrabando

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
245	Nunca	245	63
100	Pocas Veces	100	26
25	Algunas Veces	25	6
15	Casi Siempre	15	4
5	Siempre	5	1
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 17

Cómo comerciante informal vende o comercializa productos de contrabando



Nota. Nunca como comerciante informal vendo productos de contrabando con el 63%, pocas veces el comerciante informal vende productos de contrabando con el 26%, algunas veces el comerciante informal vende productos de contrabando con el 6%, casi siempre el comerciante informal vende productos de contrabando con el 4% y siempre el comerciante informal vende productos de contrabando con el porcentaje del 1%.

Tabla 22

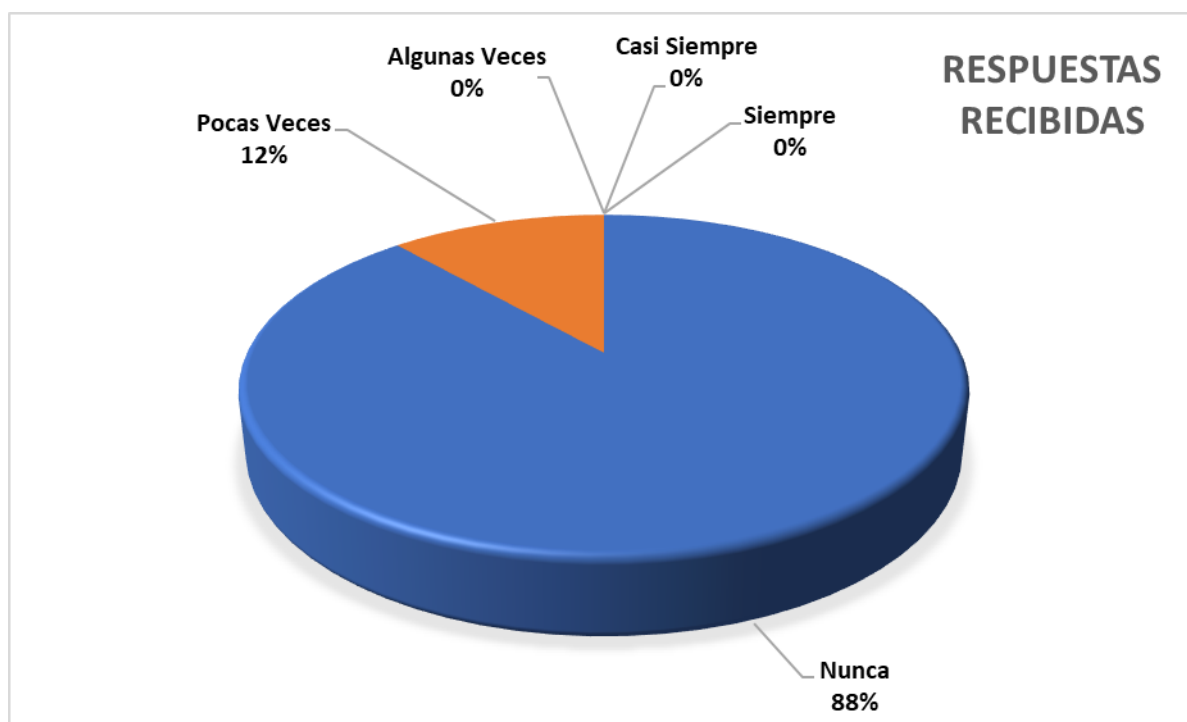
Como comerciante informal comercializa productos de procedencia ilegal (piratas)

Comerciantes Informales	Percepción	Respuestas Recibidas	%
345	Nunca	345	88
45	Pocas Veces	45	12
0	Algunas Veces	0	0
0	Casi Siempre	0	0
0	Siempre	0	0
390		390	100

Nota: Encuesta realizada a comerciantes informales procesadas en el SPSS28

Figura 18

Como comerciante informal comercializa productos de procedencia ilegal (piratas)



Nota. Nunca los comerciantes informales comercializan productos de procedencia ilegal con el 88% y pocas veces el comerciante informal comercializa productos de procedencia ilegal con el porcentaje del 12%.

4.2 Proceso de la prueba de hipótesis de la propuesta

Prueba de hipótesis general.

Ha: La gestión municipal se relaciona negativamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales de la municipalidad Provincial de San Román Juliaca 2023.

Ho: La gestión municipal se relaciona positivamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales de la municipalidad Provincial de San Román Juliaca 2023.

Tabla 23

Correlación Rho Spearman entre las variables Gestión municipal y Comercio informal

		Variable de correlación 1	Variable de correlación 2
Variable de correlación 1	Correlación Spearman	1000	-,571
	Sig. (bilateral)	-	,001
	N	390	390
Variable de correlación 2	Correlación Spearman	-,571	1000
	Sig. (bilateral)	,001	-
	N	390	390

Nota. Correlación es negativa moderada al nivel 0,01 (bilateral).

Explicación.

En la tabla 23, vemos que el coeficiente de Spearman es de -0,571 de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman existe una correlación, negativa moderada, de la variable del gestión municipal con el comercio informal y el nivel de significancia es de 0,001, es decir $p < 0.05$, por lo que aceptamos la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

Prueba de hipótesis específica 1

Ha1: La gestión institucional se relaciona negativamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales.

Ho1: La gestión institucional se relaciona positivamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales.

Tabla 24

Correlación Rho Spearman entre la dimensión Gestión institucional y Comercio informal

		Variable de correlación 1	Variable de correlación 2
Variable de correlación 1	Correlación Spearman	1000	-,712
	Sig. (bilateral)	-	,001
	N	390	390
Variable de correlación 2	Correlación Spearman	-,712	1000
	Sig. (bilateral)	,001	-
	N	390	390

Nota. Correlación es negativa alta al nivel 0,01 (bilateral).

Explicación.

En la tabla 24, analizamos que el coeficiente de Spearman es de -0,712 de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman existe una correlación, negativa moderada, de la dimensión gestión institucional con el comercio informal y un nivel de significancia es de 0,001, es decir $p < 0.05$, por lo que aceptamos la hipótesis específica uno de investigación y se rechaza la hipótesis específica uno alterna.

Prueba de hipótesis específica 2

Ha2 La gestión operativa se relaciona negativamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales.

Ho2: La gestión operativa se relaciona positivamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales.

Tabla 25

Correlación Rho Spearman entre la dimensión Gestión operativa y Comercio informal

		Variable de correlación 1	Variable de correlación 2
Variable de correlación 1	Correlación Spearman	1000	-,653
	Sig. (bilateral)	-	,001
	N	390	390
Variable de correlación 2	Correlación Spearman	-,653	1000
	Sig. (bilateral)	,001	-
	N	390	390

Nota. Correlación es negativa alta al nivel 0,01 (bilateral).

Explicación.

En la tabla 25, analizamos que el coeficiente de Spearman es de -0,653 de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman existe una correlación, negativa moderada, de la dimensión gestión operativa con el comercio informal y un nivel de significancia es de 0,001, es decir $p < 0.05$, por lo que aceptamos la hipótesis específica dos de investigación y se rechaza la hipótesis específica dos alterna.

Contraste de la hipótesis específica 3

Ha3 La gestión financiera se relaciona negativamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales.

Ho3: La gestión financiera se relaciona positivamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales.

Tabla 26

Correlación Rho Spearman entre la dimensión Gestión financiera y Comercio informal

		Variable de correlación 1	Variable de correlación 2
Variable de correlación 1	Correlación Spearman	1000	-,673
	Sig. (bilateral)	-	,001
	N	390	390
Variable de correlación 2	Correlación Spearman	-,673	1000
	Sig. (bilateral)	,001	-
	N	390	390

Nota. La correlación es negativa alta al nivel 0,01 (bilateral).

Explicación.

En la tabla 26, analizamos que el coeficiente de Spearman es de -0,673 de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman existe una correlación, negativa moderada, de la dimensión gestión financiera el comercio informal y un nivel de significancia es de 0,001, es decir $p < 0.05$, por lo que aceptamos la hipótesis específica tres de investigación y se rechaza la hipótesis específica tres alterna.



CONCLUSIONES

PRIMERA. Referente a la relación estadística de la gestión municipal frente al comercio informal en la municipalidad provincial de San Román Juliaca 2023, se estableció la significancia de $p= 0,001$ menor que 0.050, motivo por el cual la hipótesis nula es rechazada y aceptada la hipótesis investigativa, del mismo modo, la correlación de rho Spearman es de -0, 571, el cual nos indica que existe una correlación negativa moderada entre las variables de estudio. Consecuentemente, a mejor gestión municipal disminución del comercio informal.

SEGUNDA. La gestión institucional muestra una relación negativamente alta con el comercio informal, ya que se observa " r " = -0,712 que nos indica que a mejor gestión institucional entonces disminución del comercio informal.

TERCERA. La gestión operativa muestra una relación negativamente alta con el comercio informal, ya que se observa " r " = -0,653 que nos indica que a mejor gestión operativa entonces disminución del comercio informal.

CUARTA. La gestión financiera muestra una relación negativamente moderada versus el comercio informal, ya que se observa " r " = -0,673 que nos indica que a mejor gestión financiera entonces disminución del comercio informal.



RECOMENDACIONES

PRIMERA. A la autoridad municipal y funcionarios públicos incentiven a la formalización y organización de los comerciantes mediante ordenanzas que regulen el comercio informal, mejorar la infraestructura y construcción de supermercados con asistencia del Ministerio de la Producción y participación activa de comerciantes en espacios públicos del distrito de Juliaca.

SEGUNDA. La gestión municipal debe efectuar la planificación territorial, considerando el crecimiento comercial incluyendo a la totalidad de laboriosidades mercantiles que se desarrollan en los mercados y plataformas comerciales.

TERCERA. La gestión operativa del municipio debe de enfocarse a aspectos de control, supervisión en los distintos mercados y plataformas comerciales.

CUARTA. La gestión económica deberá de mostrarse transparentemente al brindar el apoyo a los comerciantes de manera que genere confianza en la gestión municipal.

REFERENCIAS

- Arias, K., Carrillo, P., & Torres, J. (2020). *Análisis del sector informal y discusiones sobre la regulación del trabajo en plataformas digitales en el Ecuador*. Quito, Ecuador.
- Becerra, J. (2009). *El comercio informal en Chepen, elementos para su diagnóstico* (2da ed.). Trujillo.
- Bird, R. (1970). The Growth of Government Spending in Canada. *Canadian Tax Paper*(51).
- Casiano, D., & Cueva, E. (2020). *Gestión municipal, niveles de percepción y confianza: el caso para el distrito de Chachapoyas, Amazonas (Perú) 2019*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.30545/academo.2020.jul-dic.6>
- Castillo. (2021). Técnicas e instrumentos para recoger datos del hecho social educativo. *Revista Científica Retos de la Ciencia*, 5(10), 50-61. Obtenido de <https://retosdelacienciaec.com/Revistas/index.php/retos/article/view/349>
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales*. Buenos Aires. Obtenido de <http://www.galeon.com/pcazau>
- Celle, M., Sotomarin, N., & Ugarte, M. (2011). *Medidas para mejorar la gestión operativa de las entidades públicas: ¿cómo pasar de un marco normativo rígido de cumplimiento "flexible" a un marco flexible de cumplimiento obligatorio?*. Obtenido de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3_uibd.nsf/0C389ABE8DEAE8B005257856005518EC/\\$FILE/Gesti%C3%B3nP%C3%BAblicaDocumento.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3_uibd.nsf/0C389ABE8DEAE8B005257856005518EC/$FILE/Gesti%C3%B3nP%C3%BAblicaDocumento.pdf)
- CEPAL. (2015). *Panorama Social de América Latina*. Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/presentation/files/220321_ps_2015_ppt.pdf



- Cisneros, Guevara, Urdanigo, & Garces. (2022). *Técnicas e instrumentos para la recolección de datos que apoyan a la investigación científica en Tiempo de pandemia*. doi:<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i41.2546>
- De Soto, H., Gherzi, H., & Guibellini, M. (1989). *El otro sendero*. Lima: Editorial Sudamericana.
- Dickson, V., & Yu, W. (1997). Spending by Canadian Provincial Governments: a Empirical Analysis. *Public Finance*, 145-160.
- Durango, M. (2014). *Gestión Operativa y Táctica*. Medellín: Esumer.
- Esquivel, R., Bello, B., & Ormaza, M. (2019). El comercio informal y su influencia en los emprendedores de la Universidad Técnica de Manabí. *ECA Sinergia*, 10(3), 7-13. doi:https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v10i3.1487
- Farnham, P. (1985). Re-examining Local Debt Limits: A Disaggregated Analysis. *Southern Economic Journal*, 51(4), 1186-1201.
- Flores, C. (2019). *Gestión institucional y su relacion con los inentivos tributarios en el distrito de la Banda de Shilcayo Tarapoto Perú*. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/31640/Flores_CBC.pdf?sequ
- Glass, V., & Hopkins, D. (1984). *Statistical methods in education and psychology*. Prentice-Hall.
- Gonzales. (2008). *El comercio informal, situacion y problematica: respuestas y propuestas*. Castillo.
- Groves, S., Godsey, W., & Shulman, M. (1981). "Financial Indicators for Local Governments. *Public Budgeting and Finance*, 1(2), 5-19.
- Hempel, G. (1973). Quantitative Borrower Characteristics Associated with Defaults on Municipal General Obligation. *Journal of Finance*, 523-530.



- Hernández, Fernández, & Baptista. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández, R., & Fernández, C. (1998). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México DF: Mc Graw Hill.
- Hulten, C., & Peterson, G. (1984). Is the United States Underinvesting in Public Capital? The Public Capital Stock: Needs, Trends and Performance". *American Economic Review*, 74(2), 166-173.
- Jiménez, R. (2019). Comercio informal en ciudades de frontera. Estudio de caso de los feriantes de ropa y calzado en la ciudad de Tacna (Perú). *Si Somos Americanos*, 19(1). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0719-09482019000100013>
- Kiewiet, L., & Szalaky, K. (1996). Constitutional limitations on borrowing: An analysis of state bonded indebtedness. *Journal of Law, Economics and Organization*, 12(1), 62-97.
- Lara, E. (2013). *Fundamentos de investigación - Un enfoque por competencias*. México D.F.: Alfaomega Grupo Editor.
- León, L. (2019). La intención emprendedora del comercio informal de la Economía Popular y Solidaria. *Revista de difusión cultural y científica de la Universidad la Salle en Bolivia*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_serial&pid=2071-081X&lng=es&nrm=iso
- Loayza. (2008). Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú. *Revista Estudios Economicos*. *Revista Estudios Economicos*, 15, 13-42.



Mamani, D. (2017). *El comercio informal de ropa usada en la ciudad de Puno, 2016*.

Obtenido de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/6952/M%20amani_Huanacuni_Dulio.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Martínez, J. (2005). El sector informal en México. *El cotidiano*, 31-45.

McEachern, W. (1978). Collective Decision Rules and Local Debt Choice: A Test of the Median-Voter Hypothesis. *National Tax Journal*, 31(2), 129-136.

Medrano, E. (2013). *Estudio del comercio informal organizado en Monterrey, Nuevo León*. Obtenido de <http://eprints.uanl.mx/3572/1/1080256590.pdf>

Mercer, T., & Gilbert, M. (1996). A Financial Condition Index for Nova Scotia Municipalities. *Government Finance Review*, 12(5), 36-38.

Mitchell, W. (1967). The Effectiveness of Debt Limit on State and Local Government Borrowing. *The Bulletin*(45).

Muñoz, L., Quiñones, A., & Sifuentes, N. (2024). *GOBERNANZA ELECTRÓNICA COMO COMPLEJA ALTERNATIVA DE EFICIENCIA ADMINISTRATIVA EN GOBIERNOS LOCALES: REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LITERATURA*. Obtenido de <https://doi.org/10.15381/quipu.v32i67.26539>

O.I.T. (2013). *Estudio línea de base sobre las organizaciones de trabajadores y empresarios de la economía informal en el distrito central, Tegusigalpa Honduras*. Obtenido de <http://cgthonduras.org/wp-content/uploads/2015/11/FENTAEH.pdf>

Olikveira, D. (1984). *La planificación en las empresas publicas: Programación, seguimiento, control y evaluación - Adaptación a los planes y problemas de gobierno*. Obtenido de *La planificación en las empresas publicas: Programación, seguimiento, control y evaluación - Adaptación a los planes y*



problehttp://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan043083.pdf

Osterflin, J. (1981). *La estructura socioeconomica del comercio ambulatorio: algunas hipotesis de trabajo*. Lima: PUCP.

Pacheco, O. (2018). *Análisis del control interno y su incidencia en la gestión municipal de la oficina de almacén central en la municipalidad provincial de Puno, 2016 – 2017*. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/8438>

Páez, T. (2008). *Capacidad emprendedora e informalidad en el campo de la economía*. Obtenido de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=SI316-00872008000300014

Pradales, I. (2014). *Manual de conceptos básicos de getion economica-financiera para personas emprendedoras*. Bilbao España: BEAZ S.A.U.

Quiroz, J. (2022). *El nivel de la gestión de la Municipalidad Provincial de Chota: Una metodología para gobiernos locales*. Obtenido de <https://doi.org/10.15381/idata.v25i1.20870%20target=>

Rivers, M., & Yates, B. (1997). City Size and Geographic Segmentation in the Municipal Bond Marke. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 37(3), 633-645.

Romero, F. (2017). *Gestión municipal y la participación ciudadana en la Municipalidad Distrital de Huanchaco*. Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:qN6xHnMtylgJ:repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9087/Romero_VCF.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy+%&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe

Salcedo, R., & Campoverde, L. (2020). *El Comercio Informal en la ciudad de Machala en Situación Post-Pandemia en el año 2020; regulación en el*



Ordenamiento Jurídico y Propuesto de Ordenanza.

doi:<https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i.3011>

Sanchez, Reyes, & Mejia. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica*. Obtenido de <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-eninvestigacion.pdf>

Sosa, K. (2017). *Factores determinantes de los ingresos del comercio informal en la ciudad de Puno 2016*. Obtenido de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4193/Sosa_Quispe_Katherin_Ximena.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Transparencia, I. (2009). *Gestión pública. Idea Internacionaly Transparencia*.

Valderrama. (2017). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Obtenido de http://www.editorialsanmarcos.com/index.php?id_product=211&controller=product

Veleda, S. (2003). *Trabajo informal, género y cultura: el comercio callejero e informal*. Obtenido de Trabajo informal, género y cultura: el co<https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2004/tdx-0701104-170835/smvs1de1.pdf>

Verma, L. (2006). *Urban geography*. Rawat Publications. Obtenido de <https://tinyurl.com/y29zsch8>

Wagner, A. (1958). *Three extracts on public finance*. London: Classics in the Theory of Public Finance.



ANEXOS



Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cómo la gestión municipal se relaciona con el comercio informal de mercados y plataformas comerciales de la municipalidad Provincial de San Román Juliaca 2023?</p> <p>PE1 ¿Cómo la Gestión institucional se relaciona con el comercio informal de mercados y plataformas comerciales?</p> <p>PE2 ¿Cómo la gestión operativa se relaciona con el comercio informal de mercados y plataformas comerciales?</p> <p>PE3 ¿Cómo la gestión financiera se relaciona con el comercio informal de mercados y plataformas comerciales??</p>	<p>Analizar la relación de la gestión municipal con el comercio informal de plataformas comerciales de la municipalidad Provincial de San Román Juliaca 2023.</p> <p>OE1 Analizar la gestión institucional y su relación con el comercio informal de plataformas comerciales.</p> <p>OE2 Examinar la gestión operativa y su relación con el comercio informal de plataformas comerciales.</p> <p>OE3 Examinar gestión financiera y su relación con el comercio informal de plataformas comerciales.</p>	<p>La gestión municipal se relaciona negativamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales de la municipalidad Provincial de San Román Juliaca 2023.</p> <p>HE1 La gestión institucional se relaciona negativamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales.</p> <p>HE2 La gestión operativa se relaciona negativamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales.</p> <p>HE3 La gestión financiera se relaciona negativamente en el comercio informal de mercados y plataformas comerciales.</p>	<p>VARIABLE 1: GESTIÓN MUNICIPAL</p> <p>VARIABLE 2: COMERCIO INFORMAL</p>	<p>Gestión institucional, gestión operativa, gestión financiera</p> <p>Economía solidaria</p> <p>Economía doméstica</p> <p>Economía Subterránea</p>	<p>Planeación</p> <p>Organización</p> <p>Dirección</p> <p>Control</p> <p>Presupuesto publico</p> <p>Capacidad operativa</p> <p>Transparencia</p> <p>Inversión</p> <p>Financiamiento</p> <p>Solidaridad</p> <p>Cooperación</p> <p>Trabajo independiente</p> <p>Creación de empleo</p> <p>Capacitación a personas</p> <p>Conocimiento de técnicas</p> <p>Ayuda a familias</p> <p>Contrabando</p> <p>Ilegal</p>	<p>ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN Cuantitativo.</p> <p>TIPO DE INVESTIGACIÓN Básica o pura</p> <p>NIVELES DE INVESTIGACIÓN Correlacional</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN No experimental</p> <p>METODO DE INVESTIGACIÓN Inductivo</p> <p>POBLACIÓN DE ESTUDIO 13,825 comerciantes informales de mercados y plazas de la Provincia de San Román Juliaca 2023.</p> <p>MUESTRA DE ESTUDIO 390 comerciantes informales de mercados y plazas de la Provincia de San Román Juliaca 2023.</p> <p>MUESTREO Probabilístico aleatorio simple</p> <p>TÉCNICA Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO Cuestionario.</p>

Nota la autora

Matriz de instrumental:
GESTIÓN MUNICIPAL Y SU RELACIÓN EN EL COMERCIO INFORMAL DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN JULIACA 2023

OBJETO DE ESTUDIO/UNIDADES DE ESTUDIO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACION		TECNICAS DE RECOJO DE DATOS	INSTRUMENTOS	
			PRIMARIAS	SECUNDARIAS		NOMBRE	CODIGO
Analizar la relación de la gestión municipal con el comercio informal de mercados y plataformas comerciales de la municipalidad Provincial de San Román Juliaca 2023.	Gestión municipal	Planeación Organización Dirección Control	Comerciantes		Encuesta.	Cuestionario	
		Presupuesto publico Capacidad operativa Transparencia	Comerciantes		Encuesta.	Cuestionario	
		Inversión Financiamiento	Comerciantes		Encuesta.	Cuestionario	
	Comercio informal	Solidaridad Cooperación Trabajo independiente	Comerciantes		Encuesta.	Cuestionario	
		Creación de empleo Capacitación a personas Conocimiento de técnicas	Comerciantes		Encuesta.	Cuestionario	
		Ayuda a familias Contrabando Illegal	Comerciantes		Encuesta.	Cuestionario	



Instrumento de investigación

GESTIÓN MUNICIPAL Y SU RELACIÓN EN EL COMERCIO INFORMAL DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN JULIACA 2023

Gestión Municipal /Comercio informal

Estimado comerciante (a), a continuación, se le presenta un cuestionario con 18 preguntas. Para ello debe responderlas marcando una de las alternativas que acompaña a cada pregunta. Gracias por su colaboración.

Nunca	Pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
	Gestión pública /Comercio informal					
1	¿La municipalidad efectúa planeación de políticas públicas frente al comercio informal?					
2	¿La municipalidad organiza adecuadamente las normas del comercio informal?					
3	¿En la municipalidad la Dirección realizada por parte de los funcionarios favorece al comercio informal?					
4	¿La municipalidad efectúa el Control, a través de la supervisión y fiscalización al comercio informal?					
5	¿La municipalidad asigna Presupuesto público para apoyo al comercio informal?					
6	¿La municipalidad cuenta con capacidad operativa suficiente y relevante para abordar el comercio informal?					



7	¿La gestión municipal demuestra transparencia en su actuación hacia el comercio informal?				
8	¿La municipalidad realiza inversiones para el comercio informal?				
9	¿La gestión municipal asigna recursos económicos para el financiamiento en favor del comercio informal?				
10	¿La gestión municipal se muestra solidario con el comercio informal?				
11	¿La gestión municipal efectúa cooperación hacia el comercio informal?				
12	¿la gestión municipal valora el trabajo independiente?				
13	¿El comercio informal genera la creación de empleo?				
14	¿La gestión municipal efectúa capacitación a comerciantes sobre el comercio informal?				
15	¿Cómo comerciante informal aplica conocimientos de técnicas de ventas?				
16	¿El comercio informal ayuda a familias en su economía?				
17	¿Cómo comerciante informal vende o comercializa productos de contrabando?				
18	¿Cómo comerciante informal comercializa productos de procedencia ilegal (piratas)?				

Fichas de validez de instrumento



HOJA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
ESCUELA DE POSGRADO

TÍTULO GESTIÓN MUNICIPAL Y SU INFLUENCIA EN EL COMERCIO INFORMAL
TESIS: DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN JULIACA 2023.

I. REFERENCIAS

- EXPERTO : DR. EFRAIN BARRANTES SANCHEZ
- PROFESIÓN : CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
- CARGO ACTUAL : DOCENTE
- GRADO ACADÉMICO : DOCTOR EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

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

Fuente: Tamayo y adaptado de Palomino, Juan; Peña Julio Daniel; Zevallos Gudella y Orizano Lincoln (2015, p. 17)

Coefficiente de valorización porcentual, $C = \text{Total}/50 = \dots/40\dots$

III. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

.....

.....

IV. RESOLUCIÓN

- a. Aprobado ($C \geq 75\% = 0.75$)
- b. Desaprobado ($C < 75\% = 0.75$)

Lugar y fecha : Juliaca, 04 Julio 2024

Sello y firma del experto

N° celular: 992363234



HOJA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
ESCUELA DE POSGRADO

TÍTULO GESTIÓN MUNICIPAL Y SU INFLUENCIA EN EL COMERCIO INFORMAL
TESIS: DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN JULIACA 2023.

I. REFERENCIAS

- EXPERTO : DR. JESUS MAMANI MAMANI
- PROFESIÓN : CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
- CARGO ACTUAL : DOCENTE
- GRADO ACADÉMICO : DOCTOR EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

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

Fuente: Tamayo y adaptado de Palomino, Juan; Peña Julio Daniel; Zevallos Gudelia y Orizano Lincoln (2015, p. 17)

Coefficiente de valorización porcentual, $C = \text{Total}/50 = 40$

III. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

.....

.....

IV. RESOLUCIÓN

- a. Aprobado ($C \geq 75\% = 0.75$)
- b. Desaprobado ($C < 75\% = 0.75$)

Lugar y fecha : JULIACA, 04 DE JULIO, 2024

Sello y firma del experto
 N° celular: 985 858536



HOJA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
ESCUELA DE POSGRADO

TÍTULO GESTIÓN MUNICIPAL Y SU INFLUENCIA EN EL COMERCIO INFORMAL
TESIS: DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN JULIACA 2023.

I. REFERENCIAS

- EXPERTO : DR. ULISES AGUILAR PINTO
- PROFESIÓN : CONTRADOR PÚBLICO COLEGIADO
- CARGO ACTUAL : DOCENTE
- GRADO ACADÉMICO : DOCTOR CIENTÍFICO EN CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

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

Fuente: Tamayo y adaptado de Palomino, Juan; Peña Julio Daniel; Zevallos Gudelia y Orizano Lincoln (2015, p. 17)

Coefficiente de valorización porcentual, C = Total/50 = 40

III. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

IV. RESOLUCIÓN

a. Aprobado (C ≥ 75% = 0.75)

b. Desaprobado (C < 75% = 0.75)

Lugar y fecha : JULIACA, 04 Julio 2024

Sello y firma del experto
 N° celular: 962 808 011



Fichas de evidencia del proceso de recolección de datos

Documentos fuente población de estudio



Archivar

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN - JULIACA

GERENCIA DE SERVICIOS PUBLICOS Y MEDIO AMBIENTE
SUB GERENCIA DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES



"Año de la Unidad, la paz y el Desarrollo"

CARTA N° 149 - 2023 - MPSR-J/SGMPC.

A : **MG. GRACIELA M. VARGAS UGARTE**
SUB GERENTE DE BIENES PATRIMONIALES Y SANEAMIENTO F. L. Y SANEAMIENTO FISICO LEGAL

DE : **LIC. JORGE L. MALMA LIMACHI**
SUB GERENTE DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES

ASUNTO : **LO QUE INDICA**

RUT : **CARTA N° 0213-2023-MPSR-J/GA/SG-BPSFL**

FECHA : Juliaca, 11 de octubre del 2023



Por medio del presente me dirijo a usted, para saludarlo cordialmente y a su vez con la finalidad de atender lo solicitado mediante **CARTA N° 0213-2023-MPSR-J/GA/SG-BPSFL**, donde solicita información sobre el numero de asociaciones y la cantidad de socios que conforman, o en caso de no existir dicha información, informe el numero total de conductores que conforman cada uno de mercados y plataformas comerciales, (...).

En tal sentido esta Sub Gerencia de Mercados y Plataformas Comerciales **REMITE** información conforme lo solicitado y se anexa el informe de cada Mercado, Comedor, Plaza y/o Plataforma Comercial que se encuentra a cargo de esta dependencia.

- INFORME N° 064-2023-MPSR-J/DMSB.
- INFORME N° 062-2023-MPSR-J/GSPMA/SGMPC/MCC.
- INFORME N° 100-2023-MPSR-J/GSPMA/SGMPC/DTA.
- INFORME N° 62-2023-MPSR-J/GSPMA/SGMPC/DPV.
- INFORME N° 048-2023-MPSR-J/SGMPC/PCMB.
- INFORME N° 053-2023-MPSR-J/GSPMA/SGMPC/DPSJ.
- INFORME N° 139-2023-MPSR-J/SGMPC/DALM.
- INFORME N° 167-2023-MPSR-J/SGMPC/D24OCT
- INFORME N° 059-2023-MPSR-J/SGMPC/DMP.SC
- INFORME N° 075-2023-MPSR-J/SGMPC/ACSJ
- INFORME N° 049-2023-MPSR-J/DMSL

Sin otro particular aprovecho la ocasión para hacerle llegar mis consideraciones más distinguidas.

Atentamente,

CC/
Archivo
SGMPC

Lic. Jorge L. Malma Limachi
Sub Gerente de Mercados y Plataformas Comerciales
Municipalidad Provincial de San Roman - Juliaca

GESTION 2023 - 2026



1693-2023 3

Municipalidad Provincial de San Román - Juliaca	Gerencia De Administración General	Sub Gerencia de Bienes Patrimoniales y Saneamiento Físico Legal
---	------------------------------------	---

"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"

Juliaca, 29 de setiembre del 2023

CARTA N° 0213-2023-MPSRJ/GA/SG-BPSFL

SEÑOR:

Lic. Jorge L. MALMA LIMACHI
SUB GERENTE DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MPSRJ.

PRESENTE. -

ASUNTO : SOLICITA INFORMACIÓN.

Previo un cordial saludo me dirijo a Usted, con la finalidad de **SOLICITAR A VUESTRO DESPACHO REMITA INFORMACIÓN DETALLADA SOBRE EL NÚMERO DE ASOCIACIÓN Y LA CANTIDAD DE SOCIOS QUE LA CONFORMAN, O EN CASO DE NO EXISTIR DICHA INFORMACIÓN, INFORME EL NÚMERO TOTAL DE CONDUCTORES QUE CONFORMAN CADA UNO DE LOS MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES QUE SE ENCUENTRAN BAJO SU ADMINISTRACIÓN, como:**

- Mercado Santa Bárbara.
- Túpac Amaru (Mercado y Plataforma Comercial).
- Las Mercedes (Mercado y Plataforma Comercial).
- Cerro Colorado (Mercado y Plataforma Comercial).
- San José (Plataforma Comercial).
- Plaza Mi Perú.
- Plataforma Comercial 24 de Octubre.
- San Luis (Mercado y Plataforma Comercial).
- Pedro Vilcapaza (Mercado y Plataforma Comercial).
- Tambopata.
- Otros que se encuentren bajo su administración.



Información que se requiere con carácter de URGENTE para realizar un informe sobre la privatización de mercados.

Sin otro particular, me suscribo de Usted.

Atentamente,



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL
SAN ROMÁN - JULIACA
[Firma]
M^{te} Graciela M. Vargas Oyarce
SUB GERENTE DE BIENES PATRIMONIALES
Y SANEAMIENTO FÍSICO LEGAL

Remo ito tip te
026-2023

Folios (01).
C.c.:
Arch.

Memorándum N° 031-2023-MPSRJ/GA/SG-BPSFL

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN
JULIACA
OPTO MDO SANTA BARBARA

1748-2023

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN-JULIACA
SUB GERENCIA DE MERCADOS Y
PLATAFORMAS COMERCIALES
RECIBIDO
06 OCT 2023

LA RECEPCIÓN DE ESTE DOCUMENTO NO IMPLICA
LA ACEPTACIÓN DE SU CONTENIDO

"AÑO DE LA UNIDAD LA PAZ Y EL DESARROLLO"

INFORME N° 064-2023-MPSR-J/DMSB

A : LIC. ADM. JORGE LUIS MALMA LIMACHI,
SUB GERENTE DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES.
DEL : C.P.C. C. JAIME VICTOR VELARDE MARIN,
JEFE (E) DEL DEPARTAMENTO DEL MERCADO SANTA BARBARA.
ASUNTO : REMITE INFORME
REF. : MEMORÁNDUM MÚLTIPLE N° 026-2023-MPSR-J/SGMPC.
FECHA : JULIACA, 05 DE OCTUBRE DEL 2023.

Por medio del presente informe tengo a bien de dirigirme a Ud. Para ponerle en conocimiento lo siguiente con respecto al MEMORÁNDUM MÚLTIPLE N° 026-2023-MPSR-J/SGMPC.

PRIMERO.- Hecha las revisiones y verificaciones pertinentes de nuestros archivos que obran en el departamento del mercado santa bárbara. Se logro ubicar los siguientes documentos y cabe precisar que solo existe documentos REMCO del interior del mercado, ya que nuestro departamento no cuenta con plataforma comercial. dicha asociación se denomina de la siguiente manera "Asociación Central de Comerciantes del Mercado Santa Bárbara" (ACOMSAB). Y tiene la cantidad de 360 socios.

SEGUNDO.-El Departamento del Mercado Santa Bárbara Quiere precisar que entre los socios que son 360. Se encuentran puestos en abandono, puestos Vacantes, Cambios de nombres, permiso de salud y es por tal motivo que los puestos no están siendo conducidos al 100 %.

TERCERO.- En el contorno del mercado santa bárbara y Laguna Temporal existe Asociaciones Que no tienen vinculo con la Municipalidad ya Que dichas asociaciones no Cuentan con Autorización Municipal y no realizan pagos a la merced (licencias, alquiler.) y al estar en la informalidad no se puede llevar el conteo de los socios que existan Y se detalla en el siguiente Cuadro:

N°	Denominación de las asociaciones
01	Asoc. de comerciantes BASE N° 01 SUCMMMA
02	Asoc. de comerciantes BASE N° 06 SUCMMMA
03	Asoc. de comerciantes BASE N° 08 SUCMMMA
04	Asoc. de comerciantes BASE N° 13 SUCMMMA
05	Asoc. de comerciantes BASE N° 24 SUCMMMA
06	Asoc. de comerciantes BASE N° 25 SUCMMMA
07	Asoc. de comerciantes BASE N° 15 SUCMMMA
08	Laguna Temporal APROTEAC

Es cuanto informo a usted para su conocimiento, y demás fines determinantes. Van (03) Folios

Atentamente

1744-2023



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TUPAC AMARU - JUNCA
DPTO. TUPAC AMARU

INFORME N° 100-2023-MPSR-J/GSPMA/SGMPC/DTA.

A : Lic. Jorge Luis Malma Limachi.
SUB GERENTE DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES.

DE : Sr. Edgar Alfredo. Luque Huanca.
JEFE DEL DEPARTAMENTO "TUPAC AMARU".

ASUNTO : Información cantidad de socio

REFERENCIA : Memorándum Múltiple N° 026-2023 MPSR-J/SGMPC.

FECHA : Juliaca, 05 de octubre 2023

Por intermedio del presente, me dirijo a usted con la finalidad de saludarle y al mismo tiempo informo para su conocimiento al cumplimiento al Memorándum Múltiple N° 026-2023 MPSR-J/SGMPC, Que requiere numero de asociación y la cantidad de socio que la conforma para lo cual informo lo siguiente.

Que, de acuerdo al registro y archivos de los comerciantes que obra en este Departamento de Túpac Amaru, según registro de comerciantes (REMCO) de último informe de actualización de comerciantes que administramos de siguientes asociaciones de comerciantes y ACOMITAS de plataforma comercial de Túpac Amaru con los cantidades de socio que conduce el puesto de venta:

COMERCIANTES Y ASOCIACIONES	CANTIDAD DE COMERCIANTES
ACOMITA I	444
ACOMITA II	496
ACOMITA VI	15
INTERIOR DE MERCADO	92
COMEDOR 2do PISO	24
PASAJE FRUTAS	33
PASAJE CENTRAL	51
KIOSCO	25
RELOJES	17
TOTAL	1,197

Que, en la administración del departamento del mercado Túpac Amaru no existe registro de comerciante de ACOMITA III, ACOMITA IV Y ACOMITA V, por que se encuentra judicializado.

Es cuanto informo a Usted para su conocimiento, y demás fines correspondientes (van en folio 01).

Atentamente,

C.c.
C. Arch.



INFORME N.º 62 -2023-MPSR-J/GSPMA/SGMPC/DPV

PARA : LIC. JORGE LUIS MALMA LIMACHI
SUB GERENTE DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES

DE : LIC. MARIBEL MAMANI RODRIGUEZ
JEFE DE DEPARTAMENTO PEDRO VILCAPAZA

ASUNTO : REMITE INFORMACION DE ASOCIACIONES, PADRON

REF. : MEMORÁNDUM MULTIPLE N° 026-2023-MPSR-J-SGMA

FECHA : Juliaca, 04 de agosto de 2023.



Por medio de este presente informo a usted respecto a la carta multiple N°026-2023-MPSR-J-SGMPC donde solicitan información sobre la cantidad de asociaciones, padrón de socios según a los documentos encontrados en oficina del departamento PEDRO VILCAPAZA,

MERCADO PEDRO VILCAPAZA Y TAMBOPATA	PADRONADOS SEGUN REMCO	ASOCIACIONES	ESTADO	QUIEN LO ADMINISTRA
INTERIOR DEL MERCADO	102	ASOCIACION DE COMERCIANTES MINORISTAS DEL INTERIOR DEL MERCADO PEDRO VILCAPAZA	EL NUMERO DE ACENTO DE PARTIDA LITERAL QUE ES 11044437 ACENTO 04- 03 DICIEMBRE 2019	ADMINISTRACION PEDRO VILCAPAZA
PLATAFORMA COMERCIAL	72	ASOCIACION LOS ALBOROS	NO SE TIENE INFORMACION DETALLADA DE QUIENES PERTENECEN A LA JUNTA DIRECTIVA DE ESTA ASOCIACION	ADMINISTRACION PEDRO VILCAPAZA
PLATAFORMA COMERCIAL	230	ASOCIACION DE COMERCIANTES MINORISTAS MERCADO PEDRO VILCAPAZA	EL NUMERO DE ACENTO DE PARTIDA LITERAL QUE ES 11044437 ACENTO A 04-03 DICIEMBRE 2022	ADMINISTRACION PEDRO VILCAPAZA
PLATAFORMA COMERCIAL	304	ASOCIACION	NO SE TIENE INFORMACION DETALLADA DE QUIENES PERTENECEN A LA JUNTA DIRECTIVA DE ESTA ASOCIACION	ADMINISTRACION PEDRO VILCAPAZA
MERCADO PEDRO VILCAPAZA Y TAMBOPATA	PADRONADOS SEGUN REMCO	ASOCIACIONES	ESTADO	QUIEN LO ADMINISTRA

Se Adjunta:

- Copia de (SUNARP)REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS "asociación de comerciantes minoristas del interior del mercado pedro vilcapaza"

Lo que pongo de vuestro conocimiento para fines pertinentes, sin otro particular quedo de Ud (2) folio.

Atentamente,

MINISTERIO PÚBLICO DE SAN JOSÉ - JURECO
SUB GERENCIA DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES



INFORME N° 053-2023-MPSR-J/GSPMA/SGMPC/OPSJ

A : LIC. JORGE LUIS MALMA LIMACHI
SUB GERENTE DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES

DE : LIC. ADM. JUAN CARLOS ROQUE ALVAREZ
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE SAN JOSÉ

ASUNTO : REMITE INFORMACION SOLICITADA

REFERENCIA: MEMORANDUM MULTIPLE N°026-2023-MPSR-J/SGMPC
CARTA N°0213-2023-MPSR-J/GA/SG-BPSFL

FECHA : JULIACA, 05 DE OCTUBRE DEL 2023.

Me dirijo a usted, por medio del presente con la finalidad de informar en referencia al Memorandum Múltiple N°026-2023-MPSR-J/SGMPC, según CARTA N°0213-2023-MPSR-J/GA/SG-BPSFL, presentado por la Mg. Graciela M. Vargas Ugarte, solicitando una información detallada del número de asociaciones y la cantidad de socios que la conforman bajo esta administración, al respecto debo informar lo siguiente:

PRIMERO: Al respecto, debo informar que, en esta plataforma comercial de San José los usuarios no se agrupan por asociaciones, más bien los conductores de puestos de venta se dividen por Bases y se tiene una cantidad de XI bases en general, contando con un aproximado de 2840 usuarios, de acuerdo al siguiente detalle:

N°	NUMERO DE BASE	CANTIDAD DE CONDUCTORES
01	I	1062 conductores de puesto de venta
02	II	681 conductores de puesto de venta
03	III	302 conductores de puesto de venta
04	IV	343 conductores de puesto de venta
05	V	200 conductores de puesto de venta
06	VI	44 conductores de puesto de venta
07	VII	52 conductores de puesto de venta
08	VIII	15 conductores de puesto de venta
09	IX	59 conductores de puesto de venta
10	X	66 conductores de puesto de venta
11	XI	36 conductores de puesto de venta

SEGUNDO: La información proporcionada en el presente es sacada del Registro Municipal de Comerciantes (REMCO), que ese tiene en esta departemento de la plataforma comercial de San José.

TERCERO: En consecuencia, teniendo en cuenta lo manifestado en los párrafos que anteceden, se brindó la información requerida por el documento de la referencia, por lo que se deriva el presente a la Sub Gerencia de Mercados y Plataformas Comerciales para su determinación.

En cuenta informo a Ud. para su conocimiento y fines pertinentes.

Atentamente,

CC:
SPTA
OPSJ

INTERIOR DEL MERCADO LAS MERCEDES

Este mercado cuenta con (02) Asociaciones

Distribución de puestos de Venta Interior del Mercado

N°	ASOCIACIONES DIFERENTES DEL INTERIOR DEL MERCADO	NUMERO DE COMERCIANTES	PRODUCTOS DE VENTA
01	Mixtos Interior del Mercado	43 Comerciantes	Productos Varios
02	Carnes Rojas Interior del Mercado	30 Comerciantes	Carnes

PLATAFORMA COMERCIAL DEL MERCADO LAS MERCEDES

En esta jurisdicción de la Plataforma del Mercado las Mercedes cuentas con (22) Asociaciones

DISTRIBUCIÓN DE PUESTOS DE VENTA DE LA PLATAFORMA COMERCIAL LAS MERCEDES

N°	ASOCIACIONES DIFERENTES DE LA PLATAFORMA	NUMERO DE COMERCIANTE	PRODUCTOS DE VENTA
01	"Valle de Tambopata San Juan de Oro"	60 Comerciantes	Venta de frutas
02	"Veinte de Enero"	47 Comerciantes	Productos varios
03	"Choclos y Otros"	40 Comerciantes	Venta de frutas
04	"Sagrado Corazón de Jesus"	116 Comerciantes	Productos varios
05	"Nuestra Señora Virgen de las Mercedes"	245 Comerciantes	Productos varios
06	"Acrom"	111 Comerciantes	Productos varios
07	"Primero de Mayo"	71 Comerciantes	Productos varios
08	"Señor de Huaynaroque"	77 Comerciantes	Productos varios
09	"Nueva Estrella"	28 Comerciantes	Productos varios
10	"Nueve de Octubre"	188 Comerciantes	Productos varios
11	"Señor de Huanca"	68 Comerciantes	Productos varios
12	"Ferreterías y Otros"	28 Comerciantes	Productos varios
13	"Ferreterías Repuestos de Bicicletas y Otros"	137 Comerciantes	Productos varios
14	"Tercer Milenio"	102 Comerciantes	Productos varios
15	"Mixtos Sector 1 "	26 Comerciantes	Productos varios
16	"Hojas de Coca"	44 Comerciantes	Productos varios
17	"Fundadores Mixtos de la Plaza Diaria	22 Comerciantes	Productos varios
18	"Productos Varios"	19 Comerciantes	Productos varios
19	"Exterior del Mercado"	44 Comerciantes	Productos varios
20	"Viandas y Otros"	14 Comerciantes	Productos varios





MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMAN - JULIACA
 GERENCIA DE SERVICIOS PUBLICOS Y MEDIO AMBIENTE
 SUB GERENCIA DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES
 ADMINISTRACION DE 24 DE OCTUBRE
 "Año de la Unidad, la paz y el Desarrollo"



INFORME N° 167 -2023 - MPSR - J / SGMPC / D24OCT

PARA : LIC. JORGE LUIS MALMA LIMACHI
 DE : LIC. MAYUMI KATERIN ROMERO CURO
 ASUNTO : REMITE INFORMACION SOLICITADA
 REF. : MEMORANDUM MULTIPLE N°026-2023-MPSR-J/SGMPC
 FECHA : Juliaca, 04 de octubre de 2023.



Por medio de este presente informo a usted respecto a la MEMORANDUM MULTIPLE N°026-2023-MPSR-J/SGMPC donde solicitan informe detallada sobre el número de asociación y la cantidad de socios que la conforman el departamento 24 de octubre. Cabe indicar que la cantidad de asociaciones son 8 y la cantidad de socios según el registro municipal de comerciantes (REMCO) son 1347. Detalle en el recuadro.

ASOCIACIONES	PADRON SEGÚN REMCO	QUIEN LO ADMINISTRA
"MICAELA BASTIDAS"	725	DEPARTAMENTO 24 DE OCTUBRE
"ASCA"	266	DEPARTAMENTO 24 DE OCTUBRE
"VECINDAD"	125	DEPARTAMENTO 24 DE OCTUBRE
"CONTINENTAL"	43	DEPARTAMENTO 24 DE OCTUBRE
"SEÑOR DE HUAYNARROQUE"	55	DEPARTAMENTO 24 DE OCTUBRE
"PRIMERO DE ENERO"	47	DEPARTAMENTO 24 DE OCTUBRE
"INMACULADA CONCEPCION"	44	DEPARTAMENTO 24 DE OCTUBRE
"7 DE ABRIL"	42	DEPARTAMENTO 24 DE OCTUBRE

Es cuanto informo a Ud. para su conocimiento y de más fines correspondientes. Van en folios-()



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMAN
 JULIACA
 Lic. Mayumi K. Romero Curo
 JEFE DE DPTO. 24 DE OCTUBRE



Municipalidad Provincial de San Román - Juliaca
GERENCIA DE SERVICIOS PÚBLICOS Y MEDIO AMBIENTE
Sub Gerencia de Mercados y Plataformas Comerciales
Departamento de la Plaza Mi Perú-Santa Celedonia.

INFORME N° 059 – 2022-MPSRJ/SGMPC/DMP-SC.

PARA : LIC. JORGE LUIS MALMA LIMACHI.
Sub Gerente De Mercados Y Plataformas Comerciales

DE : Sr. RAUL ZAVALETA CONDORI
Jefe del Departamento Plaza Mi Perú-Santa Celedonia.

ASUNTO : SOLICITA INFORMACION.

REF. : MEMORANDUM MULTIPLE N° 026 – 2023-MPSRJ/SGMPC

FECHA : Juliaca, 04 de octubre del 2023.



Es grato dirigirme a Ud. Para informarle con relación al **MEMORANDUM MULTIPLE N° 026 – 2023-MPSRJ/SGMPC**, en donde el Sub. Gerente de mercados y plataformas comerciales, solicita información de la cantidad de comerciantes de la Plaza Mi Perú y Mercado Santa Celedonia; al respecto informo lo siguiente:

PRIMERO. – Que, los comerciantes de la Plaza Mi Perú y mercado santa Celedonia se encuentran registrados en el padrón de socios del (REMCO) de la Municipalidad.

SEGUNDO. –Que, la administración de la plaza mi Perú administra la plataforma comercial Mi Perú el cual se encuentra dividido en dos asociaciones los cuales son "PLAZA MI PERU SECTOR A" y "PLAZA MI PERU SECTOR B". y del mismo modo la administración MI PERÚ administra el mercado santa Celedonia; por lo que la cantidad de socios se detalla en el siguiente recuadro.

Nº	NOMBRE DE LAS ASOCIACION	RUBRO	CANTIDAD DE SOCIOS
01	PLAZA MI PERU SECTOR A	LÓCERIA	101 SOCIOS
02	PLAZA MI PERU SECTOR A	PRODUCTOS VARIOS	166 SOCIOS
03	SANTA MERCADO SANTA CELEDONIA	MUEBLES	411 SOCIOS
TOTAL DE COMERCIANTES QUE ADMINISTRA LA ADMINISTRACION DE LA PLAZA MI PER			678 SOCIOS

TERCERO. – En consecuencia, teniendo en cuenta lo manifestado en los párrafos que anteceden; esta oficina de Administración de la Plaza Mi Perú y mercado Santa Celedonia, **INFORMA** respecto a lo solicitado, por lo que se deriva el presente a la Sub Gerencia de Mercados y Plataformas Comerciales, para su conocimiento. (VAN EN FOLIOS 03).

Es cuanto informo a Ud. Para su conocimiento y de más fines correspondientes.

Atentamente;

Sr. Raul Zavaleta Condori
DNI: 92362001
JEFE DPTO. DE SERVICIOS PUBLICOS Y MEDIO AMBIENTE

5



INFORME N° 049-2023-MPSR-J/DMSL

AL : Lic. Jorge L. Malma Limachi
 SUB GERENTE DE MERCADOS Y PLATAFORMAS COMERCIALES

DEL : Abog. Wilson Aychasi Mamani
 JEFE DEL DEPARTAMENTO SAN LUIS

ASUNTO : Remito Información.

REF. : Memorándum Múltiple N° 026-2023-MPSR-J/SGMPC

FECHA : Juliaca, 10 de octubre 2023.



Es grato dirigirme a Usted, para informarle lo siguiente

PRIMERO.- Que el Departamento del Mercado San Luis, en cumplimiento al MEMORÁNDUM MULTIPLE N° 026-2023-MPSR-J/SGMPC, remitido por la Sub Gerencia de Plataformas Comerciales para dar información al respecto.

SEGUNDO.- El departamento del Mercado San Luis reviso los archivos que obran en nuestro acervo documentario; Y se encontró documentación referente a la siguientes asociaciones:

N.	NOMBRE Y APELLIDOS	CANTIDAD DE SOCIOS	ESTADO
01	MERCADO SAN LUIS	102	EN PROCESO DE REGULARIZACION
02	ASOCIACION "VIRGEN DE NATIVIDAD"	458	EL NUMERO DE PARTIDA 11095957 ASIENTO A00003
03	ASOCIACION DE COMERCIANTE VIXTOS 7 ESQUINAS	30	EN PROCESO DE REGULARIZACION
04	ASOCIACION DE COMERCIANTES UNAJ	08	EN PROCESO DE REGULARIZACION
05	ASOCIACION DE COMERCIANTES DE FLORES, CORONAS Y VIANDAS VIRGEN DE LAS MERCEDES DEL CEMENTERIO LA CAPILLA	18	EN PROCESO DE REGULARIZACION

Es cuanto informo a usted para su conocimiento, y demás fines correspondientes.

Atentamente,

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN
 JULIACA
 Abog. Wilson Aychasi Mamani
 JEFE DPTO. M.C.D.O. SAN LUIS

ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

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

Formato digital

Fecha de entrega: 31-03-2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: GRACIELA MAGDALENA VARGAS UGARTE

Dirección: URB. LA RINCONADA 3ra ETAPA E-17

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 02393446

Teléfono: 950 809 378 email: gramvu_tv@hotmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

Escuela Profesional o Mención: _____

Título o Grado Académico a optar: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

Asesor: Dr. ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERON

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: GESTIÓN MUNICIPAL Y SU RELACIÓN EN EL COMERCIO INFORMAL DE MERCADOS
Y PLATAFORMAS COMERCIALES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMÁN
JULIACA 2023

Palabras claves, (3 a 5 términos): Gestión Municipal, Comercio Informal, Licencia De Funcionamiento

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

2

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

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

2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

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

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

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

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

Autorizo su publicación (marque con una X)

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

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

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

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

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

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

- Sí autorizo
- No autorizo

Jurisdicción de su Licencia

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

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

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

Internacional

Nacional

Línea de investigación: ADMINISTRACIÓN PÚBLICA – P69

Firma de Autor



huella digital

31-03-2025

Fecha