

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



UPLA
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

TESIS

**Comercio ambulatorio y planeamiento estrategico en la gerencia de
promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de
Huancayo - 2021**

Para optar : Título Profesional de Licenciada en Administración
Autor(es) : Bach. Galvan Chanco Melanie Carmen Renne
Bach. Vilchez Arroyo Rosa Marleni
Asesor : Mg. Santana Camargo Walter Ruben
Línea de investigación : Ciencias Empresariales y Gestión de Recursos
Fecha de inicio y
Culminación : 21.08.2021 – 20.08.2022

Huancayo – Perú

2022

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADOS

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

TESIS

**COMERCIO AMBULATORIO Y PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
EN LA GERENCIA DE PROMOCIÓN ECONÓMICA Y TURISMO
DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANCAYO - 2021**

PRESENTADA POR:

Bach. Galvan Chanco Melanie Carmen Renne
Bach. Vilchez Arroyo Rosa Marleni

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

Licenciada en Administración

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

DECANO : _____
DR. VÁSQUEZ VÁSQUEZ WILBER GONZALO

PRIMER MIEMBRO : _____
DR. ARAUJO MEDRANO HECTOR FERNANDO

SEGUNDO MIEMBRO : _____
MTRO. ALDANA LOPEZ ALBERTO VIDAL

TERCER MIEMBRO : _____
MG. MAYOR PALACIOS MARIA LUZ

Huancayo, 14 de Octubre del 2022

**COMERCIO AMBULATORIO Y PLANEAMIENTO
ESTRATÉGICO EN LA GERENCIA DE PROMOCIÓN
ECONÓMICA Y TURISMO DE LA MUNICIPALIDAD
PROVINCIAL DE HUANCAYO - 2021**

ASESOR:

MG. SANTANA CAMARGO WALTER RUBEN

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres y hermana que fueron un gran soporte en mi camino personal y profesional; por estar ahí siempre al lado mío; a Sabina, Luci, Gringo y Blanca, por acompañarme en una etapa muy cambiante de mi vida y que siempre estarán presentes en mi corazón.

A mi hija que es una de las razones que me inspira a seguir adelante y ser un ejemplo para ella; a todos mis familiares y amigos por sus consejos y que siempre están pendiente de mí y me motivan a seguir adelante y ser mejor cada día.

Melanie y Rosa.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Peruana los Andes por todas las destrezas proporcionadas a través su plana docente capacitada en nuestra formación profesional y elaboración de este trabajo investigativo.

Al Mg. Docente asesor, por su apoyo profesional en la elaboración del presente documento.

Melanie y Rosa.

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

CONSTANCIA DE ÍNDICE SIMILITUD

(EXPEDITO SEGÚN ART. 8.4)

El Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables deja:

CONSTANCIA

Que, Los Bachilleres: **GALVAN CHANCO MELANIE CARMEN RENNE Y VILCHEZ ARROYO ROSA MARLENI**, de la escuela profesional de Administración y Sistemas, han presentado su informe final de TESIS titulado: **“COMERCIO AMBULATORIO Y PLANEAMIENTO ESTRATEGICO EN LA GERENCIA DE PROMOCION ECONOMICA Y TURISMO DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANCAYO -2021”**. originalidad en el **SOFTWARE TURNITIN** obteniendo el **Porcentaje** de similitud de **20%**, el cual se encuentra dentro del porcentaje permitido.

Se expide el presente, para efectos de continuar con los tramites concernientes a la obtención de su título profesional.

Huancayo, 19 de julio del 2022



Dr. Armando Juan Adauto Ávila
Director de Unidad de Investigación
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Contenido

Dedicatoria.....	v
Agradecimientos	vi
Contenido.....	viii
Contenido de tablas.....	xii
Contenido de Figuras	xiv
Resumen.....	xv
Abstract.....	xvi

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática	17
1.2. Delimitación del problema	19
1.2.1. Delimitación Espacial	19
1.2.2. Delimitación Temporal	19
1.2.3. Delimitación Conceptual	19
1.3. Formulación del problema	20
1.3.1. Problema General.....	20
1.3.2. Problemas Específicos	20
1.4. Justificación.....	21
1.4.1. Social.....	21
1.4.2. Teórica	21
1.4.3. Metodológica	22
1.5. Objetivos	22
1.5.1. Objetivo General.....	22
1.5.2. Objetivos Específicos.....	22

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes	24
2.1.1.	Nacionales y locales.....	24
2.1.2.	Internacionales	28
2.2.	Bases Teóricas o Científicas	31
2.2.1.	Planeación Estratégica	31
2.2.2.	Comercio informal ambulatorio.....	49
2.3.	Marco Conceptual	57

CAPITULO III

HIPÓTESIS

3.1.	Hipótesis General	59
3.2.	Hipótesis Específica	59
3.3.	Variables.....	59
3.3.1.	Variable 1: Formalización de Comercio ambulatorio.....	59
3.3.2.	Variable 2: Planeamiento estratégico.....	60

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1.	Método de investigación	63
4.2.	Tipo de investigación	63
4.3.	Nivel de investigación.....	64
4.4.	Diseño de investigación	64
4.5.	Población y muestra	65
4.5.1.	Población.....	65
4.5.2.	Muestra	65
4.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	66
4.7.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	68

4.8. Aspectos éticos de la investigación.....	69
---	----

CAPITULO V

RESULTADOS

5.1. Descripción de resultados.....	70
5.1.1. Datos Generales	70
5.1.2. Variable 1: Formalización de comercio ambulatorio.....	74
5.1.3. Variable 2: Planeamiento Estratégico	78
5.2. Contrastación de hipótesis.....	82
5.2.1. Prueba de hipótesis general.....	82
5.2.2. Prueba de hipótesis específica 1	84
5.2.3. Prueba de hipótesis específica 2	86
5.2.4. Prueba de hipótesis específica 3	88
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	90
CONCLUSIONES	94
RECOMENDACIONES.....	96
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	97
ANEXOS	109
Matriz de consistencia.....	110
Matriz de operacionalización de las variables.....	112
Matriz de operacionalización del instrumento	114
Instrumento de investigación	115
Constancia de aplicación.....	121
Confiabilidad de instrumento	122
Validez del instrumento	132
Data de procesamiento de datos	153
Consentimiento informado.....	156

Fotos de aplicación del instrumento.....	161
Padrón de comerciantes ambulantes de la ciudad de Huancayo	164

Contenido de tablas

Tabla 1 Matriz de operacionalización de variables.....	61
Tabla 2 Ficha técnica Cuestionario de Planificación Estratégica Institucional	66
Tabla 3 Baremo de evaluación Cuestionario de Planificación Estratégica Institucional.....	66
Tabla 4 Ficha técnica Cuestionario de Formalización de Comercio Ambulatorio	67
Tabla 5 Baremo de evaluación Cuestionario de Formalización de Comercio Ambulatorio...	68
Tabla 6 Distribución de la muestra según edad	70
Tabla 7 Distribución de la muestra según género	71
Tabla 8 Distribución de la muestra según grado de instrucción	72
Tabla 9 Distribución de la muestra según estado civil.....	73
Tabla 10 Formalización de comercio ambulatorio	74
Tabla 11 Dimensión 1: Documentación.....	75
Tabla 12 Dimensión 2: Organización	76
Tabla 13 Dimensión 3: Financiamiento	77
Tabla 14 Planeamiento Estratégico.....	78
Tabla 15 Dimensión 1: Formulación	79
Tabla 16 Dimensión 2: Implementación.....	80
Tabla 17 Dimensión 3: Control.....	81
Tabla 18 Correlación entre formalización de comercio ambulatorio y planeamiento estratégico	83
Tabla 19 Correlación entre formalización de comercio ambulatorio y formulación	85
Tabla 20 Correlación entre formalización de comercio ambulatorio e implementación	87
Tabla 21 Correlación entre formalización de comercio ambulatorio y control	89
Tabla 22 Confiabilidad de Cuestionario de formalización de comercio ambulatorio	122

Tabla 23 Estadística de fiabilidad de Cuestionario de formalización de comercio ambulatorio	122
Tabla 24 Confiabilidad por elemento de Cuestionario de formalización de comercio ambulatorio	122
Tabla 25 Confiabilidad de Cuestionario de planeamiento estratégico	127
Tabla 26 Estadístico de fiabilidad de Cuestionario de planeamiento estratégico	127
Tabla 27 Estadístico de fiabilidad por elemento de Cuestionario de planeamiento estratégico	127

Contenido de Figuras

Figura 1 Distribución de la muestra según edad.....	71
Figura 2 Distribución de la muestra según género	72
Figura 3 Distribución de la muestra según grado de instrucción.....	73
Figura 4 Distribución de la muestra según estado civil.....	74
Figura 5 Formalización de comercio ambulatorio.....	75
Figura 6 Dimensión 1: Documentación.....	76
Figura 7 Dimensión 2: Organización.....	77
Figura 8 Dimensión 3: Financiamiento	78
Figura 9 Planeamiento Estratégico	79
Figura 10 Dimensión 1: Formulación.....	80
Figura 11 Dimensión 2: Implementación	81
Figura 12 Dimensión 3: Control	82

Resumen

El presente estudio investigativo estableció como objetivo determinar la relación que existe entre la formalización del comercio ambulatorio y el planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021. Se utilizó en el marco metodológico, el método científico – inductivo – deductivo, tipo básico, nivel descriptivo – correlacional, diseño no experimental, descriptivo-correlacional y corte transversal, población 249 comerciantes ambulantes, muestra 151, tipo de muestreo probabilístico, técnica la encuesta, instrumento cuestionario. Los resultados obtenidos demuestran que, con un coeficiente de correlación Rho Spearman fue = 0,510, indicando que la relación entre formalización de comercio ambulatorio y planeamiento estratégico fue una correlación positiva moderada y, dado el valor P-valor = 0,000 (grado de significación estadística) menor que $\alpha = 0,05$ se RECHAZA la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, se concluye que, la formalización del comercio ambulatorio se relaciona significativamente con el planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

Palabras clave: comercio ambulatorio, formalización, planeamiento estratégico.

Abstract

The present investigative study established the objective of determining the relationship between the formalization of ambulatory commerce and strategic planning in the management of economic promotion and tourism of the Provincial Municipality of Huancayo - 2021. It was used in the methodological framework, the scientific method - inductive - deductive, basic type, descriptive - correlational level, non-experimental, descriptive - correlational design and cross section, population 249 street vendors, sample 151, type of probabilistic sampling, survey technique, questionnaire instrument. The results obtained show that, with a Rho Spearman correlation coefficient was = 0.510, indicating that the relationship between formalization of outpatient business and strategic planning was a moderate positive correlation and, given the P-value = 0.000 (degree of statistical significance) less than $\alpha = 0.05$, the null hypothesis is REJECTED and the alternative hypothesis is accepted; In other words, it is concluded that the formalization of ambulatory commerce is significantly related to the strategic planning in the management of economic promotion and tourism of the Provincial Municipality of Huancayo - 2021.

Keywords: ambulatory commerce, formalization, strategic planning.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

La venta ambulante es una ocupación antigua e importante que se encuentra en prácticamente todos los países y ciudades importantes del mundo. Los vendedores ambulantes agregan vitalidad al paisaje urbano y contribuyen a la actividad económica y la prestación de servicios, pero muchos observadores también los asocian con la congestión, los riesgos para la salud y la seguridad, la evasión de impuestos, informalidad y la venta de mercadería de mala calidad. Numerosas leyes nacionales, locales y ordenanzas municipales se aplican a la venta ambulante o están dirigidas específicamente a los vendedores ambulantes, y la mayoría de los países tienen un largo historial de regulación de su actividad.

En muchos países en desarrollo y menos desarrollados, una parte significativa de las personas empleadas está involucrada en el sector informal (Oficina Central de Estadísticas [CBS], 2008; citado en Onodugo et al., (2017). La venta ambulante es la expresión más visible del sector informal (Onodugo et al., 2017). Según las estadísticas oficiales de las ciudades africanas, asiáticas y latinoamericanas, los vendedores ambulantes representan entre el 2 y el 24 por ciento del empleo informal urbano total (Roever y Skinner, 2016). Los estudios muestran que cuando se permite a los vendedores ambulantes realizar su comercio, tiene un efecto positivo en la reducción de la pobreza, la generación de empleo, el espíritu empresarial, la movilidad social, la paz y el orden y la democratización de los recursos entre hombres y mujeres (Kusakabe et al., 2006).

Pero a medida que las ciudades crecen, los valores de la tierra aumentan y el espacio público se vuelve más disputado y privatizado, los vendedores ambulantes están siendo expulsados. Aunque el empleo representa una vía clave para salir de la pobreza, estos trabajadores están perdiendo sus medios de vida y las ciudades se están volviendo más exclusivas en el proceso.

En el Perú, los comerciantes ambulantes venden muchos productos, como verduras frescas, alimentos preparados (desayunos), productos electrónicos de consumo, ropa, cosméticos, materiales de construcción, utensilios, etc., que muchos consumidores, especialmente los de bajos ingresos, prefieren a los puntos de venta y los centros comerciales como calle. los vendedores ofrecen productos a un precio relativamente económico (Condori et al., 2020). Por lo tanto, la venta ambulante tiene un papel doble en las áreas urbanas peruanas: brinda oportunidades de empleo a muchos desempleados urbanos de bajos ingresos, así como a personas migradas de áreas rurales, y proporciona bienes a un precio relativamente más barato para muchos, principalmente consumidores de bajos ingresos y nivel educativo bajo (Condori et al., 2020).

Con la creciente urbanización en el Perú, la venta ambulante también está aumentando en todas las áreas urbanas; motivo por el cual, los municipios entre sus funciones legales y organizativas establece dentro del planeamiento estratégico anual las acciones organizativas y de formalización del comercio ambulatorio. Frente a ello, los estudios sugieren que los vendedores ambulantes se enfrentan a una vigilancia policial municipal excesiva dirigiéndose sus negocios en una situación vulnerable, como la falta de crédito institucional, el acoso de la policía municipal, el problema de dañar las mercancías por vehículos y peatones, pagar dinero por cupos para evitar el acoso, etc.

En la ciudad de Huancayo, la gerencia de la Municipalidad de Huancayo menciona que durante el último año se ha incrementado la actividad informal ambulatoria, esto también debido al contexto de pandemia de COVID 19 y las secuelas económicas que ha dejado, llegando a 10 000 comerciantes ambulatorios en toda la provincia, muchos de ellos sin empadronar, sin embargo las medidas restrictivas y de sensibilización que ejecutó la Municipalidad Provincial de Huancayo a través del planeamiento estratégico no han solucionado en gran parte el problema del comercio informal, por lo tanto determinar si existe relación entre ambas variables es crucial a fin de analizar en futuras investigaciones que acciones se debieran tomar para lograr la formalización y organización del comercio ambulatorio debidamente regulado.

1.2. Delimitación del problema

1.2.1. Delimitación Espacial

La investigación se ejecutó en la ciudad de Huancayo “zona centro”. Específicamente en los alrededores del Mercado Modelo, y zonas más aglomeradas a inmediaciones donde existe comerciantes ambulantes.

1.2.2. Delimitación Temporal

Se tomó en consideración el año 2021, meses Julio, agosto y Setiembre.

1.2.3. Delimitación Conceptual

El trabajo teórico, se respalda específicamente en las propuestas teóricas alrededor de las variables de estudio.

Formalización de comercio ambulatorio: Proceso de transición de la informalidad a su representatividad legal temporal o permanente; implica la aplicación de políticas municipales, así como la aplicabilidad de las mismas. (Rivera, 2019)

Planeamiento estratégico: Wheelen y Hunger (2012) citado por Rivera (2019) precisa que es la capacidad institucional de prever y ejecutar acciones para el cumplimiento de objetivos mediante el uso de estrategias.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema General

¿Cuál es la relación que existe entre la formalización del comercio ambulatorio y el planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021?

1.3.2. Problemas Específicos

¿Cuál es la relación entre la formalización del comercio ambulatorio y la formulación de la planificación estratégica en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021?

¿Cuál es la relación entre la formalización del comercio ambulatorio y la implementación de la planificación estratégica en la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021?

¿Cuál es la relación entre la formalización del comercio ambulatorio y el control de la planificación estratégica la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021?

1.4. Justificación

1.4.1. Social

El presente trabajo de investigación, es importante debido a que se logró establecer una relación social entre la planificación estratégica del gobierno local y la formalización del comercio ambulatorio. Para así, describir cuáles serían las ventajas y desventajas de dicha actividad como la falta de un mapa que guíe el desarrollo de esa actividad ordenada y controlada.

Así mismo, el estudio es relevante debido a que se podrá mejorar la planificación estratégica con la finalidad de mitigar el desarrollo del comercio ambulatorio. Comercio que se desarrolla la volatilidad económica de diferentes familias, lo que permitirá la promoción de una estructurada de plan estratégico para afrontar tan difícil contexto. Así, el presente estudio, es importante ya que se podrá establecer recomendaremos en relación al tema, como por ejemplo describir los factores que más intervienen en el desarrollo del comercio ambulatorio como la falta de aplicación de un buen planeamiento estratégico. Para que, de esa forma, dicha actividad se desarrolle ordenadamente y controlada con todas las medidas de seguridad y control.

1.4.2. Teórica

Teóricamente, es importante el presente estudio porque aporta al conocimiento científico sobre la gestión pública. Desde una perspectiva teórica, el presente estudio es relevante porque brindará herramientas teóricas que serán de gran ayuda para mitigar y dar soluciones al crecimiento y desarrollo del comercio ambulatorio en la ciudad de Huancayo.

Ya que se ha podido demostrar que esta actividad crece desordenadamente y descontrolada que es un desarrollo que perjudica al desarrollo económico. De esta manera, la aplicación y ejecución de una planificación estratégica ayudará a tener un panorama bien definido para controlar, ordenar y dirigir el comercio ambulatorio

1.4.3. Metodológica

La investigación, tiene relevancia metodológica, ya que los instrumentos que se utilizarán en el presente estudio estarán respaldados por validación de juicio de expertos y analizados con el criterio de confiabilidad utilizando Alfa de Cronbach.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Establecer la relación que existe entre la formalización del comercio ambulatorio y el planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021

1.5.2. Objetivos Específicos

Establecer la relación que existe entre la formalización de comercio ambulatorio y la formulación de planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

Establecer la relación entre la formalización del comercio ambulatorio y la implementación de la planificación estratégica en la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021

Establecer la relación entre la formalización del comercio ambulatorio y el control de la planificación estratégica la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Nacionales y locales

Romero, (2021) para obtener el título de contador público por la Universidad Continental elaboró un trabajo investigativo sobre el impacto del comercio informal no ambulatorio en la evasión de impuestos al estado en el distrito de Huancayo, 2019. La finalidad fue determinar el impacto del comercio ambulatorio. La metodología usada para conseguir el objetivo fue bajo el enfoque cuantitativo, nivel no experimental, descriptivo, diseño relacional, la muestra lo conformaron 94 comercios, a cuyas personas comerciantes se les aplicó dos cuestionarios. Los resultados arrojaron información relevante, ya que el 57.45% de las personas encuestadas desconoce sobre la documentación que se ejecuta el RUC, así como no tiene intención de hacerlo; por lo que, se facilita el comercio informal y no registran ingresos de cerca el 77%. Finalmente se concluye que existe un impacto del comercio informal en la evasión de impuestos, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman =0.318

Alfonso y De la Flor (2020) publican un artículo científico en la Revista de Ciencias Sociales Innova sobre el comercio ambulatorio informal como problemática social; los autores plantean el propósito de analizar el comercio ambulatorio a partir de factores y características. A partir de un análisis documentario, se concluye que el comercio informal ambulatorio resulta ser una problemática compleja donde es imprescindible escuchar las opiniones y expectativas de los comerciantes. De otro lado, caracterizar el

dimensionamiento de la fuerza laboral informal y niveles de concordancia es la principal tarea que debe ejecutar para impulsar la formalización de los comerciantes ambulantes.

Ramírez (2019) para obtener el grado académico de Magister en Gestión Pública por la Universidad Cesar Vallejo elaboró un trabajo investigativo sobre gestión municipalidad y su relación con el comercio informal en la vía pública en un distrito de Lima- Perú. La metodología adaptada para este fin se estableció a partir del tipo básica, nivel descriptivo correlacional, diseño no experimental, enfoque cuantitativo; la muestra lo conformaron 248 personas quienes respondieron a un cuestionario. Los resultados, muestran que sobre la primera variable el 62.5% de personas consideran que es poco eficiente y respecto al comercio informal el 57% que es moderado. De otro lado, se comprobó que existe relación significativa e inversa entre las variables, con un coeficiente de correlación de Rho Spearman =-.796.

Rivera (2019) para obtener el título de Licenciado en Administración por la Universidad Ricardo Palma elabora una investigación sobre planificación estratégica institucional y su incidencia en la formalización del comercio ambulatorio en una municipalidad con el propósito de hallar la relación entre las variables. La metodología adoptada fue de tipo básica descriptiva, método mixto (cuantitativo-cualitativo), diseño no experimental-correlacional; la población lo conformó 309 comerciantes ambulantes y la muestra de 94. Los resultados pudieron establecer que existe relación significativa, fuerte, directa y proporcional entre las variables; es decir, en la medida que se mejora el planeamiento estratégico también lo hace la formalización de comercio ambulatorio. Lo mismo ocurre en la relación con las dimensiones.

Baque (2019) en la Universidad César Vallejo para obtener el grado académico de Magister en Gestión Pública elabora un trabajo de investigación titulado: Gestión

estratégico y comercio ambulatorio en una municipalidad; el objetivo establecido fue determinar la relación entre las variables. Metodológicamente la investigación se erigió desde el paradigma positivista y método cuantitativo, tipo correlacional, diseño descriptivo – no experimental; la técnica fue la encuesta e instrumento el cuestionario, la muestra lo conformaron 142 personas. Los resultados conseguidos demostraron que sobre la variable gestión estratégica predominó el nivel regular o medio y sobre la variable comercio ambulatorio el nivel muy bueno; del mismo modo, se halló relación significativa entre las variables obteniendo un coeficiente de correlación de 0,852** y significancia bilateral de 0.000.

Melgar y Salazar (2019) para obtener Licenciatura en Administración por la Universidad Católica Sedes Sapientiae elabora una investigación sobre Formalización y comercio ambulatorio entre dos avenidas de un distrito de Lima con la finalidad de determinar cómo se relacionan las variables; por lo cual utilizó el tipo cuantitativo, diseño no experimental, enfoque cuantitativo, alcance correlacional; la población y la muestra se conformó con 30 comerciantes ambulantes quienes contestaron a un cuestionario. Los resultados mostraron que existe relación significativa =0.000 entre las variables con un coeficiente de 0.689 es decir la relación fue positivamente media; el 60% conocen los requisitos para registrar su negocio ante la municipalidad y su respectiva formalización.

Salazar y Vargas (2018) por la Universidad Señor de Sipan para obtener el título de Contador público elabora una investigación sobre el comercio informal de los vendedores ambulantes y la evasión de impuestos con el propósito de determinar la influencia del comercio informal de ambulantes en la evasión de impuestos; motivo por el cual se adoptó el tipo metodológico cuantitativo, diseño no experimental, la técnica fue la encuesta e instrumento cuestionario. Como resultado se obtuvo que el ingreso promedio que obtienen

los comerciantes oscila entre los s/ 500.00 y s/.1000.00 soles; el desempleo fue el principal factor que los llevo a ejercer el comercio ambulatorio, el 100% de los comerciantes no pagan impuestos principalmente por desconocimiento (48%) seguido a que consideran que los impuestos son elevados (33%); no obstante, el 52% precisa que es importante formalizarse por lo pueden estar dispuestos hacerlo.

Pizán (2018) para lograr el título de Licenciado en Administración por la Universidad Cesar Vallejo elaboró un trabajo investigativo titulado: Factores limitantes de la formalización del comercio ambulatorio en Trujillo; el objetivo trazado fue determinar dichos factores a través de cinco dimensiones (sociales, culturales, legales, económicos y municipales). El diseño de investigación fue no experimental, transversal, descriptivo; la población y la muestra fue de 187 comerciantes ambulantes que expenden sus productos alrededor del Centro Histórico de Trujillo, quienes respondieron a un cuestionario de diecinueve preguntas. Los resultados demostraron que existe un nivel de cultura tributaria baja en el 66%, así mismo, el 50% tenía un nivel educativo bajo con solo primaria, es decir el factor cultural incide en la formalización de ambulantes. La tasa de desempleo y migración dentro del factor social resulto influenciar en el incremento de ambulantes. Dentro de los factores económicos se encontró el ingreso promedio regular por lo acuden a créditos en prestamistas informales por no calificar en instituciones financieras adscritas a la SBS. Finalmente, s nivel legal, se determinó que existe un débil sistema legal tributario.

Velasquez (2017) para obtener el grado académico de Maestro en Gestión Pública por la Universidad César Vallejo elabora un estudio titulado: Gestión estratégica y comercio ambulatorio en una municipalidad de la capital del Perú; la finalidad fue relacionar las variables. Dentro de la metodología se adoptó el nivel sustantivo, diseño no experimental,

corte transversal – correlacional, la muestra se constituyó con 147 personas; el instrumento fue el cuestionario tipo Likert. Los resultados arrojaron datos interesantes sobre la correlación con una significancia = 0.001 lo que quiere decir que, existe relación significativa y coeficiente de correlación de 0.267 es decir relación moderada.

2.1.2. Internacionales

Acevedo (2017), publica en la Revista Pensamiento y Gestión un artículo científico sobre el comercio informal en el Centro de Barranquilla con el propósito de estudiar y comprender las particularidades del comercio informal ambulatorio y cómo han conseguido el desarrollo de estrategias de marketing a pesar de sus limitadas condiciones. La metodología adoptada surgió a partir del enfoque del paradigma relativista, enfoque cualitativo, método etnográfico y teoría fundada. Los resultados mostraron que, los comerciantes informales son quienes conducen el sector desde la perspectiva de economía informal, social y relacional; los mismos que construyen lazos de amistad, cordialidad y camaradería, virtudes que facilita la actividad económica informal. Así mismo, ejecutan diferentes y diversas formas en el desarrollo de su actividad, lo que se traduce en elementos diferenciados de marketing, entre ellos flexibilidad de atención en horarios, financiamiento, regateo, exhibición y disposición de mercancía, el delivery calidad del producto y esquema de precios.

Martínez et al. (2017); en la Revista Cities publica un artículo científico titulado: La economía informal urbana: vendedores ambulantes en Cali, Colombia; los autores analizaron las experiencias de los vendedores ambulantes en Cali, Colombia, tomando una muestra seleccionada al azar de 527 vendedores ambulantes. En comparación con el resto de la población activa de Cali, se encontró que los vendedores ambulantes tenían menos educación, habían trabajado más horas y tenían más probabilidades que la población en

general de ser discapacitados o de una sociedad indígena atrasada. Se descubrió que más de dos tercios de los vendedores eran jefes de hogar, lo que demuestra que la venta ambulante es la parte central de la economía doméstica de un hogar. El estudio encontró un alto nivel de satisfacción entre los vendedores ambulantes de Cali. El 93% de los vendedores ambulantes no estaban interesados en vender su negocio. Se descubrió que la venta ambulante operaba junto con las tiendas y negocios del sector formal. Por lo tanto, los vendedores ambulantes y las tiendas formales estaban brindando oportunidades minoristas para los compradores, diferenciadas por precio y calidad, pero brindando colectivamente un espacio minorista complejo. Se descubrió que los bienes y servicios, así como el conocimiento, se compartían y transmitían entre proveedores formales e informales. Se descubrió que los vendedores ambulantes compraban bienes de la economía formal. Así, existía el vínculo económico entre los vendedores ambulantes y la economía formal.

Mazhambe (2017) publicó en la Revista *Journal of Business and Management* un estudio titulado: Evaluación de la contribución de la venta ambulante a la economía de Zimbabwe. Un caso de vendedores ambulantes en Harare CBD. Analizó la contribución de la venta ambulante al nivel de vida de los vendedores ambulantes en Harare, Zimbabwe. Para ello, se realizó una encuesta transversal tomando una muestra de 166 vendedores ambulantes. El resultado mostró que el 86,6% de los vendedores ambulantes dependía por completo de la venta ambulante como fuente de ingresos. Además, las principales razones de la venta ambulante eran la falta de oportunidades de empleo alternativas para garantizar la seguridad alimentaria de los hogares y complementar los ingresos de otras actividades. El estudio encontró que el 45,36% de los encuestados estuvo involucrado en la venta ambulante durante un período de más de seis años, lo que demuestra que la venta ambulante era una fuente confiable de ingresos para la gente. Se encontró que el 69% de

los encuestados obtuvieron una ganancia diaria de menos de \$ 10. De manera similar, el 26% de los encuestados obtenía ganancias diarias de entre \$ 10 y \$ 20, mientras que el 5% obtenía una ganancia diaria de entre \$ 21 y \$ 40. El estudio concluye que la venta ambulante contribuye a mejorar el nivel de vida de los vendedores ambulantes. El investigador sugiere asignar áreas particulares como zonas de venta.

Onodugo et al., (2017) analizaron la venta ambulante en la ciudad de Enugu, Nigeria, mediante la aplicación del método de encuesta cualitativa. Los datos se recopilaron mediante la administración de dos conjuntos de cuestionarios, uno para los vendedores ambulantes y otro para los planificadores urbanos mediante el empleo de la técnica de muestreo aleatorio sistemático. El estudio sugiere que impedir que los vendedores ambulantes hagan sus negocios no es una forma eficaz de gestionar la venta ambulante, ya que da lugar a la pérdida de puestos de trabajo y de medios de vida de los vendedores. Asimismo, afecta negativamente a las personas dependientes de los vendedores ambulantes. Los investigadores sugieren un cambio en la política existente relacionada con la venta ambulante en el estado de Enugu. Roever y Skinner (2016) sintetizaron la investigación y la evidencia sobre las políticas urbanas y las prácticas de los gobiernos locales en relación con la venta ambulante. El estudio presenta evidencia sobre el tamaño, la composición y la contribución de la venta ambulante y revisa la literatura sobre la venta ambulante, así como la cobertura de los medios que reflejan el alcance de las políticas y prácticas de exclusión. Los investigadores concluyen que la venta ambulante no solo contribuye al autoempleo de los vendedores ambulantes, sino que también contribuye a generar demanda de una amplia gama de servicios prestados por otros trabajadores informales, como trabajadores del transporte, vendedores de té, porteadores de mercados, etc., además de generar la demanda de servicios prestados por los actores públicos y

privados del sector formal, como el transporte y las tiendas formales y los proveedores de quienes obtienen sus bienes.

2.2. Bases Teóricas o Científicas

2.2.1. Planeación Estratégica

Desde la década de 1980 hasta la actualidad, las organizaciones del sector público de todo el mundo han estado implementando una serie de reformas para garantizar la productividad, la capacidad de respuesta y el enfoque en el desempeño del gobierno (Barrozzine y Rodrigues, 2016). Muchas organizaciones del sector público establecen la modernización y la reforma entre sus tareas más importantes, como una forma de mantener o restaurar la confianza de los ciudadanos (Barrozzine y Rodrigues, 2016; Chukayeva y Akzharov, 2016). El producto directo de estas reformas es el planeamiento estratégico (Chukayeva y Akzharov 2016; Joyce, 2015).

Muchos estudios en la literatura (Al Khattab y Aldehayyat, 2013) han informado que el planeamiento estratégico y, en general, la gestión estratégica comenzaron en el sector privado a principios de la década de 1960. Muchos estudios en la literatura (Ahmad et al., 2012) también han indicado que la importación de prácticas de planeamiento estratégico positivas y exitosas del sector privado al sector público es vital para lograr las iniciativas, metas y objetivos deseados y mejorar el desempeño organizacional. Además, está claro en la literatura que la aplicación del planeamiento estratégico asegurará resultados positivos y crecimiento a largo plazo, y mantendrá la ventaja competitiva y la rentabilidad (Ohaegbu y Agwu, 2015), Mejorando la eficiencia y la rentabilidad. eficacia y que conduzca al tipo de buen gobierno que los ciudadanos quieren y merecen (Al Khattab y Aldehayyat, 2013).

Sin embargo, aplicar el planeamiento estratégico en las organizaciones del sector público no es tan fácil como podría parecer (Joyce 2015). Cabe señalar que el valor del planeamiento estratégico y su uso por parte del sector público en particular ha sido cuestionado por varios autores (Bianchi y Tomaselli, 2015). Otros autores críticos sostienen que en el entorno competitivo y acelerado de hoy en día, un proceso de planeamiento estratégico es limitado, demasiado costoso y requiere mucho tiempo y no necesariamente produce estrategias que generen los resultados requeridos (Fairholm y Card, 2009).

2.2.1.1. Estrategia, planeamiento estratégico y gestión estratégica: debates teóricos

Las organizaciones del sector público tienen como objetivo ayudar a las naciones a alcanzar sus objetivos, resolver sus problemas y mejorar la calidad de vida de las personas. La obligación de las organizaciones del sector público, que sirve como guía general para sus acciones, es promover los intereses y valores de la ciudadanía. Cabe señalar que el valor público se crea mediante la producción de políticas, proyectos y programas, servicios e infraestructuras a un costo razonable. Sin embargo, hay poco consenso sobre las formas en que las organizaciones del sector público pueden producir estas cosas o las rutas hacia su éxito (Bouhali et al., 2015).

Joyce (2015) afirma que el sector público necesita adoptar estrategias efectivas para lograr sus objetivos estratégicos y operativos. Agrega que se espera que los tomadores de decisiones pongan más esfuerzo en la preparación de planes y estrategias que permitan a las organizaciones del sector público elegir alternativas estratégicas para hacer frente a los cambios dinámicos del entorno actual. Además, Joyce (2015) ha afirmado que también se espera que la alta dirección recopile y actualice datos de forma regular y trabaje para formular estrategias efectivas. Joyce (2015) también ha argumentado que las

organizaciones del sector público juegan un papel importante en el proceso de desarrollo en la comunidad, por lo que se requiere atención y trabajo para mejorar su desempeño organizacional mediante el uso de métodos de gestión modernos, incluida la gestión estratégica, para lograr sus objetivos y adaptarse adecuadamente a cambio. La gestión estratégica, según Joyce (2015), se considera una herramienta para determinar el rumbo de una organización y sus objetivos a largo plazo mediante la formulación de estrategias que ayuden a alcanzar sus metas y objetivos.

Teniendo esto en cuenta, el debate teórico en términos de estrategia, planeamiento estratégico y gestión estratégica se puede plantear de la siguiente manera

Estrategia

Peter Drucker consideró la estrategia en 1954 como el proceso de crear una misión alcanzable y establecer metas y objetivos claros (Doherty y Ness, 2010). Drucker, como teórico de la estrategia, estableció los objetivos para monitorear el progreso de toda la organización de arriba a abajo. En 1980, Henry Mintzberg, un famoso teórico de la estrategia, también describió la estrategia desde cinco perspectivas diferentes: primero, como un plan que ayuda a lograr los objetivos; segundo como truco para competir contra rivales inteligentes; tercero, como patrón para lograr metas y objetivos organizacionales; cuarto, como zona de confort; y finalmente como una visión que muestra dónde le gustaría estar la organización en el futuro (Doherty y Ness, 2010; Wheelen y Hunger, 2012). Mintzberg continuó ampliando su trabajo diferenciando entre dos tipos de estrategias. Primero, discutió la estrategia intencionada (estrategia planificada) y la estrategia no intencionada (que no forma parte de la estrategia original, pero surgió con la necesidad): en segundo lugar, vino la estrategia realizada (estrategias intencionales o no intencionales

que se implementaron realmente) y su estrategia opuesta, no realizada (Doherty y Ness, 2010; Wheelen y Hunger, 2012).

Michel Porter, según Wheelen y Hunger (2012), consideró la estrategia como una fórmula de base amplia con la que las organizaciones podrían competir en el mercado, conocer sus objetivos y saber cómo alcanzarlos. Porter desarrolló el conocido modelo de cinco fuerzas para evaluar las ventajas competitivas en las organizaciones. Argumentó que, para obtener una ventaja competitiva, una organización necesita realizar sus actividades de manera diferente a sus rivales para poder sobrevivir con éxito en el mercado. La raíz de la estrategia es "Strategos", que es la palabra griega para "soldado", que connota ejército y liderazgo (Elbanna, 2009). Elbanna (2009) sostiene que muchas personas consideran que la estrategia se refiere a un plan o conjunto de acciones para desplegar recursos en un contexto particular para cumplir con los objetivos a largo plazo. Vale la pena señalar que, en opinión de Elbanna (2009), la estrategia elegida debería responder a dos preguntas importantes: ¿Adónde queremos ir? y ¿cómo llegar?. Doherty y Ness (2010) también describió la estrategia como un marco que determina la naturaleza de la organización y da forma a su dirección futura, enfatizando que la estrategia y el planeamiento estratégico deben comenzar con la visión y la misión. Además, Cohen (2006) afirmó que las organizaciones gubernamentales pensaban en la estrategia como un plan y una hoja de ruta para lograr la visión, misión, metas y objetivos a largo plazo de la organización. Plant (2009) también señaló que en las organizaciones gubernamentales la necesidad de una estrategia significa que las organizaciones deben tener una posición única desde la cual brindar un servicio personalizado impulsado por las necesidades de sus clientes y negocios.

Johnson et al., (2013) argumentó que la estrategia es un tema clave en el bienestar futuro de las organizaciones, y se considera un elemento muy importante en el éxito o fracaso de la organización. La estrategia, según Johnson et al., Determina cómo responder al cambio, cómo innovar y cómo crecer en un entorno competitivo. Además, Johnson et al. afirmó que los líderes presentes o futuros deben moldear, comunicar e implementar adecuadamente estas estrategias para asegurar el éxito organizacional. Johnson y col. (2013: 3) define la estrategia como:

“La dirección a largo plazo de una organización”.

La estrategia también la define Alfred Chandler (citado en Johnson et al., 2013: 4) como:

“La determinación de las metas y objetivos a largo plazo de una empresa y la adopción de cursos de acción y la asignación de los recursos necesarios para llevar a cabo estas metas”.

Michael Porter (citado en Johnson et al., 2013: 4) define la estrategia como:

"Acerca de ser diferente ... significa elegir deliberadamente un conjunto diferente de actividades para ofrecer una combinación única de valor"

Planificación estratégica

Fooladvand et al., (2015; 951) definió el planeamiento estratégico como:

“El proceso de establecer las metas de la organización y tomar decisiones sobre planes operativos y administrativos integrales para cumplir con esos propósitos”.

El planeamiento estratégico también se define en Bouhali (2015: 74) como:

“Una hoja de ruta para llevar a una organización desde donde está ahora hasta donde le gustaría estar en cinco o diez años”.

El planeamiento estratégico se considera un documento escrito que incluye un marco de tiempo, declaración de misión, evaluación ambiental, metas y objetivos, planes de acción, plan financiero, un horizonte de planificación para más de un año y el tiempo que cubrirá adecuadamente el plan estratégico (Wheelen y Hunger 2012).

Wheelen y Hunger (2012) citado por Rivera (2019) precisa que es la capacidad institucional de prever y ejecutar acciones para el cumplimiento de objetivos mediante el uso de estrategias

Vale la pena señalar que Ansoff en 1965 inventó nuevos conceptos y terminología en la literatura clásica sobre planeamiento estratégico (Doherty & Ness, 2010). La estrategia y el planeamiento estratégico son descritas por él con el concepto de una cuadrícula de estrategia y una planificación a largo plazo para lograr cinco objetivos: penetración de mercado, desarrollo de producto, desarrollo de mercado, diferenciación e integración vertical y horizontal. Ansoff quiere que las organizaciones se preparen sistemáticamente para beneficiarse de las oportunidades futuras y minimizar las amenazas futuras. Además, desarrolla el concepto de análisis de brechas para ayudar a las organizaciones a comprender la brecha entre la posición organizacional actual y la posición futura deseada y luego hablar sobre las acciones necesarias para cubrir esta brecha. Diseñó una secuencia de procesos para ayudar a los gerentes a manejar las decisiones estratégicas. Mintzberg también enfatizó que el planeamiento estratégico provino originalmente de la historia de China, pero fue más evidente en el trabajo de Henry Fayol en 1949. Mintzberg cuestiona la definición convencional de planificación estratégica, dudando si existe una relación entre estrategia y planificación o si la estrategia debe ser considerada un proceso de

planificación. También cuestiona si la estrategia debe planificarse siempre, o a veces planificarse, o nunca planificarse (Doherty y Ness, 2010; Wheelen & Hunger, 2012).

El planeamiento estratégico se considera una evaluación continua de la estrategia actual desarrollada por la alta dirección con el fin de analizar a largo plazo el entorno interno y externo con el fin de identificar las fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas externas (Borrozine y Rodrigues 2016; Doherty y Ness 2010). Además, el planeamiento estratégico ayuda a las organizaciones a pensar de manera cuidadosa y sistemática para lograr sus objetivos: desarrollar estrategias efectivas, procesos adecuados de toma de decisiones, mejor desempeño, metas claras, aumentar la satisfacción de los empleados y anticipar de manera efectiva los problemas y oportunidades futuros (Borrozine y Rodrigues 2016)

Además, varios autores como Abdalkrim (2013), Cohen (2006) también sostienen la importante idea de que el planeamiento estratégico puede considerarse una hoja de ruta. Brinda a las organizaciones una idea clara para pasar con éxito de su posición actual a la posición en la que deberían estar mañana. Además, Junusbekova (2013) afirma que el planeamiento estratégico tiene como objetivo prever perspectivas, lograr un equilibrio entre los objetivos y las posibilidades, garantizar la asignación adecuada de recursos, adaptarse a las condiciones actuales, implementar programas a largo plazo y garantizar una alta eficiencia y competitividad.

En otras palabras, el planeamiento estratégico se describe generalmente como un proceso sistemático que plantea y responde las preguntas más importantes sobre las formas de vincular los objetivos con las acciones, de proporcionar los recursos necesarios para lograr estos objetivos, de vincular las circunstancias presentes con una visión de futuro más significativa, y de vincular la visión a la realidad (Chen et al., 2015).

2.2.1.2. ¿Tiene valor el planeamiento estratégico en el sector público?

Hacker et al., (2001) indicaron que la aplicación del planeamiento estratégico asegurará resultados positivos y crecimiento a largo plazo y mantendrá la ventaja competitiva y la rentabilidad. Sin embargo, no es tan fácil adoptar un enfoque de planeamiento estratégico en las organizaciones gubernamentales del sector público como podría suponerse (Hacker et al. 2001). Las afirmaciones de la planificación estratégica, como tema de debate actual, no han sido en general convincentes para varios investigadores. Berry y Wechsler (1995) afirmaron que el planeamiento estratégico no ha ayudado a los líderes organizacionales a desarrollar una visión, misión y estrategia. Según Kissler et al., (1998), el valor de la planificación estratégica en general ha sido cuestionado por varios autores, al igual que su uso por parte del sector público en particular. Sus críticos argumentan que, en el entorno competitivo y acelerado moderno, el proceso de planificación estratégica es demasiado costoso y requiere mucho tiempo y no necesariamente produce estrategias que marcan la diferencia necesaria.

Sin embargo, algunos autores como Birkmann et al.,(2014) repiten que incluso si estas críticas están justificadas en el sector privado, el planeamiento estratégico puede considerarse una herramienta de gestión eficaz para las organizaciones del sector público donde el ritmo del cambio es más lento que para las organizaciones privadas y donde los procesos inclusivos son importantes para una aceptación generalizada. Estos estudios indican que el planeamiento estratégico ayudaría a facilitar la comunicación y la participación, acomoda valores e intereses divergentes y también promovería la toma y ejecución de decisiones exitosas. Además, a pesar de la preocupación por el valor del planeamiento estratégico en el sector público, algunos autores (Birkmann et al.2014) argumentan que el planeamiento estratégico ha ayudado a mejorar el desempeño de las

organizaciones del sector público, ha proporcionado un marco general para el desarrollo de políticas públicas y ha producido beneficios considerables para las organizaciones del sector público si utiliza el enfoque de abajo hacia arriba que involucra al personal interno en el proceso, además de involucrar al público en general en la generación de nuevas ideas y conocimientos.

2.2.1.3. Los modelos teóricos de planificación estratégica

Los siguientes modelos comunes de planificación estratégica pueden proporcionar alternativas para que las organizaciones del sector público elijan para desarrollar su proceso de planificación estratégica (Kriemadis y Theakou, 2007).

El modelo básico

Ofori y Atiogbe (2012) afirman que el modelo básico de planificación estratégica fue diseñado por Ansoff (1991). Este modelo tiene cinco etapas: establecimiento de objetivos, análisis del entorno interno, análisis del entorno externo, evaluación y operacionalización. Este modelo básico fue criticado, según Ofori y Atiogbe (2012), por ser demasiado racional y metódico y por ser burocrático, con una jerarquía extendida de actividades que sofocan el éxito de una organización en un entorno dinámico y cambiante. Sin embargo, este modelo básico, según Ofori y Atiogbe (2012) no se considera más que un bloque de construcción básico a partir del cual generalmente se desarrolla la planificación estratégica.

El modelo HAX

El modelo HAX es el segundo modelo tradicional; fue desarrollado por HAX en 1990 y se considera un modelo racional que permite que las actividades fluyan secuencialmente a medida que se desarrolla la estrategia (Ofori y Atiogbe, 2012). Este modelo se derivó de

los niveles jerárquicos de una organización que contribuyen a definir su estrategia (Ofori y Atiogbe 2012). El modelo, a juicio de Ofori y Atiogbe (2012) exhibe los tres niveles de estrategia que tiene una organización, cualquiera que sea su estructura: nivel corporativo, nivel empresarial y nivel funcional. El nivel corporativo se ocupa de determinar la misión general de la organización y el vínculo entre las unidades de negocio y la asignación de recursos, teniendo en cuenta las prioridades estratégicas. El nivel empresarial se ocupa de las actividades necesarias que mejoran y desarrollan la posición competitiva de la organización. El nivel funcional incluye el desarrollo de la competencia de la organización en áreas tales como finanzas, recursos humanos, logística y tecnología (Ofori y Atiogbe 2012). Ofori y Atiogbe (2012) argumentan que estos dos modelos tradicionales, el Básico y el HAX, se consideran en la literatura como enfoques lineales de estrategia porque connotan la acción metódica, directa y secuencial involucrada en la planificación.

El modelo dinámico

Vale la pena señalar que, a pesar de la importancia de la implementación de la estrategia para el éxito organizacional: se ha descuidado en la literatura sobre estrategia (Ofori y Atiogbe 2012). Además, la naturaleza de la implementación de la estrategia y por qué tiene éxito o fracasa no se comprende claramente en los modelos tradicionales de planeamiento estratégico anteriores (Ofori y Atiogbe 2012). Por lo tanto, se necesita un modelo dinámico de planificación estratégica, que incluya una combinación diferente de habilidades y destrezas (Ofori y Atiogbe 2012). Tal enfoque, como argumentan Ofori y Atiogbe (2012), toma tres temas principales: la perspectiva del proceso en la implementación de la estrategia, una visión de emergencia y la alineación conjunta de la organización con su entorno. El primer tema amplía el enfoque tradicional que se centra en la estructura organizacional y los controles al incluir otros elementos importantes, como

el liderazgo, la cultura organizacional, el aprendizaje, las cuestiones interpersonales y de comportamiento que generan motivación y un compromiso con la implementación de la estrategia. El segundo tema es la mirada emergente, que integra la formulación de la estrategia y su implementación. Este tema considera la formulación e implementación de la estrategia como un proceso interactivo y recíproco, que involucra la adaptación y la improvisación, así como entrelazarlas en un nivel superior. El tercer tema es la co-alineación de la organización con su entorno dinámico como una intención estratégica indicativa del proceso que incluye el propósito, la coordinación, las metas y la acción de la organización. Se ha argumentado, según Ofori y Atiogbe (2012) que estos tres temas proporcionan una base coherente para la formulación e implementación de la estrategia. Para tener éxito, de acuerdo con el modelo dinámico de planificación estratégica, la organización tiene que elegir entre una amplia lista de capacidades estratégicas en lugar de hacerlo que depender de una única capacidad estratégica (Ofori y Atiogbe 2012). Por lo tanto, se recomienda el enfoque clásico del planeamiento estratégico para dar lugar a una comprensión más dinámica que se centre en cuestiones estratégicas como el pensamiento estratégico, la creatividad, la innovación y el cambio estratégico (Ofori y Atiogbe 2012).

Además, en el enfoque dinámico, se necesita una estrecha cooperación y coordinación dentro de una organización entre personas que tienen diferentes funciones y áreas, para optimizar el uso del conocimiento y mejorar la creatividad necesaria para la resolución de problemas (Ofori y Atiogbe 2012).

El modelo holístico

El modelo de planeamiento estratégico holística es propuesto por Plant (2009) y tiene cuatro partes, a saber:

1. Desarrollar una visión estratégica que involucre las opiniones del público y del personal.
2. Desarrollar y priorizar los objetivos estratégicos y operativos alineados con la visión.
3. Desarrollar planes de negocios departamentales alineados con el plan estratégico.
4. Medir y reportar resultados.

Los enfoques de planeamiento estratégico exitosos de acuerdo con el modelo de planificación estratégica integral requieren que todos los componentes sean revisados en el proceso como un sistema integrado en un marco de planificación estratégica integral y holística basado en el desarrollo de una visión estratégica que involucre a audiencias internas y externas. Esta participación ayuda a cerrar la brecha entre las intenciones y la acción (Drumaux y Goethals, 2007) y también ayuda a implementar planes estratégicos que alcanzarán las iniciativas, metas y objetivos deseados. De acuerdo con este modelo, la participación de las partes interesadas internas y externas en el proceso de planeamiento estratégico garantizará la propiedad y un alto compromiso con el proceso de planeamiento estratégico que conduce a un mejor desempeño organizacional (Chukayeva y Akzharov, 2016).

Además, y de acuerdo con el modelo de planeamiento estratégico holística, tener objetivos estratégicos y operativos claros e indicadores de desempeño claros con indicadores de desempeño claros y priorizados ayudará a la alta dirección a rastrear el éxito en el logro de la visión y los objetivos estratégicos deseados (Kunonga et al., 2013). Además, las organizaciones del sector público, de acuerdo con el modelo holístico, deben desarrollar sus planes de negocios departamentales en alineación con el plan estratégico (Plant 2009), y también vincular el planeamiento estratégico más estrechamente con los

procesos de gestión del desempeño, para mejorar la toma de decisiones y el desempeño. como el propósito más importante de medición y para informar sobre su desempeño.

Es importante señalar que algunos autores (Ofori y Atiogbe 2012; Plant 2009) argumentan que los modelos de planeamiento estratégico tanto dinámicos como holísticos tienen más ventajas que los modelos Básico y HAX, porque el desafío que puede afectar el proceso de planeamiento estratégico si las organizaciones se niegan a pensar estratégicamente y seguir el proceso clásico de planificación, seguramente no sobrevivirán en el actual entorno fluido y cambiante.

2.2.1.4. Dimensiones

Las dimensiones del Planeamiento Estratégico, han sido desarrolladas por Wheelen y Hunger (2012) citado por Rivera (2019). Estas dimensiones son:

A. Formulación

La fase de formulación del plan estratégico tiene como objetivo determinar la dirección futura de una organización mediante la identificación de sus metas y objetivos estratégicos y operativos (Cohen 2013). Esto requiere un análisis del entorno interno, incluidos los factores de fortaleza y debilidad, y el entorno externo, que incluye oportunidades y factores de amenaza. El objetivo del análisis interno es producir una imagen documentada del desarrollo ambiental interno más significativo que influye en la organización cuando formula sus metas, objetivos, estructuras y sistemas. Mientras tanto, el análisis y la evaluación del entorno externo ayudan a la organización a cumplir su misión y su mandato hacia las personas, las propiedades, los procesos y los productos (Ofori y Atiogbe 2012).

La fase de formulación también incluye la identificación de los valores, visión, misión y formulación de las medidas de desempeño para evaluar hasta qué punto la organización ha implementado las metas y objetivos deseados (Brenes et al., 2008). Sin embargo, Andrews et al., (2012) argumentó que no todas las organizaciones del sector público tienen la garantía de tener un proceso claro de formulación de estrategias. Además, es importante reflexionar que generalmente se toman pocas molestias para asegurar la participación de empleados de menor rango en el nivel de planeamiento estratégico general, y menos en la etapa de desarrollo. Esta omisión reduce la comprensión del negocio por parte de los empleados y hace poco para asegurar su compromiso, propiedad o voluntad de alcanzar las metas y objetivos de la organización, por lo tanto, no mejora el ambiente de trabajo y no asegura una buena implementación práctica. Cabe recordar que, en los últimos años, los países están comenzando a valorar la economía basada en servicios, donde los servicios se consideran fundamentales para la creación de valor (Leskaj et al., 2013). Los empleados de primera línea desempeñan un papel fundamental en el éxito de las organizaciones de servicios públicos o privados, ya que vinculan a las partes interesadas externas con las operaciones dentro de la organización. Por lo tanto, para garantizar el compromiso firme de los empleados, la investigación recomienda aumentar el nivel de participación del personal de primera línea en el planeamiento estratégico (Leskaj et al. 2013). Sobre esta base y de acuerdo con la literatura, los empleados deben ser capacitados en diversos temas relacionados con la implementación de planes estratégicos, y deben esperar que se les permita participar plenamente desde el inicio de la formulación de la estrategia hasta la evaluación de el planeamiento estratégico (Buluma et al., 2013). Esto ayudará a asegurar que todos los empleados estén involucrados en la toma de decisiones tanto en la formulación como

en la implementación de planes estratégicos (Buluma et al. 2013). Además, involucrar a las partes interesadas externas en el proceso de formulación asegurará su colaboración y apoyo, aunque corre el riesgo de darles más poder e influencia (Elbanna, 2009).

B. Implementación

Aunque la implementación del plan estratégico no se menciona con frecuencia en la literatura, recientemente se le ha prestado atención (Buluma et al., 2013). La literatura sobre estrategias se concentra en el análisis de prácticas estratégicas y últimamente se ha hecho más hincapié en cuestiones de implementación (Harrington y Ottenbacher, 2011). Por lo tanto, debido al impacto sustancial de la implementación en las iniciativas estratégicas, el tema de la implementación estratégica ha sido el foco de varios estudios en la literatura (Bianchi y Salvatore 2015; Harrington y Ottenbacher 2011). La implementación de la estrategia es el método de ejecutar u operacionalizar los planes estratégicos de una organización (Mintzberg, 1976). Abdalkrim (2013: 136) define la implementación estratégica como:

“El proceso de transformar intenciones en acción”.

La fase de implementación del plan estratégico implica el diseño de una estructura organizacional adecuada, asegurando que los gerentes divisionales y funcionales correctos estén respaldados por los antecedentes y habilidades adecuados. Según Ofori y Atiogbe (2012), los planes estratégicos bien concebidos ayudan a las organizaciones a mejorar su proceso de toma de decisiones y gestionar el cambio. Pero esto requiere metas alcanzables bien definidas, la plena integración de una serie de actividades secuenciales y, sobre todo, el compromiso con la implementación del planeamiento estratégico (Ofori y Atiogbe 2012). Para garantizar un proceso de

implementación de la estrategia adecuado, las organizaciones deben analizar su estructura organizacional, cultura organizacional, poder y conflictos. Además, la implementación exitosa, según la literatura, requiere que los gerentes tengan las políticas correctas, asignen los recursos necesarios, controlen la implementación y reciban información actualizada que facilite el aprendizaje (Cohen, 2006; Mintzberg, 1976).

Romero (2016) afirman que, aunque la formulación de la estrategia es bastante fácil, la implementación de la estrategia en toda la organización es más difícil. Aunque las organizaciones pueden haber formulado los mejores planes estratégicos, es posible que no logren los resultados deseados debido a la implementación incorrecta de la estrategia (Andrews et al., 2012; Buluma et al., 2013). En la literatura se ha culpado a la implementación deficiente de la estrategia por una serie de problemas y fallas estratégicas (Rhys et al. 2012; Wheelen y Hunger, 2010). Los factores importantes que contribuyen a estos problemas y fallas son, por ejemplo, un apoyo débil por parte de la gerencia superior y media, una vinculación inadecuada entre los planes estratégicos y el proceso de toma de decisiones, y una comunicación interna y externa inadecuada. Según Ofori y Atiogbe (2012), para mantener una posición competitiva en el mercado y mejorar el desempeño empresarial, se recomienda a las organizaciones del sector público que no se concentren solo en la formulación de estrategias, sino que también valoren y aseguren un proceso de implementación de estrategias adecuado. Las organizaciones del sector público, de acuerdo con la literatura, deben enfocarse en formas de mejorar su capacidad y los métodos que esperan adoptar para implementar con éxito nuevas iniciativas, servicios y estrategias tanto a nivel de unidad de negocios como corporativo. Para lograr los objetivos estratégicos previstos, toda la organización debe participar (Buluma et al. 2013). Por

lo tanto, para la implementación exitosa de estrategias, tanto los gerentes de nivel inferior como los empleados que no pertenecen a la gerencia deben esperar estar adecuadamente informados de los hechos y problemas relacionados con la implementación de estrategias. De lo contrario, la falta de consenso sobre la información pasa por varios niveles de gestión y esto crea barreras para la implementación exitosa del plan estratégico (Buluma et al. 2013). Además, la comunicación efectiva se considera uno de los elementos más mencionados que son responsables de la implementación exitosa de una gestión de estrategia; por lo tanto, la gerencia debe explicar adecuadamente los deberes, las tareas y las nuevas responsabilidades que deben delegar a los empleados (Buluma et al.2013; Cohen 2013)

C. Evaluación o control

La evaluación estratégica es la tercera y última etapa del proceso de gestión estratégica después de la formulación e implementación de la estrategia. En esta etapa, la gerencia evalúa la estrategia, el progreso y el desempeño de la organización con el fin de consolidar las lecciones aprendidas de su experiencia (Ofori y Atiogbe, 2012; Subba, 2010). La evaluación de estrategias está en la cima de las agendas de los gobiernos como una forma de asegurar la efectividad y eficiencia de las organizaciones gubernamentales (Bianchi y Tomaselli, 2015). Es importante evaluar la estrategia para asegurar que los recursos se hayan asignado y utilizado de manera adecuada, y también para comunicar de manera efectiva el estado de las iniciativas y programas a fin de resolver los problemas antes de que alcancen el nivel de crisis (Ofori y Atiogbe 2012; Plant 2009). Es importante señalar que es probable que las organizaciones públicas con componentes de gestión estratégica de alta calidad, como

la comunicación y aclaración de la estrategia, y la participación y el empoderamiento de los empleados, tengan una estrategia de evaluación más avanzada con sistemas adecuados de gestión del desempeño.

La gestión del desempeño se considera uno de los elementos importantes en la gestión estratégica del sector público (Andrews et al., 2012). La gestión del desempeño es definida por Poister (2010: 251) como: “El proceso de establecer [metas] para una organización y administrar de manera efectiva para lograr esas metas y eventualmente lograr los resultados deseados”.

El sistema de gestión del desempeño es un diseño organizacional continuo para gestionar estratégicamente la implementación de estrategias acordadas, examinar el desempeño de estas estrategias y luego formular estrategias revisadas o nuevas. También debe tenerse en cuenta que debido a que los sistemas de gestión del desempeño desempeñan un papel importante al vincular la visión, la misión, las metas y los objetivos para crear valor público a un costo razonable (Andrews et al., 2012) el desarrollo de sistemas de gestión del desempeño es un componente significativo del éxito. formulación estratégica y su implementación (Bianchi y Tomaselli, 2015).

Además, según Plant (2009), la gestión del rendimiento puede considerarse una herramienta de gestión para que las organizaciones gestionen y controlen sus recursos y resultados. Plant (2009) argumentó que se espera que la gestión del desempeño esté adecuadamente vinculada al plan estratégico, y que debería realizar un seguimiento de los insumos, los resultados y la eficiencia. Continuó diciendo que la gestión del desempeño necesita establecer una estrategia de evaluación comparativa que establezca objetivos y comparaciones de desempeño del mercado. Comentó que se

espera que la gestión del desempeño incluya un sistema de evaluación de programas que asegure la efectividad a través de la medición del desempeño y los resultados.

Gantick y Lipe (2002) sostuvieron que muchos líderes del sector público luchan por lograr el equilibrio necesario entre los recursos disponibles y las crecientes demandas de servicios de alta calidad. Gantick y Lipe (2002) agregó que los líderes gubernamentales enfrentan grandes desafíos en la gestión de la compensación entre la calidad de vida de una comunidad y su crecimiento, y en aprender cómo integrar los servicios para abordar las diversas necesidades de los ciudadanos y otras partes interesadas. Por lo tanto, de acuerdo con Gantick y Lipe (2002) para mejorar el desempeño organizacional, se espera que los líderes gubernamentales diseñen un sistema de gestión del desempeño adecuado que asegure que las organizaciones gubernamentales se comprometen a mejorar el valor de los servicios prestados, para saber cuáles son los requisitos de desempeño de los clientes. son, medir y evaluar con frecuencia el progreso en el desempeño y, finalmente, asegurar el compromiso de los líderes con las metas, la dirección y los valores de la organización.

2.2.2. Comercio informal ambulatorio

2.2.2.1. Informalidad

Ha habido muchos intentos diferentes para tratar de definir la informalidad en relación con la economía. ejercicio. La informalidad es un término que tiene la dudosa distinción de combinar la máxima importancia política y prominencia de las políticas con una mínima claridad y coherencia conceptual en la literatura analítica (Kanbur, 2009, p. 34).

La informalidad es un motor integral del "dinamismo económico" contemporáneo y liberal, como respuesta a las economías capitalistas modernas (Mintz-Habib, 2009, p. 2).

Por tanto, la informalización de las actividades económicas es una realidad inexplicable y conspicua en muchas sociedades, independientemente de su estado de desarrollo económico (Williams y Round, 2011) aunque la noción de informalidad dentro de las áreas urbanas evoca una asociación con las ciudades en países de bajos ingresos. Si bien la informalidad también existe en las ciudades de los países desarrollados, es menos visible como resultado de la sofisticación y estabilidad institucional de sus sistemas socioeconómicos (De Soto, 1990).

2.2.2.2. Comercio ambulatorio

El comercio ambulatorio se define como la venta u oferta de cualquier artículo en la calle. Los comerciantes que usan la vía pública para vender bienes o servicios deben tener una licencia de comercio callejero para realizar transacciones desde un sitio / campo designado y exhibir bienes frente a una tienda (Condori et al., 2020).

La venta ambulante varía en términos de escala, tiempo, ubicación, remuneración, mano de obra y tipos de bienes vendidos y servicios prestados. Puede ser una ocupación a tiempo completo, una ocupación a tiempo parcial, estacional u ocasional. Puede llevarlo a cabo una sola persona, pero también puede ser una franquicia de un negocio callejero más grande. Puede ser una estrategia de supervivencia o parte de un gran negocio. En consecuencia, los ingresos de los vendedores ambulantes varían ampliamente. Al mismo tiempo, los vendedores ambulantes a menudo venden productos manufacturados en el hogar y productos agrícolas que de otro modo serían difíciles de comercializar y son, como tales, esenciales para la economía. Además, debido a que venden productos más baratos, los vendedores ambulantes suelen atender a los pobres de las zonas urbanas. (Rivera, 2019).

Espacio público, regulación y creación de espacios

La ocupación del espacio público por parte de los comerciantes ambulantes es un tema central en la investigación actual. Los estudios de políticas examinan los modos de gobernanza urbana en relación con el espacio público urbano, particularmente en los casos de gobernanza urbana neoliberal en los que las prácticas priorizan la acumulación sobre la distribución (Swanson, 2007). Los estudios jurídicos se centran en la tensión entre el derecho individual al trabajo y el derecho colectivo al espacio público. Los estudios sobre la regulación del espacio público muestran que es realizada tanto por el estado (Aliaga, 2002) como por los propios proveedores (Asiedu y Agyei-Mensah, 2008), así como por terceros en algunos casos. El papel de los vendedores ambulantes en la creación de lugares ha agregado una perspectiva de abajo hacia arriba a los debates que en el pasado privilegiaban los controles dirigidos por el estado sobre quién puede vender qué en qué lugares.

Estrechamente relacionados con los debates teóricos sobre el espacio público están los estudios que examinan la política de la venta ambulante y el papel de las relaciones de poder entre los vendedores ambulantes y entre ellos y el estado (Cross, 1998). Estudios recientes sobre reubicaciones y desalojos de vendedores ambulantes han enfatizado la agencia de los vendedores ambulantes y sus organizaciones, examinando diversas formas de resistencia a través de la acción colectiva. Estos van desde prácticas cotidianas más sutiles (Cross, 1998). hasta movilizaciones a gran escala y la participación en foros de negociación colectiva y plataformas de diálogo (Brown et al., 2010). Las organizaciones de vendedores ambulantes desempeñan un papel de mediación entre los vendedores y las autoridades locales, al negociar el acceso al espacio, y un papel de creación de capacidad, al difundir información y facilitar el compromiso político. Algunos estudios también se han centrado en el papel del género en la mediación de la participación política dentro de las organizaciones de proveedores.

Formalización del comercio ambulatorio

Una de las causas fundamentales del comercio ambulatorio es la incapacidad de las economías para crear un número suficiente de puestos de trabajo de calidad para absorber la fuerza laboral. En los últimos años, el patrón de desarrollo y crecimiento en los países en desarrollo, pero no solo en esos, no ha respondido a la demanda mundial de empleo. Las investigaciones y el análisis de datos de la OIT muestran que el crecimiento del empleo en el segmento formal de la economía en la mayoría de los países se ha quedado a la zaga del crecimiento de la fuerza laboral y es probable que estas tendencias continúen en el futuro. Incluso en países y regiones con altas tasas de crecimiento económico, la economía informal sigue siendo un problema persistente y, a veces, creciente. La mayoría de las nuevas oportunidades laborales se crean en la economía informal. Permitir la transición a la formalidad, por lo tanto, implica el análisis de los factores subyacentes al problema del empleo en los contextos locales.

Por lo tanto, la formalización del comercio ambulatorio no solo es crucial para el desarrollo de la ciudad sino para el manejo y organización de los comerciantes; es el proceso de transición de la informalidad a su representatividad legal temporal o permanente; implica la aplicación de políticas municipales, así como la aplicabilidad de las mismas (Rivera, 2019); en este sentido, para la formalización se debe considerar las siguientes dimensiones:

A. Documentación

“La documentación referida a la tramitación legal de los vendedores ambulantes no presenta una normativa específica del sector ambulante. Si no, más bien existen

disposiciones locales, emitidos por las municipalidades distritales. No obstante, si bien desde el gobierno central no existe una norma que se ocupe de este sector de trabajadores.” (Rivera, 2019, pág. 22)

La documentación ha sido uno de las principales debilidades que se pueden encontrar en los comerciantes ambulatorios, muchas veces por que su actividad tiene cierta connotación ilícita debido a la obtención de la mercadería y por otro lado evitar que se registren sus actividades para no pagar tributos por ello.

B. Organización

“Municipalidad tiene una responsabilidad importante con respecto a la organización del comercio ambulatorio. Para ello, es necesario establecer mecanismos de formalización y de desarrollo empresarial a fin de promover la recuperación de los espacios públicos y el desarrollo económico local. (Rivera, 2019, pág. 23)

La municipalidad no solo debe buscar que las normas de ordenamiento vial y pasos para los ciudadanos sean adecuadas, sino también tiene la obligación de lidiar con la problemática, creando aperturas y medios para la formalización y el correcto funcionamiento de la ciudad, dando oportunidades y creando espacios adecuados para el desarrollo del comercio.

C. Financiamiento

“El Comercio Ambulatorio y su perspectiva de formalización, se sitúa como prioridad para las Instituciones Gubernamentales, como en el caso de la Municipalidad Provincial. Esta institución, puede incluir al comerciante ambulatorio al Seguro Integral de Salud (SIS) a través del Ministerio de Salud u otros, para lo cual podrán articular convenios con entidades públicas y privadas de prestación de servicios de salud.” (Rivera, 2019, pág. 24)

Por el lado del financiamiento, es pertinente mencionar que la venta de productos por el comercio informal esta intrínsecamente ligada al manejo empírico e inexacto de los comerciantes, la falta de programación y conocimientos respecto a la venta y servicios que brindar los expone a tener poco capital e incluso ser víctimas de préstamos por diversas entidades, ante esto la Municipalidad debe crear alternativas de bajo costo incluso gratuitas para el ordenamiento , siendo en su defecto sinceradas en el costo, entendiendo los escasos recursos recaudados en forma diaria por el comerciante informal.

2.2.2.3. Enfoques teóricos sobre el comercio informal ambulatorio y su ubicación

Una plétora de estudios ha explorado las distribuciones espaciales y la organización de las actividades económicas. Más recientemente, ha habido una especie de laguna en las investigaciones que analizan las manifestaciones espaciales, se evalúa la investigación que vincula las ubicaciones espaciales con las actividades económicas para aumentar la comprensión actual de las ubicaciones del comercio ambulatorio sobre todo en las urbes.

Teoría del lugar central

Para explicar la estructura jerárquica de los asentamientos rurales, Christaller (1980) utilizó modelos geométricos bidimensionales (basados en un sistema de órdenes³⁸) para desarrollar su Teoría del lugar central (CPT). Christaller (1980) planteó la hipótesis de que las funciones centrales se proporcionan a todas las áreas circundantes ubicadas a distancias menores que el próximo "lugar central", ubicado en el mismo nivel jerárquico. El objetivo de Christaller (1980) era desarrollar una teoría espacial para construir sistemas de asentamiento con costos de transporte mínimos para cumplir funciones centrales en la Alemania nazi. Utilizando supuestos microeconómicos improbables, CPT predijo que con el aumento del costo del transporte, la demanda disminuyó con la distancia a la fuente de suministro (S. Brown, 2006). Los principios de la CPT son los conceptos de

"centralidades, umbrales y rangos" (mencionados anteriormente en los estudios de (Dewar y Watson, 2018)

Centralidad "representa la capacidad de una ubicación para cumplir las funciones centrales de su área circundante. 'Umbral' es el tamaño mínimo de mercado requerido para crear una nueva empresa o proveedor de servicios o ciudad y mantenerla en funcionamiento, y 'rango' es la distancia mínima promedio que las personas están dispuestas a viajar para adquirir servicios o bienes.

Teoría de la interacción espacial

La teoría de la interacción espacial se ha utilizado para explicar la organización de las ubicaciones minoristas en las ciudades. La teoría de la interacción espacial postula que los consumidores compensan el atractivo de patrocinar diferentes áreas comerciales con el efecto disuasorio de la distancia (Brown, 2006, p. 191) y, por lo tanto, descarta la suposición de CPT de que los consumidores siempre frecuentan los centros más cercanos que satisfacen sus necesidades de compra. Por lo tanto, la teoría es una conceptualización del clientelismo del consumidor dentro de áreas de mercado superpuestas, y se basa en variables y parámetros de población y distancias de carreteras, en respuesta a la oferta y la demanda localizadas como fue pionera en la ley de gravitación minorista de (Brannen, 2012) Inspirado por la fórmula de la gravedad, el modelo de Reilly (1931) tuvo en cuenta los comportamientos minoristas al calcular el punto al que se atraerían los clientes, lo que definió los límites del área de mercado. Como crítica a la noción de Reilly, en la literatura se dan tres condiciones interdependientes que son necesarias para la realización de la interacción espacial para predecir las variables de ubicación (la cantidad de actividad minorista) atraídas a cada ubicación, que son 1) complementariedad, 2) oportunidad intermedia y 3) transferibilidad.

Patrones de uso del suelo: la distribución intraurbana de las actividades económicas

Varias teorías establecidas desde hace mucho tiempo se basan en los conceptos de uso de la tierra y mercados. La teoría del uso de la tierra de Von Thünen (2013) propuso que los usos agrícolas óptimos de la tierra estaban determinados por los costos de transporte para acceder a los mercados y, cuando estaban en equilibrio, la organización espacial de las ciudades tomaba la forma de anillos concéntricos. En este modelo, las actividades con mayor intensidad de uso del suelo se encuentran en los anillos interiores, mientras que los procesos menos intensivos en suelo ocurren en las periferias de la ciudad. La teoría de la minimización de los costos de transporte de Weber (1909), de manera similar, buscaba proporcionar explicaciones sobre la ubicación óptima en la producción de bienes. En el caso de Weber, enfatizó la importancia de la ubicación de una entidad económica en relación a los efectos de los costos de transporte asociados a sus insumos y productos, la provisión de mano de obra y los factores de aglomeración.

La esencia de las postulaciones de Von Thünen y Weber fue capturada en un contexto minorista por las discusiones teóricas de Haig (1927) sobre las actividades económicas y el papel que juega la accesibilidad en ubicaciones centrales. Para Haig, la ubicación más accesible era la mejor para la venta minorista, y la demanda comercial y la competencia por esas ubicaciones privilegiadas se basaban en la cantidad de alquiler que las empresas estaban dispuestas a pagar. La estructura del paisaje urbano se clasificó así en relación con la centralidad. Dentro de este modelo, las ubicaciones privilegiadas en los centros están aseguradas por actividades capaces de pagar las rentas más altas, y esta disminuyó cuanto más se alejó del centro. El trabajo más fundamental que emana de las postulaciones de Haig fue el modelo de uso del suelo urbano de (Alonso, 1964), que construyó curvas de

alquiler de ofertas para connotar la receptividad de las actividades a los niveles cambiantes de accesibilidad.

2.3. Marco Conceptual

Comercio ambulatorio

“Es aquella actividad económica temporal, que se desarrolla en las áreas públicas reguladas por comerciantes ambulantes, cuyo capital no exceda de 2 Unidades Impositivas Tributarias, anuales, y carezcan de vínculo laboral con sus proveedores, además de constituir única fuente de ingresos” (Condori et al., 2020)

Comerciante Ambulante Regulado

“Persona natural mayor de edad, salvo lo previsto en la Ley N° 27475, inscrita en el Padrón Municipal u Organización registrada en el RUOS de la Municipalidad.” (Condori et al., 2020)

Comerciante Ambulante Autorizado

“Es el comerciante ambulante regulado que cuenta con una autorización municipal vigente, para dedicarse de manera individual, directa, excepcional y temporal al ejercicio de un giro autorizado, en una ubicación determinada y regulada del espacio público.” (Condori et al., 2020)

Comerciante Ambulante no Regulado

Persona natural u organización económica que no están registrados en el padrón municipal y se encuentran desarrollando una actividad comercial de forma itinerante,

generalmente caminando por los espacios públicos o que cuenta con un módulo, sin autorización. (Condori et al., 2020)

Formalización de comercio ambulatorio

Proceso de transición de la informalidad a su representatividad legal temporal o permanente; implica la aplicación de políticas municipales, así como la aplicabilidad de las mismas (Rivera, 2019)

Planificación Estratégica

“Un Plan Estratégico es, básicamente, un plan de actuación o de acción constante que define los objetivos a conseguir dentro de una empresa, ya sea mediano, largo o corto plazo.” (Rivera, 2019)

CAPITULO III

HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis General

La Formalización del comercio ambulatorio se relaciona significativamente con el planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

3.2. Hipótesis Específica

Existe relación significativa entre la formalización de comercio ambulatorio y planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

Existe relación significativa entre la formalización del comercio ambulatorio y la implementación de la planificación estratégica en la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021

Existe relación significativa entre la formalización del comercio ambulatorio y el control de la planificación estratégica la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021

3.3. Variables

3.3.1. Variable 1: Formalización de Comercio ambulatorio

Definición conceptual: Proceso de transición de la informalidad a su representatividad legal temporal o permanente; implica la aplicación de políticas municipales, así como la aplicabilidad de las mismas. (Rivera, 2019)

Definición operacional: a través de 3 dimensiones (Documentación, , organización y financiamiento) se evalúa la efectividad de del proceso de formalización.

3.3.2. Variable 2: Planeamiento estratégico

Definición conceptual: Escalante (2016) citado por Rivera (2019) precisa que es la capacidad institucional de prever y ejecutar acciones para el cumplimiento de objetivos mediante el uso de estrategias.

Definición operacional

El Planeamiento Estratégico se evaluó mediante las estrategias aplicadas que se han concomitantes con las normas vigentes.

Tabla 1

Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Valores	
V1 Formalización de Comercio Ambulatorio	Definición Conceptual	Documentación	Proceso de tramitación	Del 1 al 3	1=Muy desconocido 2=Desconocido 3=Ni desconocido ni conocido 4=Conocido 5=Muy conocido	
	Proceso de transición de la informalidad a su representatividad legal temporal o permanente; implica la aplicación de políticas municipales, así como la aplicabilidad de las mismas. (Rivera, 2019)		Disposiciones vigentes	Del 4 a 6		
			Reglamentación vigente	Del 7 a 9		
			Capacitación brindada y/o recibida	Del 10 al 12		
	Definición Operacional	Organización	Ordenamiento público	Del 13 a 15	1=Muy desconocido 2=Desconocido 3=Ni desconocido ni conocido 4=Conocido 5=Muy conocido	
	A través de 3 dimensiones (Documentación, organización y financiamiento) se evalúa la efectividad de del proceso de formalización.					Acuerdos vigentes
Aspectos contables						Del 19 al 21
	Financiamiento	Formalización	Del 22 a 23	1=Muy desconocido 2=Desconocido 3=Ni desconocido ni conocido 4=Conocido 5=Muy conocido		
		Organización de los comerciantes informales	24-25			

Variable	Definiciones	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Valores			
V2 Planeamiento Estratégico	Definición Conceptual Wheelen y Hunger (2012) citado por Rivera (2019) precisa que es la capacidad institucional de prever y ejecutar acciones para el cumplimiento de objetivos mediante el uso de estrategias.	Formulación	Análisis de la gestión	Del 1 al 3	1=Muy desconocido 2=Desconocido	ni		
			Análisis FODA	Del 4 a 6	3=Ni desconocido conocido			
			Valores de la Municipalidad Objetivos propuestos	Del 7 a 9 Del 10 al 12	4=Conocido 5=Muy conocido			
		Definición Operacional	El Planeamiento Estratégico se evaluó mediante las estrategias aplicadas que se han concomitantes con las normas vigentes.	Implementación	Políticas aplicadas	Del 13 a 15	1=Muy desconocido 2=Desconocido	ni
					Estrategias aplicadas	Del 16 a 18	3=Ni desconocido conocido	
					Verificación de acciones	Del 19 al 21	4=Conocido 5=Muy conocido	
Control			Conformidad de las normas	Del 22 a 24 Del 25 a 27	1=Muy desconocido 2=Desconocido	ni		
			Complemento y adicionales		3=Ni desconocido conocido			
					4=Conocido 5=Muy conocido			

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Método de investigación

El método general utilizado en la elaboración de esta investigación fue el método científico; el mismo que consiste tal como manifiesta Hernández et al., (2016) en la precisión de cada paso para la contrastación o comprobación de hipótesis; desde la observación del fenómeno de estudio, establecimiento de la hipótesis y su respectiva comprobación.

El método específico fue el método inductivo- deductivo; debido a que caracterizo las variables y sus dimensiones desde lo particular a lo general; es decir se analizó cada dimensión para comprender la variable.

Así mismo, se utilizó el método hipotético deductivo; debido a que se ejecutó de acuerdo a un procedimiento establecido para la práctica científica; desde la observación de fenómeno, el establecimiento de hipótesis y la deducción de proposiciones o conclusiones con la contratación de hipótesis; en tal sentido, los investigadores de la presente tesis consiguieren combinar la reflexión racional (establecimiento de hipótesis) con la observación de la realidad (contratación de resultados y discusión.).

4.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación usado fue básica, debido a que el propósito esencial es la búsqueda de relación entre las variables sin ningún objetivo práctico sino más bien de incremento teórico. Al respecto metodólogos precisan que este tipo de investigación

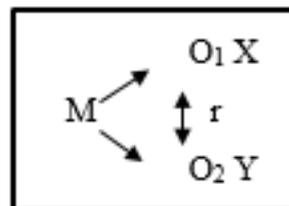
pretende contribuir al desarrollo de nuevos conocimientos, descubrir nuevos enfoques teóricos o relaciones conceptuales más no prácticas (Ander - Egg, 2011; Sánchez & Reyes, 2006)

4.3. Nivel de investigación

El nivel de investigación ejecutado fue descriptivo – correlacional. Hernández et al., (2016) indica que puede combinarse niveles o alcances de investigación siempre que se busque los objetivos de cada nivel y que la naturaleza de la investigación lo requiera. Para este estudio, se escogió estos dos niveles ya que no solo se caracterizó las variables y sus dimensiones sino también se buscó relacionarlas.

4.4. Diseño de investigación

El diseño para el presente estudio fue no experimental, el descriptivo correlacional. Esquematizado de la siguiente manera:



Donde:

M : Muestra

X : Comercio ambulatorio

Y : Planeamiento estratégico

O₁ : Observación del comercio ambulatorio

O₂ : Observación del planeamiento estratégico

r : Relación entre las variables

4.5. Población y muestra

4.5.1. Población

La población constituida fueron todos los comerciantes informales ambulantes inscritos en el padrón que maneja la municipalidad de Huancayo, Gerencia de Economía y turismo. Los mismos que fueron 249 personas durante el año 2021. Esto en conformidad con lo predispuesto por Carrasco (2005) quien precisa que la población es la totalidad del grupo objetivo de investigación, de la cual se desprende una muestra representativa.

4.5.2. Muestra

La muestra es un subgrupo de la población que presenta las mismas características investigativas, por lo que los resultados que devengan de estas se sintetizan para todo el grupo (Carrasco, 2005). En esta ocasión la muestra fue de tipo probabilístico, por lo que al aplicar la fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1)e^2 + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n : Tamaño de muestra

N : Tamaño de población

p : Probabilidad de éxito

q : Probabilidad de fracaso

Z_{α}^2 : Nivel de significancia

e : Probabilidad de error.

Reemplazando en la formula se obtiene:

$$n = \frac{249.1.96^2.(0.80).(0.20)}{249.0.05^2 + 1.96^2.(0.80).(0.20)} = 151.32$$

Es decir, la muestra fueron 151 comerciantes empadronados en la Municipalidad Provincial de Huancayo, que se ubicaron dentro del distrito de Huancayo.

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica fue la encuesta y como instrumento dos cuestionarios tipo Likert: Cuestionario de Planificación Estratégica Institucional y Cuestionario de Formalización de Comercio Ambulatorio ambos de Rivera (2019).

Tabla 2

Ficha técnica Cuestionario de Planificación Estratégica Institucional

Nombre del instrumento	Cuestionario de Planificación Estratégica Institucional
Autor original	Rivera (2019)
Procedencia	Perú
Aplicación	Adultos 18- 55 (autoadministrado)
Ámbito de aplicación	Se estructura en un total de 27 ítems bajo 3 factores Factor 1: Formulación Factor 2: Implementación Factor 3: Control
Tiempo de duración	Su duración promedio es 20 minutos.
Finalidad	Evalúa el nivel percepción sobre la planificación estratégica que aplica la Municipalidad.
Usos	Educacional, e investigativo
Validez	Comprobada a través del análisis de dos expertos
Confiabilidad	A través del estadístico Alfa de Cronbach, resultando altamente confiable para su aplicación: ,878

Tabla 3

Baremo de evaluación Cuestionario de Planificación Estratégica Institucional

Dimensiones	Malo	Regular	Bueno
Formulación	[9-21]	<21-33]	<33-45]
Implementación	[9-21]	<21-33]	<33-45]
Control	[9-21]	<21-33]	<33-45]
PEI en general	[27-63]	<63-99]	<99-135]

Tabla 4

Ficha técnica Cuestionario de Formalización de Comercio Ambulatorio

Nombre del instrumento	Cuestionario de Formalización de Comercio Ambulatorio
Autor original	Rivera (2019)
Procedencia	Perú
Aplicación	Adultos 18- 55 (autoadministrado)
Ámbito de aplicación	Se estructura en un total de 25 ítems bajo 3 factores Factor 1: Documentación Factor 2: Organización Factor 3: Financiamiento
Tiempo de duración	Su duración promedio es 20 minutos.
Finalidad	Evalúa el nivel percepción sobre el proceso de formalización de comercio ambulatorio que aplica la Municipalidad.
Usos	Educacional, e investigativo
Validez	Comprobada a través del análisis de dos expertos
Confiabilidad	A través del estadístico Alfa de Cronbach, resultando altamente confiable para su aplicación: ,878

Tabla 5

Baremo de evaluación Cuestionario de Formalización de Comercio Ambulatorio

Dimensiones	Malo	Regular	Bueno
Documentación	[8-18.6]	<18.6-29.32]	<29.32-40]
Organización	[9-21]	<21-33]	<33-45]
Financiamiento	[8-18.6]	<18.6-29.32]	<29.32-40]
FCA en general	[25-58.3]	<58.3-91.63]	<91.63-125]

4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Los datos compilados fueron examinados en el programa estadístico SPSS v25; se empleó primero tablas de frecuencia correspondiente a la estadística descriptiva para cada variable.

Para la contrastación de hipótesis se manejó el estadístico rho de Spearman. Acerca de los criterios para poder comprobar las hipótesis, se hace uso de los 6 pasos:

- Establecer las hipótesis nula y alterna.
- Establecer el estadístico de prueba.
- Calcular el valor del estadístico para la muestra.
- Mostrar los criterios de decisión.
- Decisión estadística.
- Conclusión estadística.

En cuanto a los criterios de decisión, si $p < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula (h_0) y se acepta la hipótesis alterna (h_a); sin embargo, el resultante es $p > 0,05$ entonces se acepta la hipótesis nula (h_0) y se rechaza la hipótesis alterna (h_a).

4.8. Aspectos éticos de la investigación

La presente investigación se ejecutó bajo lo establecido en las normas académicas de la Universidad Peruana Los Andes, Ministerio de Educación y SUNEDU; así como al artículo 27 inciso b) “Consentimiento informado y expreso”, c) “Beneficencia y no maleficencia”, e) Responsabilidad y f) “veracidad” y artículo 28 inciso a-h del Reglamento General de Investigación, en concordancia con los artículos 4 y 5 del Código de Ética para la investigación Científica de la Universidad Peruana Los Andes; es decir, en todo el proceso de investigación se cuidó de manera expresa la información antes , durante y después; solicitando que las encuestadas cuenten con el consentimiento informado y se encuentren en pleno conocimiento de la finalidad del estudio; por lo que no se actuó con malicia más sí con veracidad.

CAPITULO V

RESULTADOS

5.1. Descripción de resultados

5.1.1. Datos Generales

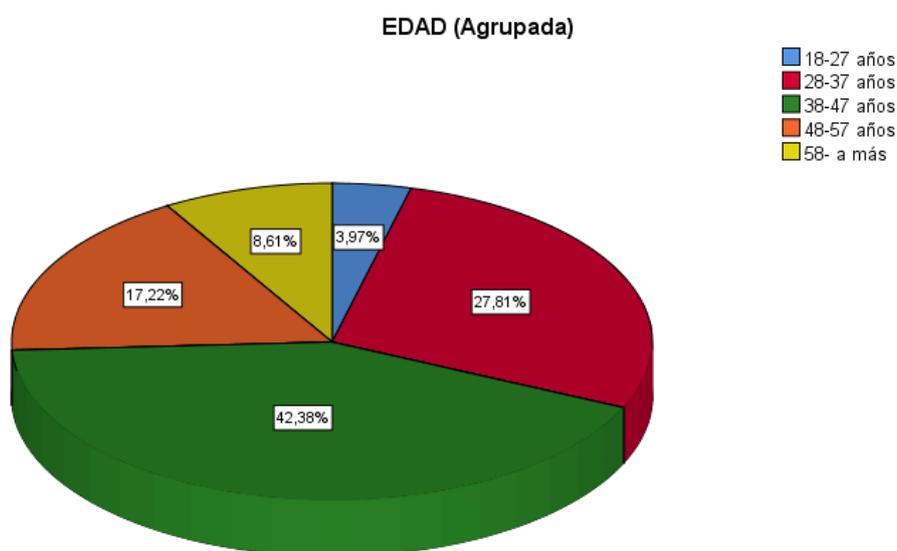
Tabla 6

Distribución de la muestra según edad

		EDAD (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-27 años	6	4,0%	4,0%	4,0%
	28-37 años	42	27,8%	27,8%	31,8%
	38-47 años	64	42,4%	42,4%	74,2%
	48-57 años	26	17,2%	17,2%	91,4%
	58- a más	13	8,6%	8,6%	100,0%
	Total	151	100,0%	100,0%	

Figura 1

Distribución de la muestra según edad



INTERPRETACIÓN:

Como se observa en la tabla 6 y figura 1, la distribución de la muestra según edad tuvo un grupo mayoritario en aquellos entre 38 a 47 años (42.4%), seguido de aquellos con 28 a 37 años (27.8%). En tercer lugar, están los de 48-57 años (17.2%) y, en menor proporción los menos de 27 años (3.97%) y mayores de 58 años (8.61%).

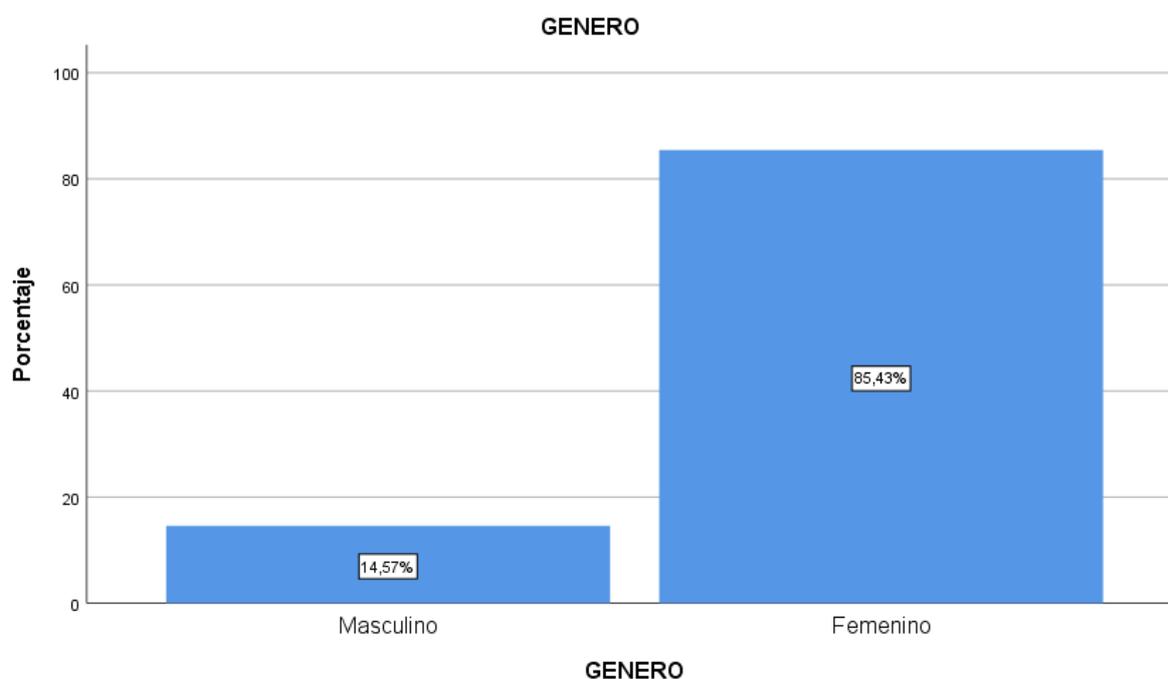
Tabla 7

Distribución de la muestra según género

		GENERO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	22	14,6%	14,6%	14,6%
	Femenino	129	85,4%	85,4%	100,0%
Total		151	100,0%	100,0%	

Figura 2

Distribución de la muestra según género



INTERPRETACIÓN:

Como de observa en la tabla 7 y figura 2; la distribución de la muestra según género fue que el 85.4% (129) son mujeres y el 14.6% (22) son varones.

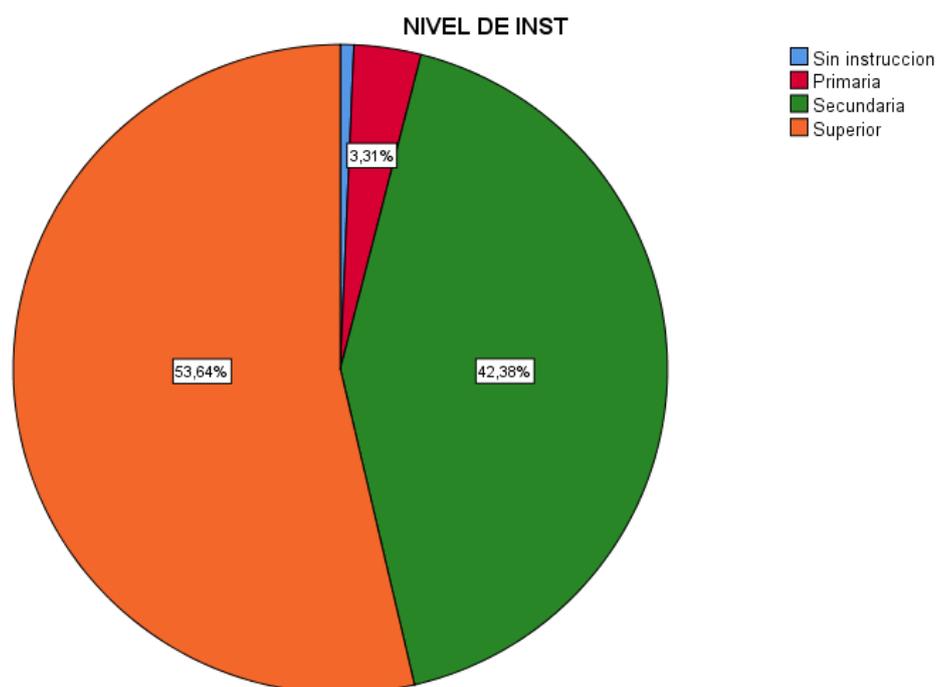
Tabla 8

Distribución de la muestra según grado de instrucción

		NIVEL DE INST		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje		
Válido	Sin instrucción	1	,7%	,7%	,7%
	Primaria	5	3,3%	3,3%	4,0%
	Secundaria	64	42,4%	42,4%	46,4%
	Superior	81	53,6%	53,6%	100,0%
	Total	151	100,0%	100,0%	

Figura 3

Distribución de la muestra según grado de instrucción



INTERPRETACIÓN:

Como de observa en la tabla 8 y figura 3; el 53.6% de la muestra tienen el grado académico superior, sin embargo, muchos de ellos sin culminar; seguido de ello está el 42.4% con secundaria completa; y, en menor proporción el 3.3% sólo primaria y el 0.7% sin instrucción.

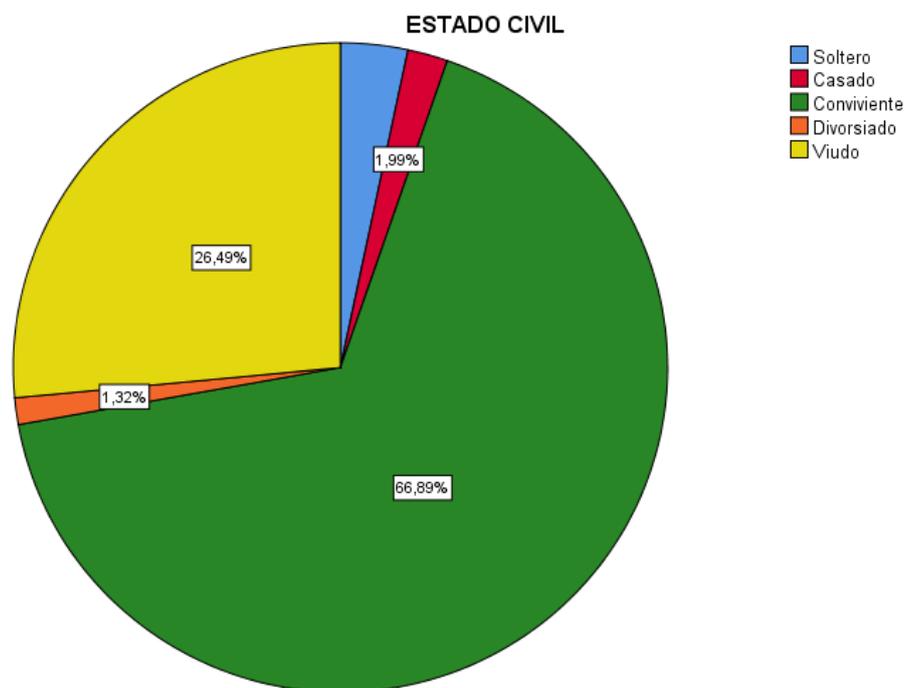
Tabla 9

Distribución de la muestra según estado civil

		ESTADO CIVIL			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero	5	3,3%	3,3%	3,3%
	Casado	3	2,0%	2,0%	5,3%
	Conviviente	101	66,9%	66,9%	72,2%
	Divorciado	2	1,3%	1,3%	73,5%
	Viudo	40	26,5%	26,5%	100,0%
	Total	151	100,0%	100,0%	

Figura 4

Distribución de la muestra según estado civil



INTERPRETACIÓN:

Como de observa en la tabla 9 y figura 4; 101 personas que representan el 66.9% son convivientes; 40 personas que representan el 26.5% son viudos. En menor proporción, sólo el 3.3 % son solteros, el 2 % casados y el 1.3% son divorciados.

5.1.2. Variable 1: Formalización de comercio ambulatorio

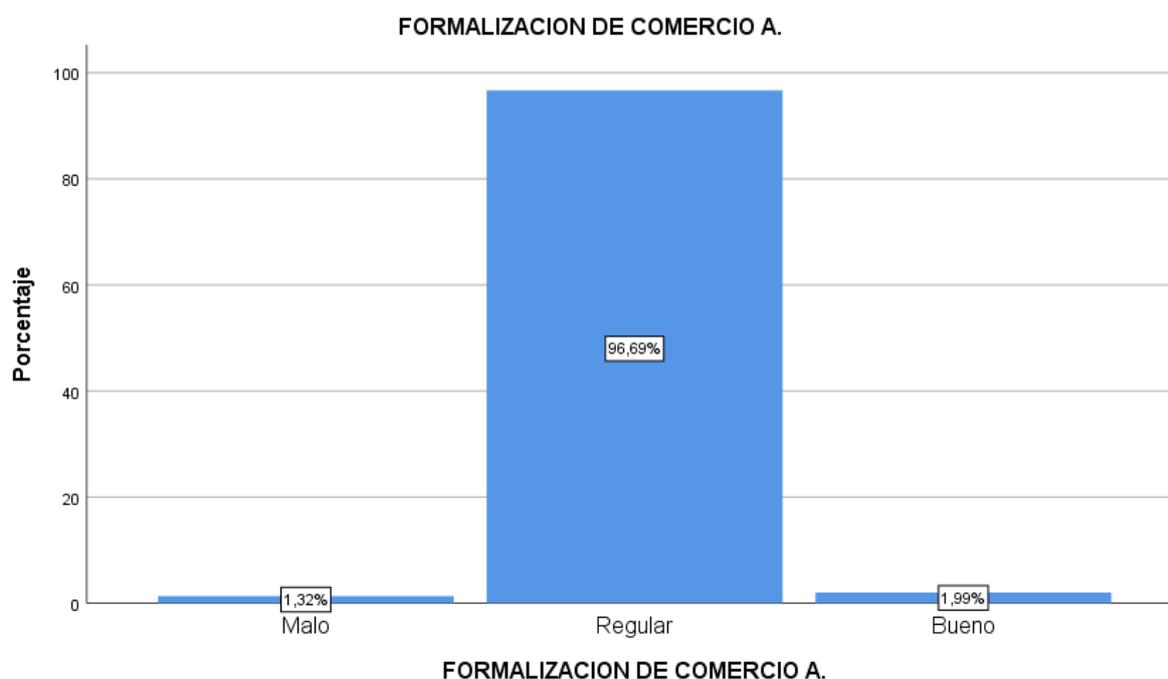
Tabla 10

Formalización de comercio ambulatorio

FORMALIZACION DE COMERCIO A.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	2	1,3%	1,3%	1,3%
	Regular	146	96,7%	96,7%	98,0%
	Bueno	3	2,0%	2,0%	100,0%
	Total	151	100,0%	100,0%	

Figura 5

Formalización de comercio ambulatorio



INTERPRETACIÓN:

Se logra advertir en la tabla 10 y figura 5; sobre la variable formalización del comercio ambulatorio; los comerciantes perciben mayoritariamente (96.7%) que es regular, 2 personas (1.3%) consideran que es malo y 3 personas (2%) perciben que es bueno.

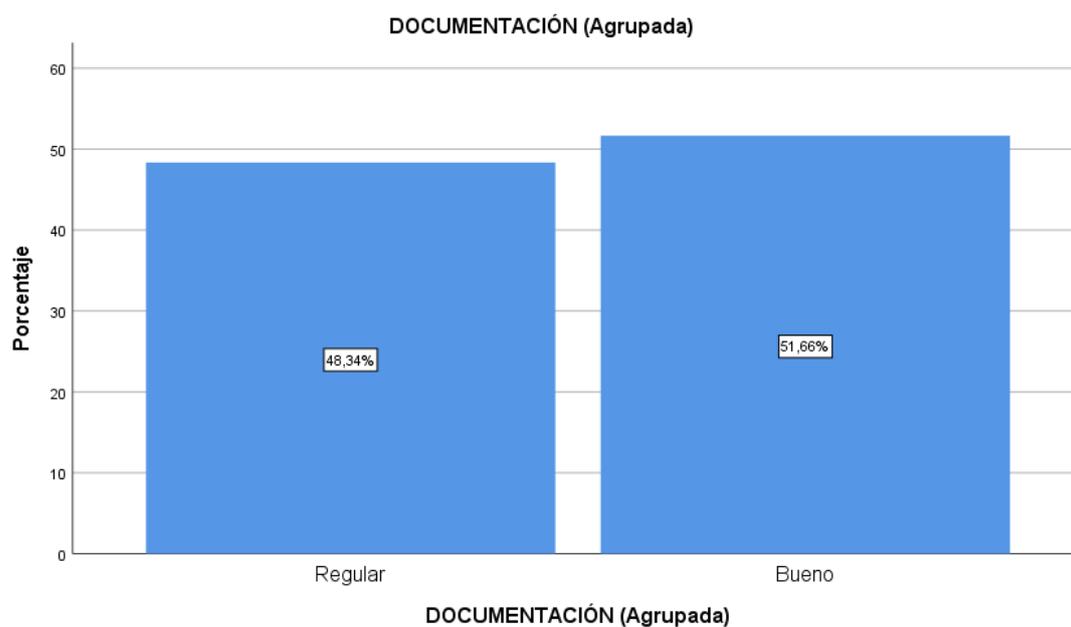
Tabla 11

Dimensión 1: Documentación

DOCUMENTACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	73	48,3%	48,3%	48,3%
	Bueno	78	51,7%	51,7%	100,0%
	Total	151	100,0%	100,0%	

Figura 6

Dimensión 1: Documentación



INTERPRETACIÓN:

Se logra advertir en la tabla 11 y figura 6; la percepción sobre la dimensión documentación para la formalización de comercio ambulatorio el 51.66% consideran que es bueno debido a que los requisitos no son complicados; mientras que el 48.34% lo perciben como regular.

Tabla 12

Dimensión 2: Organización

ORGANIZACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	19	12,6%	12,6%	12,6%
	Regular	118	78,1%	78,1%	90,7%
	Bueno	14	9,3%	9,3%	100,0%
	Total	151	100,0%	100,0%	

Figura 7

Dimensión 2: Organización



INTERPRETACIÓN:

Se logra advertir en la tabla 12 y figura 7; sobre la dimensión organización que ejecuta la Municipalidad Provincial de Huancayo; los comerciantes ambulantes encuestados manifestaron predominantemente (78.15%) es regular; para el 12.58% es malo; mientras que el 9.27% considera que es bueno.

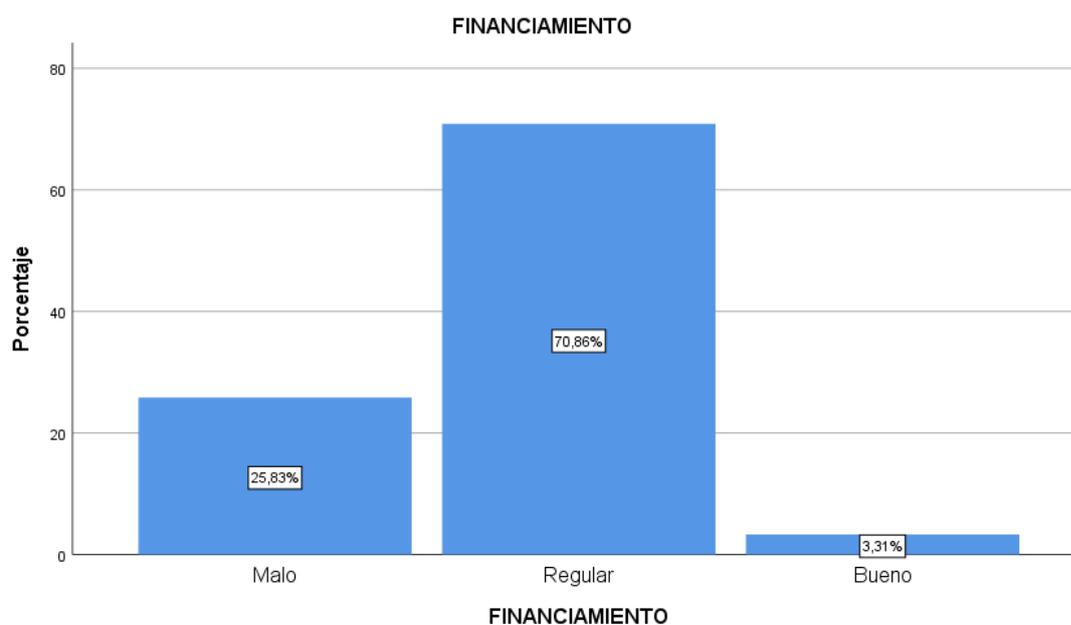
Tabla 13

Dimensión 3: Financiamiento

FINANCIAMIENTO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	39	25,8%	25,8%	25,8%
	Regular	107	70,9%	70,9%	96,7%
	Bueno	5	3,3%	3,3%	100,0%
	Total	151	100,0%	100,0%	

Figura 8

Dimensión 3: Financiamiento



INTERPRETACIÓN:

Se logra advertir en la tabla 13 y figura 8 que, respecto a la dimensión financiamiento; 107 personas que representan el 70% considera que es regular; 39 personas que representan el 25.83% es malo y sólo 5 personas que representan el 3.31% considera que es bueno.

5.1.3. Variable 2: Planeamiento Estratégico

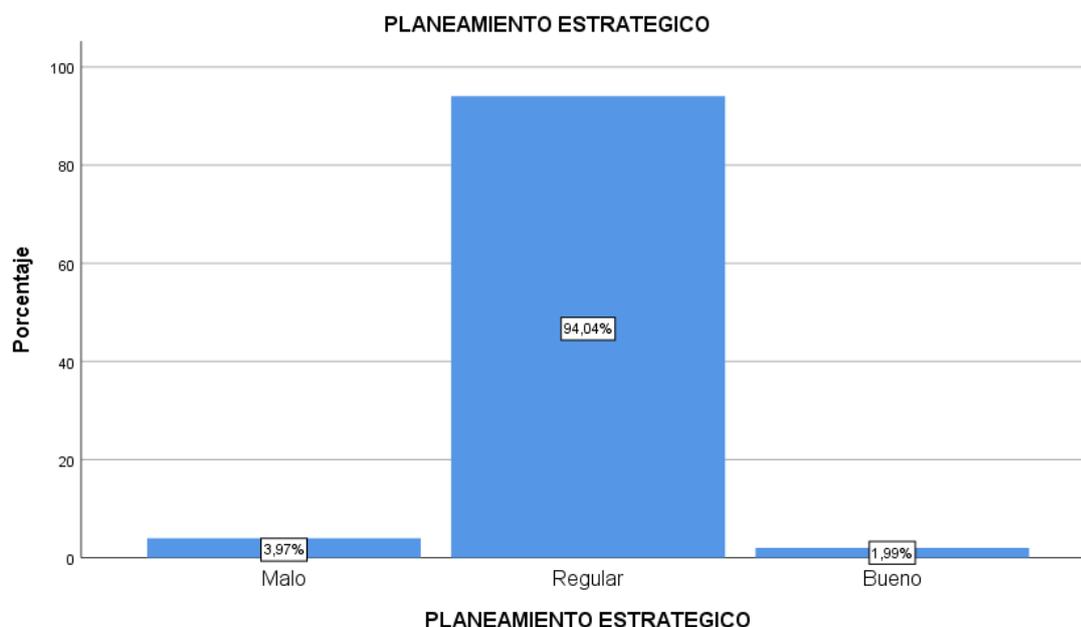
Tabla 14

Planeamiento Estratégico

PLANEAMIENTO ESTRATEGICO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	6	4,0%	4,0%	4,0%
	Regular	142	94,0%	94,0%	98,0%
	Bueno	3	2,0%	2,0%	100,0%
	Total	151	100,0%	100,0%	

Figura 9

Planeamiento Estratégico



INTERPRETACIÓN:

Se logra advertir en la tabla 14 y figura 9 que, sobre la variable planeamiento estratégico que ejecuta la Municipalidad Provincial de Huancayo; la muestra considera predominantemente (94.04%) que es regular; el 3.97% indica que es malo y sólo el 1.99% precisa que es bueno.

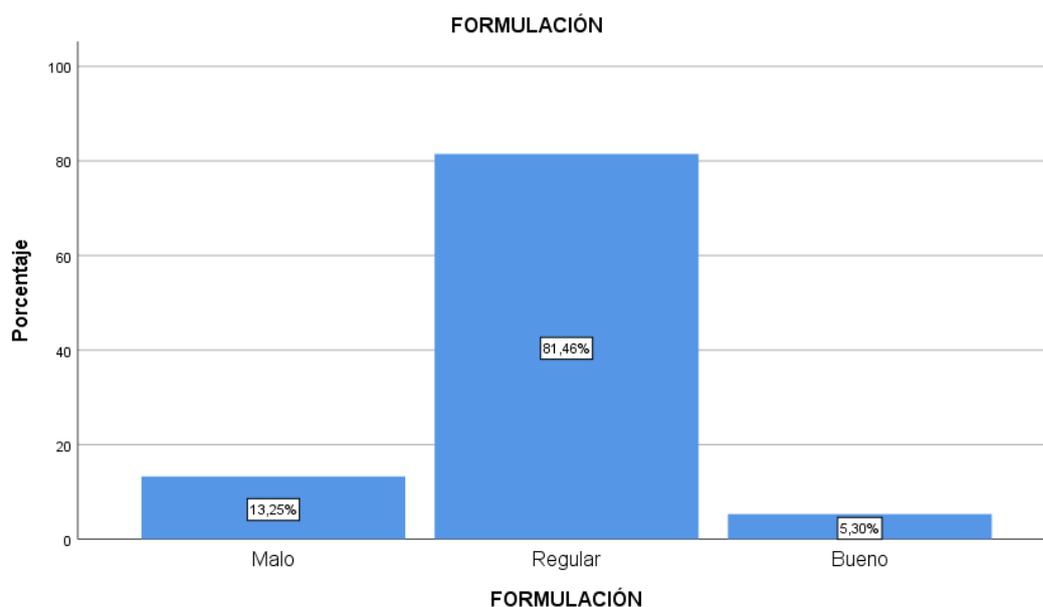
Tabla 15

Dimensión 1: Formulación

FORMULACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	20	13,2%	13,2%	13,2%
	Regular	123	81,5%	81,5%	94,7%
	Bueno	8	5,3%	5,3%	100,0%
	Total	151	100,0%	100,0%	

Figura 10

Dimensión 1: Formulación



INTERPRETACIÓN:

Se logra advertir en la tabla 15 y figura 10 que, sobre la primera dimensión “Formulación”; el 81.46% indican que es regular, el 13.25% consideran que es malo y, solo el 5.30% es bueno.

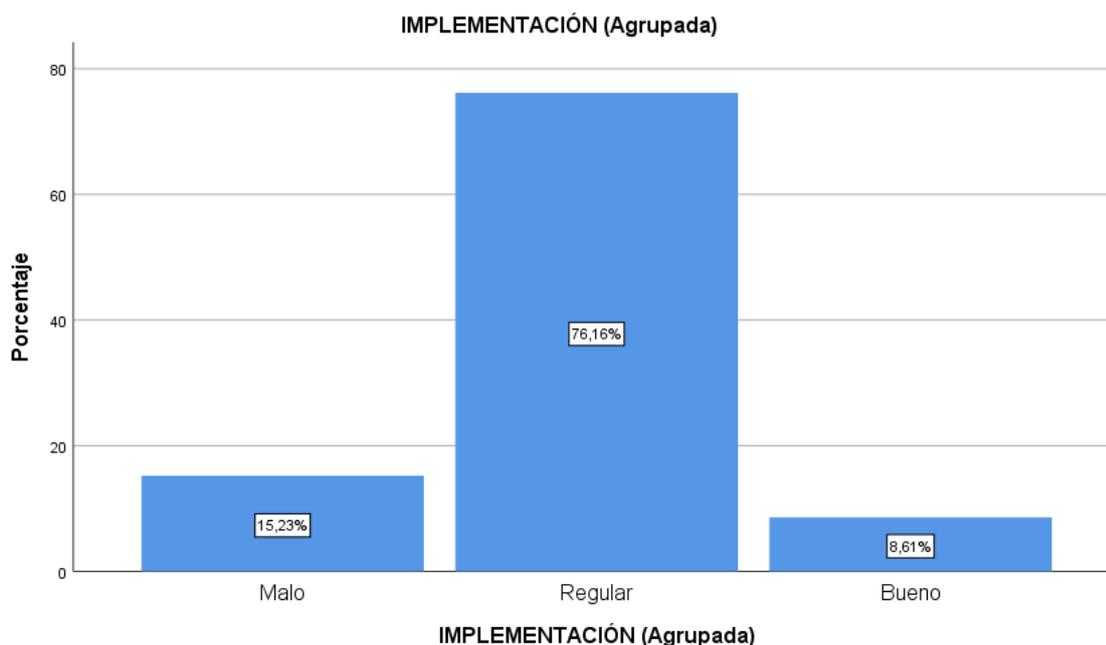
Tabla 16

Dimensión 2: Implementación

IMPLEMENTACIÓN (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	23	15,2%	15,2%	15,2%
	Regular	115	76,2%	76,2%	91,4%
	Bueno	13	8,6%	8,6%	100,0%
	Total	151	100,0%	100,0%	

Figura 11

Dimensión 2: Implementación



INTERPRETACIÓN:

Se logra advertir en la tabla 16 y figura 11 que, sobre la dimensión “implementación” del planeamiento estratégico por parte de la Municipalidad Provincial de Huancayo; el 76.16% indica que es regular; el 15.23% precisan que es malo y el 8.61% consideran que es bueno.

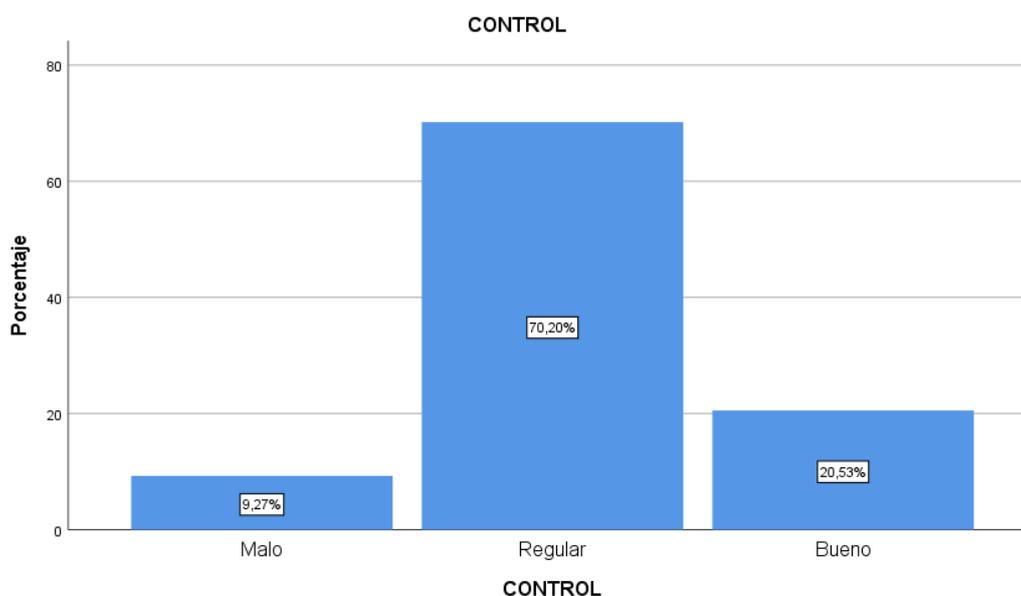
Tabla 17

Dimensión 3: Control

		CONTROL			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	14	9,3%	9,3%	9,3%
	Regular	106	70,2%	70,2%	79,5%
	Bueno	31	20,5%	20,5%	100,0%
	Total	151	100,0%	100,0%	

Figura 12

Dimensión 3: Control



INTERPRETACIÓN:

Se logra advertir en la tabla 17 y figura 12 que, sobre la dimensión “control” en el planeamiento estratégico que ejecuta la Municipalidad Provincial de Huancayo; la muestra manifiesta que, el 70.50% indica que es regular, el 20.53% que es bueno y el 9.27% es malo.

5.2. Contrastación de hipótesis

5.2.1. Prueba de hipótesis general

Paso 1: Definir la hipótesis estadística H0 y H1

H0: La Formalización del comercio ambulatorio no se relaciona significativamente con el planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

H1: La Formalización del comercio ambulatorio se relaciona significativamente con el planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

Paso 2: Nivel de significancia

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

Paso 3: Estadístico de prueba

Para la correlación de variables, se estableció a través del estadístico rho Spearman.

Paso 4: Lectura del P valor

- P valor <0.05: Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna
- P valor >0.05: Se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna

Paso 5: Decisión estadística

Para establecer la decisión estadística a la que arribará se tomó en consideración la siguiente tabla:

Tabla 18

Correlación entre formalización de comercio ambulatorio y planeamiento estratégico

			Correlaciones	
			Formalización de comercio ambulatorio.	Planeamiento estratégico
Rho de Spearman	Formalización de comercio ambulatorio	Coeficiente de correlación	1,000	,510**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	151	151
	Planeamiento estratégico	Coeficiente de correlación	,510**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	151	151

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

Paso 6: Conclusión estadística

De los resultados obtenidos en la tabla anterior se logra advertir que el coeficiente de correlación Rho Spearman fue = 0,510, indicando que la relación entre formalización de comercio ambulatorio y planeamiento estratégico fue una correlación positiva moderada y, dado el valor P-valor = 0,000 (grado de significación estadística) menor que $\alpha = 0,05$ se RECHAZA la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, se concluye que, la formalización del comercio ambulatorio se relaciona significativamente con el planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

5.2.2. Prueba de hipótesis específica 1

Paso 1: Definir la hipótesis estadística H0 y H1

H0: No existe relación significativa entre la formalización de comercio ambulatorio y planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

H1: Existe relación significativa entre la formalización de comercio ambulatorio y planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

Paso 2: Nivel de significancia

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

Paso 3: Estadístico de prueba

Para la correlación de variables, se estableció a través del estadístico rho Spearman.

Paso 4: Lectura del P valor

- P valor <0.05: Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna
- P valor >0.05: Se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna

Paso 5: Decisión estadística

Para establecer la decisión estadística a la que arribará se tomó en consideración la siguiente tabla:

Tabla 19

Correlación entre formalización de comercio ambulatorio y formulación

			Correlaciones	
			Formalización de comercio ambulatorio	Formulación
Rho de Spearman	Formalización de comercio ambulatorio	Coefficiente de correlación	1,000	,335**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	151	151
	Formulación	Coefficiente de correlación	,335**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	151	151

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

Paso 6: Conclusión estadística

De los resultados obtenidos en la tabla anterior se logra advertir que el coeficiente de correlación Rho Spearman fue = 0,335, indicando que la relación entre formalización de comercio ambulatorio y formulación de planeamiento estratégico fue una correlación positiva moderada y, dado el valor P-valor = 0,000 (grado de significación estadística)

menor que $\alpha = 0,05$ se RECHAZA la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, se concluye que, existe relación significativa entre la formalización de comercio ambulatorio y la formulación del planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

5.2.3. Prueba de hipótesis específica 2

Paso 1: Definir la hipótesis estadística H0 y H1

H0: No existe relación significativa entre la formalización del comercio ambulatorio y la implementación de la planificación estratégica en la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

H1: Existe relación significativa entre la formalización del comercio ambulatorio y la implementación de la planificación estratégica en la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

Paso 2: Nivel de significancia

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

Paso 3: Estadístico de prueba

Para la correlación de variables, se estableció a través del estadístico rho Spearman.

Paso 4: Lectura del P valor

- P valor <0.05 : Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna
- P valor >0.05 : Se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna

Paso 5: Decisión estadística

Para establecer la decisión estadística a la que arribará se tomó en consideración la siguiente tabla:

Tabla 20

Correlación entre formalización de comercio ambulatorio e implementación

			Correlaciones	
			Formalización de comercio ambulatorio	Implementación
Rho de Spearman	Formalización de comercio ambulatorio	Coefficiente de correlación	1,000	,365**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	151	151
	Implementación	Coefficiente de correlación	,365**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	151	151

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

Paso 6: Conclusión estadística

De los resultados obtenidos en la tabla anterior se logra advertir que el coeficiente de correlación Rho Spearman fue = 0,365, indicando que la relación entre formalización de comercio ambulatorio y la implementación de planeamiento estratégico fue una correlación positiva moderada y, dado el valor P-valor = 0,000 (grado de significación estadística) menor que $\alpha = 0,05$ se RECHAZA la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, se concluye que, existe relación significativa entre la formalización del comercio ambulatorio y la implementación de la planificación estratégica en la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

5.2.4. Prueba de hipótesis específica 3

Paso 1: Definir la hipótesis estadística H0 y H1

H0: No existe relación significativa entre la formalización del comercio ambulatorio y el control de la planificación estratégica la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

H1: Existe relación significativa entre la formalización del comercio ambulatorio y el control de la planificación estratégica la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

Paso 2: Nivel de significancia

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

Paso 3: Estadístico de prueba

Para la correlación de variables, se estableció a través del estadístico rho Spearman.

Paso 4: Lectura del P valor

- P valor <0.05 : Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna
- P valor >0.05 : Se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna

Paso 5: Decisión estadística

Para establecer la decisión estadística a la que arribará se tomó en consideración la siguiente tabla:

Tabla 21*Correlación entre formalización de comercio ambulatorio y control*

		Correlaciones		
			Formalización de comercio ambulatorio.	Control
Rho de Spearman	Formalización de comercio ambulatorio	Coeficiente de correlación	1,000	,407**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	151	151
	Control	Coeficiente de correlación	,407**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	151	151

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

Paso 6: Conclusión estadística

De los resultados obtenidos en la tabla anterior se logra advertir que el coeficiente de correlación Rho Spearman fue = 0,407, indicando que la relación entre formalización de comercio ambulatorio y control de planeamiento estratégico fue una correlación positiva moderada y, dado el valor P-valor = 0,000 (grado de significación estadística) menor que $\alpha = 0,05$ se RECHAZA la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, se concluye que, existe relación significativa entre la formalización del comercio ambulatorio y el control de la planificación estratégica la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados de la presente investigación se contrastan a continuación con los antecedentes y bases teóricas a fin de ejecutar un análisis minucioso del estudio:

Objetivo General:

El objetivo general fue establecer la relación que existe entre la formalización del comercio ambulatorio y el planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021; los resultados demostraron que la formalización del comercio ambulatorio se relaciona significativamente $P\text{-valor} = 0,000$ (grado de significación estadística) con el planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021; así mismo esta relación es directa y moderada, ya que el coeficiente de correlación Rho Spearman fue $= 0,510$.

Sobre estos resultados, antecedentes como Ramírez (2019) que analizó la relación entre gestión estratégica municipal y el comercio informal en la vía pública, obteniendo que existe relación significativa e inversa entre las variables, con un coeficiente de correlación de Rho Spearman $= -.796$; Rivera (2019) de igual forma encontró relación significativa, fuerte, directa y proporcional entre planificación estratégica institucional y su incidencia en la formalización del comercio ambulatorio, por lo que concluye indicando que en la medida que se mejora el planeamiento estratégico también lo hace la formalización de comercio ambulatorio, lo mismo ocurre en la relación con las dimensiones; Baque (2019) en su estudio halla una relación significativa entre la gestión estratégica y comercio ambulatorio en una municipalidad con un coeficiente de correlación de $0,852^{**}$ y significancia bilateral de 0.000 ; Melgar y Salazar (2019) halló relación significativa $= 0.000$ entre formalización y comercio ambulatorio con un coeficiente de 0.689 es decir la relación fue positivamente media; también, Salazar y Vargas (2018) de forma similar analizan el comercio informal de los vendedores ambulantes y la

evasión de impuestos hallando relación entre variables de modo que el comercio ambulatorio informal se relaciona con que no paguen sus impuestos que la municipalidad establece por uso de suelo público. Velasquez (2017) así mismo, halló relación entre Gestión estratégica y comercio ambulatorio en una municipalidad con una significancia = 0.001 lo que quiere decir que, existe relación significativa y coeficiente de correlación de 0.267 es decir relación moderada.

Objetivos específicos

Respecto a los objetivos específicos de la investigación; se logró demostrar en todos los casos que; existe relación significativa entre la formalización del comercio ambulatorio y todas las dimensiones de planeamiento estratégico (formulación, implementación y control), para todos con un nivel de significancia de 0.000 y con coeficiente de correlación rho de Spearman de 0,335 – 0,365 – 0,407 respectivamente. Estudios hallaron resultados similares; tal como Velasquez (2017), Baque (2019), Rivera (2019), y Ramírez (2019). Algunos otros, como que precisaron la problemática de la formalización del comercio ambulatorio; Alfonso y De la Flor (2020) precisa que, el comercio informal ambulatorio resulta ser una problemática compleja donde es imprescindible escuchar las opiniones y expectativas de los comerciantes; Salazar y Vargas (2018) indica que, el desempleo fue el principal factor que los llevo a ejercer el comercio ambulatorio, el 100% de los comerciantes no pagan impuestos principalmente por desconocimiento (48%) seguido a que consideran que los impuestos son elevados (33%); no obstante, el 52% precisa que es importante formalizarse por lo pueden estar dispuestos hacerlo. Pizán (2018) halló que, el 50% de los comerciantes ambulantes tenía un nivel educativo bajo con solo primaria, es decir el factor cultural incide en la formalización de ambulantes. No obstante, aquí se encontró una diferencia significativa con la presente investigación, debido a que el 53.6% se hallaban con nivel educativo superior, aunque no haya sido culminado.

Acevedo (2017), los comerciantes informales son quienes conducen el sector desde la perspectiva de economía informal, social y relacional; los mismos que construyen lazos de amistad, cordialidad y camaradería, virtudes que facilitan la actividad económica informal. Martínez et al. (2017); descubrió que más de dos tercios de los vendedores eran jefes de hogar, lo que demuestra que la venta ambulante es la parte central de la economía doméstica de un hogar. Finalmente, Mazhambe (2017) mostró que el 86,6% de los vendedores ambulantes dependía por completo de la venta ambulante como fuente de ingresos. Además, las principales razones de la venta ambulante eran la falta de oportunidades de empleo alternativas para garantizar la seguridad alimentaria de los hogares y complementar los ingresos de otras actividades.

A nivel teórico; se sabe que, aplicar el planeamiento estratégico en las organizaciones del sector público no es tan fácil como podría parecer (Joyce 2015). Cabe señalar que el valor del planeamiento estratégico y su uso por parte del sector público en particular ha sido cuestionado por varios autores (Bianchi y Tomaselli, 2015). Otros autores críticos sostienen que en el entorno competitivo y acelerado de hoy en día, un proceso de planeamiento estratégico es limitado, demasiado costoso y requiere mucho tiempo y no necesariamente produce estrategias que generen los resultados requeridos (Fairholm y Card, 2009). Por lo que, el planeamiento estratégico asegurará resultados positivos y crecimiento a largo plazo y mantendrá la ventaja competitiva y la rentabilidad. De esta manera, algunos modelos teóricos explican porque se debe usar el planeamiento estratégico de manera eficiente para la formalización del comercio ambulatorio; una de ellas el modelo básico que tal como indica Ansoff (1991) debe ejecutarse desde el establecimiento de objetivos, análisis del entorno interno, análisis del entorno externo, evaluación y operacionalización; mientras que el modelo HAX que a juicio de Ofori y Atiogbe (2012) exhibe los tres niveles de estrategia que tiene una organización, cualquiera que sea su estructura: nivel corporativo, nivel empresarial y nivel funcional. Por último, el modelo

dinámico propone que se debe tomar en cuenta tres temas principales: la perspectiva del proceso en la implementación de la estrategia, una visión de emergencia y la alineación conjunta de la organización con su entorno; modelo que debiera considerarse para mejorar el planeamiento estratégico existente y se condiga los objetivos trazados.

CONCLUSIONES

- Luego de la contrastación de hipótesis, se logró demostrar que la formalización del comercio ambulatorio se relaciona significativamente con el planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021; el coeficiente de correlación Rho Spearman fue = 0,510, indicando que la relación fue una correlación positiva moderada y, dado el valor P-valor = 0,000 (grado de significación estadística) menor que $\alpha = 0,05$ se RECHAZA la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir, de mejorar el planeamiento estratégico también se incrementa la formalización del comercio ambulatorio.
- Sobre el primer objetivo específico, se concluye que con un coeficiente de correlación Rho Spearman fue = 0,335, indicando que la relación entre formalización de comercio ambulatorio y formulación de planeamiento estratégico fue una correlación positiva moderada y, dado el valor P-valor = 0,000 (grado de significación estadística) menor que $\alpha = 0,05$ se RECHAZA la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, de mejorar la fase de formulación de planeamiento estratégico también lo hará se forma moderada con la formalización del comercio ambulatorio.
- Sobre la segunda hipótesis específica, se halló el coeficiente de correlación Rho Spearman fue = 0,365, indicando que la relación entre formalización de comercio ambulatorio y planeamiento estratégico fue una correlación positiva moderada y, dado el valor P-valor = 0,000 (grado de significación estadística) menor que $\alpha = 0,05$ se RECHAZA la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.
- Finalmente, sobre el tercer objetivo específico; se concluye que, existe relación significativa entre la formalización del comercio ambulatorio y el control de la

planificación estratégica la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021; con un coeficiente de correlación Rho Spearman fue = 0,407 lo que se traduce en una relación directa y moderada. De controlarse correctamente el planeamiento estratégico también mejora la formalización del comercio ambulatorio.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda la publicación de los resultados a fin de tomar decisiones respecto a la planificación estratégica que elabora la Municipalidad Provincial de Huancayo y la Gerencia de economía y turismo de la misma y de esta manera mejorar la cantidad de comerciantes ambulantes formalizados.
- Se recomienda la actualización y adiestramiento profesional de los miembros de la Gerencia de Economía y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo, a fin que se ejecute correctamente el planeamiento estratégico dirigido a la formalización de los comerciantes ambulantes.
- Se propone para futuras investigaciones acrecentar métodos investigativos y obtener resultado actualizados y ampliar la población para publicaciones del fenómeno de estudio.
- Se recomienda a futuros investigadores que tomen la presente como antecedente científico tener cautela con las consecuencias de no emplear los resultados educadamente debido a la necesidad de formalizar a los comerciantes ambulantes.
- Se recomienda llevar a otro nivel los resultados obtenidos y precisar estrategias de intervención.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abdalkrim, G. (2013). El impacto de las actividades de planificación estratégica en el desempeño de las organizaciones del sector privado en Sudán: una investigación empírica. *International Journal of Business and Management*, 8(10), p134.
<https://doi.org/10.5539/IJBM.V8N10P134>
- Acevedo, C. (2017). El comercio informal en el centro de Barranquilla: una aproximación desde el paradigma cualitativo . *Pensamiento y Gestión* , 42(5), 187–214.
<https://doi.org/10.14482/pege.41.9704>
- Ahmad, A., Farley, A., & Naidoo, M. (2012). Un examen de la implementación de los planes estratégicos del gobierno federal en las universidades públicas de Malasia. *International Journal of Business and Social Science*, 3(15).
https://ijbssnet.com/journals/Vol_3_No_15_August_2012/33.pdf
- Al Khattab, A., & Aldehayyat, J. (2013). Planificación estratégica y eficacia organizativa en hoteles jordanos. *International Journal of Business and Management*, 8(1).
<https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n1p11>
- Alfonso, C., & De la Flor, G. (2020). El comercio ambulatorio informal como problemática social. *Social Innova Sciences (SIS)*, 1(3), 64–68.
<https://socialinnovasciences.org/ojs/index.php/sis/issue/view/5/Número Completo>
- Aliaga, L. (2002). *Sumas y restas : el capital social como recurso en la informalidad : (las redes de los comerciantes ambulantes de independencia)* / (1. ed., Vol. 1). Alternativa, Centro de Investigación Social y Educación Popular :
- Alonso, W. (1964). *Ubicación y uso de la tierra: hacia una teoría general de la renta de la*

tierra | obra de Alonso | *Britannica* (2nd ed., Vol. 1).

<https://www.britannica.com/topic/Location-and-Land-Use-Toward-a-General-Theory-of-Land-Rent>

Ander - Egg, E. (2011). *Aprender a investigar: Nociones básicas para la investigación social* (1st ed., Vol. 4, Issue 1). Brujas.

Andrews, R., Boyne, G., & Walker, R. (2012). *Strategic Management and Public Service Performance* (2nd ed., Vol. 1). British Library.

[https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=pZV9DAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Rhys,+A.,+Boyne,+G.,+Law,+J.+and+Walker,+R.+\(2012\)+Strategic+Management%0Aand+Public+Service+Performance.+Palgrave+Macmillan.&ots=KQSGiLTPG&sig=1CpHj9B0VCf_KrxRZhb-fSsMG8A&redir_esc=y#v=onepage&q=Rhys%2CA.%2C+Boyne%2CG.%2CLaw%2CJ.+and+Walker%2CR.+\(2012\)+Strategic+Management+and+Public+Service+Performance.+Palgrave+Macmillan.&f=false](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=pZV9DAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Rhys,+A.,+Boyne,+G.,+Law,+J.+and+Walker,+R.+(2012)+Strategic+Management%0Aand+Public+Service+Performance.+Palgrave+Macmillan.&ots=KQSGiLTPG&sig=1CpHj9B0VCf_KrxRZhb-fSsMG8A&redir_esc=y#v=onepage&q=Rhys%2CA.%2C+Boyne%2CG.%2CLaw%2CJ.+and+Walker%2CR.+(2012)+Strategic+Management+and+Public+Service+Performance.+Palgrave+Macmillan.&f=false)

Ansoff, I. (1991). Crítica de “La escuela de diseño: reconsideración de las premisas básicas de la gestión estratégica” de Henry Mintzberg. *Strategic Management Journal*, 12(6), 449–461. <https://doi.org/10.1002/SMJ.4250120605>

Asiedu, A. B., & Agyei-Mensah, S. (2008). Comerciantes en fuga: actividades de los vendedores ambulantes en el área metropolitana de Accra, Ghana.

<https://doi.org/10.1080/00291950802335806>, 62(3), 191–202.

<https://doi.org/10.1080/00291950802335806>

Baque, J. (2019). *Gestión estratégico y el comercio ambulatorio en la municipalidad de Guayaquil, 2018* [Universidad César Vallejo].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/36557/Baque_CJR.pdf?seq

uence=1&isAllowed=y

Barrozzine, R., & Rodrigues, C. (2016). Grecia: escenarios y opciones estratégicas para superar la crisis. *Advances in Management & Applied Economics*, 6(1), 23–46.

http://www.scienpress.com/Upload/AMAE%2FVol 6_1_2.pdf

Berry, F., & Wechsler, B. (1995). Experiencia de las agencias estatales con la planificación estratégica: hallazgos de una encuesta nacional. *Performance Measurement: Building Theory, Improving Practice: Building Theory, Improving Practice*, 69–70.

<https://doi.org/10.2307/977181>

Bianchi, C., & Tomaselli, S. (2015). Un enfoque de gestión dinámica del rendimiento para respaldar la planificación estratégica local. *Revista Internacional de La Administración Pública*, 20(4), 370–385. <https://doi.org/10.1080/12294659.2015.1088687>

Birkmann, J., Garschagen, M., & Setiadi, N. (2014). Nuevos desafíos para la gobernanza urbana adaptativa en entornos altamente dinámicos: revisión de los sistemas y herramientas de planificación para la planificación adaptativa y estratégica. *Urban Climate*, 7, 115–133. <https://doi.org/10.1016/J.UCLIM.2014.01.006>

Bouhali, R., Mekdad, Y., Lebsir, H., & Ferkha, L. (2015). Roles de los líderes para la innovación: pensamiento y planificación estratégicos. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 181, 72–78. <https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2015.04.867>

Brannen, S. (2012). *Justicia hecha: Exámenes de arrestos que terminan en liberación sin cargos en la ciudad de Baltimore* [Universidad Johns Hopkins].

https://www.jhsph.edu/research/centers-and-institutes/institute-for-health-and-social-policy/_docs/the-abell-award/winning-papers/2007-brannen.pdf

- Brenes, E., Mena, M., & Molina, G. (2008). Factores clave de éxito para la implementación de estrategias en América Latina. *Journal of Business Research*, 61(6), 590–598.
<https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2007.06.033>
- Brown, A., Lyons, M., & Dankoco, I. (2010). Los comerciantes ambulantes y los espacios emergentes para la voz y la ciudadanía urbanas en las ciudades africanas. *SAGE Journals*, 47(3), 666–683. <https://doi.org/10.1177/0042098009351187>
- Brown, S. (2006). Teoría de la ubicación del comercio minorista: evolución y evaluación. *The International Review of Retail*, 3(2), 185–229.
<https://doi.org/10.1080/09593969300000014>
- Buluma, P. I., Keror, I. K., & Bonuke, J. M. (2013). Factores institucionales relacionados que afectan la implementación de planes estratégicos en las autoridades locales en Kenia: un caso del consejo municipal de Eldoret. *International Journal of Business and Management*, 8(10). <https://doi.org/10.5539/IJBM.V8N10P81>
- Carrasco, S. (2005). *Metodologia-de-La-Investigacion-Cientifica* (San Marcos (ed.); Quinta).
https://drive.google.com/file/d/0B_5sJ55jMLo6dzBZWm8wZ1JTOVE/view
- Chen, S.-H., Nasongkhla, J., & Donaldson, A. (2015). De la visión a la acción: un modelo de proceso de planificación estratégica para los recursos educativos abiertos. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 174, 3707–3714.
<https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2015.01.1103>
- Christaller, W. (1980). *Los lugares centrales del sur de Alemania: un estudio económico-geográfico de la regularidad de la distribución y desarrollo de los asentamientos con funciones urbanas* (3rd ed., Vol. 1). Wissenschaftliche Buchges.
<https://ixtheo.de/Record/04063020X>

- Chukayeva, S., & Akzharov, B. (2016). Kazakhstan: Sustainable Development in Transition and Connection to the EU's Assistance. *Romanian Journal of European Affairs*, 16. <https://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/rojaeuf16&id=140&div=&collection=>
- Cohen, M. (2006). *Planificación estratégica del sector público: ¿es realmente planificación o es realmente una estrategia o no es ninguno o ambos?* [University of Maryland]. <https://www.proquest.com/openview/1af77acf838d8e67bbf0b3113edd8247/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Condori, M., Pariona, E., Suasnabar, S., & Reyna, G. (2020). Factores asociados al comercio informal en el mercado Ráez Patiño de Huancayo. *Socialium*, 4(1), 95–113. <https://doi.org/10.26490/UNCP.SL.2020.4.1.512>
- Cross, J. (1998). *Informal Politics: Street Vendors and the State in Mexico City* (3rd ed., Vol. 1). Stanford University Press. https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=iWWPHMG0zGwC&oi=fnd&pg=P9&dq=Cross,+John+C.+1998.+Informal+Politics:+Street+Vendors+and+the+State+in+Mexico+City.+Stanford,+CA:+Stanford+University+Press&ots=wStjw37-oD&sig=g4z_T24EtqgWtUgZG7pcM5SJLhg&redir_esc=y#v=onepage&q=Cross%2C+John+C.+1998.+Informal+Politics%3A+Street+Vendors+and+the+State+in+Mexico+City.+Stanford%2C+CA%3A+Stanford+University+Press&f=false
- De Soto, H. (1990). El otro camino: la respuesta económica al terrorismo. In *Boston College Third World Law Journal* (Vol. 10). <http://lawdigitalcommons.bc.edu/twlj/vol10/iss1/9>
- Dewar, D., & Watson, V. (2018). *Urban Markets: Developing Informal Retailing* (2nd ed., Vol. 1). Routledge.

https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=OkZbDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=Dewar,+D.+and+Watson,+V.+1981.+Unemployment+and+the+Informal+Sector&ots=YLBGtjb2Nx&sig=EAuJ9LMBCmvN7jYw8gSghv7buBQ&redir_esc=y#v=onepage&q=Dewar%2C D. and Watson%2C V. 1981. Unemployment and the Informal Sector&f=false

Doherty, C., & Ness, L. (2010). *Evaluación de la planificación y las estrategias del sector público para lograr la alineación estratégica* [Capella University].

<https://www.proquest.com/openview/7265f373d3905be0d55e7689e45defd3/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>

Drumaux, A., & Goethals, C. (2007). Gestión estratégica: ¿una herramienta para la gestión pública? Una descripción general de la experiencia federal belga. *International Journal of Public Sector Management*, 20(7), 638–654.

<https://doi.org/10.1108/09513550710823533>

Elbanna, S. (2009). Determinantes de la eficacia de la planificación estratégica: extensión del trabajo anterior. *Journal of Strategy and Management*, 2(2), 175–187.

<https://doi.org/10.1108/17554250910965326>

Fairholm, M., & Card, M. (2009). Perspectivas del pensamiento estratégico: de controlar el caos a abrazarlo. *Journal of Management & Organization*, 15(1), 17–30.

<https://doi.org/10.5172/JMO.837.15.1.17>

Fooladvand, M., Yarmohammadian, M., & Shahtalebi, S. (2015). La planificación estratégica de la aplicación y el modelado del cuadro de mando integral en la mejora de la educación superior. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 186, 950–954.

<https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2015.04.115>

Gantick, M., & Lipe, M. (2002). Planificación estratégica exitosa en el gobierno municipal.

Revista Científica ProQuest, 1.

<https://www.proquest.com/openview/def9d7b9237303db3298e82c7abb0b82/1?pq-origsite=gscholar&cbl=39817>

Hacker, M., Kotnour, T., & Mallak, L. (2001). Formalización de los procesos de

implementación en el gobierno de EE. UU. *International Journal of Public Sector*

Management, 14(3), 221–240. <https://doi.org/10.1108/09513550110390837>

Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2011). Gestión estratégica: un análisis de su

representación y enfoque en la investigación reciente en hotelería. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 23*(4), 439–462.

<https://doi.org/10.1108/09596111111129977>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2016).

Metodología de la investigación (Vol. 1).

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regnér, P. (2013). *Exploring*

Strategy Text and Cases (11th ed.). Pearson. <https://sharifstrategy.org/strategy-books>

Joyce, P. (2015). Gestión estratégica en el sector público. *Strategic Management in the*

Public Sector, 1–322. <https://doi.org/10.4324/9781315740355>

Junusbekova, G. (2013). Cuestiones relacionadas con la mejora del sistema de planificación

pública en la República de Kazajstán. *Viešoji Politika Ir Administravimas, 12*(2), 190–196.

Kanbur, R. (2009). Conceptualizando la informalidad: regulación y ejecución . *Econstor,*

12(2). <https://www.econstor.eu/handle/10419/35431>

Kissler, G. R., Fore, K. N., Jacobson, W. S., Kittredge, W. P., & Stewart, S. L. (1998).

Planificación estratégica estatal: sugerencias de la experiencia de Oregon. *Public Administration Review*, 58(4), 353. <https://doi.org/10.2307/977565>

Kriemadis, T., & Theakou, E. (2007). Strategic Planning Models in Public and Non-Profit Sport Organizations. *Sport Management International Journal*, 3(2), 28–40.

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.625.6854&rep=rep1&type=pdf>

Kunonga, E., Whitty, P., & Singleton, S. (2013). La aplicabilidad de Hoshin Kanri para la planificación estratégica y la implementación en el sector público: un estudio de caso del NHS North East. *Revista de Gestión y Marketing En El Sector Sanitario*, 3(1), 87–97.

<https://doi.org/10.1179/175330310X12665793931140>

Kusakabe, K., Sereyvath, P., Suntornratana, U., & Sriputinibondh, N. (2006). *Women in fish border trade: The case of fish trade between Cambodia and Thailand* (2nd ed., Vol. 1).

[https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=K5cHAocqNEsC&oi=fnd&pg=PA91&dq=street+trade+Kusakabe,+2006&ots=3N0AVcEWW&sig=RRZ4lKrIfthq5Im6X7o1XgtgTIQ&redir_esc=y#v=onepage&q=street trade Kusakabe%2C 2006&f=false](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=K5cHAocqNEsC&oi=fnd&pg=PA91&dq=street+trade+Kusakabe,+2006&ots=3N0AVcEWW&sig=RRZ4lKrIfthq5Im6X7o1XgtgTIQ&redir_esc=y#v=onepage&q=street%20trade%20Kusakabe%202006&f=false)

Leskaj, E., Lipi, I., & Kume, A. (2013). Strategies management aspects in public services in Albania. *Decisions Journal of Marketing Research*, 5(4), 21–35.

Martínez, L., Short, J., & Estrada, D. (2017). La economía informal urbana: vendedores ambulantes en Cali, Colombia. *Cities*, 66, 34–43.

<https://doi.org/10.1016/J.CITIES.2017.03.010>

Mazhambe, A., & Mazhambe, A. (2017). Assessment of the Contribution of Street Vending to the Zimbabwe Economy. A Case of Street Vendors in Harare CBD. *Journal of Business and Management*, 19(9), 91–100. <https://doi.org/10.9790/487X-19090191100>

Melgar, J., & Salazar, B. (2019). *Formalización y comercio ambulatorio entre las Av. Carlos Alberto Izaguirre y Av. Alfredo Mendiola, distrito de los Olivos, año 2018*" [Universidad Católica Sedes Sapientiae].

http://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/UCSS/636/Melgar_Salazar_tesis_bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mintz-Habib, N. (2009). To what extent can the informal economy concept adequately explain the dynamism of the non formal sector in developing countries. *Journal of International Business and Economy* , 10(1), 1–19.

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/280881/JIBE_2009_10__1__1-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1635044911&Signature=Nr7j7EnU9XU6g5bRY548gNgFF643j9YmXti4sYwVTs6~hEbgxYBZrjhNSzoeR7SZsWDUrf2kUC7guA5CMUPmaclZPU-xMyVxrv6CpK2fErb0AmUVa1dOFMbPkqcGGq7pr17~UmO1Vzo0SwJSK61FmuGv9AbX~p00vsTc~k7C9ifXxBKwgAov7gu~QyFLXWEjZOSGJsCUV1B79dgrFEkhDmetVZUsoe-FpfiLCKiUwaJh5a4v9tbg3DnuAPO2dK8ehz8X1skFmn6Y1IMHi8X1-cum6thFE4xCPOquHrA4AUdxFiXnwNxKIWss-xQCH597YVNwzXCXF~72WIQw2d6fA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Mintzberg, H. (1976). *La alta dirección : mitos y realidades*. <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=agrinla.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=000735>

Ofori, D., & Atiogbe, E. (2012). Strategic Planning in Public Universities: A Developing

Country Perspective. *Journal of Management and Strategy*, 3(1), 67–84.

<https://doi.org/10.5430/jms.v3n1p67>

Ohaegbu, A., & Agwu, E. (2015). Gestión estratégica de los beneficios y desafíos de la subcontratación de recursos humanos en la gestión organizativa eficaz. *Journal of Business Studies Quarterly*, 7(2), 14–48. <https://papers.ssrn.com/abstract=3122439>

Onodugo, V., Ezeadichie, N., Onwuneme, C., & Anosike, A. (2017). El dilema de gestionar los desafíos de la venta ambulante en espacios públicos: el caso de la ciudad de Enugu, Nigeria. *Cities*, 59, 95–101. <https://doi.org/10.1016/J.CITIES.2016.06.001>

Pizán, M. (2018). *Factores Limitants de la formalización del comercio ambulatorio en el centro histórico de Trujillo, Año 2018* [Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24043/pizán_mm.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Plant, T. (2009). Planificación estratégica integral en el sector público. *Performance Improvement*, 48(2), 38–43. <https://doi.org/10.1002/PFI.20052>

Poister, T. (2010). El futuro de la planificación estratégica en el sector público: vincular la gestión estratégica y el desempeño. *Public Administration Review*, 70(SUPPL. 1), s246–s254. <https://doi.org/10.1111/J.1540-6210.2010.02284.X>

Ramírez, Y. (2019). *Gestión municipal y el comercio informal en la vía pública en el distrito de Carabayllo, 2019* (Vol. 53, Issue 9) [Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/37877>

Reilly, W. (1931). *La ley de la gravitación minorista* (3ed ed., Vol. 1). University of California . [https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=uc1.\\$b50138&view=1up&seq=7](https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=uc1.$b50138&view=1up&seq=7)

- Rivera, N. (2019). *Planificación estratégica institucional y su incidencia en la formalización del comercio ambulatorio en la municipalidad de San Luis- 2018* [Universidad Ricardo Palma]. http://168.121.49.87/bitstream/handle/URP/2337/ADM_T030_10178150_TRiveraReyes%2CNelsonYtalo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Roever, S., & Skinner, C. (2016). Vendedores ambulantes y ciudades. *SAGE Journals*, 28(2), 359–374. <https://doi.org/10.1177/0956247816653898>
- Romero, L. (2021). Impacto del comercio informal no ambulatorio en la evasión de impuestos al estado en el distrito de Huancayo, 2019 [Universidad Continental]. In *Universidad Continental*. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/8555>
- Romero, O. (2016). *La gestión estratégica y su influencia institucional en los planes estratégicos de las universidades públicas del Ecuador. Caso: Universidad Técnica de Machala* [Universidad Nacional de San Marcos]. http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/5742/Romero_ho.pdf?sequence=4
- Salazar, D., & Vargas, E. (2018). *El comercio informal de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia Produce la evasión de impuestos al Estado, Cutervo 2016* [Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5355/SalazarGoicochea%26VargasFustamante.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez, H., & Reyes, C. (2006). *Metodología y diseños en la investigación científica* (E. V. Universitaria. (ed.); 2nd ed.). https://www.researchgate.net/profile/Francisca_Chacon2/publication/303975088_Variab

ilidad_temporal_de_las_precipitaciones_en_la_cuenca_del_rio_Guadalfeo_Provincia_d
e_Granada/links/5761359f08aeeada5bc4d4ef/Variabilidad-temporal-de-las-
precipitaciones-en-la

Subba, R. (2010). *Strategic Management*. (2nd ed., Vol. 1). Himalaya Pub. House.

<https://www.worldcat.org/title/strategic-management/oclc/700691307>

Swanson, K. (2007). El urbanismo revanchista va hacia el sur: la regulación de los mendigos y vendedores ambulantes indígenas en Ecuador. *Antipode*, 39(4), 708–728.

<https://doi.org/10.1111/J.1467-8330.2007.00548.X>

Velasquez, J. (2017). *Gestión estratégica y el comercio ambulatorio en la Municipalidad de Los Olivos - 2016* [Univesidad César Vallejo].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/7331/Velasquez_AJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Von Thünen, J. (2013). *isolierte Staat en Beziehung auf Landwirtschaft und*

Nationalokonomie (7th ed., Vol. 1). <https://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=US201300316017>

Wheelen, T., & Hunger, D. (2012). *Strategic Management and Business Policy* (13th ed.,

Vol. 13). Pearson . [http://www.mim.ac.mw/books/Wheelen's Strategic Management.pdf](http://www.mim.ac.mw/books/Wheelen's%20Strategic%20Management.pdf)

Williams, C., & Round, J. (2011). Emprendimiento y economía informal: un estudio de la cultura empresarial oculta . *World Scientific*, 12(01), 119–136.

<https://doi.org/10.1142/S1084946707000587>

ANEXOS

Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p>Problema general ¿Cuál es la relación que existe entre la formalización del comercio ambulatorio y el planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021?</p> <p>Problema Especifico 1 ¿Cuál es la relación entre la formalización del comercio ambulatorio y la formulación de la planificación estratégica en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021?</p> <p>Problema Especifico 2 ¿Cuál es la relación entre la formalización del comercio ambulatorio y la implementación de la planificación estratégica en</p>	<p>Objetivo general Establecer la relación que existe entre la formalización del comercio ambulatorio y el planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021</p> <p>Objetivo Especifico 1 Establecer la relación que existe entre la formalización de comercio ambulatorio y planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.</p> <p>Objetivo Especifico 2 Establecer la relación entre la formalización del comercio ambulatorio y la</p>	<p>Hipótesis general La Formalización del comercio ambulatorio se relaciona significativamente con el planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021</p> <p>Hipótesis Especifica 1 Existe relación significativa entre la formalización de comercio ambulatorio y la formulación del planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021</p> <p>Hipótesis Especifica 2 Existe relación significativa entre la formalización del</p>	<p>Variabes:</p> <p>V1: Planificación estratégica</p> <p>Dimensiones:</p> <p>D1: Formulación de la planificación estratégica. D2: Implementación de la planificación estratégica D3: Control de planificación estratégica</p> <p>V2: Formalización de comercio ambulatorio</p> <p>Dimensiones:</p> <p>D1: Documentación D2: Organización D3: Financiamiento</p>	<p>Método General: Método científico</p> <p>Método específico: Método inductivo- deductivo y, hipotético deductivo</p> <p>Tipo: básica</p> <p>Nivel: descriptivo -correlacional</p> <p>Diseño: no experimental de corte transversal – Correlacional</p> <div style="text-align: center;"> </div> <p>Donde:</p> <p>M: La muestra</p> <p>X: Formalización de comercio ambulatorio</p> <p>Y: Planeamiento estratégico</p>

la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021?

Problema Especifico 3

¿Cuál es la relación entre la formalización del comercio ambulatorio y el control de la planificación estratégica la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021?

implementación de la planificación estratégica en la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021

Objetivo Especifico 3

Establecer la relación entre la formalización del comercio ambulatorio y el control de la planificación estratégica la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021

comercio ambulatorio y la implementación de la planificación estratégica en la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021.

Hipótesis Especifica 3

Existe relación significativa entre la formalización del comercio ambulatorio y el control de la planificación estratégica la Gerencia de Promoción Económica y Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo – 2021

r: Relación de variables

Técnica: La encuesta

Instrumento:

Cuestionario de la Planificación Estratégica Institucional y el Cuestionario de Formalización del Comercio Ambulatorio por Rivera (2019). (Adaptado)

Población y muestra:

Población: La población de estudio está constituida por todos los ambulantes empadronados por la Municipalidad Provincial de Huancayo, los mismo que son 249 hasta agosto de 2021.

Muestra: A partir de muestreo probabilístico para muestras finitas la muestra será 151 personas.

Matriz de operacionalización de las variables

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Valores	
V1 Formalización Comercio Ambulatorio	Definición Conceptual	Documentación	Proceso de tramitación	Del 1 al 3	1=Muy desconocido 2=Desconocido	
	Proceso de transición de la informalidad a su representatividad legal temporal o permanente; implica la aplicación de políticas municipales, así como la aplicabilidad de las mismas. (Rivera, 2019)		Disposiciones vigentes	Del 4 a 6	3=Ni desconocido ni conocido 4=Conocido	
			Reglamentación vigente	Del 7 a 9	5=Muy conocido	
			Capacitación brindada y/o recibida	Del 10 al 12		
		Definición Operacional	Organización	Ordenamiento público	Del 13 a 15	1=Muy desconocido 2=Desconocido 3=Ni desconocido ni conocido 4=Conocido 5=Muy conocido
						A través de 3 dimensiones (Documentación, organización y financiamiento) se evalúa la efectividad de del proceso de formalización.
Financiamiento	Acuerdos vigentes	Del 16 a 18				
	Aspectos contables	Del 19 al 21	1=Muy desconocido 2=Desconocido 3=Ni desconocido ni conocido 4=Conocido			
	Formalización	Del 22 a 23	5=Muy conocido			
	Organización de los comerciantes informales	24-25				

Variable	Definiciones	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Valores
V2 Planeamiento Estratégico	<p>Definición Conceptual</p> <p>Wheelen y Hunger (2012) citado por Rivera (2019) precisa que es la capacidad institucional de prever y ejecutar acciones para el cumplimiento de objetivos mediante el uso de estrategias.</p> <p>Definición Operacional</p> <p>El Planeamiento Estratégico se evaluó mediante las estrategias aplicadas que se han concomitantes con las normas vigentes.</p>	Formulación	Análisis de la gestión	Del 1 al 3	1=Muy desconocido 2=Desconocido 3=Ni desconocido ni conocido 4=Conocido 5=Muy conocido
			Análisis FODA	Del 4 a 6	
			Valores de la Municipalidad	Del 7 a 9	
			Objetivos propuestos	Del 10 al 12	
		Implementación	Políticas aplicadas	Del 13 a 15	
		Control	Estrategias aplicadas	Del 16 a 18	
			Verificación de acciones	Del 19 al 21	
			Conformidad de las normas	Del 22 a 24	
			Complemento y adicionales	Del 25 a 27	

Matriz de operacionalización del instrumento

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Puntajes según respuesta	Escala (Nivel de medición)	
Formalización de comercio ambulatorio	Documentación	Proceso de tramitación	Del 1 al 3	1=Muy desconocido 2=Desconocido 3=Ni desconocido ni conocido 4=Conocido 5=Muy conocido	Malo [25-58.3] puntos Regular <58.3-91.63] puntos Bueno <91.63-125]	
		Disposiciones vigentes	Del 4 a 6			
		Reglamentación vigente	Del 7 a 9			
		Capacitación brindada y /o recibida	Del 10 al 12			
	Organización	Ordenamiento público	Del 13 a 15			
Financiamiento	Financiamiento	Acuerdos vigentes	Del 16 a 18			
		Aspectos contables	Del 19 al 21			
		Formalización	Del 22 a 23			
		Organización de los comerciantes informales	24-25			
Planificación estratégica	Formulación	Análisis de la gestión	Del 1 al 3	1=Muy desconocido 2=Desconocido 3=Ni desconocido ni conocido 4=Conocido 5=Muy conocido	Malo [27-63] puntos. Regular <63-99] puntos Bueno <99-135] puntos	
		Análisis FODA	Del 4 a 6			
		Valores de la Municipalidad	Del 7 a 9			
	Implementación	Objetivos propuestos	Del 10 al 12			
		Políticas aplicadas	Del 13 a 15			
	Control	Control	Estrategias aplicadas			Del 16 a 18
			Verificación de acciones			Del 19 al 21
Conformidad de las normas			Del 22 a 24			
Complemento y adicionales			Del 25 a 27			

Instrumento de investigación



CUESTIONARIO DE FORMALIZACIÓN DE COMERCIO AMBULATORIO

DATOS GENERALES:

EDAD	GÉNERO		ESTADO CIVIL	
	M	F		
NIVEL DE INSTRUCCIÓN			Soltero	Casado
Sin instrucción	Primaria		Conviviente	Divorciado
Secundaria	Superior		Viudo	

PRESENTACIÓN: Estimado colaborador agradecemos su participación de antemano, esperando a sí mismo nos pueda brindar su apoyo respondiendo con sinceridad y veracidad el siguiente cuestionario que tiene por finalidad recoger la información sobre: la **FORMALIZACIÓN DEL COMERCIO AMBULATORIO**. No existen respuestas correctas o incorrectas, sino una apreciación personal. Utilice el tiempo necesario. La encuesta es individual.

INDICACIÓN: Marcar una (X) en el casillero que considere la respuesta según la siguiente premisa:

Desconozco totalmente	Desconozco	Ni conozco ni desconozco	Conozco	Conozco totalmente
1	2	3	4	5

Ítems	1	2	3	4	5
DOCUMENTACIÓN					
Conoce los plazos para presentar documentación a la Municipalidad Provincial de Huancayo para la formalización de su negocio, como la presentación de una solicitud dirigida al alcalde.					
Conoce su giro y los trámites que debe seguir en la Municipalidad Provincial de Huancayo como la declaración jurada sobre la calidad de su producto y otros.					
Conoce qué es un documento de autorización temporal y cuánto dura.					
Conoce que solo puede usar un módulo con el respectivo depósito de residuos.					
Conoce que la autorización temporal no requiere de RUC.					
Conoce que entre los requisitos a presentar esta una fotografía, copia de DNI, croquis, carnet sanitario y ficha social.					
Conoce que luego de pasar por la evaluación del municipio debe realizar el pago según TUSNE de 32.00 soles mensuales.					
Conoce que la autorización temporal no es renovable automáticamente, por lo que debe solicitar una nueva evaluación ante la Gerencia de Promoción Económica y Turismo.					
ORGANIZACIÓN					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo le debe dar orientaciones profesionales para su formalización a través de una sonorización temporal de uso de espacio público por un tiempo determinado.					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo brinda capacitaciones para su formalización.					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo le puede brindar apoyo formativo para iniciar su emprendimiento					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo debe encargarse de brindar las condiciones para el desarrollo del comercio ambulatorio.					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo le puede brindar información de cómo promocionar su negocio.					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo debe tener en cuenta a las organizaciones de ambulantes en el desarrollo de la ciudad.					

Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo debe dar facilidades para la agrupación de comerciantes ambulantes a fin de tener representatividad.					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo le debe dar oportunidad al diálogo para generar acuerdos y conciliaciones.					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo debe formar una comisión tripartita (comerciantes ambulantes, vecinos y Municipalidad) y elaborar un reglamento interno para poder que usted pueda trabajar tranquilamente.					
FINANCIAMIENTO					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo puede brindar apoyo para educación financiera y contable.					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo promueve en las organizaciones ya constituidas para que brinden apoyo para los comerciantes informales en caso de un desastre o robo.					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo ha brindado apoyo para la formalización a los comerciantes ambulantes					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo promueve facilidades de pago en sus contribuciones.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo ha brindado facilidades para aquellos ambulantes organizados puedan ahorrar y tener así fondos económicos.					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo ha brindado apoyo que los comerciantes informales puedan acceder a créditos.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo ha iniciado proyectos de inversión pública para formalizar a los comerciantes informales/ambulantes.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo ha brindado apoyo con asesoría económica a través de programas para los comerciantes informales /ambulantes.					



CUESTIONARIO DE PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

PRESENTACIÓN: Estimado colaborador agradecemos su participación de antemano, esperando a sí mismo nos pueda brindar su apoyo respondiendo con sinceridad y veracidad el siguiente cuestionario que tiene por finalidad recoger la información sobre: **PLANEAMIENTO ESTRATEGICO**. No existen respuestas correctas o incorrectas, sino una apreciación personal. Utilice el tiempo necesario. La encuesta es individual.

INDICACIÓN: Marcar una (X) en el casillero que considere la respuesta según la siguiente premisa:

Desconozco totalmente	Desconozco	Ni conozco ni desconozco	Conozco	Conozco totalmente
1	2	3	4	5

Ítems	1	2	3	4	5
FORMULACIÓN					
Conoce sí la Municipalidad Provincial de Huancayo hace respetar los giros establecidos en las autorizaciones.					
Conoce sí la Municipalidad Provincial de Huancayo hace respetar los las zonas seguras y de libre tránsito para que los comerciantes informales trabajen con tranquilidad.					
Conoce sí la Municipalidad Provincial de Huancayo considera la opinión de vecinos y los comerciantes informales para la solución de conflictos.					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con los valores institucionales incluyendo en ellos la formalización de comerciantes informales.					
Conoce sí la Municipalidad Provincial de Huancayo logra identificar un FODA específico para el comercio ambulatorio.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo elabora estrategias para hacer respetar los espacios públicos con los comerciantes informales.					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo garantiza el comercio ambulatorio. a través de sus normas.					
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo da asesoría técnica a los comerciantes informales.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo da capacitaciones y asistencia técnica para la formación empresarial.					
IMPLEMENTACIÓN					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo mantiene los espacios públicos limpios instruyéndolo a usted sobre el tema.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo hace respetar las normas de urbanización para los comerciantes informales.					
Conoce sí que la Municipalidad Provincial de Huancayo realiza sensibilización para la formalización del comercio ambulatorio.					
Conoce sí la Municipalidad Provincial de Huancayo hace respetar los permisos brindados junto con los comerciantes informales.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo mantiene políticas de protección social a los comerciantes informales.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con los objetivos propuestos respecto al comercio informal en búsqueda de su bienestar económico.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo resuelve problemas sobre el comercio ambulatorio.					

Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo publicita el empadronamiento de comerciantes informales.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo promueve la afiliación al SIS de los comerciantes ambulatorios.					
CONTROL					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con su labor de fiscalización y retiro de comerciantes informales.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con su labor controlar la limpieza y orden de los comerciantes ambulantes.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con su labor controlar las zonas rígidas junto con comerciantes ambulantes.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con su labor controlar control de productos de los comerciantes ambulantes.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con su labor controlar los módulos de los comerciantes ambulantes.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo controla los permisos y autorizaciones de los comerciantes ambulantes.					
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con su labor de controlar el flujo peatonal y vehicular.					
Conoce si la Municipalidad cumple con su labor de controlar el horario de trabajo de los comerciantes ambulantes.					
Conoce si la Municipalidad cumple con su labor de controlar el aforo en las zonas autorizadas a los comerciantes ambulantes.					

Gracias por su gentil colaboración

Constancia de aplicación



Huancayo, 17 de agosto de 2021.

CARTA N° 535 -2021-MPH/GA-SGGRH

SEÑORITA:
MELANIE CARMEN RENNE GALVAN CHANCO.

Ciudad

ASUNTO: ACEPTACIÓN PARA LA EJECUCION DE PROYECTO DE TESIS.

De mi mayor consideración.

Es muy grato de dirigirme a usted para hacerle llegar mi saludo cordial a nombre de la Sub Gerencia de Gestión de Recursos Humanos de la Municipalidad Provincial de Huancayo; asimismo, comunico la ACEPTACIÓN, para que realice los trabajos para su proyecto de tesis "COMERCIO AMBULATORIO Y PLANEAMIENTO ESTRATEGICO EN LA GERENCIA DE PROMOCION ECONOMICA Y TURISMO" de la Municipalidad Provincial de Huancayo, el mismo que se iniciara el 19 de Agosto de 2021 debiendo culminar el 1 de octubre de 2021, ante la presentación del Expediente N° 96765 de fecha 18/06/2021; a nuestra Entidad.

Sin otro particular, me suscribo de usted, reiterándole las muestras de mi deferencia personal.

Atentamente,

C.c.
Archivo
SGGRH.

156877
11 32 71

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANCAYO
SUB GERENCIA DE GESTION DE RECURSOS HUMANOS
Abg. Neroy Jesús Torres Carlos
SUB GERENTE

Confiabilidad de instrumento

Cuestionario de Formalización de comercio ambulatorio

Tabla 22

Confiabilidad de Cuestionario de formalización de comercio ambulatorio

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	25	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	25	100,0

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

Tabla 23

Estadística de fiabilidad de Cuestionario de formalización de comercio ambulatorio

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,878	25

Tabla 24

Confiabilidad por elemento de Cuestionario de formalización de comercio ambulatorio

	Estadísticas de total de elemento			
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Conoce los plazos para presentar documentación a la Municipalidad Provincial de Huancayo para la formalización de su negocio, como la presentación de una solicitud dirigida al alcalde.	73,32	74,810	,274	,879

Conoce su giro y los trámites que debe seguir en la Municipalidad Provincial de Huancayo como la declaración jurada sobre la calidad de su producto y otros.	72,84	77,557	,151	,880
Conoce qué es un documento de autorización temporal y cuánto dura.	72,72	78,877	,024	,882
Conoce que solo puede usar un módulo con el respectivo depósito de residuos.	72,84	75,640	,420	,875
Conoce que la autorización temporal no requiere de RUC.	73,00	68,750	,640	,867
Conoce que entre los requisitos a presentar esta una fotografía, copia de DNI, croquis, carnet sanitario y ficha social.	72,52	79,343	,000	,880
Conoce que luego de pasar por la evaluación del municipio debe realizar el pago según TUPA de 32.00 soles mensuales.	72,52	79,343	,000	,880
Conoce que la autorización temporal no es renovable automáticamente, por lo que debe solicitar una nueva evaluación ante la Gerencia de Promoción Económica y Turismo.	73,24	75,857	,189	,882
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo le debe dar orientaciones profesionales para su formalización a través de una sonorización temporal de uso de espacio público por un tiempo determinado.	72,84	76,807	,195	,879
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo brinda capacitaciones para su formalización.	73,56	75,423	,265	,879

Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo le puede brindar apoyo formativo para iniciar su emprendimiento	73,64	73,657	,379	,876
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo debe encargarse de brindar las condiciones para el desarrollo del comercio ambulatorio.	73,80	74,083	,462	,873
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo le puede brindar información de cómo promocionar su negocio.	73,76	73,023	,519	,872
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo debe tener en cuenta a las organizaciones de ambulantes en el desarrollo de la ciudad.	73,76	72,940	,526	,871
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo debe dar facilidades para la agrupación de comerciantes ambulantes a fin de tener representatividad.	73,60	69,333	,573	,870
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo le debe dar oportunidad al diálogo para generar acuerdos y conciliaciones.	73,72	69,210	,697	,866

Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo debe formar una comisión tripartita (comerciantes ambulatorios, vecinos y Municipalidad) y elaborar un reglamento interno para poder que usted pueda trabajar tranquilamente.	73,80	69,667	,814	,864
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo puede brindar apoyo para educación financiera y contable.	73,44	70,923	,496	,872
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo promueve en las organizaciones ya constituidas para que brinden apoyo para los comerciantes informales en caso de un desastre o robo.	73,60	70,250	,669	,867
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo ha brindado apoyo para la formalización a los comerciantes ambulantes	73,96	71,207	,582	,869
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo promueve facilidades de pago en sus contribuciones.	73,96	72,623	,512	,872

Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo ha brindado facilidades para aquellos ambulantes organizados puedan ahorrar y tener así fondos económicos.	73,96	71,707	,501	,872
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo ha brindado apoyo que los comerciantes informales puedan acceder a créditos.	74,04	72,790	,496	,872
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo ha iniciado proyectos de inversión pública para formalizar a los comerciantes informales/ambulantes.	74,04	72,373	,589	,870
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo ha brindado apoyo con asesoría económica a través de programas para los comerciantes informales /ambulantes.	74,00	71,167	,636	,868

Cuestionario de Planeamiento Estratégico

Tabla 25

Confiabilidad de Cuestionario de planeamiento estratégico

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	25	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	25	100,0

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

Tabla 26

Estadístico de fiabilidad de Cuestionario de planeamiento estratégico

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,893	27

Tabla 27

Estadístico de fiabilidad por elemento de Cuestionario de planeamiento estratégico

	Estadísticas de total de elemento			
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Conoce sí la Municipalidad Provincial de Huancayo hace respetar los giros establecidos en las autorizaciones	75,48	98,010	,401	,891
Conoce sí la Municipalidad Provincial de Huancayo hace respetar los las zonas seguras y de libre tránsito para que los comerciantes informales trabajen con tranquilidad	75,72	94,127	,575	,886

Conoce sí la Municipalidad Provincial de Huancayo considera la opinión de vecinos y los comerciantes informales para la solución de conflictos.	75,68	94,393	,669	,885
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con los valores institucionales incluyendo en ellos la formalización de comerciantes informales.	75,76	95,107	,576	,887
Conoce sí la Municipalidad Provincial de Huancayo logra identificar un FODA específico para el comercio ambulatorio.	75,96	97,790	,354	,892
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo elabora estrategias para hacer respetar los espacios públicos con los comerciantes informales.	76,04	94,873	,662	,885
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo garantiza el comercio ambulatorio. a través de sus normas	75,88	97,693	,402	,891
Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo da asesoría técnica a los comerciantes informales.	76,00	98,167	,421	,890
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo da capacitaciones y asistencia técnica para la formación empresarial.	75,96	99,040	,405	,890
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo mantiene los espacios públicos limpios instruyéndolo a usted sobre el tema.	75,48	98,760	,349	,892

Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo hace respetar las normas de urbanización para los comerciantes informales.	75,92	98,743	,392	,891
Conoce sí que la Municipalidad Provincial de Huancayo realiza sensibilización para la formalización del comercio ambulatorio.	75,88	101,443	,224	,894
Conoce sí la Municipalidad Provincial de Huancayo hace respetar los permisos brindados junto con los comerciantes informales.	76,12	101,443	,271	,893
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo mantiene políticas de protección social a los comerciantes informales.	76,00	99,750	,389	,891
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con los objetivos propuestos respecto al comercio informal en búsqueda de su bienestar económico	75,92	98,327	,475	,889
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo resuelve problemas sobre el comercio ambulatorio.	76,00	99,917	,327	,892
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo publicita el empadronamiento de comerciantes informales.	75,24	94,357	,524	,888
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo promueve la afiliación al SIS de los comerciantes ambulatorios.	76,24	97,273	,379	,892

Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con su labor de fiscalización y retiro de comerciantes informales.	75,20	100,750	,186	,896
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con su labor controlar la limpieza y orden de los comerciantes ambulantes.	75,68	94,310	,544	,887
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con su labor controlar las zonas rígidas junto con comerciantes ambulantes.	75,48	97,510	,401	,891
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con su labor controlar control de productos de los comerciantes ambulantes.	75,68	93,643	,623	,885
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con su labor controlar los módulos de los comerciantes ambulantes.	75,68	95,560	,584	,887
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo controla los permisos y autorizaciones de los comerciantes ambulantes.	75,52	97,343	,462	,889
Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con su labor de controlar el flujo peatonal y vehicular.	75,44	95,007	,652	,885
Conoce si la Municipalidad cumple con su labor de controlar el horario de trabajo de los comerciantes ambulantes.	75,32	96,643	,604	,887

Conoce si la Municipalidad cumple con su labor de controlar el aforo en las zonas autorizadas a los comerciantes ambulantes.	75,36	96,907	,596	,887
--	-------	--------	------	------

Validez del instrumento

Cuestionario de formalización de comercio ambulatorio

CRITERIO DE JUECES

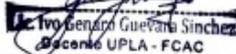
NOMBRE Y APELLIDO DEL EXPERTO : Ivo Genaro Guevara Sinche
TÍTULO PROFESIONAL :
GRADO OBTENIDO (PREGRADO) : Lic. en Administración
CENTRO ACADÉMICO DE FORMACIÓN: Universidad Peruana Los Andes
GRADO OBTENIDO (POSGRADO) : Mg. en Administración
CENTRO ACADÉMICO DE FORMACIÓN: Universidad Nacional Del Centro del Perú
ESPECIALIDAD : Estrategia de Empresas
AÑOS DE EXPERIENCIA : 20 años
INSTITUCIÓN EN LA QUE LABORA : Universidad Peruana Los Andes
CARGO LABORAL/ RESPONSABLE : Maestro de la Carrera de Administración
TRABAJOS PUBLICADOS : Ninguno
OTROS MERITOS : Ninguno

EN RESUMEN, CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE EL INSTRUMENTO "CUESTIONARIO DE FORMALIZACIÓN DEL COMERCIO AMBULATORIO"

ADECUADO 1 MEDIANAMENTE ADECUADO 2 INADECUADO 3

OBSERVACIONES:.....
.....
.....
.....
.....

Huancayo, 02 de Septiembre del 2021

Firma
Ivo Guevara Sinche

DNI N°
096 497 92

Constancia

Juicio de experto

Yo, Ivo Genaro Guevara Sinchez con Documento Nacional de Identidad N° 09649792 certifico que realicé el juicio de experto del instrumento CUESTIONARIO DE FORMALIZACIÓN DEL COMERCIO AMBULATORIO, visto, cuyas responsables son las investigadoras Melanie Carmen Renne Galván Chanco DNI N°70344061 y Rosa Marleni Vilchez Arroyo DNI N°43923261, las mismas que solicitaron el apoyo a fin de realizar la investigación: "Comercio ambulatorio y planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo - 2021".

Huancayo, 02 de Setiembre del 2021


LC Ivo Guevara Guevara Sinchez
Docente UPLA - FCAG

Firma
Ivo Guevara Sinche
DNI N°
0964 9792

JUICIO DE EXPERTOS

Experto: José Genaro Guevara Sandoval Profesión: Mg. en Administración

INSTRUCCIONES:

A continuación, usted tiene columnas enumeradas por cuadros para evaluar cada una de las preguntas del Cuestionario de Formalización del Comercio Ambulatorio, respectivamente en seis columnas con criterios diferentes:

Marque en el espacio en blanco para cada pregunta con un check (✓) si no le encuentra ninguna objeción, o una (X) si tiene que modificarse en ese aspecto la pregunta. La modificación de algunos términos o agregados que deba realizarse podrá ser detallada en la columna de observaciones o al final. Por favor utilice letra legible y sea ordenado, a fin de hacer más fácil la interpretación del mismo.

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO DE FORMALIZACIÓN DEL COMERCIO AMBULATORIO

N° ÍTEMS	JUICIO						OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS
	¿Esta pregunta permitirá alcanzar el objetivo planteado en el estudio?	¿La pregunta está formulada en forma clara y precisa?	¿El orden de esta pregunta es el adecuado?	¿La redacción es entendible o coherente con el propósito del estudio?	¿El contenido corresponde con el propósito del estudio?	¿El vocabulario de esta pregunta es el adecuado?	
Dimensión 1: Documentación							
PREGUNTAS							
01	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Conoce los plazos para presentar documentación a la Municipalidad Provincial de Huancayo para la formalización de su negocio, como la presentación de una solicitud dirigida al alcalde.							
02°	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Conoce su giro y los trámites que debe seguir en la Municipalidad Provincial de Huancayo como							

11°	Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo le puede brindar apoyo formativo para iniciar su emprendimiento	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
12°	Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo debe encargarse de brindar las condiciones para el desarrollo del comercio ambulatorio.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
13°	Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo le puede brindar información de cómo promocionar su negocio.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14°	Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo debe tener en cuenta a las organizaciones de ambulantes en el desarrollo de la ciudad.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
15°	Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo debe dar facilidades para la agrupación de comerciantes ambulantes a fin de tener representatividad.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
16°	Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo le debe dar oportunidad al diálogo para generar acuerdos y conciliaciones.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
17°	Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo debe formar una comisión tripartita (comerciantes ambulatorios, vecinos y Municipalidad) y elaborar un reglamento interno para poder que usted pueda trabajar tranquilamente.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
03	Dimensión 3: Financiamiento									

PREGUNTAS									
N° DE ITEM									
18°	Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo puede brindar apoyo para educación financiera y contable.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
19°	Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo promueve en las organizaciones ya constituidas para que brinden apoyo para los comerciantes informales en caso de un desastre o robo.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
20°	Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo ha brindado apoyo para la formalización a los comerciantes ambulantes	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
21°	Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo promueve facilidades de pago en sus contribuciones.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
22°	Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo ha brindado facilidades para aquellos ambulantes organizados puedan ahorrar y tener así fondos económicos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
23°	Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo ha brindado apoyo que los comerciantes informales puedan acceder a créditos.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
24°	Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

	Económica y Turismo ha iniciado proyectos de inversión pública para formalizar a los comerciantes informales/ambulantes.	/	/	/	/	/
25°	Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo a través de la Gerencia de Promoción Económica y Turismo ha brindado apoyo con asesoría económica a través de programas para los comerciantes informales/ambulantes.	/	/	/	/	/

OTROS APORTES QUE CONSIDERA PUEDE SER VALIOSO PARA LA INVESTIGACIÓN (formulación de preguntas, alguna dimensión no ha sido considerada en el instrumento y que es de relevancia para ser considerado, otros): _____

Huancayo, 02 de Setiembre del 2021


Ivo Guevara Sinche
 Dependiente UPLA - FCAG
 Firmado
 Ivo Guevara Sinche
 DNI N°
 096 497 42

Cuestionario de Planificación Estratégica Institucional

CRITERIO DE JUECES

NOMBRE Y APELLIDO DEL EXPERTO : Ivo Genaro Guevara Sinchez
TÍTULO PROFESIONAL :
GRADO OBTENIDO (PREGRADO) : Lic. en Administración.....
CENTRO ACADÉMICO DE FORMACIÓN: Universidad Peruana Los Andes
GRADO OBTENIDO (POSGRADO) : ..Mg. en Administración.....
CENTRO ACADÉMICO DE FORMACIÓN: Universidad Nacional Del Centro del Perú
ESPECIALIDAD : ..Estrategia de Empresas.....
AÑOS DE EXPERIENCIA :20 años.....
INSTITUCIÓN EN LA QUE LABORA : ..Universidad Peruana Los Andes
CARGO LABORAL/ RESPONSABLE : ..Maestro de la Carrera de Administración .
TRABAJOS PUBLICADOS : ..Ninguna.....
OTROS MERITOS : ..Ninguna.....

EN RESUMEN, CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE EL INSTRUMENTO
“CUESTIONARIO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA INSTITUCIONAL”

ADECUADO 1 MEDIANAMENTE ADECUADO 2 INADECUADO 3

OBSERVACIONES:.....
.....
.....
.....
.....

Huancayo, 02 de Setiembre del 2021


Lic. Ivo Genaro Guevara Sinchez
Docente UPLA - FCAC

Firma
Ivo Guevara Sinche:

DNI N°
096 497 92

Constancia

Juicio de experto

Yo, Ivo Gervasio Guevara Sinche con Documento Nacional de Identidad N° 09649792 certifico que realicé el juicio de experto del instrumento CUESTIONARIO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA INSTITUCIONAL, visto, cuyas responsables son las investigadoras Melanie Carmen Renne Galván Chanco DNI N°70344061 y Rosa Marleni Vilchez Arroyo DNI N°43923261, las mismas que solicitaron el apoyo a fin de realizar la investigación: "Comercio ambulatorio y planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo - 2021".

Huancayo, 02 de Setiembre del 2021



Lc. Ivo Gervasio Guevara Sinche
Docente UPLA - FCAC

Firma
Ivo Guevara Sinche:

DNI N°
09649792

JUICIO DE EXPERTOS

Experto: J. VA. GONZALEZ SANCHEZ Profesión: Mg. SE. Administración

INSTRUCCIONES:

A continuación, usted tiene columnas enumeradas por cuadros para evaluar cada una de las preguntas del Instrumento CUESTIONARIO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA INSTITUCIONAL, respectivamente en seis columnas con criterios diferentes:

Marque en el espacio en blanco para cada pregunta con un check (✓) si no le encuentra ninguna objeción, o una (X) si tiene que modificarse en ese aspecto la pregunta.

La modificación de algunos términos o agregados que deba realizarse podrá ser detallada en la columna de observaciones o al final. Por favor utilice letra legible y sea ordenado, a fin de hacer más fácil la interpretación del mismo.

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA INSTITUCIONAL

N°	ITEMS	JUICIO						OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS
		¿Esta pregunta permitirá alcanzar el objetivo planteado en el estudio?	¿La pregunta está formulada en forma clara y precisa?	¿La redacción es coherente o cohesiva con el propósito del estudio?	¿El contenido corresponde con el propósito del estudio?	¿El vocabulario de esta pregunta es el adecuado?		
1	Dimensión 1: Formulación							
	N° DE ITEM	PREGUNTAS						
	01°	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
	02°	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

03°	Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo considera la opinión de vecinos y los comerciantes informales para la solución de conflictos.	/	/	/	/	/	/	/	/
04°	Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con los valores institucionales incluyendo en ellos la formalización de comerciantes informales.	/	/	/	/	/	/	/	/
05°	Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo logra identificar un FODA específico para el comercio ambulatorio.	/	/	/	/	/	/	/	/
06°	Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo elabora estrategias para hacer respetar los espacios públicos con los comerciantes informales.	/	/	/	/	/	/	/	/
07°	Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo garantiza el comercio ambulatorio, a través de sus normas.	/	/	/	/	/	/	/	/
08°	Conoce que la Municipalidad Provincial de Huancayo da asesoría técnica a los comerciantes informales.	/	/	/	/	/	/	/	/
09°	Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo da capacitaciones y asistencia técnica para la formación empresarial.	/	/	/	/	/	/	/	/
2	Dimensión 2: Implementación								
N° DE ITEM	PREGUNTA								
10°	Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo mantiene los espacios públicos limpios insruyéndolo a usted sobre el tema.	/	/	/	/	/	/	/	/
11°	Conoce si la Municipalidad Provincial de Huancayo hace respetar las normas de urbanización para los comerciantes informales.	/	/	/	/	/	/	/	/
12°	Conoce si que la Municipalidad Provincial de Huancayo realiza sensibilización para la formalización del comercio ambulatorio.	/	/	/	/	/	/	/	/

26°	Coroico si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con su labor de controlar el horario de trabajo de los comerciantes ambulantes.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
27°	Coroico si la Municipalidad Provincial de Huancayo cumple con su labor de controlar el aforo en las zonas autorizadas a los comerciantes ambulantes.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

OTROS AFORTES QUE CONSIDERA PUEDE SER VALIOSO PARA LA INVESTIGACIÓN (formulación de preguntas, alguna dimensión no ha sido considerada en el instrumento y que es de relevancia para ser considerado, otros):

Huancayo, 02 de Setiembre del 2021


 Ivo Guevara Sinche
 DNI N°
 09649792

CRITERIO DE JUECES

NOMBRE Y APELLIDO DEL EXPERTO : Miguel Anibal Cerrón Aliaga
TÍTULO PROFESIONAL : Licenciado en Administración
GRADO OBTENIDO (PREGRADO) : Bachiller en Administración de Emp.
CENTRO ACADÉMICO DE FORMACIÓN: U.N.C.P
GRADO OBTENIDO (POSGRADO) : Magister
CENTRO ACADÉMICO DE FORMACIÓN: UCV
ESPECIALIDAD : Gestión Pública
AÑOS DE EXPERIENCIA : 15 años
INSTITUCIÓN EN LA QUE LABORA : Universidad Peruana Los Andes
CARGO LABORAL/ RESPONSABLE : Docente
TRABAJOS PUBLICADOS : 02
OTROS MERITOS :

**EN RESUMEN, CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE EL INSTRUMENTO
"CUESTIONARIO DE FORMALIZACIÓN DEL COMERCIO AMBULATORIO"**

ADecuado 1 MEDIANAMENTE ADECUADO 2 INADECUADO 3

RESERVACIONES:.....
.....
.....
.....
.....
.....

Huancayo, 04 de Septiembre del 2021


Mig. Miguel Anibal Cerrón Aliaga
Reg. CLAD N° 82688

Miguel Anibal Cerrón Aliaga
DNI N° 19807450

Constancia

Juicio de experto

Yo, Miguel Anibal Cerrón Aliaga..... con Documento Nacional de Identidad N°certifico que realicé el juicio de experto del instrumento CUESTIONARIO DE FORMALIZACIÓN DEL COMERCIO AMBULATORIO, visto, cuyas responsables son las investigadoras Melanie Carmen Renne Galván Chanco DNI N°70344061 y Rosa Marleni Vilchez Arroyo DNI N°43923261, las mismas que solicitaron el apoyo a fin de realizar la investigación: "Comercio ambulatório y planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo - 2021".

Huancayo, 04 de ~~Septiembre~~ Septiembre del 2021



Mig. Miguel Anibal Cerrón Aliaga
Reg. CLAD N° 82688

Miguel Anibal Cerrón Aliaga
DNI N° 19807450

CRITERIO DE JUECES

NOMBRE Y APELLIDO DEL EXPERTO : Miguel Anibal Cerrón Aliaga
TÍTULO PROFESIONAL : Licenciado en Administración
GRADO OBTENIDO (PREGRADO) : Bachiller en Administración de Emp.
CENTRO ACADÉMICO DE FORMACIÓN: UNCP
GRADO OBTENIDO (POSGRADO) : Magister
CENTRO ACADÉMICO DE FORMACIÓN: UCV
ESPECIALIDAD : Gestión Pública
AÑOS DE EXPERIENCIA : 15 años
INSTITUCIÓN EN LA QUE LABORA : Universidad Peruana Los Andes
CARGO LABORAL/ RESPONSABLE : Docente
TRABAJOS PUBLICADOS : 02
OTROS MERITOS :

**EN RESUMEN, CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE EL INSTRUMENTO
"CUESTIONARIO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA INSTITUCIONAL"**

ADECUADO 1 **MEDIANAMENTE ADECUADO 2** **INADECUADO 3**

OBSERVACIONES:

.....

.....

.....

.....

.....

Huancayo, 04 de Setiembre del 2021



Mig. Miguel Anibal Cerrón Aliaga
Res. GLAD N° 82028

Miguel Anibal Cerrón Aliaga
DNI N° 19807450

Constancia

Juicio de experto

Yo, **Miguel Anibal Cerrón Aliaga** con Documento Nacional de Identidad N° 19807450, certifico que realicé el juicio de experto del instrumento CUESTIONARIO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA INSTITUCIONAL, visto, cuyas responsables son las investigadoras **Melanie Carmen Renne Galván Chanco** DNI N°70344061 y **Rosa Marleni Vilchez Arroyo** DNI N°43923261, las mismas que solicitaron el apoyo a fin de realizar la investigación: "Comercio ambulatorio y planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo - 2021".

Huancayo, 01 de 01 del 2021



Mig. Miguel Anibal Cerrón Aliaga
Reg. CLAD N° 82638

Miguel Anibal Cerrón Aliaga
DNI N° 19807450

CRITERIO DE JUECES

NOMBRE Y APELLIDO DEL EXPERTO : Gerardo Montenegro Velasco
TÍTULO PROFESIONAL : Administración y Finanzas
GRADO OBTENIDO (PREGRADO) : Lic. Administración
CENTRO ACADÉMICO DE FORMACIÓN: UNED
GRADO OBTENIDO (POSGRADO) : Mg. Administración
CENTRO ACADÉMICO DE FORMACIÓN: UPLA
ESPECIALIDAD : Administración Pública
AÑOS DE EXPERIENCIA : 08
INSTITUCIÓN EN LA QUE LABORA : Universidad Ricardo Palma
CARGO LABORAL/ RESPONSABLE :
TRABAJOS PUBLICADOS :
OTROS MERITOS :

EN RESUMEN, CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE EL INSTRUMENTO
"CUESTIONARIO DE FORMALIZACIÓN DEL COMERCIO AMBULATORIO"

ADECUADO 1 MEDIANAMENTE ADECUADO 2 INADECUADO 3

OBSERVACIONES:.....
.....
.....
.....
.....

Huancayo, 06 de Septiembre del 2021



AL SEÑOR JUECE ELECTO
DE HUANCAYO

Firma
Nombre y Apellidos:
DNI N°
20019805

Constancia

Juicio de experto

Yo, Gracido Verastegui Velazquez, con Documento Nacional de Identidad N° 20019805 certifico que realicé el juicio de experto del instrumento CUESTIONARIO DE FORMALIZACIÓN DEL COMERCIO AMBULATORIO, visto, cuyas responsables son las investigadoras Melanie Carmen Renne Galván Chanco DNI N°70344061 y Rosa Marleni Vilchez Arroyo DNI N°43923261, las mismas que solicitaron el apoyo a fin de realizar la investigación: "Comercio ambulatorio y planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo - 2021".

Huancayo, 06 de Septiembre del 2021



AL DIRECTOR GENERAL DE LA
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANCAYO

Firma
Nombre y Apellidos:
DNI N°
20019805

CRITERIO DE JUECES

NOMBRE Y APELLIDO DEL EXPERTO : Gracelo Varastegui Velazquez
TÍTULO PROFESIONAL :Administración y Empresas
GRADO OBTENIDO (PREGRADO) :Lic. Administración
CENTRO ACADÉMICO DE FORMACIÓN : UNCP
GRADO OBTENIDO (POSGRADO) :Mg. Administración
CENTRO ACADÉMICO DE FORMACIÓN : UPLA
ESPECIALIDAD :Administración Pública
AÑOS DE EXPERIENCIA :08
INSTITUCIÓN EN LA QUE LABORA : Universidad Peruana Los Andes
CARGO LABORAL/ RESPONSABLE :
TRABAJOS PUBLICADOS :
OTROS MERITOS :

EN RESUMEN, CUAL ES SU OPINIÓN SOBRE EL INSTRUMENTO
"CUESTIONARIO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA INSTITUCIONAL"

ADECUADO 1 MEDIANAMENTE ADECUADO 2 INADECUADO 3

OBSERVACIONES:.....
.....
.....
.....
.....
.....

Huancayo, día de Setiembre del 2021



Firma
Nombre y Apellidos:
DNI N°
20019805

Constancia

Juicio de experto

Yo, Graciela Verónica Velocques con Documento Nacional de Identidad N° 20019805 certifico que realicé el juicio de experto del instrumento CUESTIONARIO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA INSTITUCIONAL, visto, cuyas responsables son las investigadoras Melanie Carmen Renne Galván Chanco DNI N°70344061 y Rosa Marleni Vilchez Arroyo DNI N°43923261, las mismas que solicitaron el apoyo a fin de realizar la investigación: "Comercio ambulatorio y planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo - 2021".

Huancayo, 06 de Setiembre del 2021



Firma

Nombre y Apellidos:

DNI N°

20019805

Consentimiento informado

104

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Formulario de Consentimiento

He sido invitado a participar en la investigación "Comercio ambulatorio y planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo - 2021" conozco el propósito, nivel y procedimiento de la investigación. Se me ha proporcionado el nombre del investigador que puede ser fácilmente contactado usando el nombre y la dirección que se me ha dado de esa persona.

He leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado. Consiento voluntariamente participar en esta investigación como encuestado y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte mi ejercicio profesional.

Sí, acepto voluntariamente participar en este estudio.

Nombre del Participante Pezuá Ramos Margaritci

Firma del Participante [Firma]

Fecha 26/09/2021

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Formulario de Consentimiento

He sido invitado a participar en la investigación "Comercio ambulatorio y planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo - 2021" conozco el propósito, nivel y procedimiento de la investigación. Se me ha proporcionado el nombre del investigador que puede ser fácilmente contactado usando el nombre y la dirección que se me ha dado de esa persona.

He leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado. Consiento voluntariamente participar en esta investigación como encuestado y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte mi ejercicio profesional.

Sí, acepto voluntariamente participar en este estudio.

Nombre del Participante Huanhuarima Marcela Judith

Firma del Participante [Firma]

Fecha 15/09/2021

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Formulario de Consentimiento

He sido invitado a participar en la investigación "Comercio ambulatorio y planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo - 2021" conozco el propósito, nivel y procedimiento de la investigación. Se me ha proporcionado el nombre del investigador que puede ser fácilmente contactado usando el nombre y la dirección que se me ha dado de esa persona.

He leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado. Consiento voluntariamente participar en esta investigación como encuestado y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte mi ejercicio profesional.

Sí, acepto voluntariamente participar en este estudio.

Nombre del Participante Pascual Suenz Elizabeth

Firma del Participante [Firma manuscrita]

Fecha 26/09/2021

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Formulario de Consentimiento

He sido invitado a participar en la investigación "Comercio ambulatorio y planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo - 2021" conozco el propósito, nivel y procedimiento de la investigación. Se me ha proporcionado el nombre del investigador que puede ser fácilmente contactado usando el nombre y la dirección que se me ha dado de esa persona.

He leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado. Consiento voluntariamente participar en esta investigación como encuestado y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte mi ejercicio profesional.

Sí, acepto voluntariamente participar en este estudio.

Nombre del Participante Pavcar Saenz Vilma

Firma del Participante [Firma manuscrita]

Fecha 26/09/2021

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Formulario de Consentimiento

He sido invitado a participar en la investigación "Comercio ambulatorio y planeamiento estratégico en la gerencia de promoción económica y turismo de la Municipalidad Provincial de Huancayo - 2021" conozco el propósito, nivel y procedimiento de la investigación. Se me ha proporcionado el nombre del investigador que puede ser fácilmente contactado usando el nombre y la dirección que se me ha dado de esa persona.

He leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado. Consiento voluntariamente participar en esta investigación como encuestado y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte mi ejercicio profesional.

Sí, acepto voluntariamente participar en este estudio.

Nombre del Participante Gloria Campos Huoman

Firma del Participante _____

Fecha 30/04/2021

Fotos de aplicación del instrumento







Padrón de comerciantes ambulantes de la ciudad de Huancayo

RELACIÓN DE LAS ASOCIADA(OS) QUE SALEN A TRABAJAR
Asociación de vendedores de Maca,Manzana y Hiervas Medicinales "AMANECEER WANKA"

N°	Nombre y Apellido	DNI	Lugar donde vende	celular	Turno
1	Acosta Bellazana Rayda	19879847	Breña y Real	937420951	mañana
2	Amancay Santos Santa Rosa	20099413	Ica y Mantaro	953455662	mañana
3	Ascurra Castellano Rodolfina Rufina	20027513	Ica y Olaya	943741092	mañana
4	Cardenas Méndez Lina	44384442	Guido y Giraldez	962814211	mañana
5	Cayo Vila Maribel Natalia	20023762	Cajamarca Y Ferrocarril	992809308	mañana
6	Ccaico Felices Nelida	43977884	Huanuco y Mantaro	937771990	mañana
7	Ccanto Rojas Sonia Paulina	23233634	Ica y Amazonas	939248392	mañana
8	Curasma Gómez Juana	23245855	Real y Angaraes	961694728	mañana
9	Cuica Romani Geovana		Calixto y marañon		
10	Davila Yalli Jenny Jaquelin	75392749	Cajamarca y Atahualpa	957081921	mañana
11	De La Cruz Ccanto Julia	19878276	Loreto y Real	954615314	mañana
12	Espinoza Sulcaray Noemi	43996800	Huanuco y Mantaro	967412325	mañana
13	García López Erlinda	20072892	Guido y Santa Rosa	968125250	mañana
14	García Paucar Sabina Paulina	20020401	Av. callmen del Solar y Jr. El sol	928806236	mañana
15	Gutiérrez Sánchez Mary Miriam	20106789	Cajamarca y Atahualpa	999113540	mañana
16	Hilario Comun Pelayo	19887875	psj. Cesar Vallejo y Av. Jacinto Ibarra	954437686	mañana
17	Huamani Quispe Ermelinda	43250343	Tarapaca y Moquegua	979412845	mañana
18	Huarac Cosocco Victoria	40048844	Ica y Moquegua	972579869	mañana
19	Huacaya Castro Lucila Jenny	20046159	Ancash y Huanuco	940925304	mañana
20	Huacaya Camasca Silveira	45242098	Omar yali y Calixto	991133104	mañana
21	Huayhuarima Manueto Judith	44521799	Libertad Huanuco	920439276	mañana
22	Infanzon Canhualla Abelio	20096238	Ica y Guido	964854813	mañana

23	Lima Nahuincopa Luis	23445565	Cajamarca y Ferrocarril	969416763	mañana
14	López Huaman Andrea	20091105	Piura y Real		mañana
15	López Quinto De Aponte Felicita	23255441	Cajamarca y Real	929496227	mañana
16	López Quispe María	20023978	Real y Lima	933363495	mañana
17	Méndez Soto Ana Valentina	20006055	Pachitea y Giraldez		mañana
18	Molina Candia Herminia	19819263	Ica y Pachitea	964964153	mañana
19	Nahui De Quispe Sabina	23217776	Ica y Huancavelica	975728738	mañana
20	Paucar Saenz Elizabeth		Huanuco y mantaro		mañana
21	Paucar Saenz Vilma		Piura y ferrocarril		mañana
22	Pezua Ramos Margarita	19819381	Cuzco y Real	959758154	mañana
23	Porras Centeno Bernalda		Huancavelica y JUNIN		mañana
24	Quispe Casqui Celina	23277162	Amazonas y Pichis	975086055	mañana
25	Quispe Bendezu Reina	23277093	Ferrocarril y Atahualpa	953318927	mañana
26	Quispe Cardenas Prudencia	20088584	Tarapaca y Jacinto Ibarra	9803088391	mañana
27	Quispe Cardenas Primitiva		Huancavelica y loreto		mañana
28	Quispe Casqui De Lanasca Silvia	40309507	Ayacucho y Ancash		mañana
29	Quispe Casqui Zonia	23277163	Giraldez y San Francisco	997956335	mañana
30	Quispe Davila Elva	44391216	Huancas y Uruguay	976748410	mañana
				943552994	mañana

31	Ramos de Gutiérrez Lilian Victoria	19829933	Cuzco y Ferrocarril esquina tienda Gesa	964189426	mañana
32	Rebollar Chavez Rosa Inocencia	80463921	Ica y Guido		mañana
33	Reymundo Turco Olimpia Victoriana	23270048	Cajamarca y Mantaro	997425303	mañana
34	Rojas Vilca Ricarda	19882225	Lo resto y Ancash	985557363	mañana
35	Sáenz De Tapara Vicenta	19855782	Av. Breña y Real	937360726	mañana
36	Sanabria Laveriano Sandra Patricia	73698911	Ferrocarril y psj. Mercaderes	912390254	mañana
37	Tito Gutiérrez Ana Paula	48444141	Huancas y Pichis	936672187	mañana
38	Toribio De Cardenas Sabiana	19815143	Puno y Huancavelica	954601496	mañana
39	Romero de la cruz Nancy	79584521	Giraldez y omar yalli		mañana
40	Torres Solano Regina	42090496	Abancay y Huancas	965315394	mañana
41	Vilca Chavez Honorata Rosa	40922857	José Olaya y Piura Antigua	988356366	mañana
42	Yalli Huaman Victoria	23257089	puerta de la empresa de Ticllas	925150312	mañana
43	Yauri Ramirez De Ccanto Catalina	20100011	Huancas y Giraldez	963381540	mañana

PADRÓN GENERAL
ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES RODANTES "ANDRÉS AVELINO CÁCERES" ZONA URBANA HUANCAYO
FUNDADO: 03 DE DICIEMBRE DEL 2015
REG. SUNARP: 11220713

Nº PADRÓN	Nº ORDEN	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	EDAD	RUBROS	PUNTO DE VENTAS
001	001	ACOSTA LLACUA, CIRILA	19872858	42	JUGO DE FRUTAS	PROL. SAN CARLOS Y FERROCARRIL - OESTE
005	002	ALVAREZ BENITO, JESÚS ADRIAN	80022403	42	COCO Y FRUTAS	CALIXO Y ANCASH - NOR ESTE
007	003	AVILA JEREMÍAS, CÉSAR	20120478	40	FRUTA SECA	JR. PIURA MANTARO - NOR ESTE
010	004	BUENDÍA SALAZAR, AYDA SILVIA	44981382	39	JUGO DE FRUTAS	JR. PIURA MANTARO - NORTE
011	005	CABALLÓN GUTIÉRREZ, CRISTINA AYDEE	20043981	49	JUGO DE CAÑA	TARAPACA Y ATAHUALPA - SUR
013	006	CANO AYLLÓN, EDVER FLAVIAN	20080665	51	COCO, JUGO DE CAÑA	HUANUCO FF.CC - OESTE
018	007	CIPRIANO PÉREZ, LIDIA	47877856	52	JUGO DE FRUTAS	JR. PIURA AMAZONAS - OESTE
020	008	CONTRERAS LAZARO, TEODORO	07096627	60	FRUTA DE TEMPORADA	FF.CC. PACHITEA - NOR ESTE (Muerto)
024	009	DE LA CRUZ AGUIRRE, EDITH	41892421	35	JUGO DE FRUTA	PUNO HUANCAMELICA - NOR ESTE
027	010	DE LA CRUZ SIUCE, BERTHA	20038786	46	JUGO DE FRUTA	BREÑA - HUANCAMELICA - NOR ESTE
031	011	ENRIQUEZ FLORES, REBECA GABY	40690091	38	JUGO DE FRUTA	LIMA AMAZONAS - NORTE
034	012	GONZALO ORTIZ, YESSICA DINA	44246518	31	JUGO DE FRUTA	AMAZONAS - HUAMANMAR - SUR ESTE
037	013	HUAMAN NOA, FLOR JULIA	20077147	51	JUGO DE FRUTA-COCO	AV. D. A. CARRIÓN - TACNA - SUR ESTE
039	014	HUARCAYA RAMOS, ROSA AMALLA	15943554	61	JUGO DE CAÑA	PJE. ANDALUZ PACHITEA - ESTE
049	015	MINA CURAHUA, LUZMILA	15421592	52	JUGO DE FRUTA-CAÑA	JR. ICA - PARQUE INMACULADA (GRADAS) SUR
052	016	ORDÓÑEZ PÉREZ, BLANCA	42792365	39	JUGO DE FRUTA	MANTARO - PQ. INMACULADA - SUR ESTE

055	017	ORTIZ TUNCAR, MARISOL	20121951	41	JUGO DE FRUTA	JR. ICA - OMAR YALI - NOR ESTE
058	018	PEREZ ARAUJO, NATIVIDAD	23235886	61	JUGO DE CAÑA	HUANUCO - FF.CC. - NOR ESTE
060	019	QUISPE CERRÓN, ELENA	19895636	45	JUGO DE FRUTA	ICA-TACNA - NOR ESTE
071	020	TAIPE QUISPE, URBANA	23277400	40	JUGO DE FRUTA	JR. PIURA - HUANCVELICA - SUR
078	021	VIDAL SOTO, EUFROSIMA	19842110	61	JUGO DE FRUTA	CALIXTO - PACHITEA - SUR ESTE
088	022	ORIHUELA LLACUA, ELSA	20111546	40	JUGO DE CAÑA - FRUTA	FF.CC. SAN CARLOS - ESTE
119	023	ÑAUPARI ZACARIAS, HILDA	44325705	47	JUGO DE FRUTA	PIURA - MANTARO - SUR ESTE
141	024	GUTIERREZ PALMA, LUCILA	23711150	61	FRUTA PICADA	FF.CC. CENTENARIO - SUR ESTE
156	025	BENDEZU QUISPE, CACILDA	45507007	40	JUGO DE CAÑA	AV. OLAYA - PIURA - NOR ESTE Retirado
157	026	QUISPE SANCHEZ, DOLORES MAXIMILIANO	20031562	49	JUGO DE CAÑA	PJE. SAN FRANCISCO - ICA - SUR ESTE
158	027	JAVIER PAUCAR, HERLINDA CARMEN	44440054	39	JUGO DE CAÑA	AV. OLAYA - CAJAMARCA - SUR ESTE
159	028	JAVIER PAUCAR, MARI CARMEN	42104082	37	JUGO DE CAÑA	HUÁNUCO Y ANCASH - ESTE
138	029	YAÑAC ROJAS, SUSANA	80011287	59	JUGO DE FRUTAS	PUNO Y LIBERTAD - NORTE
021	030	CORONADO HUAMAN, NARCISA	28563323	54	JUGO DE CAÑA	AMAZONAS PICHIS - PQUE. 15 DE JUNIO
044	031	LUNASCO RICRA, VICTORIA	28593689	54	JUGO DE CAÑA	MOQUEGUA - TACNA
160	032	AVILA DE ALEX DORA ISABEL	04070888	52	JUGO DE CAÑA	FERROCARRIL Y TARAPACA - OESTE



PADRÓN DE COMERCIANTES AMBULANTES 2DA CUADRA
CAJAMARCA

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	RUBRO
1	Linder Viera Cervantes	42695799	Ropa
2	Martha Lanasca Llantoy	44820503	Ropa
3	Nelida Galarza Iparraguirre	20081890	Ropa
4	Nancy Quispe Yaranga	43586554	Ropa
5	Delia Rojas Claros	07795018	Ropa
6	Enrique Castro Chamorro	20024928	Tomatodo
7	Cesar Merino Celestino	42098323	Ropa
8	Tania Mendoza Yaranga	48373398	Huevo Sancochado
9	Julian Felipe Clemente	10593036	Ropa
10	Nancy Soledad Grados Rafael	80478216	Ropa
11	Elizabet De La Cruz Inga	45351196	Ropa
12	Jean Carlos Yparraguirre Millan	76694325	Dulces
13	Victoria Felicia Paucarcaja Mayta	23987900	Ropa
14	Gloria Isabel Campos Huaman	42315424	Zapato
15	Zoilo Guillermo Huaripaíta Roman	10333348	Ropa
16	Luis Gomez Sedano	41575084	Ropa

**PADRÓN DE COMERCIANTES DE LA 2DA CUADRA CAJAMARCA
(RODANTES)**

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	RUBRO
1	Hugo acuña Martínez	20119326	Campaña
2	Catty Terbullino Caballón	20082732	Campaña
3	Luis Alfredo Vilches Ayala	46437079	Campaña
4	Zoila Ayala Tenorio	19824469	Campaña
5	Roxana chumbe Ayala	45405283	Campaña
6	Irene Ibarra Cristobal	20076899	Campaña
7	David poma Paitan	43510271	Campaña
8	Edith Terbullino Caballón	42092670	Campaña

**PADRÓN DE COMERCIANTES AMBULANTES 2DA CUADRA
CAJAMARCA**

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	RUBRO
1	Linder Viera Cervantes	42695799	Ropa
2	Martha Lanasca Llantoy	44820503	Ropa
3	Nelida Galarza Iparraguirre	20081890	Ropa
4	Nancy Quispe Yaranga	43586554	Ropa
5	Delia Rojas Claros	07795018	Ropa
6	Enrique Castro Chamorro	20024928	Tomatodo
7	Cesar Merino Celestino	42098323	Ropa
8	Tania Mendoza Yaranga	48373398	Huevo Sancochado
9	Julian Felipe Clemente	10593036	Ropa
10	Nancy Soledad Grados Rafael	80478216	Ropa
11	Elizabet De La Cruz Inga	45351196	Ropa
12	Jean Carlos Yparraguirre Millan	76694325	Dulces
13	Victoria Felicia Paucarcaja Mayta	23987900	Ropa
14	Gloria Isabel Campos Huaman	42315424	Zapato
15	Zoilo Guillermo Huaripaita Roman	10333348	Ropa
16	Luis Gomez Sedano	41575084	Ropa

Peralta Alicia
PRIALE de FFCC

Municipalidad Provincial de Huancayo
Gabinete de Promoción Económica y Turismo
TRÁMITE DOCUMENTARIO
RECEPCIÓN

ASOCIACION DE COMERCIANTES "PRIALE" - FF.CC.SECTOR
CAJAMARCA 1RA CUADRA "LADO A" TURNO NOCHE

06 NOV 2019

Hora: Fotos: 01
Firma:

No Pertenece a la Asociación

N°O	APELLIDOS Y NOMBRES	RUBRO	DNI	FIRMA
1	HERRERA VILLALVA YENNE AURORA	ROPA	20047310	[Firma]
2	APARCO QUISPE CHARLES	ROPA	42809452	[Firma]
3	COQUIL LAURA GENOVEVA	ZAPATOS	7216358	[Firma]
4	QUISPE FERNANDEZ VILMA	ROPA	75951081	[Firma]
5	ABREGU QUISPE BETTY ANTONIA	ROPA	40533147	[Firma]
6	ARROYO GOMEZ LOURDES SORAIDA	ZAPATOS	45237554	[Firma]
7	QUISPE CAMAYO ANATOLIA	ROPA	19820642	[Firma]
8	VENTURA CANTORIN NILA MARILU	ROPA	19938336	[Firma]
9	LIZARRAGA LOROÑA OLINDA	ROPA	20437795	[Firma]
10	DIAZ TORRECILIA SARA YOVANNA	MERCERIA	40714884	[Firma]
11	RAFAEL VIVANCO YENI MARLENI	ROPA	20676965	[Firma]
12	PERALTA HUAROC YESENIA SONIA	ROPA	40137297	[Firma]
13	IBARRA CHAUCAS CESAR RAUL	ROPA	48191543	[Firma]
14	GUTIERREZ FLORES FANNY GUISELA	ARTESANIA	40599680	[Firma]
15	SANCA CENTENO RAMON FERNANDO	ARTESANIA	19958151	[Firma]
16	BALBIN UNOCC ANA	ROPA	20068774	[Firma]
17	QUISPE GABRIEL JUSTINA REGINA	BUZOS	19962870	[Firma]
18	ESPEJO QUISPE ELITA	ROPA	20019318	[Firma]
19	MELO LOZANO YOVANA FLORINDA	ZAPATOS	48318149	[Firma]
20	OROSCO CORILLOCLA LOURDES	ZAPATOS	20038340	[Firma]
21	LAURA COQUIL JULITA	ZAPATOS	40619243	[Firma]
22	LAURA CALIXTO SHEYLA ESPERANZA	ZAPATOS	76125717	[Firma]
23	CCASA TITAYA CELESTINA	SANDALIA	2426741	[Firma]
24	CHOQUE HUANCA CCASA KATERIN	SANDALIA	77285340	[Firma]
25	CONDORI LULO YENNY	ZAPATOS	20077931	[Firma]
26	POMA MAURA ELENA SILVIA	PELUCHES	48932214	[Firma]
27	GAVILOAN DE LA CRUZ MARIA ELENA	PELUCHES	10797612	[Firma]
28	CARDENAS ALVARADO ALICIA	CARTERAS	40057869	[Firma]
29	GONZALES VDA.DE HUARANCCALLO	ROPA	19837306	[Firma]
30	TINEO CABALLON ANTONIETA	ZAPATOS	23212362	[Firma]
31	BERNALDILLO ZAMUDIO RUTH	ZAPATOS	44308226	[Firma]
32	BRAVO ALIAGA VILMA	ZAPATOS	45748850	[Firma]
33	HUAMAN ZAPALLANAY ERNESTINA	COMIDA	20058211	[Firma]
34	QUISPE VDA.DE QUISPE EPIFANIA	COMIDA	21268843	[Firma]
35	GASPAR QUISPE MELIA REBECA	COMIDA	20096389	[Firma]
36	CARDENAS MIQUEL VETZAIDA	COMIDA	80614236	[Firma]
37	TICCLACURI PARIONA GREGORIA	COMIDA	23255367	[Firma]

Delegado a Yosila Rivera

Ministerio de Promoción Económica y Turismo
 TRAMITE DOCUMENTARIO
 06 NOV 2019

PADRON DE COMERCIANTES DEL JIRON CAJAMARCA PRIMERA CUADRA - LADO B /

N	NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	RUBRO	Firma FIRMA
1	NORMA ISIDRO CORONACION	80014941	VENTA DE BUSOS	
2	JEREMIAS ROMERO FLORES	19815184	VENTA DE BUSOS	
3	AYDE HUAMAN INGA	20805785	VENTA DE BUSOS	
4	FELICITA ROJAS TORRES	40878890	VENTA DE BUSOS	
5	YESSICA ORIHUELA CRISPIN	41597654	VENTA DE LENCERIA	
6	ANTONIA AVILA INGA	19938882	VENTA DE BUSOS	
7	BETZI REZA DE LA CRUZ	42300073	VENTA DE GORRAS	
8	VICTORIA SOLORZANO CALERO	04012366	VENTA DE LENCERIA	
9	ROSA TORIBIO MOSCOSO	40961842	VENTA DE BUSOS	
10	KARINA PAUCAR ROERO	47564395	VENTA DE ZAPATOS	
11	MERY VARGAS MEDINA	20064341	VENTA DE PANES	
12	IRENE REZA DE LA CRUZ	40653797	VENTA DE GORRAS	
13	NELLY EVELIN DE LA CRUZ TAIPE	23265108	VENTA DE GORRAS	
14	SANTA FLORES CASTELLANO	20103252	VENTA DE PANTIS	
15	GREGORIA RODRIGUEZ TICA	19840394	VENTA DE BUSOS	
16	LUSMILA PALOMINO GASTELU	19828236	VENTA DE LENCERIA	
17	CARI ROMANI VILA	76232214	VENTA DE ESCOBAS	
18	RUTH MACHACUAY ROMO	74474648	VENTA DE COLCHAS	
19	YOSILA RIVERA LIZARRAGA	45753394	VENTA DE CHOMPAS	
20	LILIANA RIVERA MENDEZ	20037734	VENTA DE COLCHAS	
21	DIONICIA BENITES QUISPE	20079444	VENTA DE BUSOS	
22	ESPERANZA PAUCAR CONDOR	41167059	VENTA DE CHOMPAS	
23	MONICA PEREZ ROMO	47980032	VENTA DE CHOMPAS	
24	EDWIN CERAS BOLAS	20051120	VENTA DE FRUITA	

Selegada Mariela 2021 **COROO**

PADRÓN DE SOCIOS CAJAMARCA Y MANTARO LADO ESTE (ALTURA DE INCA FARMA



PRINLE HOCIA ANCASH

NOMBRES Y APELLIDOS:	DNI:	FIRMA:	HUELLA:
1. JUDITH DUEÑAS CHAVEZ			
2. DE LA CRUZ JULIAN ESAU ALEX.	42544060		
3. TRUCIOS SOTO CRISTINA.	41122100		
4. TAIPE CARDENAS MARIELA.	45838836		
5. QUISPE CARDENAS ALIDA.	20022231		
6. HUAMAN ACUÑA JOSEL	19892216		
7. GAGO ONSIHUAY ENEDINA.			
8. ROMERO QUISPE KARINA.	40402228		
9. LEY CONTRERAS JUANA.	10358814		
10. LEY CONTRERAS ROCIO	20022012		
11. HUARANCA AVILA LEONOR.	21086974		
12. MUÑOICO ROJAS DORIS.	19892202		
13. EVA PALOMINO DUEÑAS	40392249		
14. DE LA CRUZ GAMARRA LUZ.	44326074		
15. VILLEGAS BARRIENETOS WILLIAM			
16. ROSARIO PALMA DE GARCIA	12220219		
17. CEDRON NUÑEZ MARIA.	23206020		
18. CASAS CARO MARINA.	19992260		
19. GONZALES DE SIERRA HERMINIA.	19882086		
20. CUEVAS PAZ ANGEL.	32222222		
21. ROJAS VILLALVA MARILUZ NOESDA	42682262		
22. TAIPE QUISPE GLADYS. NOESDA			
23. ORIHUELA BELLO MERZYHE. NOESDA	46336312		



27
Ksol

Desedijo

PADRON DE COMERCIANTES AMBULANTES SEGUNDA CUADRA CAJAMARCA HERONAS TOLEDO

TRAMITE DOCUMENTARIO FEDERACION

	Nombres y apellidos	DNI	RUBRO
1	HUGO ACUÑA MARTINES [tric.]	20119326	CAMPAÑAS 07
2	LINDER VIERA CERVANTES	42695799	ROPA
3	MARTHA LANASCA LLANTOY	44820503	ROPA
4	NELIDA GALARZA IPARRAGUIRRE	20081890	ROPA
5	NANCY QUISPE YARANGA	43586554	ROPA
6	DELIA ROJAS CLAROS	07795018	ROPA
7	ENRIQUE CASTRO CHAMORRO	20024928	TOMATODO
8	CESAR MERINO CELESTINO	42098323	ROPA
9	RAUL REQUEN CAHUAYA	10103417	ROPA
10	YURY YAMIL ESPINOSA EGUABIL	40225816	ROPA
11	ROXANA CHUMBE AYALA [tric.]	45405283	CAMPAÑAS
12	PAULINA ZOILA AYALA TENORIO [tric.]	19824469	ROPA
13	LUIS ALFREDO VILCHEZ AYALA [tric.]	46437079	CAMPAÑAS
14	IRENE IBARRA CRISTOBAL [tric.]	20076879	CAMPAÑAS
15	DAVID POMA PAITAN [tric.]	43510271	ESPEJOS
16	EDITH GLADYS TERBULLINO CABALLON [tric.]	42092670	CAMPAÑAS
17	PATRICIA ALCEDO POLLO	42250031	HUEVO DE GODORNTZ
18	TANIA MENDOZA YARANGA [tric.]	48373398	HUEVO SANCOCHADO
19	JULIAN FELIPE CLEMENTE	10593036	ROPA
20	NANCY SOLEDAD GRADOS RAFAEL	80478216	ROPA
21	ELIZABETH DE LA CRUZ INGA	45351196	ropa
22	JEAN CARLOS YPARRAGUIRRE MILLAN	76694325	DULCES
23	VICTORIA FELICIA PAUCARCAJA MAYTA	23987900	ROPA
24	ABEL CAIN CAPCHA LUNASCO	41906998	PITZZA
25	CARMEN REYNALDA CASTRO SACURAY	19915447	ROPA
26	ANA MELBA LEIVA PORRAS	20121933	ROPA
27	FRANCISCA AUREA ROMERO GALICIO	20002626	CARTERAS
28	FLORINDA DE LA CRUZ DE LA CRUZ	43568881	ROPA
29	AGUSTINA PARAGUAY CURO	20050628	AGUAJE
30	TEREZA MIRIAM CANAHUALPA CHERO	20050439	SANDALIAS
31	PAULINA VICTORIA CONDE CCATAMAYO	41038023	CARTERAS
32	JOSE HECTOR VILLAVICENCIO CRUZADO [tric.]	47715774	ROPA
33	YULY YALO PARIONA	44557805	PONCHE
34	ELIZABETH CONDOR AGUIRRE	18383741	ROPA
35	OSCAR JAVIER RIOS JUAN DE DIOS	80178656	CHURROS
36	GLORIA ISABEL CAMPOS HUAMAN	42315424	ZAPATO
37	ZOILO GILLERMO HUARIPAITA ROMAN	10333348	ROPA
38	LUIS GOMEZ SEDANO	41575084	ROPA
39			
40			
41			
42			
43			
44			
45			

2021

08 NOV 2019

PADRON GENERAL DE ASOCIADOS "MARTILLO WANKA" ^{FOROS} 

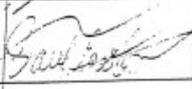
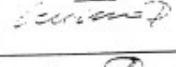
ITEM	APELLIDOS Y NOMBRE	Nº D.N.I.	FIRMAS
01	ACUÑA CARDENAS, BRIGIDA	19861092	_____
02	CONDORI TORRES, MARINA	44040799	_____
03	CUBA MATOS, JOSE SANTOS	43447098	_____
04	CÁCERES YARANGA, BETZABE	41725848	_____
05	CASTRO SIERRA, ABEL CESAR	44043724	_____
06	CARHUAVILCA PADILLA, RUTH SOLEDAD	20042510	_____
07	EGOAVIL VALLE, CESAR ALEJANDRO	72443819	_____
08	HINOSTROZA VIVAS, CHRISTIAN PEDRO	42709709	_____
09	HINGARUCA TECCSIHUA, CAROLINA	47166771	_____
10	 GARAGATE GONZALES, PATRICIA ELENA	44558164	_____
11	LAURA COQUI, JESUIS	41253913	_____
12	MILLAN EGOAVIL, JOEL GUSTAVO	45796176	_____
13	SOTO TARAZONA, YAQUI AYDE	42923553	_____
14	 RIVERA ESTEBAN, VILMA HAYDEE	20650054	_____

15	SANCHEZ CHUQUIN, LUZMILA ALEJANDRA	21134543	_____
16	TUCTO HUARANGA, AQUILEG	42293352	_____
17	✓ CCENCHO ESPINOZA, ANTONIO	19910664	_____
18	✓ VASQUEZ VASQUEZ, YAQUI YESENIA	71654599	_____
19	VELARDE MONTALVO, GLORIA	40729333	_____
20	✗ QUISPE DE LA CRUZ, LIZZET	44778956	_____
21	SANTANA LEIVA, JAIME DARIO	20037184	_____
22	✗ ZARATE JANTO, MARIA MERCEDES	44071129	_____
23	✓ CLEMENTE DIONISIO, IRVIN IVAN	46652331	_____
24	SANTANA CASTILLO HEKMAN	19861265	_____

03 MAY 2017

CAJAMARCA Y MANTARO EN LA MISMA ESQUINA
"LADO SUR" AL LADO DEL LOCUTORIO

PADRÓN GENERAL DE ASOCIADOS "PUNTO ESQUINA"

ITEM	APELLIDOS Y NOMBRES	N° DNI	FIRMAS	HUELLA DIGITAL
01	DANILO ASTETE TORRE	44254997		
02	SAUL JESUS GRADOS SANTANA	06256498		
03	ANTONIA SARA FLORES AGUIRRE DE AGUILAR	45046588		
04	GUISELA MAGALY CISNEROS ARCE	48868595		
05	GLORIA REYNA BENDEZU ROCA	10447604		
06	AUREA CENTENO DE LA CRUZ	20094699		
07	JARO JOEL ZAULETA RAMOS	45296715		
08				
09				
10				

Delegada Nely Delegado Luis 2021

	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	RUBRO	FIRMA
1	VILMA AYDE RIVERA ESTEBAN	20650054	ZAPATOS USADOS	Municipalidad Provincial de Huancayo Gerencia de Promoción Social y Turismo TRAMITE DOCUMENTARIO RECEPCION 06 NOV 2019 Hora: Folios: 01
2	LUIS ENRIQUE CERRON OCHOA	44461311	ZAPATILLAS	
3	LINA VANESSA ORGANO RAMOS	41982491	ZAPATILLAS	
4	DELIA RIVERA MENDEZ	20016623	COLCHAS	
5	JESUS POMA LAURA	44776962	BUZOS	
6	CARMEN BERNANDO	20113924	BUZOS	
7	MARLENI VILLALVA QUISPE	41523569	BUZOS	
8	ROSA TORRES GILES	20025211	CASACAS	
9	YESSICA FERNANDEZ PEÑALOZA	42590747	CASACAS	
10	DIANI VENTURA CAHUNA	46657352	CASACAS	
11	MARIEL K. ANAYA MIRANDA	19508430	JUGUETES	
12	FLOR VALVERDE TAIPE	80021803	PONCHOS	
13	ELSA MEDRANO CRISOSTOMO	80261531	ZAPATOS USADOS	
14	NELLY SUNA ROMERO	10586085	CASACAS	
15	LEONOR MAMANI PERCEROZ	44497149	CASACAS	
16	CARLOS AGUIRRE CAMPOS	42655744	CHOMPA USADA	
17	MARIVEL IZARRA BENDEZU	41441036	BUZOS	
18	HAYDEE POMA LAURA	80299599	BUZOS	
19	RUBI LACRESES CORDERO	44548141	MIOCHILAS USADAS	
20	CLEMENCIA ARAUJO YACHI	23235519	ZAPATILLAS	
21	WILLIAM VERANO YARANGO	44725942	ZAPATILLAS	
22	AURIA MONDALGO CHAVEZ	20083059	ZAPATILLAS	
23	ROCIO ROSALES LULO	41655165	ZAPATILLAS	
24	ANA MARIA LULO HILARIO	21269032	ZAPATILLAS	
25	ELIAS DE LA CRUZ CCANTO	42416411	ZAPATILLAS	
26	ABELARDO EDOYSON ASTETE	20073253	ROPA	
27	ANTONIETA OJEDA GUERRA	19877443	ROPA	
28	FIGRELA CHIHUAN MELCHOR	45335287	ZAPATOS USADOS	
29	LUIS SANCHEZ VASQUEZ	48104425	ZAPATILLAS	
30	DEYSI YULISA MEZA SANTOS	76950694	ROPAS INTERIORES	
31	ISELA SANTOS PEREZ	20090321	CARTERAS	
32	NORA HERRERA VILLALVA	20026776	BUZOS	
33	HERNAN CONDOR ZUÑIGA	19856686	ROPA	



Huancayo, 05 de enero del 2022

CARTA N° 017-2022-MPH/GA-SGGRH

SEÑORITAS:
MELANIE CARMEN RENNE GALVAN CHANCO
ROSA MARLENI VILCHEZ ARROYO

Ciudad

ASUNTO: CULMINACIÓN DE EJECUCIÓN DE PROYECTO DE TESIS

De mi mayor consideración.

Es muy grato dirigirme a ustedes para hacerle llegar mi saludo cordial a nombre de la Municipalidad Provincial de Huancayo de la Sub Gerencia de Gestión de Recursos Humanos, así mismo informo que se revisó el informe del proyecto de tesis **"COMERCIO AMBULATORIO Y PLANEAMIENTO ESTRATEGICO EN LA GERENCIA DE PROMOCIÓN ECONOMICA Y TURISMO"**, lo cual se da la conformidad de la culminación y agradecerles el apoyo de la información brindada.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente

C.c
Archivo
SGGRH
036801
101357

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANCAYO
SUB GERENCIA DE GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Alc. Heriberto Torres Carlos
05/01/2022

Ac
Ve: