



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), julio-agosto 2024,
Volumen 8, Número 4.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4

INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA DE LOS MERCADOS DE ABASTO DEL SUR DEL PERÚ

**INVESTMENT IN INFRASTRUCTURE OF THE
SUPPLY MARKETS OF SOUTHERN PERU**

Eder Alexander Estrada Cruz
Universidad Nacional del Altiplano, Perú

Tomas Tisnado Chura
Universidad Nacional del Altiplano, Perú

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.13555

Inversión en Infraestructura de los Mercados de Abasto del Sur del Perú

Eder Alexander Estrada Cruz¹eestrada@epg.unap.edu.pe<https://orcid.org/0000-0002-3456-247X>Universidad Nacional del Altiplano
Perú**Tomas Tisnado Chura**ttisnado@unap.edu.pe<https://orcid.org/0000-0001-7122-5950>Universidad Nacional del Altiplano
Perú

RESUMEN

Los mercados desempeñan un papel fundamental como centros comerciales en el Perú; no obstante, enfrentan deficiencias significativas en su infraestructura. Por ende, el objetivo de este estudio consistió en evaluar la inversión en infraestructura de los mercados públicos de abasto del sur del Perú. Se llevó a cabo un estudio de tipo explicativo, con un diseño no experimental de corte transversal, utilizando como muestra 174 mercados de abasto en el sur del país. Las técnicas empleadas para la recopilación de datos incluyeron el análisis documental de bases de datos, encuestas y entrevistas. Para el análisis de datos, se aplicó un modelo econométrico de regresión binaria Logit, así como la codificación cualitativa. Los resultados revelaron que, en los últimos años, solo el 38.51% de los mercados ha experimentado una inversión significativa en infraestructura; así mismo con un ajuste de R cuadrado del 86.28%, se identificaron diversos factores que incluyen las condiciones económicas, el riesgo, el monto de inversión, la rentabilidad, la tasa de interés, el tipo de financiamiento, las condiciones internas, la antigüedad, el tamaño de la empresa, el sector económico y el número de socios; y la intervención municipal en infraestructura de los mercados es limitada.

Palabras clave: comercio local, infraestructura en mercados, inversión en mercados, mercados de abastos, municipalidades del Perú

¹ Autor principal

Correspondencia: ederestrada@gmail.com

Investment in Infrastructure of the Supply Markets of Southern Peru

ABSTRACT

Markets play a fundamental role as shopping centers in Peru; However, they face significant deficiencies in their infrastructure. Therefore, the objective of this study was to evaluate the investment in infrastructure of the public supply markets in southern Peru. An explanatory study was carried out, with a non-experimental cross-sectional design, using 174 supply markets in the south of the country as a sample. The techniques used for data collection included documentary analysis of databases, surveys and interviews. For data analysis, an econometric Logit binary regression model was applied, as well as qualitative coding. The results revealed that, in recent years, only 38.51% of markets have experienced significant investment in infrastructure; Likewise, with an R square adjustment of 86.28%, various factors were identified that include economic conditions, risk, investment amount, profitability, interest rate, type of financing, internal conditions, age, the size of the company, the economic sector and the number of partners; and municipal intervention in market infrastructure is limited.

Keywords: food markets, investment in markets, local commerce, market infrastructure, municipalities of Peru

Artículo recibido 10 julio 2024

Aceptado para publicación: 15 agosto 2024



INTRODUCCIÓN

Los mercados de Abasto se conceptualizan como sitios públicos destinados permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios y abastos como: provisión de abastecimientos, y especialmente de víveres (Real Academia de la Lengua, 2021), los cuales suelen tener algún tipo de infraestructura fija; además, según Hernández (2017), en el Perú estos mercados son los principales centros de congestión comercial en cada ciudad (Municipalidad Metropolitana de Lima, 2013), donde las personas, sobre todo emergentes y trabajadores de clase media, realizan a diario la adquisición de los productos de primera necesidad (Linza y Mendoza, 2019) como alimentos, vestimenta y otros; al respecto el INEI (2016) informó que el 76.3% del gasto de los hogares se realiza en los mercados de abastos (mayoristas y minoristas), ambulantes y bodegas; y solo el 23.7% en tiendas especializadas, supermercados y otros; y recientemente en una encuesta realizada en el año 2023 por IPSOS Perú, se tiene que los canales tradicionales como mercados y bodegas son accedidos por el 94% de personas para compra de alimentos y bebidas, y 74% para compra de productos de aseo y limpieza personal (Gestión y IPSOS Perú, 2023).

Sin embargo, a pesar que los mercados de abasto son los ejes comerciales predominantes en el Perú, su infraestructura presenta serias falencias. Al respecto, Bonilla (2018) sostiene que la infraestructura de los mercados no solo son un tangible comercial, si no, que además durante muchos años han sido núcleos integradores y de desarrollo del espacio público y privado adyacente; no obstante, la realidad actual muestra, que en los últimos años, el desarrollo de los mercados se ha paralizado (Linza y Mendoza, 2019). La mayoría de la infraestructura de los mercados de abasto ahora son espacios defectuosos dentro de un conglomerado urbano (Argenti y Marocchino, 2007; Castro y Bendezu, 2019), los mercado se presentan con construcciones antiguas, con poco mantenimiento, un desorden en su distribución interna y carencia de espacios internos básicos (Choque y Hinojosa, 2019), problema el cual conlleva a la disminución de la competitividad empresarial de este sector (Arboleda, 2017).

La importancia de invertir en infraestructura, además del problema con la descohesión con la urbanidad (Castro y Bendezu, 2019); radica en el peligro de la expansión de la competencia comercial que tienen los mercados (López, 2016); en referencia a ello, el estudio de Chullo (2017) afirma que la aparición de Plaza Veá causó una disminución de ventas en 30% y deserción de la clientela del mercado de abastos

de Arequipa, y esto es consecuencia de la calidad y modernidad de instalaciones que ofrece este súper mercado (Olavarría & Peña, 2020); en efecto un estudio desarrollado por Saredi (2006), realizado en Buenos Aires, determina que: “el punto de venta es la herramienta más influyente en la decisión de compra del consumidor, considerando la iluminación del local, limpieza, Lay Out, punteras de Góndolas, pilas de productos y promociones propias del punto de venta”. Justamente el problema se enfoque en que mientras más se expanden los supermercados y muestran mejor calidad en sus puntos de venta, se va reduciendo el segmento para los mercados de abasto; al respecto, es importante precisar que actualmente en el Perú los mercados de abasto han reducido su participación en un 67% (Dichter y Neira, 2016).

Estudios en cuanto a la realidad de los mercados de abasto en el Perú son escasos, algunos centrados en análisis individuales de un solo mercado, y otros estudios indirectos centrados en el tema de manera secundaria. En este contexto casi todos los autores coinciden en que los mercados de abastos sufren de innovación y al contrario están sumidos en un desorden interno. En esta línea Argenti y Marocchino (2007) señala que de los 306 Mercados de Lima, 234 se han originado espontáneamente en espacios informales y carentes de servicios básicos; Vargas (2019) respecto al Mercado Central de San Pedro identifica que la precaria infraestructura no permite realizar operaciones de higiene, no existen pisos, paredes y techos en buen estado, y los accesos son casi siempre obstaculizados; al igual que Chura y Figueroa (2019) que en el Mercado Central de Abasto de la Ciudad de Ilave observa que existe una infraestructura muy antigua, carece de sistemas de emergencia y presenta espacios que contribuyen a la insalubridad; y finalmente Choque y Hinojosa (2019), nos demuestra que en el Mercado Bellavista de Puno, la infraestructura presenta una situación que es pésima. Todos estos rasgos negativos, no solo se ubican en Perú, también son compartido por mercados de otros países vecinos, por ejemplo Ulpo (2018), halló que en el mercado Mercado Central de la Parroquia Santa Rosa del Cantón Ambato, el 86% de puestos de venta, están inadecuadamente ordenados.

De esta manera, ante la escasez de estudios y modelos teóricos sobre el desarrollo de los mercados de abasto en el Perú (Olaechea, 2017), que limitan la información sobre los factores que influyen en la infraestructura de mercados, se presenta la necesidad de este estudio económico (Mendoza, 2014), cuya hipótesis general sostiene que: “Durante los últimos años ha existido una limitada inversión en la

infraestructura de los mercados del Sur del Perú, esto a causa de distintos factores organizacionales, económicos y financieros que han influido en la indecisión de inversión de los comerciantes, y al mismo tiempo, debido a la escasa intervención y apoyo de los Municipios locales”; Así los objetivos planteados fueron:

- Determinar el alcance en la inversión en infraestructura de los mercados de abasto del sur del Perú.
- Identificar los factores que explican la decisión de inversión en infraestructura en los mercados de abasto del sur del Perú.
- Evaluar el nivel de intervención y apoyo de los municipios locales, en la inversión en infraestructura de los mercados de abasto del sur del Perú.

Los resultados de la investigación permiten tener información clara sobre los factores que influyen en la infraestructura de mercados (Sandrea, Boscán, Romero, et al., 2006), información que será útil para los administradores de los mercados y además a las entidades públicas como los municipios que regulan y promueven el desarrollo de los mercados en el país (Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, 2003); para de esta forma apoyar en la toma de decisiones hacia la mejora del desarrollo infraestructural de los mercados en un contexto de reactivación y de crisis económica mundial.

MÉTODOS

Ámbito o lugar de estudio

El estudio se desarrolló en los mercados de abasto ubicados en la Macro Región Sur del Perú, sector geográfico que tiene una ubicación georreferencial comprendida entre los puntos: 11.5° S 77° O, 11.5° S 66° O, 17° S 66° O y 17° S 77° O del meridiano de Greenwich. Al respecto, este sector del Perú comprende las regiones de Arequipa, Cusco, Madre de Dios, Moquegua, Puno y Tacna; así mismo de acuerdo al INEI (2017) estas regiones albergan un total de 315 mercados de abastos.

Descripción de métodos

En el objetivo 1, referido a la evaluación del alcance en la inversión en infraestructura de los mercados de abasto, el tiempo de ejecución fue de 8 meses, durante el año 2021. Para la recolección de información como instrumentos se utilizó la revisión documental de la base de datos del CENAMA (Censo Nacional de Mercados de Abasto y una encuesta aplicada a los directivos de 174 mercados.

El procesamiento de datos y análisis estadístico fue descriptivo, y se desarrolló en Visual Studio Code con el lenguaje de programación libre Python.

En el objetivo 2, donde se buscó identificar los factores que explican la decisión de inversión en infraestructura en los mercados de abasto, el tiempo de ejecución fue de 8 meses el mismo utilizado en el objetivo anterior. Para la recolección de información se utilizó el instrumento denominado “Cuestionario sobre decisión de inversión” desarrollado en este mismo estudio, para lo cual en su construcción se tomó como base teórica el enfoque de Durán (2017) y el formato de encuesta del CENAMA, de manera que el cuestionario se presentó con 29 ítems de respuesta múltiple, y obtuvo una confiabilidad de 0.924 de Alfa de Cronbach y en la validez, por análisis factorial exploratorio, obtuvo un Índice de Bondad de Ajuste (KMO) de 0.927, un Porcentaje de Varianza Explicada (AVE) de 0.597; y las Comunalidades en promedio (C) fueron de 0.598; valores cumplen con los parámetros recomendados por Lloret *et al.* (2014) y Cutipa-Limache *et al.* (2022). El instrumento se aplicó a una muestra de 174 directivos de mercados de abasto. Y con respecto al análisis estadístico, ello se realizó en base al análisis de regresión logística Logit con significancia ($p < 0.05$), para lo cual se desplegó las operaciones en el lenguaje de programación Python, haciendo invocación a las librerías Statsmodels y Pandas, para evaluar el siguiente modelo de regresión logística:

Decisión_Inversión

$$\begin{aligned} &= \beta_1 + \beta_2 * Condiciones_{económicas} + \beta_3 * Riesgo + \beta_4 * Monto_{inversión} + \beta_5 \\ &* Rentabilidad + \beta_6 * Tasa_{interés} + \beta_7 * Tipo_{financiamiento} + \beta_8 \\ &* Condiciones_{internas} + \beta_9 * Antigüedad + \beta_{10} * Tamaño_{empresa} + \beta_{11} \\ &* Sector_{economico} + \beta_{12} * Número_{socios} + u \end{aligned}$$

Finalmente, en el objetivo 3 donde se analizó el nivel de intervención y apoyo de los municipios locales en la inversión en infraestructura de los mercados de abasto, se realizaron entrevistas en un tiempo de 2 meses a 20 dirigentes de los mercados, con lo cual se logró el punto de saturación de información, y fue posible determinar la inversión realizada por los municipios, el tipo de inversión, las razones de bajas inversiones y los procedimientos burocráticos para realizar inversiones. Para este caso los datos se analizaron desde un enfoque cualitativo basado en el proceso de codificación cualitativa propuesta por Glaser & Strauss (1967), utilizando como apoyo el Software Atlas.ti en su versión gratuita.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Alcance en la inversión en infraestructura de los mercados de abasto

Los resultados referentes a la identificación el nivel de inversión en infraestructura que ha existido en los mercados; muestran que solo en el 38.5% de mercados ha existido algún tipo de inversión; mientras que en la mayoría del 61.5% en los últimos 5 años no ha existido inversión, ni mejora alguna de la infraestructura (Tabla 1).

Tabla 1 Inversión en infraestructura de mercados significativa realizada durante los últimos 5 años

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	107	61,5	61,5	61,5
	Si	67	38,5	38,5	100,0
	Total	174	100,0	100,0	

Los resultados anteriores muestran que ha existida limitada inversión en la infraestructura de mercados, por lo cual existe una brecha muy importante de falta de intervención en la mejora de la infraestructura de los mercados. Estos resultados guardan relación con los resultados reportados en el Censo Nacional del Mercados (INEI, 2017) y presentados por Olaechea (2017), cuyos datos indicaban que al 2016 en los mercados del Sur del Perú, la inversión en infraestructura se dio en bajos porcentajes, en 16.3% de mercados se renovaron las paredes, en 21.5% de mercados los pisos, y en 20.9% de mercados los techos. El mismo censo reportó que el 73.56% de mercados solo cuentan con construcción de 1 piso, y existe 26.81% de área de terreno no construido en los mercados; es decir a pesar de la ubicación céntrica y con alto valor arancelario de los terrenos de los mercados de abasto, dicho espacio no está siendo aprovechado adecuadamente. Los resultados de la investigación también concuerdan con lo descrito con algunos investigadores que han estudiado la situación de infraestructura de los mercados; en esa línea Vargas (2019) encontró que en el Mercado Central de San Pedro – Cusco no existen pisos, paredes y techos en buen estado y los accesos son casi siempre obstaculizados por ser pequeños callejones; a su vez Machado (2016) concluye que en el mercado de Santa Bárbara de la ciudad de Juliaca, el problema actual en la infraestructura del mercado esta referido a la iluminación, flujo y zonificación; por otro lado Chura y Figueroa (2019), en el Mercado Central de Abasto de la Ciudad de Ilave encuentra infraestructura antigua, donde por años no se ha realizado ninguna inversión para su remodelación; Arce y Hallasi (2019) al respecto al mercado central de abasto para la provincia de Ilo – Moquegua, la condición infraestructural es tan paupérrima que Defensa Civil ha emitido serias observaciones sobre

el mercado que no brinda las garantías ni para sus propios vendedores, en tal sentido sintetizando todos los hallazgos tenemos que existe una situación muy negativa en la infraestructura de los mercados, que pese a ser los lugares de alta concurrencia, estos no tienen una adecuada inversión para acciones de mantenimiento, remodelación o construcción de su infraestructura.

Factores que explican la decisión de inversión en infraestructura en los mercados de abasto

El análisis de los factores que explican la decisión de inversión en infraestructura en los mercados de abasto se desarrolló en base a un modelo econométrico de tipo regresión logística logit. Los resultados de dicho modelo, procesado con la librería Statsmodels de Python, indican un valor de Pseudo R-squ de 0.8628; con un nivel de significancia $p\text{-value} < 0.05$ (Tabla 2).

Tabla 2 Resultados de la Regresión Logit con las variables independientes – Modelo 1

Logit Regression Results						
Dep. Variable:	Inversion		No. Observations:			174
Model:	Logit		Df Residuals:			162
Method:	MLE		Df Model:			11
Date:	Sat, 04 Nov 2023		Pseudo R-squ.:			0.8628
Time:	19:52:28		Log-Likelihood:			-15.916
converged:	True		LL-Null:			-115.97
Covariance Type:	nonrobust		LLR p-value:			7.077e-37
	coef	std err	z	P> z	[0.025	0.975]
const	-42.6681	12.291	-3.471	0.001	-66.758	-18.578
Condiciones	0.7983	1.174	0.680	0.496	-1.502	3.099
Riesgo	2.2878	1.108	2.065	0.039	0.116	4.459
Monto	1.2486	0.920	1.357	0.175	-0.555	3.052
Rentabilidad	3.1378	1.327	2.365	0.018	0.537	5.738
Tasa	1.6729	0.821	2.038	0.042	0.064	3.281
Tipo	-0.7102	0.943	-0.753	0.451	-2.557	1.137
Condicionesi	4.1580	1.241	3.352	0.001	1.726	6.589
Antigüedad	0.5263	0.814	0.646	0.518	-1.070	2.122
Tamaño	-1.5290	1.057	-1.447	0.148	-3.600	0.542
Sector	0.1895	0.219	0.864	0.388	-0.241	0.620
Numero	-0.5509	0.919	-0.600	0.549	-2.352	1.250

El modelo indica que las variables independientes (factores) alcanzan a explicar el 86.28% de la variabilidad de la decisión de inversión en infraestructura. En términos de una valoración de la escala de R, diríamos que la influencia que ejercen las variables explicativas es positiva alta. Además se tiene que de todas las variables independientes, las que tienen una influencia significativa ($P > |z| < 0.05$) son los factores de riesgo, rentabilidad, tasa y condiciones internas; al respecto se evaluó un segundo modelo con solo los factores significativos, donde el valor Pseudo R-squ fue de 0.8185, por lo que este nuevo modelo presento menor capacidad predictiva.

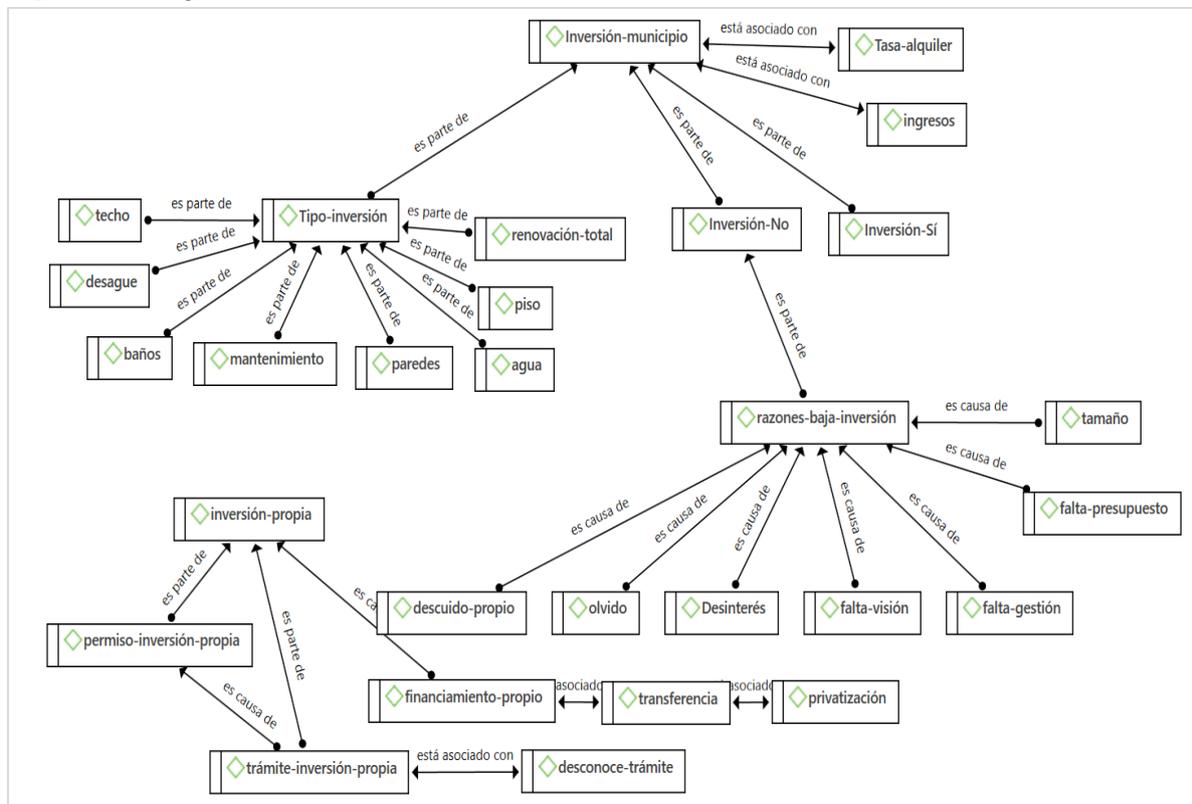
En un análisis comparativo de los resultados expuestos, con estudios relacionados sobre decisiones de inversión en capital de infraestructura, tenemos a Durán (2017) que nos presenta un modelo para explicar la decisión de inversión en bienes de capital en los empresarios de Mérida-Venezuela, que incluye factores como: económico, número de trabajadores, tamaño, inflación percibida, condiciones internas y condiciones externas; así mismo otro estudio es el de Bacigalupo *et al.* (2017), donde los factores que determinan la actitud individual son: tolerancia al riesgo, educación financiera, actitud hacia el dinero, confianza y postura ética; y finalmente otro estudio relevante es el de Sandra *et al.* (2006) que en su artículo determinan los factores económico-financieros determinantes de las decisiones de inversión privada en el sector confección de Venezuela, los cuales son: la inflación, la devaluación monetaria y las condiciones de financiamiento; en síntesis tenemos factores que coinciden los estudios citados, como el riesgo, las condiciones externas y las condiciones internas.

Nivel de intervención y apoyo de los municipios locales, en la inversión en infraestructura de los mercados de abasto

Los resultados correspondientes a este punto, han merecido un tratamiento cualitativo a través del procesamiento de las veinte entrevistas realizadas a directivos de varios mercados del Sur de Perú; de esta forma, se evidencia que los tipos de inversión del municipio en la infraestructura de mayoría de los mercados, han sido trabajos muy específicos y limitados como pisos, techos, baños entre otros, y solo en algunos casos (muy pocos) se ha dado renovación total de la infraestructura. En los casos de baja o nula inversión en infraestructura, se debe entre los motivos del desinterés, falta de gestión, falta de visión y falta de presupuesto de parte de los municipales; y que finalmente los municipios locales como

única solución a su inercia han permitido que los comerciantes hagan inversiones propias, de manera autónoma con su financiamiento, para mejorar la infraestructura de los mercados (figura 1).

Figura 1 Red general de codificación cualitativa



De esta forma los resultados cualitativos nos indican que la intervención y apoyo de los municipios locales del sur del Perú en favor de la mejora en la infraestructura de los mercados, está en un nivel bajo; toda vez que los municipios presentan descuido, desinterés, y falta de capacidad de gestión para la mejora de los mercados, donde ellos mismos son los propietarios y administradores conforme a Ley; por ello los municipios, como una práctica muy informal, permiten que sean los socios de cada mercado que realicen por cuenta propia de sus gastos y trabajo cualquier mantenimiento y mejora en la infraestructura. Este hallazgo está en línea a lo encontrado por Argenti y Marocchino (2007) quienes, en uno de los primeros estudios sobre los mercados de Lima, encuentran que de 306 mercados solo 72 han sido planificados y construidos por las mismas municipalidades, y el resto han sido originados de manera informal a cuenta propia de los comerciantes, quienes precariamente han construido infraestructura muy simple, y también lo mismo identificó Ticona (2021), en un estudio más actual acerca de los mercados de abasto de Lima, donde mencionó que dichos mercados muestran deficiencia

en cuanto a su organización interna, y su infraestructura está en pésimas condiciones, razón por la cual fue muy complicada la labor de los municipios para organizar los mercados en medio de la pandemia Covid-19.

CONCLUSIONES

En los últimos años solo el 38.51% de mercados de abasto han realizado alguna inversión en infraestructura; dicha inversión se limita a paredes, pisos y techos, descuidando la inversión en áreas no construídas que representa el 26.81%. Se ha determinado que la infraestructura existente en mercados la mayoría, del 73.56%, solo es de un nivel, desperdiciando así los aires en terrenos ubicados en zonas con alto valor comercial. Por lo cual se puede afirmar que la inversión en los mercados de abasto ha ido muy limitada.

Los factores que indican en la decisión de inversión en infraestructura de los mercados de abasto, según un modelo de regresión logística logit, están determinadas por el conjunto de factores de las condiciones económicas, el riesgo, el monto de inversión, la rentabilidad, la tasa de interés, el tipo de financiamiento, las condiciones internas, la antigüedad, el tamaño de la empresa, el sector económico y el número de socios, con un nivel de influencia R cuadrado de 86.28%, resultado significativo ($p < 0.05$).

A través del análisis cualitativo, se tiene que el nivel de intervención de los municipios locales del sur del Perú en la mejora de la infraestructura de los mercados de abasto es limitado, que se reduce a operaciones de mantenimiento o renovación en aspectos puntuales de dicha infraestructura; por ello la mayoría de los municipios han implementado procedimientos administrativos formales e informales para que los mismos comerciantes, con su autofinanciamiento, puedan realizar una inversión en la mejora de la infraestructura.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arboleda, J. (2017). Factores claves en el crecimiento de los supermercados en el Perú, periodo 2016 – 2017 [Tesis de Maestría: Univesidad Nacional Agraria la Molina].
<https://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/20.500.12996/2894>
- Arce, M., & Hallasi, L. (2019). Mercado central de abasto para la provincia de Ilo - Moquegua [Tesis de grado: Universidad Nacional San Agustín de Arequipa].
<http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/9601>

- Argenti, O., & Marocchino, C. (2007). Abastecimiento y distribución de alimentos en las ciudades de los países en desarrollo y de los países en transición. <https://www.fao.org/3/y5401s/y5401s.pdf>
- Bonilla, J. (2018). Mercado como integrador del espacio público.
- Castro, D., & Bendezu, S. (2019). Mercado de abastos en el distrito de Magdalena del Mar [Tesis de grado: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/2875>
- Choque, D., & Hinojosa, H. (2019). Rediseño y revitalización del Mercado Bellavista [Universidad Nacional del Altiplano]. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/9969>
- Chullo, O. (2017). Impacto de los supermercados en el mercado de abastos de Arequipa. Caso: Mercado San Camilo, 2017 [Tesis de grado: Universidad Nacional de San Agustín]. <https://pure.unsa.edu.pe/es/projects/impacto-de-los-supermercados-en-el-mercado-de-abastos-de-arequipa-2>
- Chura, D., & Figueroa, M. (2019). Renovación del mercado central de abastos de la ciudad de Ilave [Tesis de grado: Universidad Nacional del Altiplano]. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/10394>
- Cutipa-Limache, A., Escobar-Mamani, F., Carpio, A., & Fernández, R. (2022). Capacidad de innovación y su influencia en el nivel de innovación de micro y pequeñas empresas exportadoras de artesanía textil del Sur de Perú. *Investigación & Desarrollo*, 30(2), 96–126. <https://doi.org/10.14482/indes.30.2.658.406>
- Dichter y Neira. (2016). Los Shoppers y su interacción con el canal.
- Durán, Y. (2017). Modelos explicativo de los factores determinantes de las decisiones de inversión en bienes de capital [Tesis Doctoral: Universidad de los Andes]. [http://pcc.faces.ula.ve/Tesis/Doctorado/Yosmary DÚran/Tesis Doctoral Yosmary Durán.pdf](http://pcc.faces.ula.ve/Tesis/Doctorado/Yosmary%20DUran/Tesis%20Doctoral%20Yosmary%20Dur%C3%A1n.pdf)
- Gestión, & IPSOS Perú. (2023). Ante el aumento de precios, consumidores elevarán gasto en bodegas y mercados. *Diario Gestión*, 5.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Aldine de Gruyter.

- Hernández, A. (2017). Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa. Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 83, 165–186. <https://doi.org/10.28928/revistaiztapalapa/832017/aot2/hernandezcorderoa>
- INEI. (2016). Encuesta Nacional de Hogares 2016. INEI.
- INEI. (2017). Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016 Resultados a Nivel Nacional.
- Linza, M., & Mendoza, L. (2019). Infraestructura pública comercial municipal; caso de estudio mercado número dos de la parroquia San Pablo, ciudad de Portoviejo – 2019. [Tesis de grado: Universidad San Gregorio]. <http://repositorio.sangregorio.edu.ec:8080/handle/123456789/1359>
- Lloret, S., Ferreres, A., Hernández, A., & Tomás, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: una guía práctica, revisada y actualizada. Anales de Psicología, 30(3), 1151–1169. <https://doi.org/10.6018/analesps.30.3.199361>
- López, M. (2016). Factores Críticos de Éxito de las “Tiendas Listo” en la ciudad de Trujillo en el año 2016 [Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/389>
- Machado, J. (2016). Mercado Santa Bárbara de la ciudad de Juliaca [Universidad Nacional del Altiplano]. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/3622>
- Mendoza, W. (2014). Cómo Investigan Los Economistas. En Textos Universitarios, PUCP (Vol. 1era).
- Municipalidad Metropolitana de Lima. (2013). Guía para la Competitividad de Mercados de Abastos.
- Olaechea, P. (2017). Presentación del Censo Nacional de Mercados. <https://www.youtube.com/watch?v=l7-mz0BtR2M>
- Ley N° 27972, de 27 de mayo, Ley Orgánica de Municipalidades, (2003).
- Real Academia de la Lengua. (2021). Diccionario de Lengua Española. <https://www.rae.es/>
- Sandrea, M., Boscán, M., Romero, J., & Acosta, A. (2006). Factores técnico-operativos y políticos determinantes de las decisiones de inversión privada en el sector confección zuliano. Revista Venezolana de Gerencia, 11(35), 402–419. <https://doi.org/10.31876/revista.v11i35.12875>
- Sandrea, M., Boscán, M., & Romero, Y. (2006). Factores económico-financieros determinantes de las decisiones de inversión privada en el sector confección. TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales Universidad Privada Dr. Rafael Bellosillo Chacín, 8, 321–338. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99318557011>

- Saredi, N. (2006). El punto de venta en sí como factor determinante de la decisión de compra del consumidor. Universidad Abierta Interamericana.
- Ticona, J. (2021). Análisis de la gestión municipal en mercados de abastos municipales en tiempos de Covid-19, Cercado de Lima 2020 [Tesis de doctorado: Universidad César Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/72487>
- Ulpo, D. (2018). Estudio de organización espacial y funcional del Mercado Central de la Parroquia Santa Rosa del Cantón Ambato de acuerdo a las actividades comerciales de los habitantes de la zona. [Universidad Técnica de Ambato].
[http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27409/1/Ulpo Darío.pdf](http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27409/1/Ulpo%20Darío.pdf)
- Vargas, E. (2019). Condiciones higiénico sanitarias en la manipulación de alimentos por los expendedores del Mercado Central de San Pedro, cusco - 2019 [Universidad Andina del Cusco].
<https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/3186?show=full>