



“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”

Chota, 28 de agosto del 2023.

C. N° 007-2023-UI-FCCE.

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Jefe de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Empresariales de la Universidad Nacional Autónoma de Chota, hace constar que el Informe Final de Tesis titulado: **“FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y SU INFLUENCIA EN EL COMERCIO INFORMAL DEL MERCADO MAYORISTA JULIO VÁSQUEZ ACUÑA, CHOTA 2022”**, elaborado por las Bachilleres en Contabilidad: **LUZVINDA EDQUEN BARBOZA y SHERLY ANYELI SÁNCHEZ RODRIGO**, para optar el Título Profesional de Contador Público, presenta un índice de similitud de **14%**, sin incluir citas, bibliografía, fuentes con menos de 20 palabras; por lo tanto, cumple con los criterios de evaluación de originalidad establecidos en el Reglamento de Grados y títulos, aprobado con **Resolución de Comisión Organizadora N° 120-2022-UNACH**.

Se expide la presente constancia a los interesados para los fines pertinentes.


Mg. CPC. Wilder Omar Vargas Campos
MAT. 12-927

Atentamente,

.....
Jefe de la Unidad de Investigación FCCE -UNACH

Cc. Archivo


.....
Dr. CPC Juan Fernando Vallejos Díaz

INFORME DE ORIGINALIDAD

14%	14%	1%	%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	4%
2	www.repositorio.unach.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.unach.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	portaluni.unach.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	maeloya.files.wordpress.com Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.upagu.edu.pe Fuente de Internet	<1%
9	dspace.unach.edu.ec Fuente de Internet	<1%

10	portal.unach.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.ups.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	moam.info Fuente de Internet	<1 %
13	repositorio.unas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14	www.inei.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
16	catalog.ihsn.org Fuente de Internet	<1 %
17	dspace.utb.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
18	dspaceapi.uai.edu.ar Fuente de Internet	<1 %
19	dialnet.unirioja.es Fuente de Internet	<1 %
20	www.opengovpartnership.org Fuente de Internet	<1 %
21	documentop.com Fuente de Internet	<1 %

22 repositorio.umsa.bo <1 %
Fuente de Internet

23 repositorio.ual.edu.pe <1 %
Fuente de Internet

24 revistasocialium.com <1 %
Fuente de Internet

Excluir citas Activo

Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 20 words

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE CHOTA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

Factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del
Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022

Para optar el Título Profesional de
CONTADOR PÚBLICO

Presentada por:

Luzvinda Edquen Barboza

Sherly Anyeli Sánchez Rodrigo

ASESOR:

Dr. Juan Fernando Vallejos Díaz

CHOTA - PERÚ

2023

COPYRIGHT © 2023 by

LUZVINDA EDQUEN BARBOZA

SHERLY ANYELI SÁNCHEZ RODRIGO

Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE CHOTA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS APROBADA

Factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del
Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022

Para optar el Título Profesional de
CONTADOR PÚBLICO

Presentada por:

Luzvinda Edquen Barboza

Sherly Anyeli Sánchez Rodrigo

Asesor y Jurado Evaluador

.....
C.P.C. Juan Fernando Vallejos Díaz
MAT N° 12-421

.....
Dr. Cs. Juan Fernando Vallejos Díaz
Asesor

.....
Mg. Cs. Artemio Fernández Gastelo
Presidente

.....
Mg. Cs. Carlos Evitt Tapia Idrogo
Secretario

.....
Mtr. Yonel Delgado Requejo
Contador Público Colegiado

.....
Mg. Cs. Yonel Delgado Requejo
Vocal

Chota – Perú

2023

ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME FINAL DE TESIS

Siendo las 11:30 a. m del 11 de agosto del 2023, reunidos a través de Google Meet en el enlace <https://meet.google.com/udv-ziaa-xcg>, los miembros del Jurado Evaluador, designados con Resolución de Facultad N° 150-2023-FCCE-UNACH, conformado por:

- Mg. Artemio Fernández Gastelo, identificado con DNI 27415796, Presidente
- Mg. Carlos Evitt Tapia Idrogo, identificado con DNI N° 43687232, Secretario
- MBA. Yonel Delgado Requejo, identificado con DNI N° 71622304, Vocal.

Reunidos para dar inicio a la sustentación del informe final de tesis, conforme a la Resolución de Facultad N° 190-2023-FCCE-UNACH cuyo título es: **“Factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del mercado mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022”**, perteneciente a las Bachilleres en Contabilidad, Luzvinda Edquen Barboza y Sherly Anyeli Sánchez Rodrigo, cumpliendo así con los requerimientos exigidos en el Reglamento Modificado de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Autónoma de Chota.

Culminada la sustentación, el Jurado Evaluador luego de deliberar, acuerda declarar:

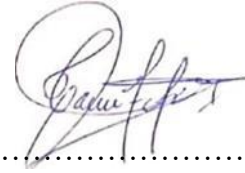
“APROBADO POR UNANIMIDAD”

El Informe Final de Tesis con calificativo de **“15 (QUINCE)”** y elevarse la presente acta a la Coordinación de la Facultad de Ciencias Contables y Empresariales, a fin de que se declare **APROBAR** el Informe Final de la Tesis a través de acto resolutivo.

Siendo las 12: 30 pm del mismo día, en señal de conformidad, el Jurado Evaluador firma la presente acta.



.....
Presidente



.....
secretario



.....
Vocal

DEDICATORIA

A mis padres, por su apoyo incondicional, motivación del día a día y por demostrarme que siempre puedo contar con ellos.

Sherly Anyeli

A mi madre, esposo e hijo por su apoyo incondicional a lo largo de esta etapa, ellos han sido mi motivación para salir adelante.

Luzvinda

AGRADECIMIENTO

Al Divino Creador, por otorgarnos la vida, por ser nuestro guía en nuestras acciones cotidianas, por robustecer nuestras almas y por hacer puesto en nuestro camino a aquellas personas que han representado un pilar durante el lapso de nuestra educación.

A nuestros docentes, por impartirnos valiosos conocimientos y por motivarnos a superarnos en cada uno de nuestros proyectos.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE TABLAS	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS USADAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
CAPÍTULO I	10
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	10
1.1. Descripción del problema	10
1.2. Formulación del problema	12
1.2.1. Pregunta general	12
1.2.2. Preguntas específicas	12
1.3. Objetivos.....	13
1.3.1. Objetivo general	13
1.3.2. Objetivos específicos.....	13
1.4. Hipótesis	13
1.5. Justificación	13
1.6. Limitaciones	14
CAPÍTULO II.....	15
MARCO TEÓRICO	15
2.1. Antecedentes del problema.....	15
2.2. Bases teóricas científicas	20
2.3. Bases normativas	26
2.4. Definición de términos básicos.....	26
CAPÍTULO III.....	27
MARCO METODOLÓGICO	27

3.1. Método de investigación.....	27
3.2. Tipo de investigación.....	28
3.3. Diseño de la investigación	28
3.4. Operacionalización de Variables	29
3.5. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis	30
3.5.1. Población.....	30
3.5.2. Muestra.....	31
3.5.3. Muestreo.....	31
3.5.4. Unidad de análisis	31
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	32
3.6.1. Técnicas de recolección de datos	32
3.6.2. Instrumentos de recolección de datos	32
3.7. Procesamiento y análisis de datos	32
3.7.1. Procesamiento de datos.....	32
3.7.2. Análisis de datos	33
3.8. Aspectos éticos y rigor científico	33
CAPÍTULO IV	33
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	33
4.1. Análisis e interpretación de resultados	33
4.2. Contrastación de hipótesis	57
4.3. Discusión de resultados	58
CONCLUSIONES	60
RECOMENDACIONES	61
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62
ANEXOS	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las factores socioeconómicos y comercio informal	34
Tabla 2 Confiabilidad de los instrumentos de la investigación	36

Tabla 3 <i>Procedencia de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña.....</i>	38
Tabla 4 <i>Genero de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	39
Tabla 5 <i>Edad de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	40
Tabla 6 <i>Nivel de educación de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	41
Tabla 7 <i>Número de ambientes en su vivienda de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	42
Tabla 8 <i>Tipo de vivienda de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	43
Tabla 9 <i>Tenencia del hogar de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	44
Tabla 10 <i>Composición del hogar de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	45
Tabla 11 <i>Jefe del hogar en los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	46
Tabla 12 <i>Ingresos de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	47
Tabla 13 <i>Ocupación de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	48
Tabla 14 <i>Actividad económica de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	49
Tabla 15 <i>Autorización para la venta de productos</i>	50
Tabla 16 <i>Licencia municipal</i>	51
Tabla 17 <i>Pago de cuota mensual por un puesto de venta</i>	52
Tabla 18 <i>Inscripción en el RUC</i>	53
Tabla 19 <i>Declaración de impuestos a SUNAT</i>	54
Tabla 20 <i>Pago mensual de impuestos</i>	55
Tabla 21 <i>Cumplimiento de obligaciones municipales según los factores socioeconómicos ..</i>	56
Tabla 22 <i>Cumplimiento de obligaciones con la administración tributaria según los factores socioeconómicos</i>	59
Tabla 23 <i>Información de ajuste de los modelos.....</i>	62
Tabla 24 <i>Pseudo R cuadrado</i>	62
Tabla 25 <i>Matriz de consistencia de la investigación</i>	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Diseño de la investigación</i>	33
Figura 2 <i>Procedencia de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i> ...	38
Figura 3 <i>Género de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	39
Figura 4 <i>Edad de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	40
Figura 5 <i>Nivel de educación de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	41
Figura 6 <i>Número de ambientes en su vivienda de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	42
Figura 7 <i>Tipo de vivienda de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	43
Figura 8 <i>Tenencia del hogar de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	44
Figura 9 <i>Composición del hogar de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	45
Figura 10 <i>Jefe del hogar en los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	46
Figura 11 <i>Ingresos de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	47
Figura 12 <i>Ocupación de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	48
Figura 13 <i>Actividad económica de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña</i>	49
Figura 14 <i>Autorización para la venta de productos</i>	50
Figura 15 <i>Licencia municipal</i>	51
Figura 16 <i>Pago de cuota mensual por un puesto de venta</i>	52
Figura 17 <i>Inscripción en el RUC</i>	53
Figura 18 <i>Declaración de impuestos a SUNAT</i>	54
Figura 19 <i>Pago mensual de impuestos</i>	55

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS USADAS

SUNAT:	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.
INEI:	Instituto Nacional de Estadística e Informática
EMED:	Economías de Mercados Emergentes y en Desarrollo.
PIB:	Producto Interno Bruto.

BM:	Banco Mundial.
MPCH:	Municipalidad Provincial de Chota.
MTP:	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
MINTEL:	Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información
SUNARP:	Superintendencia Nacional de los Registros Públicos.
CEPAL:	Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
CIIU:	Clasificación Industrial Internacional Uniforme.
RUC:	Registro Único de Contribuyentes
NRUS:	Nuevo Régimen Único Simplificado.
RER:	Régimen Especial de Renta
OIT:	Organización Internacional del Trabajo.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de los factores socioeconómicos en el comercio informal en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022. La metodología del estudio se planteó en una investigación básica, de alcance descriptivo –relacional, enfoque cuantitativo, con una población de 331 comerciantes y una muestra de 111 a quienes se aplicó un cuestionario asociado a las variables de estudio. Los resultados de la investigación fueron que los factores socioeconómicos de los comerciantes referentes al factor social fueron el 68.47% procede del área urbana, el 64.86% son de sexo femenino, el 37.84% se encontró entre las edades de 31 – 40 años, el 46.85% tiene secundaria completa, el 36.04% tiene tres habitaciones, el 72.07% su vivienda es independiente, el 45.95% su hogar es propia, el 54.95% su hogar se compone en 3 a 4 miembros, el 7.27% tiene como jefe de hogar al padre de familia y referente al factor económico los ingresos del 25.23% es de S/ 300 a S/ 500 mensual, el 51.35% son comerciantes y el 36.94% vende productos alimenticios. Referente al comercio informal se encontró vinculado al incumplimiento de las obligaciones con la administración tributaria como la falta de inscripción en el RUC del 92.79%, ausencia de la declaración de impuestos del 96.40% y la carencia de pago de impuesto del 96.40% y la influencia de los factores socioeconómicos y el comercio informal en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña es significativa [$0.013 < 0.05$]. Se concluyó que los factores socioeconómicos influyen de forma significativa en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota durante el 2022.

Palabras clave. Factores socioeconómicos, comercio informal.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the influence of socioeconomic factors on informal trade in the Julio Vásquez Acuña wholesale market, Chota 2022. The methodology of the study was based on a basic research, descriptive-relational scope, quantitative approach, with a population of 331 traders and a sample of 111 to whom a questionnaire associated to the study variables was applied. The results of the research were that the socioeconomic factors of the merchants referring to the social factor were 68.47% come from the urban area, 64.86% are female, 37.84% were between the ages of 31 - 40 years old, 46.85% have completed high school, 36.04% have three rooms, 72.07% live independently, 45.95% own their own home, 54.95% have 3 to 4 members, 7.27% have the father as head of household, and regarding the economic factor, the income of 25.23% is between S/. 300 and S/. 500 per month, 51.35% are merchants and 36.94% sell food products. With regard to informal commerce, it was found to be linked to non-compliance with obligations to the tax administration, such as lack of registration in the RUC [92.79%], absence of tax declaration [96.40%] and lack of tax payment [96.40%], and the influence of socioeconomic factors and informal commerce in the Julio Vásquez Acuña wholesale market is significant [$0.013 < 0.05$]. It was concluded that socioeconomic factors had a significant impact on informal trade in the Julio Vásquez Acuña wholesale market in the city of Chota during 2022.

Keywords. Socioeconomic factors, informal trade.



CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

Un porcentaje significativo de individuos y Organizaciones de Economías Emergentes y en Desarrollo [EMED] funciona lejos del ámbito visual de los estados. De acuerdo con el estudio titulado “La larga sombra de la informalidad: Desafíos y políticas” se reconoce que en los países en desarrollo la informalidad representa casi un tercio del Producto Interno Bruto [PIB], lo cual reduce la capacidad de estos países de movilizar los recursos fiscales necesarios para apuntar a una economía eficaz, capaz de generar capital humano para el desarrollo humano (Banco Mundial [BM], 2021).

En Colombia, Salcedo et al. (2020) indicaron que el 75% de las microempresas no se encuentran inscritas y se evidencia un mayor grado del no cumplimiento de pago de impuestos. En ese aspecto se ha determinado que a una micro y pequeña empresa [Mipyme] le cuesta en promedio entre 34% y 46% de su utilidad bruta. En Colombia, para la creación de una empresa formalmente cumpliendo los trámites exigidos se requieren 8 días, con un costo promedio de 1.261.000 pesos colombianos [COP] [equivalente a \$370] más el 0.7% del capital inicial que se cancela como derecho al momento de inscribir la empresa.

En Bolivia, Valencia et al. (2020) refiere que, un sector preponderante de su economía está centrado en el sector terciario informal urbano, ocasionado por la ausencia de industrialización productiva y la falta de establecimiento de políticas para incentivar la formalización y empleo digno. Desde tiempos pasados se ha tenido conocimiento que la informalidad en la economía es el amparo para hombres y mujeres sin empleo en compañías formales, lo que les conlleva a laborar en cualquier trabajo o iniciar una actividad limitada hasta en ocasiones actividades marginales para generar su propio empleo. Pero se resalta que las personas en conjunto conformantes de la economía al margen de la ley son de escasos recursos, puesto que algunos optan por mantener la informalidad para no presentar la declaración de sus ingresos a las entidades impositivas, de tal modo también evitan la inscripción de propietarios y empleados en el sistema de seguridad social o la entidad laboral reguladora.



En Ecuador, Quispe et al. (2020) refiere que el sector informal se ha incrementado con mayor intensidad a partir del 2016 de 40.40% a 46.70% para el año 2019. Es así que las personas del género femenino desarrollan comercio informal en un 74.8% y las personas del género masculino en un 25.2%. Asimismo, esta actividad es desempeñada sobre todo por personas de edades entre los 27 a 64 años con un 81.94%, es decir que las mujeres son las que conforman en mayor parte el grupo informal. En efecto, la mayor cantidad de individuos dedicados a la comercialización informal son ciudadanos casados representado por un 65.2% y las personas solteras sólo representan el 15.5%. La cantidad de individuos en promedio que conforman el grupo familiar son cuatro. Su grado académico en gran parte es de educación primaria en 43.9% y secundario en 42.6% y en menor cantidad de educación superior en 9.4% siendo los motivos en gran medida porque se encuentran en necesidad y por no tener un trabajo asalariado.

En Perú, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2019) describe que; en el año 2018, se identificó ocho millones quinientos dos mil unidades de producción en el ámbito institucional de las familias funcionando a nivel nacional, de la cual 5 millones 950 mil unidades no son del rubro agropecuario, de tales el 82.8% eran informales y sólo el 17.2% del conglomerado de unidades de producción no agropecuarias conformaba el sector “formal”. En el ámbito urbano el 84% de las unidades productivas están en la informalidad, por otro lado, el ámbito rural llega al 98% predominando las unidades informales en las regiones de Huancavelica, Cajamarca, Apurímac, Huánuco, Pasco y Puno donde igualmente se registra mayores índices de pobreza monetaria. Cabe señalar que del sector informal el 66% opera en las calles peatonales, en vehículos de transporte o como ambulantes, el 23% en residencia de sus clientes y el resto en lugares improvisados.

En Huancayo, Condori *et al.* (2019) evidenció que, el comercio informal se encuentra asociado a factores sociales y económicos, encontrándose en primer lugar el bajo nivel de instrucción, la migración y la falta de empleo; como segundo factor es la poca inversión de capital económico, el deseo de lograr independencia económica sobre todo las mujeres y la necesidad de contribuir económicamente a la familia debido a que tenían necesidades insatisfechas. Las mujeres pertenecen en mayor grado al comercio informal debido según Cañapata y Quipe (2020) a que características como educación secundaria o superior, ser joven y provenir del área rural son determinantes de un empleo informal en la región.



Según Alfonso y Sánchez (2019) la problemática del comercio informal es una dificultad latente en todo el Perú debido que permite sustentar a diversas familias de situación económica precaria pobre, quienes al no estar debidamente preparados no pueden acceder a un trabajo formal. Es una actividad que involucra a gran parte de los ciudadanos y moviliza la mayor proporción de la fuerza laboral peruana satisfaciendo necesidades permitiendo subsistir a quien lo realiza.

En Chota la realidad no es ajena a lo evidenciado en el contexto nacional e internacional, dado que el área de Desarrollo Social de la Municipalidad Provincial de Chota [MPCH] refieren que las causas que generan un comercio informal son en primer lugar la ausencia de una cultura tributaria y la falta de intención de formalizarse dado que lo recaudado no es invertido de manera adecuada, además los factores socioeconómicos como el desconocimiento de normas tributarias y las barreras que limitan la formalidad son elementos que influyen en lo que se evidencia en estos últimos tiempos. Tales causas generan que, los comerciantes muestren un alto grado de incumplimiento en el pago de sus impuestos, así como se refleje en las entidades a nivel nacional y local un bajo nivel de recaudación afectando el presupuesto nacional, lo que limita la generación de mejora de la infraestructura pública. Finalmente, a través del estudio se reconocerá los elementos o factores que influyen a que el comerciante realice actividades comerciales de manera informal (Anexo 3).

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Pregunta general

¿Cómo los factores socioeconómicos influyen en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022?

1.2.2. Preguntas específicas

¿Cuáles son los factores socioeconómicos de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022?

¿Cómo se da el comercio informal en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022?

¿Cómo se da el cumplimiento de obligaciones municipales según los factores socioeconómicos de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022?



¿Cómo se da el cumplimiento de obligaciones con la administración tributaria según los factores socioeconómicos de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la influencia de los factores socioeconómicos en el comercio informal en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

Describir los factores socioeconómicos de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022.

Describir el comercio informal en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022.

Identificar el cumplimiento de obligaciones municipales según los factores socioeconómicos de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022.

Determinar el cumplimiento de obligaciones con la administración tributaria según los factores socioeconómicos de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022.

1.4. Hipótesis

H₁. Los factores socioeconómicos influyen en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022.

H₀. Los factores socioeconómicos no influyen en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022.

1.5. Justificación

La investigación contribuyó con resultados que permitieron identificar aquellos factores socioeconómicos que fomentan el comercio informal logrando con eso aportar nuevas teorías que permitan un mayor nivel y a un mejor control de los factores que impactan directamente en la generación de un comercio informal. Asimismo, se ha determinado qué factores establecen la generación de un comercio informal en el



Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, el cual ha traído como consecuencia un efecto en la economía local, regional y nacional.

La investigación contribuyó a que instituciones como SUNARP, SUNAT y Municipalidad Provincial de Chota y entidades asociadas conozcan de manera puntual y precisa la problemática, además de que estas instituciones puedan emprender estrategias que admitan a los comerciantes su formalización. Finalmente se logró brindar a los interesados, docentes y estudiantes el conocimiento sobre los factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, así como a las tesis para obtener el título profesional de contador público por la Universidad Nacional Autónoma de Chota.

1.6. Limitaciones

La investigación no presentó limitaciones en el proceso de elaboración de la tesis, sin embargo, en su desarrollo se mostró una baja participación de los comerciantes en apoyo al estudio, pero que fueron superadas al darles a conocer sobre la finalidad y objetivo buscado por los tesis.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del problema

Morrillo (2021) en Esmeraldas – Ecuador, desarrolló una investigación teniendo el objetivo de analizar la situación actual de los comerciantes informales de la ciudad de Esmeraldas. Los resultados indicaron que el 66% de los encuestados se dedican a la actividad informal diariamente, el 25% sólo presta servicios como trabajador informal y el 2% en ambos casos, entre las causas del comercio informal se encuentran el factor educación, donde el 50% de colaboradores afirmó no haber finalizado la educación secundaria, el 22% sólo terminó la primaria, el 3% una carrera superior y el 25% no tiene ningún tipo de educación, otro factor fue la formalización donde el 37% de comerciantes no se formaliza por falta de interés, el 22% desconoce del tema, el 13% por evitar pagar los impuestos, el 15% por falta de tiempo, el 4% por falta de recursos económicos, el 1% por tener otros planes y el 8% entre otros temas. Así mismo, el 19% de comerciantes mostraron un interés por saber los pasos para formalizarse, el 14% por conocer el llenado de los comprobantes de venta, el 40% deseaba conocer las obligaciones al formalizarse, el 17% mostró interés en conocer estrategias de comercialización. Se concluyó que los comerciantes se dedican al comercio informal diariamente siendo el nivel de instrucción y la falta de interés los elementos que influyen en la decisión de realizar actividades de forma informal. La investigación fue de tipo mixta (cuantitativo y cualitativo) y descriptivo – explicativo, se utilizó un muestreo no probabilístico, la técnica utilizada fue la encuesta y el análisis documental, y el instrumento el cuestionario. El estudio se relaciona con la presente investigación, porque se evidenciaron los factores que llevan a los comerciantes a ser informales, además de las razones por las que no se formaliza y las dificultades que tienen para lograr su formalización.

Jiménez (2020) en Guayaquil – Ecuador, desarrolló una tesis que tuvo como objetivo la identificación de las características de organizar las ferias libres en la parroquia Letamendi de la ciudad de Guayaquil, 2019. Los resultados fueron que el 38% de los comerciantes informales sólo cuentan con estudios primarios, el 57% con secundarios y el 5% con primaria. El 100% de ellos no cuenta con estudios superiores. Además, el 76% utiliza su vivienda como residencia y el 24% para sus actividades económicas como panadería, tienda, entre otros. Según el motivo para salir de sus



ciudades y dedicarse al comercio en la feria libre – Guayaquil, se obtuvo que el 40% fue por ingresos monetarios, el 40% por asunto familiar y el 20% por otros motivos. En relación con conseguir un empleo formal, se obtuvo que el 71% ha intentado conseguir trabajo dependiente, mientras que el 29% no. En esto influyen factores donde se indica que el 38% de comerciantes mencionaron que se debe a la educación, el 19% a la edad, asimismo, el 14% a la experiencia y el 14% a la dirección gubernamental. Con relación con los ingresos, el 52% utiliza el dinero para sustento familiar, el 10% lo utiliza en sustento familiar y la otra mitad en gastos, el 5% en nada y el 33% no respondió. Por otro lado, el 52% de comerciantes mencionó que optarían por un trabajo formal si tuvieran beneficios sociales, mientras que el 48% seguiría en la feria libre. Se concluyó que las características que determinan el comercio informal son el nivel de instrucción, los ingresos y la ausencia de trabajo formal. La metodología fue de tipo descriptiva – analítica, de método hipotético – deductivo y la muestra fue no probabilística, en base a 40 miembros asociados a la feria libre, utilizándose como técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario. El estudio tuvo relación con el tema, porque nos muestra la poca aceptación de los comerciantes a formalizarse o a conseguir un empleo formal. Sintiendo que generan más ganancias siendo informales.

Loja (2020) Cuenca – Ecuador, en su tesis tuvo como objetivo la determinación de los factores influyentes en el comercio informal, las causas que llevan a los individuos optar por este tipo de empleo y las consecuencias que trae consigo. Los resultados de la investigación fueron que el 86,97% de colaboradores afirman que su trabajo es formal, el 13.03% informal, el 69.12% afirmó que vender ropa le genera ingresos con lo cual sustenta a su familia y el 30.88% no; además, el 63.74% afirmó que no tiene otra fuente de ingresos más que esta, y el 36,26% sí tenía otra fuente de ingresos, Asimismo, el 34% de comerciantes emprendió por conocimientos propios, el 21% por legado, el 19% a forma de empleo propio, el 16% por precariedad económica y el 10% por falta de apoyo familiar. Con relación con la contribución al estado con impuestos tenemos que 73% sí lo hacen, el 27% no, asimismo referente al cumplimiento de sus obligaciones municipales el 60% cumple con el pago y licencia de funcionamiento. Se concluyó que los factores que influyen en el comercio informal son las obligaciones tributarias por ser estas elevadas. La metodología fue de tipo descriptiva – cuantitativa. Se tuvo en cuenta a 353 comerciantes del mercado “El Arenal” de la ciudad de Cuenca los cuales conformaron la muestra, se hizo uso de la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. El



estudio se asoció con la investigación, porque trata sobre la informalidad en comerciantes y el cumplimiento en el pago de sus impuestos, el cual es indispensable para el desarrollo del país.

Rupay y Mayumi (2021) Huaraz – Perú, en su tesis planteó el objetivo de identificar los factores socioeconómicos que influyen en el comercio informal en la Ex Parada Quillcay, distrito de Huaraz, año 2020. El resultado determinó que los factores sociales que determinan el comercio al margen de la ley son el grado de instrucción [secundaria] con un 56.2% el estado civil [conviviente] con un 65.1% y la localización [centro poblado] con un 42.1%. Entre los factores económicos tenemos que el 43% de comerciantes tienen un ingreso de S/ 600 – S/ 1000, el 44.3% comercializan informalmente para maximizar sus ingresos, el 63.4% mencionó que es costoso el proceso de formalización, el 75.7% indicaron ser el único sustento para su familia, así mismo el 80% sí conoce de los beneficios de ser formal, pero aun así no lo hacen. Por otra parte, otro de los elementos que tienen efecto en la comercialización informal es el desempleo, el 64.3% de comerciantes han trabajado en empresa formal, el 29.4% por motivos de reducción de personal fueron despedidos y el 18.7% se dedicaron al comercio informal por cese de contrato. Se concluyó que los comerciantes de las zonas urbanas, de sexo masculinos, los de edades entre 43 y 60 años, como su nivel de ingresos determinan su decisión de efectuar sus actividades económicas dentro al margen de la normas sobre todo de incumplir con sus obligaciones tributarias como el pago de los impuestos y de otras responsabilidades. La investigación fue de tipo básica, con enfoque cuantitativo, descriptivo, la población lo conformaron 598 comerciantes, de los cuales se tomó 235 comerciantes como muestra, se utilizó la encuesta como técnica y el instrumento utilizado fue el cuestionario. El estudio se vinculó con la investigación, porque se evidenció cuáles son los factores que influyen en la informalidad y los factores predominantes que impiden la formalización.

Malqui (2021) Tingo María – Perú, en su investigación planteó su objetivo en la determinación de los principales factores que influyen el comercio informal en Nueva Cajamarca – San Martín, 2019. El resultado que se obtuvo fue que el nivel de pago del impuesto es elevado para el 51% de comerciantes lo que genera que el 60% de comerciantes no tenga RUC e incumpla con la declaración y pago de estos, el 22% lo definió de muy elevado, el 24% lo precisó de moderado y el 4% lo calificó de bajo, así mismo del trámite para formalizarse con respecto a la SUNAT el 60% lo consideró malo,



el 29% lo indicó como moderado y el 11% como muy malo, además se evidenció que el negocio de los comerciantes no ha sido capacitados por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo [MTP], según el 100% de los colaboradores, pero sí fueron inspeccionados por la SUNAT, según un 13% de los comerciantes, mientras que un 87% no ha sido inspeccionado por la SUNAT. Se concluyó que los principales factores que influyen en el comercio informal son la dificultad para formalizarse, el costo de impuestos y la carencia de información. La investigación fue de tipo transversal, con nivel correlacional, contó con 230 microempresas informales como población y una muestra de 55 empresas informales, se hizo uso de la encuesta como técnica y la entrevista, los instrumentos fueron el cuestionario y la cédula de entrevista. El estudio se asoció con la investigación, porque evidencia que el factor económico influye en el proceso de formalización, además que la falta de capacitaciones por parte de las entidades ha generado aun mayor informalidad en los comerciantes.

Flores (2021) Ucayali – Perú, en su tesis refirió su objetivo en la determinación del comercio informal y el desenvolvimiento empresarial en la provincia de Contamana – 2020. Los resultados fueron que el 26.67% de comerciantes se ha dedicado al comercio informal, el 36.67% casi siempre, el 23.33% casi nunca y el 13.33% nunca se ha dedicado al comercio informal. Por otra parte, la relación entre las variables fue negativa muy baja [-0.0055] y el p-valor es 0.595, lo cual demostró que no existe asociación significativa entre las variables. Se concluyó que el comercio informal y el desenvolvimiento empresarial se asocian significativamente. La investigación fue descriptiva, explicativa, con 30 comerciantes de la provincia de Contamana formaron la muestra, se utilizó la técnica de la encuesta y el cuestionario como su instrumento. El estudio se asoció con la investigación, porque analizó la asociación de variables similares a las planteadas en la investigación.

Armas (2020) Iquitos – Perú, en su tesis tuvo como objetivo la determinación de los elementos socioeconómicos que influyen en el comercio informal de los comerciantes del distrito de Belén – Iquitos, 2020. Los resultados fueron que el 61.6% de comerciantes cuentan con secundaria completa, el 18.6% nivel primario, 17.5% nivel técnico y el 2.3% nivel universitario. También, se obtuvo que el 56.5% de encuestados se ubican en asentamientos humanos, en centros poblados el 23.7% y el 19.8% en urbanización. Con respecto a los ingresos de los comerciantes se obtuvo que el 37.3% obtuvo un ingreso mensual de S/ 500 a S/ 900 soles y el 9.6% perciben de S/ 200 a S/ 400 no superando el



suelo básico, el 26% obtuvo ingresos de S/ 1000 a S/ 1400, el 12.4% de S/ 1500 a S/ 1900, el 4.5% de S/ 2000 a S/ 2400 el 2.3% de S/ 2500 a S/ 2900 y sólo el 7.9% supera los S/3000; en lo referente a los motivos de la venta informal el 40.1% mencionó debido a la falta de empleo, el 29.4% por ingresos insuficientes, el 11.3% con el fin de maximizar su ingreso, el 9.6% por desempleo, el 6.8% para emprender y el 2.8% por los altos impuestos, con respecto a las limitaciones para formalizarse el 36.2% fue por falta de información, el 18.6% por los elevados costos y el 13.0% por los excesivos trámites. Se concluyó que los comerciantes sin depender de su procedencia, ingresos u otros factores cumplen con sus obligaciones municipales, sin embargo, elementos tributarios son los que inciden a no realizar actividades comerciales dentro de lo formal. La investigación fue de nivel descriptivo, no experimental, con un diseño correlacional, la muestra fue de 177 vendedores del mercado de Belén y alrededores, se hizo uso de la técnica la encuesta con su cuestionario como instrumento. Esta investigación tuvo relación con el tema, porque podemos observar cómo los ingresos de los comerciantes fomentan el formalizarse o no, además de las dificultades que existen para hacerlo y el grado de instrucción que cuentan afecta la correcta toma de decisión.

Rubina (2020) Tingo María – Perú, en su tesis tuvo como objetivo analizar y determinar los factores que coadyuvan el comercio informal, en las zonas turísticas de los distritos de la provincia de Leoncio Prado. Los resultados fueron que funcionarios del DIRCETUR realizaron visitas con fines personales y charlas según el 100% de los colaboradores, esto evidenció la inoperancia de la entidad con fines de erradicar o minimizar la informalidad, asimismo, el 67.39% de los comerciantes no han recibido ninguna visita de los funcionarios por parte de la SUNAT, mientras que un 32.61% si recibieron visitas. De las capacitaciones el 89%, 72% y 85% de las entidades competentes no realizaron capacitaciones con la finalidad de que los comerciantes accedan a la formalización. Además, el 80.43% de comerciantes indicaron que los ingresos que perciben no les alcanzan para acceder a la formalización, mientras que un 19.57% mencionó que lo que gana sí es suficiente, por lo que se pudo observar que los niveles de ingresos no son suficientes para la mayoría de los comerciantes afectando así su formalización. Se concluyó que los factores que permiten el comercio informal son la inoperancia de las autoridades lo que se refleja en la falta de información de los comerciantes para formalizarse. La metodología fue aplicada, contó con una población de 218 comerciantes con índices de informalidad y una muestra de 46 comerciantes, se



empleó las técnicas de la entrevista y la encuesta, siendo sus instrumentos la cédula de entrevista y el cuestionario. El estudio se relaciona con la presente investigación ya que se trataron temas como los factores de la informalidad, así mismo de las capacitaciones y visitas de los funcionarios a los comerciantes en situación de informalidad.

Becerra (2021) Cajamarca – Perú, desarrolló una tesis que tuvo por objetivo la identificación de las consecuencias que genera la apropiación del comercio informal en los lugares públicos del jirón Tayabamba y alrededor del mercadillo de la ciudad de Cajamarca. Los resultados fueron que 48% de comerciantes representan el comercio informal fijo y el 52% el ambulatorio, donde el 5% ofrece sus productos a pie, el 12% en triciclo, el 20% en carretilla, el 26% en el suelo. Respecto a si es favorable el comercio informal el 83% consideró no favorable y el 17% favorable debido a que genera mayor contaminación, el 86% afirmó que el comercio informal tiene consecuencias negativas en Cajamarca y el 14% considera que no tiene ningún efecto; asimismo con respecto a la seguridad el 24% considera que no afecta a la seguridad ciudadana y el 76% sostiene que si influye en la seguridad. Se concluyó que el comercio informal no ha sido favorable a la crecimiento de la ciudad y este a traído inseguridad y efectos nocivos para la tranquilidad ciudadana. La metodología fue no experimental con un diseño básico – descriptivo – causal, la muestra estuvo conformada por 120 personas del Jr. Tayabamba [cuadra 1,2,3 y 4] y entorno del mercadillo de la ciudad de Cajamarca, utilizando como técnica la observación y la encuesta, y como instrumento se usó el cuestionario. Esta investigación se relacionó con el tema, porque se enfoca los efectos negativos de la informalidad.

2.2. Bases teóricas científicas

Teoría del capital humano

Schultz (1959) refiere que las destrezas obtenidas y el conocimiento de los seres humanos es considerado como capital [capital humano], de la misma manera que otras formas de capital, las habilidades humanas generan recursos económicos, estas habilidades obtenidas no son recursos libres, pues más bien son resultado de la retribución de los recursos escasos.

El factor principal para favorecer al bien de los seres humanos es la inversión en la condición de la sociedad, pues esto es la base para establecer planes de vida a futuro, se enfoca en las dificultades como la pobreza mundial, por ello propone que la gran parte



de la población mundial es de recursos precarios y con sueldos sumamente bajos, con gastos mayormente en alimentos. Según Schultz (1959), la preparación en conocimientos y la buena calidad de vida en los seres humanos, son elementos influyentes para el bienestar de la sociedad, en efecto, es conveniente adquirir destrezas mediante la inversión y educación, primordialmente en los individuos con ingresos económicos bajos y así tener niveles adecuados de vida.

La intención de esta teoría es señalar que el invertir en educación significaría aumentar las oportunidades y los ingresos de cada individuo, al incidir en la productividad y la formalidad del trabajo siendo esto un factor determinante en el incremento de la renta y de los costes públicos y privados.

Teoría de la informalidad

De Soto (1987) manifiesta que la informalidad viene siendo una actividad ejercida sin contemplar ni respetar las leyes y normas, dicho de otro modo, el estado no puede ejercer una presión sobre estos, ya que no están bajo un marco normativo. Es necesario indicar que las actividades que cuentan con beneficios determinados también son informales. Asimismo, vemos presentado a este tipo de comercio en dos modalidades, una de ellas el comercio ambulatorio y otra los mercados informales donde se forma un fenómeno que contempla las distintas actividades al margen de las leyes.

De Soto (1987) menciona que la comercialización ambulatoria, puede ser establecida en comercio de dos tipos. El itinerante donde principalmente se desarrolla las actividades de vender víveres o golosinas en pequeñas cantidades y que va transitando por las calles buscando venderlas a las personas encontradas en su recorrido. El otro tipo son los ubicados en la vía pública siendo este un punto fijo, esto suponiendo que para desarrollar su actividad comercial cada comerciante se ha instalado bajo un criterio de mayor concurrencia.

De igual manera, De Soto (1987) asevera, de acuerdo con la segunda modalidad de comercio informal ejecutado en los mercados establecidos informalmente para el ambulante que quieren dejar las vías públicas. En lo esencial, el comerciante busca de dejar el comercio ambulatorio puesto que esta con distintas limitaciones.

Entonces, “las actividades informales referidas por De Soto son ilegales porque no guardan relación con las regulaciones oficiales como licenciamiento, localización o forma de operación” (Bromley, 1998).



2.2.1. Factores socioeconómicos

Se definen como los ingresos, ocupación y educación de los que conforman el hogar. El nivel socioeconómico puede ser categorizado como alto, medio y bajo que a la par determina e incide en los procesos económicos de una sociedad (Centro Iris Center, 2021). Según Chase los factores socioeconómicos se encuentran vinculados a la personalidad, la actitud y el modo de vida de los sujetos pertenecientes a una sociedad y a una economía social de mercado (Chase, 2021). De acuerdo con Bernal (2005) estos factores involucran todas las actividades desarrolladas por las personas con el propósito de sustentar sus necesidades y de su familia, ya sea desarrolladas en su vivienda o fuera de ella.

Factores sociales

Son todos aquellos elementos que influyen de manera externa. En otras palabras, son aquellos que tienen origen en la interacción con amigos, familia, equipo de trabajo, comunidad próxima y que influyen en los pensamientos y sentimientos de las personas (Da Silva, 2021).

Según Collins *et al.* (1964) señala que, los factores sociales vinculados a la predisposición de emprender se encuentran a menudo asociado al contexto familiar, a la experiencia en el trabajo, el estado civil, el orden de nacimiento, el nivel de educación de los padres, la edad, y de ellos mismos, los hábitos de trabajo, entre otros. Asimismo, Guillen (2004) exponen que, hay evidencias para determinar que las circunstancias familiares, el estado civil, el orden de nacimiento, la edad, entre otros dirige el perfil del emprendedor como parte de los factores sociales. De acuerdo con Cecchini (2005) los indicadores sociales son:

Áreas geográficas: Tal composición involucra zonas urbanas y rurales, las unidades administrativas y las zonas geo - climáticas. Calcular indicadores urbanos y rurales es muy común y esencial. Por ello, puede ser útil efectuar un segundo desglose entre áreas urbanas por número de habitantes, y elaborar para las ciudades capitales, que tienden a tener al resto de las ciudades. Las unidades administrativas [estados, regiones, departamentos, provincias, distritos, municipios, entre otros] también pueden ser utilizadas como base para las desagregaciones.



Sexo: Es esencial mostrar información para cada sexo. Los desagregados por sexo representan la herramienta básica para permitir esta mirada relacional y comparativa.

Grupos de edad: La desagregación de los indicadores sociales por grupos de edad es elemental para la formulación de políticas públicas y focalización. En el trabajo de población estimada es esencial mantener la convención de desagregar los indicadores según periodos quinquenales.

Tamaño y composición del hogar/jefatura del hogar: Los indicadores sociales pueden ser desagregados según el tamaño y tipo de hogar [unipersonal, nuclear monoparental, nuclear sin hijos, extenso o compuesto].

Nivel o grado educativo: Puede encontrarse referido al grado más alto alcanzado en el sistema educativo o al número de años de estudio promedio de las personas. Esta desagregación permite destacar, los distintos resultados que se logran en el mercado de trabajo según el nivel de educación de las personas.

Grupos sociales específicos: En países distintos hay diversas significancias entre organizaciones socialmente establecidas, que puedan estar afirmadas en etnias o de otro tipo, la cual varía de acuerdo con el país siendo distintos entre ellos. Es de vital importancia que los indicadores sociales sean desagregados de acuerdo a donde pertenecen siendo así grupos étnicos o raciales.

Factores económicos

Estos se enfocan en los ingresos económicos, si es que realmente están satisfaciendo la necesidad básica de cada individuo que conforma la familia. Convirtiéndose en una herramienta esencial en la convivencia familiar, puesto que no sólo contribuye a la tranquilidad material sino también espiritual (Chavarría, 2001).

Los factores económicos que se consideran en la evaluación de los estudios son el producto geográfico, el ingreso per cápita y el consumo (Lira, 1975). Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (1978) las características de las personas y de las familias en relación con su situación económica comprende a las diversas maneras de cada una de estas coopera al funcionamiento del sector económico. En ese sentido, se señala factores económicos a lo siguiente:



Ingresos: El ingreso es una remuneración que se obtiene al realizar una determinada actividad. Estos ingresos pueden ser usados para solventar gastos como alimentación, vivienda, salud, educación, entre otros, además de ser un factor de ahorro si es que se genera una diferencia entre los ingresos y los gastos totales.

Ocupación: Es una forma de trabajo que se realiza de manera diaria, semanal o mensual como, por ejemplo, colaboradores de oficina, profesionales intelectuales, técnicos, entre otros; esto funciona de manera independiente de las actividades económicas que se desarrollen o de las categorías laborales.

Rama de actividad económica: Se encuentra referido al tipo primordial de actividad económica que desempeña una persona. De manera abreviada es una clasificación que se diferencia por sector servicios, agricultura e industria. Además, es de gran utilidad tener en consideración la Clasificación Industrial Internacional Uniforme [CIU].

2.2.2. Comercio informal

Es un conjunto de actividades que más trabajadores ocupa. Se le considera también transacciones de refugio en la que se establecen colaboradores de otras ramas. Comúnmente lo conforman los comercios dedicados a la venta de alimentos, bazares, prendas de vestir, comida, entre otros (Choy, 2011).

Romero (2018) menciona que también es cuya actividad entendida como un intercambio de bienes o servicios con fines lucrativos y desarrollado en espacios irregulares u ocultos. Es considerado informal debido a que no está regulado dentro de una formalización, de componentes fiscales y siendo más agravante, aunque no cumple con aquellos requisitos que establece las entidades municipales y de gobierno. Sin embargo, siendo este un comercio informal no está excepto de pagar por ocupará los espacios donde desarrollará sus actividades.

Obligaciones municipales

Según Martínez (2020) las obligaciones municipales son un conjunto de requisitos que debe tener un comerciante o empresa para poder ejercer algún



tipo de actividad económica. Las obligaciones municipales se pueden clasificar de la siguiente manera:

Autorización municipal: Faculta la apertura de un establecimiento para impulsar actividades económicas, profesionales o servicios con o sin fines de lucro por parte de las personas físicas o jurídicas.

Licencia municipal: La licencia municipal es un documento que otorgan las entidades locales del estado para realizar actividades empresariales en un establecimiento o local. Las personas que están en la obligación de contar con este documento son las personas físicas y jurídicas o entidades colectivas, nacionales o extranjeros, involucrando organizaciones estatales, que ejecuten actividades comerciales, de servicios y/o industriales, ya sea con la finalidad de obtener ganancias o no, a partir de la instalación o apertura de un local donde realizará sus actividades.

Pago de cuota municipal: El pago municipal es aquella cuota recaudada por el ente municipal de manera mensual. El pago de cuota municipal se genera por el desarrollo de la actividad económica autorizada dentro de un establecimiento propiedad del municipio.

Obligaciones con la administración tributaria

De acuerdo con Valdivia (2014) las obligaciones con la administración tributaria es el vínculo jurídico entre un sujeto deudor a favor de un acreedor, es decir que el deudor tiene el deber de dar un monto de dinero con carácter definitivo. En ese aspecto se tiene lo siguiente:

Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes [RUC]: El RUC es el registro donde está identificado las actividades económicas y conteniendo también aquella información relevante de los inscritos. Los obligados a la inscripción del RUC son aquellas que realicen actividades económicas que generan el pago de impuestos, siendo estas desarrolladas por personas domiciliadas o no en el Perú.

Declaración y pago de impuestos: Es la obligación que tienen las personas naturales o jurídicas a declarar y pagar sus impuestos de manera definitiva o mensual de acuerdo con el tipo de renta originado y como lo estipula el calendario de vencimientos, admitido por la SUNAT. Declarar y pagar puede



ser efectuado tanto de manera virtual utilizando el portal de la SUNAT o de manera presencial en bancos y sus respectivos agentes, los procesos se encuentra relacionado al tipo de régimen tributario [Nuevo Régimen Único Simplificado – NRUS, Régimen Especial de Renta – RER, Régimen Mype Tributario y Régimen General].

2.3. Bases normativas

Ley N° 28015. Ley de la promoción y formalización de la micro y pequeña empresa aprobada el 02 de julio del 2003. La norma refiere en su artículo 4° que “el estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de la Mype y la ayuda a nuevos emprendimientos, a través del gobierno nacional, regional y local”. En ese aspecto, se instaura un marco normativo que impulsa la inversión privada, promoviendo y fomentando la oferta de los servicios empresariales consignado a perfeccionar los rangos de ordenación, administración, articulación y tecnificación, comercial y productiva de las Mype.

Decreto legislativo N° 1409. Este decreto promueve formalizar y dinamizar las micro, pequeña y mediana empresa a través del marco societario llamado sociedad por acciones cerrada simplificada. La normativa tiene como fin la creación y regularización de un régimen de sociedades alternativo de responsabilidad limitada para formalizar y dinamizar la micro, pequeña y mediana empresa. La finalidad es la creación del régimen societario por acciones cerradas simplificada esto como vía alterna para formalizar las actividades económicas de personas naturales impulsando con ello el desarrollo empresarial y productivo de la Mype.

2.4. Definición de términos básicos

Actividad económica

Es el procedimiento de producción de bienes y servicios, en la cual se avalúan la fuerza laboral y los activos para transformar la materia en productos terminados o en servicios (INEI, 2014).

Autorización

Es un acto unilateral de la administración pública, con el que mediante el cual autoriza a una persona para desempeñar una actividad, al corroborarse que se ha cumplido los requisitos exigidos (Comité Permanente Interamericano de Seguridad Social [CPISC], 1984).



Comercio

El comercio se considera como la permuta de bienes y servicios entre partes a cambio de servicios y bienes con igual valor a cambio de dinero (Sevilla, 2015).

Formalización

Es un procedimiento que siguen las organizaciones para estar vinculadas con la economía formal de un país (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2017).

Ingresos

Es aquel beneficio que surge por la venta de un bien o servicios, que comúnmente se hace efectivo mediante un cobro monetario (Gil, 2015). **Impuestos**

“El impuesto es un tributo que los individuos están obligados a pagar a alguna organización, sin que exista una contraprestación directa, Esto es, sin que se le entregue o asegure un beneficio directo por su pago” (Nicole, 2016, pág. 1).

Ocupación

Ocupación como la clase o tipo de trabajo desarrollado, con especificación del puesto de trabajo desempeñado (INEI, 2020). **Mype**

“Las Mype o micropymes es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica [empresa] bajo cualquier forma de organización que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (BBVA Continental, 2021, pág. 1).

Licencia municipal

Es la autorización que otorgan las municipalidades para el desarrollo de actividades económicas en establecimiento determinado (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual [INDECOPI], 2020).

Registro Único de contribuyentes

Es un padrón que tiene por finalidad identificar e inscribir a los contribuyentes con fines impositivos y que permite el control a la administración tributaria (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información [MINTEL], 2004).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Método de investigación

Deductivo: Conforme a Bernal (2010) este método consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares con el fin de dar



soluciones a hechos particulares. La investigación hizo uso de esta metodología para explicar a través de la teoría los hechos que se evidencien a través de los resultados.

Analítico: Según Bernal (2010) este método analiza cada parte del objeto en estudio por separado de manera individual. La investigación a través de este método efectuó el estudio de cada una de las variables considerando sus dimensiones e indicadores para dicho proceso de estudio.

Hipotético - deductivo: Con base a Bernal (2010) la investigación es un procedimiento que parte de una aseveración en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis. En la investigación este método valiéndose de la estadística inferencial determinó la veracidad de las aseveraciones propuestas para el estudio de los factores socioeconómicos y el comercio informal.

3.2. Tipo de investigación

Cuantitativo: Conforme a Ñaupas et al. (2018) el enfoque cuantitativo se caracteriza los procedimientos y técnicas de carácter estadístico [medición numérica y porcentual]. En la investigación el análisis y el procesamiento de datos se efectuó a través del uso de la estadística descriptiva e inferencial.

Básica: La investigación básica o fundamental busca el conocimiento de la realidad o de los fenómenos de la naturaleza (Rodríguez, 2011). El estudio en ese aspecto buscó contribuir a la generación y al reconocimiento de nuevos factores vinculados al comercio informal con relación a los factores socioeconómicos.

Descriptiva: las investigaciones descriptivas estudian características de los elementos de la población sin involucrar otros análisis (Arias, 2021). El estudio buscó describir las características y aspectos relevantes de las variables factores socioeconómicos y comercio informal.

Explicativo: Conforme a Bernal (2010) la investigación explicativa su propósito es estudiar el porqué de los hechos, las circunstancias o los contextos de un problema. En la investigación se buscó explicar y analizar la causa y efecto de la relación entre variables. La investigación con asociación a lo referido por Bernal determinó cómo los factores socioeconómicos influyen el comercio informal en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña.

3.3. Diseño de la investigación

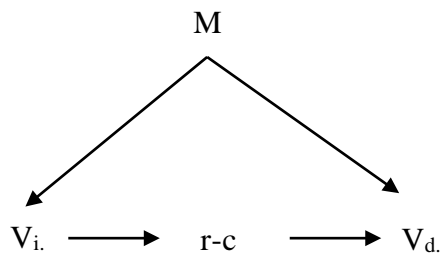
No experimental: Es aquella que se efectúa sin la manipulación de las variables de estudio (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). La investigación con base a lo



referido por el autor citado se sustentó en lo observado para efectuar el estudio de las variables factores socioeconómicos y el comercio informal.

Transversal: Se centra en evaluar la información en un periodo y momento determinado (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). La investigación con relación a lo sustentado se efectuó en un determinado periodo, siendo el periodo del 2022 el desarrolló de dicha investigación.

Figura 1 *Diseño de la investigación*



Donde:

M: Muestra

Vi.: Factores socioeconómicos

Vd.: Comercio informal r - c:

Influencia

3.4. Operacionalización de Variables

Tabla 1 *Operacionalización de las factores socioeconómicos y comercio informal*

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
----------	------------------------	-------------	-------------



Factores socioeconómicos	Los factores socioeconómicos se definen como los ingresos, educación y la ocupación de los individuos que componen la vivienda. El nivel socioeconómico puede ser categorizada como alto, medio y bajo que a la par determina e incide en los procesos económicos de una sociedad (Centro Iris Center, 2021)	Factor social Factor económico	Área geográfica
			Género
			Nivel de educación
			Tamaño de hogar y composición
Comercio informal	El comercio informal es aquella actividad entendida como un intercambio de bienes y/o servicios con fines económico y efectuado en un mercado de forma irregular y oculta (Romero, 2018).	Obligaciones municipales Obligaciones con la administración tributaria	Ingresos
			Ocupación
			Actividad económica
			Autorización
			Licencia municipal
			Pago de cuota municipal
			Inscripción al RUC
			Declaración
			Pago de impuestos

3.5. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.

3.5.1. Población

Según Vara (2015) es el conjunto de todos los individuos a investigar. La población del estudio estuvo compuesta por 311 comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota [Anexo 4].



3.5.2. Muestra

Conforme a Vara (2015) la muestra lo representa el conjunto de casos extraídos de la población, escogidos mediante un método racional. En la investigación la muestra estuvo conformado por 111 comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota. La muestra fue determinada por muestreo probabilístico como se muestra a continuación:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

e Reemplazando, tenemos:

$$n = \frac{311 * (1.96)^2 * 50\% * 50\%}{5\% * (311 - 1) + (1.96)^2 * 50\% * 50\%}$$

$$n = \frac{298.68}{1.74} = 172 \quad n = 172$$

La muestra por muestreo ajustado determina lo siguiente:

$$n = \frac{n^{\circ}}{1 + (n^{\circ}/N)}$$

$$n = \frac{172}{1.5542155} = 111 \quad n = 111$$

3.5.3. Muestreo

El muestreo según Vara (2015) es el proceso de extraer una muestra a partir de una población. En la investigación el muestreo empleado fue el muestreo probabilístico simple. Conforme a Vara (2015) el muestreo probabilístico simple establece la posibilidad de que cada individuo que conforma la población sea seleccionado.

3.5.4. Unidad de análisis.

Conforme a Vara (2015) son los elementos que conforman directamente el estudio. Por ello, en la investigación estuvo constituida por los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña.



3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

Encuesta: La encuesta conforme a Córdova (2019) es un proceso interrogatorio a uno o más personas dirigido por un encuestador, en base a los objetivos previstos. Se consideró apropiado el uso de esta técnica, porque permitió recopilar la información vinculada a las variables factores socioeconómicos y comercio informal.

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario: El cuestionario según Córdova (2019) es un instrumento que permite conocer una o más variables a través de un conjunto de interrogantes formuladas por escrito, en base a indicadores. El instrumento permitió recolectar los datos referentes a las variables de estudio. En tal sentido, las preguntas o interrogantes que se enunciaron para la variable factores socioeconómicos se formularon con alternativas cerradas [Politómicas] y para la variable comercio informal se expresó interrogantes con dos alternativas [dicotómicas]. La validez de los instrumentos se efectuó por juicio de expertos como la confiabilidad de acuerdo con lo que se muestra a continuación:

Tabla 2 *Confiabilidad de los instrumentos de la investigación*

Factores socioeconómicos				
	Pertinencia	Relevancia	Claridad	
Factor				Total
Social	1.00	1.00	0.96	0.99
Económico	1.00	1.00	1.00	1.00
Total	1.00	1.00	0.98	0.99
Comercio informal				
	Pertinencia	Relevancia	Claridad	
Obligación				Total
Municipales	0.93	0.93	1.00	0.96
Administración tributaria	1.00	1.00	1.00	1.00
Total	0.97	0.97	1.00	0.98

Nota. Validez de los instrumentos de investigación

3.7. Procesamiento y análisis de datos

3.7.1. Procesamiento de datos

Hoja de cálculo: Los datos recolectados en los cuestionarios fueron trasladados a hojas de cálculo, donde se procedió a su procesamiento a nivel descriptivo y de acuerdo con los objetivos plasmados en la investigación.



Software estadístico: Los datos ingresados en hojas de cálculo se trasladaron a software estadístico para el análisis inferencial y la determinación de la veracidad de la hipótesis.

3.7.2. Análisis de datos

El análisis a nivel descriptivo se efectuó a través de tablas dinámicas que, permitieron el procesamiento de los datos y su presentación en tablas simples y cruzadas, además de la generación de gráficos para una mejor presentación de los resultados. La determinación de la influencia de la variable factores socioeconómicos en el comercio informal, con relación a la hipótesis fue contrastado siguiendo el proceso de la estadística inferencial con base a la regresión logística que permitió determinar la influencia de la variable independiente sobre la dependiente.

3.8. Aspectos éticos y rigor científico

La investigación cumplió los aspectos éticos como beneficencia el cual tiene como intención de generar nuevos conocimientos, dignidad humana que tiene como finalidad respetar la voluntad y autonomía de los elementos de estudio como participantes en la investigación y de justicia en la que se respetó las condiciones y las reglas impuestas por la institución para recabar la información vinculada a la investigación.

Los criterios de rigor científico en la investigación aplicados fueron el de confidencialidad en la que información obtenida en el estudio se trabajó de manera anónima y sin poner en riesgo a sus participantes, credibilidad porque los datos recolectados se apegó a la verdad, confiabilidad dado que datos e información mostrados en la investigación cumplieron con los estándares de la Facultad de Ciencias Contables y Empresariales y la aplicabilidad dado que la encuesta se aplicó a la muestra en su totalidad y buscando el cumplimiento de los objetivos plasmados.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis e interpretación de resultados

La investigación a permitió determinar los factores socioeconómicos y los elementos que se encuentran vinculados al comercio informal los cuales a través del cuestionario se ha logrado los siguientes resultados:



Factores socioeconómicos de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña de Chota, 2022

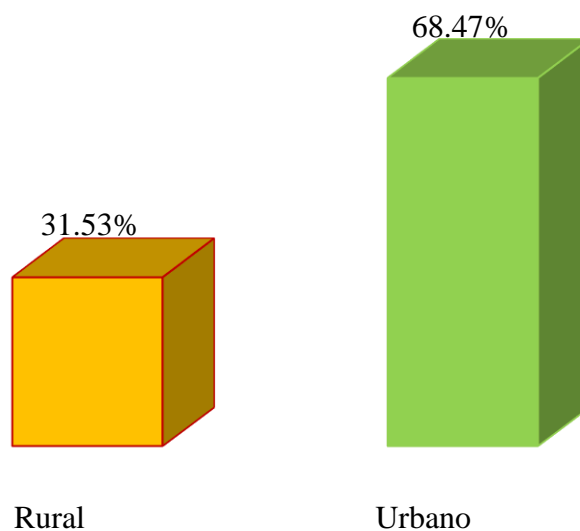
Los factores socioeconómicos de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña son los que a continuación se muestran:

Tabla 3 *Procedencia de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña*

Procedencia	N°	%
Rural	35	31.53%
Urbano	76	68.47%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario

Figura 2 *Procedencia de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña*



Se observa de la tabla y figura que los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, el 68.47% proceden de la zona urbana y el 31.53% proceden de la zona rural.



Tabla

4

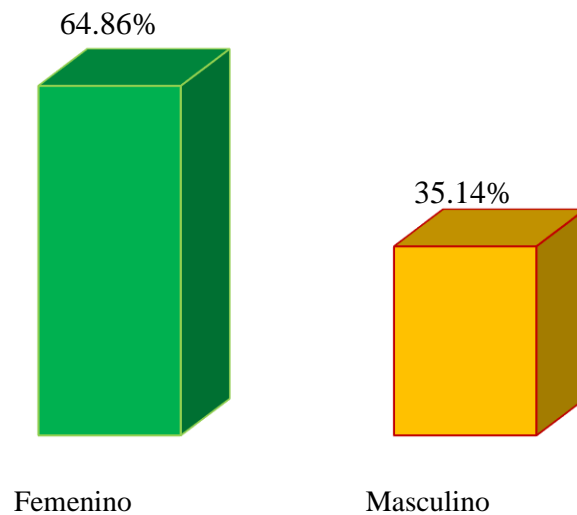
Genero de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña

Género	N°	%
Femenino	72	64.86%
Masculino	39	35.14%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario

Figura 3

Genero de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña



Se evidencia de la tabla y figura que los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, el 64.86% son de género masculino y el 35.14% son de género femenino. **5**

Edad de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña

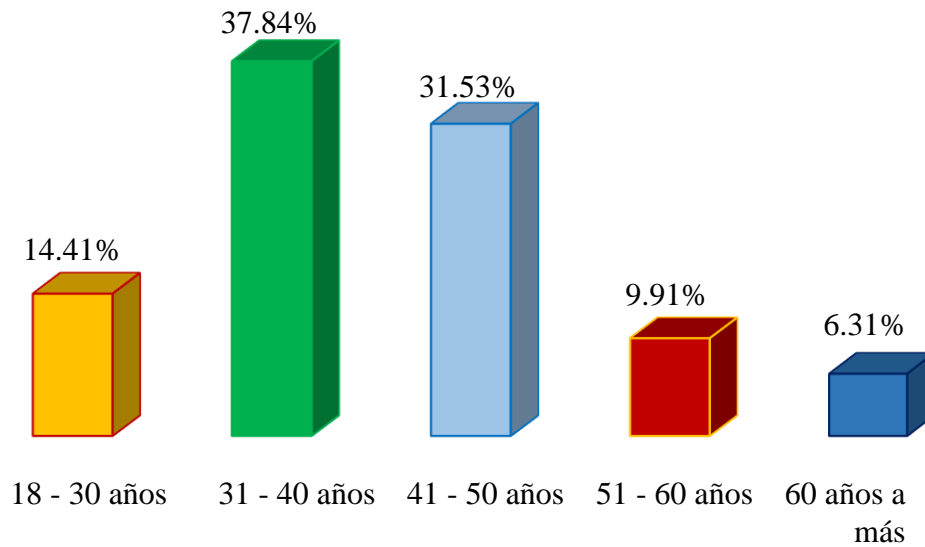
Edad	N°	%
18 - 30 años	16	14.41%
31 - 40 años	42	37.84%
41 - 50 años	35	31.53%
51 - 60 años	11	9.91%
60 años a más	7	6.31%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario



Tabla

Figura 4 *Edad de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña*



En la tabla y figura el 37.84% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, están en las edades entre 31 y 40 años, el 31.53% están entre 41 y 50 años, el 14.41% están entre 18 y 30 años, el 9.91% están entre 51 y 60 años, y sólo el 6.31% son de 60 años a más.

6

Nivel de educación de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña

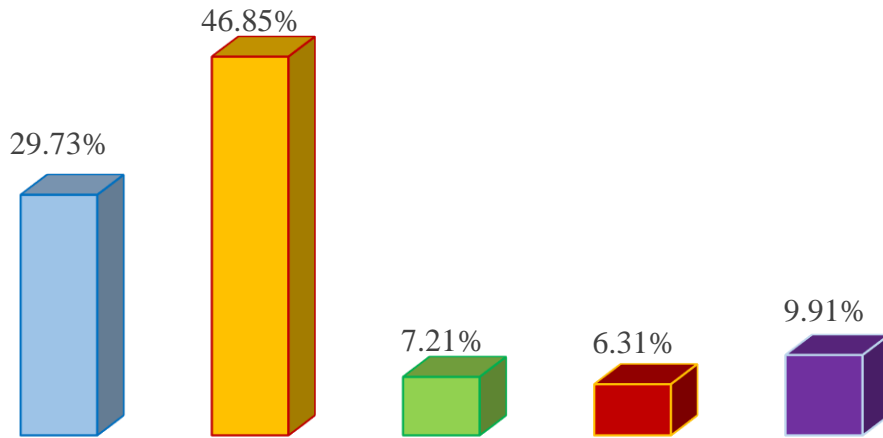
Nivel de instrucción	N°	%
Primaria completa	33	29.73%
Secundaria completa	52	46.85%
Sin instrucción	8	7.21%
Técnica completa	7	6.31%
Universitaria completa	11	9.91%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario



Tabla

Figura 5 Nivel de educación de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña



Primaria Secundaria Sin Técnica Universitaria completa completa instrucción completa completa

En la tabla y figura el 46.85% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, su nivel de educación es secundaria completa, el 29.73% con primaria completa, el 9.91% tiene educación universitaria completa, el 7.21% sin instrucción, y sólo el 6.31% educación técnica completa.

7

Número de ambientes en su vivienda de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio

Vásquez Acuña

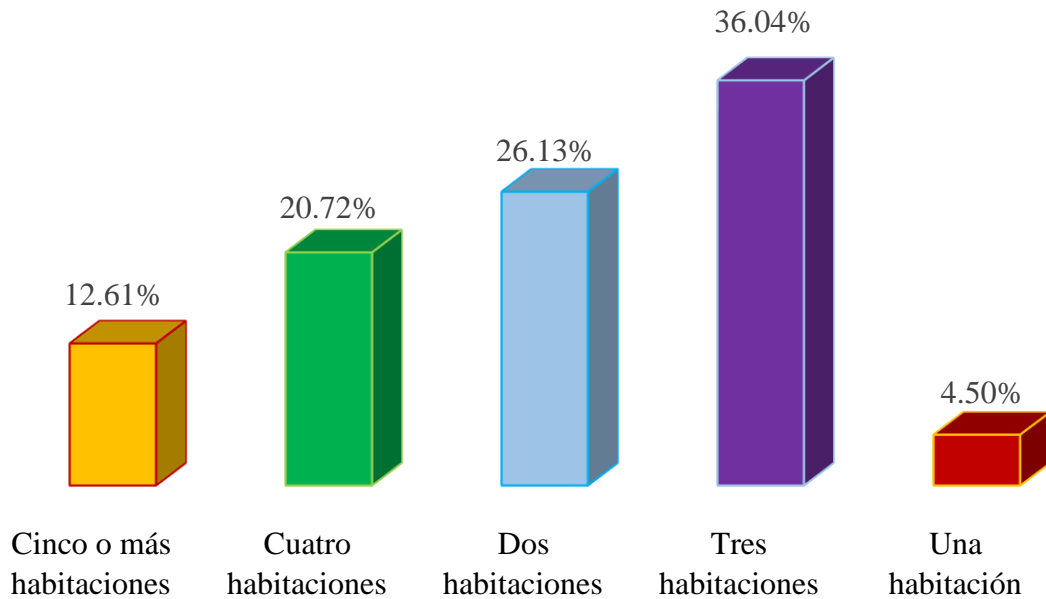
Número de ambientes en su vivienda	N°	%
Cinco o más habitaciones	14	12.61%
Cuatro habitaciones	23	20.72%
Dos habitaciones	29	26.13%
Tres habitaciones	40	36.04%
Una habitación	5	4.50%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario



Tabla

Figura 6 *Número de ambientes en su vivienda de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña*



En la tabla y figura el 36.04% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, su vivienda cuenta con tres ambientes, el 26.13% con dos habitaciones, el 20.72% con cuatro habitaciones, el 12.61% con cinco o más habitaciones, y sólo el 4.50% con una habitación.

8

Tipo de vivienda de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña

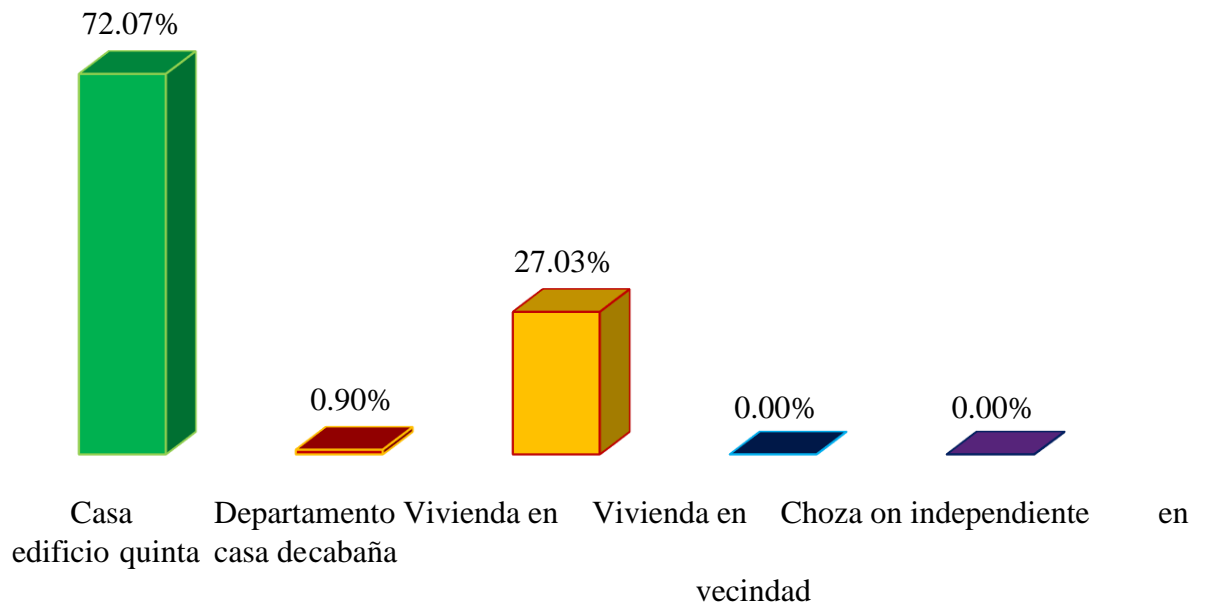
Tipo de vivienda	N°	%
Casa independiente	80	72.07%
Departamento en edificio	1	0.90%
Vivienda en quinta	30	27.03%
Vivienda en casa de vecindad	0	0.00%
Choza con cabaña	0	0.00%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario



Tabla

Figura 7 Tipo de vivienda de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña



El 72.07% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, cuentan con casa independiente, el 27.03% con vivienda en quinta, y mientras que el 0.90% con departamento en edificio.

9

Tenencia del hogar de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña

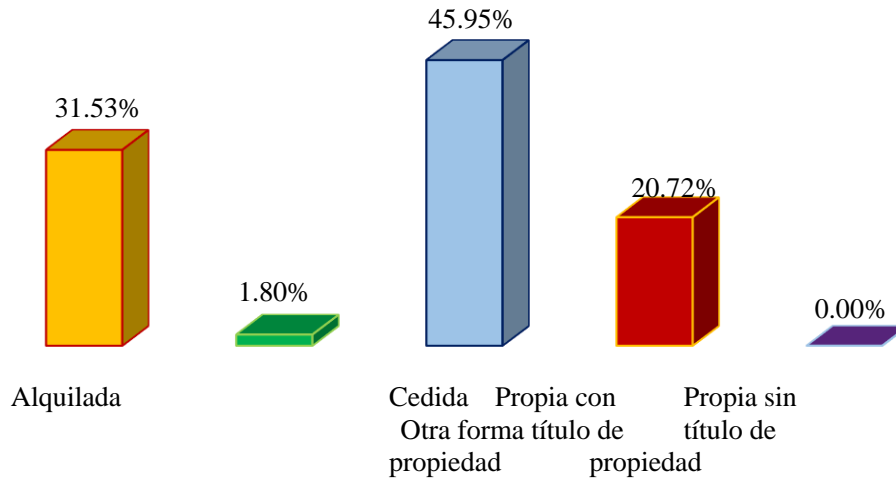
Tenencia del hogar	N°	%
Alquilada	35	31.53%
Cedida	2	1.80%
Propia con título de propiedad	51	45.95%
Propia sin título de propiedad	23	20.72%
Otra forma	0	0.00%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario



Tabla

Figura 8 Tenencia del hogar de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña



En la tabla y figura del 45.95% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, su tenencia del hogar es propia con título de propiedad, el 31.53% es alquilada, el 20.72% es propia sin título de propiedad, y mientras que del 1.80% es cedida.

10

Composición del hogar de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña

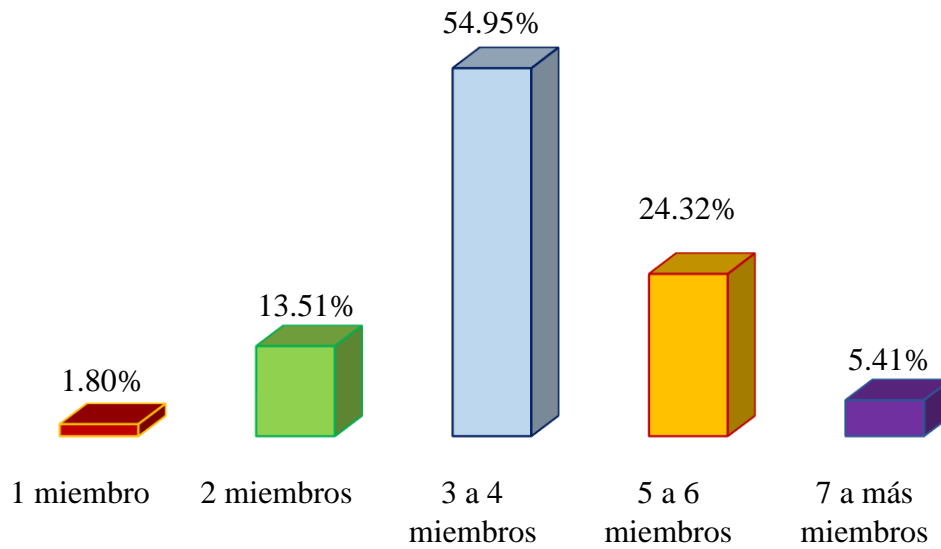
Composición del hogar	N°	%
1 miembro	2	1.80%
2 miembros	15	13.51%
3 a 4 miembros	61	54.95%
5 a 6 miembros	27	24.32%
7 a más miembros	6	5.41%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario



Tabla

Figura 9 Composición del hogar de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña



La tabla y figura del 54.95% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, su hogar está compuesto por 3 a 4 miembros, del 24.32% por 5 a 6 miembros, del 13.51% por 2 miembros, del 5.41% por 7 a más miembros y sólo del 1.80% está compuesta por un miembro.

11

Jefe del hogar en los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña

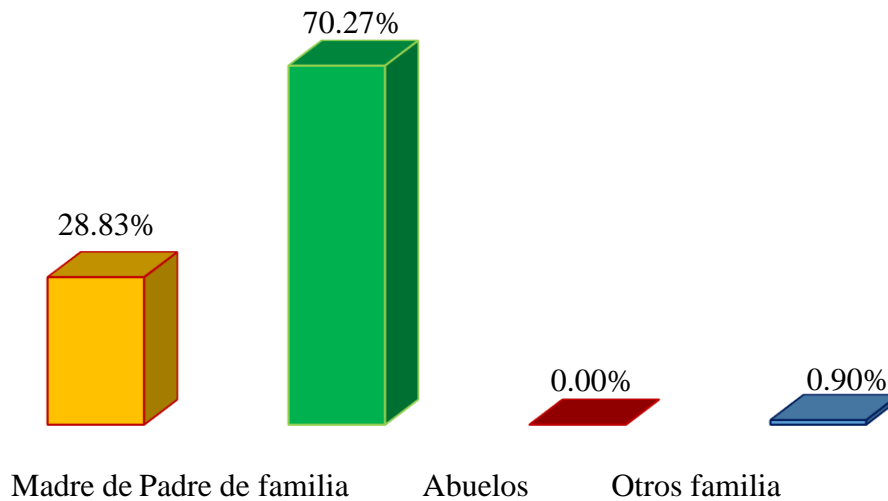
Jefe del hogar	N°	%
Madre de familia	32	28.83%
Padre de familia	78	70.27%
Abuelos	0	0.00%
Otros	1	0.90%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario



Tabla

Figura 10 *Jefe del hogar en los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña*



La tabla y figura del 70.27% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, el jefe del hogar es el padre de familia, del 28.83% es la madre de familia y del 0.90% otros.

12

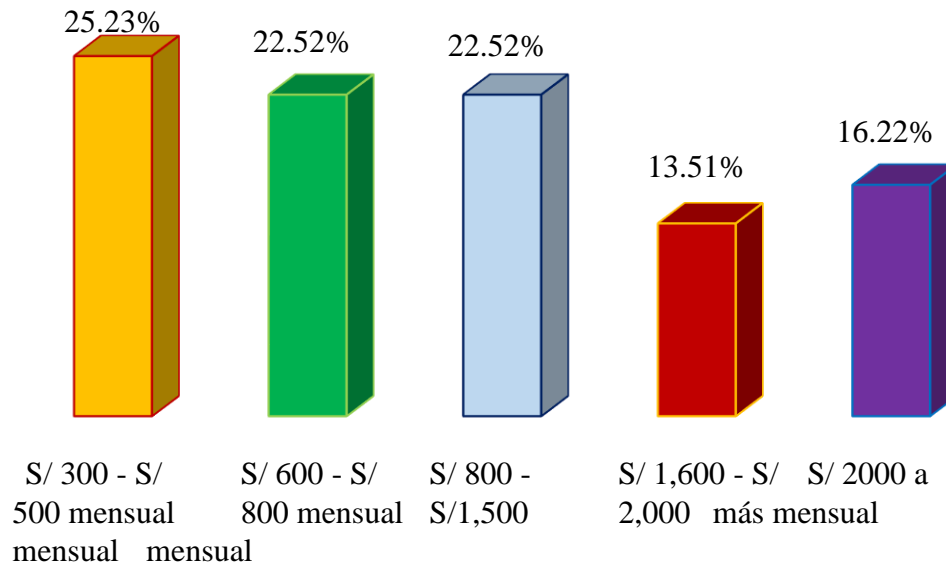
Ingresos de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña

Ingresos	N°	%
S/ 300 - S/ 500 mensual	28	25.23%
S/ 600 - S/ 800 mensual	25	22.52%
S/ 800 - S/1,500 mensual	25	22.52%
S/ 1,600 - S/ 2,000 mensual	15	13.51%
S/ 2000 a más mensual	18	16.22%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario

Tabla

Figura 11 *Ingresos de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña*



La tabla y figura demuestran que el 25.23% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, sus ingresos mensuales están entre S/ 300 – S/ 500, del 22.52% sus ingresos están entre S/ 600 – S/ 800 y S/ 800 – S/ 1500, del 16.22% de S/ 2000 a más y del 13.51% sus ingresos son entre S/ 1600 – S/ 2000.

13

Ocupación de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña

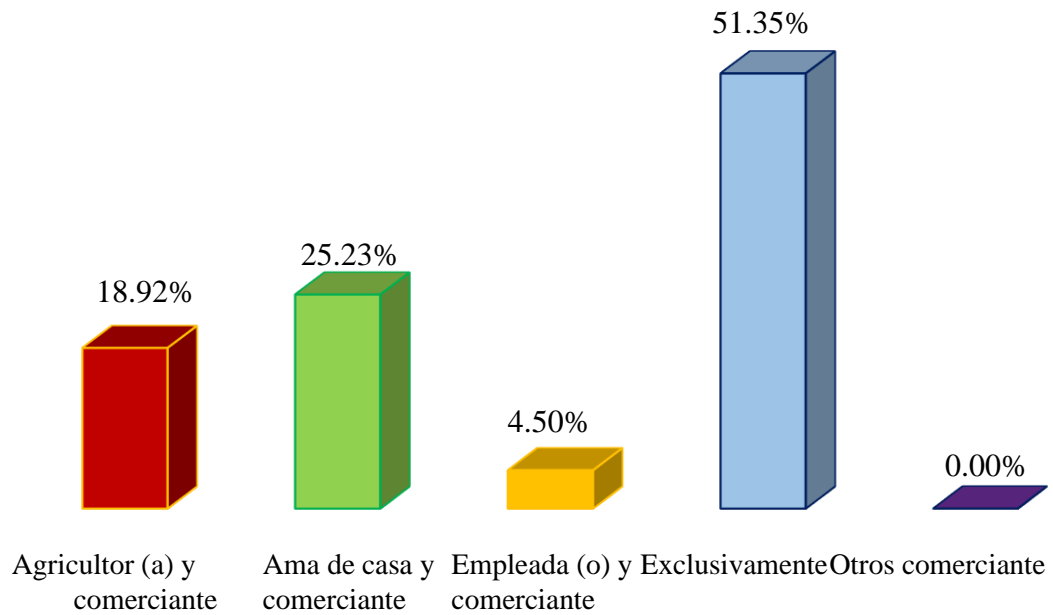
Ocupación	N°	%
Agricultor (a) y comerciante	21	18.92%
Ama de casa y comerciante	28	25.23%
Empleada (o) y comerciante	5	4.50%
Exclusivamente comerciante	57	51.35%
Otros	0	0.00%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario



Tabla

Figura 12 *Ocupación de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña*



La tabla y figura muestran que el 51.35% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, son exclusivamente comerciantes, el 25.23% son ama de casa y comerciante, el 18.92% son agricultores y comerciantes y el 4.50% son empleadas (os) y comerciantes.

14

Actividad económica de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña

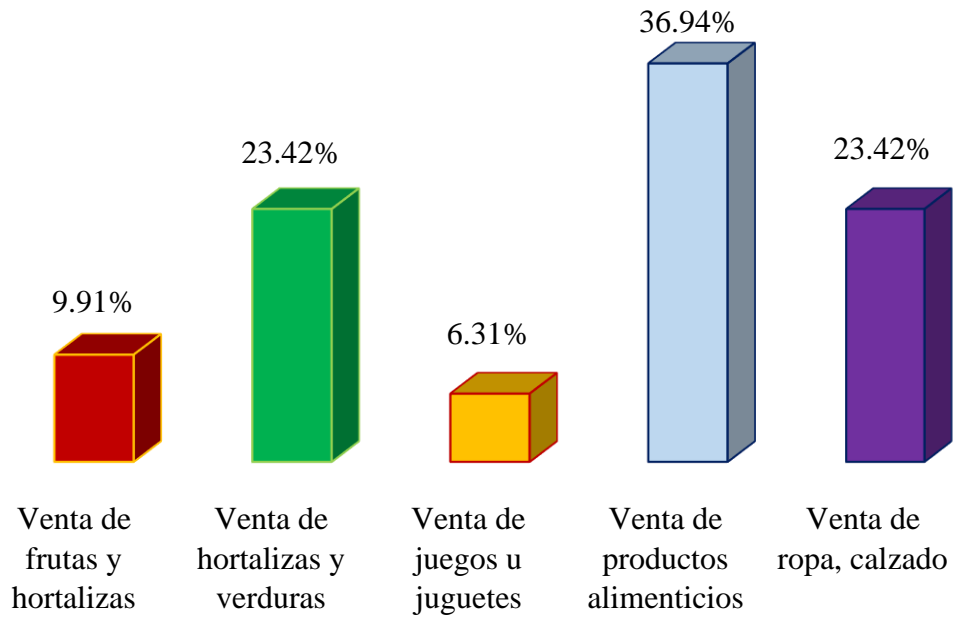
Actividad económica	N°	%
Venta de frutas y hortalizas	11	9.91%
Venta de hortalizas y verduras	26	23.42%
Venta de juegos u juguetes	7	6.31%
Venta de productos alimenticios	41	36.94%
Venta de ropa, calzado	26	23.42%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario



Tabla

Figura 13 *Actividad económica de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña*



La tabla y figura demuestra que el 36.94% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, se dedican a la venta de productos alimenticios, el 23.42% a la venta de hortalizas y verduras, así como a la venta de ropa y calzado, el 9.91% a la venta de frutas y hortalizas y el 6.31% a la venta de juegos o juguetes.

Comercio informal en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña de Chota, 2022

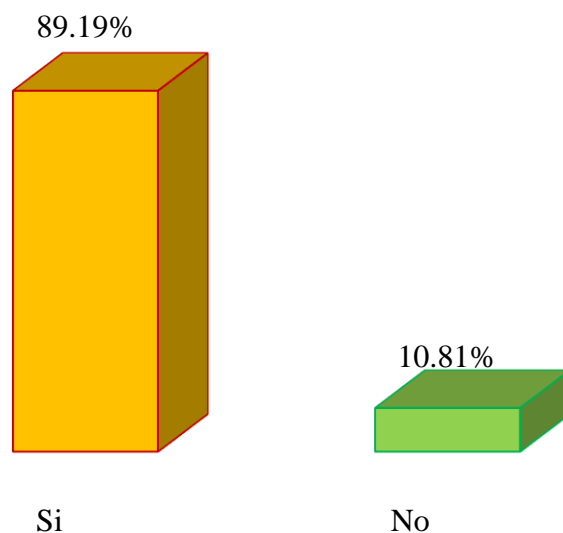
La aplicación del cuestionario permitió reconocer los aspectos vinculados a un comercio informal en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, siendo los resultados los que se muestran a continuación:

Tabla 15 *Autorización para la venta de productos*

Autorización	N°	%
Si	99	89.19%
No	12	10.81%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario

Figura 14 *Autorización para la venta de productos*



La tabla y figura se observa que el 89.19% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, si cuentan con autorización para la venta de productos y mientras que el 10.81% no cuentan con autorización.

Tabla 16

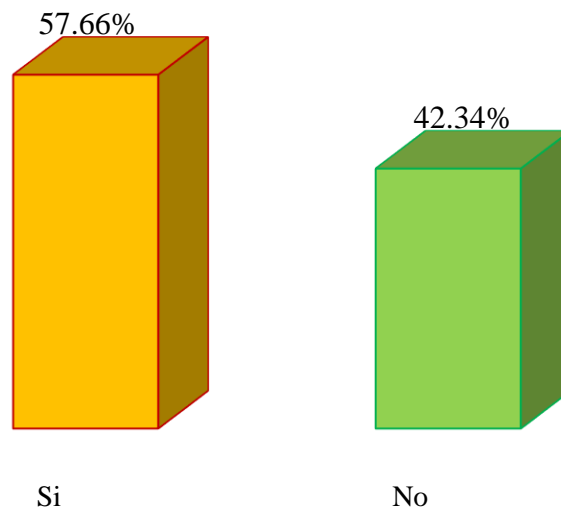
Licencia municipal

Licencia municipal	N°	%
Si	64	57.66%
No	47	42.34%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario



Figura 15 *Licencia municipal*



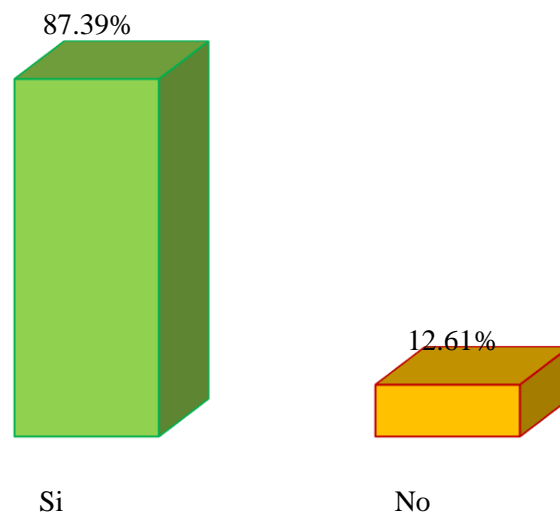
La tabla y figura muestran que el 57.66% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, si cuentan con licencia municipal y mientras que el 42.34% no tienen licencia municipal.

Tabla 17 *Pago de cuota mensual por un puesto de venta*

Pago de cuota mensual	N°	%
Si	97	87.39%
No	14	12.61%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario

Figura 16 *Pago de cuota mensual por un puesto de venta*





El 87.39% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, si pagan una cuota mensual por un puesto de venta y el 12.61% no pagan dicha cuota mensual.

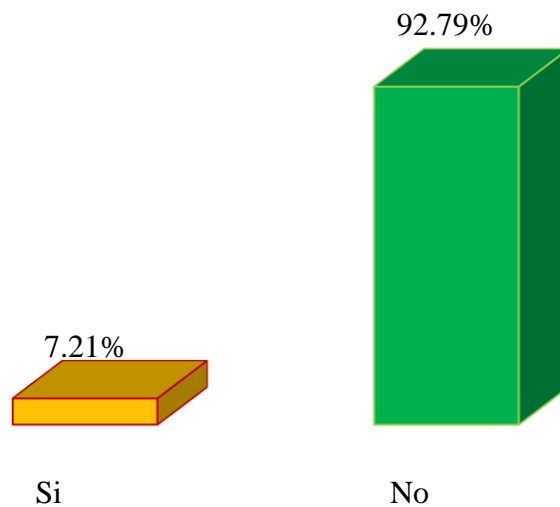
Tabla 18

Inscripción en el RUC

Inscripción en el RUC	N°	%
Si	8	7.21%
No	103	92.79%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario

Figura 17 *Inscripción en el RUC*



La tabla y figura determinó que el 92.79% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, no se encuentran inscritos en el RUC y sólo el 7.21% si están inscritos en el RUC.

Tabla 19 *Declaración de impuestos a SUNAT*

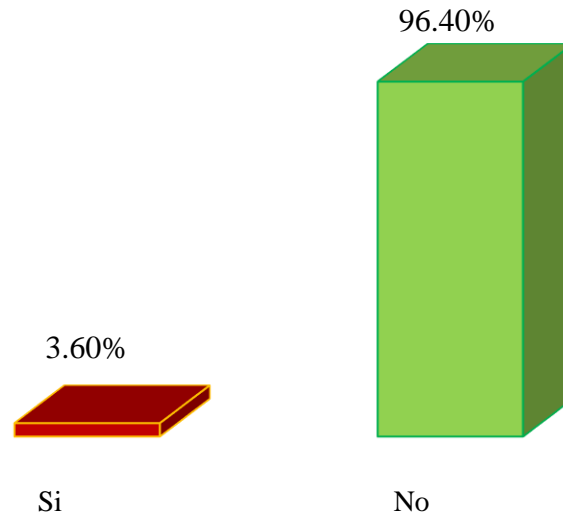
Declaración de impuestos	N°	%
Si	4	3.60%



No	107	96.40%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario

Figura 18 *Declaración de impuestos a SUNAT*



La tabla y figura muestran que el 96.40% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, no declaran sus impuestos mensualmente a SUNAT y sólo el 3.60% si declaran impuestos.

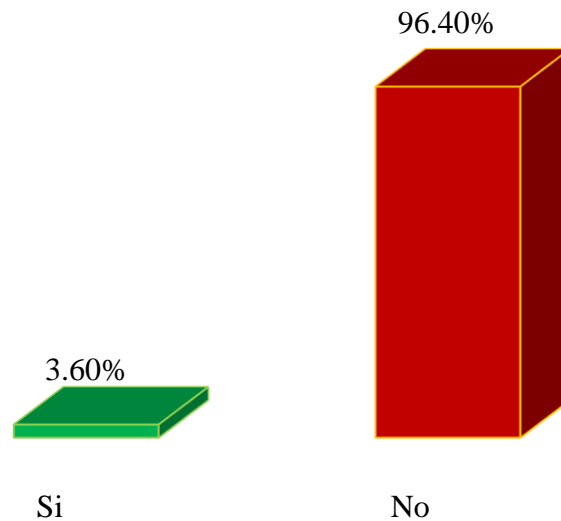
Tabla 20

Pago mensual de impuestos

Pago de impuestos	N°	%
Si	4	3.60%
No	107	96.40%
Total	111	100.00%

Nota. Base de datos del cuestionario

Figura 19 *Pago mensual de impuestos*



La tabla y figura muestran que el 96.40% de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, no pagan sus impuestos mensualmente a SUNAT y sólo el 3.60% si paga impuestos.

Cumplimiento de obligaciones municipales según los factores socioeconómicos de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022

Los datos recolectados del cuestionario permitieron determinar el cumplimiento de obligaciones municipales de acuerdo con los factores socioeconómicos de los comerciantes como se muestra a continuación:

Tabla 21 *Cumplimiento de obligaciones municipales según los factores socioeconómicos*

Cumplimiento de obligaciones municipales
Total



Factores socioeconómicos		Si		No			
		N°	%	N°	%	N°	%
Procedencia	Rural	30	85.71%	5	14.29%	35	100%
	Urbano	68	89.47%	8	10.53%	76	100%
Género	Femenino	60	83.33%	12	16.67%	72	100%
	Masculino	38	97.44%	1	2.56%	39	100%
Edad	18 - 30 años	12	75.00%	4	25.00%	16	100%
	31 - 40 años	38	90.48%	4	9.52%	42	100%
	41 - 50 años	33	94.29%	2	5.71%	35	100%
	51 - 60 años	9	81.82%	2	18.18%	11	100%
	60 años a más	6	85.71%	1	14.29%	7	100%
Nivel de educación	Primaria completa	29	87.88%	4	12.12%	33	100%
	Secundaria completa	51	98.08%	1	1.92%	52	100%
	Sin instrucción	4	50.00%	4	50.00%	8	100%
	Técnica completa	6	85.71%	1	14.29%	7	100%
	Universitaria completa	8	72.73%	3	27.27%	11	100%
Número de habitaciones en su vivienda	Cinco o más habitaciones	13	92.86%	1	7.14%	14	100%
	Cuatro habitaciones	21	91.30%	2	8.70%	23	100%
	Dos habitaciones	23	79.31%	6	20.69%	29	100%
	Tres habitaciones	37	92.50%	3	7.50%	40	100%
	Una habitación	4	80.00%	1	20.00%	5	100%



Factores socioeconómicos		Cumplimiento de obligaciones municipales				Total	
		Si		No		N°	%
		N°	%	N°	%		
Tipo de vivienda	Casa independiente	72	90.00%	8	10.00%	80	100%
	Departamento en edificio	0	0.00%	1	100.00%	1	100%
	Vivienda en quinta	26	86.67%	4	13.33%	30	100%
Tenencia del hogar	Alquilada	29	82.86%	6	17.14%	35	100%
	Cedida	-	0.00%	2	100.00%	2	100%
	Propia con título de propiedad	49	96.08%	2	3.92%	51	100%
	Propia sin título de propiedad	20	86.96%	3	13.04%	23	100%
Composición del hogar	1 miembro	1	50.00%	1	50.00%	2	100%
	2 miembros	10	66.67%	5	33.33%	15	100%
	3 a 4 miembros	56	91.80%	5	8.20%	61	100%
	5 a 6 miembros	26	96.30%	1	3.70%	27	100%
	7 a más miembros	5	83.33%	1	16.67%	6	100%
Jefe del hogar	Madre de familia Otros...	23	71.88%	9	28.13%	32	100%
		1	100.00%	0	0.00%	1	100%
	Padre de familia	74	94.87%	4	5.13%	78	100%
Ingresos	S/ 300 - S/ 500 mensual	19	67.86%	9	32.14%	28	100%
	S/ 600 - S/ 800 mensual	23	92.00%	2	8.00%	25	100%
	S/ 800 - S/1,500 mensual	23	92.00%	2	8.00%	25	100%
	S/ 1,600 - S/ 2,000 mensual	15	100.00%	0	0.00%	15	100%
	S/ 2000 a más mensual	18	100.00%	0	0.00%	18	100%
Ocupación	Agricultor (a) y comerciante	20	95.24%	1	4.76%	21	100%
	Ama de casa y comerciante	25	89.29%	3	10.71%	28	100%



Empleada (o) y comerciante	5	100.00%	0	0.00%	5	100%
Exclusivamente comerciante	48	84.21%	9	15.79%	57	100%

**Cumplimiento de obligaciones
municipales Total**

Factores socioeconómicos	Cumplimiento de obligaciones municipales Total					
	Si		No			
	N°	%	N°	%	N°	%
Venta de frutas y hortalizas	11	100.00%	0	0.00%	11	100%
Venta de hortalizas y verduras	24	92.31%	2	7.69%	26	100%
Actividad económica Venta de juegos u juguetes	6	85.71%	1	14.29%	7	100%
Venta de productos alimenticios	40	97.56%	1	2.44%	41	100%
Venta de ropa, calzado	17	65.38%	9	34.62%	26	100%

De los comerciantes según su lugar de procedencia se observa que, de los que proceden de la zona rural el 85.71% cumplen con sus obligaciones municipales, y de los de la zona urbana el 89.47% cumplen con sus obligaciones; con respecto al género de los comerciantes el 83.33% del género femenino cumplen sus obligaciones municipales y de los de género masculino el 97.44% cumplen; además los que cumplen con sus obligaciones municipales con un mayor porcentaje son los comerciantes de las edades entre 41 – 50 años con un 94.29%, los que tienen secundaria completa con 98.08%, los que tienen cinco o más habitaciones con un porcentaje 92.86%, los que tienen casa independiente con 90.00%, los que tienen tenencia propia con título de propiedad con un porcentaje de 96.08%, los que su hogar está compuesto por 5 a 6 miembros con un 96.30%, los que el jefe de hogar es el padre de familia con un 94.87%, de los que sus ingresos son entre S/ 1,600 - S/ 2,000 mensual y S/ 2000 a más mensual con un 100%, los que su ocupación es empleado y comerciante con un 100% y los que tiene como actividad económica la venta de frutas y hortalizas representado por un 100% que son los que cumplen con sus obligaciones municipales.



Cumplimiento de obligaciones con la administración tributaria según los factores socioeconómicos de los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022

Los datos recolectados del cuestionario permitieron determinar el cumplimiento de obligaciones con la administración tributaria de acuerdo con los factores socioeconómicos de los comerciantes como se muestra a continuación:

Tabla 22

Cumplimiento de obligaciones con la administración tributaria según los factores socioeconómicos

Factores socioeconómicos		Cumplimiento de obligaciones con la administración tributaria				Total	
		Si		No		N°	%
		N°	%	N°	%		
Procedencia	Rural	2	5.71%	33	94.29%	35	100%
	Urbano	2	2.63%	74	97.37%	76	100%
Género	Femenino	1	1.39%	71	98.61%	72	100%
	Masculino	3	7.69%	36	92.31%	39	100%
Edad	18 - 30 años	1	6.25%	15	93.75%	16	100%
	31 - 40 años	2	4.76%	40	95.24%	42	100%
	41 - 50 años	0	0.00%	35	100.00%	35	100%
	51 - 60 años	1	9.09%	10	90.91%	11	100%
	60 años a más	0	0.00%	7	100.00%	7	100%
Nivel de educación	Primaria completa	1	3.03%	32	96.97%	33	100%
	Secundaria completa	1	1.92%	51	98.08%	52	100%
	Sin instrucción	1	12.5%	7	87.50%	8	100%
	Técnica completa	0	0.00%	7	100.00%	7	100%
	Universitaria completa	1	9.09%	10	90.91%	11	100%



Número de ambientes en su vivienda	Cinco o más habitaciones	1	7.14%	13	92.86%	14	100%
	Cuatro habitaciones	0	0.00%	23	100.00%	23	100%
	Dos habitaciones	1	3.45%	28	96.55%	29	100%
	Tres habitaciones	2	5.00%	38	95.00%	40	100%
	Una habitación	0	0.00%	5	100.00%	5	100%

Cumplimiento de obligaciones con la Total Factores socioeconómicos administración tributaria

		Si		No		N°	%
		N°	%	N°	%		
Tipo de vivienda	Casa independiente	4	5.00%	76	95.00%	80	100%
	Departamento en edificio	0	0.00%	1	100.00%	1	100%
	Vivienda en quinta	0	0.00%	30	100.00%	30	100%
Tenencia del hogar	Alquilada	1	2.86%	34	97.14%	35	100%
	Cedida	0	0.00%	2	100.00%	2	100%
	Propia con título de propiedad	3	5.88%	48	94.12%	51	100%
	Propia sin título de propiedad	0	0.00%	23	100.00%	23	100%
Composición del hogar	1 miembro	0	0.00%	2	100.00%	2	100%
	2 miembros	0	0.00%	15	100.00%	15	100%
	3 a 4 miembros	2	3.28%	59	96.72%	61	100%
	5 a 6 miembros	1	3.70%	26	96.30%	27	100%
	7 a más miembros	1	16.7%	5	83.33%	6	100%
Jefe del hogar	madre de familia Otros...	0	0.00%	32	100.00%	32	100%
		0	0.00%	1	100.00%	1	100%
	Padre de familia	4	5.13%	74	94.87%	78	100%
Ingresos	S/ 300 - S/ 500 mensual	1	3.57%	27	96.43%	28	100%
	S/ 600 - S/ 800 mensual	1	4.00%	24	96.00%	25	100%
	S/ 800 - S/1,500 mensual	1	4.00%	24	96.00%	25	100%
	S/ 1,600 - S/ 2,000 mensual	0	0.00%	15	100.00%	15	100%



	S/ 2000 a más mensual	1	5.56%	17	94.44%	18	100%
Ocupación	Agricultor (a) y comerciante	2	9.52%	19	90.48%	21	100%
	Ama de casa y comerciante	0	0.00%	28	100.00%	28	100%
	Empleada (o) y comerciante	0	0.00%	5	100.00%	5	100%
	Exclusivamente comerciante	2	3.51%	55	96.49%	57	100%

		Cumplimiento de obligaciones con la Factores socioeconómicos administración tributaria					
						Total	
		Si		No			
		N°	%	N°	%	N°	%
Actividad económica	Venta de frutas y hortalizas	0	0.00%	11	100.00%	11	100%
	Venta de hortalizas y verduras	1	3.85%	25	96.15%	26	100%
	Venta de juegos u juguetes	0	0.00%	7	100.00%	7	100%
	Venta de productos alimenticios	1	2.44%	40	97.56%	41	100%
	Venta de ropa, calzado	2	7.69%	24	92.31%	26	100%

De los comerciantes según su lugar de procedencia se observa que, de los que proceden de la zona rural el 94.29% no cumplen sus obligaciones con la administración tributaria, y de los de la zona urbana el 97.37% no cumplen con dichas obligaciones; con respecto al género de los comerciantes el 98.61% del género femenino no cumplen sus obligaciones con la administración tributaria y de los del género masculino el 92.31% no cumplen; además los que no cumplen sus obligaciones con la administración tributaria con un mayor porcentaje son los comerciantes de las edades entre 41 – 50 años con un 100.00%, los que tienen secundaria completa con 98.08%, los que tienen cuatro habitaciones con un porcentaje 100.00%, los que cuentan con vivienda en quinta con 100.00%, los que tienen tenencia propia sin título de propiedad con un porcentaje de 100.00%, los que su hogar está compuesto por 2 miembros con un 100.00%, los que el jefe de hogar es la madre de familia con un 100.00%, de los que sus ingresos son entre S/ 1,600 - S/ 2,000 mensual con un 100%, los que su ocupación es ama de casa y comerciante con un 100% y los que tiene como actividad económica la venta de frutas y hortalizas con un 100%



representado por un 100% que son los que no cumplen sus obligaciones con la administración tributaria.

4.2. Contrastación de hipótesis

H₁. Los factores socioeconómicos influyen en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022.

H₀. Los factores socioeconómicos no influyen en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022.

Tabla 23 Información de ajuste de los modelos

Modelo	Criterios de ajuste de modelo	Pruebas de la razón de verosimilitud		
		Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl. Sig.
Sólo intersección	163,320			
Final	121,328	41,992	24	0,013

Se establece que la significancia según las pruebas de razón de verosimilitud es de 0.013 [$0.013 < 0.05$] evidenciándose la significancia de la influencia de los factores socioeconómicos sobre el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña.

Tabla 24 Pseudo R cuadrado

Pruebas	R cuadrado
Cox y Snell	0,315
Nagelkerke	0,409
McFadden	0,257

Además, se observa que el Pseudo R Cuadrado de Nagelkerke tiene un valor de 0.409 [40.9%], es decir que los factores socioeconómicos influyen en un 40.9% sobre el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa donde: Los factores socioeconómicos influyen en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022; y se rechaza la hipótesis nula



4.3. Discusión de resultados

La aplicación del cuestionario permitió determinar en la investigación referente al primer objetivo específico que los factores socioeconómicos de los comerciantes referentes al factor social fueron que el 68.47% procede del área urbana, el 64.86% son de sexo femenino, el 37.84% se encontró entre las edades de 31 – 40 años, el 46.85% tiene secundaria completa, el 36.04% tiene tres habitaciones, el 72.07% su vivienda es independiente, el 45.95% es propia, el 54.95% su hogar se compone en 3 a 4 miembros, el 7.27% tiene como jefe de hogar al padre de familia y referente al factor económico los ingresos del 25.23% es de S/ 300 a S/ 500 mensual, el 51.35% son comerciantes y el 36.94% vende productos alimenticios. Los resultados son contrastables con Armas (2020) quien reconoció que los comerciantes procedieron en su mayoría del área urbana, tienen una edad entre 31 – 40 años, cuentan secundaria, el jefe de hogar es el padre, los ingresos se encuentran S/200 – S/400 y venden productos alimenticios. Lo contrastado permitió reconocer que los factores socioeconómicos son elementos que juegan un rol fundamental sobre la decisión del comerciante de practicar una actividad comercial dentro de lo formal o lo informal.

Del segundo objetivo específico determinó que el 89.19% cumple con las autorizaciones de venta, el 57.66% cuenta con licencia municipal, el 87.39% paga su cuota mensual por su puesto de venta, sin embargo, el 92.79% no se encuentra inscrito en el RUC, el 96.40% no ha declarado sus impuestos y no paga sus impuestos. Los resultados son contrastables con lo obtenido por Loja (2020) quien determinó que el cumplimiento de obligaciones municipales como autorización y licencia se muestra por el 60% de comerciantes. Por su lado Malqui (2021) determinó con base a su estudio que el 60% no se encuentra inscrito en el RUC como incumplen con la declaración y pago de estos. Finalmente, la investigación de Armas (2020) reconoció que se paga el impuesto sólo el 4.5% y a la municipalidad el 54.8%. Los resultados y lo indicado por los autores permitieron reconocer que el comercio informal se encuentra vinculado al incumplimiento de las obligaciones con la administración tributaria.

El tercer objetivo específico reconoció que de los comerciantes que proceden de la zona rural el 85.71% cumplen con sus obligaciones municipales, y de los de la zona



urbana el 89.47% cumplen con sus obligaciones; con respecto al género de los comerciantes el 83.33% del género femenino cumplen sus obligaciones municipales y de los de género masculino el 97.44% cumplen; además los que cumplen con sus obligaciones municipales con un mayor porcentaje son los comerciantes de las edades entre 41 – 50 años con un 94.29%, los que tienen secundaria completa con 98.08%, los que tienen cinco o más habitaciones con un porcentaje 92.86%, los que tienen casa independiente con 90.00%, los que tienen tenencia propia con título de propiedad con un porcentaje de 96.08%, los que su hogar está compuesto por 5 a 6 miembros con un 96.30%, los que el jefe de hogar es el padre de familia con un 94.87%, de los que sus ingresos son entre S/ 1,600 - S/ 2,000 mensual y S/ 2000 a más mensual con un 100%, los que su ocupación es empleado y comerciante con un 100% y los que tiene como actividad económica la venta de frutas y hortalizas representado por un 100% que son los que cumplen con sus obligaciones municipales. Resultados son similares con Armas (2020) quien determinó que los comerciantes sin depender de su procedencia, ingresos u otros factores siempre buscan cumplir con sus obligaciones municipales, sin embargo, elementos tributarios son los que inciden a no realizar actividades comerciales dentro de lo formal. Los factores socioeconómico con referencia al cumplimiento de obligaciones municipales se reconocen como elementos que no implican la pérdida de la responsabilidad y sobre todo de tratar de evadirlos de alguna manera y como apreciación se debería al bajo costo que estos significan.

El cuarto objetivo específico mostró que los comerciantes que proceden de la zona rural el 94.29% no cumplen sus obligaciones con la administración tributaria, y de los de la zona urbana el 97.37% no cumplen con dichas obligaciones; con respecto al género de los comerciantes el 98.61% del género femenino no cumplen sus obligaciones con la administración tributaria y de los del género masculino el 92.31% no cumplen; además los que no cumplen sus obligaciones con la administración tributaria con un mayor porcentaje son los comerciantes de las edades entre 41 – 50 años con un 100.00%, los que tienen secundaria completa con 98.08%, los que tienen cuatro habitaciones con un porcentaje 100.00%, los que cuentan con vivienda en quinta con 100.00%, los que tienen tenencia propia sin título de propiedad con un porcentaje de 100.00%, los que su hogar está compuesto por 2 miembros con un 100.00%, los que el jefe de hogar es la madre de familia con un 100.00%, de los que sus ingresos son entre S/ 1,600 - S/ 2,000 mensual con un 100%, los que su ocupación es ama de casa y comerciante con un 100% y los que



tiene como actividad económica la venta de frutas y hortalizas representado por un 100% que son los que no cumplen sus obligaciones con la administración tributaria. Resultados similares al Rupay y Myumi (2021) quienes concluyeron que los comerciantes de las zonas urbanas, de sexo masculinos, los de edades entre 43 y 60 años, como su nivel de ingresos determinan el incumplimiento de obligaciones tributarias como el pago de los impuestos y de otras responsabilidades. Es apreciable que los factores socioeconómicos son un elemento determinante dentro de actividad comercial y del nivel de formalización que procure generarse.

Finalmente, se determinó con base al objetivo general que la significancia según las pruebas de razón de verosimilitud es de 0.013 [$0.013 < 0.05$] evidenciándose la significancia de la influencia de los factores socioeconómicos sobre el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña. Asimismo, se observó del Pseudo R Cuadrado de Nagelkerke un valor de 0.409 [40.9%], refiriendo que los factores socioeconómicos influyen en un 40.9% sobre el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña. Resultado es contrastable con Armas (2020) quien reconoció que los factores socioeconómicos influyen en el comercio informal de forma significativa y valores de 0.76 y 0.88 respectivamente. Es apreciable que los factores socioeconómicos son un elemento contundente de lo que se aprecia como comercio informal y sobre la decisión que toma el comerciante al momento de realizar cualquier tipo de actividad económica que es sobre todo de sustento y este quizás sea el factor que determina su accionar al margen de sus obligaciones con las entidades estatales.

CONCLUSIONES

1. Se determinó que los factores socioeconómicos influyen en un 40.9% con un valor de significancia de p de 0.0013 en el comercio informal en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña de Chota siendo el nivel de instrucción y el cumplimiento de sus obligaciones lo que determina que se encuentren en la informalidad.
2. Los comerciantes con referencia a los factores sociales mostraron que mayoría provienen del área urbana, son de sexo femenino, tienen entre 31 y 40 años y su nivel de instrucción es secundaria completa; con referencia al factor económico su viviendas cuenta con tres a cuatro habitaciones, casa independiente, son propias y alquiladas, su hogar se compone de 3 a 4 miembros, el jefe del hogar es el padre, sus ingresos van desde S/ 300 a S/ 1500 como máximo, su ocupación es exclusivamente comerciante como de amas de casa y su actividad económica es la venta de productos alimenticio, hortalizas y verduras.



3. El comercio informal en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña de Chota se encuentra determinado por la falta de inscripción en el RUC de los comerciantes y la falta de declaración de impuestos como el pago mensual de estos.
4. Se identificó que los comerciantes que cumplen con sus obligaciones municipales provienen del área urbana seguido del área rural, son de sexo masculino, tienen una edad entre 41 – 50 años, de secundaria completa, los que cuentan con una casa independiente, con un hogar compuesto por 5 a 6 miembros, en el que el jefe de hogar es el padre, sus ingresos es de S/ 1600.00 a 2,000 o de 2,000 a más, su ocupación es empleado y comerciante y su actividad económica es la venta de frutas y hortalizas.
5. Se determinó que los comerciantes no cumplen con sus obligaciones con la administración tributaria, siendo estos de la zona urbana y rural, son de sexo femenino, su edad se encuentra entre 41 – 50 años, con secundaria completa, cuentan con departamento o vivienda en quinta, aquellos que tienen un hogar compuesto por dos miembros, en el que el jefe del hogar es la madre de familia, sus ingresos entre S/ 1,600.00 – S/ 2,000.00, su ocupación es ama de casa y los que venden frutas y hortalizas.

RECOMENDACIONES

1. La Municipalidad Provincial de Chota a través del área de Gerencia Económica y Desarrollo Social debe implementar programas que promuevan el desarrollo económico y mejoren las condiciones sociales de la comunidad, a fin de mejorar las condiciones sociales y económicas que impulsan la informalidad y fomentar un entorno empresarial más formal y sostenible.
2. La Municipalidad Provincial de Chota por intermedio de la Gerencia Económica y Desarrollo Social debe efectuar y desarrollar actividades que permitan fortalecer el sector comercial, promoviendo la venta de productos alimenticios, hortalizas y verduras, ropa y calzado y otros bienes, ello a través de la implementación de políticas y programas que promuevan un crecimiento y desarrollo sostenible.
3. La Municipalidad Provincial de Chota por el área de la Gerencia Económica y Desarrollo Social debe efectuar coordinaciones con el fin de que la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria [SUNAT] a través de su sede de orientación campañas de concientización y educación fiscal, como la de campañas en los mercados sobre todo en Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña con la finalidad de incorporar a los



comerciales al sistema tributario y su formalización y el cumplimiento de sus responsabilidades tributarias.

4. La Municipalidad Provincial de Chota por intermedio de la Gerencia Económica y Desarrollo Social debe desarrollar estrategias y políticas que permitan el fortalecimiento significativo de las obligaciones municipales considerando los factores sociales y económicos de cada uno de los comerciantes.
5. La Municipalidad Provincial de Chota por intermedio de la Gerencia Económica y Desarrollo Social con apoyo de la oficina de orientación de Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT] diseñar estrategias económicas y sociales enfocadas en la falta de cumplimiento de obligaciones tributaria considerando medidas como la sensibilización, la educación y la simplificación de los procesos administrativos para fomentar el cumplimiento tributario y fortalecer la relación entre los comerciantes y la administración tributaria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfonso, C., & Sánchez, G. (2019). El comercio ambulatorio informal como problemática social. *Revista Social Innova Sciences*, 1(2), 64-68.
<https://socialinnovasciences.org/ojs/index.php/sis/article/view/30/31>
- Arias, E. (05 de febrero de 2021). *Investigación descriptiva*. Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>
- Armas, S. (2020). *Factores socioeconómicos que influyen en el comercio informal de los vendedores del distrito de Belén - Iquitos, 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada de la Selva Peruana]. Repositorio Institucional UPS.
<http://repositorio.ups.edu.pe/bitstream/handle/UPS/68/TESIS%20SOFIA%20ARMA%20TEJADA.pdf>
- Banco Mundial [BM]. (11 de mayo de 2021). *La informalidad generalizada puede retrasar la recuperación de la COVID19 en las economías en desarrollo*. Banco Mundial:
<https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2021/05/11/widespreadinformality-likely-to-slow-recovery-from-covid-19-in-developing-economies>
- BBVA Continental. (28 de mayo de 2021). *Pymes y MYPES: en qué se diferencian*. BBVA Continental: <https://www.bbva.com/es/pymes-y-mypes-en-que-se-diferencian/>
- Becerra, A. (2021). *Apropiación de espacios públicos y comercio informal en el Jirón Tayabamba, y entorno del mercadillo de la ciudad de Cajamarca*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56498/Becerra_SAMSD.pdf?sequence=1&isAllowed=y



- Bernal, A. (2005). *La familia como ámbito educativo* (1° ed.). Rialp.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (3° ed.). Pearson Educación.
- Bromley, R. (1998). Informalidad y desarrollo: interpretando a Hernando de Soto. *Sociológica*, 13(37).
<http://www.sociologicamexico.azc.uam.mx/index.php/Sociologica/article/download/553/526/>
- Cañapatana, W., & Quipe, D. (2020). Factores determinantes del empleo informal en la región Moquegua. *Revista Veritas*, 21(1), 39-44.
<https://revistas.ucsm.edu.pe/ojs/index.php/veritas/article/download/256/179/#:~:text=Se%20puede%20concluir%20que%20los,y%20proceder%20del%20C3%A1rea%20rural.>
- Cecchini, S. (2005). *Indicadores sociales en América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL].
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4735/S05707_es.pdf
- Centro Iris Center. (05 de enero de 2021). *¿Qué deben entender los maestros para poder responder a la diversidad estudiantil en sus salones de clase? ¿Por qué sí o por qué no?* Iris Center:
<https://iris.peabody.vanderbilt.edu/module/divspanish/cresource/q2/p06/>
- Chase, M. (2020 de noviembre de 2021). *Definición de factores socio - económicos*. E how:
https://www.ehowenespanol.com/definicion-factores-socioeconomicos-sobre_36174/
- Chavarría, H. (2001). *Factores no económicos de la competitividad* (1° ed.). Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA].
<http://repiica.iica.int/DOCS/B0032E/B0032E.PDF>
- Choy, E. (2011). La informalidad en los sectores económicos y la evasión tributaria en el Perú. *Quipukamayoc*, 18(35), 11-15.
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/6805/6026>
- Coll, F. (13 de octubre de 2020). *Estudio transversal*. Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/estudio-transversal.html>
- Collins, C., Moore, D., & Unwala, D. (1964). *The organization makers: a behavioral study of independent entrepreneurs* (2° ed.). Meredith.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (1978). *La experiencia latinoamericana en los censos de población de 1970 y orientaciones para los censos de 1980*. Consejo Económico y Social.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2848/S7800008_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Comité Permanente Interamericano de Seguridad Social [CPISC]. (1984). *Autorización administrativa*. Glosario de términos en Seguridad Social:
<http://biblioteca.ciess.org/glosario/termino/autorizaci%C3%B3n-administrativa>
- Condori, M., Pariona, E., Suasnabar, S., & Reyna, G. (2019). Factores asociados al comercio informal en el mercado Ráez Patiño de Huancayo. *Revista de Científica de Ciencias*



- Sociales*, 4(1), 95-113.
<https://revistas.uncp.edu.pe/index.php/socialium/article/view/512/689>
- Córdova, I. (2019). *Estadística aplicada a la investigación* (6° ed.). San Marcos.
- Da Silva, D. (05 de agosto de 2021). *¿Qué factores influyen en el comportamiento del consumidor?* Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/factores-influyencomportamientoconsumidor/#:~:text=Se%20denomina%20factores%20social es%20a,lo%20que%20p ensamos%20y%20sentimos>.
- De Soto, H. (1987). *El otro sendero* (1° ed.). D.F. México: Editorial Electrocomp.
- Flores, A. (2021). *El comercio informal y el desarrollo empresarial en la provincia de Contamana - Loreto 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada de Pucallpa].
Repositorio Institucional UPP.
http://repositorio.upp.edu.pe/bitstream/UPP/246/1/tesis_anita.pdf
- Gil, S. (13 de julio de 2015). *Ingreso*. Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/ingreso.html>
- Guillén, C., García, J., & Belén, A. (2004). Actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios. *Red Universitaria Iberoamericana sobre Creación de Empresas y Emprendimiento*, 1(1), 143-160.
<http://www.redmotiva.com/wpcontent/uploads/2004/11/09CanoGarciaGea.pdf>
- Hernández - Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. (1° ed.). Mc Graw Hill.
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual [INDECOPI]. (01 de enero de 2020). *Ley Marco de Licencia de Funcionamiento*. INDECOPI: <https://indecopi.gob.pe/web/eliminacion-de-barreras-burocraticas/ley-demarco-de-licencias-defuncionamiento#:~:text=Es%20la%20autorizaci%C3%B3n%20que%20otorgan,eco n%20en%20un%20establecimiento%20determinado>.
- Instituto Nacional de Estadística [INE]. (01 de abril de 2020). *Ocupación*. Instituto Nacional de Estadística [INE]:
<https://www.ine.es/DEFine/es/concepto.htm?txt=C38Dndices20de20ocupaciC3B3n&c=4614&p=1&n=20>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2014). *Perú: Principales indicadores departamentales 2008 - 2014. Glosario de términos*. Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI].
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1205/glosario.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2019). *Producción y empleo informal en el Perú. Cuenta Satélite de la economía Informal 2007 - 2018*. Dirección Nacional de Cuentas Nacionales.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1701/ibro.pdf



- Jiménez, G. (2020). *Comercio informal tipo "Ferias Libres" y abastecimiento de alimentos en hogares de la parroquia Letamendi, Guayaquil 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional UG.
http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49228/1/TESIS%20GUAD_JIMENEZ%202019_2020%20TI2.pdf
- Lira, L. (1975). *Factores económicos y sociales vinculados al crecimiento de la población en América Latina: Análisis de los estudios de áreas*. Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía [CELADE].
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/31969/D-00113.00_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Loja, D. (2020). Comercio informal, factores y políticas para su sostenibilidad caso de estudio, ropa mercado feria libre ciudad de cuenca. *Revista Universidad Politécnica Salesiana*, 1(1), 1-23. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20015/1/UPSCT009004.pdf>
- Malqui, M. (2021). *Factores que influyen en el comercio informal en Nueva Cajamarca - San Martín: año 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Agraria de la Selva] Repositorio Institucional UNAS.
https://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/2003/TS_MAMJ_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martínez, J. (29 de mayo de 2020). *Obligaciones legales de una empresa ¿Las conoces?* Elkar Integración: <https://www.elkarintegracion.com/blog-de-integracion-laboral/obligaciones-legales-de-una-empresa-las-conoces/>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información [MINTEL]. (12 de agosto de 2004). *Ley de Registro Único de Contribuyentes [RUC]*. Portal Único de Trámites Ciudadanos: <https://www.gob.ec/regulaciones/ley-registro-unicocontribuyentes-ruc>
- Morrillo, A. (2021). *Análisis sobre la informalidad del sector comercial de la ciudad de Esmeraldas durante el periodo 2020*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio Institucional PUCSE.
<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2907/1/Morrillo%20Panchano%20Ana%20Cristina.pdf>
- Nicole, P. (08 de junio de 2016). *Impuesto*. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/impuesto.html>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación. Cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis* (5° ed.). Ediciones de la U.
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (01 de enero de 2017). *La formalización de las empresas*. Organización Internacional del Trabajo [OIT]:
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/--ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf
- Quispe, G., Ayaviri, D., Villa, M., & Velarde, R. (2020). Comercio informal en ciudades intermedias del Ecuador: Efectos socioeconómicas y tributarias. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), 206-229.



<https://www.redalyc.org/journal/280/28063519016/28063519016.pdf>

- Rodríguez, W. (2011). *Guía de investigación científica* (1° ed.). Universidad de Ciencias y Humanidades.
https://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12872/23/rodriguez_arainaga_walabonso_guia%20_investigacion_cientifica.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Romero, V. (2018). Razones de la baja adhesión de los comerciantes informales del Cantón Nobol (Provincia de Guayas - Ecuador) al régimen impositivo simplificado ecuatoriano. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-8.
<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/06/razones-baja-adhesion.html>
- Rubina, J. (2020). *Factores que determinan el comercio informal en las zonas turísticas de los distritos de Mariano Damaso Beraun y Rupa Rupa de la provincia de Leoncio Prado*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Agraria de la Selva]. Repositorio Institucional UNAS.
https://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1728/TS_JGRL_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rupay, R., & Mayumi, R. (2021). *Factores socioeconómicos que influyen en el comercio informal en la Ex Parada Quillcay, distrito de Huaraz, año 2020*. [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo] UCV.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72429/Rosas_RDMSD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Salcedo, C., Moscoso, F., & Ramírez, M. (2020). Economía informal en Colombia: iniciativas y propuestas para reducir su tamaño. *Revista Espacios*, 4(3), 1-7.
<http://www.revistaespacios.com/a20v41n03/a20v41n03p22.pdf>
- Schultz, T. (1959). Investment in man: An economist's view. *Social Service Review*, 33(2), 109-117. <https://www.jstor.org/stable/30016430>
- Sevilla, A. (07 de octubre de 2015). *Comercio*. Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/comercio.html>
- Valdivia, M. (2014). *Administración tributaria* (1° ed.). Universidad Peruana Unión.
- Valencia, H. (2020). Sector, empleo, economía y mercado laboral informal. Aspectos teóricos conceptuales. En H. Valencia, J. Espinoza, E. Jiménez, M. Fernández, S. Sardán, R. Ferrufino, . . . C. Ramos, *Economía informal e informalidad en una sociedad multiétnica* (págs. 13-60). Konrad Adenauer Stiftung.
<https://www.kas.de/documents/288373/288422/Econom%C3%ADa+informal+e+informalidad+web.pdf/003639a9-6ff2-b9ee-ad2df14468353e89?version=1.0&t=1618259653067>
- Vara, A. (2015). *7 pasos para elaborar una tesis* (1° ed.). Editorial Macro.



“FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y SU INFLUENCIA EN EL COMERCIO INFORMAL EN EL MERCADO

ANEXOS

ANEXO 1. Matriz de consistencia

Tabla 25 Matriz de consistencia de la investigación

Título: Factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022

Formulación	Objetivos	Hipótesis	Variables, dimensiones e indicadores
Pregunta general ¿Cómo los factores socioeconómicos influyen en el comercio informal en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022?	Objetivo general Determinar la influencia de los factores socioeconómicos en el comercio informal en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022.	H₁. Los factores socioeconómicos influyen en el comercio informal en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022.	¿Cómo se da el comercio informal en el
Preguntas específicas ¿Cuáles son los factores socioeconómicos de los comerciantes en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022?	Objetivos específicos Describir los factores socioeconómicos de los comerciantes en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022. Describir el comercio informal en el Mercado	H₀. Los factores socioeconómicos no influyen en el comercio informal en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022.	



Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota
 Mayorista Julio
 Vásquez Acuña, Chota
 2022.

municipales

Licencia municipal

Likert

[3] A veces

[4] Casi siempre

[5] Siempre

Pago de cuota
 municipal

2022?

Ingresos
 Ocupación

Factor económico

Actividad Económica

Comercio informal

<EDQUEN BARBOZA LUZVINDA>

<SÁNCHEZ RODRIGO SHERLY ANYELI>

Dimensiones	Factores socioeconómicos Indicadores	Ítems	Escala de medición	Dimensiones Niveles o rangos	Indicadores	Comercio informal Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
Factor social	Área geográfica				Autorización			[1] Nunca [2] Casi nunca
	Género				Obligaciones			
	Nivel de educación							[1] Nunca [2] Casi nunca [3] A veces [4] Casi siempre [5] Siempre
	Tamaño de hogar y composición							

“FACTORES SOCIOECONÓMICOS

EL COMERCIO INFORMAL EN EL MERCADO

Título: Factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022

Formulación	Objetivos	Hipótesis	Variables, dimensiones e indicadores
-------------	-----------	-----------	--------------------------------------



<p>¿Cómo se da el cumplimiento de obligaciones municipales según los factores socioeconómicos de los comerciantes en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022?</p>	<p>Identificar el cumplimiento de obligaciones municipales según los factores socioeconómicos de los comerciantes en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022.</p>	<p>Obligaciones con la administración tributaria</p>	<p>Inscripción en el RUC Declaración</p>
<p>¿Cómo se da el cumplimiento de obligaciones con la administración tributaria según los factores socioeconómicos de los comerciantes en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022?</p>	<p>Determinar el cumplimiento de obligaciones con la administración tributaria según los de los comerciantes en el Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña, Chota 2022.</p>		<p>Pago de impuestos</p>



Alcance, tipo y diseño de investigación	Población y Muestra	Técnica e instrumento	Estadístico a utilizar
<p>La investigación será de enfoque cuantitativo, de tipo básica, de nivel descriptivo – explicativo y con diseño no experimental – transversal.</p>	<p>Población 311 comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña.</p> <p>Muestra 111 comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña.</p>	<p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumento Cuestionario.</p> <p>a) Cuestionario de factores socioeconómicos con alternativas cerradas. b) Cuestionario de comercio informal con alternativas dicotómicas.</p>	<p>Prueba de normalidad para establecer la prueba estadística a utilizar y regresión para establecer la influencia de la variable factores socioeconómicos en el comercio informal.</p>



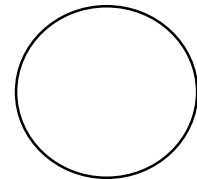
<<

MERCADO

CHOTA 2022>>

ANEXO 2. Instrumentos

CUESTIONARIO DE FACTORES SOCIECONÓMICOS



PRESENTACIÓN

El cuestionario tiene como objetivo, describir los factores socioeconómicos asociados a los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota.

INDICACIONES

Al considerar su participación se le pide marcar con un aspa [X] o Cruz [+] en la pregunta el indicador que usted considere pertinente. Se le recuerda que el cuestionario tiene carácter anónimo y confidencial.



1. Procedencia

- a) Urbano
- b) Rural

2. Género

- a) Femenino
- b) Masculino

3. Edad

- a) 18 – 30 años
- b) 31 – 40 años
- c) 41 – 50 años
- d) 51 – 60 años
- e) 60 años a más

4. Nivel de educación

- a) Sin instrucción
- b) Primaria completa
- c) Secundaria completa

- d) Técnica completa
- e) Universitaria Completa

5. Número de ambientes en su vivienda

- a) Una habitación
- b) Dos habitaciones
- c) Tres habitaciones
- d) Cuatro habitaciones
- e) Cinco a más habitaciones

6. Tipo de vivienda

- a) Casa independiente
- b) Departamento en edificio
- c) Vivienda en quinta
- d) Vivienda en casa de vecindad
- e) Choza o cabaña
- f) Otro tipo.....

SÁNCHEZ RODRIGO SHERLY ANYELI <<

>>

- 7. Tenencia del hogar**
- c) Propia con título de propiedad
 - b) Propia sin título de propiedad

- a) Alquilada
- d) Cedida
- e) Otra forma.....

8. Composición de su hogar

10. Ingresos



- a) 1 miembro a) S/ 300 – S/ 500 mensual
- b) 2 miembros b) S/ 600 – S/ 800 mensual
- c) 3 a 4 miembros c) S/ 800 – S/ 1500 mensual
- d) 5 a 6 miembros d) S/ 1600 – S/ 2000 mensual
- e) 7 a más miembros e) S/ 2000 a más mensual

9. Jefe del hogar

- a) Exclusivamente
- b) Agricultor (a) y
- c) Ama de casa y
- d) Empleada (o) y
- d) Otros.....
- e) Otros.....

11. Ocupación

- a) comerciante a) madre de familia
- b) comerciante b) Padre de familia
- c) comerciante c) Abuelos
- d) comerciante

12. Actividad económica

- a) Venta de hortalizas y verduras
- b) Venta de frutas y hortalizas
- c) Venta de productos alimenticios
- d) Venta de ropa, calzado
- e) Venta de juegos y juguetes

- f) Otros
-

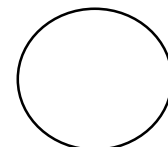
MERCADO

CHOTA 2022”

CUESTIONARIO DE COMERCIO INFORMAL

PRESENTACIÓN

El cuestionario tiene como objetivo, describir los factores socioeconómicos asociados a los comerciantes del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota.





INDICACIONES

Al considerar su participación se le pide marcar con un aspa [X] o Cruz [+] en la pregunta el indicador que usted considere pertinente. Se le recuerda que el cuestionario tiene carácter anónimo y confidencial.

N°	INDICADOR	ITEMS		OBSERVACIÓN
OBLIGACIONES MUNICIPALES				
1	¿Cuenta con una autorización para la venta de sus productos?	SI	NO	
2	¿Cuenta con una licencia municipal?	SI	NO	
3	¿Por su puesto de venta, realiza el pago mensual de cuota municipal?	SI	NO	
OBLIGACIONES CON LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA				
4	¿Se encuentra inscrito en el RUC?	SI	NO	
5	¿Efectúa la declaración de su impuesto de manera mensual ante la SUNAT?	SI	NO	
6	¿Paga sus impuestos de forma mensual a través de SUNAT?	SI	NO	

SÁNCHEZ RODRIGO SHERLY ANYELI



Anexo 3. Validación de instrumentos

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO FACTORES SOCIOECONÓMICOS

I. REFERENCIA

- I.1. Título** : Factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña Chota, 2022.
- I.2. Autor** : Bach. Luzvinda Edquen Barboza
Bach. Sherly Anyeli Sánchez Rodrigo
- I.3. Experto** : Arnaldo Sánchez Chávez
- I.4. Especialidad** : Contador Público
- I.5. Cargo actual** : Docente – Contador externo
- I.6. Grado académico** : Maestro
- I.7. Institución** : Universidad Nacional Autónoma de Chota
- I.8. Tipo de instrumento** : Cuestionario.

II. VALIDEZ DE CONTENIDO

Nº	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X			X	
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X			X	
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		

Observaciones [Precisar si hay suficiencia]

.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable para corregir [] No aplicable []

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.



² **Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota. Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Chota 08 de enero del 2023

Mp. Sánchez Chávez A. Aníbal
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MAT: 02 - 0349

Firma y sello del experto





VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO COMERCIO INFORMAL

I. REFERENCIA

- I.1. **Título** : Factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña Chota, 2022.
- I.2. **Autor** : Bach. Luzvinda Edquen Barboza
Bach. Sherly Anyeli Sánchez Rodrigo
- I.3. **Experto** : Arnaldo Sánchez Chávez
- I.4. **Especialidad** : Contador Público
- I.5. **Cargo actual** : Docente – Contador externo
- I.6. **Grado académico** : Maestro
- I.7. **Institución** : Universidad Nacional Autónoma de Chota
- I.8. **Tipo de instrumento** : Cuestionario.

II. VALIDEZ DE CONTENIDO

Nº	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		

Observaciones [Precisar si hay suficiencia].....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable para corregir [] No aplicable []

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² **Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota. Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Chota 08 de enero del 2023



Mg. Sánchez Chávez Arnaldo
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MKT: 02 - 8749

Firma y sello del experto





VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO FACTORES SOCIOECONÓMICOS

I. REFERENCIA

- I.1. Título** : Factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña Chota, 2022.
- I.2. Autor** : Bach. Luzvinda Edquen Barboza
Bach. Sherly Anyeli Sánchez Rodrigo
- I.3. Experto** : **Mg. Wilder Omar Vargas Campos**
- I.4. Especialidad** : **Contador Público**
- I.5. Cargo actual** : **Docente Universitario**
- I.6. Grado académico** : **Magister**
- I.7. Institución** : **Universidad Nacional Autónoma de Chota**
- I.8. Tipo de instrumento** : Cuestionario.

II. VALIDEZ DE CONTENIDO

N°	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	SI	No	SI	No	SI	No	
1	x		x		x		
2	x		x		x		
3	x		x		x		
4	x		x		x		
5	x		x		x		
6	x		x		x		
7	x		x		x		
8	x		x		x		
9	x		x		x		
10	x		x		x		
11	x		x		x		
12	x		x		x		

Observaciones [Precisar si hay suficiencia]

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable para corregir [] No aplicable []



1. **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
 2. **Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar al componente o dimensión específica del constructo.
 3. **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
- Nota.** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Chota 10 de enero del 2023



Ing. CPC. Edgar Omar Vargas Campos
MAT. 12-927

Firma y sello del experto





VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO COMERCIO INFORMAL

III. REFERENCIA

- III.1. Título : Factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña Chota, 2022.
- III.2. Autor : Bach. Luzvinda Edquen Barboza
Bach. Sherly Anyeli Sánchez Rodrigo
- III.3. Experto : Mg. Wilder Omar Vargas Campos
- III.4. Especialidad : Contador Público
- III.5. Cargo actual : Docente Universitario
- III.6. Grado académico : Magister
- III.7. Institución : Universidad Nacional Autónoma de Chota
- III.8. Tipo de Instrumento : Cuestionario.

IV. VALIDEZ DE CONTENIDO

Nº	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
1	x		x		x		
2	x		x		x		
3	x		x		x		
4	x		x		x		
5	x		x		x		
6	x		x		x		

Observaciones [Precisar si hay suficiencia]. Si existe suficiencia para la aplicación del instrumento.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable para corregir [] No aplicable []

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² **Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota. Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Chota 10 de enero del 2023


Mg. CP. Wilder Omar Vargas Campos
MAT. 12-927

Firma y sello del experto





VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO FACTORES SOCIOECONÓMICOS

I. REFERENCIA

- 1.1. Título** : Factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña Chota, 2022.
- 1.2. Autor** : Bach. Luzvinda Edquen Barboza
Bach. Sherly Anyeli Sánchez Rodrigo
- 1.3. Experto** : Jhonny Biler Benavides Gálvez
- 1.4. Especialidad** : Contador Público Colegiado
- 1.5. Cargo actual** : Docente
- 1.6. Grado académico** : Doctor en Ciencias: Mención Ciencias Económicas
- 1.7. Institución** : Universidad Nacional Autónoma de Chota
- 1.8. Tipo de Instrumento** : Cuestionario.

II. VALIDEZ DE CONTENIDO

N°	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		

Observaciones [Precisar si hay suficiencia]

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable para corregir [] No aplicable []

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.





² **Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota. Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Chota, 06 de enero del 2023

Dr. Jhonny Bijer Benavides Gálvez
Contador Pública Colegiado
Mat. CCPLL. N° 02 - 7822

Firma y sello del experto





VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO COMERCIO INFORMAL

I. REFERENCIA

- 1.1. Título** : Factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña Chota, 2022.
- 1.2. Autor** : Bach. Luzvinda Edquen Barboza
Bach. Sherly Anyeli Sánchez Rodrigo
- 1.3. Experto** : Jhonny Biler Benavides Gálvez
- 1.4. Especialidad** : Contador Público Colegiado
- 1.5. Cargo actual** : Docente
- 1.6. Grado académico** : Doctor en Ciencias: Mención Ciencias Económicas
- 1.7. Institución** : Universidad Nacional Autónoma de Chota
- 1.8. Tipo de Instrumento** : Cuestionario.

II. VALIDEZ DE CONTENIDO

N°	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		

Observaciones [Precisar si hay suficiencia]

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable para corregir [] No aplicable []

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² **Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota. Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Chota, 06 de enero del 2023

Dr. Jhonny Biler Benavides Gálvez
Contador Público Colegiado
Mat. CCPLL. N° 02 - 7822

Firma y sello del experto



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO FACTORES SOCIOECONÓMICOS

I. REFERENCIA

- I.1. Título** : Factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña Chota, 2022.
- I.2. Autor** : Bach. Luzvinda Edquen Barboza
Bach. Sherly Anyeli Sánchez Rodrigo
- I.3. Experto** : **Wilmer Omar Rivera Requejo**
- I.4. Especialidad** : **Contador Publico**
- I.5. Cargo actual** : **Tesorero**
- I.6. Grado académico** : **Maestro en Gestión Publica**
- I.7. Institución** : **Universidad Nacional Autónoma de Chota**
- I.8. Tipo de instrumento** : **Cuestionario.**

II. VALIDEZ DE CONTENIDO

Nº	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		

Wilmer Omar Rivera Requejo
C.P.C. WILMER OMAR RIVERA REQUEJO
MAGISTER EN GESTIÓN PÚBLICA

Observaciones [Precisar si hay suficiencia]

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable para corregir [] No aplicable []



¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² **Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota. Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Chota, 10 de enero del 2023

C.P.C. WILMER OMAR RIVERA REZUELA
MAX 0271427
MPO. EN GESTIÓN PÚBLICA

Firma y sello del experto



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO COMERCIO INFORMAL

III. REFERENCIA

- III.1. Título : Factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña Chota, 2022.
- III.2. Autor : Bach. Luzvinda Edquen Barboza
Bach. Sherly Anyeli Sánchez Rodrigo
- III.3. Experto : Wilmer Omar Rivera Requejo
- III.4. Especialidad : Contador Publico
- III.5. Cargo actual : Tesorero
- III.6. Grado académico : Maestro en Gestión Publica
- III.7. Institución : Universidad Nacional Autónoma de Chota
- III.8. Tipo de instrumento : Cuestionario.

IV. VALIDEZ DE CONTENIDO

Nº	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		

Observaciones [Precisar si hay suficiencia]

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable para corregir No aplicable

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² **Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota. Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Chota, 10 de enero del 2023

C.P.C. WILMER OMAR RIVERA REQUEJO
MAT. 02-7427
MDO. EN GESTIÓN PÚBLICA

Firma y sello del experto



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO FACTORES SOCIOECONÓMICOS

I. REFERENCIA

- I.1. Título** : Factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña Chota, 2022.
- I.2. Autor** : Bach. Luzvinda Edquen Barboza
Bach. Sherly Anyeli Sánchez Rodrigo
- I.3. Experto** : **Dr. Milord Idrogo Gálvez**
- I.4. Especialidad** : **Contador Público**
- I.5. Cargo actual** : **Docente**
- I.6. Grado académico** : **Doctor**
- I.7. Institución** : **Universidad Nacional Autónoma de Chota**
- I.8. Tipo de Instrumento** : Cuestionario.

II. VALIDEZ DE CONTENIDO

N°	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		

Observaciones [Precisar si hay suficiencia]

.....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable para corregir [] No aplicable []



¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² **Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota. Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Chota, 09 de enero de 2023.

M. Gp. Milord Ibarro Gálvez
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MAT. CCPL N° 02 - 8354

Firma y sello del experto



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO COMERCIO INFORMAL

III. REFERENCIA

- III.1. Título : Factores socioeconómicos y su influencia en el comercio informal del Mercado Mayorista Julio Vásquez Acuña Chota, 2022.
- III.2. Autor : Bach. Luzvinda Edquen Barboza
Bach. Sherly Anyeli Sánchez Rodrigo
- III.3. Experto : Dr. Milord Idrogo Gálvez
- III.4. Especialidad : Contador Público
- III.5. Cargo actual : Docente
- III.6. Grado académico : Doctor
- III.7. Institución : Universidad Nacional Autónoma de Chota
- III.8. Tipo de Instrumento : Cuestionario.

IV. VALIDEZ DE CONTENIDO

Nº	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
1		X		X	X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		

Observaciones [Precisar si hay suficiencia]

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable para corregir [] No aplicable []

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² **Relevancia:** El ítem es apropiado para presentar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota. Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Chota, 09 de enero de 2023.


M. Cp. Milord Idrogo Gálvez
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
Firma y Sello del Experto
M. P. C. N. 02 - 1334



Anexo 3. Evidencia de la problemática



ENTREVISTA

La presente entrevista tiene por finalidad conocer de parte del Área de Desarrollo Social de la Municipalidad Provincial de Chota los factores que generan un comercio informal en el mercado mayorista Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota.

1. ¿Cuál cree usted, que sería la causa principal que los comerciantes del mercado mayorista Julio Vásquez Acuña no tramiten su RUC y se genere un comercio informal?

No se genera...son una cultura tributaria, no hay intención de formalizarse, los dineros que se recaudan no se centan que son invertidos en las obras o mejoras de la infraestructura.

2. Considera que los factores socioeconómicos son un factor determinante del comercio informal en el mercado mayorista Julio Vásquez Acuña. Si o no ¿Por qué?

Los factores socioeconómicos tienen una relación alta sobre la informalidad, por desconocimiento de normas tributarias, por informalidad, por ausencia a reglas jurídicas y tributarias (encuentran muchas barreras que limitan su formalización)

3. ¿Considera que la falta de educación, conciencia, así como el económico sea una determinante del comercio informal?

Efectivamente son los principales factores de la informalidad, determinan el impacto del incumplimiento tributario

4. ¿Considera usted que el comercio informal que afecta en gran medida el desarrollo de la ciudad de Chota?

Existe un impacto del comercio informal ya que al no recaudarse una cantidad considerable afecta los ingresos del presupuesto local, lo que limita el generar y mejorar la infraestructura pública.

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHOTA
Carlos A. Vega Vásquez
 SU GERENTE DE MERCADOS Y CÁMILES

EDQUEN BARBOZA LUZVINDA
 SÁNCHEZ RODRIGO SHERLY ANYELI



Anexo 4. Información otorgada



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHOTA
GERENCIA DE DESARROLLO ECONÓMICO

“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL”

Chota, 28 de enero de 2022

CARTA N° 002-2022-MPCH-GDE/SGM&C.

Señoritas:

Bach. SHERLY ANYELI SÁNCHEZ RODRIGO

Bach. LUZVINDA EDQUEN BARBOZA

Presente.

Asunto : ENTREGA DE INFORMACIÓN DE COMERCIANTES

REF. : SOLICITUD: Expediente E0026922022

Por la presente, expreso mi cordial saludo, y al mismo tiempo en atención al documento de la referencia, comunicarle la entrega de información de los comerciantes por parte de la Municipalidad Provincial de Chota, para el desarrollo de la tesis titulada: “FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y SU RELACIÓN EN LA INFORMALIDAD DEL MERCADO MAYORISTA JULIO VÁSQUEZ ACUÑA, CIUDAD DE CHOTA - 2022”, la misma que lo estará desarrollándose en dicho Centro de abastos.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para expresar las muestras de mi estima personal.

Atentamente,


MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHOTA
Carlos A. Vega Vásquez
SUB GERENTE DE MERCADOS Y CALLES



Cantidad de comerciantes del Mercado Mayorista Julio

Piso 1

Sección	Cantidad
Abarrotes	51
Carnes	17
Champús	3
Cocinería	20
Juguería	6
Menestras	26
Pescado	4
Verdura	29
Pan y lácteos	1
Subtotal	157

Piso 2

ODONTOLOGIA	1
CALZADO	16
CELULARES	1
CUADROS	1
JUGUETES	1
JUGUERÍA	1
LOSERÍA	8
M NATURAL	3
MERCERIA	16
PLASTICO	7
RELOGERIA	1



ROPA	67
Subtotal	123
Fuera	31
<u>Total</u>	<u>311</u>

Anexo 5. Carta de autorización



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHOTA
GERENCIA DE DESARROLLO ECONÓMICO
“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL”

Chota, 28 de enero de 2022

CARTA N° 001-2022-MPCH-GDE/SGM&C.

Señoritas:

Bach. SHERLY ANYELI SÁNCHEZ RODRIGO

Bach. LUZVINDA EDQUEN BARBOZA

Presente.

Asunto : AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

REF. : SOLICITUD: Expediente E0026892022

Por la presente, expreso mi cordial saludo, y al mismo tiempo en atención al documento de la referencia, comunicarle la aceptación por parte de la Municipalidad Provincial de Chota, para el desarrollo de la tesis titulada: “**FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y SU RELACIÓN EN LA INFORMALIDAD DEL MERCADO MAYORISTA JULIO VÁSQUEZ ACUÑA, CIUDAD DE CHOTA – 2022**”, la misma que lo estará desarrollándose en dicho Centro de abastos.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para expresar las muestras de mi estima personal.

Atentamente,

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHOTA
Gerencia de Desarrollo Económico
Carlos Al. Vega Vázquez
EJECUTIVO DE MERCADOS REGIONALES

