



**UNIVERSIDAD NACIONAL
“PEDRO RUIZ GALLO”
ESCUELA DE POSTGRADO**



DOCTORADO EN ECONOMÍA

**Determinantes de la gestión no tributaria en el
Mercado Central de Chiclayo**

TESIS

**Para optar el Grado Académico de
Doctor en Economía**

AUTOR:

M. Sc. Bocanegra Campos Segundo Ernesto

ASESOR:

Dr. Echeverría Jara José Foción

LAMBAYEQUE – PERÚ

2023

Determinantes de la gestión no tributaria en el Mercado Central de Chiclayo



M. Sc. Segundo Ernesto Bocanegra Campos

Autor



Dr. José Foción Echeverría Jara

Asesor

Tesis presentada a la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo para optar el Grado Académico de: **DOCTOR EN ECONOMÍA**

Aprobado por:



Dr. Luis Espinoza Polo
Presidente Jurado



Dr. Moisés Montenegro López
Secretario Jurado



Dr. Elmer Silva Romero
Vocal Jurado

Lambayeque, 2023

Declaración Jurada de Originalidad

Yo, Segundo Ernesto Bocanegra Campos, investigador principal, y José Foción Echeverría Jara, asesor del trabajo de investigación “Determinantes de la gestión no tributaria en el Mercado Central de Chiclayo”, declaramos bajo juramento que este trabajo no ha sido plagiado, ni contiene datos falsos. En caso se demostrase lo contrario, asumo responsablemente la anulación de este informe y por ende el proceso administrativo a que hubiere lugar, que puede conducir a la anulación del título o grado emitido como consecuencia de este informe.

Lambayeque, 20 de enero de 2023

M. Sc. Segundo Ernesto Bocanegra Campos:



Dr. José Foción Echeverría Jara:



Dedicatoria

Dedico esta tesis a mis hijos Ernesto Sebastian y Yerik Joaquín, por ser el motor y motivo para seguir desarrollandome profesionalmente y por ser la principal fuente de inspiración de mi vida.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por acompañarme todos los días de mi vida, a mi madre Dina por guiarme a cumplir mis metas, a mi esposa Elena del Pilar por ser mi motivación y compañera de toda la vida

Índice General

Declaración Jurada de Originalidad	iii
Índice General.....	iv
Índice de Tablas.....	vi
Índice de Figuras	vii
Índice de Anexos	viii
Resumen	ix
Abstract.....	x
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO 1: EL OBJETO DE ESTUDIO	13
1.1 Contextualización del objeto de estudio	13
1.2 Características y manifestaciones del problema de investigación	15
1.3 Metodología Desarrollada.....	17
1.3.1 Diseño de la investigación para contrastación de hipótesis:.....	17
1.3.2 Población y muestra	19
1.3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
1.3.4 Análisis estadístico de los datos:	22
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	23
2.1 Factores del comercio en mercado de abastos	23
2.1.1 Normatividad en el Perú	23
2.2.2 Comercio de bienes y servicios en mercados de abastos.....	30
2.2.3 Infraestructura puesto	32
2.2 Mercado de abastos y la Gestión de ingresos municipales	34
2.2.1 Mercado de Abastos	34
2.2.1 Ingresos no tributarios	34
CAPITULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y DISCUSIÓN	39
3.1 Características de los puestos de comercialización del Mercado Central de Chiclayo.....	39
3.1.1 Caracterización de los conductores de puesto fijo.....	39
3.1.2 Caracterización de la infraestructura - puesto fijo.....	43
3.2 Evaluación de la merced conductiva de los puestos de comercialización del Mercado Central de Chiclayo	49

3.3 Propuesta: Calculo de Merced Conductiva de los puestos fijos del Mercado Central	51
3.3.1 Base legal.....	52
3.3.2 Formula de cálculo de la Merced Conductiva (MC)	52
3.3.3 factor de Corrección para cada Sección	53
3.3.4 Recaudación actual y estimada.....	54
3.3.5 Precio promedio por M ²	55
3.4 Discusión	56
CONCLUSIONES.....	59
RECOMENDACIONES	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61
ANEXOS	66

Índice de Tablas

Tabla 1. Muestra de conductores de puestos de la Municipalidad Provincial de Chiclayo por secciones	20
Tabla 2. Mercado Central de Chiclayo: Áreas en metros cuadrados	39
Tabla 3. Mercado Central de Chiclayo: Número de puestos por zona y sección	41
Tabla 4. Tiempo de labor y permanencia en el puesto	43
Tabla 5. Mercado Central de Chiclayo: promedio de ancho, largo y área total del puesto fijo	43
Tabla 6. Mercado Central de Chiclayo – Zona Interior Mercado I, estadísticos descriptivos	44
Tabla 7. Mercado Central de Chiclayo – Zona Interior Mercado II, frecuencia del área de puestos fijos.....	46
Tabla 8. Mercado Central de Chiclayo – Zona Planta Alta, estadísticas, área de puestos fijos.....	47
Tabla 9. Mercado Central de Chiclayo – Zona Varios: estadísticas, área de puestos fijos	48
Tabla 10. Mercado Central de Chiclayo: Morosidad en semanas y monto total por zonas	50
Tabla 11. Mercado Central de Chiclayo: Factor de Corrección por Sección	53
Tabla 12. Mercado Central de Chiclayo: Recaudación actual y estimada por Merced Conductiva	55
Tabla 13. Mercado Central de Chiclayo: Precio Promedio Referencial por metro cuadrado de Merced Conductiva	55

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Ubicación del Mercado Central de Chiclayo</i>	15
Figura 2 <i>Relación tipo-alcance-diseño de la investigación</i>	18
Figura 3. Mercado Central de Chiclayo: estructura porcentual de puestos por zonas....	42
Figura 4. Mercado Central de Chiclayo – Zona Interior Mercado I: frecuencia del área de puestos fijos.....	45
Figura 5. Mercado Central de Chiclayo – Zona Alta: frecuencia del área de puestos fijos	47
Figura 6. Mercado Central de Chiclayo – Zona Varios: frecuencia del área de puestos fijos.....	49
Figura 7. Modelo Teórico para el cálculo de la merced conductiva – Mercado Central de Chiclayo.....	51

Índice de Anexos

Anexo 1. Historia del Mercado Central de Chiclayo.....	66
Anexo 2. Tamaño de la Población de puestos del Mercado Central de la Municipalidad Provincial de Chiclayo.....	67
Anexo 3. Mercado Central - Sección Circunvalación: morosidad de los conductores de puestos fijos	68
Anexo 4. Mercado Central - Sección Planta Alta: morosidad de los conductores de puestos fijos	69
Anexo 5. Mercado Central - Sección Pescado: morosidad de los conductores de puestos fijos	70
Anexo 6. Mercado Central - Sección Carnes rojas y blancas: morosidad de los conductores de puestos fijos	71
Anexo 7. Mercado Central - Sección Varios: morosidad de los conductores de puestos fijos	72
Anexo 8. Instrumento aplicado a los comerciantes del Mercado Central de Chiclayo ..	74
Anexo 9. Mercado Central de Chiclayo – Zona: Interior Mercado I, año 2020.....	76
Anexo 10. Mercado Central de Chiclayo – Zona: Interior Mercado II.....	83
Anexo 11. Mercado Central de Chiclayo – Zona: Planta Alta	84
Anexo 12. Mercado Central de Chiclayo – Zona: Interior	85
Anexo 13. Mercado Central de Chiclayo: Plano de ubicación.....	86
Anexo 14. Mercado Central de Chiclayo: Plano referencial – Planta Baja.....	87
Anexo 15. Roles y medidas de control de las entidades vinculadas a un Mercado de Abastos	88
Anexo 16. Organigrama para mercados de abastos tipo asociación.....	89

Resumen

El propósito central de nuestra investigación es caracterizar, evaluar y proponer un modelo, con la finalidad de incrementar la gestión no tributaria por merced conductiva de los “puestos fijos” de comercialización del mercado Central de Chiclayo, propiedad del Municipio Provincial de Chiclayo.

Se utiliza como estrategia de investigación el método cuantitativo, empleándose el diseño transeccional – descriptivo y documental; la población en estudio comprendió a los 532 conductores de “puestos fijos” del año 2020. Utilizándose la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Central de Chiclayo-.

La gestión no tributaria es administrada por la Municipalidad provincial de Chiclayo, a través del Servicio de Administración Tributaria de Chiclayo (SATC); el 80% de puestos se ubica en la zona “Interior Mercado”, siendo la sección de bienes correspondientes a plástico, bisutería, perfumería, zapaterías, ropa, telas y peluquería quienes concentran el mayor porcentaje de “puestos fijos” los mismos que son calificados actualmente, por su condición como buenos. Se concluye que La merced conductiva no se ha modificado desde los años noventa, la misma que no evidencia sustento técnico, sumado a la existencia de alta morosidad que genera la baja recaudación en el Mercado Central de Chiclayo.

Palabras Clave: Mercado de abastos, gestión no tributaria, merced conductiva, gobierno local, morosidad.

Abstract

The central purpose of our research is to characterize, evaluate and propose a model, with the purpose of increasing non-tax management by conductive favor of the "fixed positions" of commercialization of the Central Market of Chiclayo, property of the Provincial Municipality of Chiclayo.

The quantitative method is used as a research strategy, using the transectional - descriptive and documentary design; The population under study comprised the 532 drivers of "fixed positions" in the year 2020. Using the survey technique and as an instrument a questionnaire applied to the merchants of the Central Market of Chiclayo-.

Non-tax management is administered by the Provincial Municipality of Chiclayo, through the Chiclayo Tax Administration Service (SATCH); 80% of the stalls are located in the "Interior Market" area, with the section of goods corresponding to plastic, jewelry, perfumery, shoe stores, clothing, fabrics and hairdressers concentrating the highest percentage of "fixed stalls", the same ones that are qualified currently, due to their condition as good. It is concluded that the conductive grant has not changed since the nineties, the same that does not show technical support, added to the existence of high delinquency that generates the low collection in the Central Market of Chiclayo.

Keywords: upply market, non-tax management, conductive grant, local government, delinquency.

INTRODUCCIÓN

La gestión pública siempre tiene algún nivel de dificultad. Debido, quizás, a la naturaleza de los servicios públicos, que se caracterizan por sus metas imprecisas, beneficios no medibles y no identificados, su naturaleza puramente política; así como por los escasos recursos disponibles. Más aún, la relación estrecha, en los últimos años, de los gobiernos locales y las organizaciones privadas ha suscitado preguntas como “¿en qué medida, en muchos casos, los gobiernos locales actúan en función de una gestión eficiente en los ingresos?”

Las municipalidades distritales y provinciales son los órganos de gestión de gobierno que impulsan el desarrollo local, con personería jurídica de derecho público y total capacidad para el cumplimiento de sus metas. (MEF, 2003).

Los ingresos no tributarios por merced conductiva, tienen un origen contractual y no tributario (Servicio de Administración Tributaria - Chiclayo), disponen de normatividad expresados en la Constitución Política del Perú, Ley Orgánica de Municipalidades y ordenanzas municipales, entre otras regulaciones.

El Mercado Central de la Provincia de Chiclayo, es un local cerrado que en su interior se hallan constituidos y distribuidos en establecimientos individuales de venta en puestos o lugar definido, dedicados a la comercialización de productos alimenticios y otros tradicionales no alimenticios y servicios en forma minorista (Servicio de Administración Tributaria - Chiclayo). Se agrupa en secciones que son áreas donde se localizan los puestos de venta con características comunes en la comercialización de productos y servicios. Un puesto de comercialización es el espacio interior o exterior de un centro de abastos, de un pueblo o distrito, delimitados con estructura física adecuada para la comercialización de bienes y servicios. Un puesto de comercialización está ordenado en secciones y registrados en el padrón de comerciantes. A la actividad básica comercial o negocio se le denomina giro comercial que comprende: carne de vacuno, carnes de porcino, aves de corral, productos hidrobiológicos, productos lácteos, verduras, frutas, entre otros y que el conductor del puesto ejerce. El Reglamento de la Municipalidad Provincial de Chiclayo determina un único giro comercial por puesto fijo

de venta. El conductor del “puesto fijo” (Servicio de Administración Tributaria - Chiclayo) cancela un importe denominado “merced conductiva” que pagan por la ocupación del puesto fijo en centros de abastos (mercados) el cual se cancela de manera diaria, semanal o mensual.

Se formulo, el siguiente problema ¿Cuáles son los determinantes de la gestión no tributaria de los puestos de comercialización del mercado Central de Chiclayo?, determinándose como propósito central evaluar los determinantes de la actual gestión no tributaria de los puestos fijos, identificándose la normatividad respectiva y caracterizando las condiciones y estado físico de los puestos y del área de comercialización y evaluar el estado actual por merced conductiva.

Nuestra investigación tiene una justificación teórica – practica, 1º) por interpretar la normatividad sobre merced conductiva, condiciones y estado de los puestos y 2º) por evaluar el estado de la merced conductiva que se deriva en morosidad por parte de los conductores de puestos fijos del “Mercado Central” .

Es la normatividad, el conductor del puesto fijo y estado de la infraestructura como las dimensiones de la variable determinante de la gestión de los ingresos no tributarios. De acuerdo con Hernández – Sampieri y Mendoza, 2018; Hernández-Sampieri et al., 2014, y dado el alcance descriptivo – en la ruta cuantitativa – de nuestra investigación no se plantea hipótesis; la descripción puede ser más o menos profunda pero basada en la medición de los atributos del problema que nos interesa (Hernández – Sampieri y Mendoza, 2018, p. 109).

El presente informe contiene en el primer capítulo el objeto de estudio, conceptualizando el mercado Central de Chiclayo, sus características y la metodología empleada. En el segundo capítulo, el marco teórico, donde se argumentan los factores del comercio en el mercado de abastos, como la normatividad, comercio de bienes y servicios e infraestructura, se incluye el marco teórico respecto a la gestión de ingresos municipales. El tercer capítulo contiene los resultados de la investigación y la propuesta de cálculo por merced conductiva para los puestos fijo de comercialización, según sección.

CAPÍTULO 1: EL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Contextualización del objeto de estudio

En nuestro país existen dos tipos dos modelos de abastecimiento de alimentos: el «comercio tradicional» (denominados mercados de abastos, tiendas del barrio y puntos de vista callejeros) y el «comercio moderno» (conformado por las grandes cadenas de supermercados, hipermercados y tiendas de conveniencia) (Ministerio de la Producción, 2021). Sin embargo, es notorio la preferencia por parte de las familias peruanas por los mercados de abastos.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2016) – Censo Nacional de Mercado de Abastos –:

En el Perú existen 2,612 mercados de abastos. El 88,2% de los mercados de abastos en el país son de tipo minorista y el 1,7% de tipo mayorista. El 60% de los mercados fueron fundados en los últimos 30 años. Actualmente, hay 80,000 puestos comerciales en uso, y se calcula 2'000,000 de personas vinculadas a la actividad económica (p. 4).

Las principales limitaciones de los centros de abastos en el Perú son (PRODUCE, 2021):

i) inadecuada infraestructura y equipamiento, ii) gerentes y conductores con limitadas capacidades para la gestión, iii) deficientes prácticas de manipulación y salubridad, iv) inadecuada gestión de residuos sólidos, v) ausencia de políticas de promoción para su modernización, y vi) débil gobernanza y marco legal difuso. Dentro de ellas se destaca, la limitada capacidad de gestión empresarial, la cual se ve reflejada en la ausencia de modelos de gestión de mercados que garanticen su rentabilidad y sostenibilidad, la falta de profesionalización en la gestión empresarial, la carencia de planes de desarrollo comercial u otros instrumentos de gestión y los problemas en la titularidad de los predios (pp. 4 -5).

El Mercado Central de Chiclayo está ubicado en la avenida José Balta N° 961, como referencia, al costado de la oficina de urbanismo de la Municipalidad Provincial de Chiclayo e inicia operaciones el año 1965; y fue creado por la municipalidad de Chiclayo (INEI, 2016).

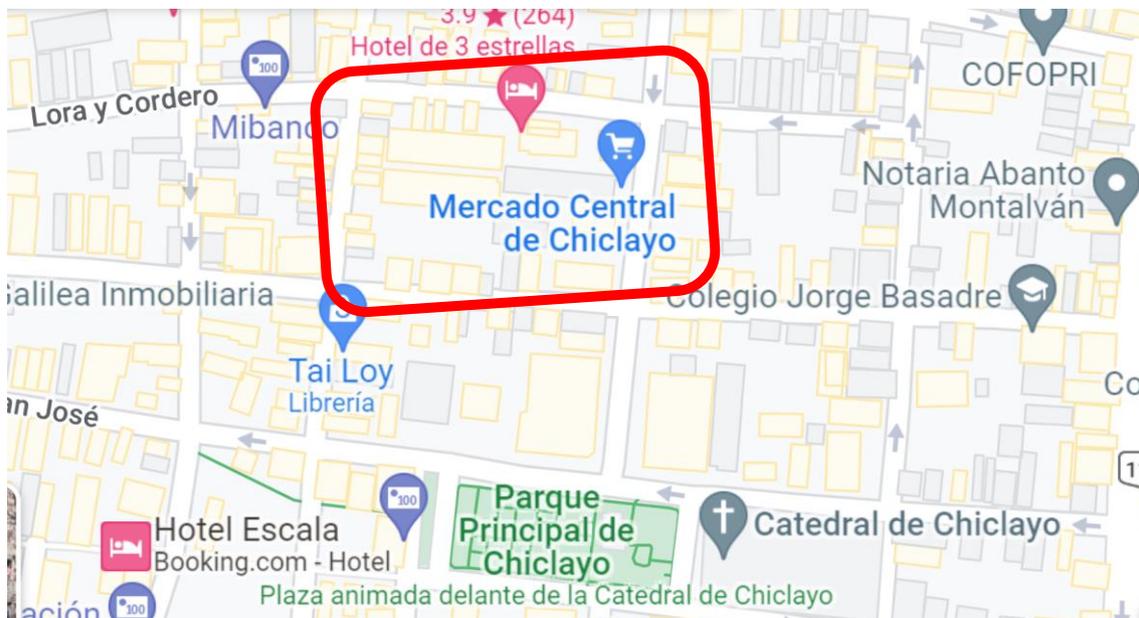
Está definido como un mercado minorista, que posee título de propiedad y registro de propiedad en SUNARP; cuenta con un área de terreno de 4 673 m², y un área construida de 4 600 m², de un solo nivel. Actualmente propiedad y administrado por la Municipalidad Provincial / Distrital de Chiclayo (INEI, 2016).

Actualmente se registran 532 “puestos fijos” (Administración del Mercado Central de Chiclayo, 2020); de acuerdo con el Censo Nacional de Mercados de Abastos (CENAMA), en el año 2015, se disponía de 512, todos en funcionamiento y alquilados. El precio promedio por alquiler (merced conductiva) mensual está en el rango de S/ 24 a S/ 42.00; El tamaño promedio de un puesto equivale a un tamaño de 4.10 m²; existen en promedio 50 locales comerciales alrededor del mercado, que operan todo el año (INEI, 2016).

El mercado de abastos, esta ubicado en la parte central del cercado de la Ciudad de Chiclayo, se caracteriza por tener una infraestructura antigua (aproximadamente de los años 80) y cuenta con cuatro entradas: la entrada principal por la avenida Balta cuadra 9 y la secundaria en la avenida Alfredo Lapoint Cuadra 9, por lo lados laterales las entradas convergen a las avenidas Lora y Lora cuadra 8 y Vicente de la Vega cuadra 8 (ver figura 1) y en el cuál se ofertan y demandan diversos bienes y servicios. Esta subdivido en cinco secciones o áreas denominadas de Cincunvalación, Planta Alta, Pescado, Carnes y Varios las que albergan a los ofertantes (“conductores de puestos fijos”).

Figura 1

Ubicación del Mercado Central de Chiclayo



Nota. Tomado de google maps

1.2 Características y manifestaciones del problema de investigación

El problema de nuestra investigación sugiere tomar en cuenta los determinantes de la gestión no tributaria del Mercado Central de Chiclayo, determinada principalmente por los «alquileres» de las propiedades de los gobiernos locales y que técnicamente es denominada “merced conductiva” e influenciada por la normatividad interna del municipio, las condiciones y estado físico de los puestos y del área de comercialización y el precio actual de la “merced conductiva”; sin embargo es poca la literatura hallada para nuestra investigación, destacándose los siguientes autores:

Colala et ál (2015), en la investigación “Plan de Actualización de la Merced Conductiva a los Comerciantes del Mercado Moshoqueque para Mejorar la Recaudación de la Municipalidad de José Leonardo Ortiz, 2015”; proponen un plan de actualización de la merced conductiva en base a criterios técnicos establecidos por el CONATA

(Consejo Nacional de Tasaciones), asumiendo que es de importancia para mejorar la recaudación de la Municipalidad de José Leonardo Ortiz; aplicando encuestas a los propietarios por puesto, giro o zona comercial y entrevistas a los funcionarios municipales. Proponen un plan de actualización para la merced conductiva, siguiendo criterios técnicos como infraestructura, ubicación, giro comercial y área comercial, lo cual permitiría incrementar la recaudación en 114.78% la recaudación actual del mercado Moshoqueque.

Delgado et ál (2017), en la investigación “Modelo de gestión empresarial para mejorar la administración y optimizar la recaudación de la merced conductiva en el mercado de Moshoqueque del distrito de José Leonardo Ortiz – 2017”, de tipo descriptiva y propositiva; tienen como propósito la propuesta de una adecuada administración de los ingresos financieros. Plantean como problemática del centro de abastos: la desorganización de los comerciantes (formales e informales) y pusilanimidad de las autoridades de la gestión municipal que poco contribuyen para mejorar el actual sistema; no asumen criterios de gestión empresarial; satisfaciendo sólo aspectos inmediatos del gobierno local. Como consecuencia se genera falta de innovación y de mejora del sistema administrativo y contable tradicional. El pago diario por merced conductiva por parte de los comerciantes no es administrado eficientemente y escasamente contribuye a mejorar el servicio que debe brindar la administración del mercado. Proponen un Modelo de Gestión Empresarial para mejorar la gestión y poder incrementar y optimizar el proceso de recaudación por merced conductiva en el mercado Moshoqueque.

Cieza et ál. (2017), plantean que el problema más destacado que tienen los gobiernos locales de nuestro país, es la carencia de recursos financieros, extendiéndose a todo el sector público; e incluso están retrasados en modernidad y en la calidad del servicio que prestan. Afirman que es una muestra de la “ineficiencia alcanzada con experiencia”, dado que el desarrollo municipal es muy rudimentario en todas sus dimensiones y se requiere de forma urgente su modernización en la gestión tributaria municipal. Establecen como causa de los males el “restablecimiento de las elecciones democráticas” para elegir alcaldes y regidores, puesto que ello es fuente para pagar

favores políticos y como consecuencia se incorpora personal no calificado para el desempeño de las funciones ediles.

1.3 Metodología Desarrollada

1.3.1 Diseño de la investigación

Nuestra investigación es *no experimental*, de acuerdo con Hernández et al. (2014) “se trata de un estudio en la que no se hace variar intencionalmente las variables consideradas independientes y ver sus efectos sobre la variable dependiente. 8p. 152). Fresno (2019), le denomina “primera clasificación del diseño de la investigación” (p.182).

Hernández y Coello (2012) afirman:

Que en las ciencias sociales las posibilidades de reproducir el fenómeno o aislar sus propiedades en condiciones de laboratorio se hacen impracticables, debido a la naturaleza principalmente subjetiva del objeto de estudio y la influencia de múltiples factores de forma permanente sobre el mismo. Es por eso que en esta rama de la ciencia el experimento se realiza en condiciones naturales, en presencia de todos los factores que actúan sobre el objeto.

El diseño se considera transeccional – descriptivo (Hernández- Sampieri y Mendoza, 2018; Hernández- Sampieri et al., 2014) porque la información es recolectada en un determinado intervalo de tiempo (Liu y Tucker, citado en Hernández, et al. 2014), teniendo como propósito describir las variables y analizar su influencia e interrelación.

Es descriptivo porque pretendemos conocer relaciones y aspectos de los actores sociales y sus vínculos con objetos (Rojas, 2006, p.37); tratamos de caracterizar de forma detallada el problema y expresan cómo son y cómo se manifiestan la situación, especificando las características de personas, grupos, comunidades que sean sometidas al análisis (Montoya y Cogollo, 2018; Hernández et ál., 2014).

En la presente investigación hacemos usos del método cuantitativo como estrategia de investigación (Hernández- Sampieri y Mendoza, 2018; Hernández et ál., 2014, p. 128).

En la figura 2, se presenta el tipo, alcance (nivel) y diseño de la investigación cuantitativa desarrollada.

Figura 2

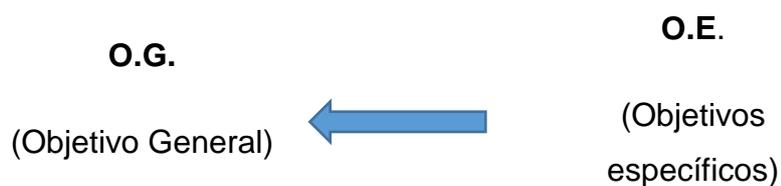
Relación tipo-alcance-diseño de la investigación



Para responder a la pregunta de investigación descriptiva – en la ruta cuantitativa – (dado que no se tienen hipótesis) (Hernández - Sampieri y Mendoza, 2018, p. 150) utilizamos el siguiente diseño:

Figura 3

Diseño de Investigación



Los objetivos específicos serán los pasos que nos ayudarán a lograr el objetivo general.

1.3.2 Población y muestra

La población objetivo la conforman 598 conductores de puestos fijos localizados en el área del Mercado Central de la Municipalidad Provincial de Chiclayo, y que al año 2019 están operativos.

El marco muestral de conductores de puestos está conformado por 234 conductores de puestos públicos y privados que provienen del Padrón de conductores de puestos fijos del Mercado Central de la Municipalidad Provincial de Chiclayo.

Estratificación de la muestra

Para optimizar la representatividad muestral y obtener una varianza baja se estratifico el marco muestral, para ello se consideró dos estratos, uno denominado “puestos públicos” y “puestos privados”. El estrato público comprende el 88% (525) y el estrato privado al 12% (73) de los conductores de puestos fijos.

Tamaño de la muestra:

La población son los 598 conductores de puestos fijos del Mercado Central de Chiclayo, por lo que la muestra tiene las siguientes características:

- Población (N) : 598
- Nivel de confianza (z) : 1.96 (probabilidad 95%)
- Proporción conocida (p) : 50%
- Proporción no conocida (q) : 50%
- Margen de error de muestreo (E) : 5%

Aplicando la formula, para un tamaño de población (N) conocido:

$$n = \frac{(598)(1.96^2)(0.50)(0.50)}{(598-1)(0.05^2) + (1.96^2)(0.50)(0.50)} = 234$$

El tamaño de la muestra es de 234 conductores de puestos. La muestra es independiente en cada rubro. El nivel de confianza es del 95%, el margen de error

corresponde al 5%. Los 234 conductores de puestos fijos ubicados en las cinco secciones: Varios, Circunvalación, Planta Alta, Pescado y Carnes que corresponden al Mercado Central de Chiclayo. La composición de la muestra se aprecia en la siguiente tabla:

Tabla 1. Muestra de conductores de puestos de la Municipalidad Provincial de Chiclayo por secciones

Ubicación del Puesto	Propiedad del puesto		Total
	Públicos	Privados	
Varios	116	18	134
Circunvalación	32	5	38
Planta alta	30	5	35
Pescado	16	0	16
Carnes	11	0.4	12
TOTAL	205	29	234

Elaboración: propia, basado en el Padrón de conductores de puestos fijos del Mercado Central de la Municipalidad Provincial de Chiclayo

Margen de error del muestreo

Los resultados del presente estudio tienen un error máximo estimado de ± 5.0 pts.

Nivel de confianza de la muestra

El nivel de confianza es del 95%, el margen de error corresponde al 5%. Considerando varianza máxima en las proporciones poblacionales ($p = q = 0.5$).

Tipo de muestreo aplicado

Muestreo probabilístico con método de selección aleatoria estratificada en una sola etapa (Arrunátegui et ál., 2016; Blanco, 2011); donde cada conductor de puesto fijo tuvo la probabilidad igual a 1 de ser entrevistado. La muestra fue independiente en cada rubro.

Como afirma Bernal (2010):

El método de muestreo utilizado para estimar el tamaño de una muestra depende del tipo de investigación que desea realizarse y, por tanto, de las hipótesis y del diseño de investigación que se hayan definido para desarrollar el estudio.

1.3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica de recolección de datos

La información se recopiló a través de la técnica de la encuesta, aplicándose como instrumento el cuestionario – el mismo que se elaboró en base a la información del Censo Nacional de Mercados de Abastos (CENAMA; INEI, 2016), el cuál es un instrumento validado por una fuente oficial de información nacional contenida en el sistema “MICRODATOS INEI”, sitio web (Website) creado para facilitar a los usuarios el acceso a la información estadística oficial. A continuación, se describe el contenido del sitio web del INEI “MICRODATOS” - Base de Datos: Documentación

ENCUESTA

CENSO NACIONAL DE MERCADOS DE ABASTOS - CENAMA

AÑO: 2016 Departamento: Lambayeque

Nro	Año	Periodo	Código Encuesta	Encuesta	Código Documento	Documento	Ver	Zip
1	2016	85	567	Censo Nacional de Mercados de Abastos - CENAMA	1	Ficha Técnica		
2	2016	85	567	Censo Nacional de Mercados de Abastos - CENAMA	2	Cedula Censal		
3	2016	85	567	Censo Nacional de Mercados de Abastos - CENAMA	3	Diccionario		

El instrumento se aplicó directamente al conductor de puesto fijo, lo cual permitió el registro de la información.

Operación de campo

La recolección de los datos fue entre los meses de junio – noviembre del 2019.

1.3.4 Análisis estadístico de los datos:

Recolectado la información, se procedió a codificar y depurar la información. Luego con la muestra obtenida, primero se clasifico y luego se ordenó en el Microsoft Excel y en el software estadístico SPSS; procesada la información se obtuvieron tablas, resumen de datos y gráficos.

Empleándose promedios, medianas y modas (medidas de tendencia central); de rangos y desviación estándar (medidas de variabilidad) se procedió a elaborar escalas de clasificación para luego realizar análisis y evaluación de la gestión.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Factores del comercio en mercado de abastos

2.1.1 Normatividad en el Perú

Constitución Política del Perú (1993)

Al respecto la actual Constitución Política del Perú, establece en sus diversos artículos:

El trabajo es un deber y un derecho. Es base del bienestar social y un medio de realización de la persona (Artículo 22)

El Estado promueve condiciones para el progreso social y económico, en especial mediante políticas de fomento del empleo productivo y de educación para el trabajo (Artículo 23)

Título III Del Régimen Económico - Capítulo I Principios Generales

La iniciativa privada es libre. Se ejerce en una economía social de mercado. (...) (Artículo 58)

El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. (...) (Artículo 59)

El Estado reconoce el pluralismo económico. La economía nacional se sustenta en la coexistencia de diversas formas de propiedad y de empresa (Artículo 60)

La actividad empresarial, pública o no pública, recibe el mismo tratamiento legal.

La libertad de contratar garantiza que las partes pueden pactar válidamente según las normas vigentes al tiempo del contrato. Los términos contractuales no pueden ser modificados por leyes u otras disposiciones de cualquier clase. (...) (Artículo 62).

El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo, vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población (Artículo 65).

Capitulo IV. Del Régimen Tributario y Presupuestal

Los Gobiernos Regionales y los Gobiernos Locales pueden crear, modificar y suprimir contribuciones y tasas, o exonerar de éstas, dentro de su jurisdicción, y con los límites que señala la ley ... (Artículo 74)

Capitulo XIV. De La Descentralización

Los gobiernos locales promueven el desarrollo y la economía local, y la prestación de los servicios públicos de su responsabilidad, en armonía con las políticas y planes nacionales y regionales de desarrollo (Artículo 195)

Son competentes para: ...

3. Administrar sus bienes y rentas.
4. Crear, modificar y suprimir contribuciones, tasas, arbitrios, licencias y derechos municipales, conforme a ley.
5. Organizar, reglamentar y administrar los servicios públicos locales de su responsabilidad

Sobre bienes y rentas municipales (Artículo 196), precisa sobre:

1. Los bienes muebles e inmuebles de su propiedad
2. Los tributos creados por ley a su favor

3. Las contribuciones, tasas, arbitrios, licencias y derechos creados por Ordenanzas Municipales, conforme a ley

Ley Orgánica de Municipalidades Ley N° 27972

En la Ley Orgánica de Municipalidades (Congreso de la República, 2003), podemos hallar las siguiente normatividad:

Autonomía (Artículo II):

Los gobiernos locales gozan de autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia.

La autonomía que la Constitución Política del Perú establece para las municipalidades radica en la facultad de ejercer actos de gobierno, administrativos y de administración, con sujeción al ordenamiento jurídico.

Promoción del desarrollo económico local (Artículo VI)

Los gobiernos locales promueven el desarrollo económico local, con incidencia en la micro y pequeña empresa, a través de planes de desarrollo económico local aprobados en armonía con las políticas y planes nacionales y regionales de desarrollo; así como el desarrollo social, el desarrollo de capacidades y la equidad en sus respectivas circunscripciones.

Actos administrativos y de administración de las municipalidades, Capítulo I. La administración municipal (Título III)

La Gestión Municipal (Subcapítulo IV) - Desarrollo Económico Local

Los gobiernos locales promueven el desarrollo económico de su circunscripción territorial y la actividad empresarial local, con criterio de justicia social (Artículo 36°)

Las normas municipales y los procedimientos administrativos (Capítulo II)

Ordenanzas (Artículo 40°)

Mediante ordenanzas se crean, modifican, suprimen o exoneran, los arbitrios, tasas, licencias, derechos y contribuciones, dentro de los límites establecidos por ley.

Las ordenanzas en materia tributaria expedidas por las municipalidades distritales deben ser ratificadas por las municipalidades provinciales de su circunscripción para su vigencia.

Para efectos de la estabilización de tributos municipales, las municipalidades pueden suscribir convenios de estabilidad tributaria municipal; dentro del plazo que establece la ley. Los conflictos derivados de la ejecución de dichos convenios de estabilidad serán resueltos mediante arbitraje.

Los bienes municipales (Subcapítulo II). Bienes de propiedad municipal. Son bienes de las municipalidades (Artículo 56°):

1. Los bienes inmuebles y muebles de uso público destinados a servicios públicos locales.
2. Los edificios municipales y sus instalaciones y, en general, todos los bienes adquiridos, construidos y/o sostenidos por la municipalidad.

Las Rentas Municipales (Capítulo III). Son rentas municipales (Artículo 69°)

Los tributos creados por ley a su favor.

Las contribuciones, tasas, arbitrios, licencias, multas y derechos creados por su concejo municipal, los que constituyen sus ingresos propios.

El Sistema Tributario Municipal. Subcapítulo Único - disposiciones generales (Capítulo IV). Las competencias y funciones específicas de los gobiernos locales (Título V)

Las competencias y funciones específicas generales (Capítulo I)

Materias de Competencia Municipal (Artículo 73º)

Las municipalidades, tomando en cuenta su condición de municipalidad provincial o distrital, asumen las competencias y ejercen las funciones específicas señaladas en el Capítulo II del presente Título, con carácter exclusivo o compartido, en las materias siguientes:

2. Servicios públicos locales:

2.6. Abastecimiento y comercialización de productos y servicios.

2.8. Promoción del desarrollo económico local para la generación de empleo

2. Funciones específicas compartidas de las municipalidades provinciales:

2.1 Construir, equipar y mantener, directamente o por concesión, mercados de abastos al mayoreo o minoristas, en coordinación con las municipalidades distritales en las que estuvieran ubicados.

2.2 Realizar programas de apoyo a los productores y pequeños empresarios a nivel de la provincia, en coordinación con las municipalidades

distritales y las entidades públicas y privadas de nivel regional y nacional.

3. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades distritales:

- 3.1 Controlar el cumplimiento de las normas de higiene y ordenamiento del acopio, distribución, almacenamiento y comercialización de alimentos y bebidas, a nivel distrital, en concordancia con las normas provinciales.
- 3.4 Promover la construcción, equipamiento y mantenimiento de mercados de abastos que atiendan las necesidades de los vecinos de su jurisdicción.

Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal - Ley N° 29332

Mejorar los niveles de recaudación y la gestión de los tributos municipales, fortaleciendo la estabilidad y eficiencia en la percepción de los mismos. (Provias, 2009)

Ordenanza Municipal N° 017 – 2005 – GPCH del 28/junio/2005

“Modificación del Reglamento de Comercialización de Productos y Servicios en mercados y camales del Gobierno Provincial de Chiclayo”

Artículo Primero. Aprobar, la modificatoria de la Ordenanza Municipal N° 009 – 2005 – GPCH del Reglamento de Comercialización de Productos y Servicios en mercados y camales del Gobierno Provincial de Chiclayo, la misma que forma parte de la presente Ordenanza Municipal, que contiene IV títulos, VI capítulos, 54 Artículos, 03 Disposiciones Complementarias, 06 Disposiciones Finales y 11 definiciones, según el texto que consta en un solo anexo.

Artículo Segundo. Adjúntese a la presente Ordenanza el Reglamento de Comercialización de Productos y Servicios en mercados y camales del Gobierno Provincial de Chiclayo modificado.

Artículo Tercero. Encargar a la Gerencia de Servicios a la Ciudad a través de la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Defensa al Consumidor y al Servicio de Administración Tributaria de Chiclayo – SATCH el estricto cumplimiento del presente Reglamento; así mismo encargar a la Gerencia de Relaciones Públicas e Imagen Institucional su publicación en el diario oficial de la localidad y al órgano de Control Institucional el control y seguimiento efectivo.

Ingresos No Tributarios: merced conductiva

El Servicio de Administración Tributaria de Chiclayo – SATCH (SATCH, 2019) precisa como información no tributaria a las multas de tránsito, multas administrativas y merced conductiva. Definiendo la merced conductiva como el pago al que se obligan los conductores de los puestos de los mercados municipales por su uso, por lo que tiene un origen contractual y no tributario. Mientras que en el diccionario jurídico se define como el precio pactado por un inmueble en el contrato de arrendamiento (Poder Judicial del Perú, 2019; SATCH, 2019) y El Texto Único Ordenado del Código Tributario establece en la Norma II: Ámbito de aplicación que “No es tasa el pago que se recibe por un servicio de origen contractual” (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - SUNAT, 2013).

De acuerdo a Villamizar (2015), los ingresos no tributarios municipales son los ingresos que se originan por la prestación de servicios públicos, la explotación de bienes, la participación en los beneficios de bienes o servicios, transferencias y demás ingresos que no correspondan a impuestos. En este caso las rentas contractuales: son los ingresos percibidos en cumplimiento de contratos o convenios por arrendamientos y alquiler de maquinaria y equipos.

El SATCH (2019) de Chiclayo y el Poder Judicial del Perú (2019), precisan que es un término que se utiliza en el Derecho Civil y comprende el precio pactado por un inmueble en el contrato de arrendamiento. Según el SATCH (2019), deben cancelar la Merced Conductiva: Mercado Modelo, Mercado Central, Mercado Nueve de Octubre, Mercado José Balta, Mercado José Quiñones, Mercado Santa Rosa, Mercado Diego Ferré, Mercado B. Gamarra y Mercado Buenos Aires.

La Ordenanza Municipal N° 017-2005-GPCH del 28 de Julio del 2005, establece el Reglamento de Comercialización de Productos y Servicios en Mercados y Camales del Gobierno Provincial de Chiclayo, se aprecia que, en el Capítulo V de las Sanciones, en el Artículo 41, manifiesta: “Perderá su derecho de Conducción si no ha cancelado la Merced Conductiva correspondiente a quince semanas atrasadas. El Administrador en coordinación con las Sub Gerencia de Promoción Empresarial de Seguridad Ciudadana y el SATCH, procederán a las acciones operativo legales correspondientes para la desocupación del puesto y recuperación de la deuda" (SATCH, 2019)

2.2.2 Comercio de bienes y servicios en mercados de abastos

Giro comercial

Es la especialización básica de la actividad comercial o negocio como aves de corral, carne de vacuno, carnes de porcino, productos hidrobiológicos, productos lácteos, etc. Que cada conductor del puesto ejerce. Para la aplicación del Reglamento se establece un único giro comercial por puesto de comercialización (SATCH, 2019).

Mundell (1968) precisa que los recursos constituyen la clase de todas las cosas que existen; Recursos son los alimentos y el hambre una necesidad. La disponibilidad de alimento que satisface el hambre y la capacidad de ingerirlo, relaciona al alimento como un bien. El alimento, la bebida y el abrigo disponibles son bienes que pueden eliminar el hambre, la sed y el frío; un concierto sinfónico es un bien capaz de satisfacer la afición de un oyente por la música, y un tren de juguete, un bien que puede satisfacer el placer que encuentra un niño en el juego.

El concepto de bien en economía es muy amplio. Son bienes: un pan, un automóvil, una casa, un cd de “Grupo 5”, un radio y una mascota. Igualmente podría considerarse: el agua del mar, el aire que respiramos, el encuentro con una enamorada, un paseo al campo, una charla de un experto o una bello atardecer con puesta de sol. Un bien es algo que afecta directamente al bienestar de la persona.

De acuerdo el Glosario del Banco Central de Reserva (2019), las definiciones de bienes son:

Bienes de capital: denominación que reciben los bienes, como maquinaria y equipo, que son necesarios en el proceso productivo para elaborar otros bienes y que generalmente no se transforman o agotan. En el caso de comercio exterior, corresponde a un rubro de la Clasificación por Uso o Destino Económico (CUODE) para las importaciones. Término aplicado comúnmente al activo fijo.

Bienes de consumo: bienes o servicios generalmente destinados al consumo final, no a un proceso productivo.

Bienes de consumo duradero: bienes que pueden ser utilizados por los consumidores durante un largo período de tiempo, a través del cual se producirá su progresivo deterioro (maquinaria, elementos de transporte, etc.). Son bienes de consumo que generan un flujo de servicios tanto en el futuro como en la actualidad.

Bienes de consumo no duradero: Bienes de consumo adquiridos por las economías domésticas, su duración es relativamente breve por lo que su uso es de corto tiempo.

Kafka (2013) argumenta, que un producto debe ser visto en relación con el su entorno. Un producto es útil cuando con él se llega a ciertos objetivos.. Señala que “función” y “utilidad” de un producto son diferentes. La función de un producto puede no aportar beneficio alguno; la utilidad va a depender del propósito planteado; la situación y el horizonte temporal que enfrenta el cliente.

Los productos pueden se clasificados como perecibles (no duraderos) y no perecibles o “duraderos”. Los productos perecibles son típicamente los productos orgánicos (frutas frescas, verduras, huevos, etc.), los no perecibles o “duraderos” es aplicado a productos que no son organicos. La distinción entre duradero y no duradero es relativa, ya que se requiere definir el período de tiempo tras el cual lo no duradero se vuelve duradero (Kafka, 2013, p.17)

Intangibles son los servicios, sin embargo productos y servicios nos llean al mismo resultado; en caso de solicitar los servicios de un taxi y utilizar uno propio para trasladarse no lleva al mismo resultado. Más bien deben verse los productos y servicios como equivalente (Kafka, 2013, p. 14)

Tipo de propiedad del puesto

El tipo de propiedad del puesto se define como de propiedad pública (o propiedad municipal) y propiedad privada.

Precio del alquiler (pago no tributario)

El precio promedio del alquiler, está referido al precio de alquiler mensual de un puesto promedio (tomando en cuenta su ubicación, giro y tamaño) de propiedad del mercado.

Tamaño promedio de puesto fijo, se refiere al tamaño promedio, en metros cuadrados (m^2), de un puesto (tomando en cuenta distintas ubicaciones y giros) de propiedad del mercado.

2.2.3 Infraestructura puesto

El área de un puesto fijo tiene largo y ancho, medido en metros cuadrados, al área total de ocupación por el comerciante se denomina “área comercial en m^2 ” ó local (INEI, 2016) el cuál puede tener como material predominante en las paredes del loca: ladrillo o bloque de cemento, piedra sillar con cal o cemento, adobe o tapia, madera, entre otros materiales: Los pisos del local pueden ser madera pulida o parquet, losetas, terrazas o similares, cemento, tierra; Los techos del local suelen ser de concreto armado, madera, planchas de calamina, tejas, caña o estera con torta de barro, estera entre otros (INEI, 2016)

Ubicación / Sección

Rubro de negocio: Clasificación del negocio según giro o tipo de servicio que ofrece, por ejemplo: ferretería, abarrotes, carnicería, etc.

Puesto de verduras: Se refiere a los puestos fijos que comercializan de manera mayoritaria verduras.

Puesto de frutas: Se refiere a los puestos fijos que comercializan de manera mayoritaria frutas.

Puesto de carnes: Se refiere a los puestos fijos que comercializan de manera mayoritaria carnes (res, ovino, porcino, etc.).

Puesto de aves. Se refiere a los puestos fijos que comercializan de manera mayoritaria aves (pollo, gallina, pato, pavo, etc.).

Puesto de pescados y mariscos: Se refiere a los puestos fijos que comercializan de manera mayoritaria pescados y mariscos.

Puesto de abarrotes: Se refiere a los puestos fijos que comercializan de manera mayoritaria abarrotes (arroz, azúcar, leche, menestras, etc.). Puesto de expendio de comida: Se refiere a los puestos fijos que comercializan de manera mayoritaria comidas (restaurantes, juguería, fuente de soda, etc.).

Puesto de artículos de limpieza: Se refiere a los puestos fijos que comercializan de manera mayoritaria artículos de limpieza (desinfectantes, escobillas, etc.).

Puestos Otros: Se refiere a los puestos fijos que no son los antes mencionados.

Mantenimiento

Red pública de agua potable: Sistema de obras de ingeniería, concatenadas que permiten llevar el agua potable hasta la vivienda de los habitantes de una ciudad, pueblo o área rural. Red pública de alumbrado eléctrico: servicio que brindan las empresas energéticas en una ciudad, localidad, ruta y que tiene el objetivo de iluminar las calles, las rutas, los parques, los monumentos, los edificios públicos, entre otros espacios de circulación general (INEI, 2016)

Servicios higiénicos: Servicio que brinda el mercado para el uso de baño, ducha u urinario a través un previo pago establecido.

2.2 Mercado de abastos y la Gestión de ingresos municipales

2.2.1 Mercado de Abastos

Mercado de abastos es un Local cerrado en cuyo interior se encuentran constituidos y distribuidos establecimientos individuales de venta en secciones definidas, dedicadas a la comercialización de productos alimenticios y otros tradicionales no alimenticios y servicios en forma minorista. Están comprendidos los mercados tanto municipales como particulares. Excepcionalmente al Mercado Modelo incluye sus plataformas, patios de maniobras, circunvalación, hongos y jardines. (SATCH de Chiclayo)

2.2.1 Ingresos no tributarios

El Centro de Gestión Tributaria de Chiclayo (SATCH, 2019) precisa que al conductor puesto fijo, como los comerciantes que en un momento actual conduce de manera directa, o por intermedio de dependiente un puesto el cual debe cancelar dos tasas al Gobierno Provincial de Chiclayo el Derecho de Conducción y la Merced Conductiva, el primero se cancela una vez y el segundo semanalmente.

Derecho de conducción: Facultad otorgada por el Gobierno Provincial de Chiclayo, a través de Resolución de Alcaldía, a personas naturales o jurídicas, para que ejerzan la conducción del puesto y desarrollo en el giro comercial, que se le autoriza, así como el pago de la tasa respectiva por el uso del bien público que debe realizar a favor del Gobierno Provincial de Chiclayo.

Derecho de Merced Conductiva: Derecho que cancelan comerciantes que ocupan puestos fijos en mercados el cual se cancela semanalmente.

También el SATCH de Chiclayo establece cuáles son las sanciones por no pagar la merced conductiva (Morosidad) en La Ordenanza Municipal N° 017-2005-GPCH del 28

de Julio del 2005, establece el Reglamento de Comercialización de Productos y Servicios en Mercados y Camales del Gobierno Provincial de Chiclayo, se aprecia que en el Capítulo V de las Sanciones, en el Artículo 41, manifiesta: “ Perderá su derecho de Conducción si no ha cancelado la Merced Conductiva correspondiente a quince semanas atrasadas. El Administrador en coordinación con las Sub Gerencia de Promoción Empresarial de Seguridad Ciudadana y el SATCH, procederán a las acciones operativo legales correspondientes para la desocupación del puesto y recuperación de la deuda”

2.3 Servicios públicos, gestión tributaria y no tributaria

Danos (2008) precisa que los servicios públicos es sinónimo de funciones estatales, denominación que los identifica como poder público o la realización de actividades necesarias y con un contenido jurídico que implica el ejercicio o autoridad por parte de las entidades estatales. un concepto más moderno refiere a las actividades económicas de carácter prestacional, calificadas como esenciales que pueden ser gestionadas por los particulares (p. 256).

El servicio público son las actividades creadas y controladas para asegurar la satisfacción de necesidades públicas de carácter material, económico y cultural, que pueden ser prestadas directa o indirectamente por el Estado (contratos de locación de colaboración o asociativos, sin transferencia de potestades públicas) o por particulares (concesionarios) (Guzmán, citado por Huapaya, 2015)

De acuerdo con Danos (2008):

“(…) el rol del Estado no consiste necesariamente en prestar directamente los servicios públicos, sino en la obligación de crear las condiciones para asegurar su efectiva prestación a todos los ciudadanos” (2008: p. 258) y no se puede negar que el Estado asume un rol de garante, frente a ellos.

El Instituto de Administración Tributaria de la SUNAT, señala que:

Los servicios públicos, vistos como actividades de contenido económico, buscan satisfacer las necesidades esenciales de las personas y garantizar el ejercicio de

los derechos de los ciudadanos como usuarios; para ello es importante que se brinden con niveles óptimos de satisfacción, lo que requiere de un Estado organizado con una gestión ágil y eficiente (SUNAT/IAT 2022)

De acuerdo con Baldo (2021), los servicios públicos tienen tres elementos esenciales, de intervención obligatoria: la *Administración Pública*, en quien reside la titularidad del servicio; *la entidad gestora* del mismo (caso de los gobiernos locales o municipios); y, *el usuario*. Cada uno de estos vértices guardan entre ellos una relación de dependencia generadora de derechos y obligaciones (p.48)

Las municipalidades peruanas son entidades con pleno goce de autonomía y tienen la competencia y responsabilidad de generar de forma eficaz sus propios recursos económicos denominados ingresos tributarios que es la potestad recaudatoria para poder obtener un presupuesto sostenible y aplicado en la programación de sus proyectos, programas y servicios públicos (Ávila y Paredes, 2022).

Los ingresos tributarios se clasifican en tributarios y no tributarios. Los tributarios son los impuestos a los predios, impuesto vehicular, impuesto de alcabala, impuesto a los espectáculos públicos no deportivos (EPND) y arbitrios municipales. Los No tributarios, son: papeletas de tránsito, papeletas de transportes, papeletas administrativas y merced conductiva la cual forma parte de nuestro análisis en la presente investigación (SACHS, 2022).

De acuerdo con el Servicio de Administración Tributaria de Chiclayo (2022), la merced conductiva es el pago que se obligan los conductores de los puesto de los mercados municipales por su uso, por lo que tiene un origen contractual y no tributario (SATC, 2022) y deben cancelar merced conductiva, los siguientes nueve (9) mercados de Chiclayo: el Mercado Modelo, Mercado Central, Mercado 9 de Octubre, Mercado José balta, Mercado José Quiñones, Mercado Santa Rosa, Mercado Diego Ferré, Mercado B. Gamarra y Mercado Buenos Aires.

La gestión del gobierno local de Chiclayo prevé sanciones por no pagar la merced conductiva (SATC, 2022):

La Ordenanza Municipal N° 017-2005-GPCH del 28 de Julio del 2005, establece el Reglamento de Comercialización de Productos y Servicios en Mercados y Camales del Gobierno Provincial de Chiclayo, se aprecia que, en el Capítulo V de las Sanciones, en el Artículo 41, manifiesta: “Perderá su derecho de Conducción si no ha cancelado la Merced Conductiva correspondiente a quince semanas atrasadas.

El Administrador en coordinación con las Sub Gerencia de Promoción Empresarial de Seguridad Ciudadana y el SATCH, procederán a las acciones operativo legales correspondientes para la desocupación del puesto y recuperación de la deuda".

También se señala que un «derecho de conducción» es la facultad otorgada por la Municipalidad Provincial de Chiclayo, a través de Resolución de Alcaldía, a personas naturales o jurídicas, para que ejerzan la conducción del puesto y desarrollo en el giro comercial, que se le autoriza, así como el pago de la tasa respectiva por el uso del bien público que debe realizar a favor del Gobierno Provincial de Chiclayo (SATCH, 2022). Por lo tanto, la merced conductiva es el «derecho que cancelan comerciantes que ocupan puestos fijos en mercados el cual se cancela semanalmente (SATCH, 2022)».

El Ministerio de la Producción del Perú, en su documento Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minoristas Competitivos (2021), plantea:

Mediante Decreto Supremo N° 237-2019-EF, se aprobó el “Plan Nacional de Competitividad y Productividad”, el cual tiene como una de sus prioridades la Medida Política 6.6: Nuevo modelo de mercado de abastos (en adelante, la Medida Política 6.6). Dicha medida consiste en diseñar e implementar pilotos de mercados de abastos que cumplan con estándares de calidad en infraestructura, buenas prácticas, manejo de residuos sólidos, instalaciones y equipos complementarios, limpieza y seguridad, sanidad e inocuidad (p. 5).

El “Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minorista Competitivos”, es el componente que tiene como objetivo proponer un modelo para profesionalizar la gestión de los mercados de abastos, incorporando una cultura de calidad en la atención al cliente,

la inocuidad de los alimentos y desarrollar herramientas tecnológicas y financieras que incrementen su productividad, para obtener mayores beneficios económicos y bienestar social a las personas en sus localidades (Ministerio de la Producción, 2021, p. 6) y su ámbito de aplicación corresponde a las dependencias de los Gobiernos Locales vinculados a los mercados de abastos, así como a las personas naturales y jurídicas que hacen la labor de administradores y/o gerentes de mercados de abastos minoristas privados o públicos a nivel nacional (Ministerio de la Producción, 2021, p. 10)

Los actores involucrados en la gestión de un mercado de abastos son, los denominados actores privados: organización de comerciantes, comerciantes o conductores de los puestos de venta, gerente del mercado de abastos, transportistas, estibadores, consumidores y por otra parte están los denominados actores públicos, que son: el Ministerio de la Producción (PRODUCE), Municipalidades y las Entidades vinculadas – Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA), Organismo Nacional de Sanidad Pesquera (SANIPES), Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (DIGESA), Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI) (Ministerio de la Producción, 2021).

El Ministerio de la Producción (2021) establece que la gestión de los mercados de abastos debe funcionar con las siguientes áreas: i) Gestión administrativa, ii) Gestión financiera y contable, iii) Gestión Comercial, iv) Gestión legal, v) Gestión de marketing y promoción, vi) Gestión humana, vii) Gestión de residuos y limpieza, viii) Gestión de mantenimiento y conservación, ix) Gestión de seguridad, x) Gestión Logística de bienes y servicios, xi) Gestión sanitaria en la cadena de alimentos, xii) Gestión de control interno, estableciendo una ficha de autoevaluación para los mercados de abastos minorista competitivos.

CAPITULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y DISCUSIÓN

3.1 Características de los puestos de comercialización del Mercado Central de Chiclayo

De acuerdo con los informes de la Administración del Mercado Central de Chiclayo – Municipalidad Provincial, la zona del Mercado Central, de 4,695.35 metros cuadrados deducido del levantamiento de medidas 2020. El total de áreas comerciales es de 2,162 metros cuadrados, es decir las áreas totales de los puestos del mercado; las áreas comunes 2188.19 metros cuadrados (pasadizos del mercado) y el área de la administración y almacén es de 20.16 metros cuadrados aproximadamente.

Tabla 2. Mercado Central de Chiclayo: Áreas en metros cuadrados

ÁREA	M ²
Área Total del Mercado Central	4695.35
Área Comercial	2162.00
Área Privada	322.00
Otras áreas (Administración, almacén)	20.16
Áreas comunes (Circulación)	2188.19

Fuente: Municipalidad Provincial de Chiclayo – Administración del Mercado Central, 2020

3.1.1 Caracterización de los conductores de puesto fijo

El Mercado Central de Chiclayo está constituido en zonas y secciones identificados de la siguiente manera:

Zonas:

- Interior Mercado I (80% del total de puestos)
- Interior Mercado II (1% del total de puestos)
- Planta Alta (14% del total de puestos)
- Varios (4% del total de puestos)

Secciones:

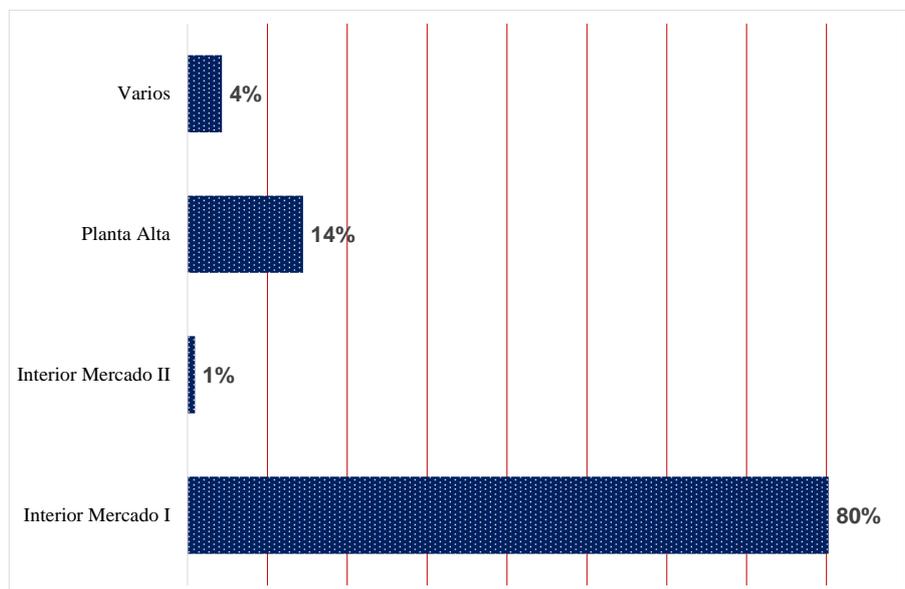
- Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)
- Carnes Blancas. Comprende: Aves de corral
- Carnes rojas. Comprende: Vacuno o res, porcino, caprino, ovino
- Circunvalación
- Jugos y refrescos
- Productos Hidrobiológicos. Comprende: pescado y mariscos
- Productos lácteos. Comprende: queso, mantequilla, yogurt
- Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería
- Verduras

Tabla 3. Mercado Central de Chiclayo: Número de puestos por zona y sección

Zona	Sección	N° Puestos	Sub Total	%
Interior Mercado I	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	3	427	80%
	Carnes Blancas. Comprende: Aves de corral	6		
	Carnes rojas. Comprende: Vacuno o res, porcino, caprino, ovino	23		
	Circunvalación	81		
	Productos Hidrobiológicos. Comprende: pescado y mariscos	12		
	Productos lácteos. Comprende: queso, mantequilla, yogurt	11		
	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	282		
	Verduras	9		
Interior Mercado II	Carnes rojas	1	5	1%
	Productos Hidrobiológicos. Comprende: pescado y mariscos	3		
	Varios	1		
Planta Alta	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	77	77	14%
Varios	Circunvalación	4	23	4%
	Jugos y refrescos	1		
	Productos Hidrobiológicos. Comprende: pescado y mariscos	2		
	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	15		
	Verduras	1		
Total		532	532	100%

Fuente: Municipalidad Provincial de Chiclayo – Administración del Mercado Central, 2020

Figura 4. Mercado Central de Chiclayo: estructura porcentual de puestos por zonas



Elaborado en base a datos de la Tabla 3

La propiedad del “puesto fijo” del Mercado Modelo es de la Municipalidad Provincial de Chiclayo. El 93% de los conductores del puesto fijo tienen más de cinco años de labor y/o permanencia en el mismo, siendo el total de los ubicados en la zona “Interior Mercado I” con más de cinco años; el 7%, de los conductores, tiene en promedio entre tres a cinco años, correspondiendo un mayor porcentaje a los ubicados en la “zona varios”.

Tabla 4. Tiempo de labor y permanencia en el puesto

Tiempo de labor	Interior Mercado I	Interior Mercado II	Planta Alta	Varios	Total
Entre tres a cinco años		20%	22%	65%	7%
Más de 5 años	100%	80%	78%	35%	93%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: encuesta realizada a los conductores de puestos fijo del Mercado Central – diciembre 2020

3.1.2 Caracterización de la infraestructura - puesto fijo

En el área comercial, el tamaño promedio del puesto fijo, es de 4.10 m², el material predominante en las paredes es cemento y son uniformes; el piso es calificado de material losetas, terrazos o similares y es uniforme. El material que predomina en los techos son las planchas de calamina. La condición del puesto fijo en el 100% es considerado bueno.

Tabla 5. Mercado Central de Chiclayo: promedio de ancho, largo y área total del puesto fijo

	Ancho (m)	Largo (m)	Área (m ²)
Valor Mínimo	0.49	0.70	0.6
Media	2.23	1.74	4.1
Valor Máximo	7.41	3.95	17.0

Elaborado en base al Proyecto de Actualización del Plano del Mercado Central de Chiclayo – Sub-Gerencia de Promoción y Formalización Empresarial (febrero, 2020)

Zona Interior Mercado I:

Esta zona representa el 80% del total del área comercial del Mercado Central de Chiclayo, con 427 puestos, donde el 25% de puestos tiene, de área, menos de 2.13 m², el 50% menos de 3.22 m² y el 75% menos de 5.2 m²; El promedio de área de un puesto fijo es de 4.10 m², el valor central (mediana) del área del puesto se ubica en 3.22 m². El tamaño de área de puesto fijo que más se repite, es de 1.36 m² (ver tabla 6).

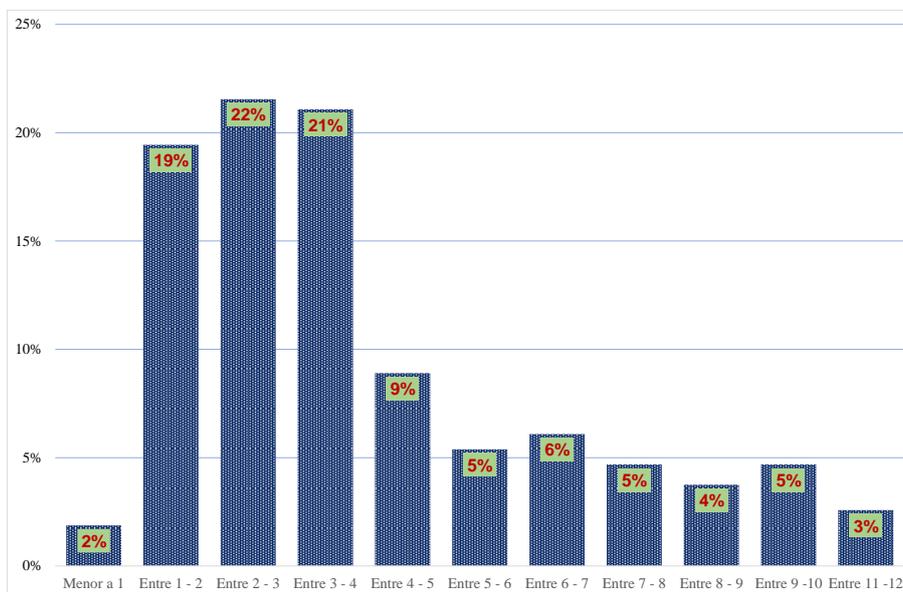
Se destaca la desigual área del puesto fijo, existiendo áreas con un mínimo de 0.76 m² y un máximo de 16.97 m², lo que origina una alta desviación estándar de 2.71 m².

Tabla 6. Mercado Central de Chiclayo – Zona Interior Mercado I, estadísticos descriptivos

N	Válido	427
	Perdidos	0
Media		4,0863
Mediana		3,2175
Moda		1,36
Desv. Desviación		2,70734
Mínimo		,76
Máximo		16,97
Percentiles	25	2,1285
	50	3,2175
	75	5,1984

Elaborado en base al Proyecto de Actualización del Plano del Mercado Central de Chiclayo – Sub-Gerencia de Promoción y Formalización Empresarial (febrero, 2020)

Figura 5. Mercado Central de Chiclayo – Zona Interior Mercado I: frecuencia del área de puestos fijos



Elaborado en base al Proyecto de Actualización del Plano del Mercado Central de Chiclayo – Sub-Gerencia de Promoción y Formalización Empresarial (febrero, 2020)

Zona Interior Mercado II:

Esta zona representa el 1% del total del área comercial del Mercado Central de Chiclayo, con 5 puestos; el 60% del área de puesto fijos esta entre 2 a 3 m² y el 40%, es menor a 2 m². El promedio de área de un puesto fijo es de 2.17 m².

Existe desigualdad en el área del puesto fijo, existiendo áreas con un mínimo de 1.39 m² y un máximo de 2.72 m²; sin embargo la desviación estándar de 0.68 m².

Tabla 7. Mercado Central de Chiclayo – Zona Interior Mercado II, frecuencia del área de puestos fijos

Área del puesto	Frecuencia	%	Frecuencia. Acumulada
Menor a 2	2	40%	40%
Entre 2 - 3	3	60%	60%
Total	5	100%	

Zona Planta Alta:

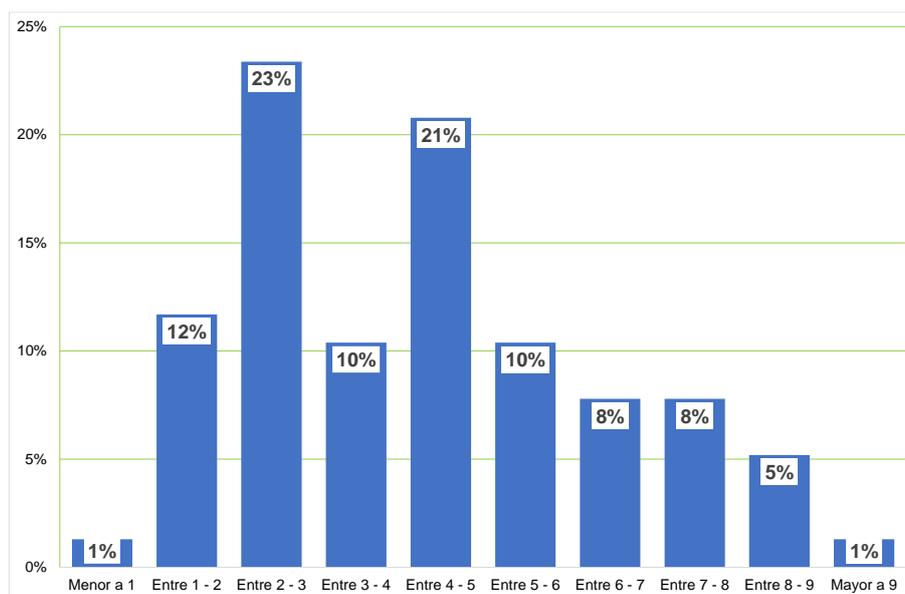
Esta zona representa el 14% del total del área comercial del Mercado Central de Chiclayo, con 77 puestos; el 25% de puestos tiene, de área, menos de 2.46 m², el 50% menos de 4.08 m² y el 75% menos de 5.54 m²; El promedio de área de un puesto fijo es de 4.31 m², el valor central (mediana) del área del puesto se ubica en 4.08 m². El tamaño de área de puesto fijo que más se repite, es de 1.80 m² (ver tabla 8).

Se destaca la desigual área del puesto fijo, existiendo áreas con un mínimo de 0.56 m² (la menor área de todo el mercado) y un máximo de 9.36 m², lo que origina una alta desviación estándar de 2.16 m².

Tabla 8. Mercado Central de Chiclayo – Zona Planta Alta, estadísticas, área de puestos fijos

N	Válido	77
	Perdidos	0
Media		4,3121
Mediana		4,0800
Moda		1,80 ^a
Desv. Desviación		2,16492
Rango		8,80
Percentiles	25	2,4459
	50	4,0800
	75	5,5445

Figura 6. Mercado Central de Chiclayo – Zona Alta: frecuencia del área de puestos fijos



Elaborado en base al Proyecto de Actualización del Plano del Mercado Central de Chiclayo – Sub-Gerencia de Promoción y Formalización Empresarial (febrero, 2020)

Zona Varios:

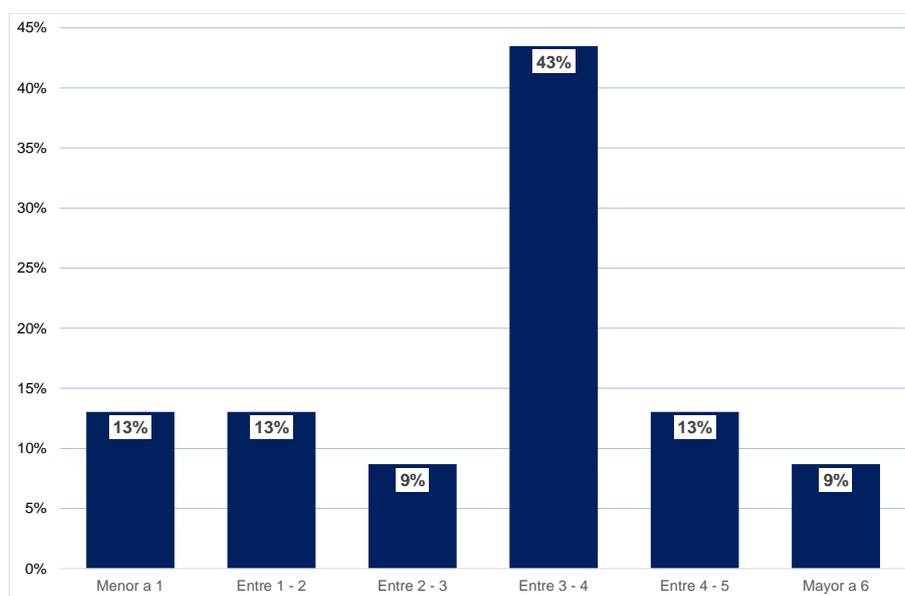
Esta zona representa el 4% del total del área comercial del Mercado Central de Chiclayo, con 23 puestos; el 25% de puestos tiene, de área, menos de 1.41 m², el 50% menos de 3.12 m² y el 75% menos de 3.83 m²; El promedio de área de un puesto fijo es de 3.22 m², el valor central (mediana) del área del puesto se ubica en 3.12 m². El tamaño de área de puesto fijo que más se repite, es de 0.84 m² (ver tabla 9).

Se destaca la desigual área del puesto fijo, existiendo áreas con un mínimo de 0.84 m² y un máximo de 10.51 m², lo que origina una alta desviación estándar de 2.08 m².

Tabla 9. Mercado Central de Chiclayo – Zona Varios: estadísticas, área de puestos fijos

N	Válido	23
	Perdidos	0
Media		3,2299
Mediana		3,1244
Moda		,84 ^a
Desv. Desviación		2,08045
Mínimo		,84
Máximo		10,51
Percentiles	25	1,4076
	50	3,1244
	75	3,8306

Figura 7. Mercado Central de Chiclayo – Zona Varios: frecuencia del área de puestos fijos



Elaborado en base al Proyecto de Actualización del Plano del Mercado Central de Chiclayo – Sub-Gerencia de Promoción y Formalización Empresarial (febrero, 2020)

3.2 Evaluación de la merced conductiva de los puestos de comercialización del Mercado Central de Chiclayo

El mercado Central de la ciudad de Chiclayo cuenta actualmente 532 “puestos fijos” y alrededor de 70 puestos privados que no se tomarán en consideración por su situación de propiedad privada. Para la recolección de datos se utilizaron datos primarios y secundarios, del BCRP, INEI, fuentes de información de Resoluciones Ministeriales, así como también encuestas.

La Merced Conductiva actual no se ha modificado desde los años 90's, originando que la municipalidad no pueda recaudar lo suficiente para hacer las mejoras correspondientes que en última instancia benefician tanto a comerciantes como consumidores.

El alquiler (merced conductiva) promedio semanal esta entre S/ 28 soles (S/ 4 diarios) a S/ 42 soles (S/ 6 diarios), evidenciándose que las diferencias entre una tarifa y otra no tiene ningún criterio técnico.

La morosidad en todas las zonas es alta, se evidencia que la deuda semanal es desigual en las diversas zonas del Mercado Central de Chiclayo; en el Interior Mercado I, se encuentran morosos de más de 347 semanas y en la zona Varios morosos con más de 383 semanas. Con los montos actuales por merced conductiva por puesto fijo en el Mercado Central, presentamos un estimado del monto total de deuda em nuevos soles.

Tabla 10. Mercado Central de Chiclayo: Morosidad en semanas y monto total por zonas

Zona	Nº semanas	Monto S/
Interior Mercado I	1898	19,929
Interior Mercado II	557	4,038
Planta Alta	417	4,379
Varios	2631	23,890
Total	5503	52,235

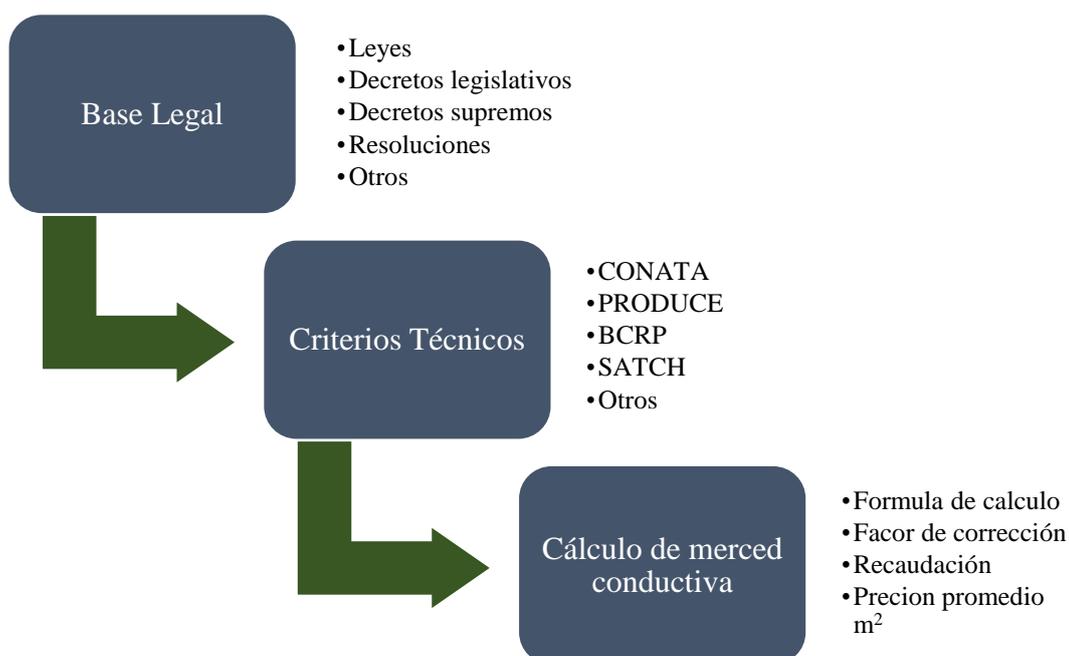
Fuente: Administración Mercado Central de Chiclayo - 2020

3.3 Propuesta: Cálculo de Merced Conductiva de los puestos fijos del Mercado Central

3.3.1 Modelo para el cálculo de Merced Conductiva

Utilizando los criterios técnicos del Consejo Nacional de Tasaciones (CONATA) y el Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minoristas Competitivos del Ministerio de la Producción (2021), primero se identifica la normativa vigente – estableciendo límites con el propósito de evitar excesos en la determinación de los cobros por merced conductiva por parte de los municipios y segundo basándose en criterios técnicos como el giro del negocio, infraestructura, volumen de ventas, área comercial ocupada se formula el cálculo de la merced conductiva, factor de corrección para cada sección y se compara y proyecta la recaudación actual y estimada, determinándose un precio promedio por metro cuadrado (m^2) por «puesto fijo» para el Mercado Central de Chiclayo.

Figura 8. Modelo Teórico para el cálculo de la merced conductiva – Mercado Central de Chiclayo



A partir del modelo teórico formulado se realiza la siguiente propuesta del cálculo de la Merced Conductiva, teniendo en cuenta el Valor Comercial de la zona, la tasa de Rentabilidad por alquiler mensual (BCRP, 2015), los Costos de Operación y Mantenimiento (Datos Administración), así como también del factor de corrección que recalcula la merced conductiva acorde a las peculiaridades de la zona en la que se desarrolla el Mercado Central de Chiclayo.

3.3.2 Base legal

- Constitución Política del Perú – Art. 74
- Reglamento Nacional de Tasaciones de Perú, R.M N° 172-VIVIENDA del 23.07.16.
- Resolución Ministerial N° 351-2019-VIVIENDA Cuadro de Valores Unitarios Oficiales de Edificaciones para la Costa Vigente desde el 01 al 31 de julio del 2020
- Ley N° 27972 - Ley Orgánica de Municipalidades
- Ley N° 29332 - Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal.
- Ordenanza Municipal N° 017-2005-GPCH

3.3.3 Fórmula de cálculo de la Merced Conductiva (MC)

La Merced Conductiva determinada está deducida por su valor comercial, rentabilidad y un factor de corrección acorde a la sección (giro agrupado) de negocio y al entorno comercial de los mismos, obteniéndose:

$$MC = \left[(A * 3,795.61 + A * 208.92 + LP * 31.34 * 0.09615\% + 4.95) \right] * (FC + 1)$$

Donde:

MC: Merced Conductiva por puesto semanal

A: Área del puesto

LP: Largo del puesto

FC: Factor de Corrección por Secciones

3.3.4 Factor de Corrección para cada Sección

Tabla 11. Mercado Central de Chiclayo: Factor de Corrección por Sección

Sección de clasificación	Factor de Corrección
Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	3.000
Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	3.000
Electrónicos	2.700
Flores	2.700
Imprenta	2.700
Productos Naturales	2.700
SPA	2.700
Tecnología	2.700
Carnes rojas y blancas	2.773
Abarrotes	2.778
Jugos y refrescos	2.617
Productos lácteos. Comprende: queso, mantequilla, yogurt	2.400
Verduras	2.400
Frutas	2.400

Elaboración propia, tomando como referencia el padrón de comerciantes de puestos fijos del Mercado Central - 2020

Ejemplo de cálculo:

Tomando el puesto “1A” de la Zona “Interior Mercado I”, cuya sección es de Carnes Rojas, tiene la siguiente dimensión de 1.51 metros de ancho, 0.9 metros de largo, con un área total de 1.359 metros cuadrados y el factor de corrección para “Carnes Rojas y Blancas” es de 2.773.

Reemplazando estos datos en la fórmula de Merced Conductiva por metros cuadrados semanales por sección.

$$MC = [((1.359*3,795.61) + (1.359*208.92) + (0.9* 31.34*1)) * 0.09615\% + 4.95] * (2.773+1)$$

$$MC = [(5,470.36) * 0.09615\% + 4.95] * (2.773+1)$$

$$MC = S/ 38.52 \text{ semanal}$$

Para este puesto la merced conductiva semanal sería de 38.52 soles. Estos resultados se pueden apreciar con exactitud en el Excel que se adjunta con este documento, ya que puede existir cierta variación en montos.

3.3.5 Recaudación actual y estimada

En el análisis de la recaudación actual se toma la suma de las tasas que se encuentran en el listado de padrón de comerciantes del Mercado Central de Chiclayo, pero solo de los puestos que actualmente existen con su conductor, esta suma da un resultado de 5,246.50 soles aproximadamente, este valor sería si todos los conductores pagan semanalmente, es el valor máximo de recaudación, sin embargo, actualmente existe morosidad.

La recaudación estimada por concepto de merced conductiva que semanalmente se recaudaría sería de S/43,036.26 en el Mercado Central de Chiclayo, siempre y cuando todos los pagos sean puntuales.

Tabla 12. Mercado Central de Chiclayo: Recaudación actual y estimada por Merced Conductiva

Recaudación	Recaudación Semanal	Recaudación Mensual (4 semanas)	Recaudación Anual (52 semanas)
Recaudación Actual (Ideal si todos los comerciantes pagarán al momento)	S/ 5,246.50	S/ 20,986.00	S/ 272,818.00
Recaudación Estimada (Si todos pagaran al momento)	S/43,036.26	S/172,145.05	S/2,237,885.71
Variación	S/37,789.76	S/151,159.05	720%

Elaboración propia, tomando como referencia el padrón de comerciantes de puestos fijos del Mercado Central - 2020

3.3.6 Precio promedio por M²

Se obtuvo como promedio general por metro cuadrado de merced conductiva semanal un equivalente de S/ 19.95, con un promedio diario de S/ 2.85 aproximadamente, este es el precio por metro cuadrado “Promedio”, es decir no se toman como precio exacto ya que cada puesto tiene su propio cálculo de Merced Conductiva, estos datos son referenciales para datos estadísticos y se pueden aproximar al valor real de la Merced Conductiva.

Tabla 13. Mercado Central de Chiclayo: Precio Promedio Referencial por metro cuadrado de Merced Conductiva

Secciones	Precio M ² (Promedio / Semana)	Precio M ² (Promedio / Día)
Abarrotes	S/ 17.43	S/ 2.49

Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	S/ 19.41	S/ 2.77
Carnes rojas y blancas	S/ 25.82	S/ 3.69
Frutas	S/ 19.53	S/ 2.79
Jugos y refrescos	S/ 17.99	S/ 2.57
Otros (Electrónicos, Imprenta, Productos Naturales, SPA, Tecnología)	S/ 19.25	S/ 2.75
Productos lácteos. Comprende: queso, mantequilla, yogurt	S/ 19.77	S/ 2.82
Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	S/ 20.28	S/ 2.90
Verduras	S/ 20.11	S/ 2.87
Promedio general	S/ 19.95	S/ 2.85

Elaboración propia, tomando como referencia el padrón de comerciantes de puestos fijos del Mercado Central - 2020

3.4 Discusión

Los mercados de abastos son instituciones de comercio tradicional, y ocupan el primer lugar de preferencia para las familias peruanas a la hora de adquirir sus productos alimenticios y no alimenticios básicos. Coincidiendo con PRODUCE (2021) son espacios que cumplen el importante rol de nivel social, cultural, urbanístico y ambiental, fomentan y mantienen el empleo, pero también relaciones, usos y costumbres y preservan la biodiversidad a través de los productos y la gastronomía que se generan en ellos (PRODUCE, 2021).

El Ministerio de la Producción (PRODUCE, 2021), en su documento; “Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minoristas Competitivos”, toma como referencia las normas legales que rigen las actividades de estos centros de abastos, tales como: Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, decretos legislativos, decretos supremos,

resoluciones supremas y resoluciones ministeriales, temas en los cuales coincide nuestro trabajo de investigación. Pero si bien existen diversidad de normas a nivel local y regional, sin embargo, estas no son específicas o relacionadas a la merced conductiva de mercado de abastos o similares; sólo hacen referencias a cuestiones técnicas establecida por el CONATA (Colala & Ruiz, 2017) y PRODUCE (2021).

Como precisa PRODUCE (2021) e institución con el cual coincidimos, en temas de gestión, los mercados de abastos peruanos, tienen barreras que limitan su competitividad, generan ineficiencias en la distribución de alimentos y afectan la cadena de valor gastronómica. Las principales son i) inadecuada infraestructura y equipamiento, ii) gerentes y conductores con limitadas capacidades para la gestión, iii) deficientes prácticas de manipulación y salubridad, iv) inadecuada gestión de residuos sólidos, v) ausencia de políticas de promoción para su modernización, y vi) débil gobernanza y marco legal difuso (PRODUCE, 2021), por lo tanto, para lograr la modernización sostenible de los centros de abastos tradicionales, la gestión de los mismos debe formar parte de la política pública.

La evaluación sobre eficiencia de la gestión es calculada frecuentemente para el sector privado y escasamente para el sector público (existen escasos informes para cálculo de la merced conductiva), debido a que las instituciones del sector privado tienen incentivos de mercado para maximizar sus beneficios y deben asumir la penalidad de ir a la quiebra en el caso de no operar eficientemente (Tam, 2008). El sector público, no solo tiene una multiplicidad de objetivos, sino que, además, no tiene mecanismos de evaluación de la gestión del conjunto de sus instituciones; generandose baja productividad del factor trabajo o la discrecionalidad de agentes con poder de decisión (Trillo, 2002). Tam (2008), afirma que para medir la eficiencia de producción en el sector público es más complicado que en el sector privado (pues posee una mayor disponibilidad de estadísticas sobre el nivel de producción, sobre los insumos utilizados para conseguirlos y el precio de los bienes o servicios que ofertan). Los productos (referido a los bienes y servicios producidos) o resultados (objetivos que se quiere alcanzar con los productos) del sector público, generalmente no son de carácter financiero, no tienen precio de mercado, o no es posible obtener un cálculo preciso sobre su valor social y casos

en que es más factible, o no están disponibles. Los resultados perseguidos por las instituciones del sector público pueden ser difícilmente medibles debido a la complejidad o el costo de recoger la información. Conceptos de calidad y equidad tienen que ser operacionalizados de tal manera que se pueda aproximar a estos a partir de indicadores de aspectos medibles; por lo tanto considerando que los “recursos son escasos” en términos de infraestructura, localización y productos ofertados entre otros factores, es necesario incrementar la productividad en el sector público, generando mayores ingresos para los ofertantes (conductores de puestos fijos) e incrementado el bienestar de los usuarios, de productos del mercado de abastos, mejorando el rol que cumple el Estado.

CONCLUSIONES

- 1°. La Municipalidad Provincial de Chiclayo administra y gestiona el centro de abastos de comercio de productos al por menor, denominado “Mercado Central” de Chiclayo a través del Servicio de Administración Tributaria de Chiclayo (SATCh), y esta normado principalmente por la Constitución Política del Perú, Ley Orgánica de Municipalidades (Ley N° 27972), Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal (Ley N° 29332), la Ordenanza Municipal N° 017-2005-GPCH y el Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minoristas Competitivos (PRODUCE, 2021). Sin embargo, sobre la conducción y actualización de la «Merced Conductiva» sólo existen normas locales que datan de décadas pasadas (años 1990).
- 2°. En el mercado de abastos minoristas “Mercado Central” de Chiclayo, los comerciantes denominados conductores de “puestos fijos” se ubican en zonas denominadas «Interior Mercado I» (80%), «Planta Alta» (14%), «Varios» (4%) y «Interior Mercado II» (1%). Las secciones de comercio de bienes: plástico, bisutería, perfumería, zapaterías, ropa, telas y peluquería concentran el mayor porcentaje de puestos. El 93% de los conductores tienen más de cinco años de labor y/o permanencia en el mismo – los comerciantes ubicados al «Interior Mercado I» cuentan con más de cinco años –. El tamaño promedio del puesto fijo, es de 4.10 m², el material predominante en las paredes es cemento; el piso es calificado de material losetas, terrazos o similares, considerado uniforme. El material que predomina en los techos son las planchas de calamina. La condición del puesto fijo en el 100% es considerado en buen estado.
- 3°. La merced conductiva, del “Mercado Central” de Chiclayo, no se ha modificado desde los años noventa; actualmente su promedio semanal está en el rango de S/ 28 a S/ 42, diferencias que no evidencian sustento técnico. Existe alta y desigual morosidad en todas las zonas, hallándose conductores de “puestos fijos” con morosidad de más de 7 años (383 semanas), generando baja recaudación en la gestión no tributaria del Mercado Central de Chiclayo.

RECOMENDACIONES

La competitividad del mercado de abastos de comercio minorista: “Mercado Central de Chiclayo” está en función de lograr una modernización sostenible en varios aspectos de su administración y gestión lo cual debe formar parte de la política pública y su financiamiento de los cambios propuestos van a estar en función de los ingresos no tributarios que recaude; por lo tanto se sugiere implementar la propuesta de actualización de la Merced Conductiva para el Mercado Central de Chiclayo, considerando el valor comercial del mercado de Chiclayo, la tasa de rentabilidad de alquiler mensual (similar al sector privado), los costos de operación y mantenimiento y factor de corrección de nuevo cálculo de la merced conductiva, para mejorar la competitividad, de los conductores de puestos fijos del mercado, en relación a otras zonas comerciales, evitar la posible “quiebra” del mercado modelo, en comparación a los actuales ingresos por merced conductiva y generar el bienestar de los usuarios del Mercado Central de Chiclayo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias Gonzales, J. L. (2020). *Proyecto de Tesis. Guia para la elaboración*.
<https://doi.org/www.agogocursos.com>
- Arrunátegui, H. B., Arana, C. B., Gonzales, H. C., Salazar, M. D., Flores, C. G., Guerrero, O. G., Espinoza, P. J., & Rodríguez, L. W. (2016). *Métodos estadísticos* (3a ed.). Lambayeque: Centro Editorial Universidad Señor de Sipán.
- Avila Ordoñez, E. G., & Paredes Paredes, E. (2022). *Análisis jurídico-económico de los ingresos tributarios municipales y su efecto presupuestario*. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*.
<https://eds.p.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=155e47f0-2864-4987-8fba-826d464540c7%40redis>
- Baldo, R. (23 de julio de 2021). *El rol del Estado y la gestión de los servicios públicos*. de THEMIS Revista de Derecho.:
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/10382/10832>
- Banco Central de Reserva, d. (2019). *Glosario de Términos Económicos*.
<http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario.html>
- Beltrán Barco, A., & Cueva Beteta, H. (2011). *Evaluación social de proyectos para países en desarrollo* (1a ed.). Lima: Universidad del Pacífico; Centro de Investigación.
- Bernal, T. C. (2010). *Metodología de la Investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3a ed.). Bogotá, Colombia: Pearson Educación.
- Blanco, C. (2011). *Encuestas y estadísticas: métodos de investigación cuantitativa en ciencias sociales y comunicación* (1a ed.). Córdoba, Argentina: Brujas.
- Centro de Gestión Tributaria - Chiclayo. (s.f.). *Información Tributaria y No tributaria*. Merced Conductiva:
<http://www.cgtch.gob.pe/informacionTribNoTrib/mercedConductiva/index.php#titulo01>

- Centro de Gestión Tributaria de Chiclayo, (CGT). (2019). *Información Tributaria y No tributaria*. Merced Conductiva: <http://www.cgtch.gob.pe/informacionTribNoTrib/mercedConductiva/index.php#titulo01>
- Chiavenato, I. (2013). *Introducción a la teoría general de la administración* (8a ed.). México, México: Mc Graw - Hill Interamericana.
- Cieza Mendieta, M. N., & Cornejo Tineo, R. E. (12 de junio de 2017). *Propuesta de un sistema de control para el pago de merced conductiva Mercado Modelo Lambayeque*. Universidad Señor de Sipán: <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/183944>
- Colala Correa, F. D., & Ruiz Ramos, W. (05 de 10 de 2017). *Universidad Señor de Sipán*. Plan de actualización de la merced conductiva a los comerciantes del mercado moshoqueque para mejorar la recaudacion en la municipalidad distrital de jose leonardo ortiz, 2015.: <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/185023>
- Congreso de la República. (2013). *Constitución Política del Perú, 1993. Archivo Digital de la Legislación del Perú. Archivo de texto (actualizado al 1 de mayo de 2013)*. <http://www.leyes.congreso.gob.pe/constituciones.aspx>
- Congreso de la República, P. L. (27 de mayo de 2003). *Ley Orgánica de Municipalidades 27972- Perú. Normas Legales. El Peruano*. <https://www.munilambayeque.gob.pe/presentacion/documentos/Ley27972LeyOrgaMuni.pdf>
- Danos Ordoñez, J. (30 de julio de 2008). *El régimen de los servicios públicos en la Constitución Peruana*. de THEMIS Revista de Derecho.: <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/9236/9650>
- Delgado Chú, G. A., & Vigil Mera, C. A. (2017). *Modelo de gestión empresarial para mejorar la administración y optimizar la recaudación de la merced conductiva en*

- el Mercado de Moshoque del distrito de José Leonardo Ortiz – 2007.*
Universidad Señor de Sipán: <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/183945>
- Fresno Chávez, C. (2019). *Metodología de la Investigación. Así de fácil.* Córdova: El Cid Editor.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México, México: McGraw - Hill / Interamericana Editores SA de C.V.,
- Hernández, L. R., & Coello, G. S. (2012). *El proceso de Investigación Científica.* La Habana: Editorial Universitaria.
- Huapaya, R. (2015). *Concepto y Régimen Jurídico del Servicio Jurídico en el Ordenamiento Público Peruano.* IUS ET VERITAS, 50, 383.
- INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2016). *Base de datos. Microdatos. Censo Nacional de Mercado de Abastos. Capítulo II: Identificación del mercado e informante.* <http://iinei.inei.gob.pe/microdatos/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. (2016). *Microdatos - Base de Datos. Encuesta Nacional de Empresas 2015:* <http://iinei.inei.gob.pe/microdatos/>
- Kafka, F. (2013). *Análisis de productos* (1a ed.). Lima, Perú: Universidad del Pacífico.
- MEF. (2003). *Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades. Ministerio de Economía y Finanzas.*
https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/capacita/programacion_formulacion_presupuestal2012/Anexos/ley27972.pdf
- Ministerio de la Producción. (2021). *Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minoristas Competitivos. Anexo R.M. N° 155-2021-PRODUCE.pdf.*
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1932198/ANEXO%20R.M.%20N%C2%B0%20155-2021-PRODUCE.pdf>

- Mokate, K. (1999). *Eficacia, eficiencia, equidad y sostenibilidad: ¿qué queremos decir?*
https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/gover_2006_03_eficacia_eficiencia.pdf
- Montoya, Z. A., & Cogollo, O. S. (2018). *Situaciones y retos de la investigación en Latinoamérica*. Medellín: Universidad Católica Luis Amigó.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=5514159&query=Quintana%2C+R.+L.%2C+%26+Mendoza%2C+G.+M.+%C3%81.+%282008%29.+Econometr%C3%ADa+b%C3%A1sica%3A+Modelos+y+aplicaciones+a+la+econom%C3%ADa+mexicana.+Retrieved+from+https%3A%2F>
- Mundell, R. A. (1968). *El Hombre y la Economía* (1a ed.). Buenos Aires, Argentina: Amorrotu editores.
- Municipalidad Provincial de Chiclayo. (1999). *Resolución de Alcaldía N° 1750-A-1999*. Chiclayo: s/e.
- Municipalidad Provincial de Chiclayo. (2021). *Decreto de Alcaldía N° 001-2021-MPCH/2021*. Chiclayo: s/e.
- Poder Judicial del Perú. (17 de octubre de 2019). *Diccionario Jurídico*.
https://historico.pj.gob.pe/servicios/diccionario/diccionario_detalle.asp?codigo=580
- Provias. (19 de marzo de 2009). *Ley N° 29332*. Ley que crea el Plan de Incentivos a la mejora de la gestión municipal:
http://www.proviasdes.gob.pe/Prog_incentivos/Normatividad/Norm_Plan_Incent_MEF/Ley_29332_creacion_de_incentivos.pdf
- Rojas Soriano, R. (2006). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México: Plaza y Valdés, S. A. de C. V.
- Rubio, F. A. (1986). *Economía Política. Para Educación Secundaria y Superior* (23a ed.). Lima, Perú: Editorial Labrusa S.A.

- SACHT. (febrero de 2022). *Servicios de Administración Tributaria de Chiclayo. Arbitrios Municipales*.
https://satch.gob.pe/satch/informacion/arbitrios_municipales
- SATCH. (2022). *Servicio de Administración Tributaria de Chiclayo. Información. Información tributaria, información no tributaria, otros*.
<https://satch.gob.pe/satch/>
- SUNAT / IAT: Aula virtual. (2022). *Curso básico de cultura fiscal: el ciudadano y la importancia de pagar impuestos en el Perú*.
https://webcampus.sunat.gob.pe/pluginfile.php/211711/mod_resource/content/3/MATERIAL_BASE_MODULO_I_S.pdf
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, SUNAT. (22 de junio de 2013). *Texto Único Ordenado del Código Tributario. DECRETO SUPREMO N° 133-2013-EF. Legilación Tributaria*. <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/#>
- Tam, M. M. (diciembre de 2008). *Una aproximación a la eficiencia técnica del Gasto Público en Educación en las regiones del Perú*. Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES):
<http://www.cies.org.pe/es/investigaciones/descentralizacion-y-modernizacion-del-estado/una-aproximacion-la-eficiencia-tecnica>
- Trillo, D. (2002). *Análisis Económico y Eficiencia del Sector Público*. Lisboa - Portugal: VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública.
- Villamizar, J. M. (2015). *Finanzas públicas municipales, guía práctica* (1a ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.

ANEXOS

Anexo 1. Historia del Mercado Central de Chiclayo

(fuente: “Revista Centenaria” – pág. 202 – Chiclayo 1935)

ANTECEDENTES

Antiguamente Chiclayo tenía pequeños mercados en diversos barrios de la Población, más que nada se acostumbraba vender el recado por las calles. Las indígenas ingresaban a la ciudad arreando sus borricos, cargados de alforjas y canastas con toda clase de verduras, las menestras se adquirían en los establecimientos pequeños y la carne en el improvisado mercado de las calles Pedro Ruiz y Miro lo verde.

*Pero la Población iba en aumento y no era posible que tal cosa siguiera. Parece que los amigos del **Coronel José Balta** lo pensaron y durante su gobierno, en año 1870, **auspiciado por este**, se levantó el edificio actual, contratándose para los efectos de la construcción al **arquitecto italiano do Francisco Anselmi**.*

De esa época data nuestro mercado que sigue prestando importantes servicios a la población. Durante las lluvias del año 25, sufrió mucho el edificio procediendo el consejo a su reparación.

*En atención a lo deficiente que resulta actualmente este edificio, el Consejo procedió a utilizar el pasaje Balta, haciendo de un pequeño callejón una dependencia de donde se hace el expendio de la carne y otros artículos con mesas especiales y de acuerdo con la higiene que debe existir en tales locales. Esta obra se llevó a cabo durante la administración municipal de **Don Juan Francisco Puente Paz (1932 – 1934)**.*

EL NUEVO MERCADO

En la inspección existe el proyecto de la reconstrucción del mercado, cuya valorización está calculada en la suma de 200, 000 soles, incluyendo la expropiación de las fincas que rodean el local en las calles Alfredo Lapoint, Vicente de la Vega y Santa Catalina, cuyos planos y presupuesto han sido enviados al Departamento de Obras Públicas en el Ministerio de Fomento, para su aprobación.

Anexo 2. Tamaño de la Población de puestos del Mercado Central de la Municipalidad Provincial de Chiclayo

Puestos	Cantidad de Puestos del Mercado Central					
	N° Públicos	%	N° Privados	%	Total	
Varios	296	56%	47	64%	343	57%
Circunvalación	83	16%	13	18%	96	16%
Planta alta	77	15%	12	16%	89	15%
Pescado	40	8%	0	0%	40	7%
Carnes	29	6%	1	1%	30	5%
TOTAL	525	88%	73	12%	598	100%

Fuente: Municipalidad Provincial de Chiclayo. Subgerencia de Promoción Empresarial y Formalización del comercio. Administración Mercado Central. 2018

Anexo 3. Mercado Central - Sección Circunvalación: morosidad de los conductores de puestos fijos

N°	Giro Comercial	Semanas Deuda	Deuda Total	Alquiler promedio semanal
1	Cerrajería	43	310.0	29
2	Cerrajería	249	1,743.0	28
3	Cerrajería	91	637.0	28
4	Cerrajería	44	308.0	28
5	Cocinería	17	178.5	42
6	Cocinería	20	210.0	42
7	Jugos refrescos	31	217.0	28
8	Refrescos	62	434.0	28
Total		557	4,037.5	
	Promedio	70	505	32
	Valor Máximo	249	1,743.0	42
	Valor Mínimo	17	178.5	28
	Moda	#N/A	#N/A	28
	Mediana	43.5	309	28
	Desviación Estándar	76	522	6
	Error Estándar	73	502	7

Fuente: Informe N° 66 – 2018, Municipalidad Provincial de Chiclayo

Anexo 4. Mercado Central - Sección Planta Alta: morosidad de los conductores de puestos fijos

N°	Giro Comercial	Semanas Deuda	Deuda Total	Alquiler promedio semanal
1	Lencería	40	420.0	42
2	Lentes	27	283.5	42
3	Pasamanería	24	252.0	42
4	Ropa	18	189.0	42
5	Ropa	25	262.5	42
6	Ropa	23	241.5	42
7	Ropa	21	220.5	42
8	Ropa	53	556.5	42
9	Ropa	20	210.0	42
10	Ropa	23	241.5	42
11	Zapatería	22	231.0	42
12	Zapatería	27	283.5	42
13	Zapatería	25	262.5	42
14	Zapatería	45	472.5	42
15	Zapatería	24	252.0	42
Total		417	4,378.5	
	Promedio	28	292	42
	Valor Máximo	53	556.5	42
	Valor Mínimo	18	189.0	42
	Moda	27	284	42
	Mediana	24	252	42
	Desviación Estándar	10	105	0
	Error Estándar	10	109	0

Fuente: Informe N° 66 - 2018 Municipalidad Provincial de Chiclayo

Anexo 5. Mercado Central - Sección Pescado: morosidad de los conductores de puestos fijos

N°	Giro Comercial	Semanas Deuda	Deuda Total	Alquiler promedio semanal
1	Pescado	30	315.0	42
2	Jugos y refrescos	240	2,520.0	42
3	Cevichería	21	220.5	42
4	Cevichería	23	241.5	42
Total		314	3,297.0	
	Promedio	78.5	824	42
	Valor Máximo	240	2,520.0	42
	Valor Mínimo	21	220.5	42
	Moda	#N/A	#N/A	42
	Mediana	26.5	278	42
	Desviación Estándar	108	1,131	0
	Error Estándar	126	1,327	0

Fuente: Informe N° 66 - 2018 Municipalidad Provincial de Chiclayo

Anexo 6. Mercado Central - Sección Carnes rojas y blancas: morosidad de los conductores de puestos fijos

N°	Giro Comercial	Semanas Deuda	Deuda Total	Alquiler promedio semanal
1	Res	31	325.5	42
2	Res	96	1,008.0	42
3	Res	139	1,459.5	42
4	Res	347	3,643.5	42
5	Res	342	3,591.0	42
6	Res	88	924.0	42
7	Res	35	367.0	42
8	Res	65	682.5	42
9	Res	109	1,144.5	42
10	Res	50	525.0	42
11	Res	58	609.0	42
12	Cabruto	80	840.0	42
13	Cabruto	81	850.5	42
14	Pollo	40	420.0	42
15	Pollo	23	241.5	42
Total		1584	16,631.5	
Promedio		105.6	1,109	42
Valor Máximo		347	3,643.5	42
Valor Mínimo		23	241.5	42
Moda		#N/A	#N/A	42
Mediana		80	840	42
Desviación Estándar		102	1,071	0
Error Estándar		97	1,015	0

Fuente: Informe N° 66 - 2018 Municipalidad Provincial de Chiclayo

Anexo 7. Mercado Central - Sección Varios: morosidad de los conductores de puestos fijos

N°	Giro Comercial	Semanas Deuda	Deuda Total	Alquiler promedio semanal
1	A. Embutidos	27	189.0	28
2	A. Preparados	325	3,412.5	42
3	Abarrotes	35	367.5	42
4	Bisutería	27	283.5	42
5	Cevichería	35	245.0	28
6	Flores	65	455.0	28
7	Flores	30	210.0	28
8	Flores	65	455.0	28
9	Imprenta	63	441.0	28
10	Imprenta	30	210.0	28
11	Imprenta	383	2,681.0	28
12	Lencería	71	745.5	42
13	Lencería	42	441.0	42
14	Limonos	20	140.0	28
15	Locería	51	535.0	42
16	Locería	51	535.0	42
17	Menestra cocida	60	420.0	28
18	Peluquería	115	1,207.5	42
19	Ropa	69	724.5	42
20	Ropa	67	703.5	42
21	Ropa	66	693.0	42
22	Ropa	60	630.0	42
23	Ropa	35	367.5	42
24	Ropa	23	241.5	42
25	Ropa	64	672.0	42
26	Ropa	19	199.5	42
27	Ropa	55	577.5	42
28	Ropa	25	262.5	42
29	Ropa	30	315.0	42
30	Ropa	63	661.5	42
31	T. Computadora	42	441.0	42
32	T. Confecciones	30	315.0	42
33	T. Confecciones	22	231.0	42
34	T. Confecciones	22	231.0	42
35	T. Costura	48	336.0	28
36	T. Costura	80	840.0	42
37	Telas	33	346.5	42
38	Telas	34	357.0	42
39	Verduras	26	182.0	28
40	Verduras	25	175.0	28
41	Verduras	19	161.0	34
42	Verduras	29	203.0	28
43	Verduras	78	546.0	28
44	Verduras	72	504.0	28
Total		2631	23,890.0	

Promedio	60	543	37
Valor Máximo	383	3,412.5	42
Valor Mínimo	19	140.0	28
Moda	30	441	42
Mediana	42	394	42
Desviación Estándar	69	601	7
Error Estándar	67	583	7

Fuente: Informe N° 66 - 2018 Municipalidad Provincial de Chiclayo

Anexo 8. Instrumento aplicado a los comerciantes del Mercado Central de Chiclayo

ENCUESTA MERCADO CENTRAL DE CHICLAYO

UBICACIÓN / SECCIÓN DEL PUESTO FIJO

Circunvalación () 1 Planta Alta () 2 Pescado () 3
 Carnes () 4 Varios () 5

I. CARACTERÍSTICAS DEL CONDUCTOR DE PUESTO FIJO

1.1 NÚMERO DE AÑOS DE LABOR EN EL MERCADO CENTRAL

Menor a un año 1
 Entre uno a dos años 2
 Entre tres a cinco años 3
 Más de 5 años 4

1.2 GIRO COMERCIAL

SERVICIOS 1
 (especifique)

PRODUCTOS PERECIBLES 2

(especifique)

PRODUCTOS NO PERECIBLES 3

(especifique)

Otro (especifique)

1.3 PROPIEDAD DEL PUESTO

Propio 1
 Alquilado (municipio) 2
 Terceros 3
 Prestado 4

Otros (especifique)

1.4 NÚMERO DE AÑOS EN EL PUESTO:

1.5 ¿CUÁNTO PAGA POR ALQUILER semanal?

1.6 ¿ESTÁ AL DÍA EN SU ALQUILER?

Si 1 No 2

II. INFRAESTRUCTURA (por observación directa)

2.1 ÁREA COMERCIAL M2 (estimado):

Tierra	5
Otro	6

(especifique)

2.2 ¿EL MATERIAL PREDOMINANTE DE LAS PAREDES DEL PUESTO ES (circule sólo un código)

Ladrillo o bloque de cemento	1
Madera	2
Metal	3
Otro	4

(Especifique)

2.3 ¿LAS PAREDES DEL PUESTO SON (circule sólo un código)

Uniformes	1	Variables	2
-----------------	---	-----------------	---

2.4 ¿EL MATERIAL PREDOMINANTE DE LOS PISOS DEL PUESTO ES (circule sólo un código)

Cemento	1
Parquet o madera pulida	2
Losetas, terrazos o similares	3
Madera (entablados)	4

2.5 EL MATERIAL PREDOMINANTE DEL TECHO DEL PUESTO ES

Concreto armado	1
Madera	2
Tejas	3
Calamina	4
Otro (especifique)	5

.....

2.6 ESTADO DEL PUESTO

Bueno	1
Regular	2
Malo	3
Deficiente	4

Nota. Elaborado en base a Cedula Censal, 2016. MICRODATOS – Base de Datos: documentación. Lambayeque
<http://inei.inei.gob.pe/microdatos/>

Anexo 9. Mercado Central de Chiclayo – Zona: Interior Mercado I, año 2020

	N° PUESTO	LETR A	SECCIÓN JUSTIFICADO	GIRO	ANCHO	LARGO	AREA
1	1	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.51	0.9	1.36
2	1	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	0.94	1.13	1.06
3	2	A	Jugos y refrescos	Jugos	3.99	1.25	4.99
4	2	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1	1.13	1.13
5	2	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.51	0.9	1.36
6	3	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1	1.13	1.13
7	3	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.51	0.9	1.36
8	4	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1	1.1	1.10
9	4	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.51	0.9	1.36
10	4	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Accesorios	1.06	1.2	1.27
11	5	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	6.1	2.25	13.73
12	5	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1	1.1	1.10
13	5	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.51	0.9	1.36
14	5	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Accesorios	1.48	1.35	2.00
15	6	B	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.72	2.35	8.74
16	6	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.01	1.1	1.11
17	6	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.51	0.9	1.36
18	7	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	5.3	2.35	12.46
19	7	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	0.99	1.1	1.09
20	7	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.52	0.9	1.37
21	7	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.1	1.32	1.45
22	8	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	5.02	2.06	10.34
23	8	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	0.99	1.1	1.09
24	8	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.44	0.9	1.30
25	8	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.1	1.32	1.45
26	9	A	Otros	Productos Naturales	3.76	1.59	5.98
27	9	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.07	1.06	1.13
28	9	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.44	0.9	1.30
29	9	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.14	1.29	1.47
30	10	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.25	1.59	5.17
31	10	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.01	1.03	1.04
32	10	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.44	0.9	1.30
33	10	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.14	1.29	1.47
34	11	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.71	1.62	4.39
35	11	B	Abarrotes	Bazar	2.15	1.65	3.55
36	11	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.44	1.8	2.59
37	11	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.44	0.9	1.30
38	12	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.99	1.25	2.49
39	13	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Cerrajerías	1.49	1.68	2.50
40	13	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Cerrajerías	1.49	1.68	2.50
41	13	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.44	0.9	1.30
42	14	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Cerrajerías	2.69	1.68	4.52
43	14	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.44	0.9	1.30
44	15	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Cerrajerías	1.99	1.68	3.34
45	15	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.44	0.9	1.30
46	15	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.94	1.25	3.68
47	16	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Cerrajerías	3.5	1.68	5.88
48	16	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	2.99	2.83	8.46
49	16	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.54	0.9	1.39
50	17	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Cerrajerías	3.49	1.68	5.86

	N° PUESTO	LETRA	SECCIÓN JUSTIFICADO	GIRO	ANCHO	LARGO	AREA
51	17	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	0.99	2.83	2.80
52	17	A	Carnes rojas y blancas	Pollos	1.54	0.9	1.39
53	18	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Cerrajerías	1.99	1.55	3.08
54	18	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	0.99	2.8	2.77
55	18	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.54	0.9	1.39
56	18	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.77	1.75	4.85
57	19	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Cerrajerías	2.49	1.55	3.86
58	19	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.7	2.78	7.51
59	20	A	Jugos y refrescos	Jugos	3.92	1.88	7.37
60	20	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Cerrajerías	1.37	1.55	2.12
61	20	A	Carnes rojas y blancas	Pollos	1.54	0.9	1.39
62	20	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.71	2.74	7.43
63	20	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Cerrajerías	1.36	1.55	2.11
64	21		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Accesorios	2.79	2.29	6.39
65	21	A	Jugos y refrescos	Jugos	1.49	1.88	2.80
66	21	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Cerrajerías	2.14	1.6	3.42
67	21	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.36	2.74	6.47
68	21	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.54	0.9	1.39
69	22	A	Jugos y refrescos	Jugos	2.31	1.88	4.34
70	22	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.33	2.74	6.38
71	22	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.54	0.9	1.39
72	23	A	Abarrotes	Bazar	3.08	1.88	5.79
73	23	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.09	1.55	4.79
74	23	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.33	2.69	6.27
75	23	A	Carnes rojas y blancas	Pollos	1.51	0.9	1.36
76	24	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.36	2.03	6.82
77	24	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Cerrajerías	1.52	1.55	2.36
78	24	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.51	0.9	1.36
79	25	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.75	2.03	7.61
80	25	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.44	1.45	3.54
81	25	A	Carnes rojas y blancas	Pollos	1.51	0.9	1.36
82	26	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.66	2.03	7.43
83	26	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.89	1.45	4.19
84	26	A	Carnes rojas y blancas	Pollos	1.51	0.9	1.36
85	27	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.23	2.03	4.53
86	27	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.18	1.95	6.20
87	27	A	Carnes rojas y blancas	Pollos	1.51	0.9	1.36
88	28	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.23	2.03	4.53
89	28	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.18	1.95	6.20
90	28	A	Carnes rojas y blancas	Pollos	1.51	0.9	1.36
91	29	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.18	1.95	6.20
92	29	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.51	0.9	1.36
93	30	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	1.79	1.95	3.49
94	30	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.51	0.9	1.36
95	30	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.78	1.43	2.55
96	31	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	1.79	1.95	3.49
97	31	A	Otros	SPA	1.83	1.64	3.00
98	32	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	4.59	3.35	15.38
99	32	A	Otros	SPA	1.83	1.64	3.00
100	33	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.89	3.35	9.68

	N° PUEST	LETR A	SECCIÓN JUSTIFICADO	GIRO	ANCHO	LARGO	AREA
101	33	A	Otros	SPA	4.9	1.43	7.01
102	34	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.89	3.38	9.77
103	34	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.92	1.64	3.15
104	35	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	4.04	3.38	13.66
105	35	A	Otros	SPA	1.57	1.64	2.57
106	36	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.09	3.38	7.06
107	37	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.09	3.51	7.34
108	38	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	2.14	1.88	4.02
109	38	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	0.99	2.65	2.62
110	39	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.06	1.27	3.89
111	39	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.79	1.88	3.37
112	39	C	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	0.99	2.62	2.59
113	40	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	4.08	1.25	5.10
114	40	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	2.08	1.86	3.87
115	41	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.89	1.25	4.86
116	41	A	Jugos y refrescos	Jugos	3.34	1.79	5.98
117	42	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.24	1.22	1.51
118	42	A	Jugos y refrescos	Jugos	2.19	1.74	3.81
119	43	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.57	1.22	4.36
120	43	A	Jugos y refrescos	Jugos	1.79	1.7	3.04
121	43	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.28	1.75	2.24
122	44	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	4.49	1.55	6.96
123	44	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.27	1.75	2.22
124	44	A	Abarrotes	Abarrotes	2.25	1.85	4.16
125	45	A	Productos lácteos. Comprende: queso, mantequilla, yogurt	Quesos	1.64	1.55	2.54
126	45	B	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.19	0.95	1.13
127	45	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Peluqueria	1.92	1.85	3.55
128	46	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.04	0.85	0.88
129	46	A	Frutas	Frutos Secos	3.99	1.55	6.18
130	47	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	0.99	0.85	0.84
131	48	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.99	0.85	1.69
132	48	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.04	1.85	3.77
133	49	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Renovadora	3.29	1.75	5.76
134	49	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.99	1.47	2.93
135	50	A	Abarrotes	Juguetes	4.29	1.79	7.68
136	51	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	0.99	0.85	0.84
137	51	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.04	1.71	5.20
138	52	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	0.99	0.85	0.84
139	52	A	Jugos y refrescos	Jugos	3.19	1.65	5.26
140	52	B	Otros	Imprenta	1.99	1.46	2.91
141	53	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	0.89	0.85	0.76
142	53	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Cerrajerías	2.5	1.7	4.25
143	54	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.19	0.85	1.01
144	54	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Pasamanería	4.74	1.56	7.39
145	54	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Peluqueria	2.51	1.46	3.66
146	55	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.19	0.85	1.01
147	55	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Pasamanería	4.74	1.56	7.39
148	56	A	Otros	Imprenta	2.14	1.53	3.27
149	56	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.19	0.85	1.01
150	56	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Plásticos	1.99	1.42	2.83
151	57	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Telas	2.54	1.5	3.81
152	57	A	Verduras	Verduras	1.99	1.48	2.95
153	58	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	3.39	1.48	5.02
154	58	A	Verduras	Verduras	2.29	1.51	3.46
155	59	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Renovadora	4.45	1.48	6.59
156	59	A	Verduras	Verduras	1.84	1.54	2.83
157	60	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Renovadora	3.04	1.67	5.08
158	60	A	Verduras	Verduras	1.89	1.56	2.95
159	61	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Zapatería	2.39	1.67	3.99
160	61	A	Abarrotes	Abarrotes	1.17	1.63	1.91

	N° PUESTO	LETR A	SECCIÓN JUSTIFICADO	GIRO	ANCHO	LARGO	AREA
161	62	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	2.49	1.67	4.16
162	62	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Plasticos	1.87	1.64	3.07
163	63	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.59	1.67	2.66
164	63	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Plasticos	1.87	1.67	3.12
165	64	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Pasamaneria	2.49	1.68	4.18
166	64	A	Verduras	Verduras	1.66	1.67	2.77
167	66	A	Abarrotes	Regalos	3.44	1.75	6.02
168	67	A	Otros	Imprenta	2.49	1.75	4.36
169	67	A	Frutas	Frutas	1.76	1.72	3.03
170	68	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.99	1.45	2.89
171	68	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.99	1.45	2.89
172	69	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.06	1.41	4.31
173	69	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	2.04	1.55	3.16
174	70	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	4.79	1.32	6.32
175	70	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	2.11	1.54	3.25
176	71	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	4.18	1.69	7.06
177	72	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	4.18	1.91	7.98
178	73	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	5.15	1.94	9.99
179	74	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Relojeria	2.43	1.95	4.74
180	75	B	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.49	1.58	3.93
181	76		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	0.49	1.95	0.96
182	76	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.49	1.58	3.93
183	76	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.15	1.5	3.23
184	77	A	Abarrotes	Abarrotes	5.29	1.45	7.67
185	77	A	Verduras	Verduras	1.24	0.7	0.87
186	78	A	Carnes rojas y blancas	Pollos	4.99	1.45	7.24
187	78	A	Verduras	Verduras	1.24	0.7	0.87
188	79	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	4.89	2.51	12.27
189	79	A	Verduras	Verduras	1.59	1.65	2.62
190	80	A	Otros	Imprenta	2.57	2.51	6.45
191	80	A	Verduras	Verduras	1.59	1.65	2.62
192	81	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.22	2.47	5.48
193	82	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.1	2.44	5.12
194	82	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Peluqueria	1.04	1.64	1.71
195	83	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.28	2.41	5.49
196	83	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.77	1.5	4.16
197	84	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Plasticos	3.5	2.38	8.33
198	84	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.77	1.5	4.16
199	85	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.59	1.86	2.96
200	85	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	7.41	2.29	16.97
201	86	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.59	1.86	2.96
202	86	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.09	2.23	6.89
203	87	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.59	1.84	4.77
204	89	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.19	1.88	2.24
205	90	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.24	1.88	6.09
206	91	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.28	1.88	6.17
207	92	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	4.05	2.02	8.18
208	93	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	3.55	1.97	6.99
209	94		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	0.69	1.95	1.35
210	96	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.76	1.92	3.38
211	97	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.5	1.92	6.72
212	100	A	Verduras	Verduras	2.71	1.36	3.69
213	101	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2	1.66	3.32
214	102	A	Abarrotes	Condimentos	3.18	1.58	5.02
215	103	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.49	1.53	3.81
216	104	A	Frutas	Frutas	1.35	1.54	2.08
217	106	A	Frutas	Frutas	1.35	1.55	2.09
218	107	A	Frutas	Frutas	1.54	1.56	2.40
219	109	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2	1.61	3.22
220	114	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.75	1.66	2.91

	N° PUESTO	LETR A	SECCIÓN JUSTIFICADO	GIRO	ANCHO	LARGO	AREA
221	115	A	Frutas	Frutas	1.89	1.66	3.14
222	116	A	Frutas	Frutas	1.89	1.71	3.23
223	117	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.49	1.46	2.18
224	118	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.49	1.48	2.21
225	119	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.2	1.48	4.74
226	120	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	2.72	1.51	4.11
227	125	A	Verduras	Verduras	1.69	1.4	2.37
228	128	A	Frutas	Frutas y Verdura	1.5	1.43	2.15
229	129	A	Frutas	Frutas y Verdura	1.51	1.41	2.13
230	130	A	Frutas	Frutas y Verdura	1.57	1.4	2.20
231	131	A	Frutas	Frutas y Verdura	1.57	1.48	2.32
232	132	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.93	1.63	3.15
233	133	A	Otros	SPA	1.84	1.43	2.63
234	134	A	Otros	SPA	2.04	1.43	2.92
235	135	A	Otros	SPA	2.04	1.43	2.92
236	138	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	ROpa	1.56	1.43	2.23
237	141	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.83	1.51	4.27
238	143	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.09	1.51	4.67
239	144	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	4.27	1.51	6.45
240	145	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.97	1.69	6.71
241	146	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	2.83	1.63	4.61
242	147	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.52	1.55	3.91
243	148	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.52	1.51	3.81
244	151	A	Otros	SPA	3.81	1.81	6.90
245	152	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	1.71	1.85	3.16
246	153	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.71	2.02	3.45
247	154	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.19	1.55	3.39
248	155	A	Verduras	Verduras	1.31	1.52	1.99
249	156	A	Verduras	Verduras	1.59	1.51	2.40
250	157	A	Verduras	Verduras	1.6	1.5	2.40
251	158	A	Verduras	Verduras	1.89	1.48	2.80
252	159	A	Verduras	Verduras	1.7	1.47	2.50
253	161	A	Frutas	Frutas	1.74	1.59	2.77
254	163	A	Frutas	Frutas	2.02	1.63	3.29
255	164	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.89	1.67	3.16
256	165	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.35	1.6	2.16
257	166	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.35	1.81	2.44
258	170	A	Frutas	Frutas	2.12	1.39	2.95
259	172	A	Abarrotes	Abarrotes	2.02	1.51	3.05
260	174	A	Abarrotes	Abarrotes	2.02	1.53	3.09
261	175	A	Frutas	Frutas	1.04	1.53	1.59
262	176	A	Verduras	Verduras	1.9	1.59	3.02
263	177	A	Verduras	Verduras	0.99	1.61	1.59
264	178	A	Otros	Productos Naturales	1.93	1.6	3.09
265	179	A	Verduras	Verduras	0.99	1.6	1.58
266	181	A	Verduras	Verduras	0.98	1.58	1.55
267	182	A	Verduras	Verduras	1.55	1.58	2.45
268	183	A	Verduras	Verduras	1.55	1.61	2.50
269	184	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.54	1.61	2.48
270	185	A	Verduras	Verduras	1.31	1.66	2.17
271	186	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.81	2.02	7.70
272	189	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.99	2.25	8.98
273	190	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.69	3.95	6.68
274	191	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	1.69	3.95	6.68
275	192	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.69	2.37	8.75
276	193	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.94	2.47	9.73
277	194	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	4.68	2.47	11.56
278	197	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.1	1.19	3.69
279	198	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.77	2.5	4.43
280	199	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.77	2.5	4.43

	N° PUESTO	LETR A	SECCIÓN JUSTIFICADO	GIRO	ANCHO	LARGO	AREA
281	200	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.79	2.5	9.48
282	201	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.12	1.35	4.21
283	202	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.8	1.1	1.98
284	203	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.69	1.26	2.13
285	204	A	Abarrotes	Abarrotes	3.96	2.25	8.91
286	207	A	Abarrotes	Abarrotes	3.99	2.32	9.26
287	208	A	Abarrotes	Abarrotes	4.12	2.33	9.60
288	209	A	Abarrotes	Abarrotes	3.99	2.35	9.38
289	211	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.05	2.52	5.17
290	212	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.7	2.6	9.62
291	213	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	4.09	2.5	10.23
292	214	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.69	2.53	9.34
293	215	A	Abarrotes	Abarrotes	4.23	2.55	10.79
294	216	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.89	2.58	10.04
295	218	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.59	1.26	2.00
296	219	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.39	2	2.78
297	225	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.65	2.5	9.13
298	226	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.65	2.49	9.09
299	227	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Mochilas	3.87	2.29	8.86
300	228	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Mochilas	3.9	2.29	8.93
301	229	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Joyas	2.33	1.32	3.08
302	229	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Mochilas	2.19	2.29	5.02
303	230	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Mochilas	1.89	2.25	4.25
304	230	B	Otros	Imprenta	1.99	2.25	4.48
305	231	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Accesorios	1.99	2.3	4.58
306	232	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Mochilas	3.89	2.25	8.75
307	233	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Mochilas	4.09	2.25	9.20
308	235	A	Abarrotes	Librerías	1.79	0.95	1.70
309	237	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.64	2.14	7.79
310	238	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.69	2.1	7.75
311	239	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	1.27	1.95	2.48
312	240	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.04	0.99	2.02
313	241	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.99	2.15	8.58
314	242	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.74	2.15	8.04
315	244	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.89	2.19	8.52
316	245	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.99	2.2	8.78
317	247	A	Otros	Imprenta	5.09	1.94	9.87
318	248	A	Otros	Imprenta	2.79	1.93	5.38
319	250	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.01	1.9	3.82
320	251	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.01	1.88	3.78
321	252	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.87	1.88	7.28
322	253	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.96	1.86	3.65
323	256	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Accesorios	1.27	1.38	1.75
324	257	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.49	1.03	1.53
325	259	A	Abarrotes	Abarrotes	3.77	2.63	9.92
326	260	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	3.64	2.59	9.43
327	261	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Calzados	1.65	1.98	3.27
328	263	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Plásticos	2.89	2.25	6.50
329	264	A	Abarrotes	Abarrotes	4.09	2.25	9.20
330	265	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	3.99	2.25	8.98
331	266	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.89	2.25	8.75
332	267	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.99	1.85	5.53
333	268	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.99	1.85	5.53
334	269	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.99	1.85	5.53
335	270	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	0.99	1.85	1.83
336	271	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.11	1.57	1.74
337	272	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.12	1.65	1.85
338	273	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.09	1.65	3.45
339	274	C	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.29	1.65	2.13
340	275	C	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.29	1.65	2.13

	N° PUESTO	LETRA	SECCIÓN JUSTIFICADO	GIRO	ANCHO	LARGO	AREA
341	276	C	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.29	1.65	2.13
342	277	A	Otros	Flores	1.29	1.65	2.13
343	278	A	Otros	Flores	1.29	1.65	2.13
344	279	A	Otros	Flores	1.29	1.65	2.13
345	280	A	Otros	Flores	1.29	1.65	2.13
346	281	A	Otros	Flores	1.29	1.65	2.13
347	282	A	Otros	Flores	1.29	1.65	2.13
348	283	A	Otros	Imprenta	1.95	1.65	3.22
349	284	A	Otros	Imprenta	1.95	1.65	3.22
350	285	A	Otros	Imprenta	1.95	1.65	3.22
351	286	A	Otros	Imprenta	1.95	1.65	3.22
352	287	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	3.79	1.65	6.25
353	288	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.05	1.62	1.70
354	289	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.06	1.6	1.70
355	290	A	Otros	Imprenta	2.09	1.6	3.34
356	291	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	2.03	1.58	3.21
357	292	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.98	1.57	3.11
358	293	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.9	1.55	2.95
359	294	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.9	1.52	2.89
360	295	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.96	1.52	2.98
361	296	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.95	1.48	2.89
362	298	A	Frutas	Frutas	2.17	1.48	3.21
363	299	A	Frutas	Frutas	2.17	1.45	3.15
364	300	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Accesorios	0.99	1.56	1.54
365	301	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	2.99	1.56	4.66
366	304	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	0.99	1.56	1.54
367	305	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	0.99	1.56	1.54
368	306	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.99	2.35	9.38
369	307	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.19	2.35	7.50
370	309	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	3.99	2.35	9.38
371	310	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Comidas	4	2.35	9.40
372	316	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.58	1.22	1.93
373	317	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.39	1.22	1.70
374	318	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.4	1.24	1.74
375	319	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	2.37	1.25	2.96
376	320	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.39	1.25	1.74
377	321	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	2.09	1.28	2.68
378	326	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.27	1.24	1.57
379	327	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	2.54	1.4	3.56
380	328	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.29	1.4	1.81
381	329	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	2.03	1.42	2.88
382	330	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.04	1.46	1.52
383	331	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.09	1.47	1.60
384	332	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.12	1.49	1.67
385	333	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.11	1.53	1.70
386	334	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.03	1.53	1.58
387	335	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.02	1.57	1.60
388	336	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	2.06	1.6	3.30
389	337	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.04	1.6	1.66
390	338	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.04	1.51	1.57
391	339	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.06	1.51	3.11
392	340	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.07	1.48	3.06
393	341	A	Jugos y refrescos	Jugos	1.43	1.95	2.79
394	342	A	Jugos y refrescos	Jugos	1.42	2.28	3.24
395	343	A	Jugos y refrescos	Jugos	1.42	2.28	3.24
396	344	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.28	2.28	2.92
397	345	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.28	2.28	2.92
398	346	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.38	2.21	3.05
399	347	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.39	2.14	2.97
400	348	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.39	2.1	2.92

	N° PUESTO	LETRA	SECCIÓN JUSTIFICADO	GIRO	ANCHO	LARGO	AREA
401	349	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.38	2.05	2.83
402	350	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	2.19	2.1	4.60
403	351	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.42	2.12	3.01
404	353	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.39	2.14	2.97
405	354	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.39	2.18	3.03
406	355	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.99	2.19	4.36
407	356	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Pasamaneria	1.52	2.2	3.34
408	357	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.99	1.75	3.48
409	358	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.99	1.81	3.60
410	359	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.96	1.85	3.63
411	360	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Telas	2.02	1.85	3.74
412	361	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Telas	2.02	1.94	3.92
413	362	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Telas	2.25	1.99	4.48
414	363	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Telas	2.39	1.97	4.71
415	364	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Renovadora	1.84	1.97	3.62
416	365	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Renovadora	1.82	1.97	3.59
417	366	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Renovadora	1.82	1.97	3.59
418	367	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Renovadora	1.79	2.2	3.94
419	368	A	Jugos y refrescos	Jugos	2.29	2.2	5.04
420	369	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.39	1.95	2.71
421	370	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Pasamaneria	1.89	1.95	3.69
422	370	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.14	1.34	2.87
423	371	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.14	1.48	3.17
424	371	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Plasticos	1.89	1.95	3.69
425	372	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Plasticos	1.89	1.95	3.69
426	373	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Plasticos	1.24	1.95	2.42
427	374	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Plasticos	1.24	1.95	2.42
				Valor Mínimo	0.49	0.70	0.76
				Media	2.26	1.72	4.09
				Valor Máximo	7.41	3.95	16.97

Anexo 10. Mercado Central de Chiclayo – Zona: Interior Mercado II

	N° PUESTO	LETRA	SECCIÓN JUSTIFICADO	GIRO	ANCHO	LARGO	AREA
1	11	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Telas	1.14	1.29	1.47
2	12	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.43	1.8	2.57
3	19	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	1.54	0.9	1.39
4	40	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.04	2.62	2.72
5	41	A	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.04	2.58	2.68
				Valor Mínimo	1.04	0.90	1.39
				Media	1.24	1.84	2.17
				Valor Máximo	1.54	2.62	2.72

Anexo 11. Mercado Central de Chiclayo – Zona: Planta Alta

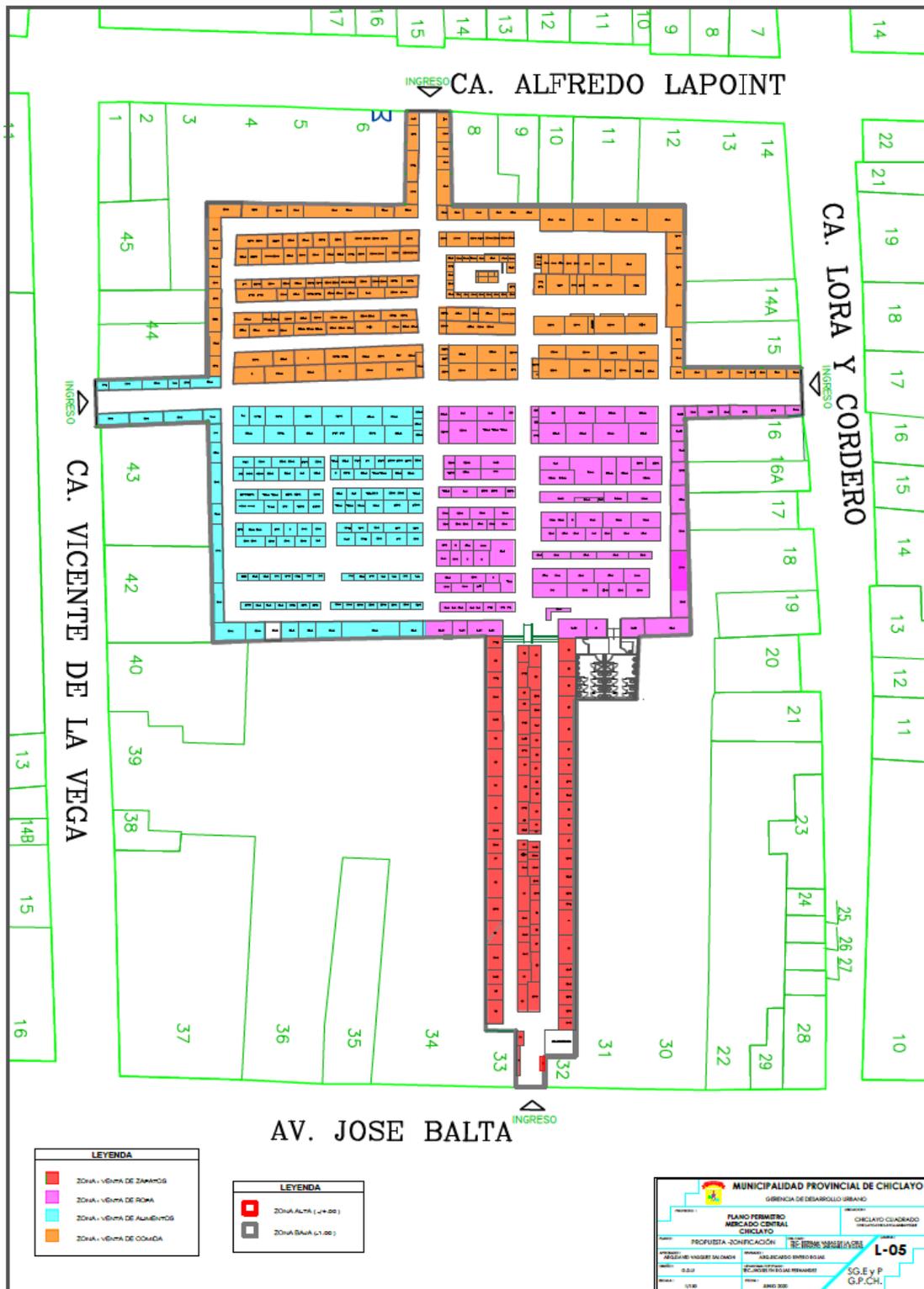
	N°	LETR	SECCIÓN JUSTIFICADO	GIRO	ANCHO	LARGO	AREA
	PUESTO	A					
1	1	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.62	2.3	3.73
2	2	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.82	2.25	4.10
3	2	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.79	2.25	4.03
4	3	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.81	2.25	4.07
5	3	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.89	2.25	4.25
6	4	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	3.83	2.25	8.62
7	5	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	3.51	2.25	7.90
8	6	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.2	2.28	2.74
9	6	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.71	2.29	3.92
10	7	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	2.43	2.3	5.59
11	8	C	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	2.79	2.31	6.44
12	9		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	2	2.32	4.64
13	10		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Joyas	2.08	2.32	4.83
14	11	A	Carnes rojas y blancas	Carnes	2.22	2.32	5.15
15	12	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Joyas	1.78	2.33	4.15
16	12	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Joyas	1.83	2.33	4.26
17	13		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Joyas	2.25	2.34	5.27
18	14		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	2.06	2.34	4.82
19	15		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	3.22	2.4	7.73
20	16		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	3.24	2.4	7.78
21	17		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	2.58	2.36	6.09
22	18		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	2.26	2.36	5.33
23	19		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	2.94	2.37	6.97
24	21		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	2.94	1.15	3.381
25	22		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Lentes	3.2	1.16	3.712
26	23		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	2.03	1.25	2.5375
27	23	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.79	1.22	2.1838
28	24		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	1.91	1.24	2.3684
29	26		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.86	1.3	2.418
30	27		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.86	1.33	2.4738
31	28		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Joyas	1.86	1.28	2.3808
32	29		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.86	1.28	2.3808
33	30	D	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	3.05	2.41	7.3505
34	30		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	2.24	1.32	2.9568
35	31		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.44	1.34	1.9296
36	32		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	0.53	1.063	0.56339
37	33	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.04	1.46	1.5184
38	33	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	3.19	1.36	4.3384
39	34	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Joyas	2.1	1.3	2.73
40	34	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.49	1.21	1.8029
41	35		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.49	1.21	1.8029
42	36		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	1.53	1.17	1.7901
43	37		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	2.14	1.17	2.5038
44	38		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Calzados	4.09	1.26	5.1534
45	39		Abarrotes	Bazar	3.98	1.64	6.5272
46	40		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	3.59	1.35	4.8465
47	41		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Relojería	2.02	1.75	3.535
48	43	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	1.99	1.75	3.4825
49	43	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	1.99	1.75	3.4825
50	44	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	4.09	1.66	6.7894
51	45	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	1.99	1.49	2.9651
52	45	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	1.69	1.48	2.5012
53	46		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	1.09	1.45	1.5805
54	47	B	Otros	Tecnología	0.84	1.43	1.2012
55	48	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	1.54	1.43	2.2022
56	49	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	3.52	1.51	5.3152
57	50	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	2.55	1.6	4.08
58	52	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	1.29	1.5	1.935
59	52	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	1.69	1.5	2.535
60	53		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluque	Ropa	1.54	1.47	2.2638

	N° PUESTO	LETRA	SECCIÓN JUSTIFICADO	GIRO	ANCHO	LARGO	AREA
61	54		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.54	1.47	2.2638
62	56		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.29	1.48	3.3892
63	58		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Joyas	3.06	2.3	7.038
64	60	D	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Calzados	2.2	2.5	5.5
65	62		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Calzados	2.49	2.34	5.8266
66	63		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.66	2.45	8.967
67	64		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.58	2.45	6.321
68	65		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.65	2.43	8.8695
69	66	B	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.95	2.42	4.719
70	66	A	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.93	2.41	4.6513
71	67		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2.07	2.41	4.9887
72	68		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	4.16	2.25	9.36
73	70		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	3.39	2.47	8.3733
74	71		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	2	2.45	4.9
75	72		Abarrotes	Juguetes	3.17	2.45	7.7665
76	74		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	0.69	1.46	1.0074
77	75		Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Lentes	0.63	3.48	2.1924
				Valor Mínimo	0.53	1.06	0.56
				Media	2.25	1.88	4.31
				Valor Máximo	4.16	3.48	9.36

Anexo 12. Mercado Central de Chiclayo – Zona: Interior

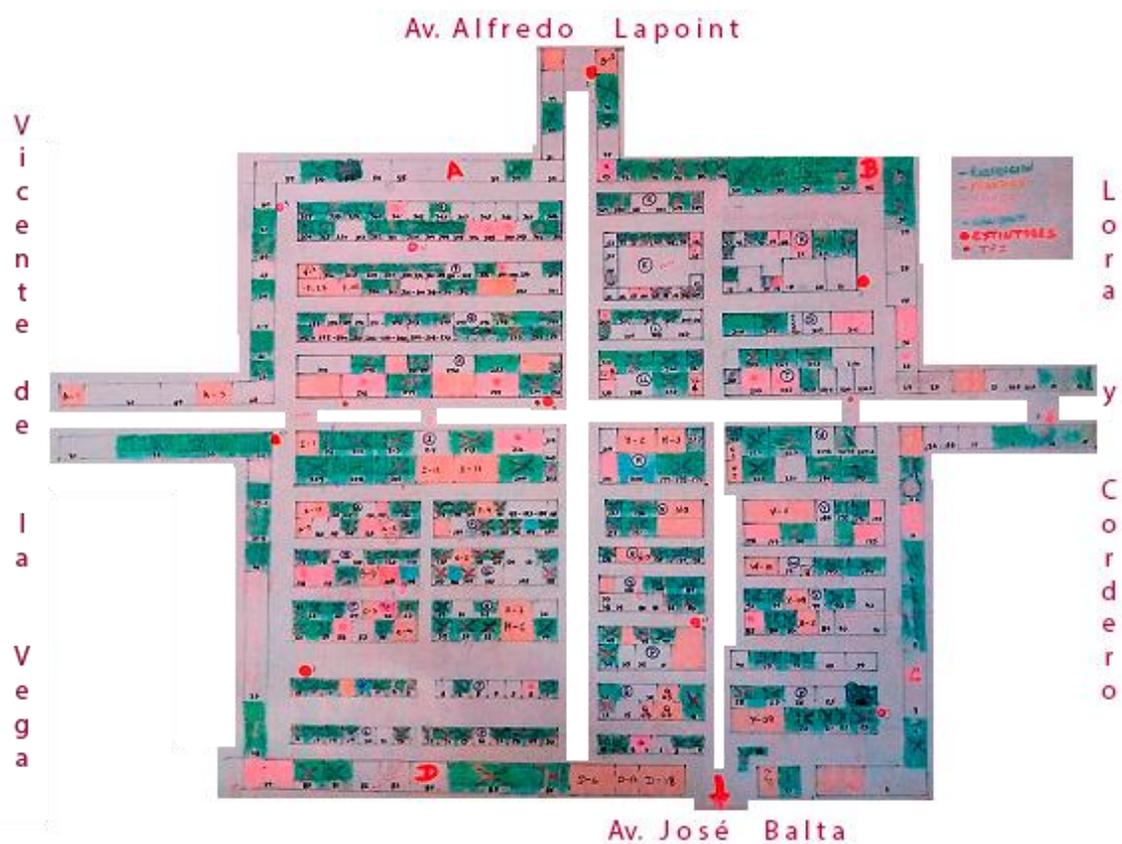
	N° PUESTO	LETRA	CODIGO FICHA	SECCIÓN JUSTIFICADO	GIRO	ANCHO	LARGO	AREA
1	6	B	5334	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.53	1.34	2.05
2	24	A	5474	Jugos y refrescos	Jugos	2.29	2.65	6.07
3	42	A	5481	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.79	2.58	4.62
4	49	A	5486	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	0.99	0.85	0.84
5	50	A	5487	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	0.99	0.85	0.84
6	53	B	11691	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Cortinas	2.14	1.46	3.12
7	66	A	3041	Frutas	Frutas	1.97	1.69	3.33
8	72	A	5713	Otros	Electronicos	2.1	1.53	3.21
9	75	A	11411	Otros	Productos Naturales	2.49	1.49	3.71
10	81	A	6120	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Peluquería	1.91	1.65	3.15
11	99	A	5696	Otros	SPA	3.19	1.36	4.34
12	108	A	5343	Verduras	Verduras	1.99	1.55	3.08
13	122	A	11246	Frutas	Frutas	0.92	1.53	1.41
14	123	A	11247	Frutas	Frutas	0.91	1.53	1.39
15	124	A	11248	Frutas	Frutas	0.91	1.53	1.39
16	222	A	6104	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Calzados	2.05	1.19	2.44
17	223	A	6095	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	1.32	0.71	0.94
18	224	A	6096	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Ropa	4.59	2.29	10.51
19	231	B	11285	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Perfumería	1.99	2.25	4.48
20	302	A	5311	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.99	1.56	3.10
21	303	A	5312	Alimentos Preparados (Comprende: cocinerías, cebicherías)	Ceviches	1.99	1.56	3.10
22	322	A	11618	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Pasamanería	2.17	1.53	3.32
23	352	A	11369	Varios: Plásticos, Bisutería, Perfumería, Talleres, Zapatería, Ropa, Telas, Peluquería	Confeccion	1.79	2.14	3.83
					Valor Mínimo	0.91	0.71	0.84
					Media	1.91	1.60	3.23
					Valor Máximo	4.59	2.65	10.51

Anexo 13. Mercado Central de Chiclayo: Plano de ubicación



Fuente: Administración del Mercado Modelo de Chiclayo

Anexo 14. Mercado Central de Chiclayo: Plano referencial – Planta Baja



Anexo 15. Roles y medidas de control de las entidades vinculadas a un Mercado de Abastos

	SENASA (MINAGRI)	SANIPES (PRODUCE)	DEFENSA CIVIL	DIGESA (MINSA)	MUNICIPALIDAD
Rol	Controlar y garantizar el cumplimiento de la inocuidad a través de los sistemas de vigilancia y control.	Vigilancia sanitaria de los productos hidrobiológicos en coordinación con las Municipalidades.	Verificar que las instalaciones de los mercados brindan seguridad y garanticen la integridad a todas las personas que acuden y trabajan en él.	Mejorar las condiciones higiénico-sanitarias de los establecimientos donde se comercializan alimentos y contribuir a la reducción del riesgo de contaminación y protección de la salud de la población.	Vigilancia sanitaria de los establecimientos de comercialización.
Autorización y/o certificación requeridas⁹	Certificación de puestos de venta saludables de alimentos agropecuarios primarios y piensos.		Certificado de inspección técnica de seguridad de edificaciones	Constancia sanitaria de los puestos de venta y los mercados de abastos	Licencia de funcionamiento
Medidas de control	Vigilancia sanitaria en el transporte y comercio de alimentos mediante inspecciones sanitarias a mercados. -Programa de vigilancia sanitaria de vehículos de transporte y comerciantes de alimentos.		Inspección técnica de seguridad de edificaciones	Evaluación higiénico-sanitaria de puestos de	La vigilancia sanitaria de comercialización en los mercados y la verificación de lo dispuesto en el Reglamento Sanitario. Evaluación de compatibilidad de uso.

Nota. Tomado de Ministerio de la Producción (2021)

Anexo 16. Organigrama para mercados de abastos tipo asociación



Nota. Tomado de Ministerio de la Producción (2021)

	ESCUELA DE POSGRADO <i>M. Sc. Francis Villena Rodríguez</i>	Versión: 01
		Fecha de Aprobación: 24-04-2023
UNIDAD DE INVESTIGACION	<u>FORMATO DE ACTA DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL DE TESIS</u>	Pág. 1 de 3

ACTA DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL DE TESIS

Siendo las 11 a.m. del lunes 24 de abril de 2023, se dio inicio a la Sustentación Virtual de Tesis soportado por el sistema Google Meet, preparado y controlado por la Unidad de Tele Educación de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque, con la participación en la Video Conferencia de los miembros del Jurado, nombrados con Resolución N°590-2019-EPG, de fecha 20 de mayo de 2019, conformado por:

Dr. LUIS ESPINOZA POLO	presidente
Dr. MOISES ELIAS MONTENEGRO LOPEZ	secretario
Dr. ELMER AMERICO SILVA ROMERO	vocal
Dr. JOSE FOCION ECHEVERRIA JARA	asesor

Para evaluar el informe de tesis del tesista SEGUNDO ERNESTO BOCANEGRA CAMPOS, candidato a optar el grado académico de *DOCTOR EN ECONOMIA*, con la tesis titulada “*DETERMINANTES DE LA GESTION NO TRIBUTARIA EN EL MERCADO CENTRAL DE CHICLAYO*”.

El Sr. Presidente, después de transmitir el saludo a todos los participantes en la Video Conferencia de la Sustentación Virtual ordenó la lectura de la Resolución N°370-2023-EPG de fecha 18 de abril de 2023, que autoriza la Sustentación Virtual del Informe de tesis correspondiente, luego de lo cual autorizó al candidato a efectuar la Sustentación Virtual, otorgándole 30 minutos de tiempo y autorizando también compartir su pantalla.

Culminada la exposición del candidato, se procedió a la intervención de los miembros del jurado, exponiendo sus opiniones y observaciones correspondientes, posteriormente se realizaron las preguntas al candidato.

Culminadas las preguntas y respuestas, el Sr. Presidente, autorizó el pase de los miembros del Jurado a la sala de video conferencia reservada para el debate sobre la Sustentación Virtual del Informe de tesis realizada por el candidato, evaluando en base a la rúbrica de

Formato : Físico/Digital	Ubicación : UI- EPG - UNPRG	Actualización:
---------------------------------	------------------------------------	-----------------------

 UNPRG UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO	ESCUELA DE POSGRADO <i>M. Sc. Francis Villena Rodríguez</i>	Versión:	01
		Fecha de Aprobación	24-04-2023
UNIDAD DE INVESTIGACION	<u>FORMATO DE ACTA DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL DE TESIS</u>	Pág. 2 de 3	

sustentación y determinando el resultado total de la tesis con 16.5 puntos, equivalente a BUENO, quedando el candidato apto para optar el Grado académico de *DOCTOR EN ECONOMIA*.

Se retornó a la Video Conferencia de Sustentación Virtual, se dio a conocer el resultado, dando lectura del acta y se culminó con los actos finales en la Video Conferencia de Sustentación Virtual.

Siendo las 12.20 p.m. se dio por concluido el acto de Sustentación Virtual.



Dr. LUIS ESPINOZA POLO
PRESIDENTE



Dr. MOISES ELIAS MONTENEGRO LOPEZ
SECRETARIO



Dr. ELMER AMERICO SILVA ROMERO
VOCAL

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, JOSÉ FOSIÓN ECHEVERRÍA JARA, docente asesor del trabajo de investigación, del estudiante **SEGUNDO ERNESTO BOCANEGRA CAMPOS**

Titulado:

Determinantes de la gestión no tributaria en el Mercado Central de Chiclayo

Luego de la revisión exhaustiva del documento constato que la misma tiene un índice de similitud del 16% verificable en el reporte de similitud del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

Lambayeque, 13 de abril 2023



Dr. JOSÉ FOCIÓN CHEVERRÍA JARA
DNI 17843016
Asesor

Se adjunta:

- Resumen del Reporte (Con porcentaje y parámetros de configuración)
- Recibo digital

Determinantes de la gestión no tributaria en el Mercado Central de Chiclayo

INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

13%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

www.bpaprocorp.com

Fuente de Internet

8%

2

www.satch.gob.pe

Fuente de Internet

8%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 20 words

Excluir bibliografía

Activo


Dr. JOSÉ FOCIÓN CHEVERRÍA JARA

DNI 17843016

Asesor

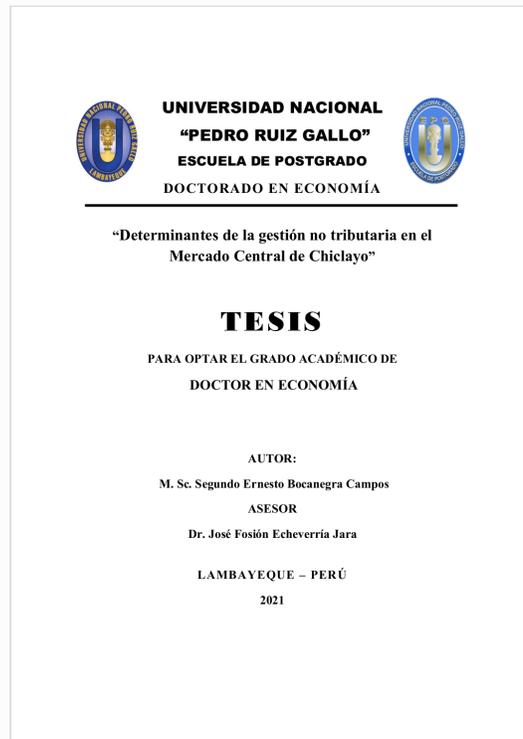


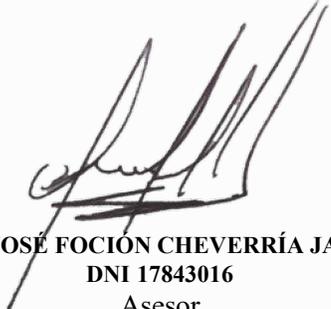
Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Segundo Ernesto Bocanegra Campos
Título del ejercicio: Determinantes de la gestión no tributaria en el Mercado Ce...
Título de la entrega: Determinantes de la gestión no tributaria en el Mercado Ce...
Nombre del archivo: 9_Tesis_SBC.pdf
Tamaño del archivo: 457.75K
Total páginas: 44
Total de palabras: 8,130
Total de caracteres: 44,962
Fecha de entrega: 09-jun-2021 11:22a.m. (UTC-0500)
Identificador de la entre... 1603540365




Dr. JOSÉ FOCIÓN CHEVERRÍA JARA
DNI 17843016
Asesor