

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS

FACULTAD DE CIENCIAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS



TESINA

**FACTORES SOCIOECONÓMICOS QUE DETERMINAN EL NIVEL DE
RENTABILIDAD DEL COMERCIO INFORMAL DE LA FERIA LA CACHINA EN
LA CIUDAD DE PUNO-PERÍODO 2021**

PRESENTADA POR

DELIA MARGARITA MAMANI TACURI

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

BACHILLER EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

PUNO - PERÚ

2023



Repositorio Institucional ALCIRA by [Universidad Privada San Carlos](https://www.upsc.edu.pe/) is licensed under a [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



3.03%

SIMILARITY OVERALL

0%

POTENTIALLY AI

SCANNED ON: 18 SEP 2023, 8:09 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL
0.56%

● CHANGED TEXT
2.46%

Most likely AI

Highlighted sentences with the lowest perplexity, most likely generated by AI.

● LIKELY AI
0%

● HIGHLY LIKELY AI
0%

Report #18197697

DELIAMARGARITA MAMANI TACURI FACTORES SOCIOECONÓMICOS QUE DETERMINAN EL NIVEL DE RENTABILIDAD DEL COMERCIO INFORMAL DE LA FERIA LA CACHINA EN LA CIUDAD DE PUNO-PERODO 2021 RESUMEN El presente trabajo de investigación “Factores socioeconómicos que determinan el nivel de rentabilidad del comercio informal de la feria la cachina en la ciudad de Puno - periodo 2021”, tiene por objetivo principal analizar los factores socioeconómicos que determinan el nivel de rentabilidad del comercio informal de la “ feria la cachina" en la ciudad de Puno - periodo 2021. Con este fin, se analizaron los factores socioeconómicos en el comercio informal. Debido al aumento de la demanda de la población y el costo decreciente de los productos, esta actividad resultó ser muy rentable. Se ha desarrollado desde una perspectiva del método descriptivo, deductivo y analítico utilizando el instrumento de la encuesta con un número de 306 comerciantes. La realización de la encuesta ha sido en su totalidad con encuestas sobre los factores socioeconómicos y nivel de rentabilidad. En el estudio se encontró importantes relaciones entre ” factores socioeconómicos qu e determinan el nivel de rentabilidad del comercio informal en la feria la cachina de la ciudad de Puno - periodo 2021”. El 75.2% de los comerciantes encuestados son mujeres, mientras que el resto son hombres; en cuanto al nivel educativo, el 43,5% de los comerciantes encuestados terminaron la secundaria, mientras que el 34% de los comerciantes

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS
FACULTAD DE CIENCIAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS
TESINA

**FACTORES SOCIOECONÓMICOS QUE DETERMINAN EL NIVEL DE
RENTABILIDAD DEL COMERCIO INFORMAL DE LA FERIA LA CACHINA EN
LA CIUDAD DE PUNO-PERIDO 2021**

PRESENTADA POR:

DELIA MARGARITA MAMANI TACURI

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE :

BACHILLER EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

PRESIDENTE:


: _____
M.Sc. MARLENE CUSI MONTESINOS

PRIMER MIEMBRO:


: _____
Dr. HEBER NEHEMIÁS CHUI BETANCUR

ASESOR DE TESINA:


: _____
M.Sc. JOSÉ ELADIO NUÑEZ QUIROGA

Área: Ciencias Sociales

Disciplina: Teoría Organizacional

Especialidad: Gestión Empresarial

Puno, 24 de octubre del 2023

DEDICATORIA

A mis queridos padres, mi papito Juan Hernando Mamani Yanqui y a mi querida madrecita Margarita Tacuri Zamata, a quien le debo toda mi vida, por haberme brindado su amor y formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, gracias a ello he podido salir adelante en busca de un futuro mejor.

A mis hermanos por su apoyo, sus buenos deseos y que hoy están conmigo apoyándome y celebrando cada paso que doy.

A mi compañero de vida Marco Antonio, por ser mi fuerza en los momentos difíciles, por su gran amor, paciencia y apoyo incondicional.

MARGARITA

AGRADECIMIENTOS

A dios por ser mi guía, mi fuerza y por nunca abandonarme en los momentos difíciles, para salir adelante con mis propósitos, objetivos y metas trazadas y por bendecirme con oportunidades, alegrías y lo más importante por brindarme salud a mi y a mi familia.

A la Universidad Privada San Carlos – Puno, por haberme brindado una formación profesional en sus lauros, a los docentes de la escuela profesional de contabilidad y finanzas, ya que ellos fueron los que impartieron sus enseñanzas y conocimientos durante mi formación académica.

A mis padres por su gran ejemplo que inculcaron en mi persona, a mis hermanos y a mi pareja por el apoyo incondicional.

En especial a mi asesor de tesina el M.Sc. Jose Eladio Nuñez Quiroga, quiero expresar mi más sincero agradecimiento por sus consejos, apoyo, orientación y comprensión en la elaboración de este proyecto de investigación y al jurado calificador.

A los integrantes de las diferentes asociaciones de comerciantes de la feria la cachina, por brindarme su apoyo.

Y un reconocimiento especial a todas aquellas personas que gracias a su apoyo, motivación y ánimo logre culminar el presente trabajo de investigación.

MARGARITA

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTOS	2
ÍNDICE GENERAL	3
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
INDICE DE ANEXOS	8
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1.1. PROBLEMA GENERAL	14
1.1.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	14
1.2. ANTECEDENTES	14
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	18
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	18
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO	19
2.1.1. COMERCIO INFORMAL	19
2.1.2. MODALIDADES DEL SECTOR INFORMAL	21
2.1.3. CARACTERÍSTICAS SOCIALES DEL COMERCIO INFORMAL	22

2.1.4. CAUSAS DEL COMERCIO INFORMAL	23
2.1.5. DESVENTAJAS DEL COMERCIO INFORMAL	23
2.1.6. EL PODER DEL MERCADO	24
2.1.7. EL PAPEL DE LOS PRECIOS	24
2.1.8. FUNCIONES DEL LOS PRECIOS	24
2.1.9. LOS PRECIOS COMO INCENTIVOS PARA LOS COMERCIANTES	24
2.1.10. MERCADOS INFORMALES	25
2.1.11. RENTABILIDAD	26
2.1.12. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS	26
2.1.13. DISTRIBUCIÓN DE LOS INGRESOS	27
2.2. MARCO CONCEPTUAL	27
2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	28
2.3.1. HIPÓTESIS GENERAL	28
2.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	29
CAPÍTULO III	
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1. ZONA DE ESTUDIO	30
3.2. TAMAÑO DE MUESTRA	30
3.2.1. POBLACIÓN	30
3.2.2. TAMAÑO DE LA MUESTRA	30
3.2.3. SELECCIÓN DE LA MUESTRA	31
CAPÍTULO IV	
EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS	
4.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO	35
4.1.1. SEGÚN LA EDAD:	35
4.1.2. SEGUN SEXO	37
4.1.3. SEGÚN GRADO DE INSTRUCCIÓN	38
4.1.4. SEGÚN ESTADO CIVIL	39

4.1.5. SEGÚN NÚMERO DE HIJOS	40
4.1.6. SEGÚN LUGAR DE PROCEDENCIA	41
4.1.7. SEGÚN MOTIVO POR EL CUAL SE DEDICA A ESTA ACTIVIDAD	43
4.1.8. SEGÚN CAPITAL ACTUAL	44
4.1.9. SEGÚN CAPITAL FUE PROPIO O PRÉSTAMO BANCARIO	45
4.1.10. SEGÚN CAPITAL INICIAL	46
4.1.11. SEGÚN INGRESO DIARIO	48
4.1.12. SEGÚN CLIENTES FIELES	49
4.2 DISCUSIÓN	53
CONCLUSIONES	55
RECOMENDACIONES	56
BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN	57
ANEXOS	58

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 01: Comercio informal según edad	36
Tabla 02: Comercio informal según sexo	37
Tabla 03: Según grado de instrucción	38
Tabla 04: Comercio informal, según estado civil	39
Tabla 05: Comercio informal, según n° de hijos	40
Tabla 06: Comercio informal, según lugar de procedencia	42
Tabla 07: Comercio informal, según motivo por el que se dedica a esta actividad	43
Tabla 08: Comercio informal, según capital actual	44
Tabla 09: Comercio informal, según el origen de su capital.	46
Tabla 10: Comercio informal, según capital inicial	47
Tabla 11: Comercio informal, según ingreso diario	48
Tabla 12: Comercio informal, según clientes fieles	50

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 01: ¿Cuál es su edad?	37
Figura 02: Comercio informal segun sexo	38
Figura 03: ¿Cuál es su grado de instrucción?	39
Figura 04: ¿Cuál es su estado civil?	40
Figura 05: ¿Cuántos hijos tiene?	41
Figura 06: ¿De donde proviene?	42
Figura 07: ¿Cuál es el motivo por el que se dedica a esta actividad?	44
Figura 08: Su capital actual es:	45
Figura 09: ¿Su capital inicial fue propio o prestado?	46
Figura 10: ¿Con cuanto de capital inició su negocio?	47
Figura 11: Su ingreso diario aproximadamente es:	49
Figura 12: ¿Cuántos clientes fieles tiene?	50

INDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 01: Encuesta Para Los Comerciantes Informales De Ropa Usada De La Feria La Cachina De Los Días Jueves Y Viernes En La Ciudad De Puno	59
Anexo 02: Matriz De Consistencia	63
Anexo 03: Base De Datos De La Encuesta	64
Anexo 04: Ficha De Validación Del Instrumento	67

RESUMEN

El presente trabajo de investigación “Factores socioeconómicos que determinan el nivel de rentabilidad del comercio informal de la feria la cachina en la ciudad de Puno - periodo 2021”, tiene por objetivo principal analizar los factores socioeconómicos que determinan el nivel de rentabilidad del comercio informal de la “ feria la cachina" en la ciudad de Puno - periodo 2021. Con este fin, se analizaron los factores socioeconómicos en el comercio informal. Debido al aumento de la demanda de la población y el costo decreciente de los productos, esta actividad resultó ser muy rentable. Se ha desarrollado desde una perspectiva del método descriptivo, deductivo y analítico utilizando el instrumento de la encuesta con un número de 306 comerciantes. La realización de la encuesta ha sido en su totalidad con encuestas sobre los factores socioeconómicos y nivel de rentabilidad. En el estudio se encontró importantes relaciones entre ” factores socioeconómicos que determinan el nivel de rentabilidad del comercio informal en la feria la cachina de la ciudad de Puno - periodo 2021”. El 75.2% de los comerciantes encuestados son mujeres, mientras que el resto son hombres; en cuanto al nivel educativo, el 43,5% de los comerciantes encuestados terminaron la secundaria, mientras que el 34% de los comerciantes encuestados tienen entre 26 y 35 años. lo que indica que están en medio del período de transición de la edad adulta y el 33,7% de los comerciantes encuestados tienen 2 hijos y que las principales causas sociales que influyen en que los comerciantes sean informales esta la educación, edad, sexo, número de hijos. En las causas de nivel de ingreso de los comerciantes están ubicación, horas trabajadas y clientes fieles.

PALABRAS CLAVES: Comercio informal, factores socioeconómicos, nivel de rentabilidad.

ABSTRACT

The present research work "Socioeconomic factors that determine the level of profitability of the informal trade of the La Cachina fair in the city of Puno - period 2021", has as its main objective to analyze the socioeconomic factors that determine the level of profitability of the informal trade of the "cachina fair" in the city of Puno - period 2021. To this end, the socioeconomic factors in informal trade were analyzed. Due to the increased demand of the population and the decreasing cost of products, this activity turned out to be very profitable. It has been developed from a descriptive, deductive and analytical method perspective using the survey instrument with a number of 306 merchants. The survey has been carried out entirely with surveys on socioeconomic factors and level of profitability. In the study, important relationships were found between "socioeconomic factors that determine the level of profitability of informal trade at the La Cachina fair in the city of Puno - period 2021". 75.2% of the surveyed merchants are women, while the rest are men; Regarding educational level, 43.5% of the surveyed merchants finished high school, while 34% of the surveyed merchants are between 26 and 35 years old. which indicates that they are in the midst of the transition period of adulthood and 33.7% of the surveyed merchants have 2 children and that the main social causes that influence merchants to be informal are education, age, sex, number of children. In the causes of income level of merchants are location, hours worked and loyal customers.

KEY WORDS: Informal trade, socioeconomic factors, level of profitability.

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Puno tiene gran cantidad de personas desempleadas, incluidas madres solteras entre otros, y el comercio informal sigue siendo un problema, lo que fomenta que estas personas se dediquen al comercio informal.

En el caso de la región de Puno, la escasez de empleo, la migración, ha hecho del comercio informal una alternativa de sustento para muchos comerciantes y la demanda sigue creciendo.

Este proyecto de investigación titulado “ Factores socioeconómicos que determinan el nivel de rentabilidad del comercio informal de la feria la cachina de la ciudad de Puno - periodo 2021 “, se trata de analizar como influyen los factores socioeconomicos en la rentabilidad como: edad, sexo, estado civil, numero de hijos, lugar de procedencia, capital inicial, capital actual, capital propio o prestamo, ingreso diario y clientes fieles, que tiene muchos beneficios.

El comercio informal, es una actividad económica a la que se dedica gran número de personas de la población de Puno, dicha actividad representa el único ingreso para los comerciantes de la feria la cachina. Por otro lado, el nivel de rentabilidad genera un enorme crecimiento económico en los comerciantes que incursionan en este tipo de comercio.

De otro lado, los indicadores sociales de los comerciantes, se observa que en la edad el 34.0% tienen una edad de 26 a 35 años y el 2,3% tienen entre 66 a 89 años, en cuanto al sexo el 75,2% dedicado a esta actividad son del sexo femenino y el 24,8% son varones, según el grado de instrucción el 43,5% de los comerciantes posee estudios de secundaria entre varones y mujeres y con estudios superiores el 17.6% del total, en cuanto al estado civil el 50,0% de los comerciantes son convivientes y el 13,4% son viudos (as), en cuanto al número de hijos el 33.7% de los comerciantes tiene 2 hijos y el 12,1% tienen de 4 hijos a más, en cuanto al lugar de procedencia el 74,8% son comerciantes de Puno y el 15,4% son de Ilave, en cuanto al motivo por el que se dedica a esta actividad el 53,9% de los comerciantes indican que es el sosten de su familia y el 11,4% indican que no hay

empleo, en cuanto al capita inicial el 52,6% iniciaron con un capital de S/ 1000 a más y el 35,6% con un capital de S/ 401 a S/ 600, en cuanto al capital es propio es préstamo el 71,2% de los comerciantes indican que es propio y el 28,8% indican que es préstamo bancario, en cuanto al capital actual de los comerciantes el 38,2% cuentan con un capital de S/ 1000 a S/. 2000 y el 3,3% con un capital de S/ 6000 a más, en cuanto al ingreso diario el 25,5% tienen un ingreso diario de S/ 500 a más y el 5,2% de los comerciantes tienen un ingreso diario de S/ 10 a S/ 50, en cuanto a los clientes fieles de los comerciantes el 75,5% cuentan con 0 a 5 clientes fieles y el 3,3% con 21 a más clientes fieles.

El objetivo del presente proyecto de investigación, es analizar los factores socioeconómicos que determinan el nivel de rentabilidad que genera el comercio informal, identificar las causas que han motivado a los comerciantes para incursionar en el comercio informal e identificar cuales son los principales indicadores socioeconómicos de los comerciantes.

En el mercado de ropa usada existe gran cantidad de ofertantes y demandantes que fijan el precio de transacción de mutuo acuerdo.

CAPÍTULO I: Se llevó a cabo el planteamiento del problema, antecedentes y objetivos de la investigación.

CAPÍTULO II: Se desarrolla el marco teórico e hipótesis de la investigación, se desarrollan diversos conceptos.

CAPÍTULO III: Se realiza la metodología de la investigación, se analizará el área de estudio, la población, el tamaño de muestra, métodos y técnicas.

CAPÍTULO IV: Presentación y análisis de los resultados de la encuesta utilizada por los comerciantes y la contrastación de la hipótesis.

Finalmente se presentan las principales conclusiones y recomendaciones que emergen de la investigación efectuada.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente proyecto de investigación se enmarca dentro de los principios de la economía de libre mercado, se pretende poner en evidencia la informalidad. Desde el inicio de su mandato, el actual gobierno local de la provincia de Puno, ha buscado “ordenar o reubicar” el comercio informal en las calles de la ciudad de Puno, que venden sus productos todos los días jueves y viernes de cada semana.

Por otro lado, una de las funciones de la Municipalidad de Puno es “ordenar la ciudad”, asimismo el “derecho al trabajo” que tienen todos los comerciantes que realizan su trabajo, el cuál es un “derecho fundamental del ser humano”, por otro lado, también es claro y cierto que el estado tiene la obligación de promover el empleo y la creación de nuevas fuentes de empleo dentro de su jurisdicción, conforme a la Constitución Política del Estado (Arts. 22 y 23) y a la Ley Orgánica de Municipalidades .El trabajo es un deber y un derecho.

Los ingresos generados por las actividades comerciales de la feria la cachina directamente dan respuesta de que los comerciantes que trabajan en un ambiente terrible de limpieza, desorden e insalubridad no quieren abandonar esta actividad.

El comercio informal de ropa usada se ha convertido en una de las principales fuentes de ingreso, pero esto no solo ha traído un desarrollo a la economía familiar, sino que las repercusiones negativas son las que más han aumentado; un claro ejemplo es la evasión

de impuestos. Por un lado, las leyes y programas instruidos por el gobierno no eran atractivos.

1.1.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cuáles son los factores socioeconómicos que determinan el nivel de rentabilidad del comercio informal de la “ feria la cachina “ de la ciudad de Puno - periodo 2021?

1.1.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Qué características sociales están relacionadas con la mejora de los niveles de ingresos del comercio informal de la “ feria la cachina “ de la ciudad de Puno?
- ¿Qué factores económicos determinan mayores niveles de ingresos del comercio informal de la “ feria la cachina “ de la ciudad de Puno?

1.2. ANTECEDENTES

Este proyecto de investigación examina varios precedentes relacionados con la investigación realizada, que se detallan de la siguiente manera:

Apaza (2018), realizó una tesis con el fin de identificar los factores socioeconómicos en la formación del comercio informal en el mercado Mi Perú de la ciudad de Juliaca, utilizando modelos y metodologías Logit y Probit para llegar a conclusiones finales: factor ingreso, migración, capital de trabajo, nivel educativo y edad son variables importantes que determinan la formación del comercio informal, la importancia de estos sobre el coeficiente de determinación R^2 , el modelo nos indica que el 88.75% de la variación del comercio informal está explicado por las variables independientes o explicativas consideradas en el modelo.

El comercio informal en la actualidad se encuentra en un constante crecimiento y no hay posibilidades de que esta vaya a reducirse, si se mantiene las condiciones ceteris paribus.

Cuba (2017), desarrolló una tesis cuyo objetivo era analizar cómo influyen los factores individuales (género, edad, estado civil, jefe de hogar, ingresos no laborales y educación secundaria) en la informalidad laboral en el Distrito de Puno - 2016, utilizando como metodología el método inductivo y deductivo para finalmente obtener las conclusiones: Con respecto a la hipótesis general, se puede demostrar que, la edad tiene estrecha relación con el trabajo informal, es decir, un año adicional en los trabajadores disminuye la probabilidad de ser un trabajador informal. Sin embargo, el coeficiente que acompaña la edad al cuadrado es positivo, lo que significa que, a mayor edad en los individuos se incrementa la informalidad laboral. Por otro lado, el estado conyugal (casado o conviviente) y la jefatura de hogar de los trabajadores incrementan la probabilidad de ser trabajadores informales. La variable otros ingresos que poseen los trabajadores diferentes al salario, influye positivamente en la informalidad laboral. En lo que respecta a los menores niveles educativos de los trabajadores, la educación secundaria se relaciona positivamente con el trabajo informal incrementando su empleo informal.

Condori & Huaman (2018), desarrollaron una tesis cuyo objetivo era Analizar los factores socioeconómicos que determinan el carácter informal del comercio urbano de dulces del centro de la ciudad de Cusco - periodo 2013 - 2016, utilizado como una metodología de diseño no experimental, para alcanzar conclusiones definitivas: Se concluye que los factores socioeconómicos que condicionan la informalidad del comercio urbano de dulces del centro cusqueño, son la ocupabilidad con el 53.8% de los encuestados manifiestan que trabajan con sus menores hijos por falta de empleos, visualizado en la tabla 026, el 55% de las personas, tienen un ingreso mayor a 500 soles, visualizado en la tabla 029, el 85% de los encuestados son femeninos, visualizado en la tabla 017, el 48.8% son mayores de 46 años evidenciado en la tabla 016. Respecto al estado civil en la tabla 015 se observa que el 37.5% de los comerciantes son convivientes, los factores socioeconómicos descritos son determinantes de la informalidad del comercio urbano, lo cual nos contrasta con la hipótesis general.

De La Riva (2018), desarrolló una tesis cuyo objetivo era en qué medida la migración de la población femenina rural se inserta a la actividad informal en la ciudad de Puno - periodo 2016, métodos de muestreo y encuesta utilizados para obtener conclusiones finales: aspectos sociales y económicos que influyen considerablemente en la integración en el comercio informal, el nivel educativo, el tipo de familia, e ingresos económicos son aspectos determinantes en la inserción de la mujer al sector informal específicamente al comercio. Estos resultados son indicadores de la situación de precariedad en que se encuentra la mujer migrante que se dedica al comercio informal.

Feria & Guerrero (2018), desarrollaron un trabajo de investigación cuyo objetivo era analizar teóricamente la situación del mercado informal y los factores socioeconómicos que lo afectan directamente, utilizando como metodología la investigación documental para finalmente obtener las conclusiones: Un enfoque estructuralista desarrolla una economía capitalista, donde desean un ingreso de extra a través de la ejecución de un mercado libre sin reglas ni restricciones. Por ende, las características predominantes del comercio informal son los costos que implica legalizarse, las altas barreras para iniciar en un ambiente legal y la poca participación del estado para promover políticas que impulsen una economía de integración

Mamani (2017), desarrolló una tesis cuyo objetivo era analizar los obstáculos de acceso al comercio formal, utilizando como metodología descriptiva y explicativa para finalmente obtener las conclusiones: Las variables estudiadas inciden en la formalización del comercio informal. Entre las causas para convertirse en comerciante de ropa usada está la falta de trabajo con el 43%, oportunidades de negocio con el 16%, necesidad de ingreso con el 11% y horario flexible en un 12%.

Pariona (2019), desarrolló la tesis con el objeto de analizar los factores claves relacionados con el comercio informal en el mercado Patiño Huancayo - periodo 2018, utiliza técnicas deductivas y cuantitativas para finalmente llegar a las conclusiones: el comercio en Huancayo, específicamente en torno al mercado Patiño, se relaciona

principalmente con factores económicos y sociales. Esto incluye : el nivel de instrucción, migración y desempleo, baja inversión de capital, deseo de independencia financiera y la necesidad de preservar el núcleo familiar.

Rosas (2018), elaboró una tesis para identificar los factores socioeconómicos que influyen en el comercio informal en el distrito de Ex Parada Quillcay de Huaraz, periodo 2020, mediante una metodología transversal no experimental. Finalmente se llegó a las siguientes conclusiones:

La conclusión es que los factores socioeconómicos impulsan a los comerciantes al comercio informal son los factores sociales y los factores económicos. La migración y el desempleo influyen en que la mayoría de los comerciantes encuestados se dediquen al comercio informal, según los resultados disponibles.

Soncco (2018), desarrolló una tesis cuyo objetivo era determinar la incidencia de la informalidad minería artesanal de oro en la recaudación del impuesto a la renta en distrito de Ituata de provincia de Carabaya, en el periodo 2017, utilizando como metodología descriptiva, analítica y deductiva para finalmente llegar a las siguientes conclusiones: La informalidad de la minería artesanal de oro es debido al 0% de las mineras formalizadas. Los mineros artesanales de oro no se han formalizado, el 38% debido al Monopolio instaurado por el gobierno a través de la empresa Activos Mineros S.A.C, el 29% por el desinformación del proceso de formalización y las mismas leyes para pequeñas mineras y minería artesanal, el 19% pérdida de tiempo en trámite de documentación en diferentes instituciones, y poca transparencia en las normas establecidas por el Ministerio de Energía y Minas. La evasión tributaria de los mineros artesanales de oro es por falta de capacitación y orientación tributaria. La falta de conciencia tributaria de los mineros con contribuir con el estado, repercute en la baja recaudación del impuesto a la renta. El bajo nivel de inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC) de la administración tributaria y acogidos a los regímenes tributarios para el cumplimiento del pago de sus

impuestos de las mineras artesanales de oro; Así mismo se estableció que las altas tasas de impuestos que cobra el estado.

Vasquez (2016), desarrolló una tesis cuyo objetivo era determinar el nivel de incidencia de la calidad de servicio sobre la rentabilidad de dichas empresas, utilizando como metodología descriptiva, analítica y deductiva para finalmente llegar a las siguientes conclusiones: La buena atención y el buen servicio a los clientes o usuarios que utilicen el servicio de transporte interdepartamental de Puno-Arequipa, y viceversa, la buena atención y calidad en la prestación de los servicios será una fuente muy importante para incrementar los ingresos comerciales.

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar los factores socioeconómicos que determinan el nivel de rentabilidad que genera el comercio informal de la “ feria la cachina” en la ciudad de Puno en el periodo 2021.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las causas que han motivado a los comerciantes de la feria la cachina en Puno para incursionar en el comercio informal.
- Identificar cuáles son los principales indicadores socioeconómicos de los comerciantes de la feria la cachina en Puno.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO

A continuación se desarrollarán, los conceptos, y principios que ayudarán a comprender el análisis de la rentabilidad y las causas del acceso al comercio informal por parte de los comerciantes informales de la feria la cachina en la ciudad de Puno – periodo 2021.

2.1.1. COMERCIO INFORMAL

Aliaga (2016), señaló que cuando hablamos de actividades informales, inmediatamente pensamos en un problema, por que comerciantes informales que no registran su negocio, no pagan impuestos ni siguen las leyes y reglamentos que se establecen, considerándose como competidores desleales de las empresas y tiendas que operan legalmente. Esto se debe a que los comerciantes informales no tienen que pagar los mismos impuestos y tasas que las empresas legales, lo que les da una ventaja injusta. Además, al evadir impuestos, los comerciantes informales privan al estado de ingresos que podrían utilizarse para financiar programas sociales y proyectos de infraestructura.

En su opinión también remarcó que cuando la ley sólo es accesible para quienes tienen poder económico y político, la clase trabajadora no tiene más remedio que operar fuera de la ley. Este es el origen de la economía informal. Para un pequeño empresario de modestos recursos, el costo de cumplir con todos los requisitos legales es prohibitivo. Esta es la razón por la que tantos negocios en Perú operan de manera informal.

Pero para De La Riva (2018), los negocios informales pueden verse como una variedad infinita de hechos sociales, que exhiben múltiples comportamientos, capaces de brindar servicios y atender necesidades específicas, como los ingresos.

Y finalmente los negocios informales son aquellos que operan sin seguir las normas legales establecidas por el gobierno peruano. Esto incluye las leyes laborales, los reglamentos administrativos y las leyes fiscales.

2.1.1.1. COMERCIANTE

En las palabras de Aliaga (2016), el comerciante es una persona física o jurídica que se dedica a actividades comerciales dentro de un período de tiempo determinado, como una empresa comercial. El término Comercio también se utiliza para referirse a establecimientos comerciales o tiendas.

2.1.1.2. INFORMALIDAD

Así también Aliaga (2016) mencionó que la informalidad es un fenómeno que afecta la economía global. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la economía informal crea entre la mitad y las tres cuartas partes de todo el empleo. En América Latina, más del 50% de los trabajadores tienen empleos informales, generalmente empleos de menor calidad. En otras palabras, no existen protecciones ni derechos para trabajos con condiciones inestables, salarios bajos y sin estabilidad. La OIT define la economía informal como: "Una serie de actividades económicas realizadas por trabajadores y unidades económicas. En la ley y en la práctica, el sistema formal no está completamente cubierto o no está cubierto en absoluto.

También Chaiña (2019), señala que la informalidad se compone de empresas, trabajadores y actividades que operan fuera del marco legal y regulatorio que rige las actividades económicas.

2.1.2. MODALIDADES DEL SECTOR INFORMAL

Para Aliaga (2016), hay dos formas de negocio informal claramente definidas: negocio móvil y mercado informal. Son etapas diferentes de un mismo fenómeno, es decir, negocio informal, por lo que los comerciantes que comienzan con liquidez no tienen la idea de liquidez para permanecer en la calle para siempre, pero el propósito es trasladarse algún día a un mercado fuera del paso público y desarrollar el comercio en condiciones más favorables. Los comerciantes que hoy ocupan el mercado estuvieron una vez en la calle.

2.1.2.1. COMERCIO AMBULATORIO

Aliaga (2016) Señala que las transacciones para pacientes ambulatorios se consideran tradicionalmente como actividades informales. Sin embargo, fuera de las disposiciones legales, las actividades comerciales en las calles son solo una de las diferentes manifestaciones del problema.

En este sentido, podemos hablar de dos tipos de comercio móvil. El primero es móvil; el segundo es una ubicación fija dentro de una vía pública. En términos generales, estas son las etapas de las transacciones donde los comerciantes pueden trabajar de manera consistente y segura.

Apaza (2018), Señalo que el comercio móvil se define como los intercambios económicos que se hacen de forma irregular y secreta. Esto no es normal ya que no se han seguido los procedimientos financieros y de licencia requeridos por las autoridades para ejercer esta actividad. Esta información se ha ocultado porque esta irregularidad complica los estudios para cuantificar. Sin embargo, esto no significa que los empresarios informales no paguen por el espacio que utilizan para realizar sus actividades. Los vendedores informales pagan " voz " a quienes controlan legalmente el espacio de venta (delegaciones y municipios), y en algunos casos, contra quienes controlan ilegalmente el espacio público. En muchos casos, las cifras pagadas son insignificantes, lo que representa un ingreso considerable.

2.1.2.2. ITINERANTE

Aliaga, (2016), Comenta que este es el primer tipo de negocio ambulatorio, desarrollado por personas que compran pequeñas cantidades de baratijas, golosinas o alimentos al paso y se quedan en la calle, tratando de venderlos a la gente que conocen en el camino. En consecuencia, no tienen un lugar fijo y la escala de operaciones es bastante pequeña. Sus ingresos dependen enteramente de su habilidad para encontrar clientes porque les es difícil encontrarlos. En este nivel de movilidad, los vendedores ambulantes no están organizados porque actúan solos y no hay lugar para defenderse. No tienen más capital físico ni acceso principalmente al crédito, por lo que tienen que asumir su propio financiamiento, y suelen trabajar con efectivo.

Cuando comenzó a trabajar, el vendedor ambulante no solo brindaba servicios, sino que también invirtió en capital humano, mientras deambulaba por las calles en busca de clientes y observaba los productos vendidos.

2.1.2.3. LUGAR FIJO EN LA VÍA PÚBLICA

Aliaga (2016), afirma que este es el segundo tipo de comercio móvil, se supone que los comerciantes móviles han dejado de deambular y han elegido y establecido una ubicación para llevar a cabo sus actividades. Por tanto, significa una invasión de la calle.

Lo primero que hace un vendedor ambulante cuando intenta invadir una ubicación fija en una vía pública es evaluar la ubicación. Para hacer esto, debe comprender cuántos clientes potenciales son beneficiosos para usted todos los días.

2.1.3. CARACTERÍSTICAS SOCIALES DEL COMERCIO INFORMAL

De La Riva (2018) sugiere que dentro del sector informal, un porcentaje significativo de proveedores son mujeres, lo que lleva a una conclusión generalmente aceptada.

- El comercio informal es principalmente una actividad femenina.

- Este grupo de personas informales tiene una alta tasa de migración desde las zonas rurales. La mayoría son adultos, y el grupo está formado por personas entre 40 y 50 años, con una baja proporción de jóvenes y ancianos.

2.1.4. CAUSAS DEL COMERCIO INFORMAL

Así también De La Riva (2018), señala que la causa del comercio como nuevo evento económico social y manifestación social se debe a tres aspectos.

Estructural: Si bien la economía informal se perpetúa por la crisis del capitalismo, debido al inadecuado desarrollo industrial.

Situación: Economía formal y sistema de producción de bienes y servicios no pueden brindar empleo estable y bien remunerado a los trabajadores comunes y jóvenes y mujeres que ingresan al mercado laboral todos los años. El ajuste económico ha agravado esta situación. Migración interna debido a mejores oportunidades que no existen en el lugar de origen, y debido a la aplicación indiscriminada de nuevas tecnologías en los equipos de producción.

Políticas neoliberales: Como parte de la nueva economía global, la economía informal se ha desarrollado y consolidado, con la máxima descentralización.

2.1.5. DESVENTAJAS DEL COMERCIO INFORMAL

Sobre el tema Mamani (2017), señala que las deficiencias de la informalidad se pueden ver en términos de los beneficios que brinda el sector formal:

La policía previene el delito y el abuso,

El sistema judicial apoya en la resolución de disputas y hacer cumplir los contratos,

Las instituciones financieras dan acceso a obtener un crédito y distribuir el riesgo, y oportunidades para una mayor expansión en los mercados locales y nacionales.

2.1.6. EL PODER DEL MERCADO

El libre mercado es la economía informal, debido a las trabas normativas y burocráticas del estado.

Mamani (2017), Comenta que todos los días del año, nuestros ciudadanos tienen diferentes necesidades, como comer, vestir, jugar y protegernos. De esta forma podemos confirmar que están listos cuando queramos comprar estos bienes o servicios en el momento adecuado.

2.1.7. EL PAPEL DE LOS PRECIOS

En la economía de libre mercado, los indicadores son muy importantes ya que muestran la orientación de la demanda y de la oferta del libre mercado.

Para Mamani (2017), el sistema de precios permite que las partes relacionadas logren esta función sin que tengan que hablar entre ellas. El sistema de precios permite que las personas y los comerciantes interactúen pacíficamente durante la fase de compra y venta.

2.1.8. FUNCIONES DEL LOS PRECIOS

Asi también Mamani (2017), señala que en cualquier economía de libre mercado, los precios cumplen tres funciones al organizar las actividades económicas, a saber:

- Transmiten el precio de lo que quiere comprar y lo que quiere vender.
- Se benefician de la venta de cada producto, que es menos costoso para los comerciantes,
- Determine la distribución de la renta del capital de inversión y su renta.

2.1.9. LOS PRECIOS COMO INCENTIVOS PARA LOS COMERCIANTES

En una economía, existe un principio básico relacionado con los comerciantes, que muestra que cuando el precio de un determinado producto aumenta por alguna razón, los

comerciantes verán la oportunidad que brinda el mercado para obtener ganancias (más ganancias) y, por lo tanto, generar incentivos. La venta de productos básicos cuyos precios han subido, para ser precisos, se denomina "incentivos para los comerciantes".

Al contrario de lo anterior, cuando el precio de una determinada mercancía cae por otras razones, la situación es todo lo contrario, lo que impide que los traders entren al mercado para vender la mercancía porque ven el riesgo de perder su inversión en materias primas (capital) y enfrentar Las pérdidas económicas, si se arriesgan a vender materias primas cuyos precios han bajado, esta es la llamada "desventaja para los comerciantes".

Al respecto Mamani (2017), señala que a menos que el personal relevante esté motivado para actuar y actuar correctamente cuando se trata de la información, la difusión efectiva de la información correcta es inútil.

Una de las grandes ventajas de los sistemas de precios es que los precios que contienen información también brindan incentivos para responder a la información y los medios para hacerlo.

Esta función de precio está estrechamente relacionada con la tercera función y no se puede explicar sin considerar la distribución del ingreso.

Los ingresos que recibe un productor por su actividad dependen de la diferencia entre los ingresos que recibe de la venta de productos y la cantidad que gasta en producir esos productos. Analizó sus ingresos y gastos, y analizó tal cantidad que produciendo un poco más aumentaría el costo tanto como recibiera. Los precios más altos cambiarán sus ganancias.

2.1.10. MERCADOS INFORMALES

Chaiña (2019), señala que el modelo de comercio informal evolucionó a partir del mercado informal, hubo muchas restricciones, de modo que intentaron salir de la calle.

Además, los vendedores ambulantes son muy improductivos porque ofrecen muy pocos tipos de bienes y servicios

2.1.11. RENTABILIDAD

Para Huayhua (2010), la rentabilidad proviene de la operación de obtener el máximo beneficio de los productos de venta relacionados con la inversión realizada.

Compare la utilidad neta por un lado y compare el capital utilizado por el otro, lo cual se logrará mediante el uso de la rentabilidad para obtener la relación de beneficio.

2.1.11.1. MARGEN DE LA UTILIDAD BRUTA

Huayhua (2010), indica que el margen de beneficio bruto es el saldo de beneficios que se puede utilizar para pagar los gastos administrativos y de ventas de la empresa.

2.1.11.2. RENTABILIDAD DE LAS VENTAS

Huayhua (2010), señala que la rentabilidad de las ventas es un indicador que nos muestra la tasa de ganancia neta de las ventas esperadas de la empresa. Para los comerciantes informales, el objetivo es generar ganancias. Las ventas totales de inversión en commodities se suelen calcular calculando la ganancia porcentaje de capital. De esta forma, podemos estimar el beneficio que cada comerciante espera obtener de la venta de sus productos.

2.1.12. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

2.1.12.1. COSTOS FIJOS

Para Huayhua (2010), el costo fijo es mantener un monto continuo, como pagar el espacio, seguridad, almuerzo, etc. que ocupan los jueves y viernes de cada semana.

2.1.12.2. COSTOS VARIABLES

Huayhua (2010), señala que los costos variables son costos que varían según el nivel de ventas, capital de inversión, transporte, etc.

2.1.13. DISTRIBUCIÓN DE LOS INGRESOS

Mamani (2017), se cree que los ingresos que recibe cada persona en el mercado dependen de la diferencia entre los ingresos que recibe por la venta de bienes y servicios y los costos incurridos al producir o vender estos bienes y servicios. Esta devolución incluye básicamente los pagos directos que recibimos en función de los recursos con los que contamos, pagos por obra o uso de terrenos, edificaciones o cualquier otro capital.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Informalidad: La informalidad es un proceso de generación de beneficios, patrimoniales o no, caracterizado por un hecho central, su desviación de la regulación jurídica existente, ya aplicando nuevas regulaciones o ya aplicando regulaciones existentes que no corresponden al caso. (Mamani Huanacuni 2017).

FACTORES SOCIOECONÓMICOS DE LA INFORMALIDAD

FACTORES SOCIALES

- Migración: La población migrante que labora en la feria la cachina son en su mayoría de la región Puno.
- Educación: La mayor cantidad de los comerciantes no cuentan con un estudio superior, solo tienen primaria, secundaria y algunos sin educación.
- Edad: Los comerciantes de la feria la cachina tienen en su mayoría entre 26 a 35 años de edad.
- Asociaciones: Los comerciantes informales son socios que conforman las diferentes asociaciones de la feria la cachina.
- N° de miembros por familia: Las familias de los comerciantes están constituidas por 4 a 7 personas.

FACTORES ECONÓMICOS

- Ingreso: Los comerciantes de ferias reciben ingresos basados en las ventas de los días jueves y viernes.

- **Capital:** El capital de los comerciantes de la feria la cachina, está compuesto por capital social y préstamos bancarios.
- **Tipo de mercadería:** Los comerciantes venden diferentes tipos de mercadería como son zapatillas, chompas, casacas, polos, carteras los cuales son productos importados.
- **Precio:** Cada comerciante establece un precio para los artículos que venden. Este precio a menudo se basa en la oferta y la demanda del mercado.
- **Desempleo:** La mayoría de los comerciantes de la feria la cachina no tienen trabajos regulares.

Comercio informal: Es una forma urbana de trabajar, con características que incluyen: bajas barreras a la entrada para el emprender, en términos de habilidades y capital requerido; negocio familiar; pequeña escala de operación; producción intensiva en mano de obra con la tecnología adecuada, un mercado competitivo y no regulado.

Nivel de Ingresos: El nivel de ingresos o estatus socioeconómico es una medida social y económica agregada de la voluntad de una persona para encontrar trabajo y la posición económica y social de un individuo o familia en relación con otros, con base a sus ingresos, educación y empleo. Al analizar el nivel socioeconómico de una familia también se analizaron los ingresos, la educación y la ocupación del hogar, así como los ingresos agregados, con respecto al individuo, y los tributos individuales de sus miembros.

Economía Informal: La informalidad se ha usado para describir a personas, establecimientos, actividades ilegales, posiciones ocupacionales y casi cualquier actividad que no se ajuste a los estándares del mercado laboral.

2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1. HIPÓTESIS GENERAL

Los factores socioeconómicos de los comerciantes informales de la “feria la cachina” de la ciudad de Puno influyen significativamente en la probabilidad de mejorar sus niveles de ingreso.

2.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- Las causas sociales de los comerciantes informales, como la educación, edad, sexo, número de hijos, influyen en la probabilidad de mejorar los niveles de ingresos de los comerciantes de la “feria la cachina” de la ciudad de Puno.
- Los factores socioeconómicos que determinan los niveles de ingresos del comercio informal son la ubicación, las horas trabajadas, clientes fieles y la experiencia, las cuales tiene una relación directa con los niveles de ingreso y al aumentar, aumentan la probabilidad de mejorar sus niveles de ingreso.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ZONA DE ESTUDIO

La investigación se desarrolló en el Jr. Juli y calles aledañas pasando por el pasaje turístico, calle Pucará y terminando por la calle 29 de junio de la ciudad de Puno donde identificamos la gran cantidad de comerciantes informales que existen en la feria la cachina.

Para ello, se utilizaron dos técnicas para la recogida de información. Una encuesta (Anexo 01) encuesta aplicada a comerciantes informales de la feria la cachina. Esta información fue finalmente registrada en la base de datos del programa SPSS (Anexo 04).

3.2. TAMAÑO DE MUESTRA

Se realizó un muestreo simple al azar.

3.2.1. POBLACIÓN

La población que conforma el estudio está conformada por todos los comerciantes de la feria la cachina en la ciudad de Puno. En promedio hay 15 asociaciones, cada una con 100 socios y un total de 1500 comerciantes.

3.2.2. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Se calcula utilizando niveles de confianza y márgenes de error (95% y 5%, respectivamente).

3.2.3. SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Se realizó un muestreo estimado con sondeo previo.

Muestra: La muestra es de 306 comerciantes informales.

Ámbito y lugar de estudio: La investigación se realizó a los comerciantes de la feria la cachina de la ciudad de Puno.

Población: La población total de comerciantes informales es de 1500.

Muestra: La muestra es de 306 comerciantes informales.

Donde:

n: Tamaño de muestra estimado con sondeo previo.

p: Los(as) comerciantes consideran que el comercio informal SI genera buenas utilidades (ganancias)

1-p: Los(as) comerciantes consideran que el comercio informal NO genera buenas utilidades (ganancias)

d1: Error permisible de que la probabilidad de la muestra no se aparte en más de d1 de la probabilidad de la población.

Además, se realizó el “reajuste del tamaño de la muestra” considerando la población respectiva. Para ello se hizo uso de la siguiente fórmula:

$$n' = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

Donde:

n: Tamaño de muestra reajustada en función del tamaño de la población.

Tamaño de muestra estimado con sondeo previo.

N: Tamaño de la población de estudio.

Para estimar la primera aproximación del tamaño de muestra (sondeo preliminar) se realizó un “muestreo previo” a 50 comerciantes de la feria la cachina, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

$p = 90\%$ (45 comerciantes)

$1-p = 10\%$ (5 comerciantes)

$d1 = 5\%$ (error de la estimación)

$N = 1500$ (Comerciantes, Población de estudio)

Reemplazando los valores anteriores en las respectivas fórmulas, se obtienen los siguientes resultados:

$n' = 306$ comerciantes (tamaño de muestra final)

3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS

Para alcanzar los objetivos de la presente investigación se hará uso de los siguientes métodos de investigación:

A. MÉTODO DESCRIPTIVO:

Este método se utilizó para describir todos los aspectos relacionados a los factores socioeconómicos que condicionan el nivel de la rentabilidad del comercio informal en la ciudad de Puno

Algunos tipos de investigación son no experimentales. Al ser no experimental las variables explicativas se analizan en un contexto real, sin ser manipuladas. Los sujetos se observan de forma realista en un entorno natural y se centran en analizar las causas y el efectos de las variables de estudio con el fin de analizar la rentabilidad.

Para la investigación se empleó el método descriptivo y explicativo, el cual permite obtener un conocimiento sistemático de la realidad objetiva de la rentabilidad generada por la actividad informal.

Además, evaluamos los indicadores socioeconómicos y que les motivó a emprender este tipo de negocios. También lleva a cabo métodos analíticos de investigación para caracterizar partes de la realidad.

A su vez para la obtención de resultados consistentes se utilizó también el análisis de regresión, que este último nos sirvió para analizar e inferir la conducta de más de una variable consideradas en el modelo del trabajo de investigación.

B. MÉTODO DEDUCTIVO:

Porque se tendrá en cuenta la doctrina expuesta por el Dr. Hernando de Soto (teoría general) en cuanto se refiere a las causas que explican el acceso a la economía informal (comercio informal), para ir de lo general a lo particular.

C. METODO ANALITICO:

De hecho, se analizan en detalle los principales factores (clientes fieles, ubicación y horas de trabajo) asociados a la rentabilidad que genera y da acceso al comercio formal para los comerciantes en la feria la cachina.

Asimismo, se analizan los indicadores socioeconómicos fundamentales de los comerciantes.

D. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS

Para la realización del presente estudio se recogió toda la información estrechamente vinculada al análisis de rentabilidad del comercio informal de la feria la cachina en la ciudad de Puno.

Finalmente, la información obtenida de las encuestas se procesó en el programa de SPSS para obtener los resultados en porcentajes y gráficos.

E. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE DEPENDIENTE

- Rentabilidad

VARIABLE INDEPENDIENTE

- Comercio informal

RENTABILIDAD:

Es una actividad económica que moviliza una serie de medios, recursos materiales, humanos y financieros para lograr una serie de resultados. En otras palabras, la rentabilidad es el rendimiento que genera una serie de capital en un período de tiempo determinado. Es una forma de comparar los medios utilizados en una acción con los ingresos generados por esa acción.

COMERCIO INFORMAL:

Este es un intercambio económico irregular y encubierto. Esto no es normal ya que no han seguido los procedimientos financieros y de licencia requeridos por las autoridades para ejercer esta actividad. Está información se oculta porque esta irregularidad dificulta los estudios que cuantifican este intercambio.

Aunque esto no significa que los empresarios informales no vayan a pagar por el espacio que ocupan para realizar sus actividades. Los comerciantes informales pagan su "derecho a hablar" a quienes controlan legalmente el espacio de venta (delegaciones o municipios), y en otros casos a quienes controlan ilegalmente el espacio público. En muchos casos, la cantidad a pagar está lejos de ser trivial, pero representa una ganancia sustancial.

CAPÍTULO IV

EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Una vez realizado el trabajo de campo que corresponde a la encuesta aplicada, una muestra representativa de 306 comerciantes informales de la feria la cachina que se lleva a cabo cada jueves y viernes en la ciudad de Puno, en este apartado se describe cómo se obtuvo los datos, y se brinda un panorama general de la informalidad. Se analizan y explican las características del comercio. Resultados obtenidos de una encuesta a una muestra de comerciantes informales, teniendo en cuenta la frecuencia y porcentaje de diferentes categorías de respuesta para cada pregunta realizada en la encuesta.

Es importante resaltar que estos resultados se presentan en forma de tablas y figuras, en los cuales se agrupan las opiniones de todos los comerciantes informales y líderes de diferentes asociaciones para determinar la frecuencia y porcentaje correspondientes a cada pregunta realizada y para cada categoría de respuesta de la encuesta aplicada.

4.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Las siguientes tablas y figuras muestran los indicadores socioeconómicos de por qué las personas están involucradas en el comercio informal de ropa usada.

4.1.1. SEGÚN LA EDAD:

El 6,2% tienen las edades de 15 a 25 años, el 34% se encuentra entre las edades de 26 a 35 años, el 25,5% de 36 a 45 años, el 22,9% de 46 a 55 años, el 9,2% de 56 a 65 años y 2,3% tienen las edades de 66 a 89 años.

Tabla 01: Comercio informal según edad

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15 - 25	19	6.2%
26 - 35	104	34%
36 - 45	78	25.5%
46 - 55	70	22.9%
56 - 65	28	9.2%
66 - 89	7	2.3%
TOTAL	306	100 %

FUENTE: Elaboración propia

Es importante recalcar que la gran parte de los comerciantes encuestados tenían entre 26 y 35 años de edad, y que iniciaron negocios informales, porque sintieron que necesitaban generar un ingreso para su familias, es por ello que era la alternativa más accesible. Esto resalta que el 34% de los negocios están en la transición a la adultez y les cuesta salir, como es el caso de la señora Norma, quien vende ropa usada desde los 18 años y ahora tiene 35 años, ella no planea cambiar de negocio porque cree que es la mejor opción para generar sus ingresos.

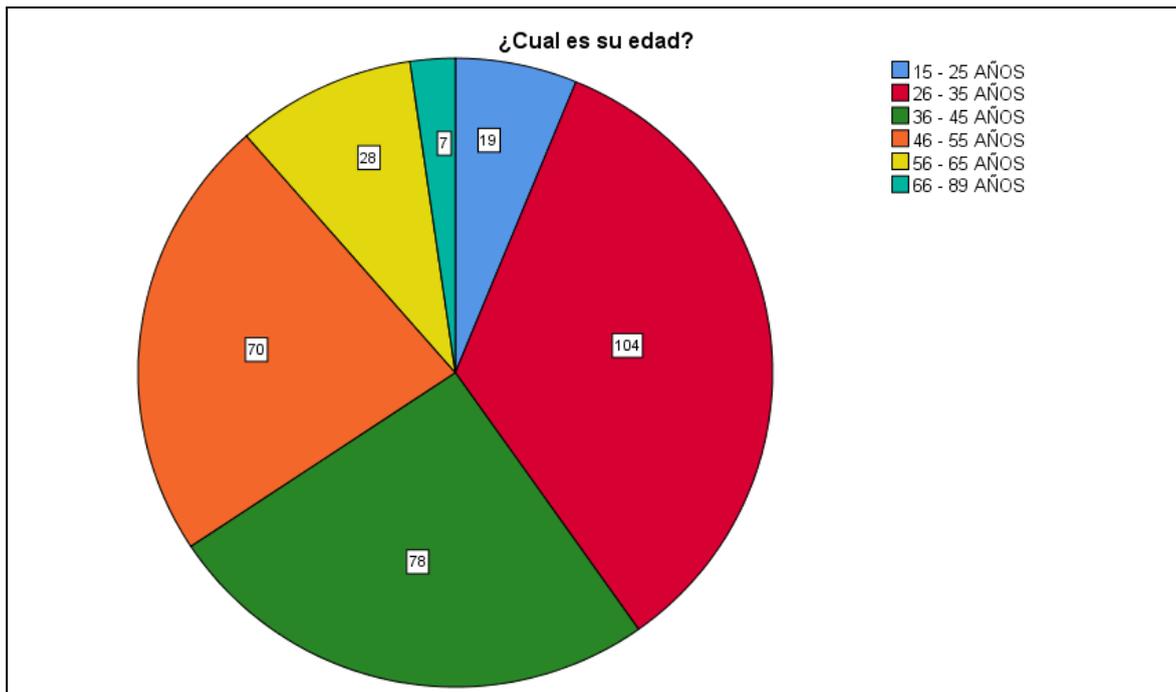


Figura 01: ¿Cuál es su edad?

Fuente: Elaboración propia

4.1.2. SEGUN SEXO

Según los resultados de la encuesta, el 24,8% son del sexo masculino y el 75,2% son del sexo femenino, que se dedican actualmente a negocios informales. Como resultado, las intervenciones para las mujeres difirieron considerablemente.

Sin embargo, en muchos casos, las mujeres reconocen la necesidad de obtener un ingreso para mantener a sus familias, por lo que el 75,2% de mujeres que ingresan al comercio informal se considera una proporción importante a considerar.

Tabla 02: Comercio informal segun sexo

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	76	24.8%
FEMENINO	230	75.2%
TOTAL	306	100%

Fuente: Elaboración propia

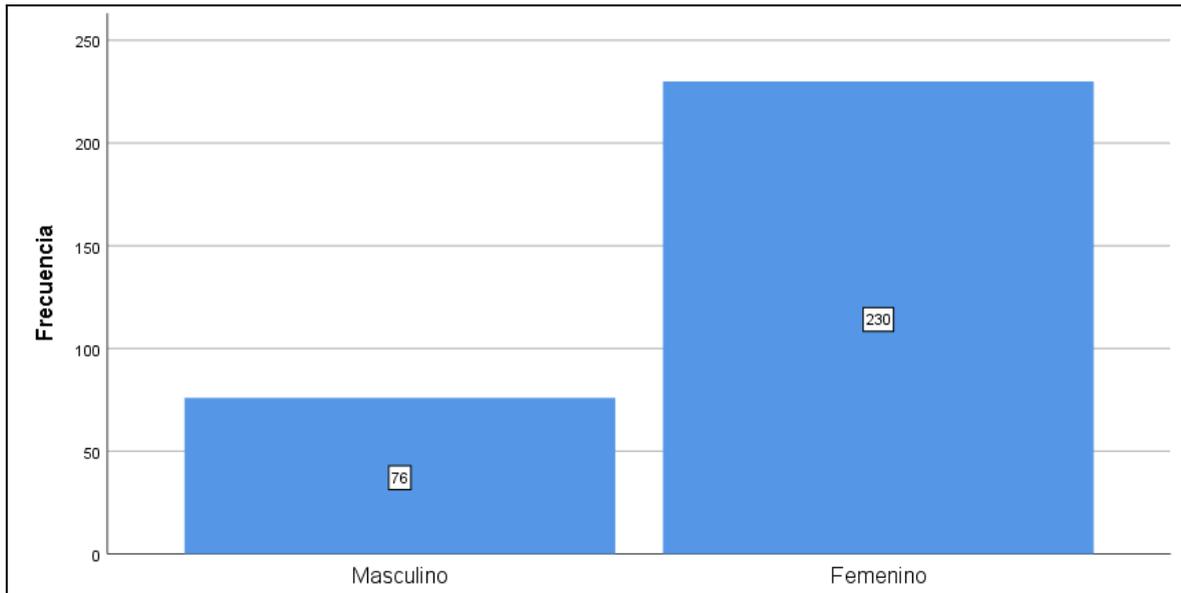


Figura 02: Comercio informal segun sexo

Fuente: Elaboración propia

4.1.3. SEGÚN GRADO DE INSTRUCCIÓN

El 43,5% de los comerciantes de ropa usada dijo haber terminado secundaria, que es el más representativo, mientras que la primaria representó el 36,3% y un 17,6% superior. Cabe recalcar que la gran mayoría de los comerciantes cuentan con nivel de secundaria completo y se dedican a negocios informales que ocupan espacio público, y estos comerciantes necesitan buscar alternativas que les puedan generar ingresos económicos.

Tabla 03: Según grado de instrucción

Grado de instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Inicial	8	2.6 %
Primaria	111	36.3%
Secundaria	133	43.5 %
Superior	54	17.6 %
Posgrado	0	0.0 %
TOTAL	306	100%

Fuente: Elaboración propia

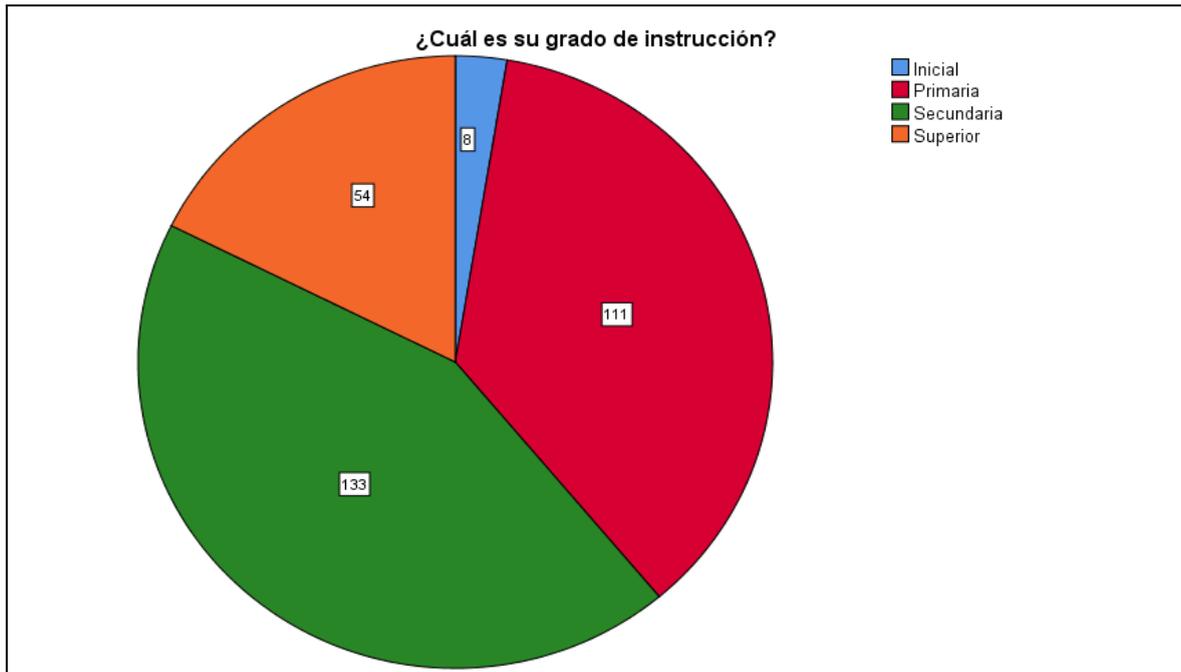


Figura 03: ¿Cuál es su grado de instrucción?

Fuente: Elaboración propia

4.1.4. SEGÚN ESTADO CIVIL

Según los resultados de la encuesta, nos muestra que el 15,7% son personas solteras (os), el 20,9% son casados (as) que se encuentran laborando en el negocio informal, el 50% son convivientes y el 13,4% son viudos (as). Cabe resaltar que los comerciantes no tienen esa posibilidad de acceder a la formalidad debido a que sus ingresos son bajos y tienen que mantener a su familia.

Tabla 04: Comercio informal, según estado civil

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Soltero (a)	48	15.7 %
Casado (a)	64	20.9 %
Divorciado (a)	0	0.0 %
Viudo (a)	41	13.4 %
Conviviente	153	50.0 %
TOTAL	306	100 %

Fuente: Elaboración propia

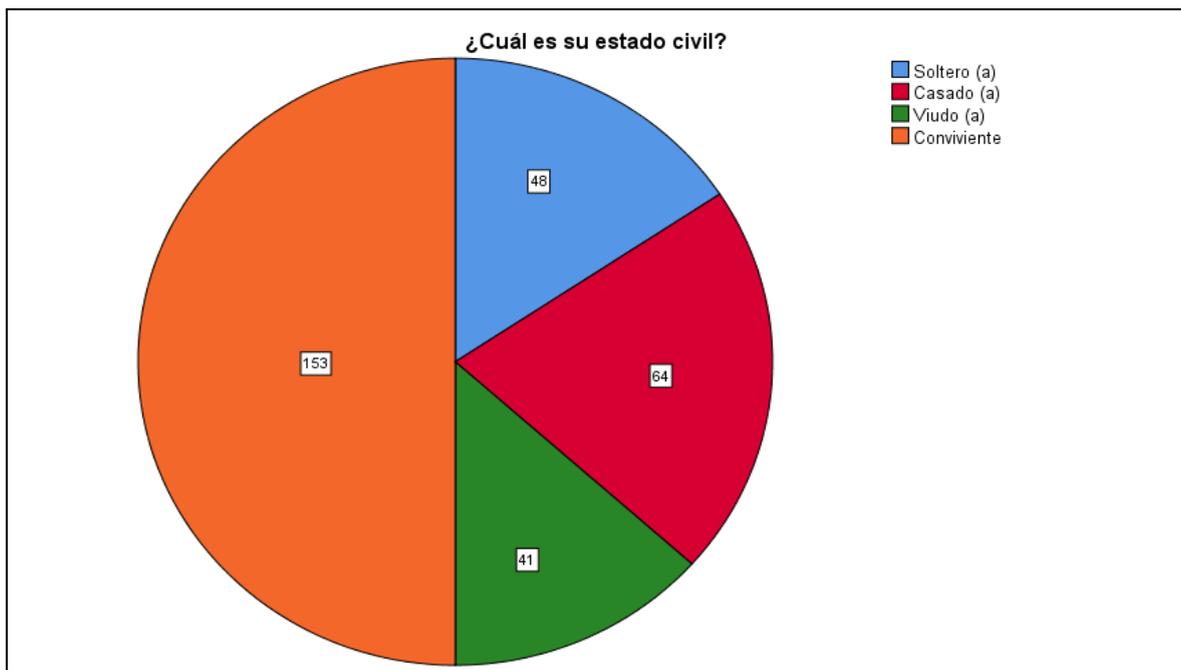


Figura 04: ¿Cuál es su estado civil?

Fuente: Elaboración propia

4.1.5. SEGÚN NÚMERO DE HIJOS

El 33,7% de los comerciantes encuestados tienen 2 hijos, el 22,9% tienen 1 hijo, el 16,7% de los comerciantes no tiene ningún hijo, el 14,7% tiene 3 hijos y el 12,1 % tienen 4 hijos a más. Es importante recalcar que la mayoría de los comerciantes encuestados tienen dos hijos. Esto demuestra que necesitan generar un ingreso para su familia y por eso se dedican a esta actividad.

Tabla 05: Comercio informal, según n° de hijos

N° de hijos	Frecuencia	Porcentaje
0	51	16.7 %
1	70	22.9 %
2	103	33.7 %
3	45	14.7 %
4 a más	37	12.1 %
TOTAL	306	100 %

Fuente: Elaboración propia

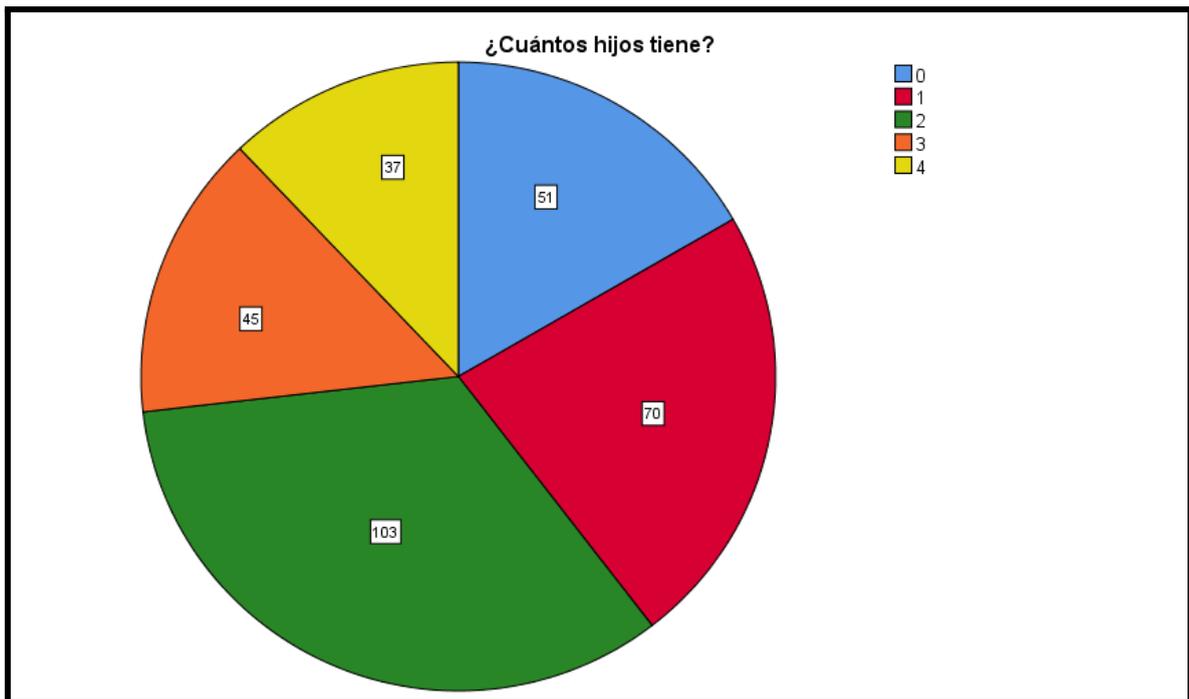


Figura 05: ¿Cuántos hijos tiene?

Fuente: Elaboración propia

4.1.6. SEGÚN LUGAR DE PROCEDENCIA

En la tabla 6 se muestra, el detalle del lugar de procedencia de los comerciantes encuestados, el 74,8% son de la provincia de Puno, el 15,4% son de el collao, el 4,9% de los comerciantes son de otra región, el 2% son de San román, el 1,6% de los comerciantes son de Lampa, el 0,7% son de Chucuito, el 0,3% son de Melgar y el 0,3% son de Yunguyo.

Cabe señalar que el 74,8% provienen de la ciudad de Puno y el 15,4% provienen del collao, los comerciantes se dedican al comercio informal debido a la falta de oportunidades laborales, con el pasar del tiempo suelen formar sus familias y para cubrir sus gastos se dedican al comercio informal. Como también vinieron para mejorar su calidad de vida.

Tabla 06: Comercio informal, según lugar de procedencia

Lugar de procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Azangaro	0	0.0 %
Chucuito	2	0.7 %
Puno	229	74.8 %
San roman	6	2.0 %
Sandia	0	0.0 %
Huancane	0	0.0 %
El collao	47	15.4 %
Melgar	1	0.3 %
Moho	0	0.0 %
San antonio de putina	0	0.0 %
Yunguyo	1	0.3 %
Lampa	5	1.6 %
Otra región	15	4.9 %
Otro país	0	0.0 %
TOTAL	306	100 %

Fuente: Elaboración propia

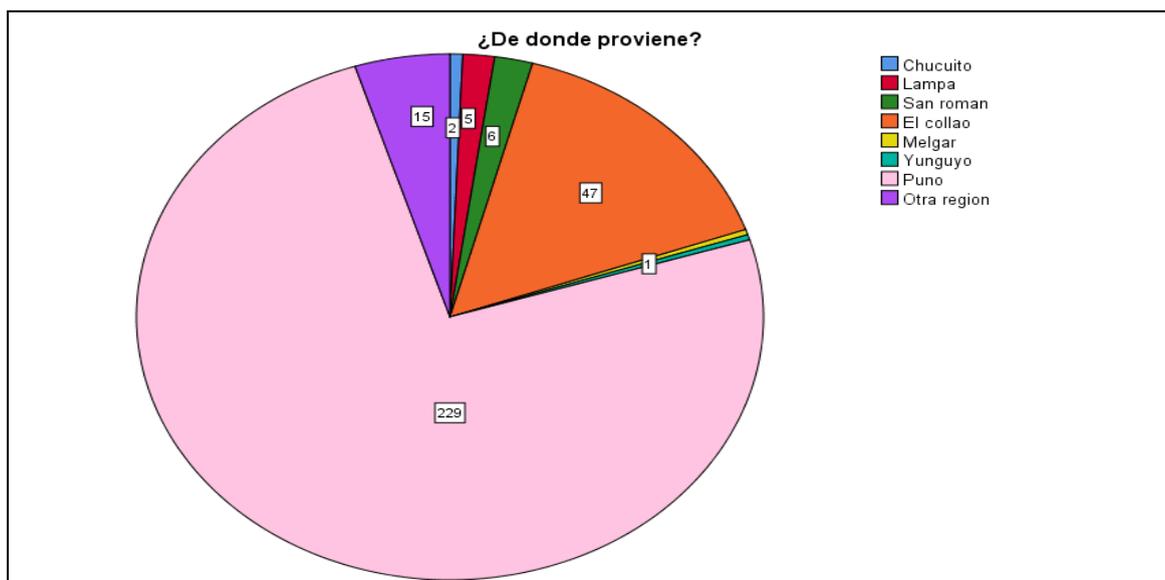


Figura 06: ¿De donde proviene?

Fuente: Elaboración propia

4.1.7. SEGÚN MOTIVO POR EL CUAL SE DEDICA A ESTA ACTIVIDAD

Según los resultados de la encuesta, el 53,9% indican que es el sostén de su familia, el 28.1% indican que necesitan más ingresos, el 11,4% indican que no hay empleo y el 6,5% indican que es de fácil adaptación.

Sin embargo, esto nos lleva a pensar que el 53,9% de los comerciantes encuestados se dedican al comercio informal por ser el sostén de su familia, es un porcentaje significativo a considerar, ya que en muchos casos se han visto en la necesidad de generar ingresos para sus propias familias.

Tabla 07: Comercio informa, según motivo por el que se dedica a esta actividad

MOTIVO DE LA ACTIVIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No hay empleo	35	11.4 %
Es el sostén de su familia	165	53.9 %
Necesita más ingresos	86	28.1 %
Facil adaptacion al comercio	20	6.5 %
Otro especifique	0	0.0 %
TOTAL	306	100 %

Fuente: Elaboración propia

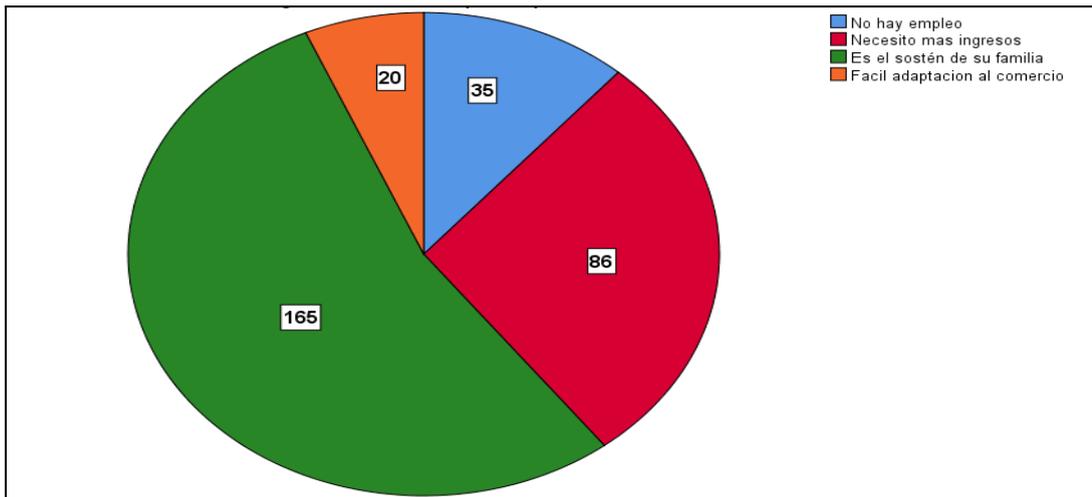


Figura 07: ¿Cuál es el motivo por el que se dedica a esta actividad?

Fuente: Elaboración propia

4.1.8. SEGÚN CAPITAL ACTUAL

Según los resultados el 52,6% de los comerciantes informales, encuestados cuentan con un capital actual de S/. 1 000. 00 a más, el 35,6% tiene de S/. 401. 00 a S/. 600. 00 actualmente, el 5,9% tiene de S/. 200. 00 a S/. 400. 00 actualmente y el resto, 5,9% con un capital actual de S/. 601. 00 a S/. 800. 00.

Es importante resaltar que la mayoría (52,6%) de los comerciantes encuestados, con más dinero en los negocios son comerciantes que venden zapatillas.

Tabla 08: Comercio informal, según capital actual

CAPITAL ACTUAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
200 - 400	18	5.9 %
401 - 600	109	35.6 %
601 - 800	18	5.9 %
1000 a más	161	52.6 %
TOTAL	306	100 %

Fuente: Elaboración propia

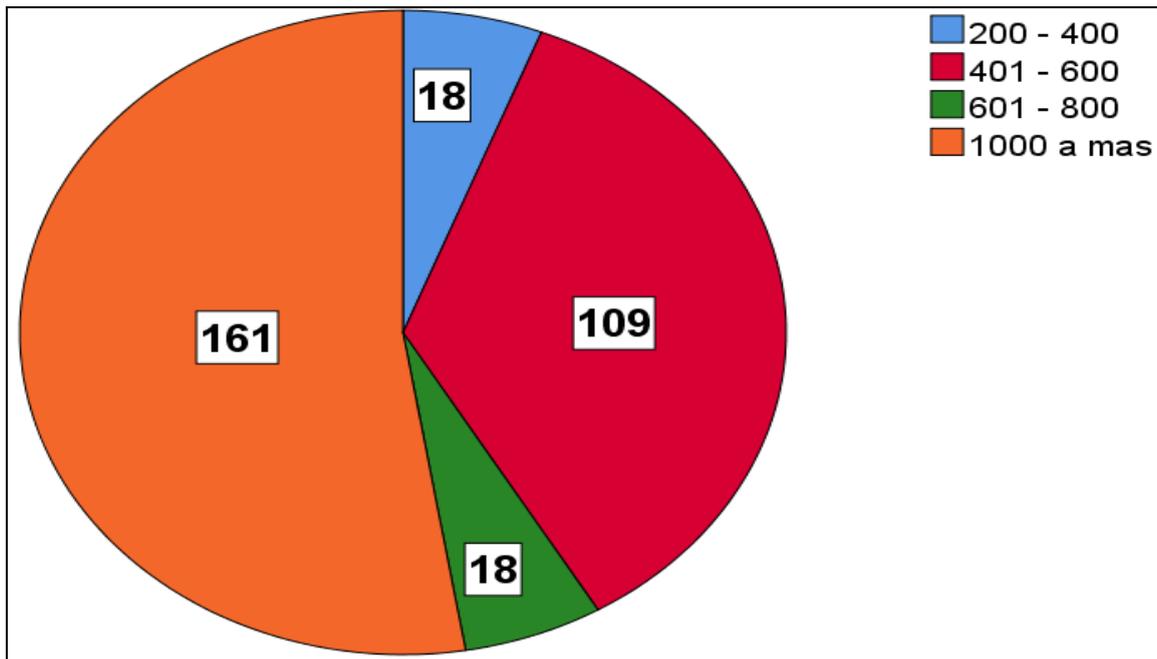


Figura 08: Su capital actual es:

Fuente: Elaboración propia

4.1.9. SEGÚN CAPITAL FUE PROPIO O PRÉSTAMO BANCARIO

Según los resultados el 71,2% de los comerciantes encuestados iniciaron su negocio con un capital propio es decir ahorraron dinero, indican que al iniciar su negocio con capital propio sus niveles de ingresos son mayores, esto según ellos se debe a que ya que su capital fue propio los ingresos obtenidos se destinaban a hacer crecer su negocio y al gasto familiar lo que a largo plazo mejoró sus niveles de ingreso. El otro porcentaje de comerciantes con el 28,8% inició su negocio con préstamos bancarios e indica que de igual manera sus niveles de ingresos mejoraron, pero a largo plazo una vez pagada la deuda que obtuvo para invertir en su negocio.

Por lo tanto el tipo de capital no influye de manera significativa o no determina los niveles de ingreso de los comerciantes informales ya que al final con cualquier tipo de capital los comerciantes logran a largo plazo obtener mejores niveles de ingresos.

Tabla 09: Comercio informal, según el origen de su capital.

Capital propio o préstamo	Frecuencia	Porcentaje
Préstamo bancario	88	28.8 %
Propio	218	71.2 %
TOTAL	306	100 %

Fuente: Elaboración propia

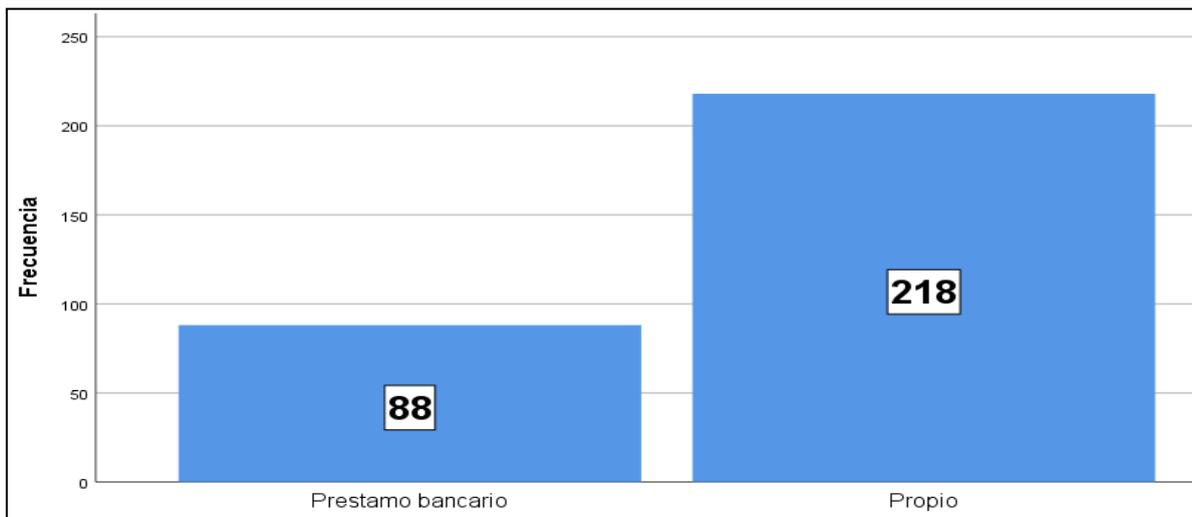


Figura 09: ¿Su capital inicial fue propio o prestado?

Fuente: Elaboración propia

4.1.10. SEGÚN CAPITAL INICIAL

Según los resultados el 38,2% de los comerciantes encuestados empezaron su negocio informal con un capital inicial de S/. 1 000. 00 a S/. 2 000. 00, el 37,6% con un capital de S/. 2 001. 00 a S/. 3 000. 00 en su negocio, el 13,4% contó con un capital inicial de S/. 4 001. 00 a S/. 5 000. 00 en su negocio y el 7,5% contó con un capital inicial de S/. 3 001. 00 a S/. 4 000. 00 y el resto 3,3% un capital de S/. 6 000. 00 a más.

Es importante resaltar que la minoría de los comerciantes encuestados iniciaron sus actividades con un capital inicial de S/. 6 000. 00 a más, estos son los comerciantes que tienen la actividad de zapatillas, es representado por el 3,3%, cabe resaltar que los

comerciantes que comenzaron con un capital de S/. 1 000. 00 a S/. 2 000. 00, son los comerciantes que tienen el negocio de chompas, poleras, carteras y polos el cual es representado por el 38,2%.

Tabla 10: Comercio informal, según capital inicial

CAPITAL INICIAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1000 - 2000	117	38.2
2001 - 3000	115	37.6 %
3001 - 4000	23	7.5 %
4001 - 5000	41	13.4 %
6000 a más	10	3.3 %
TOTAL	306	100 %

Fuente: Elaboración propia

Figura 10: ¿Con cuanto de capital inició su negocio?

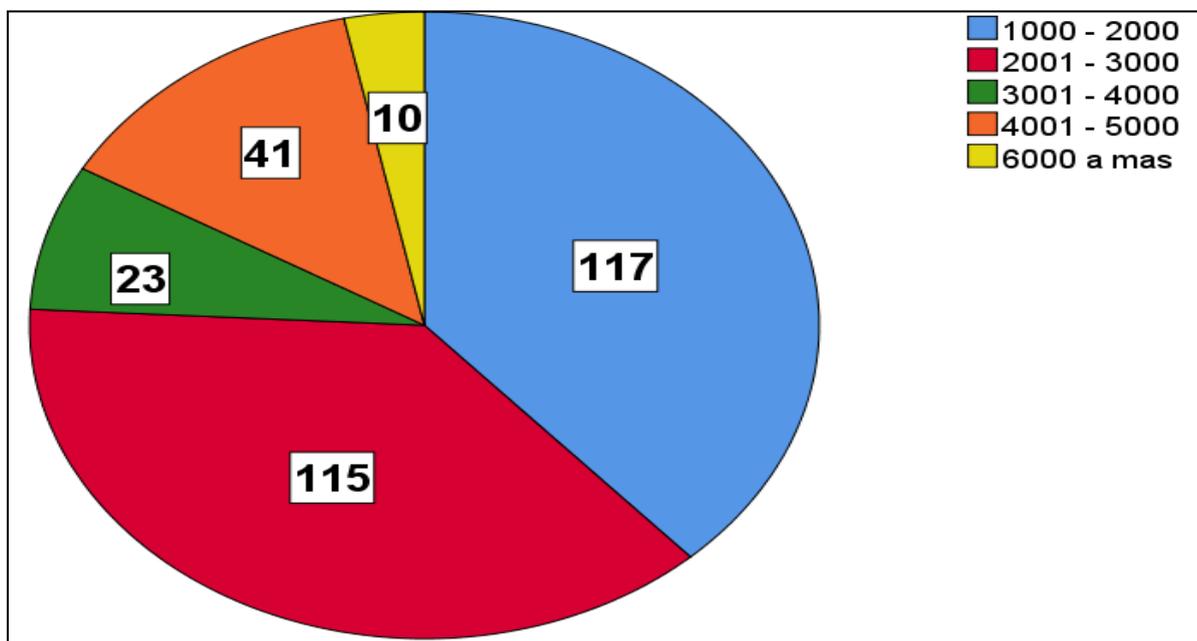


Figura 10: ¿Con cuanto de capital inició su negocio?

Fuente: Elaboración propia

4.1.11. SEGÚN INGRESO DIARIO

Según los resultados el 25,5% de los comerciantes encuestados tiene un ingreso diario de S/. 500.00 a más, el 21,9% su ingreso diario es de S/. 101.00 a S/. 200.00, el 19% tienen un ingreso diario de S/. 51 .00 a S/. 100.00, el 15% su ingreso diario es de S/. 201 .00 a S/. 300.00, el 13,4% tienen un ingreso diario de S/. 301 .00 a S/. 400.00 y el 5,2% su ingreso diario es de S/. 10.00 a S/. 50.00, los comerciantes indican que sus niveles de ingresos son mayores o menores de acuerdo al negocio que tienen.

Por lo tanto el nivel de ingreso que tiene cada comerciantes es según a su negocio, cabe resaltar que el 25,5% son comerciantes que venden zapatillas y casacas.

Tabla 11: Comercio informal, según ingreso diario

INGRESO DIARIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 - 50	16	5.2 %
51 - 100	58	19.0 %
101 - 200	67	21.9 %
201 - 300	46	15.0 %
301 - 400	41	13.4 %
500 soles a mas	78	25.5 %
TOTAL	306	100 %

Fuente: Elaboración Propia

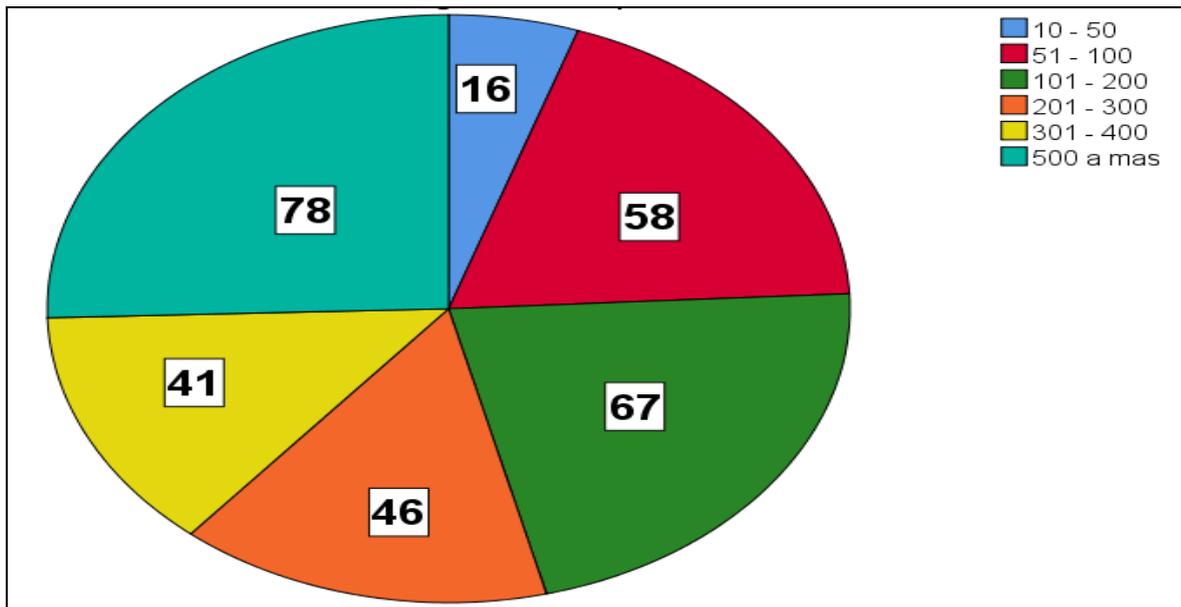


Figura 11: Su ingreso diario aproximadamente es:

Fuente: Elaboración Propia

4.1.12. SEGÚN CLIENTES FIELES

Según los resultados se observa que el 75,5% de los encuestados tiene de 0 a 5 clientes fieles, el 21,2 % indica que sus niveles de ingresos mejoran cuando tienes más de 10 a 20 clientes habituales; el 3,3% de los encuestados tiene más de 21 clientes habituales.

El número de clientes leales del comerciante está directamente relacionado con el nivel de ingresos, por que cuando hay un mayor número de clientes leales, estos tiene una tasa de ingresos fijos, asegurando así que el nivel de ventas del vendedor sea mayor.

El número de clientes fieles de un comerciante está ligado al trato que los comerciantes tienen con sus clientes, la marca y el trato son la capacidad del comerciante de recomendar productos de buena calidad a sus clientes, cuando un comerciante se gana la confianza de sus clientes es cuando se forma el lazo de clientela fiel “caseros”

Tabla 12: Comercio informal, según clientes fieles

CLIENTES FIELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 0 a 5	231	75.5 %
De 10 a 20	65	21.2 %
De 21 a más	10	3.3 %
TOTAL	306	100 %

Fuente: Elaboración Propia

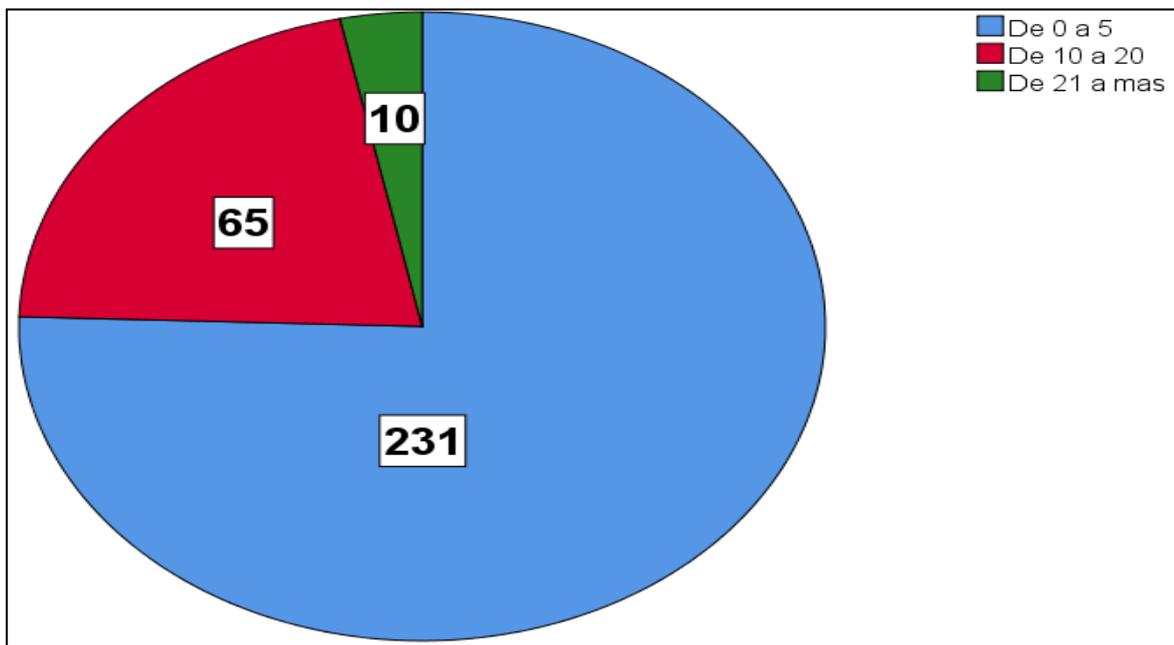


Figura 12: ¿Cuántos clientes fieles tiene?

Fuente: Elaboración Propia

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECIFICA 1

Las causas sociales de los comerciantes informales, como nivel de instrucción, edad, sexo, número de hijos, influyen en la probabilidad de mejorar los niveles de ingresos de los comerciantes de la “feria la cachina” de la ciudad de Puno.

Al terminar de analizar las Tablas 1, Tabla 2, Tabla 3 y Tabla 5, se encontró que en el ámbito de edad:

La mayoría de comerciantes encuestados tienen entre 26 y 35 años de edad, lo que indica que iniciaron en el negocio informal, porque sintieron que necesitaban generar ingresos para su familia, es por ello que era la opción más accesible, se puede apreciar

dentro de este grupo que la mayoría gana a diario de 500 soles a más y además que posee un capital actual de 1000 soles a más.

Ahora en el ámbito del género, el 24,8% son del sexo masculino y el 75,2% son del sexo femenino, que se dedican actualmente a negocios informales; Esto nos lleva a pensar que el 75,2% de mujeres que ingresan al comercio informal, es significativo, ya que en las mujeres han tenido la necesidad de generar ingresos para sus propias familias, se puede apreciar dentro de las encuestas que las mujeres son las que tienen los ingresos diarios más altos con 500 soles a más, además de eso poseen en su mayoría el capital actual más alto con 1000 soles a más.

Pasando al ámbito del grado de instrucción, el 43,5% de los comerciantes de ropa usada dijo haber terminado secundaria, que es el más representativo, mientras que la primaria representó el 36,3% y un 17,6% con estudios superiores. Cabe recalcar que la gran mayoría de los comerciantes cuentan con nivel de secundaria completo y se dedican a negocios informales que ocupan espacio público, y estos comerciantes necesitan buscar alternativas que les puedan generar ingresos económicos, analizando un poco más los comerciantes que terminaron secundaria, son los que más ingresos diarios tienen según la encuesta ganando 500 soles a más, además de que los mismos son los que tienen la mayor cantidad de capital con 1000 soles a más.

Por último, en el ámbito de los hijos el 33,7% de los comerciantes encuestados tienen 2 hijos, el 22,9% tienen 1 hijo, el 16,7% de los comerciantes no tiene ningún hijo, el 14,7% tiene 3 hijos y el 12,1% tienen 4 hijos a más. Es importante resaltar que la mayoría de los comerciantes encuestados tienen 2 hijos, lo que indica que necesitan generar ingresos para su familia, es por ello que se dedican a esta actividad, entrando en el análisis se aprecia que los comerciantes que dicen tener 2 hijos son los que más ingresos diarios tienen con 500 soles a más, así también se aprecia que la mayoría de comerciantes que tienen 2 hijos poseen un mayor capital actual con 1000 soles a más.

Según las encuestas realizadas a los comerciantes se puede deducir que la edad ideal para ser comerciante está entre los 26 y 35 años ya que los mismos generan más ingresos y más capital posteriormente, así también se puede deducir que las mujeres son las que mejor se desempeñan en este ámbito por las razones mencionadas anteriormente, el grado de instrucción no influye mucho ya que solo sería necesario tener educación secundaria para poder destacar dentro de este ámbito, y el factor de cuántos hijos tiene se vería afectada por la ley de rendimientos decrecientes ya que al tener más hijos el capital actual disminuye, así como el ingreso diario. En consecuencia se acepta la hipótesis N° 1.

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECIFICA 2

Los factores socioeconómicos que determinan los niveles de ingresos del comercio informal son la ubicación, las horas trabajadas, clientes fieles y la experiencia, las cuales tiene una relación directa con los niveles de ingreso y al aumentar, aumentan la probabilidad de mejorar sus niveles de ingreso.

Según la Tabla 12 se efectuó a analizar el número de clientes fieles que tienen los comerciantes informales de la feria la cachina en la ciudad de Puno.

Se observa que el 21,2 % indica que sus niveles de ingresos mejoran cuando tiene más de 10 a 20 clientes fieles; el 3,3% de encuestados tiene más de 21 clientes fieles.

La cantidad de clientes fieles que tienen los comerciantes está relacionado con la experiencia y el buen trato que brindan los comerciantes y eso conlleva que los niveles de ingreso son de manera directa, ya que al tener mayor número de clientes fieles, tiene una proporción de ingresos fijos, por lo tanto garantiza que sus niveles de ingresos mejoren.

El número de clientes fieles de un comerciante está ligado al trato que los comerciantes tienen con sus clientes, cuando un comerciante se gana la confianza de sus clientes es

cuando se forma el lazo de clientela fiel “caseros”.La feria la cachina está ubicada entre los Jr. Candelaria, Jr. Juli y demás calles aledañas.

PRUEBA DE HIPOTESIS GENERAL

Ha:Los factores socioeconómicos de los comerciantes informales de la feria la cachina de la ciudad de Puno influyen significativamente en la probabilidad de mejorar sus niveles de ingreso.

Ho:Los factores socioeconómicos de los comerciantes informales de la feria la cachina de la ciudad de Puno no influyen significativamente en la probabilidad de mejorar sus niveles de ingreso.

4.2 DISCUSIÓN

Primero: Según el resumen de las Tablas 01, Tabla 02, Tabla 03 y Tabla 05, se acepta la hipótesis alterna en consecuencia a los “ factores socioeconomicos que determinan el nivel de rentabilidad del comercio informal de la feria la cachina en la ciudad de Puno - periodo 2021”, de este sentido pude demostrar en las Tablas 01, Tabla 02, Tabla 03 y Tabla 05, que el 34.0% tienen entre 26 y 35 años de edad, en el ambito del genero, el 75,2% son del sexo femenino, que se dedican actualmente a negocios informales; pasando al ámbito del grado de instrucción, el 43,5% de los comerciantes de ropa usada dijo haber terminado la secundaria, que, por último en el ámbito del numero de hijos el 33,7% de los comerciantes encuestados tienen 2 hijos. Es importante resaltar que muchos comerciantes dicen que necesitan generar ingresos para su núcleo familiar.

Se acepta la hipótesis alterna, el cual se afianza que “las causas que han motivado a los comerciantes de la feria la cachina en Puno para incursionar en el comercio informal”, este resultado guarda relación significativamente con lo que sostiene, Cuba (2017), analizar cómo influyen los factores individuales (género, edad, estado civil y educación secundaria) en la informalidad laboral en el Distrito de Puno - 2016, utilizando como

metodología el método inductivo y deductivo para finalmente obtener las conclusiones:

Con respecto a la hipótesis alterna.

Identificar cuáles son los principales indicadores socioeconómicos de los comerciantes de la feria la cachina en Puno.

Segundo: Ante la pregunta ¿ cuántos clientes fieles tiene?, De la tabla 12 se observa que el 21,2 % indica que sus niveles de ingresos mejoran cuando tiene de 10 a 20 clientes fieles; el 3,3% de encuestados tiene más de 21 clientes fieles, el número de clientes fieles de un comerciante está ligado al trato que los comerciantes tienen con sus clientes, cuando un comerciante se gana la confianza de sus clientes es cuando se forma el lazo de clientela fiel “caseros”.La feria la cachina está ubicada entre los Jr. Candelaria, Jr. Juli y demás calles aledañas.

Es importante resaltar que muchos comerciantes señalan que necesitan generar ingresos para solventar su núcleo familiar.

Se acepta la hipótesis alterna, el cual se afianza que “los factores socioeconómicos que determinan los niveles de ingreso del comercio informal son la ubicación, horas trabajadas y clientes fieles, las cuales tienen relación directa con los niveles de ingresos”, este resultado guarda relación significativamente con lo que sostiene, Vasquez (2016), desarrolló una tesis cuyo objetivo era determinar el nivel de incidencia de la calidad de servicio sobre la rentabilidad de dichas empresas, utilizando como metodología descriptiva, analítica y deductiva para finalmente llegar a las siguientes conclusiones: La buena atención y calidad son una fuente muy importante para incrementar sus ingresos.

En relación este trabajo tiene relación con las conclusiones de los autores anteriormente mencionados: están de acuerdo en que, para sus casos, existió factores socioeconómicos que influyen significativamente en la rentabilidad del comercio informal de la feria la cachina en la ciudad de Puno, conlleva a que los comerciantes se dediquen a dicha actividad para generar sus propios ingresos y solventar los gastos de su familia.

CONCLUSIONES

El análisis revela una relación significativa entre “factores socioeconómicos que determinan el nivel de rentabilidad del comercio informal de la feria la cachina en la ciudad de Puno periodo 2021”, teniendo los siguientes resultados.

PRIMERA: Se identifica que la mayoría de los comerciantes encuestados, siendo 230 de un total de 306 encuestados (según la tabla 02), de los que se dedican a esta actividad son mujeres, mientras que el resto son hombres; en cuanto al nivel educativo el 43,5% de los comerciantes informales terminaron la secundaria, en cuanto a la edad de los comerciantes informales el 34% tienen entre 26 y 35 años. lo que indica que están en medio del período de transición de la edad adulta y el 33,7% de los comerciantes encuestados tienen 2 hijos.

SEGUNDA: Se identifica que los factores económicos para generar mayor rentabilidad en los comerciantes está si el capital es propio o préstamo bancario con un 71.2% indican que es propio. El 25.5% de los comerciantes tiene un ingreso diario de 500 soles a más cabe resaltar que la feria son los días jueves y viernes de cada semana. El 21.2% cuenta con 10 a 20 clientes fieles y el 3.3% con 21 clientes fieles a más. Así rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: El municipio tiene como objetivo crear más puestos de trabajo para los habitantes de la región de Puno, eliminando así el comercio informal en la ciudad de Puno. Como también crear campañas informativas sobre el comercio informal sobre sus pros y contras que tiene esta actividad.

SEGUNDA: Los comerciantes de la ciudad de Puno deben tener conocimientos e información actualizada sobre atención al cliente, calidad, abastecimiento y distribución de sus productos para poder participar en el desarrollo exitoso de su negocio. Además, preparar un plan de ventas adecuado para establecer objetivos para aumentar el número de clientes para que se puedan lograr los posibles aumentos en la rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aliaga Zapana, Vanesa Lucy. 2016. «La informalidad de los comercializadores de oro de la ciudad de Juliaca y su incidencia en la evasión tributaria de los períodos 2014 y 2015». *Universidad Nacional del Altiplano*.
- Apaza Lopez, Julio. 2018. «Factores socioeconómicos que determinan el comercio informal en la ciudad de Juliaca, caso: “Mercado mi Perú” 2018». *Universidad Nacional del Altiplano*.
- Chaiña Quispe, Vicente. 2019. «Las obligaciones tributarias y su incidencia en la informalidad de los comerciantes de abarrotes al por mayor de Puno – periodo 2018». *Universidad Nacional del Altiplano*.
- Cuba Asillo, Stiwarth Rolando. 2017. «Análisis de los factores que determinan la informalidad laboral en el distrito de Puno, 2016». *Universidad Nacional del Altiplano*.
- De La Riva Valle, Eladia Margot. 2018. «Migración de la población femenina rural y comercio informal en el entorno del mercado unión y dignidad - 2016». *Universidad Nacional del Altiplano*.
- Huayhua Peralta, Yoni. 2010. «Costo de producción y rentabilidad en la industria de puertas y ventanas metálicas en la ciudad de Juliaca». *Universidad Nacional del Altiplano*.
- Mamani Huanacuni, Dulio. 2017. «El comercio informal de ropa usada en la ciudad de puno, 2016.» *Universidad Nacional del Altiplano*.
- Rupay, Rosas, Deisy Mayumi, Mgtr Espinoza Rivera, y Marco Aurelio. s. f. «TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE: Maestra en Gestión Pública».
- Soncco Ramos, Ismael. 2018. «Implicancias de la informalidad en la recaudación del impuesto a la renta de la minería artesanal de oro en el distrito de ituata-carabaya, periodo 2017.» *Universidad Nacional del Altiplano*.
- Vasquez Quispe, Evelyn. 2016. «Calidad de servicio y su influencia en la rentabilidad de las empresas de transportes de pasajeros interdepartamental ruta, Puno Arequipa

- Puno, periodo 2015». *Universidad Nacional del Altiplano*.

ANEXOS

Anexo 01: Encuesta Para Los Comerciantes Informales De Ropa Usada De La Feria La Cachina De Los Días Jueves Y Viernes En La

Ciudad De Puno

INDICADORES SOCIALES

1. ¿Cuál es su edad?
- 15 – 25 años () 36 – 45 años () 56 – 65 años ()
- 26 – 35 años () 46 – 55 años () 66 – 89 años ()
2. Sexo: Masculino () Femenino ()
3. ¿Cuál es su grado de instrucción?
- Inicial () Secundaria () Posgrado ()
- Primaria () Superior ()
4. ¿Cuál es su estado civil?
- Soltero (a) () Divorciado (a) () Conviviente ()
- Casado (a) () Viudo (a) ()
5. ¿Cuántos hijos tiene?
- 0 () 1 () 2 () 3 () 4 a más ()

6. ¿De donde proviene?

- Azangaro () Melgar ()
Chucuito () Moho ()
Lampa () San Antonio de Putina()
San Roman () Yunguyo ()
Sandia () Puno ()
Huancané () Otra región ()
El Collao () Otro país ()

INDICADORES ECONÓMICOS

7. ¿Cuál es el motivo por el que se dedica a esta actividad?

- No hay empleo ()
Necesita más ingresos ()
Es el sostén de su familia ()
Fácil adaptación al comercio ()

8. ¿Con cuánto de capital cuenta aproximadamente?

- 100 – 200 ()
201 – 400 ()
401 – 500 ()

500 a más ()

9. ¿Su capital inicial fue propio o prestado?

Préstamo bancario ()

Propio ()

10. Su capital inicial fue:

1000 – 2000 soles ()

2001 - 3000 Soles ()

3001 - 4000 Soles ()

4001 - 5000 Soles ()

6000 a más Soles ()

11. Su ingreso diario aproximadamente es:

10 – 20 Soles ()

21 – 30 Soles ()

31 – 40 Soles ()

41 - 50 Soles ()

51 – 60 Soles ()

61 a más soles ()

12. ¿Cuántos clientes fieles tiene?

1 -10 ()

11 - 20 ()

De 21 a más ()

Anexo 02: Matriz De Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Cuáles son los factores socioeconómicos que determinan el nivel de rentabilidad del comercio informal de la "feria la cachina" de la ciudad de Puno - periodo 2021?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Analizar los factores socioeconómicos que determinan el nivel de rentabilidad que genera el comercio informal de la "feria la cachina" en la ciudad de Puno en el periodo 2021.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>Los factores socioeconómicos de los comerciantes informales de la "feria la cachina" de la ciudad de Puno influyen significativamente en la probabilidad de mejorar sus niveles de ingreso.</p>	<p>X: Rentabilidad</p>
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>¿Qué características sociales están relacionadas con la mejora de los niveles de ingresos del comercio informal de la "feria la cachina" de la ciudad de Puno?</p> <p>¿Qué factores económicos determinan mayores niveles de ingresos del comercio informal de la "feria la cachina" de la ciudad de Puno?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Identificar las causas que han motivado a los comerciantes de la feria la cachina en Puno para incursionar en el comercio informal</p> <p>Identificar cuáles son los principales indicadores socioeconómicos de los comerciantes de la feria la cachina en Puno.</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</p> <p>Las causas sociales de los comerciantes informales como la educación, edad, sexo, número de hijos, influyen en la probabilidad de mejorar los niveles de ingreso de los comerciantes de la feria la cachina de la ciudad de Puno.</p> <p>Los factores socioeconómicos que determinan los niveles de ingresos del comercio informal son la ubicación, las horas trabajadas, clientes fieles y la experiencia, las cuales tiene una relación directa con los niveles de ingreso y al aumentar, aumentan la probabilidad de mejorar sus niveles de ingreso.</p>	<p>Y: Comercio informal</p>

Anexo 03: Base De Datos De La Encuesta

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 12 de 12 variables

	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	PP6	PP7	PP8	PP9	PP10	PP11	PP12	var	var	var	var
1	4	2	2	5	3	12	3	1	2	1	1	1	1			
2	3	2	2	5	4	12	1	2	2	1	2	2	2			
3	3	1	2	5	4	7	3	2	2	1	2	2	2			
4	4	2	3	2	2	12	2	2	2	1	2	2	2			
5	5	2	4	2	2	7	3	4	1	2	4	3	3			
6	6	2	2	2	3	7	3	2	2	2	4	2	2			
7	2	2	4	5	3	12	2	4	1	4	6	3	3			
8	3	2	2	5	4	12	3	2	2	1	2	1	2			
9	2	2	3	2	3	12	3	4	2	2	4	6	3			
10	3	2	3	4	5	12	3	4	1	2	4	1	1			
11	2	2	4	1	1	12	2	2	2	1	2	2	2			
12	2	1	4	5	2	12	4	2	4	2	3	6	3			
13	5	2	2	4	3	12	3	1	2	1	1	1	1			
14	4	2	1	5	5	12	3	2	2	1	2	1	1			
15	2	1	4	1	1	12	2	4	1	2	4	2	2			
16	2	2	4	1	1	12	1	2	2	1	2	1	1			
17	2	2	3	5	3	12	3	4	2	2	4	1	1			
18	3	1	2	2	2	12	3	4	1	2	4	1	2			
19	2	1	3	1	1	12	2	3	2	1	2	1	1			
20	2	1	3	5	2	7	3	3	2	2	4	1	1			
21	2	2	4	1	1	12	2	2	2	1	4	2	2			
22	3	2	2	2	5	7	3	4	1	2	6	2	2			
23	1	1	3	1	1	12	1	2	2	1	2	1	1			
24	3	2	1	4	3	12	3	4	1	2	4	1	1			
25	4	2	2	2	4	7	3	2	2	1	2	1	1			
26	2	2	3	1	1	12	2	4	2	2	3	2	2			
27	2	2	4	1	1	12	1	4	2	2	3	4	1			
28	5	2	2	2	5	7	3	4	1	2	3	1	1			
29	3	1	3	5	2	12	3	4	2	3	6	1	1			

Vista de datos Vista de variables

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

19: PP6 12 Visible: 12 de 12 variables

	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	PP6	PP7	PP8	PP9	PP10	PP11	PP12	var	var	var	var	var
277	1	1	4	1	1	12	2	1	2	1	2	2					
278	2	2	2	5	2	12	4	1	1	2	2	3					
279	4	2	1	2	5	12	1	4	1	1	3	3					
280	3	2	2	5	3	12	3	2	2	1	2	2					
281	4	2	2	2	5	12	3	4	1	1	3	2					
282	4	2	1	5	4	12	3	1	2	1	1	2					
283	2	2	3	5	3	12	1	4	1	2	6	2					
284	4	2	4	1	2	7	4	4	2	2	2	2					
285	1	2	3	5	2	12	2	2	2	1	2	1					
286	4	1	4	2	3	12	2	4	1	2	3	2					
287	1	2	4	1	1	7	2	4	2	4	3	2					
288	1	2	3	1	1	12	3	2	2	1	4	1					
289	4	2	3	2	4	12	2	4	1	1	6	1					
290	6	2	2	4	5	12	2	4	1	1	2	1					
291	5	2	3	1	1	3	3	2	2	1	1	1					
292	5	2	3	4	4	7	3	4	1	2	1	2					
293	3	2	3	5	3	12	3	2	2	1	1	1					
294	2	2	3	5	3	12	3	4	2	5	6	1					
295	1	1	4	1	1	12	2	1	2	1	2	2					
296	2	2	2	5	2	12	4	1	2	1	2	3					
297	4	2	2	2	5	12	1	4	1	1	3	3					
298	3	2	2	5	3	12	3	2	2	1	2	2					
299	4	2	2	2	5	12	3	4	1	1	3	2					
300	4	2	1	1	4	12	1	1	2	1	1	2					
301	2	2	3	5	3	12	1	4	1	2	6	2					
302	4	2	4	1	2	7	4	4	2	2	2	2					
303	4	1	2	5	3	12	1	4	2	2	3	2					
304	2	2	4	5	3	12	2	4	1	2	5	2					
305	4	2	3	2	4	13	3	4	1	5	6	2					

Vista de datos Vista de variables

Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
PP1	Númérico	8	0	¿Cual es su edad?	{1, 15 - 25 AÑOS}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
PP2	Númérico	8	0	Sexo	{1, Masculino}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
PP3	Númérico	8	0	¿Cuál es su grado de instrucción?	{1, Inicial}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
PP4	Númérico	8	0	¿Cuál es su estado civil?	{1, Soltero (a)}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
PP5	Númérico	8	0	¿Cuántos hijos tiene?	{1, 0}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
PP6	Númérico	8	0	¿De dónde proviene?	{1, Azangaro}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
PP7	Númérico	8	0	¿Cuál es el motivo por el que se dedica a ...	{1, No hay empleo}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
PP8	Númérico	8	0	Su capital actual es:	{1, 200 - 400}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
PP9	Númérico	8	0	¿Su capital inicial fue propio o prestado?	{1, Prestamo bancario}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
PP10	Númérico	8	0	¿Con cuanto de capital inicio su negocio?	{1, 1000 - 2000}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
PP11	Númérico	8	0	Su ingreso diario aproximadamente es:	{1, 10 - 50}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
PP12	Númérico	8	0	¿Cuántos clientes fieles tiene?	{1, De 0 a 5}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										
20										
21										
22										
23										
24										
25										
26										
27										
28										
29										
30										
31										

Vista de datos **Vista de variables**

	Manual de Presentación de Proyecto de Investigación e Informe Final	CCD. DE DOC. MAN. COD .OF. DI	VERSIÓN: 2.0	PÁGINA 52
---	---	-------------------------------	--------------	-----------

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

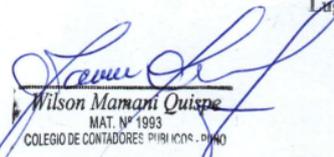
- 1.1 Apellidos y nombres del experto: Mamani Quispe Wilson
- 1.2 Grado académico: Magister Scientiae
- 1.3 Título de la Investigación: Factores Socioeconómicos
- 1.4 Denominación del instrumento: E. NUESTRO

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/ CUANTITATIVOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		0	1	2	3	4
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables medibles.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.			X		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.				X	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.				X	
SUB TOTAL					29	
TOTAL					29	

VALORACIÓN

Deficiente ()	Regular ()	Buena ()	Muy Buena (X)	Excelente ()
0 - 8	9 - 16	7 - 24	25 - 32	33 - 40

Lugar y fecha: Puno, 06 de julio 2023


Wilson Mamani Quispe
MAT. N° 1993
COLEGIO DE CONTADORES PUNO INC. PUNO

Firma del experto

Nombre: Wilson Mamani Quispe

DNI: 43686981