



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM–Estelí

Efectos de la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí en el primer trimestre del año 2019

Seminario de graduación para optar

al grado de

Licenciado en Mercadotecnia

Autores

Julissa Iczayana Blandón Montoya

Miurell Junieth Blandón Montoya

Laura Marcela Arauz olivas

Tutora

MSc. Yasmina Ramírez Sobalvarro

Estelí, 06 de Mayo de 2019





Dedicatoria

Yo, **Julissa Iczayana Blandón Montoya** dedico este proyecto primeramente a Dios creador del cielo y de la tierra al haberme permitido llegar hasta donde estamos, a mi madre y mi abuela ya que me brindaron su apoyo en todo momento. Además, a nosotras mismas, las principales autoras del mismo y amigas, ya que con esto finalizamos nuestra formación profesional por la cual luchamos y que gracias al esfuerzo que pusimos de nuestra parte, hoy estamos felices con los resultados obtenidos.

Yo, **Miurell Junieth Blandón Montoya** dedico este proyecto de tesis primeramente a Dios que me ha dado la sabiduría y el entendimiento, a mi madre, mi abuela y tías quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación, siendo un pilar y de gran apoyo en todo momento.

Yo, **Laura Marcela Arauz olivas** dedico este proyecto a Dios debido a su bondad y su amor, a mis compañeras de tesis mis grandes amigas gracias a su paciencia; y que sin esperar nada a cambio me compartieron todos estos años sus conocimientos, alegrías y tristezas por el gran equipo que hasta el último día hemos sido. A mi padre que, aunque hoy no está físicamente está en mente y alma y sé que está orgulloso de mi por la mujer de bien en quien me he convertido "los ojos de sus ojos".



Agradecimientos

Es importante para nosotros agradecer a aquellos que nos acompañaron durante este proceso de aprendizaje, especialmente:

- ✓ A Dios por brindarnos la sabiduría y el entendimiento necesario para poder concluir este trabajo monográfico.
- ✓ A la Msc. Yasmina Ramírez por apoyarnos y guiarnos durante el proceso de nuestra investigación y por asesorarnos durante la realización de nuestro trabajo.
- ✓ A todos los maestros que nos dieron su ayuda brindándonos parte de su experiencia para podernos desarrollar como profesionales.
- ✓ A la población de la ciudad de Estelí que nos brindó parte de su tiempo para la aplicación de encuestas, gracias a sus opiniones pudimos culminar con los objetivos propuesto y además porque nuestro trabajo dependía en gran parte de su colaboración.



CARTA AVAL

A través de la presente hago constar que: *Julissa Iczayana Blandón Montoya, Miurell Junieth Blandón Montoya y Laura Marcela Arauz Olivas*, estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia han finalizado su trabajo investigativo en el tema *“Efectos de la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí en el primer trimestre del año 2019.”*

Este trabajo fue apoyado metodológicamente y técnicamente en la fase de planificación, ejecución, procesamiento, análisis e interpretación de datos, así como sus respectivas conclusiones. Después de revisar la coherencia, contenido y la incorporación de las observaciones brindadas por la docente metodóloga y consultas realizadas a especialistas en el tema, considero que el mismo hace una aportación significativa al conocimiento y da aportes relevantes.

También, la amplia literatura científica relacionada con el tema indicado evidencia que ocupa un lugar importante entre los desarrollos recientes en proceso de Licenciatura en la facultad.

Además, se realizó el artículo científico el cual abarca los elementos necesarios para ser presentados.

Por consiguiente, valoro que el mismo cumple con los requisitos establecidos en la normativa y, por lo tanto, está listo para ser entregado ante la institución rectora.

Dado en la ciudad de Estelí a los 15 días del mes de mayo del 2019.

Atentamente.

M.Sc. Yasmína Ramírez Sobalvarro

Tutora de tesis



Índice

I. Introducción.....	1
1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	4
1.3. Pregunta problema.....	5
1.3.1. Sistematización del problema.....	5
1.4. Justificación.....	6
II. Objetivos.....	7
2.1. Objetivo General.....	7
2.2. Objetivos Específicos.....	7
III. Marco teórico.....	8
3.1. Percepción.....	8
3.1.1. Concepto de percepción.....	8
3.1.2. Importancia de la percepción.....	9
3.1.3. Condicionantes de la percepción.....	9
3.1.4. Percepción Social.....	10
3.1.5. Percepción de la imagen urbana.....	10
3.2. Imagen Urbana.....	11
3.2.1. Definición de imagen urbana.....	11
3.2.2. Importancia de la imagen urbana.....	12
3.2.3. Definición de espacio público.....	12
3.3. Vendedor Ambulante.....	13
3.3.1. Definición de vendedor ambulante.....	13
3.3.2. Clasificación de las ventas informales.....	14
3.3.3. Vendedores ambulantes y la aplicación del marketing intuitivo.....	14
3.3.4. Marketing mix de puestos ambulantes.....	15
3.4. Contaminación visual.....	16
3.4.1. Definición de contaminación visual.....	16
3.4.2. Causas y consecuencias de la contaminación visual.....	17
3.4.3. Percepción y afectación de la contaminación visual.....	18
3.4.4. Contaminación ambulante.....	18
3.4.5. Problemática que enfrenta el espacio público en la ciudad de Estelí.....	19
3.4.6. Presencia de los comerciantes ambulantes en la vía pública.....	19



IV. Supuestos	21
4.1. Supuestos	21
4.2. Matriz de categorías	22
V. Diseño metodológico	24
5.1. Tipo de investigación	24
5.2. Tipo de estudio	24
5.3. Universo, muestra y muestreo	25
5.3.1. Universo	25
5.3.2. Muestra	25
5.3.3. Muestreo	27
5.4. Métodos, técnicas de investigación e instrumentos	27
5.4.1. Información secundaria	27
5.4.2. Información primaria	28
5.5. Etapas de la investigación	29
VI. Análisis y discusión de los resultados	30
6.1. Objetivo N° 1	31
6.2. Objetivo N° 2	42
6.3. Objetivo N° 3	55
6.4. Objetivo N° 4	62
VII. Conclusiones	63
VIII. Recomendaciones	65
IX. Bibliografía	66
X. Anexos	70



I. Introducción

En el presente trabajo investigativo se recopiló y analizó información sobre los efectos de la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí en el primer trimestre del año 2019.

La ciudad de Estelí es una de las ciudades que se encuentra actualmente invadida por el comercio informal dado la rigidez y limitaciones de la economía ha establecido una forma de empleo particular ejerciendo su actividad en los espacios públicos

Esta situación provoca una constante disputa por el espacio público, transformándolo, adueñándose de la vía pública, generando situaciones de obstrucción, desorden, suciedad, informalidad, contaminación visual, deteriorando la imagen urbana y, por último, estableciendo una competencia desleal con el comercio formal.

Para llevar a cabo la recopilación de información del marco teórico se utilizaron fuentes primarias como libros, revistas, tesis, artículos científicos y páginas web. Para la recolección de información de campo se utilizaron instrumentos como encuesta dirigidas a los vendedores ambulantes y a las personas que visitan frecuentemente la ciudad, entrevistas dirigidas a los negocios formales, escala likert a la población en general y guía de observación a los puestos ambulantes, todo con el fin de recolectar información necesaria que corroboró a los alcances de los objetivos planteados.

Después de la recolección de información primaria y secundaria, se procesó y analizó, para brindar resultados que serán de mucha utilidad a las autoridades de la ciudad y población en general sobre la importancia de realizar mejora a la imagen de la ciudad.



1.1. Antecedentes

Para la elaboración de la tesis sobre el tema efectos de la contaminación visual en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad, fue necesaria la recopilación de información sobre trabajos investigativos y tesis realizadas previamente sobre el tema en estudio, a continuación, se citan las más relacionadas con el tema:

La contaminación visual es la presencia de un paisaje con elementos gráficos o visuales que no pertenecen a él y que interrumpen su estética, violentan su percepción de conjunto y/o entorpecen la belleza del entorno. En el proceso de elaboración de la presente investigación se encontraron estudios referentes a la contaminación.

El primer estudio es un estudio realizado en Ecuador, El Proyecto de Tesis, “Gualaceo sin contaminación visual” elaborado por Arias & Torresse (13 de Junio del 2011) el cual se basa en los efectos, causas y posibles soluciones que se plantea para erradicar la publicidad exagerada en los locales comerciales, principalmente del Centro Histórico y Áreas Patrimoniales del cantón.

En la investigación se abarcan aspectos importantes con el fin de identificar el problema específico que se posee, ya que se sufre de una publicidad mal enfocada, la cual no cumple con su objetivo de comunicar a los posibles compradores los productos o servicios que el comerciante ofrece. Se concluye que el abuso y la mala colocación de los carteles en las rutas ocultan características del recorrido, como curvas, señales de tránsito y cruces, incrementando así la probabilidad de accidentes. El contenido visual de los mensajes publicitarios en rutas y calles también son un factor destructivo y distractivo. Los anuncios tratan de ser más atractivos utilizando efectos como de color, luz, movimiento, formas y tamaño. Donde el contenido intenta cautivar la atención del automovilista o del transeúnte, despertando emociones profundas.

El segundo estudio encontrado referente a la contaminación visual es “Afectación del paisaje urbano por contaminación visual en el municipio de Chía departamento de Cundinamarca en la ciudad de Bogotá, Colombia” elaborado por Bohórquez, Barreiro, & Martínez (28 de mayo del 2014). En esta investigación se analiza cómo es producida la contaminación visual por el medio de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público, a través de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fotografías, signos o similares, avisos, vallas, carteleras, murales artísticos, tableros electrónicos, globos y antenas de comunicación que son visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas, que afectan el campo visual deteriorando la calidad de vida y ocasionando el menoscabo del estado de bienestar.

También se refiere a que la contaminación visual produce efectos negativos a los habitantes generando deterioro en la calidad de vida humana que se manifiesta en desarraigo, stress, daños psicológicos y paisajísticos. El paisaje constituye uno de los factores de arraigo



de una población en su entorno, en la medida que nos reconocemos más en la ciudad visible. Es para la población un elemento de pertenencia al ser común llamado municipio de Chía.

Ambos estudios proporcionan información similar sobre contaminación visual en general que se da, cuando una imagen supera el máximo de información que el cerebro puede asimilar, se produce una especie de estrés visual, el panorama perceptual se vuelve confuso y la lectura ordenada del paisaje se hace imposible.

El estudio a realizarse difiere de los demás debido a que no hay un estudio similar que hable precisamente de ventas ambulantes que afecten la imagen urbana de la ciudad. Esta investigación en relación a las anteriores estudia los diferentes efectos de la contaminación visual de puestos ambulantes situados en los espacios públicos, identificando los diversos contaminantes visuales además de las causas y consecuencias que conllevan el crecimiento de esta actividad informal.

En esta investigación se aborda a la contaminación visual como uno de los efectos producidos por los puestos ambulantes y como inciden significativamente en el deterioro de la imagen urbana además describe la percepción que estos causan en la población en general y en las personas que frecuentan la visita a la ciudad, tomando como caso de estudio la zona céntrica de la ciudad Estelí, debido a que es el sector donde se encuentra mayor presencia de estos puestos.

La contaminación visual es hoy en día en la ciudad de Estelí el principal elemento perturbador del espacio público, accidentes de tránsito, obstaculización, desorden, suciedad, falta de estética y mala higiene.

Apuntando a este fin, la presente indagación, tiene como objetivo analizar los efectos de la contaminación visual de puestos ambulantes en la zona céntrica de la ciudad de Estelí donde se busca reconocer un tema diferente y por ende proponer ideas a través de elementos teóricos y metodológicos que ayuden a reconocer de mejor forma este problema que afecta al casco urbano.



1.2. Planteamiento del problema

La presente investigación trata sobre los efectos de la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí, donde se logra ver el impacto negativo que traen estos puestos ambulantes que hacen uso del espacio público causando una contaminación ambulante que es provocada por los vendedores y una mala percepción de la imagen visual que se produce en los habitantes que residen en la ciudad, así como también en quienes la visitan.

Actualmente muchos nicaragüenses sobreviven a una ocupación informal, esto debido a factores como la falta de empleo, el constante crecimiento de la población y la economía del país, además, la mayor parte de personas acceden a este tipo de trabajo por diversos motivos, entre ellos, las facilidades de entrada y los rápidos ingresos que se reciben en corto tiempo.

El comercio informal representa una actividad económica accesible, donde este factor se ha convertido en la principal razón para desarrollar esta actividad, en la cual la apropiación de la vía pública es vital.

Si bien es cierto estos puestos han venido formando parte importante del comercio en las calles debido a que se mantiene una interacción directa con el cliente, además se tiene un fácil acceso de los diferentes productos que se ofrecen a precios asequibles pero debido a la invasión y posesión que estos han hecho en la vía pública resultan ser un fenómeno que causa obstrucción.

Estos vendedores informales se han convertido en un grave problema para los ciudadanos y los comercios establecidos legalmente, ya que estos puestos ambulantes cubren el paso para las personas que circulan en las calles y algunas veces cubren establecimientos legales, además, que obstaculizan la señalización. La contaminación visual causada por estos puestos situados en la vía pública, es realmente preocupante en este sector trayendo como consecuencia una mala imagen urbana y perjuicios para la salud debido al acumulamiento excesivo de basura y la mala higiene.

Concluyendo que, esta situación provoca una constante disputa por el espacio público, transformándolo, adueñándose de la vía pública, generando situaciones de obstrucción, desorden, suciedad, informalidad, contaminación visual, deteriorando la imagen urbana y, por último, estableciendo una competencia desleal con el comercio formal, es por ello que se requiere de la atención a este problema a través de una reorganización de este comercio informal para poder recuperar la marca ciudad donde la ciudad de Estelí se pueda identificar, reconocer y diferenciar de otras ciudades es decir se perciba un cambio hacia una mejor visión de la ciudad.



1.3. Pregunta problema

¿Cuáles son los efectos de contaminación visual que traen los puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí en el primer trimestre del año 2019?

1.3.1. Sistematización del problema

- ¿Cuáles son los efectos que causan los puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí?
- ¿Qué factores influyen en el aumento del número de vendedores ambulantes en la zona céntrica de la ciudad de Estelí?
- ¿Cuál es la percepción del peatón, personas que visitan frecuentemente la ciudad y propietarios de negocios formales en torno a la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad?
- ¿Qué alternativas se presentan para solucionar el problema del comercio en la vía pública?



1.4. Justificación

Actualmente, la ciudad de Estelí se ve enfrentada a una enorme cantidad de estímulos llenos de información, mensajes comerciales, puestos ambulantes que hacen uso del espacio público, utilizado por las diferentes empresas y vendedores ambulantes que exhiben todo tipo de producto esto se convierte en una problemática de espacio público que afecta al comercio, a los peatones y a la ciudad en general, por lo que la ciudad se ha caracterizado por ser un centro concentrador de servicios y comercio para todo el departamento.

Para lograr los objetivos de esta investigación se acude al empleo de instrumentos de investigación, como la encuesta, escala Likert, entrevista y guía de observación, dirigidas a los diferentes negocios formales, dueños de puestos ambulantes, a la población en general y a personas que visitan la ciudad con frecuencia, con ello se pretende lograr el cumplimiento de los objetivos propuestos, obteniendo información confiable y válida.

Los motivos que nos conllevaron a investigar los efectos de la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí, se centran en el impacto negativo que traen estos puestos ambulantes a la imagen de nuestra ciudad, permitiéndonos crear alternativas de mejora acorde a la problemática y no sólo como mejora, sino como una oportunidad para el desarrollo de la ciudad y para beneficio de los ciudadanos como también de los vendedores de puestos ambulantes.

La realización de esta investigación permite hacer una profundización en la temática desarrollada convirtiéndose en un soporte para el planteamiento de recomendaciones y alternativas que permitan implementar medidas de control y regulación para la mejora de la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad.

Se espera que la investigación contribuya a responder muchas expectativas, y exponga resultados a la población, de las consecuencias de la problemática y al igual los beneficios que se pueden obtener si se trata. Igualmente, esta investigación es un punto de partida para nuevos estudios que se puedan realizar que contribuyan a la mejora de la imagen de la ciudad de Estelí.



II. Objetivos

2.1. Objetivo General

Analizar los efectos de la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí en el primer trimestre del año 2019.

2.2. Objetivos Específicos

1. Describir los efectos que causan los puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad.
2. Determinar los factores que influyen en el aumento de puestos ambulantes en la zona céntrica de la ciudad de Estelí.
3. Identificar la percepción del peatón, propietarios de negocios formales y visitantes de la ciudad entorno a la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad.
4. Elaborar una propuesta de mejora a la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.



III. Marco teórico

El marco teórico, que se desarrolla a continuación, permite conocer los conceptos básicos necesarios para el entendimiento del desarrollo de este estudio.

Primero se partirá con la definición de percepción y se describirá todo lo relacionado a esta, con el fin de conocer la importancia y el impacto que trae consigo a la imagen urbana de la ciudad.

Por último, se hace mención a todo lo relacionado con imagen urbana y contaminación visual, con el fin de conocer la problemática de los puestos ambulantes para la imagen urbana de la ciudad de Estelí.

3.1. Percepción

3.1.1. Concepto de percepción

La percepción ha sido definida por diversos autores. En general, se podría definir la percepción como la interpretación que realiza el cerebro de los diferentes organismos de los estímulos recibidos mediante los sentidos (Gómez & Andreia, 2016).

En otras palabras, la percepción también podría ser definida como el conjunto de procesos mediante el cual una persona organiza, selecciona e interpreta, de manera significativa y lógica, mediante su experiencia previa, la información proveniente de los órganos de los sentidos. Es decir, se trata de un proceso activo del cerebro a través del cual se crea una realidad externa mediante la transformación de la información lumínica captada por el ojo.

Una de las principales disciplinas que se ha encargado del estudio de la percepción ha sido la psicología y, en términos generales, tradicionalmente este campo ha definido a la percepción como el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización (Melgarejo, 1994).

Al tener un conocimiento sobre el concepto de percepción a continuación se detalla su importancia.



3.1.2. Importancia de la percepción

La percepción es capaz de recopilar toda la información que le brindan los cinco sentidos para unificarlos, y entender a un objeto como poseedor de esas diferentes características, y no como objetos diferentes. Así como también es capaz de saber de qué objeto provienen ciertas características. La percepción recupera los objetos, situaciones y procesos a partir de la información aportada por los cinco sentidos (Gorostiaga, 2012).

La percepción interpreta todas las sensaciones, creando un tipo de relación con el mundo exterior. Este hecho condiciona de una manera fundamental a la lectura sobre los estímulos que se recibe y sobre el lenguaje que se incorpora en los objetos. Todo está condicionado a esto y crea así un código de signos y señales que posibilita no sólo la comunicación oral y escrita, sino la manera en que se entienden todos los objetos y al mundo que rodea al ser humano.

Por otra parte, no se percibe sólo por un órgano, sino que recibimos muchos estímulos al mismo tiempo y por distintos órganos, ocurre que la más leve desviación en cualquiera de los órganos puede dar lugar a diferencias profundas en el resultado total de nuestras percepciones. En cierto modo, la percepción es una interpretación de lo desconocido, aunque por ser la única que el hombre puede dar, ésta le sirve para su desenvolvimiento en el entorno con el que se encuentra en íntima comunicación.

3.1.3. Condicionantes de la percepción

El proceso que realiza el cerebro al percibir, puede estar dividido en tres fases: el proceso sensorial, que es la recepción de los estímulos a través de los cinco sentidos; el proceso afectivo, que es la relación que hace el cerebro de acuerdo a las experiencias vividas, al ser, a la vitalidad; y, por último, el proceso simbólico, que es la categorización que se realiza al colocar ese estímulo, para reconocerlo y adjudicarle un significado valorativo.

Estos tres procesos trabajan en conjunto ante un estímulo. Para que un estímulo sea percibido debe de ser conocido por el individuo o ser una alteración dentro de un contexto que conoce. El hecho de que se perciba un signo, significa que se lo conoce, que simboliza algo, por eso logra estimular. Para que se vea algo que no se conoce, es necesario prestar atención, o que el nuevo signo resalte lo suficiente (Gorostiaga, 2012).



3.1.4. Percepción Social

Los sistemas perceptivos no pueden ser explicados únicamente en términos de operaciones fisiológicas, debido a que en cada individuo existe un sinnúmero de señales internas que controlan las actividades fisiológicas, aunque nuestra conciencia sea ajena a ellas, y que median directamente sobre las distintas percepciones que realiza el individuo a lo largo de su vida. Por esto es de gran importancia conocer que la percepción, implica no sólo la relación con objetos y eventos alejados físicamente, sino también sus estados internos y su actividad auto inducida.

La percepción es un proceso activo, selectivo y creativo, que le permite al habitante urbano conocer el ambiente e intervenir en él, a su vez es un mecanismo que analiza el cómo esta percepción interfiere en el comportamiento de las personas en la ciudad.

De igual manera, al hablar de la percepción es importante tener en cuenta el resultado de dicha percepción a través de (Mejía Ricci, 2001):

- Reconocimiento de emociones: intenta conocer los sentimientos, emociones y estado de ánimo de las personas, todo mediante el diagnóstico que de éstas realiza el individuo.
- Formación de impresiones: proceso mediante el cual se infieren características psicológicas a partir de la conducta.
- Atribuciones causales: proceso a través del cual se busca identificar las causas de la conducta de los demás, y así conocer sus disposiciones y tendencias estables.
- Elementos que de forma directa o indirecta permiten al individuo crearse una idea de sus coterráneos.

Se visualiza a la percepción como una herramienta para reconocer y actuar en la ciudad, como un mecanismo de acercamiento del individuo a su entorno.

3.1.5. Percepción de la imagen urbana

Según Gutiérrez (2009) imagen urbana se le puede denominar a los diferentes elementos naturales y contruidos por el hombre que se conjugan para conformar el marco visual de los habitantes de la ciudad. Todo esto con una relación directa con las costumbres y usos de sus habitantes. Esta imagen urbana juega un papel importante en el ciudadano ya que, por medio de ella, se genera un entendimiento mental acerca de la misma.

Este entendimiento mental, organiza a la ciudad y es por la cual el habitante relaciona las diferentes zonas de la ciudad. Estas diferentes zonas de la ciudad el habitante las distingue según el uso que le dé a cada una de ellas, sean lugares por los cuales transita, se recrea o



directamente donde habita. Crea zonas de “conflicto” las cuales el cree inseguras o desconocidas por lo cual no transita por ellas apenas que sea absolutamente necesario.

Es necesario plantear la manera en la cual, el hombre es capaz de reconocer imágenes claras y legibles, a partir de la identidad y estructura de los elementos. Ello permite evaluar las cualidades de la buena forma sobre un sector de la ciudad que posee diferentes características.

Fotografía 1: Imagen de puesto ambulante en la zona céntrica de la ciudad.



Fuente: Municipal (2011).

Luego de haber analizado acerca de todo lo relacionado con la percepción debemos considerar entonces el impacto visual que la ciudad produce en quienes residen en ella o en los que la visitan por lo que es importante abordar lo referente a la imagen urbana.

3.2. Imagen Urbana

3.2.1. Definición de imagen urbana

La ciudad es una creación humana, la cual ha ido evolucionando, cambiando y estructurándose de diferentes maneras de acuerdo a los lugares y entornos en los que se desenvuelven las personas.

La imagen urbana, a través del tiempo se ha ido transformando, teniendo como fin un buen o mal aspecto debido a las costumbres de la población, que sin lugar a dudas da pauta al desarrollo social, territorial y económico en un lugar.

La imagen urbana no se refiere únicamente a la imagen visual sino también a la imagen viva de la ciudad, es decir, esa imagen que se crea de la vida cotidiana de sus



habitantes, cada persona tiene una imagen particular de su ciudad de acuerdo a las actividades que realiza dentro de ella, de esta manera se puede decir que cada persona tiene una imagen distinta de una misma ciudad (Montaudón, 2013).

3.2.2. Importancia de la imagen urbana

La imagen urbana es un aspecto importante en el desarrollo de una ciudad ya que, al ser legible y fácilmente identificable, constituye el ámbito propicio para el desarrollo de la vida de la comunidad, porque despierta el afecto de sus habitantes por su ciudad, en suma, es un estímulo para que sus usuarios interactúen con su entorno y con sus semejantes (Suriaga, 2013).

En otras palabras, la imagen urbana no es más que uno de los elementos a través de los cuales la población logra una identidad con su entorno, es el resultado de la transformación colectiva de su ambiente, representa la proyección cultural de la sociedad en un espacio determinado, y es, por ello mismo, un patrimonio que deber ser conservado, lo que no significa mantenerlo intacto.

La imagen urbana también se refiere a la percepción que el habitante, y de forma especial el visitante, tienen del espacio, y, por lo tanto, depende de la experiencia sensorial que el observador advierte dentro de su entorno. De esta manera, la calidad, cantidad, dimensión y disposición de lo construido y contenido en el espacio determinan nuestra impresión del medio ambiente urbano, influyendo de manera positiva o negativa en nuestra percepción de orden, orientación, armonía, belleza, seguridad o bienestar en la ciudad (Morán, s.f.).

La imagen urbana de la ciudad está relacionada con lo que es el espacio público por lo que es necesario abordar el concepto de este.

3.2.3. Definición de espacio público

Según definición mx (2014), espacio público es aquel espacio de uso para todos los ciudadanos. Desde esta perspectiva, se distingue del espacio privado por el hecho de ser propiedad del estado y ser mantenido con fondos públicos. Puede hacer referencia a calles, rutas, edificios públicos, plazas, etc.

Después de conocer todo lo relacionado a imagen urbana es necesario abordar lo relacionado vendedores ambulantes determinando la influencia y efectos que tienen estos en la imagen de la zona céntrica de la ciudad.



3.3. Vendedor Ambulante

3.3.1. Definición de vendedor ambulante

Se entiende por vendedor ambulante la persona que se dedique por cuenta propia al comercio de bienes o servicios en el espacio público como medio básico de subsistencia (Gonzalez, 2016).

Según Navarro (2017), esta actividad está asociada normalmente a colectivos marginales que no pueden o no quieren vender sus productos por los conductos convencionales. El espacio utilizado para este tipo de venta es muy diverso: estaciones de metro, plazas, calles muy concurridas, etc.

Quien se dedica a la venta ambulante normalmente no paga impuestos ni tasas. En la relación cliente-vendedor es muy común la práctica del regateo, de tal forma que el precio final que paga el consumidores distinto el precio inicial.

Fotografía 2: Imagen de vendedores ambulantes



Fuente: Radiolavozdelnorte.com (2016).



3.3.2. Clasificación de las ventas informales

Según González (2016) las ventas informales se clasifican de acuerdo a la modalidad con que se desarrollan:

a) **Vendedores informales ambulantes:** los que realizan su labor recorriendo las vías y demás espacios de uso público, sin estacionarse temporal o permanentemente en un lugar específico, utilizando un elemento móvil portátil o su propio cuerpo para transportar las mercancías, tales como los vendedores de frutas, verduras, tintos, entre otros.

b) **Vendedores informales semiestacionarios:** los que realizan su labor recorriendo las vías y demás espacios de uso público, estacionándose de manera transitoria en un lugar, con la facilidad de poder desplazarse a otro sitio distinto en un mismo día, utilizando elementos tales como carretas, carretillas, tapetes, telas, cajones rodantes o plásticos para transportar las mercancías

c) **Vendedores informales estacionarios:** son las personas que para ofrecer sus bienes o servicios se establecen de manera permanente en un lugar determinado del espacio público, previamente definido por la respectiva autoridad municipal o distrital, mediante la utilización de kioscos, toldos, vitrinas, casetas o elementos similares.

De acuerdo a la periodicidad con que se ejerce la actividad económica:

a) **Vendedores informales permanentes:** son las personas que ofrecen sus bienes o servicios de manera continua todos los días de la semana.

b) **Vendedores informales temporales:** son las personas que ofrecen sus bienes o servicios no en forma permanente, sino con ocasión de festividades y temporadas especiales, en sitios previamente señalados para el efecto por parte de la alcaldía municipal.

3.3.3. Vendedores ambulantes y la aplicación del marketing intuitivo

Los vendedores ambulantes son emprendedores no formalizados que comercializan productos y servicios teniendo como lugar de operación la vía pública. La manera de administrar su negocio es producto del conocimiento empírico que desarrollan cada día.

Muchos de estos negocios son móviles, la persona surte sus insumos, se encarga en casa de adelantar algunos procesos incluyendo la limpieza de su estructura y, en el caso de las comidas callejeras, de preparar algunos alimentos para que a la hora de su venta solo tenga que ensamblarlos y brindárselos a sus clientes.



Su estrategia radica en comercializar productos de consumo masivo; comida, licores, cigarrillos, comunicaciones, juguetería y entretenimiento hacen parte de la oferta callejera. Algunos de estos negociantes salen en horas de alta circulación de personas y en sitios donde se congrega la gente. Así aprovechan para garantizar e incrementar sus ventas y el ingreso esperado (Saldarriaga, vélez, & betancur, 2015).

Martínez (2011). Alude que el mercadeo es un conjunto de actividades que consisten en:

- a) Identificar una necesidad latente en el mercado de acuerdo con los deseos de la población.
- b) Al identificar esa necesidad se realiza una planeación, y de acuerdo con las posibilidades de la empresa o el individuo se produce un producto o servicio bajo un nombre (marca) para ese público definido.
- c) Luego se localiza el lugar o los medios por los cuales se va a llevar esta nueva marca al mercado y a sus consumidores.
- d) El fin de esta actividad es satisfacer la necesidad encontrada, y a cambio de lo ofertado se espera recibir un valor (beneficio) por parte de la organización.

El mercadeo intuitivo es ese tipo de estrategia que utilizan y aplican las microempresas, los emprendedores y los vendedores ambulantes, protagonistas de la economía informal y popular, como dicen (Ardilla, 2010, pág. 137) “sin tener conocimiento previo, profundo y formal sobre su aplicación y efectos en el entorno macroeconómico”.

3.3.4. Marketing mix de puestos ambulantes

El Marketing mix o mezcla de mercadeo, como también se conoce a las cuatro variables (o 4 p) que contienen el mercadeo, ayuda a la empresa, marca o servicio a describir y analizar cómo dirigir su actividad económica teniendo en cuenta las necesidades de sus consumidores.

A continuación, se definen estas variables de acuerdo con lo mencionado anteriormente en el sector informal (Saldarriaga, Vélez, & Betancur, 2014):

Producto: debido a las habilidades precarias y bajo nivel académico de las personas inmersas en esta economía, los productos son simples, y principalmente del sector alimentos y accesorios. Son productos elaborados en casa o en el mismo punto de venta, son de fácil preparación y además son productos que se caracterizan por la rápida entrega a sus clientes.

Promoción: su comunicación comercial es baja, se distinguen entre sus consumidores por el tipo de producto que distribuyen. No hacen uso del recurso publicitario debido a sus costos, el desconocimiento del impacto que podría generar este tipo de propuestas comunicacionales y tampoco las ven como algo necesario.



Desde un enfoque gráfico son pobres en diseño de imagen corporativa, piezas comunicativas y conceptualización, ya que son negocios en los cuales lo más representativo son las ventas que se puedan generar y es allí donde invierten su fuerza laboral, creando productos de fácil acceso, comercialización y con un público que los acepta y paga por ellos.

Se podría decir que su estrategia funciona como mercadeo directo donde son pocas las barreras que hay entre el cliente, el producto y el productor; su mayor fuerza comunicacional está en el “voz a voz”.

Plaza o distribución: existen 2 tipos de punto de venta para el comercio informal: las estructuras móviles (ambulantes) y las estructuras fijas. Estos comerciantes buscan lugares cercanos a universidades, construcciones, placas deportivas, vías públicas, aceras, complejos empresariales, atractivos turísticos, unidades cerradas para llevar sus negocios e impactar un mayor número de personas (clientes).

Un problema presente en estos negocios es que la mayoría no cuenta con las condiciones necesarias para asegurar que los productos, el almacenamiento y la fabricación cumplan con los estándares de calidad exigidos por la ley. Por otro lado, se encuentra el problema con la apropiación ilegal del espacio público y la evasión de impuestos.

Precio: Buscan generar un valor atractivo para sus clientes, pues saben que al ofertar productos a bajos costos llamarán la atención de su público y lograrán alcanzar las metas en ventas para que el negocio se pueda sostener. Los insumos necesarios para la fabricación del producto influyen en el valor final que este tendrá en el mercado, al igual que sus competidores cercanos.

3.4. Contaminación visual

3.4.1. Definición de contaminación visual

La contaminación visual es un tipo de contaminación que parte de todo aquello que afecte o perturbe la visualización de sitio alguno o rompan la estética de una zona o paisaje, y que puede incluso llegar a afectar a la salud de los individuos o zona donde se produzca el impacto ambiental.

Se ha definido a la **contaminación visual** como "el fenómeno mediante el cual se ocasionan impactos negativos importantes en la percepción visual por la distorsión o cualquier forma de alteración del entorno natural, histórico y urbano de la ciudad, que deteriore la calidad de vida de las personas" (Gómez, 2011).

Figura 3: Fotografía de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.



Fuente: Skyscrapercity.com (2018).

3.4.2. Causas y consecuencias de la contaminación visual

Son considerados contaminantes visuales todos aquellos elementos que causan un efecto de saturación visual dificultando la lectura del paisaje, como ser letreros, tendidos eléctricos, casetas y/o puestos improvisados de vendedores, los basurales, desde los grandes vertederos hasta las pequeñas bolsitas de basura ubicadas al frente de los locales comerciales, entre otros; los cuales impactan sobre el paisaje y, por ende, sobre la visión de los habitantes.

Otras dificultades consideradas graves, son la alteración de la imagen de la ciudad que podría afectar la actividad turística y comercial. También existen los impactos relacionados a efectos estéticos sobre el paisaje natural que son considerados graves, porque que pueden obstruir la visualización de estos sitios (Rodríguez, 2017).

Sus consecuencias son diversas y algunas bastante preocupantes, por lo que conviene conocer bien las principales consecuencias de la contaminación visual, para ser conscientes de ello e intentar evitarla al máximo en nuestro día a día. Según Borrás (2018) algunas de estas consecuencias podrían ser:

- Estética paisajística afectada.
- Disminución de la eficiencia.
- Dolor de cabeza.
- Mal humor.
- Estrés por saturación de elementos y colores.
- Trastornos de atención.
- Accidentes ocasionados por obstrucción visual al conducir.



Estos son solo algunos ejemplos de las consecuencias del impacto visual que produce este tipo de contaminación, pero existen otros que son producidos de una forma más indirecta.

3.4.3. Percepción y afectación de la contaminación visual

La percepción visual necesariamente involucra al que percibe y al medio percibido, contribuye en gran medida a la orientación, y se apoya en el espacio, la distancia, textura, color, forma, contraste, entre otros

Los estímulos percibidos, son seleccionados y procesados consciente o inconscientemente. La información percibida que no es seleccionada y procesada se guarda en el inconsciente, lo que afecta a las personas emocional y físicamente. Estas afectaciones van desde problemas de salud física como mareos, tensión y dolor de cabeza, hasta situaciones actitudinales que influyen directamente en la apropiación y sentido de pertenencia con los lugares estimuladores de estos impactos

Esta situación genera grandes inconvenientes urbanos, puesto que, sumado al deterioro físico causado por la contaminación visual, la crisis ciudadana de desaprobación y desarraigo por los lugares contaminados visualmente, que no brindan comodidad y bienestar físico, generan una desconexión con la ciudad y una falta de responsabilidad con la imagen de la misma.

Un espacio urbano poco legible es difícilmente legitimizable, por cuanto dificulta la identificación del habitante con su hábitat, del ciudadano con su ciudad; es un espacio deteriorado no solo estéticamente sino, socialmente (Sierra & Guevara, 2016).

3.4.4. Contaminación ambulante

Esta es causada por los vendedores informales que inundan en desorden las calles de mayor circulación. Para dueños de locales comerciales con acceso directo a las calles centrales de la ciudad, esto les afecta ya que genera: contaminación que genera mala imagen en la fachada del negocio, trae desorden, camufla delincuencia y se aprovecha gratuitamente de un espacio por el que ellos pagan impuestos para poder trabajar (Uribe, 2011).

3.4.5. Problemática que enfrenta el espacio público en la ciudad de Estelí

Si usted ha recorrido el centro de la ciudad, habrá notado la proliferación de vendedores ambulantes que existe sobre la calle central y algunos sectores de la ciudad.

Ahí, cientos de personas exhiben toda clase de productos que son el sustento de sus familias, tal vez no sea la mejor manera, pero ante las dificultades la sobrevivencia es lo que prima.

Sin embargo, lo que beneficia a unos se convierte en una problemática de espacio público que afecta al comercio, a los peatones y a la ciudad en general.

Y la situación empeora con la llegada de la temporada navideña, ya que vendedores informales de diversas regiones del país acuden a la ciudad para generar ingresos. Entonces, la invasión de andenes y senderos peatonales aumenta.

Figura 4: Foto de la calle central de la ciudad de Estelí.



Fuente: Skyscrapercity.com (2018).

3.4.6. Presencia de los comerciantes ambulantes en la vía pública

Unas 15 cuadras de la calle central están invadidas, en la mayor parte, de comerciantes que mantienen sus carretones, camionetas, canastos y hasta pequeños toldos de las compañías de teléfono ofreciendo sus artículos. Los vehículos de igual forma permanecen mal estacionados (Mora, 2017).

Figura 5: Fotografía de puesto ambulante de la calle central de la ciudad.



Fuente: Mora (2017).

Todas las esquinas y gran parte de las calles centrales de Estelí están ocupadas por comerciantes (Mora, 2017).

Además del comercio formal, Estelí cada vez más está lleno de comerciantes que se establecen con un canasto, una camioneta, un carretón o están bajo toldos a orillas de la carretera o sobre las aceras.

En la calle central hay cualquier tipo de frutas, verduras, accesorios para celulares, vehículos y otro gran número de mercaderías.

Fotografía 6: Fotografía del comercio informal de la ciudad.



Fuente: Mora (2017).



IV. Supuestos

4.1. Supuestos

1. La contaminación visual es uno de los efectos producidos por los puestos ambulantes que incide significativamente en el deterioro de la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.
2. La contaminación visual ubicada en la zona céntrica de la ciudad de Estelí provoca una mala percepción de la imagen urbana.
3. La contaminación visual afecta a la imagen urbana de la ciudad, lo que genera desordenes para la circulación peatonal y vehicular.



4.2. Matriz de categorías

Propósito específico	Categoría	Definición operacional	Sub Categoría	Fuente de información	Técnica de recolección de información	Ejes de análisis
Describir los efectos que causan los puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad.	Imagen urbana	Imagen urbana se le puede denominar a los diferentes elementos naturales y construidos por el hombre que se conjugan para conformar el marco visual de los habitantes de la ciudad. (Wordpress, 2009)	<ul style="list-style-type: none"> • Imagen urbana. • Espacio público. • Contaminación visual. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Propietarios de negocios formales. 2. Población. 3. Vendedores ambulantes. 4. Visitantes de la ciudad. 	Encuesta. Entrevista. Guía de observación. Escala Likert	<ol style="list-style-type: none"> 1. Percepción de la población. 2. Producto de mayor consumo ofertados por puestos ambulantes. 3. Criterio en cuanto a la distribución de puestos ambulantes. 4. Razón de existencia del comercio informal. 5. Deterioro de la estética urbana. 6. Congestión vehicular. 7. Invasión del espacio público 8. Contaminación del espacio público. 9. Riesgos que se presentan en las ventas ambulantes.
Determinar los factores que influyen en el aumento de puestos ambulantes en la zona céntrica de la ciudad de Estelí.	Puestos ambulantes	Modalidad de venta no sedentaria practicada en ubicación móvil, de manera y con medios que permitan al vendedor ofertar su mercancía de forma itinerante, deteniéndose en distintos lugares sucesivamente y	<ul style="list-style-type: none"> • Razón de venta de modo informal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vendedores ambulantes. 2. Visitantes de la ciudad. 	Encuesta.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Edad de los vendedores. 2. Género. 3. Nivel educativo. 4. Tiempo como vendedor. 5. Productos ofertados y diversos servicios. 6. Medios de subsistencia.



		por el tiempo necesario para efectuar la venta. (comerc, 2013)				<ol style="list-style-type: none"> 7. Atención al público. 8. Criterio en cuanto al punto de venta. 9. Criterio ante el aumento de puestos ambulantes. 10. Ingreso. 11. Motivación de realizar la actividad de vendedor ambulante.
Identificar la percepción del peatón, propietarios de negocios formales y visitantes de la ciudad entorno a la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad.	Percepción	La percepción ha sido definida por diversos autores. En general, se podría definir la percepción como la interpretación que realiza el cerebro de los diferentes organismos de los estímulos recibidos mediante los sentidos. (Gómez & Andreia, Hablemos de Neurociencia, 2016)	<ul style="list-style-type: none"> • Estímulos. • Experiencia. • Impresión. • Apreciación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Propietarios de negocios formales. 2. Población. 3. Vendedores ambulantes. 4. Visitantes de la ciudad. 	Encuesta. Entrevista. Escala Likert.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Percepción de la población general. 2. Nivel de deterioro. 3. Afluencia de visitantes. 4. Criterio en cuanto a la ubicación y distribución. 5. Motivo de compra en puestos ambulantes. 6. Situación actual. 7. Influencia de puestos ambulantes en negocios formales.
Elaborar una propuesta de mejora a la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.	Mejora de la Imagen	Pretende mejorar la percepción de espacios públicos con gran impacto visual. (El Casc, s.f.)	<ul style="list-style-type: none"> • Espacio Público • Percepción visual. • Establecer pautas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Propietarios de negocios formales. 2. Visitantes de la ciudad. 	Entrevista Encuesta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Opiniones para establecer una resolución. 2. Beneficios de la propuesta. 3. Posibles soluciones.



V. Diseño metodológico

5.1. Tipo de investigación

La investigación es de tipo aplicada teniendo en cuenta que se fundamentará en un análisis acerca de los efectos de la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

La investigación aplicada se centra en la resolución de problemas en un contexto determinado, es decir, busca la aplicación y utilización de conocimientos, desde una o varias áreas especializadas, con el propósito de implementarlos de forma práctica para satisfacer necesidades concretas, proporcionando una solución a problemas del sector social o productivo. Tiene por objetivo resolver un determinado problema o planteamiento específico, enfocándose en la búsqueda y consolidación del conocimiento para su aplicación y, por ende, para el enriquecimiento del desarrollo cultural y científico (Duoc, 2018).

Además, el enfoque de la investigación será mixto para lograr recolectar, analizar y vincular datos cuantitativos y cualitativos en el mismo estudio y lograr un mayor entendimiento de la problemática de la investigación. La parte cuantitativa implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor. La parte cuantitativa busca cuantificar un fenómeno. Es más estructurada, objetiva y ayuda a reducir el sesgo de investigación. La misma procura lograr una descripción holística, esto es, que intenta analizar exhaustivamente, con sumo detalle, un asunto o actividad en particular en este caso se estudiará la zona céntrica de la ciudad de Estelí las cuales muestran la mayor ocupación del espacio público, además de ser el sitio más transitado por los peatones (Fernández. & Díaz, 2002)

5.2. Tipo de estudio

De acuerdo a la investigación planteada, cuyo objetivo principal está orientado a los efectos de la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí, el diseño de la presente investigación está orientado al estudio descriptivo que se efectúa para describir, en todos sus componentes principales, una realidad, el panorama urbano del sector y de nivel explicativo, para determinar las causas que han degenerado la imagen urbana del sector y los efectos que estas han producido.

Según Valdivia (2008), estudio descriptivo es aquel que estudia situaciones que generalmente ocurren en condiciones naturales, más que aquellos que se basan en situaciones experimentales.



5.3. Universo, muestra y muestreo

5.3.1. Universo

En la presente investigación se considera que la población se encuentra constituida por aquellos peatones que frecuentan la zona céntrica de la ciudad de Estelí, los vendedores ambulantes y los propietarios de negocios formales de ese sector en el año 2019.

Distribución del universo:

Peatones	166,526 habitantes hombres y mujeres mayores de 19 años (Silais, 2019)
Puestos ambulantes (Del parque infantil al parque Central)	77 puestos ambulantes (Fuente propia)
Propietarios de Negocios formales.	237 negocios formales (Fuente propia)
Visitantes (personas aledañas a la ciudad)	Universo desconocido (96 personas)

5.3.2. Muestra

Muestra población municipio de Estelí

Cálculo de Muestras para Poblaciones Finitas

INGRESO DE PARAMETROS	
Tamaño de la Población (N)	166,526
Error Muestral (E)	0.05
Proporción de Éxito (P)	0.5
Proporción de Fracaso (Q)	0.5
Valor para Confianza (Z) (1)	1.65

Tamaño de Muestra	
Fórmula	272
Muestra Optima	271

(1) Si:	Z
Confianza el 99%	2.32
Confianza el 97.5%	1.96
Confianza el 95%	1.65
Confianza el 90%	1.28

Muestra: 271 habitantes, varones y mujeres mayores de 19 años que frecuentan la zona céntrica de la ciudad.



Se tomó una muestra de 271 habitantes. No obstante, de esos 271 habitantes solamente 96 fueron seleccionados a participar de la escala Likert debido a los siguientes criterios:

1. Disposición en llenar el instrumento.
2. Personas mayores a 19 años.
3. Personas que frecuentan la visita a la zona céntrica de la ciudad.

Muestra de Puestos ambulantes (desde el parque infantil al parque central)

Muestra: 77 puestos ambulantes.

La muestra de puestos ambulantes es de 77 estos ubicados en la zona céntrica de la ciudad donde se diseñó para estos encuestas y guía de observación en el caso de la guía de observación se hizo necesarios trabajar con el 15% elaborando 2 guías de observación por cada una de las diferentes categorías de puestos.

Considerando los siguientes criterios:

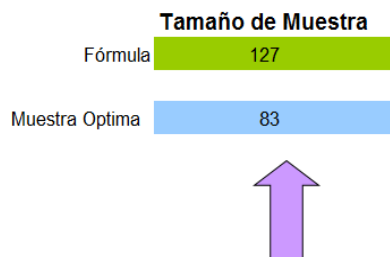
1. El instrumento debe ser realizado únicamente a los puestos que se encuentran en la zona céntrica de la ciudad que están ubicados del parque infantil al parque central.
2. El instrumento se aplicará solamente a los puestos de frutas, verduras, celulares, accesorios, alimentos debido a que son las categorías que tienen más presencia en el mercado.

Propietarios de negocios Formales (desde el parque infantil al parque central)

Cálculo de Muestras para Poblaciones Finitas

INGRESO DE PARAMETROS	
Tamaño de la Población (N)	237
Error Muestral (E)	0.05
Proporción de Éxito (P)	0.5
Proporción de Fracaso (Q)	0.5
Valor para Confianza (Z) (1)	1.65

(1) Si:	Z
Confianza el 99%	2.32
Confianza el 97.5%	1.96
Confianza el 95%	1.65
Confianza el 90%	1.28



Muestra: 83 negocios formales.



Se tomó una muestra de 83 negocio formales. No obstante, de esos 83 negocios solamente 10 fueron seleccionados a participar de la entrevista debido a los siguientes criterios:

1. Años en el mercado.
2. Disponibilidad de tiempo.
3. Disposición a brindar información o criterio.

Visitantes a la ciudad.

Muestra: 96 personas que frecuentan la visita a la ciudad.

La muestra es de 96 personas debido a que es un universo desconocido.

5.3.3. Muestreo

Debido a que la población es numerosa, el método escogido para realizar esta investigación fue el muestreo probabilístico de modo aleatorio simple donde cada miembro tiene la misma probabilidad de ser seleccionado como sujeto obteniendo así la facilidad de armar la muestra para obtener una representatividad de la población. También se considera una forma justa de seleccionar una muestra a partir de una población, ya que cada miembro tiene igualdad de oportunidades de ser seleccionado (Explorable.com, 2018).

5.4. Métodos, técnicas de investigación e instrumentos

5.4.1. Información secundaria

Es todo aquel origen de información (estadísticas, revistas, libros, bases de datos, informes o estudios) que es ajeno al estudio o investigación de mercados concreta que se está realizando. Las fuentes secundarias se contraponen a las fuentes primarias, que son recogidas y elaboradas específicamente por el investigador, con el objetivo último de usarse en ese estudio (kluwer).



5.4.2. Información primaria

Para alcanzar los objetivos específicos, se diseñó la siguiente metodología:

Encuesta: son un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar (pro, 2018), en este caso se diseñó una encuesta para las personas que frecuentan la visita a la ciudad que transitan en la zona céntrica y una segunda encuesta la cual va dirigida a los vendedores de puestos ambulantes de la zona céntrica de la ciudad para conocer la opinión acerca de la problemática de la ciudad.

Entrevista: una entrevista es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar (Concepto.De, s.f.), en este caso se diseñó para conocer la opinión de los propietarios de negocios formales acerca de los efectos de contaminación visual de los puestos ambulantes en la imagen urbana de la ciudad.

Guía de observación: es una lista de puntos importantes que son observados para realizar una evaluación de acuerdo a los temas que se estén analizando (Mundo del infinito), en este caso se analizaran los efectos de los puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad.

Escala Likert: es una herramienta de medición que, a diferencia de preguntas dicotómicas con respuesta sí/no, nos permite medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado con cualquier afirmación que le proponamos (Llaurado, 2014), en este caso se diseñó para la población en general con el objetivo de conocer acerca de la opinión que estos tienen en cuanto a los efectos de los puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica.



5.5. Etapas de la investigación

La ejecución del proceso investigativo constó de cuatro etapas las cuales se detallan a continuación:

Etapa I: Revisión documental: para la realización del trabajo documental, primeramente, se realizó una revisión documental de toda la información existente tanto en libros, internet y luego la coordinación con las instituciones y personas que nos brindaron la información.

Etapa II: Elaboración de instrumentos de investigación y levantamiento de información: en esta etapa se elaboraron los instrumentos, luego se validaron y por consiguiente se aplicaron. Las encuestas fueron aplicadas a los visitantes de la ciudad y a los vendedores de puestos ambulantes. También se diseñó una escala Likert la cual fue aplicada a los patrones que frecuentan la calle central y han visitados los puestos por consiguiente 10 entrevistas realizadas al comercio formal quien nos proporcionó información general sobre la problemática.

Etapa III: Análisis y ordenamiento de la información: se procesaron los datos obtenidos con los instrumentos aplicados a través de tablas y gráficos utilizando los programas SPSS y Microsoft Excel. Dichos datos fueron analizados y constituyen la fuente de información primaria en cuanto a la propuesta de mejora a la imagen de la ciudad.

Etapa IV: Informe final: con la información ordenada y analizada se elaboró un borrador del informe y se entregó al docente, para que este lo revisara y pueda determinar las fallas del trabajo, luego de revisarlo se procedió a corroborar las fallas, posterior a eso se hizo una devolución del informe a las personas que contribuyeron con la investigación durante la recolección de datos, para que a la fecha final de entrega el informe pudiera estar completo y cumplir con los requerimientos establecidos por las docentes.



VI. Análisis y discusión de los resultados

Para facilitar la salida de los objetivos propuestos de la investigación se realizó el análisis de los resultados de acuerdo a la siguiente estructura:

Se realizaron 96 escala likert a los peatones en correspondencia con la muestra determinada, además 96 encuestas a personas que visitan frecuentemente la ciudad. Los datos obtenidos se digitaron y procesaron en una base de datos, que se gestionó con el software de análisis de datos llamado SPSS. Se hizo un análisis descriptivo de tablas y gráficos que se obtuvieron.

De manera similar, se analizaron encuestas realizadas a 77 de los puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad. De las entrevistas realizadas a puestos formales se obtuvo información para profundizar la información y triangular la información.

A continuación, se presentan los resultados y análisis obtenidos de los diferentes instrumentos aplicados dando salida a cada uno de los objetivos propuestos.



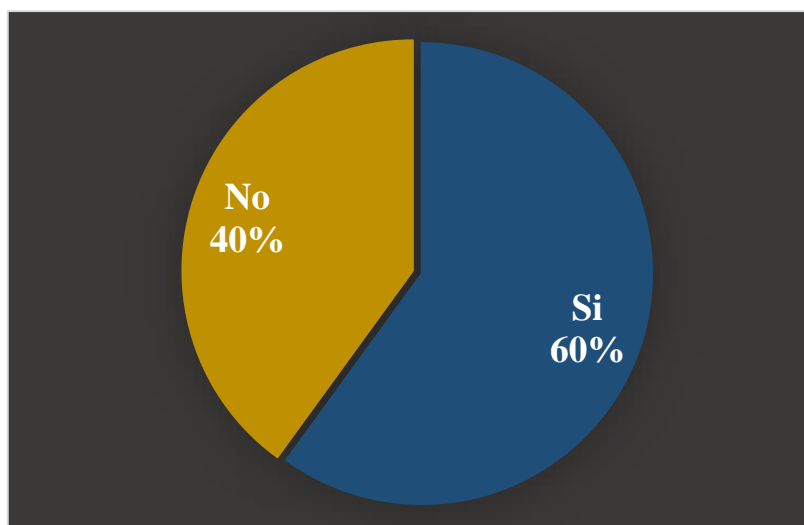
Resultados

- 6.1. **Objetivo N°1:** Describir los efectos que causan los puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad.

Nota: De los siguientes gráficos enumerados del uno al seis que pertenecen a una guía de observación que se realizaron a las diversas categorías de puestos ambulantes (frutas, verduras, celulares y accesorios) se tomaron en cuenta los siguientes criterios para su elaboración:

1. Realizar las observaciones a los puestos ambulantes al iniciar y finalizar su jornada de trabajo de igual manera en horas picos verificando que acciones se cumplieran y cuáles no.
2. Observar las diferentes categorías de puestos cada tres días con el fin corroborar si la problemática está presente en todos los puestos de acuerdo a los ítems o las acciones a evaluar.

Gráfico N°1: Obstrucción en las vías de circulación.



Fuente: Guía de observación dirigida a los puestos ambulantes de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

Vía de circulación es todo camino o vía, público o privado de uso público, abierto al tráfico en general que puede ser utilizado para marchar por él. Es el sistema integrado por carreteras, caminos, calles, sendas, plazas, parques, etc., de dominio común y público, necesario para la circulación de peatones, conductores y vehículos (EcuRed, 2014).



El presente gráfico muestra los datos obtenidos en cuánto a los puestos ambulantes a los que se realizó la observación, donde el 60% de estos puestos situados en la zona céntrica de la ciudad de Estelí si generan obstrucción en las vías de circulación y un 40 % de estos puestos no generan obstrucción en las vías de circulación.

Cada día son más los vendedores ambulantes que se toman las aceras y venden sus productos obstaculizando el pase peatonal.

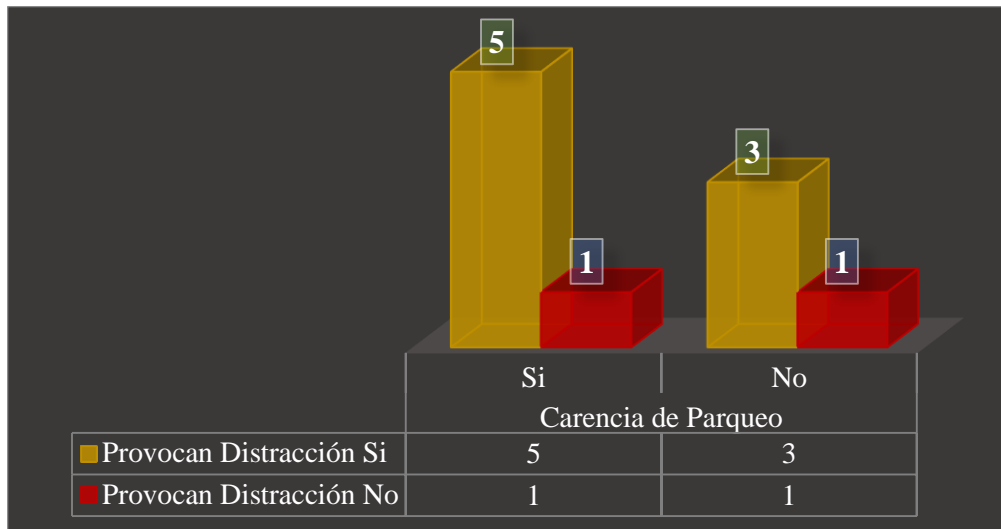
A través de la observación realizada, es notable que la calle central se encuentra saturada, en su mayor parte, de comerciantes que mantienen sus carretones, camionetas, canastos y hasta pequeños toldos de las compañías de teléfonos ofreciendo sus artículos en plena vía pública y andenes.

Cabe destacar, que esta actividad genera un problema, no por el desarrollo propio de la acción, pero si por el lugar donde estos se ubican, que en su mayor parte es el espacio público de la ciudad donde hacen uso de las aceras y de las calles lo que impide la libre circulación para el peatón y los vehículos.

El excesivo número de vendedores ambulantes se ha vuelto un desorden donde los peatones tienden a abandonar las aceras debido a que algunos de ellos se encuentran en ellas, además ante la invasión que hacen a orillas de las calles centrales provoca que exista falta de estacionamiento para los vehículos.



Gráfico N°2: Provocan distracción vs Carencia de parqueo.



Fuente: Guía de observación dirigida a los puestos ambulantes de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

Distracción es el efecto de distraer, de perder la atención, la concentración, en lo que hace (wiktionary, s.f.).

En el presente gráfico se realizó un cruce de variables entre, si los puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad de Estelí provocan distracción y si estos además generan carencia de parqueo, donde los datos obtenidos son los siguientes:

De los 10 puestos ambulantes a los que se realizó la observación, 5 provocan distracción y además generan carencia de parqueo y 1 de los puestos ambulantes genera solamente carencia de parqueo. En cambio 3 de los puestos ambulantes provocan distracción en la vía pública, pero no generan carencia de parqueo. Por último, uno de los puestos ambulantes no provoca distracción ni genera carencia de parqueo.

Tomando en cuenta lo anterior, debido a que estos puestos están expuestos en la vía pública es notable como estos provocan distracción para las personas que transitan en la zona céntrica ya que muchas veces estos se ven atraídos por los diversos productos (frutas, verduras, celulares, alimentos, zapatos, productos varios, películas piratas, etc.) que estos ofrecen llamando su total atención y generando a la vez deseo de adquisición de algunos de estos.

Añadiendo que, las personas que transitan por las calles se molestan porque en algunos casos estos vendedores se acercan a ofrecerles sus productos y los ciudadanos en ocasiones les responden que no muchas gracias, pero los vendedores siguen con la insistencia para que les compren sus productos y eso causa molestia para la gente que transita por las calles por ende se considera un punto de distracción para el peatón.

Por otro lado, es importante mencionar que la mala ubicación que la mayoría de estos puestos tienen genera carencia de parqueo vehicular y esto afecta al comercio formal debido a que ocupan el espacio de la vía pública.

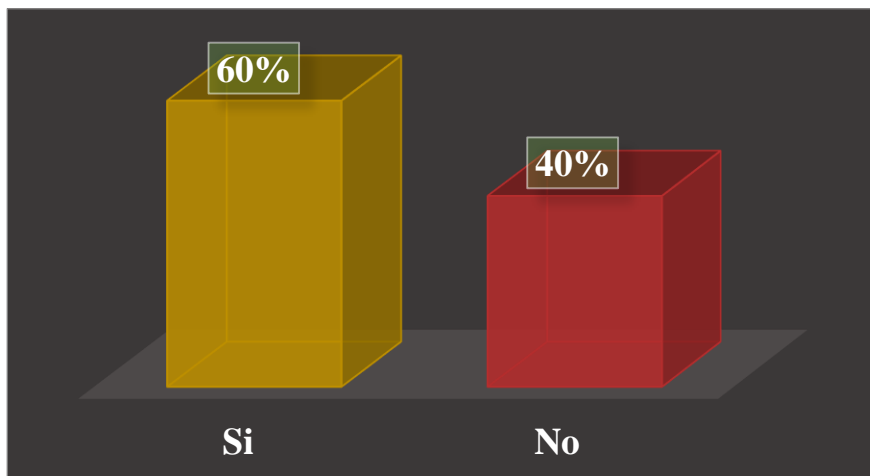


Según uno de los propietarios de un negocio formal: "Debido a que estos puestos obstaculizan la vía pública muchas veces el cliente no encuentra parqueo para asistir a los diferentes negocios ubicados en la zona céntrica y a veces tiende a irse y regresar en otro momento para no perder tiempo o tienen que buscar estacionamiento en otro lugar distanciado a las instalaciones".

Por último, debido a esta carencia de estacionamiento según las observaciones realizadas, fue notable el cómo los vehículos y motos muchas veces mal estacionados en la parte derecha de la calle saturan el tránsito vehicular ocasionando estancamiento (principalmente a los autobuses), produciendo retraso.



Gráfico N°3: Poco espacio en los andenes.



Fuente: Guía de observación dirigida a los puestos ambulantes de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

Espacio público es aquel espacio de uso para todos los ciudadanos. Desde esta perspectiva, se distingue del espacio privado por el hecho de ser propiedad del estado y ser mantenido con fondos públicos. Puede hacer referencia a calles, rutas, edificios públicos, plazas, entre otros (Definición MX, 2014).

El presente gráfico muestra los datos obtenidos en cuánto a los puestos ambulantes a los que se realizó la observación, donde el 60% de estos puestos ubicados en la zona céntrica de la ciudad si generan poco espacio en los andenes y 40% de estos puestos ambulantes no.

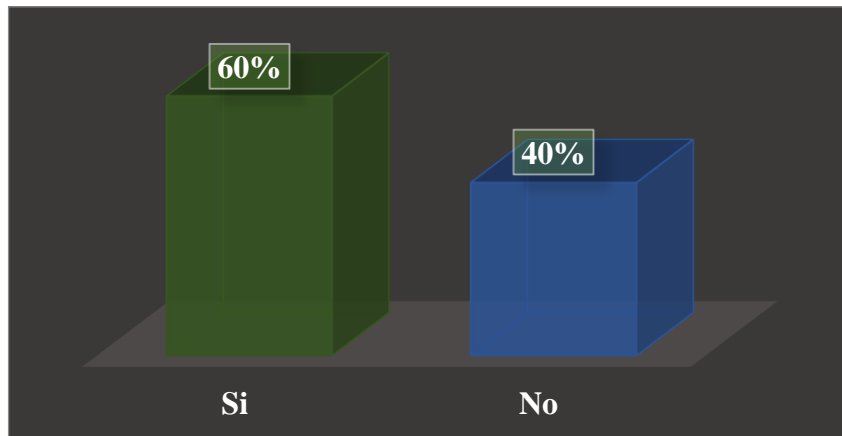
Tomando en cuenta lo anterior, es importante mencionar que, cada día aparecen más vendedores ambulantes que se toman las aceras y hasta venden en sus propios vehículos, pero a esto se suman los dueños de negocios legales, es decir, el comercio formal los cuales manifiestan su preocupación ante el desorden y la mala imagen que causan los vendedores ambulantes, pero también algunos de ellos mismos están ocupando las aceras con sus respectivos productos.

El que exista poco espacio en los andenes puede resultar muchas veces un problema grave debido a que por este factor el peatón tiende a abandonar la acera y eso implica que ocurra un accidente de tránsito.

Según algunas de las personas entrevistadas de los diferentes negocios formales comentaban, los andenes son para la gente, lo que significa que la mala ubicación de puestos ambulantes satura el espacio peatonal y esto se ve reflejado al momento de que existe presencia de clientes en dichos puestos.



Gráfico N°4: Estrés por obstrucción del paso.



Fuente: Guía de observación dirigida a los puestos ambulantes de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

CuidatePlus (2016) considera el **estrés**, como mecanismo que se pone en marcha cuando una persona se ve envuelta por un exceso de situaciones que superan sus recursos. Por lo tanto, se ven superados para tratar de cumplir con las demandas que se le exigen para superarlas. En estos casos, el individuo experimenta una sobrecarga que puede influir en el bienestar tanto físico como psicológico y personal.

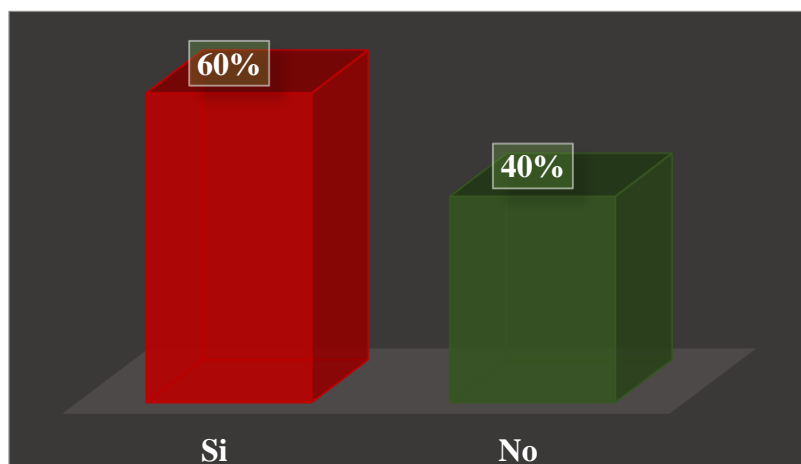
El presente gráfico muestra los datos obtenidos en cuánto a la observación realizada a puestos ambulantes, donde se obtuvo que; el 60% de estos puestos sí generan estrés al peatón por obstrucción del paso el 40% de estos puestos ambulantes no.

Este gráfico brinda un dato importante acerca del estado de ánimo y el estrés que sufren muchas veces los conductores y peatones que circulan por la calle central, lo que es considerado un problema.

Estas situaciones de estrés son causadas por obstrucciones del paso ya que la mayor parte de las calles centrales, están siendo ocupadas por estos pequeños puestos, colocados en aceras, y muchos de ellos toman parte de lo que es la calle, provocando estrés tanto para el peatón como para el conductor, para el peatón debido a la falta de espacio para circular y para el conductor debido a que muchas veces no encuentra un parqueo además de que muchas veces estos se ven enfrentados al tránsito lento que se provoca debido a estos puestos.



Gráfico N°5: Perturban la visibilidad.



Fuente: Guía de observación dirigida a los puestos ambulantes de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

La **percepción** ha sido definida por diversos autores. En general, se podría definir la percepción como la interpretación que realiza el cerebro de los diferentes organismos de los estímulos recibidos mediante los sentidos (Gómez & Andreia, 2016).

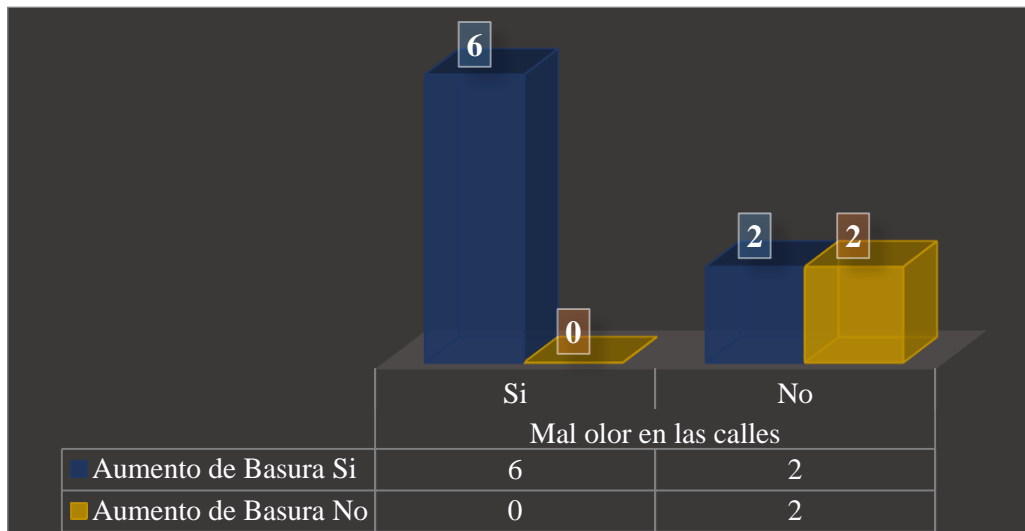
El presente gráfico muestra que el 60% de los puestos ambulantes situados en la zona céntrica de la ciudad si perturban la visibilidad del peatón y el 40% de estos mismos no.

Muchas veces los puestos ambulantes, perturban la visibilidad de la población que transita por las calles centrales, debido a que estos se encuentran ubicados en las aceras, y la mayor parte de las veces en la entrada de los diferentes establecimientos formales que hay en la zona lo que se percibe como una contaminación ambulante ya que se visualiza una imagen de desorden además que afea sus fachadas.

En muchas ocasiones, estos puestos están ubicados en plena orilla de la calle, provocando que los conductores no tengan una buena visibilidad, de los peatones que están por cruzar de calle a calle lo que podría generar un posible accidente de tránsito.



Gráfico N°6: Aumento de basura vs Mal olor en las calles.



Fuente: Guía de observación dirigida a los puestos ambulantes de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

El presente gráfico muestra un cruce de variables entre el aumento de basura y el mal olor en las calles debido a la presencia de puestos ambulantes, donde 6 de las observaciones realizadas a estos puestos ambulantes si generan aumento de basura y mal olor en las calles y 2 de los puestos observados generan aumento de basura, pero no generan mal olor en las calles en cambio 2 no generan aumento de basura ni mal olor en las calles.

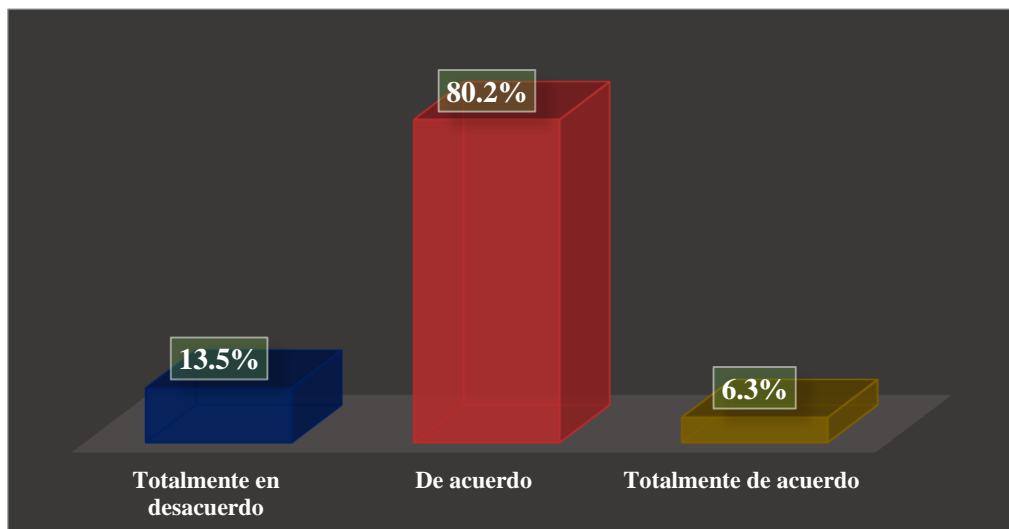
Este cruce de variables da como resultado que la mayoría de puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad de Estelí evidentemente están provocando presencia de basura y el mal olor en las calles, esto sucede exclusivamente con los comerciantes de frutas, verduras y alimentos.

Según las observaciones realizadas, cuando muchos de estos puestos mencionados anteriormente abandonan sus lugares de trabajo es evidente la cantidad de basura que dejan en las aceras y calles esto sumado a la basura que muchos de sus compradores arrojan a la misma.

Además, es importante mencionar que el mal olor que se desprende en las calles debido a la presencia de frutas en mal estado provoca que la población en general y visitantes de la ciudad tengan una valoración de mala higiene de la zona céntrica de la ciudad y esta problemática sumada a la presencia de basura induce a que la calles se vean sucias y desorganizadas.



Gráfico N°7: Los puestos ambulantes contribuyen a que el cliente tenga fácil acceso del producto que busca



Fuente: Escala likert dirigida a la población general de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

La palabra **beneficio** se refiere a un bien que es dado o que es recibido. El beneficio siempre implica una acción o resultado positivo y que por consiguiente es buena y puede favorecer a una o más personas, así como satisfacer alguna necesidad (Siginficados, 2013).

El actual gráfico muestra que de las 96 personas encuestadas el 80.2% está de acuerdo a que los puestos ambulantes contribuyen a tener un fácil acceso del producto que se busca y un 13.5% de los peatones dicen estar totalmente en desacuerdo y un 6.3% están totalmente de acuerdo.

Los vendedores ambulantes son un componente integral de las economías urbanas. Como distribuidores de mercancías y servicios asequibles, estos trabajadores proporcionan a los consumidores opciones convenientes y accesibles de comercio minorista (informal, 2013).

Debido a su mala ubicación en los distintos lugares públicos de la ciudad, los puestos ambulantes son vistos por ciertos sectores de la sociedad como problemática. Sin embargo, los bajos precios y el fácil acceso a distintos productos que estos ofrecen ocasionan una alternativa rentable y eficiente para gran parte del mercado consumidor.

Es común ver cómo estas personas ofrecen una cantidad de productos a muy bajo costo y cerca a lugares de alta circulación en este la caso la zona céntrica de la ciudad.

Cabe mencionar que; la ventaja que tienen los vendedores ambulantes es su estado nómada lo cual perjudica a algunos de los comerciantes de negocios formales, por lo que el comprador puede acceder al mismo producto sin tener que caminar a un local que lo proporcione.

Un ejemplo claro de esto, son las empresas de telefonía que hacen uso de puestos ambulantes (toldos) en las calles centrales como estrategia para beneficio de ellas mismas logrando de esta manera tener mayor reconocimiento y que los clientes tenga mejor acceso de los diferentes tipos de productos como son celulares, recargas y chip que pueden obtener en la

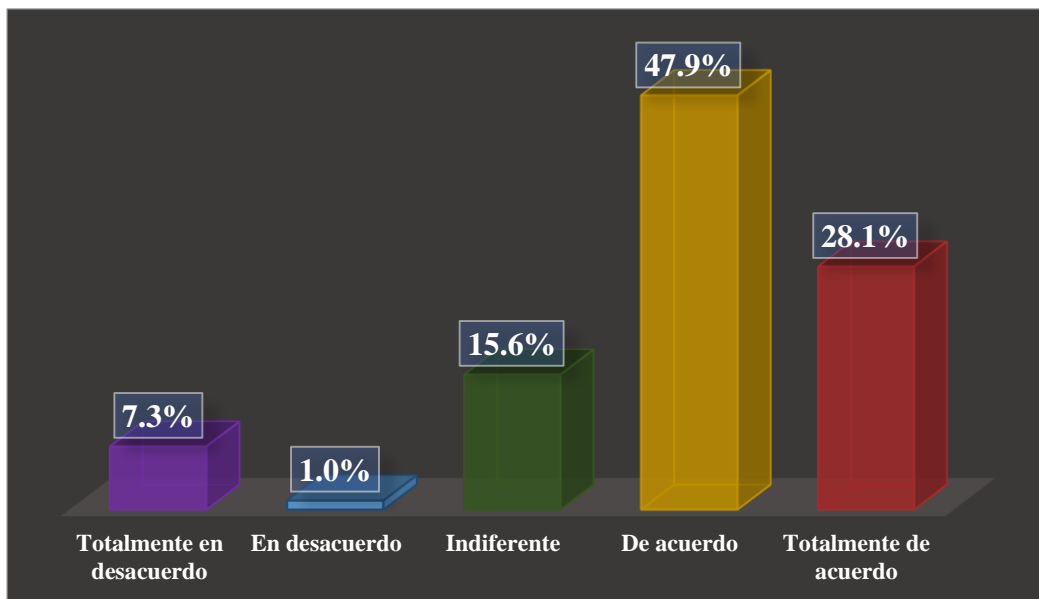


propia empresa pero que requiere de un proceso donde se invierte mayor tiempo y donde el cliente está prácticamente obligado a adquirir un plan para contar con algunos de ellos.

Los vendedores ambulantes son emprendedores no formalizados que comercializan productos y servicios teniendo como lugar de operación la vía pública donde estos contribuyen al cliente a realizar una compra rápida y además ahorrar tiempo en la compra de dichos productos.



Gráfico N°8: Los puestos ambulantes provocan tránsito lento para peatones, así como para vehículos.



Fuente: Escala likert dirigida a la población general de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

La Lengua Española (2001) define **congestión** como “acción y efecto de congestionar o congestionarse”, en tanto que “congestionar” significa “obstruir o entorpecer el paso, la circulación o el movimiento de algo” que, en nuestro caso, es el tránsito vehicular.

El presente gráfico muestra que de las 96 personas encuestadas el 47.9% están de acuerdo que los puestos provocan tránsito lento tanto para los peatones como para los vehículos seguido de un 28.1% que están totalmente de acuerdo y a un 15.6% le es indiferente. Además, cabe mencionar que en menor porcentaje están totalmente en desacuerdo un 7.3% y en desacuerdo el 1.0%.

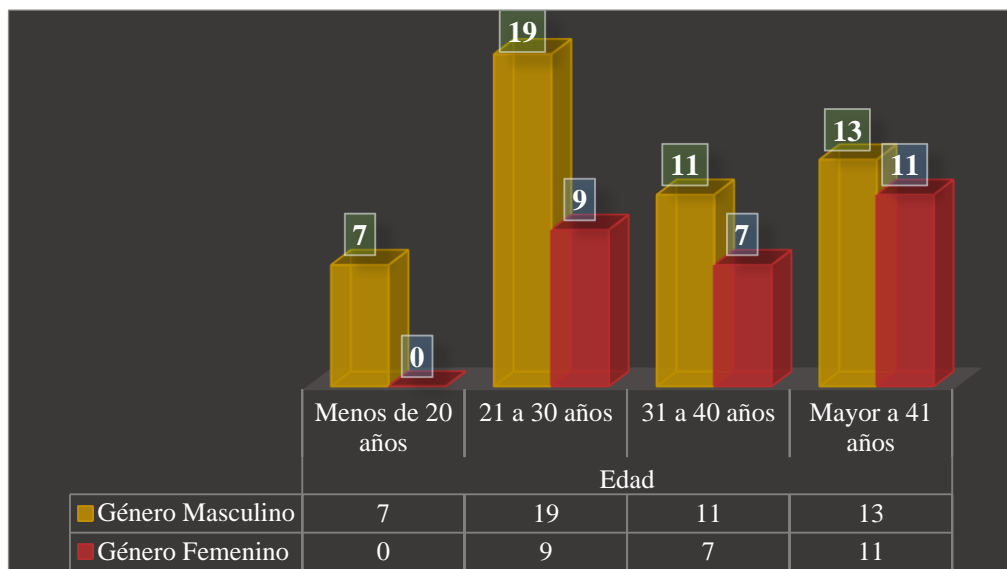
Tomando en cuenta lo anterior, los puestos ambulantes se ven enfrentados a la situación de tener que compartir el espacio público que es su lugar de trabajo con la población en general convirtiéndose en un factor de conflicto frente a la obstrucción que hacen del espacio público para el peatón y el tráfico vehicular.

Según lo mencionado en gráficos anteriores, debido a decenas de vendedores que ubican sus vehículos, toldos, carretones, etc. para vender sus productos, invaden tanto las aceras que son vías principales de circulación como orillas de las calles ocasionando tránsito lento y afectando tanto a peatones como a los vehículos, debido a que estos obstruyendo la vía pública.



6.2. **Objetivo N° 2:** Determinar los factores que influyen en el aumento de puestos ambulantes en la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

Gráfico N°9: Edad vs Género



Fuente: Encuesta dirigida a los vendedores de los puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

Los **grupos etarios** están determinados por la edad y la pertenencia a una etapa específica del ciclo vital humano. La clasificación por sectores etarios es la más incluyente de todas en la medida en que todos nacemos, crecemos y envejecemos de manera similar. Del mismo modo, quienes pasan por momentos similares de la vida comparten valores, códigos, símbolos, actividades, prácticas y procesos que determinan sus aportes a la sociedad (Secretaría de cultura, 2013).

El presente gráfico muestra un cruce de variables entre la edad y género de los vendedores de los puestos ambulantes donde los datos obtenidos son los siguientes:

De los 77 vendedores de puestos ambulantes encuestados 13 vendedores son mayor a 41 años y del género masculino y 11 vendedores ambulantes del mismo rango de edad y del género femenino. En cambio, 11 vendedores ambulantes están entre las edades de 31 a 40 años y son del género masculino y 7 vendedores ambulantes en el mismo rango de edad son del género femenino.

Cabe mencionar que, 19 vendedores ambulantes están entre las edades de 21 a 30 años y son del género masculino y 9 vendedores ambulantes en el mismo rango de edad son del género femenino y solamente 7 vendedores ambulantes son menores de 20 años y son del género masculino.

Es importante rescatar, que en estos puestos existen personas entre todas las edades y estos son hombres y mujeres donde podemos notar que en su mayoría son personas adultas del género masculino que comenzaron la venta ambulante debido a la falta de empleo y la



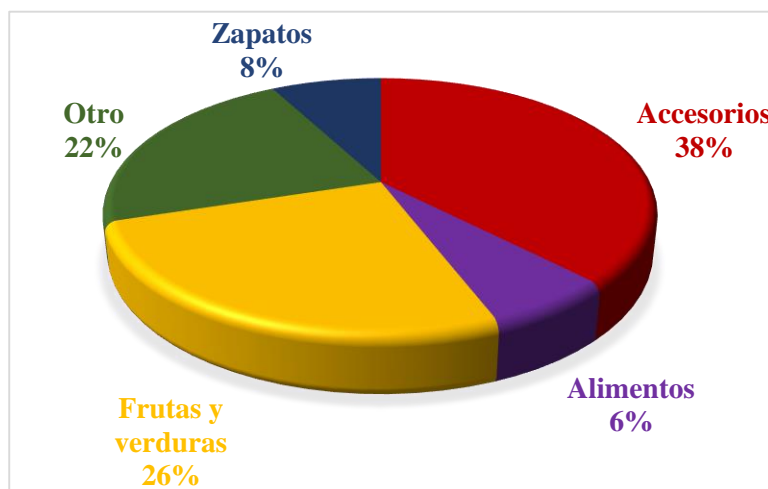
economía del país y son personas que tienen años prevaleciendo en estos negocios y se le es difícil encontrar otra fuente de empleo.

Las personas acceden a este tipo de trabajo por diversos motivos, entre ellos, la búsqueda de una mejor calidad de vida para ellos y sus familias, las facilidades de entrada (ya que el capital inicial es bajo y asequible para cualquier persona), los rápidos ingresos que reciben en corto tiempo y en algunos casos porque es su única oportunidad para satisfacer sus necesidades básicas.

Por otra parte, muchos de estos vendedores los hacen como parte de una estrategia ya sea para obtener mayor publicidad de marca de ciertas empresas como son las empresas de telefonía.



Gráfico N°10: Producto que más comercializa.



Fuente: Encuesta dirigida a los vendedores de los puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

El **comercio** consiste en el intercambio de bienes y servicios entre varias partes a cambio de bienes y servicios diferentes de igual valor, o a cambio de dinero. La creación del dinero como herramienta de cambio ha permitido simplificar enormemente el comercio, facilitando que una de las partes entregue a cambio dinero, en vez de otros bienes o servicios como ocurría con el trueque (Sevilla, s.f.).

El presente gráfico muestra que de los 77 vendedores ambulantes encuestados en relación al producto que comercializan se obtuvo que, el 38% se dedica a comercializar accesorios seguido de un 26% que comercializa frutas y verduras, el 22% otro tipo de productos (celulares, recargas, chip) y en menos porcentajes zapatos con un 8% y alimentos con un 6%.

Los vendedores ambulantes son una parte importante de la ciudad, estos distribuyen mercancías y servicios asequibles ofreciéndoles a los consumidores opciones de venta minorista. La estrategia de mercadeo intuitiva de estos radica en que ofrecen en la vía pública productos de consumo masivo por la sociedad.

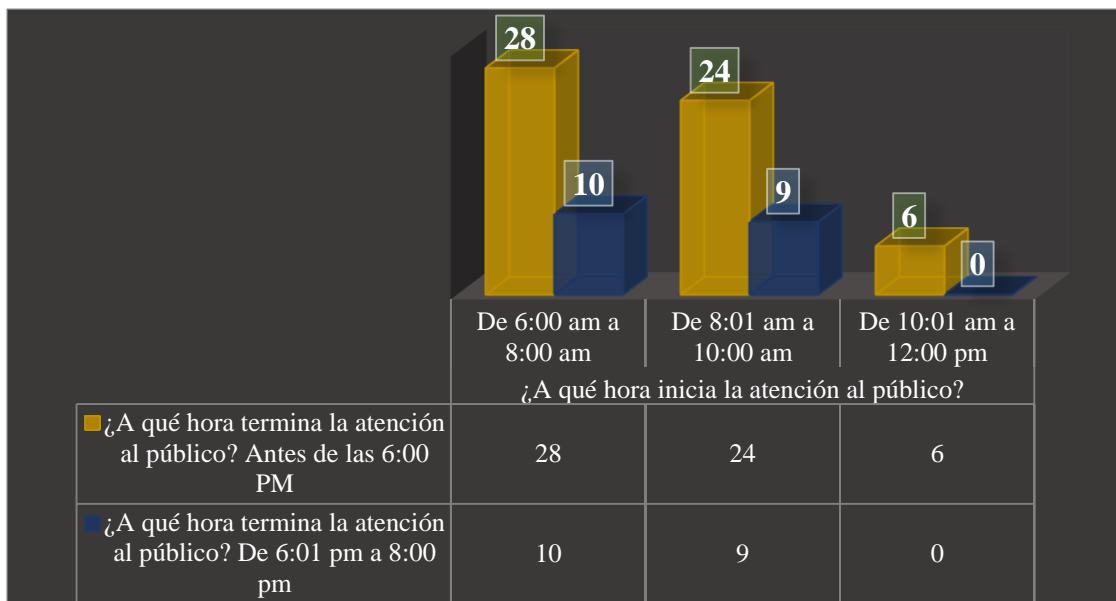
La mayor parte de puestos ambulantes que se sitúan en las calles centrales de la ciudad están constituido en su mayor parte por productos como accesorios, frutas y verduras, así como también puestos de telefonía claro según datos obtenidos en la realización de encuestas.

En las calles de la zona céntrica, podemos visualizar como los vendedores ambulantes exhiben y presentan sus productos, podemos encontrar la fruta empacada en bolsa y vasos, también algunos productos exhibidos en pequeñas vitrinas ubicadas en mesas como es el caso de los teléfonos celulares y demás productos exhibidos en carretones y camionetas que pueden ser de total atracción de consumo para el peatón.

Debido a su ubicación resultan ser una oportunidad para que los clientes lleguen y se interesen por los productos que venden o ellos mismo ofertan sus productos con su propia voz.



Gráfico N°11: ¿A qué hora inicia la atención al público? Vs ¿A qué hora termina la atención al público?



Fuente: Encuesta dirigida a los vendedores de los puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

El **servicio de atención al cliente**, o simplemente servicio al cliente, es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo (DGE, 2016).

El presente gráfico muestra un cruce de variables acerca de la hora en que inician y terminan la atención al público o jornada laboral los vendedores ambulantes, donde los datos obtenidos son los siguientes:

De los 77 vendedores ambulante encuestados, 28 inician la atención al público en el rango de 6:00 am a 8:00 am y terminan la jornada laboral antes de las 6:00 pm en cambio 10 de estos vendedores inician la atención al público en el mismo rango, pero terminan su jornada laboral en el rango de 6:01 pm a 8:00 pm.

Mientras tanto, 24 de estos vendedores ambulantes inician la atención al público en el rango de 8:01 am a 10:00 am y terminan antes de las 6:00 pm al contrario 9 inician la atención en mismo rango, pero terminan la jornada laboral de 6:01 pm a 8:00 pm. Por consiguiente, 6 vendedores ambulantes inician la atención al público de 10:00 a 12:00 pm y terminan antes de las 6:00 pm.

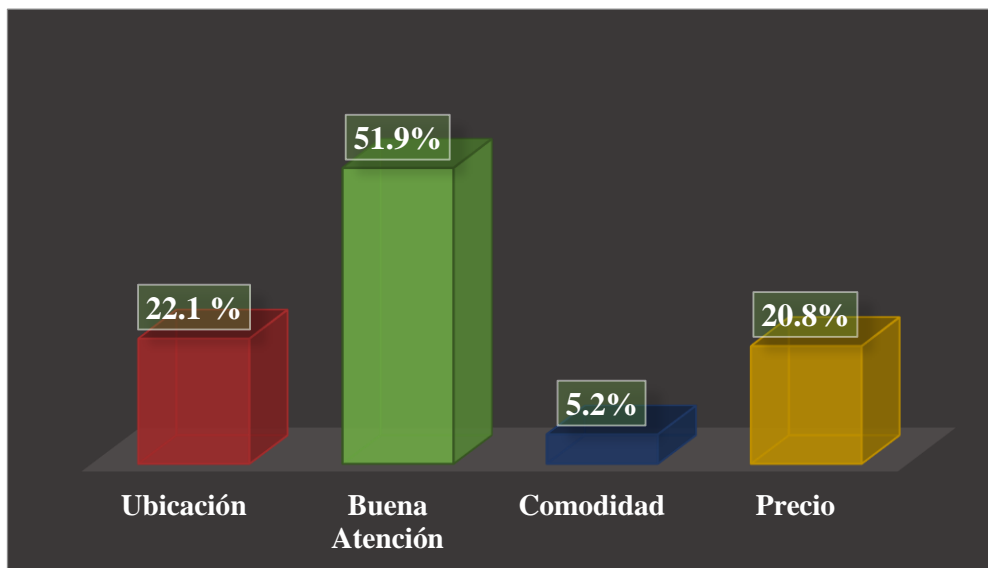
Según datos obtenidos, se puede descifrar que estos presentan un horario de atención accesible para ofrecer sus servicios y productos al cliente. Las mejores ventas según comentaban los vendedores son realizadas por la mañana y en ocasiones por la tarde es por ello que inician su atención en el rango de 6:00 a 8:00 am y terminan antes de las 6:00 pm en su mayoría donde al concluir con sus actividades tienden a desalojar el área de trabajo.



Cabe señalar, que al momento que estos vendedores inician sus actividades laborales tienen como ventajas la presencia de estudiantes, trabajadores y padres de familia, es decir, población en general que transitan por la calle central para acudir a sus labores diarias y de esa manera ofrecer sus productos en su mayoría frutas que son de atracción para el cliente para empezar su día al ser este un alimento saludable y a la vez un sustento para aquellas personas que por falta de tiempo no desayunan en sus hogares.



Gráfico N°12: De las siguientes características ¿Cuál considera usted que es el factor, para que los clientes le compren?



Fuente: Encuesta dirigida a los vendedores de los puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

Una **motivación**, es la fuerza que nos mueve a actuar de determinada manera en un momento concreto. Se trata de un conjunto de factores que pueden activar una conducta de compra para conseguir algo que deseamos.

No es suficiente con que exista una necesidad para que se produzca el acto de compra. De hecho, en la mayoría de los casos, el consumidor no es consciente de esta necesidad subyacente. Es necesario que tengamos un motivo individual que nos impulse a comprar.

Por esto, un mismo producto o marca puede ser adquirido por diferentes motivos, incluso un mismo consumidor puede modificar sus motivaciones a lo largo de su vida y comprar por motivos diferentes un mismo producto (Kluwer, s.f.).

El actual gráfico muestra las características que los vendedores ambulantes consideran son el factor que motivan al cliente a realizar la compra en sus puestos, donde sugieren que el 51.9% lo hacen por la buena atención seguido del 22.1% por la ubicación y un 20.8% por el precio y en ultimo porcentaje la comodidad con un 5.2%.

El comercio ambulante es caracterizado por la baja capacitación en conceptos y teorías como el mercadeo y la administración, lo que lleva a que las personas actúen sobre lo que conocen, lo que dicta su conciencia de acuerdo con su experiencia, lo que han observado en sus semejantes o basándose en errores pasados y experiencias positivas de sus colegas.

De los datos obtenidos, es importante mencionar que la buena atención es un factor fundamental para el cliente debido a que los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado y un servicio rápido. La principal técnica que utilizan



estos vendedores es mantener una buena actitud, entender al cliente, conocer lo que necesita, tener paciencia y ante todo amabilidad y buen trato.

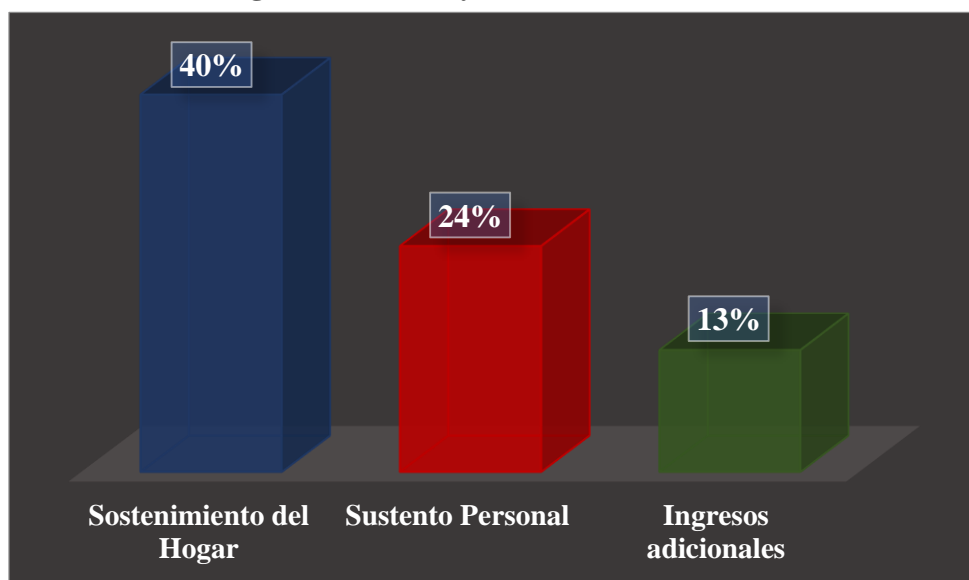
Otro factor importante es la ubicación, cabe señalar, que estos puestos ambulantes están ubicados en una zona céntrica transitada por peatones y vehículos, además de que están ubicados en las aceras y a orillas de las calles lo que resulta un punto estratégico para ellos debido a que se encuentran a disposición de la población y a la vez son productos que todas las personas que circulan por allí pueden verlos.

Por último, pero no menos importante, es el factor precio, donde estos puestos ofrecen diversos productos a precios asequibles y al alcance del bolsillo de la población. Debido al ahorro de costos provenientes de la evasión de impuestos que tienen algunos de estos negocios puede que permita vender a precios más bajos ciertos productos lo cual los hace más competitivos que los negocios del sector formal.

Estas personas buscan generar un valor atractivo para sus clientes, pues saben que al ofertar productos a bajos costos llamarán la atención de su público y lograrán alcanzar las metas en ventas para que el negocio se pueda sostener.



Gráfico N°13: Con sus ingresos contribuye:



Fuente: Encuesta dirigida a los vendedores de los puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

El concepto de **ingresos** es sin duda uno de los elementos más esenciales y relevantes con los que se puede trabajar. Entendemos por ingresos a todas las ganancias que ingresan al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal (Bembibre, 2009).

En términos más generales, los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo-ganancia.

El presente gráfico muestra que, de los 77 vendedores ambulantes en relación a la contribución de sus ingresos, 40 de ellos lo designan al sostenimiento del hogar seguido de 24 vendedores que lo designan al sustento personal y en menor cantidad 13 vendedores lo designan a los ingresos adicionales.

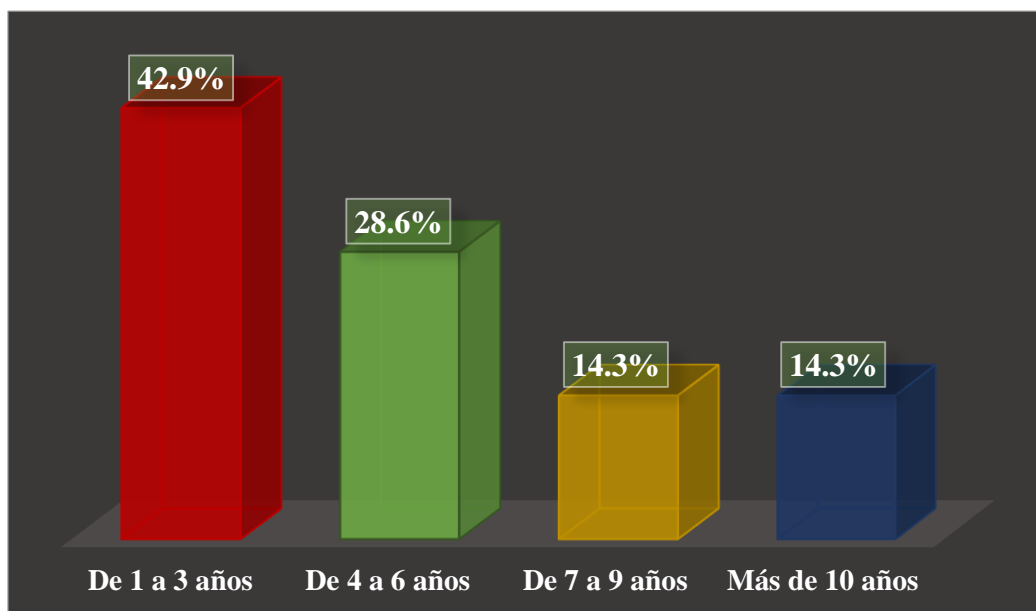
No se puede dejar de aceptar que esta actividad informal, sirve como medio de subsistencia y de autoempleo para sectores vulnerables de la población. A eso podemos sumar, que, si bien es informal, genera tres a cuatro sueldos mínimos en promedio para quienes viven de este negocio (dicho por los mismos comerciantes). Pero a pesar de todo, es indiscutible que también provoca conflicto.

La manera de administrar su negocio es producto del conocimiento empírico que desarrollan cada día. Una sola persona puede ser la encargada de todas las funciones administrativas de su venta ambulante, desde planear, controlar, buscar los recursos, vender, prestar un servicio al cliente, manejo de caja, control de calidad, apropiación de un espacio público y promociones.

Lo más importante para estas personas es la necesidad de trabajar, subsistir y generar el capital suficiente para suplir las necesidades básicas propias y de sus familias.



Gráfico N°14: Cuánto lleva en la actividad de vendedor informal



Fuente: Encuesta dirigida a los vendedores de los puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

Según lo expresado por ejemplode.com (2013), la **experiencia laboral** hace referencia al conjunto de conocimientos y aptitudes que un individuo o grupo de personas ha adquirido a partir de realizar alguna actividad profesional en un transcurso de tiempo determinado. Comúnmente, la experiencia laboral se mide a partir de los años que una persona ha dedicado a alguna actividad específica, aunque también abarca los tipos y diversidad de trabajo que ella haya realizado.

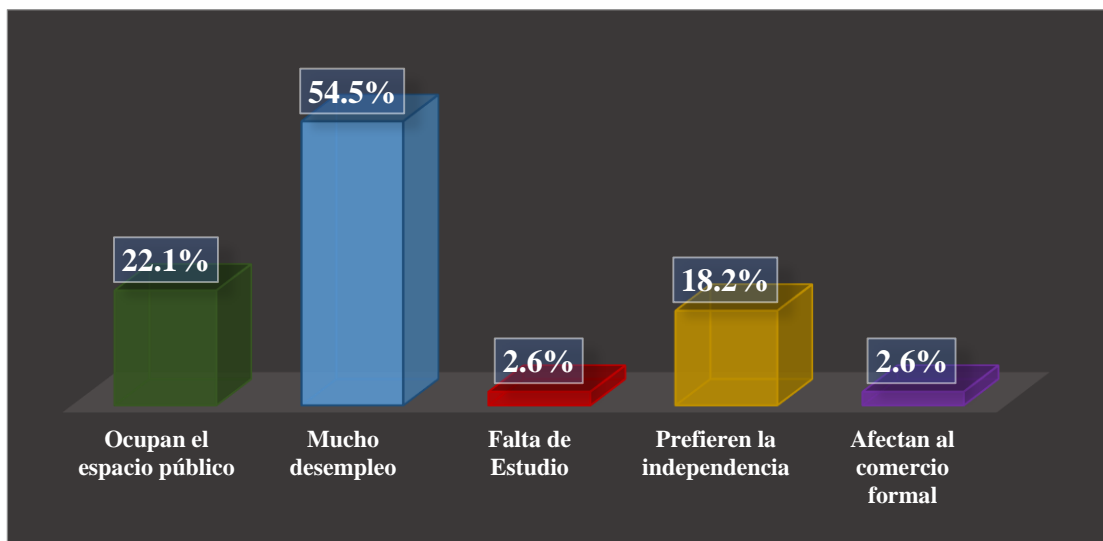
El actual gráfico muestra la experiencia laboral en el comercio informal que tienen los 77 vendedores ambulantes que fueron encuestados, donde el 42.9% de los vendedores tienen de 1 a 3 años estableciendo la actividad de vendedor ambulante seguido del 28.6% de vendedores que tienen de 4 a 6 años y con un 14.3% vendedores que llevan de 7 a 9 años y más de 10 años.

Esta actividad es algo que se viene dando desde años anteriores, en las principales calles centrales cada día aparecen más vendedores ambulantes que se toman las aceras y venden sus productos.

Los vendedores ambulantes nacen debido a factores como el desempleo, la falta de ofertas laborales adecuadas en el sector formal, falta de estudios y la edad como determinante de las capacidades de una persona. Son emprendedores no formalizados que llevan años otros apenas están comenzado en esta actividad, comercializando productos y servicios teniendo como lugar de operación la vía pública algunos venden en la comodidad de toldos, otros lo hacen simplemente al aire libre sentados al lado de una canasta que muestra su mercancía.



Gráfico N°15: ¿Qué piensa usted acerca de la existencia de tantos vendedores ambulantes en la zona céntrica de la ciudad?



Fuente: Encuesta dirigida a los vendedores de los puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

Unas 15 cuadras de la calle central están invadidas, en la mayor parte, de comerciantes que mantienen sus carretones, camionetas, canastos y hasta pequeños toldos de las compañías de teléfono ofreciendo sus artículos. Los vehículos de igual forma permanecen mal estacionados (Mora, 2017).

En la calle central hay cualquier tipo de frutas, verduras, accesorios para celulares, vehículos y otro gran número de mercaderías.

Por lo tanto, el siguiente gráfico muestra la opinión que tienen los vendedores ambulantes acerca de tantos puestos que se encuentran en la zona céntrica de la ciudad, donde los resultados fueron los siguientes:

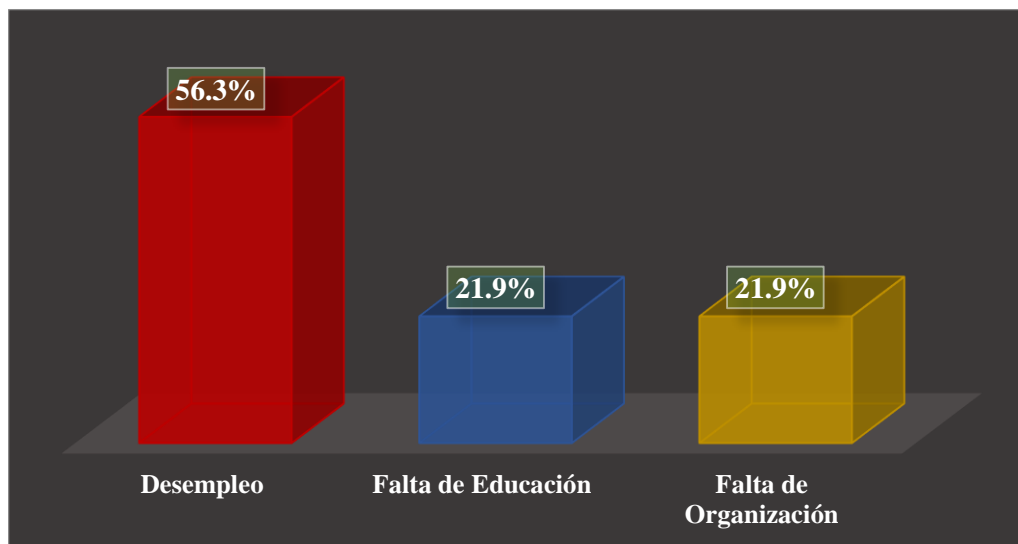
De los 77 vendedores ambulantes a los que se les aplicó la encuesta opinan que, con un 54.5% se debe al mucho desempleo seguido de un 22.1% que consideran que la existencia de tantos puestos ocupa el espacio público, en cambio el 18.2% opina que prefieren la independencia y en menor porcentaje con un 2.6% consideran que el incremento de estos es debido a la falta de estudio y que afectan el comercio formal.

Según la opinión de vendedores ambulantes, la existencia de ellos se debe al mucho desempleo, por estas razones, las personas tratan de ganarse la vida de cualquier manera para poder subsistir y llevar alimentación a sus hogares.

La actividad de puestos ambulante tiene un importante potencial para crear trabajo y generar ingresos, porque es relativamente fácil acceder a ella. Es por ello que muchos de estos vendedores prefieren la independencia de su negocio, aunque esto implique la ocupación del espacio público ya que lo único que ellos buscan es la manera de sobrevivir, trabajando por cuenta propia en las calles.



Gráfico N°16: ¿Por qué cree que existe el comercio informal de vendedores ambulantes?



Fuente: Encuesta dirigida a personas que visitan frecuentemente la ciudad de Estelí que frecuentan la zona céntrica.

Se entiende por **vendedor ambulante** la persona que se dedique por cuenta propia al comercio de bienes o servicios en el espacio público como medio básico de subsistencia (Gonzalez, 2016).

De las 96 personas encuestadas que visitan frecuentemente a la ciudad un 56.3% cree que la existencia del comercio ambulante se debe al desempleo seguido de un 21.9% que cree que esto se debe a la falta de educación y a la falta de organización.

En la ciudad de Estelí, se da mucho lo que son estos vendedores ambulantes, ubicados en distintos puntos de la ciudad sobre todo lo que es la calle central, cada día aumentan el número de vendedores ambulantes, lo que provoca un serio problema de desorganización, esto es debido a los altos niveles de desempleo y la falta de educación en los hogares, además que tienen que sustentar su familia.

Las personas que visitan frecuentemente la ciudad consideran que el aumento de la mayor parte de puestos ambulantes, esto referente a puestos de frutas, alimentos, verduras y accesorios, se debe al factor desempleo, debido a que están informados de la crisis económica y la falta de oportunidades de empleo que se encuentra hoy en día en el país.

La venta ambulante guarda una estrecha relación con la disponibilidad del espacio público urbano, como calles y aceras, y muchas de las dificultades de la actividad, incluida la forma generalmente negativa en que la perciben las personas que visitan la ciudad al igual que la población en general, están vinculadas con las formas en que las autoridades administran estos espacios.

Las personas que laboran en los puestos ambulantes son personas que se ven prácticamente obligadas a desarrollar este tipo de actividades informales con el fin de satisfacer sus necesidades básicas de subsistencia personal y familiar. Cualquiera que camine por las calles

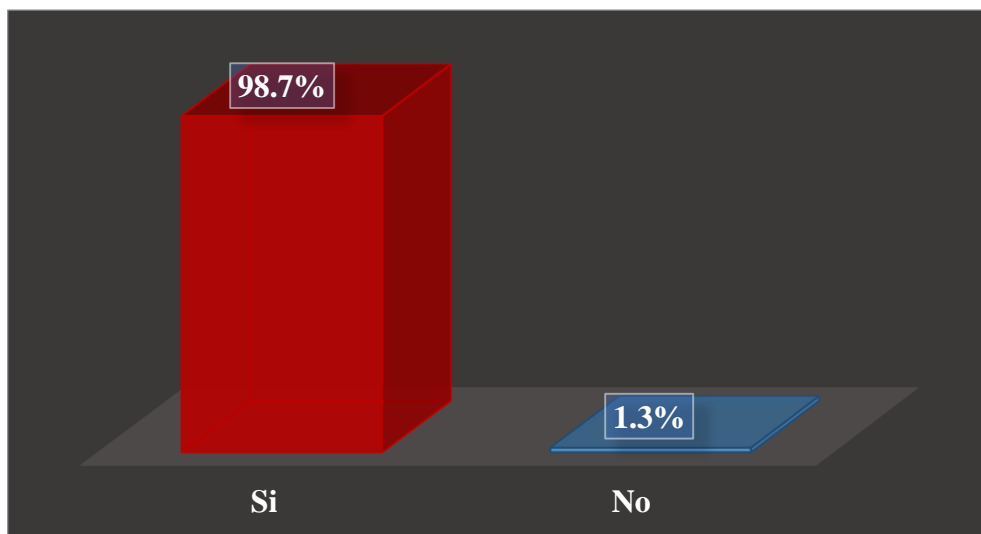


centrales de la ciudad nota la gran cantidad de personas (vendedores ambulantes) que tratan de obtener su sustento mediante actividades en el espacio público.

Otro factor importante que las personas que visitan la ciudad consideran que es el resultado de la existencia de vendedores ambulante en abundancia es la falta de organización que existe de estos, donde hacen mal uso de los espacios públicos, por consiguiente, es importante establecer un equilibrio sumamente delicado entre el derecho de acceso a los espacios públicos y la necesidad de desplazarse en la ciudad, por un lado, y el derecho de los vendedores ambulantes a trabajar y ganarse la vida, por otro lado.



Gráfico N°17: ¿Le gustaría formalizar su negocio en algún momento?



Fuente: Encuesta dirigida a vendedores de puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

Definiciona (2016), **formalizar un negocio** hace referencia a legitimar algo mediante un requisito de tipo legal o de cualquier proceso.

El presente gráfico muestra que de los 77 vendedores de puestos ambulantes a los que se les aplico la encuesta el 98.7% indica una respuesta positiva en cuanto a la formalización de su negocio y un 1.3% de los vendedores ambulantes indican que no es necesario.

Según los datos obtenidos, se puede deducir que la mayor parte de los vendedores ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad, están de acuerdo con la idea de formalizar su negocio ya que el hecho de desarrollar su actividad laboral en las calles y vías públicas constituyen una amenaza para la integridad física y la salud de ellos, por estar expuestos a los cambios climáticos, la inseguridad y demás riesgos que implica trabajar en la calle. Existe un claro interés de los vendedores ambulantes por mejorar su condición actual de trabajo, ellos tienen aspiraciones de convertir este trabajo informal en una actividad formal.

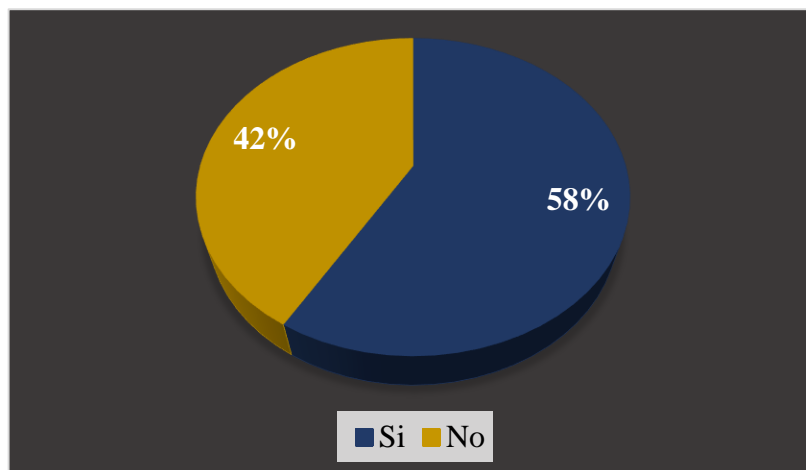
Aunque sabemos que formalizar un negocio es una decisión muy difícil, aunque parte de estos vendedores requieren de las calles por estrategia y otros por necesidad de empleo, los que se encuentran en las calles por necesidad, el querer formalizar su negocio lleva tiempo y debido a que ellos son personas que han venido evadiendo lo que son los impuestos esta decisión se tornará difícil porque el legalizar un negocio requiere altos costos.

Es importante señalar que no se pretende afectar o perjudicar a comerciantes que se encuentran situados en este lugar trabajando para poder llevar el pan de cada día a su hogar, si no para hacer conciencia del daño que están provocando a este espacio donde estos al no poder formalizar dicho negocio se pretende encontrar un lugar donde puedan ubicarse cumpliendo ciertas normas.



- 6.3. **Objetivo N° 3:** Identificar la percepción del peatón, propietarios de negocios formales y visitantes de la ciudad entorno a la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad.

Gráfico N°18: ¿Considera que al ubicarse a orilla de la calle provoca una mala imagen para la zona céntrica de la ciudad?



Fuente: Encuesta dirigida a los vendedores de los puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

La **imagen urbana** es un aspecto importante en el desarrollo de una ciudad ya que, al ser legible y fácilmente identificable, constituye el ámbito propicio para el desarrollo de la vida de la comunidad, porque despierta el afecto de sus habitantes por su ciudad, en suma, es un estímulo para que sus usuarios interactúen con su entorno y con sus semejantes (Suriaga, 2013).

El presente gráfico muestra que de los 77 vendedores ambulantes encuestados un 58% considera que el estar ubicado a orillas de la calle provoca una mala imagen para la zona céntrica de la ciudad y un 42 % de los vendedores consideran que no.

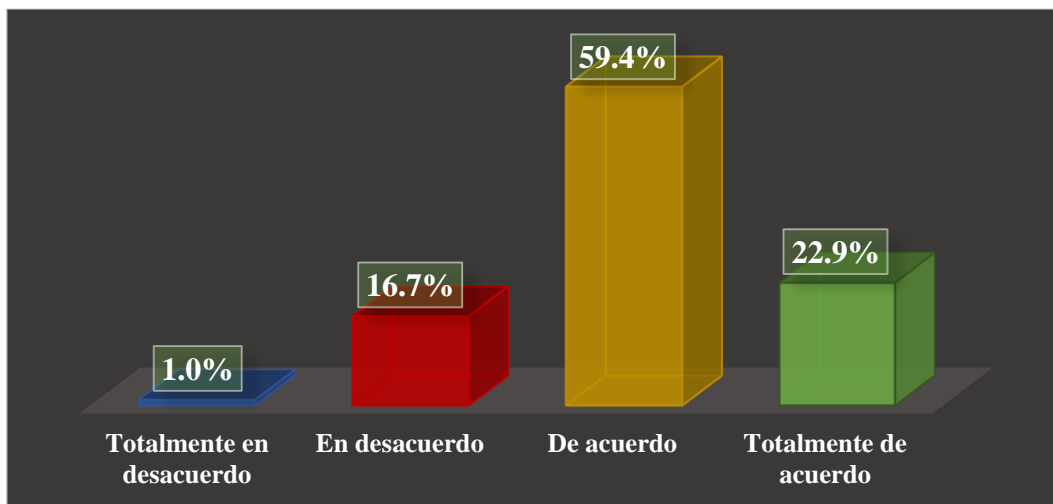
Cientos de personas exhiben toda clase de productos que son el sustento de sus familias, tal vez no sea la mejor manera, pero ante las dificultades la sobrevivencia es lo que prima. Sin embargo, lo que beneficia a unos se convierte en una problemática de espacio público que afecta al comercio, a los peatones y a la ciudad en general.

Tomando en cuenta los datos obtenidos en cuánto a las encuestas realizadas a dichos vendedores, es importante resaltar que estas personas están conscientes de la mala imagen que provocan al estar ubicados a orillas de las calles debido a que reducen los espacios establecidos para la movilidad, además de generar contaminación visual.

Es necesario conocer que no se quiere erradicar la presencia de vendedores ambulantes, sino que se pretende ayudar a ellos a obtener un lugar digno donde puedan ofrecer y vender su mercancía claro sin dañar la imagen urbana de la ciudad.



Gráfico N°19: Los puestos ambulantes provocan que los peatones tengan una imagen deteriorada de la ciudad.



Fuente: Escala likert dirigida a la población general de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

La **imagen urbana** es un aspecto importante en el desarrollo de una ciudad ya que, al ser legible y fácilmente identificable, constituye el ámbito propicio para el desarrollo de la vida de la comunidad, porque despierta el afecto de sus habitantes por su ciudad, en suma, es un estímulo para que sus usuarios interactúen con su entorno y con sus semejantes (Suriaga, 2013).

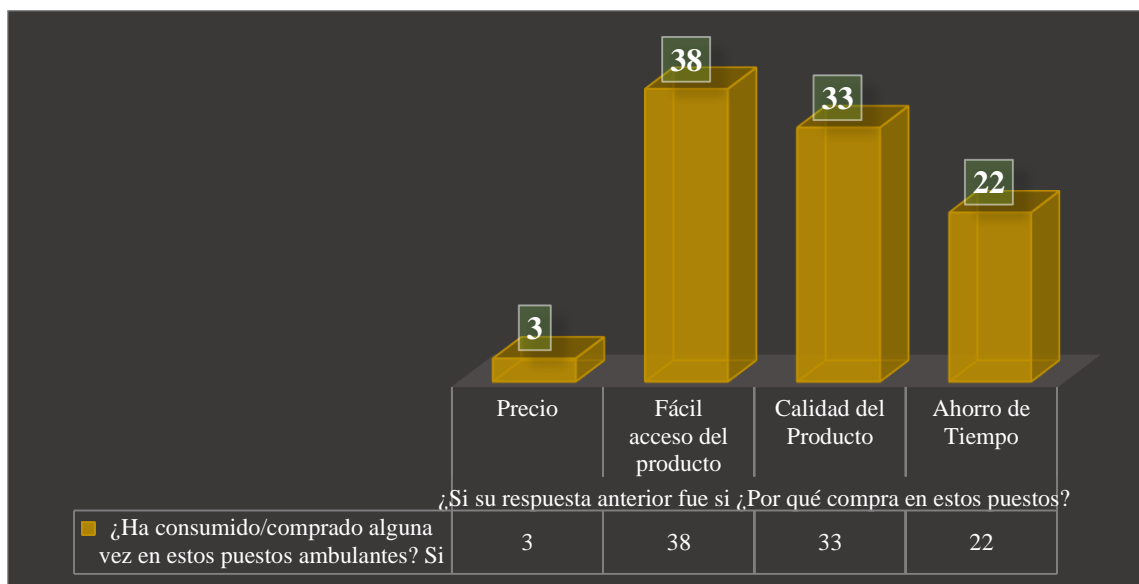
El presente gráfico muestra que de las 96 personas encuestadas el 59.4% están de acuerdo que los puestos ambulantes provocan que como peatones tengan una imagen deteriorada de la ciudad seguido de un 22.9% que están totalmente de acuerdo y en menor porcentaje con un 16.7% en desacuerdo y el 1.0% totalmente en desacuerdo.

Los primeros inconvenientes que afrontamos, al tratar el tema del deterioro de espacio público de la calle central, es la saturación existente por parte del comercio informal, la suma de factores como el uso inadecuado de los espacios públicos por el comerciante ambulatorio informal, sumado la falta de limpieza e higiene, aumento de basura, entre otros factores han permitido que estos espacios dejen de ser lugares de integración e identificación para la población en general.

El creciente aumento en el número de vendedores ambulantes que se ubican en las calles, provoca un serio problema de imagen urbana, el cual es más notorio en las calles centrales, por tener gran mayoría de afluencia de personas donde es evidente la falta de estética que estos causan en esta zona haciendo ver las calles desorganizadas.



Gráfico N°20: ¿Ha consumido/comprado alguna vez en estos puestos ambulantes? * si su respuesta anterior fue si, ¿por qué compra en estos puestos?



Fuente: Encuesta dirigida a personas que visitan frecuentemente la ciudad de Estelí que frecuentan la zona céntrica.

Cuando hablamos de **consumo** estamos haciendo referencia a la acción de consumir, de comprar diverso tipo de productos o servicios que pueden presentar diferente grado de importancia o relevancia en lo que respecta a nuestra calidad de vida (Bembibre, 2010).

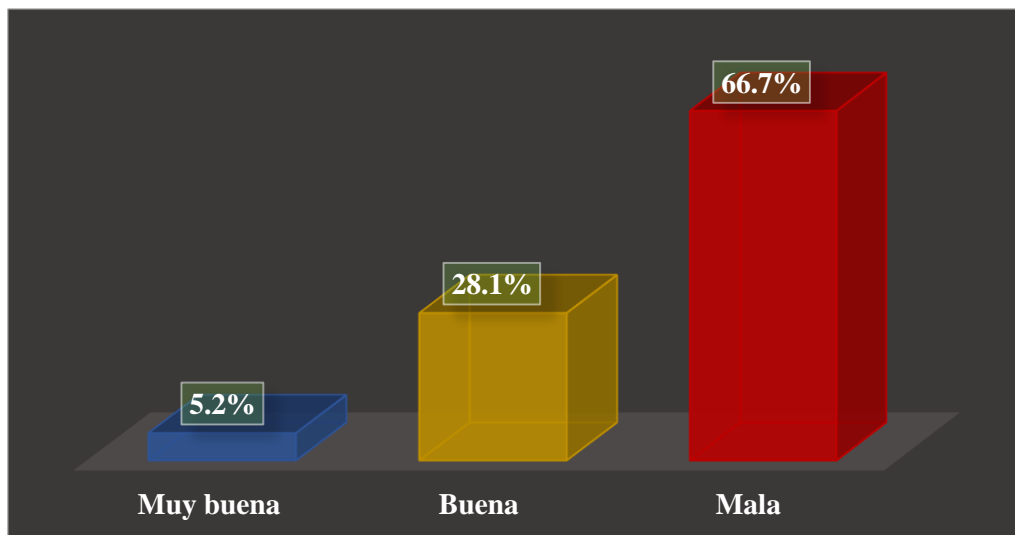
El presente gráfico muestra un cruce de variables entre sí ha comprado o consumido alguna vez productos que se ofrecen en los puestos ambulantes y por qué compra en estos puestos donde los resultados fueron los siguientes:

Las 96 personas encuestadas que visitan frecuentemente la ciudad afirman que han consumido/comprado productos que ofrecen los puestos ambulantes donde 38 consideran que es por el fácil acceso seguido de 33 personas que lo hacen por la calidad del producto en cambio 22 lo hacen por ahorrar tiempo y 3 por el factor precio.

Este cruce da como resultado que la mayoría de las personas que visitan frecuentemente la ciudad han comprado o visitado estos puestos ambulantes ubicados en la calle central, conforme a las observaciones que se realizaron en dichos puestos se puede deducir que la mayoría lo hace por el fácil acceso del producto, el solo hecho de estar ubicados a orillas de la calles genera un gran interés a las persona que circulan por la zona además de que estos se encuentran a la disposición del cliente, evitando muchas veces largas filas e incluso un mal servicio.



Gráfico N°21: Considera que la distribución de estos puestos en la zona céntrica de la ciudad es?



Fuente: Encuesta dirigida a personas que visitan frecuentemente la ciudad de Estelí que frecuentan la zona céntrica.

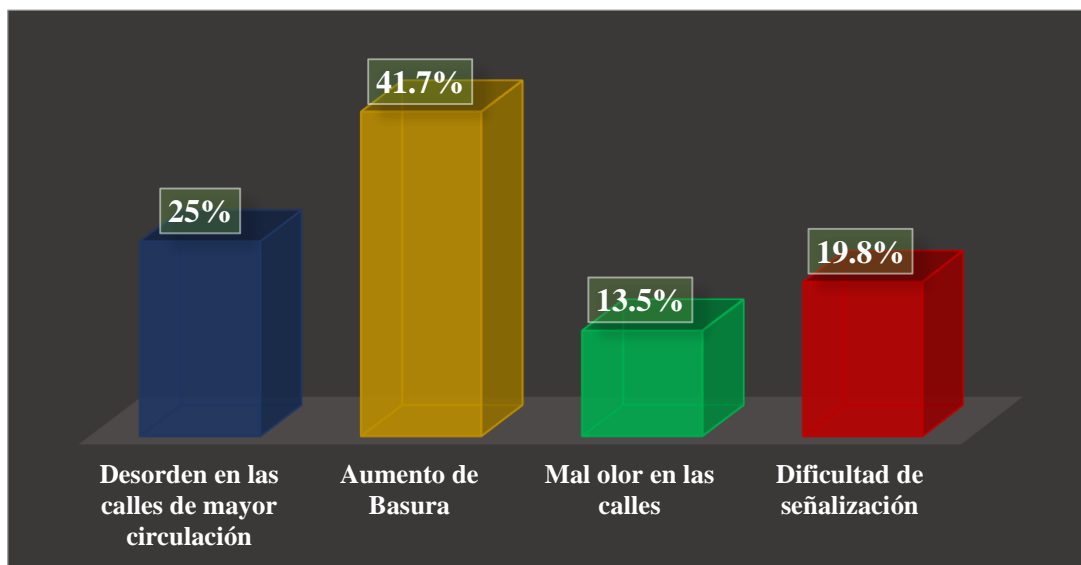
La **distribución de espacio** está definida como la disposición física de los puestos de trabajo como también de los componentes materiales y ubicación de las instalaciones para la atención y servicios tanto para el personal de la empresa, como para los clientes (oline, 2016).

El presente gráfico muestra que de las 96 personas aledañas a la ciudad encuestadas el 66.7% consideran que la distribución de los puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad es mala seguido del 28.1% que consideran es buena y el 5.2% muy buena.

Esto indica que la presencia de estos puestos a pesar de ofrecer accesibilidad para la población, la ubicación que estos tienen no es de agrado para la población, ya que estos obstruyen el paso, y causan desorden en la ciudad, muchas veces el tráfico es afectado por estos puestos, ya que obstruyen las vías, e igual al acumularse compradores en estos, también dan una mala imagen a la ciudad ya que se observa basura a sus alrededores y en ocasiones mal olor en las calles.



Gráfico N°22: ¿Qué percepción tiene como visitante de los puestos ambulantes expuestos en la zona céntrica de la ciudad?



Fuente: Encuesta dirigida a personas que visitan frecuentemente la ciudad de Estelí que frecuentan la zona céntrica.

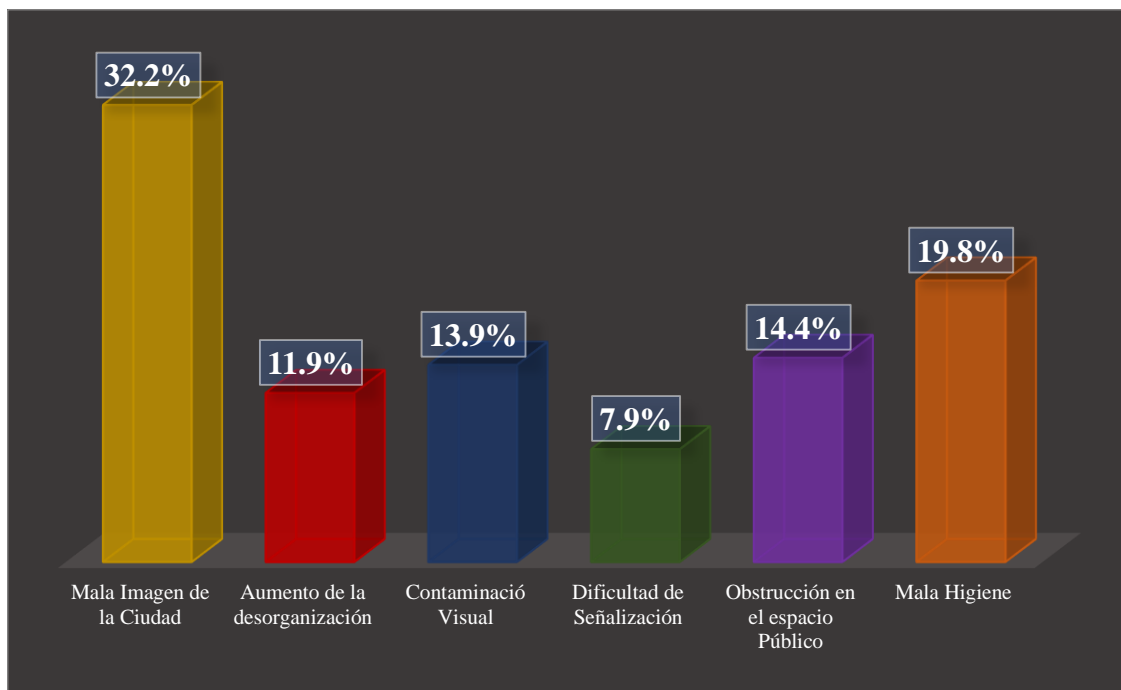
La **percepción** es capaz de recopilar toda la información que le brindan los cinco sentidos para unificarlos, y entender a un objeto como poseedor de esas diferentes características, y no como objetos diferentes. Así mismo, es capaz de saber de qué objeto provienen ciertas características. La percepción recupera los objetos, situaciones y procesos a partir de la información aportada por los cinco sentidos (Gorostiaga, 2012).

El actual gráfico muestra que de las 96 personas encuestadas aledañas a la ciudad en cuanto a la percepción que tienen como visitantes de los puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad el 41.7% consideran que genera el aumento de basura seguido del 25% que consideran que estos generan desorden a las calles céntricas que son la de mayor circulación. En cambio, el 19.8% consideran que estos generan dificultad de señalización y un 13.5% mal olor en las calles.

El comercio informal avanza sin control y mantiene tomadas muchas de las aceras y áreas de parqueo una situación que crea desorden, estrés e inseguridad, muchas veces es imposible circular por las aceras, e incluso llegan a ocupar el área de las paradas de buses. Muchos de los visitantes expresan la incomodidad para movilizarse por la ciudad, ya que estos puestos están ubicados en aceras reduciendo el espacio establecido para movilizarse, además generan contaminación, tanto visual, como auditiva y ambiental. También la basura y el mal olor en lo que es la calle central, se puede constatar como un descuido y poca civilidad de estos vendedores.



Gráfico N°23: Los puestos ambulantes ubicados en la zona de la ciudad de Estelí provocan:



Fuente: Encuesta dirigida a personas que visitan frecuentemente la ciudad de Estelí que frecuentan la zona céntrica.

El presente gráfico muestra que, de las 96 personas encuestadas que visitan frecuentemente la ciudad, el 32.2% consideran que los puestos ambulantes provocan mala imagen a la ciudad seguido de un 19.8% que consideran que estos puestos provocan mala higiene. En cambio, el 14.4% de los visitantes a la ciudad consideran que estos puestos provocan obstrucción en el espacio público y el 13.9% consideran que estos puestos provocan contaminación visual y en menor porcentaje con un 7.9% consideran que estos puestos provocan dificultad de señalización.

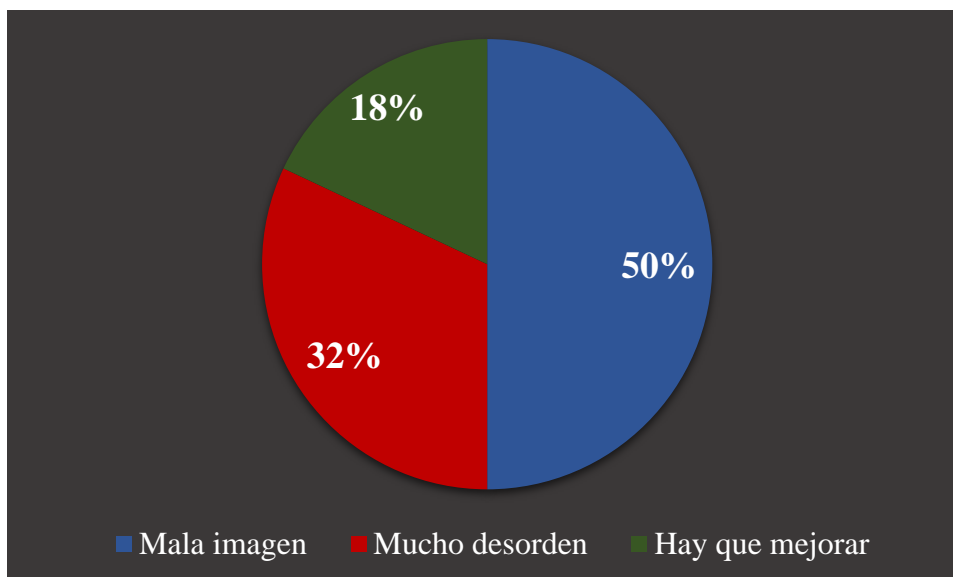
La imagen que los puestos ambulantes le dan a la ciudad es calificada por los ciudadanos y visitantes como mala, ya que lo primero que ven son los diversos puestos de comida, accesorios, frutas y verduras, etc.

Los ciudadanos critican esta situación, pues afirman que las autoridades deben de poner orden para evitar que estas personas se adueñen de estos espacios públicos. Consideran que esto da una mala imagen a la ciudad.

La aglomeración de mesas, sillas, toldos, carretones y hasta vehículos en los alrededores de la calle central, proyectan una imagen desfavorable en la ciudad, de igual manera estos se sitúan en la entrada de muchos establecimientos, impidiendo la entrada y salida de las personas que visitan estos lugares, colocan cualquier cantidad de productos, pero además causan un bloqueo a la libre circulación.



Gráfico N°24: ¿Qué opinas de la situación actual de la zona céntrica de la ciudad?



Fuente: Encuesta dirigida a personas que visitan frecuentemente la ciudad de Estelí que frecuentan la zona céntrica.

La palabra **situación**, la misma podrá referir diversas cuestiones, relacionados a partir del estado de eventos, escenarios de dificultad o felicidad, o haciendo referencia a la economía personal o global de una empresa o del estado. De alguna manera, es el conector a partir del cual se expone lo que está pasando (Uchua, 2011).

En el presente gráfico se observa la opinión de las personas que visitan la ciudad sobre la situación actual de la zona céntrica de la ciudad, donde el 50% considera que tiene una mala imagen, otro 32% opina que existe mucho desorden y el 18% observa que se debe mejorar.

Tomando en cuenta los datos obtenidos y de acuerdo a gráficos anteriores se puede notar que la mala imagen es una gran problemática la cual es percibida por la personas que visitan la ciudad así como de la población en general donde es importante resaltar que de no ser tratada seguirá contribuyendo al desorden por lo cual es recomendable tomar acciones de mejora que sean de beneficio al patrimonio que nos identifica como ciudadanos de no ser así esto provocara un caos y seguirá en aumento haciendo ver la imagen de la zona céntrica de la ciudad como un mercado.



- 6.4. **Objetivo N°4:** Elaborar una propuesta para la mejora de la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

Propuesta de estrategias

Esta propuesta de mejora fue elaborada con el fin de realizarse a largo plazo donde el encargado de cumplir las acciones será la Alcaldía Municipal y las diferentes instituciones afines.

Objetivos	Estrategia	Acciones
1. Motivar a los vendedores ambulantes a que acepten la reubicación a los sitios que establezca la alcaldía municipal, además que permitirá la integración hacia una economía formal organizada y del desarrollo comercial de los vendedores ambulantes.	Reorganización.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar campañas de divulgación: con el objetivo de informar a los visitantes y nativos de la ciudad de la ubicación de los vendedores ambulantes. 2. Realizar capacitación de formación empresarial.
2. Convertir la reubicación en una oportunidad que contribuya al mejoramiento del ordenamiento de la zona céntrica de la ciudad.	Creación de una nueva marca de la ciudad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Divulgar la marca con el fin de rescatar los valores y cualidades de una ciudad a futuros turistas potenciales, y que los habitantes de la misma, se sientan identificados y satisfechos con la marca. 2. Que los propietarios de negocios formales tomen consciencia y procedan a organizar efectivamente la forma que exhiben sus productos. 3. Promover la educación ambiental. 4. Lograr vender mejor el producto para atraer mejores inversores o consumidores.



VII. Conclusiones

De acuerdo a la investigación que se realizó sobre los efectos de la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí durante el primer trimestre del año 2019 se ha llegado a las siguientes conclusiones:

Actualmente, la zona céntrica de la ciudad se encuentra invadida en su mayor parte, de vendedores ambulantes que mantienen sus carretones, camionetas, canastos y hasta pequeños toldos de las compañías de teléfonos ofreciendo sus artículos en plena vía pública y andenes.

Según información obtenida de encuestas, escala likert, guía de observación y entrevistas realizadas a personas que visitan frecuentemente la ciudad, peatones, propietarios de negocios formales y vendedores ambulantes, se confirmó que entre los efectos que causan los puestos ambulantes se encuentra una constante disputa por el espacio público ya que estos se han adueñado de la vía pública, generando situaciones de deterioro, obstrucción, desorden, suciedad, mala higiene, informalidad, deteriorando la imagen urbana y estableciendo una competencia desleal con el comercio formal.

Otro efecto es el estrés que causan estos puestos ambulantes tanto para el peatón como para el conductor, para el peatón debido a la falta de espacio para circular y para el conductor debido a que muchas veces no encuentra estacionamiento además de que muchas veces estos se ven enfrentados al tránsito lento.

Cabe destacar que esta actividad genera un problema, no por el desarrollo propio de la acción, pero si por el lugar donde estos se ubican, que en su mayor parte es el espacio público de la calle central de la ciudad y entrada de los diferentes establecimientos formales que hay en la zona lo que se percibe como una contaminación ambulante ya que se visualiza una imagen de desorden además de que es evidente la falta de estética.

Debido a su mala ubicación en los distintos lugares públicos de la ciudad, los puestos ambulantes son vistos por ciertos sectores de la sociedad como problemática. Sin embargo, los bajos precios y el fácil acceso a distintos productos que estos ofrecen ocasionan una alternativa rentable y eficiente para gran parte del mercado consumidor. Estos además presentan un horario de atención accesible para ofrecer sus servicios y productos al cliente

Los vendedores ambulantes nacen debido a factores como el desempleo, la falta de ofertas laborales adecuadas en el sector formal, falta de estudios y la edad como determinante de las capacidades de una persona.

No se puede dejar de aceptar que esta actividad informal, sirve como medio de subsistencia y de autoempleo para sectores vulnerables de la población. A eso podemos sumar, que, si bien es informal, genera tres a cuatro sueldos mínimos en promedio para quienes viven de este negocio. Pero a pesar de todo, es indiscutible que también provoca conflicto.



Esto indica que la presencia de estos puestos a pesar de ofrecer accesibilidad para la población, la ubicación que estos tienen no es de agrado, ya que estos obstruyen el paso, y causan desorden en la ciudad, muchas veces el tráfico es afectado por estos puestos, ya que obstruyen las vías, e igual al acumularse compradores en estos, también dan una mala imagen a la ciudad ya que se observa basura a sus alrededores y en ocasiones mal olor en las calles.

Muchos de los visitantes expresan la incomodidad para movilizarse por la ciudad, ya que estos puestos están ubicados en aceras reduciendo el espacio establecido para circular, además generan contaminación, tanto visual, como auditiva y ambiental.

Es necesario conocer que no se quiere erradicar la presencia de vendedores ambulantes, sino que se pretende ayudar a ellos a obtener un lugar digno donde puedan ofrecer y vender su mercancía sin dañar la imagen urbana de la ciudad.

La invasión del espacio público, no es solo cuestión de los(as) vendedores(as) ambulantes; también hacen parte de esta problemática la contaminación visual, auditiva, el mal parqueo de los carros en las calles y andenes y la exhibición de mercancía en las calles por parte de los vendedores formales.

Al haber desarrollado los objetivos y analizado los resultados obtenidos en la presente investigación, podemos afirmar que la mala imagen es una gran problemática la cual es percibida por la personas que visitan la ciudad así como de la población en general donde es importante resaltar que de no ser tratada seguirá contribuyendo al desorden y contaminación visual por lo cual es recomendable tomar acciones de mejora que sean de beneficio al patrimonio que nos identifica como ciudadanos de no ser así esto provocara un caos y seguirá en aumento haciendo ver la imagen de la zona céntrica de la ciudad como un mercado.

Para la investigación se plantearon una serie de supuestos, donde podemos decir por medio de los resultados, que la contaminación visual es uno de los efectos producidos por los puestos ambulantes y que estos además provocan desorden y una mala percepción que se produce en los habitantes que residen en la ciudad, así como también en quienes la visitan lo que contribuye al deterioro de la imagen urbana.

Finalmente, se han propuesto estrategias con acciones y recomendaciones dirigidas a la mejora de la zona céntrica, con el objetivo de tomar consciencia en los ciudadanos y capacitar a las autoridades en este tema, es deber ciudadano contribuir a la buena presentación de la ciudad que atraiga a los visitantes nacionales y extranjeros.



VIII. Recomendaciones

Después de haber realizado este estudio sobre los efectos de contaminación visual que causan los puestos ambulantes en la zona céntrica de la ciudad de Estelí podemos sugerir las siguientes recomendaciones:

1. Primeramente, que las autoridades tomen en cuenta la reubicación de estos puestos ambulantes, de manera que no exista saturación de estos en la zona céntrica de la ciudad.
2. Que las autoridades puedan tener un control de los puestos existentes para que estos no se sigan incrementado debido a que constantemente crece la población además existe aumento de vehículos.
3. Concientizar a los vendedores ambulantes mediante capacitaciones donde estén sometidos a conservar las condiciones higiénicas indispensables para el debido mantenimiento de sus puestos, presentación, aseo y limpieza.
4. Realizar lugares de demarcación con el objetivo de que los puestos ambulantes requieran de una mejor ubicación que no afecte el tránsito de las personas y vehículos.
5. Para asegurarse la adecuada circulación de peatones y vehículos, estos puestos deberán instalarse a una distancia de las esquinas, sin que se puedan instalar más de dos puestos por cada calle.
6. Que de los impuestos que se les cobra a los vendedores ambulantes se puedan utilizar para la mejora de la imagen de la zona céntrica de la ciudad, donde estos sean invertidos en botes de basura.
7. Solicitar la colocación de botes de basura cerca de los puestos, tratando de que haya botes en cada tramo de la calle.
8. Trata de educar a la población y a los turistas, para que respeten los botes de basura manteniéndolos en buen estado y dándoles el uso adecuado.
9. Que los propietarios de los negocios formales tomen consciencia de las contaminaciones visuales que generan al ubicar productos en la vía pública.
10. Tomar en cuenta la propuesta de estrategias que tiene como fin contribuir a la mejora de la imagen de la ciudad.



IX. Bibliografía

- Ardilla, H. y. (2010).
- Arias, L., & Torresse, E. (s.f.). *Gualaceo sin contaminacion visual*. Ecuador.
- Arias, L., & Torresse, E. (s.f.). *Gualaceo sin contaminacion visual*. Ecuador.
- Bembibre, C. (Junio de 2010). *Definicion ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/consumo.php>
- Bembibre, C. (Julio de 2009). *Definicion ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/ingresos.php>
- Bohórquez, A. P., Barreiro, J. G., & Martínez, N. F. (s.f.). *Aectacion del paisaje urbano por contaminación visual en el municipio de chíá departamento de cundinamarca en la ciudad de Bogotá, Colombia*. Bogotá, Colombia.
- Borrás, C. (2018). *Ecología Verde*. Obtenido de Contaminación visual: causas, consecuencias y soluciones: <https://www.ecologiaverde.com/contaminacion-visual-causas-consecuencias-y-soluciones-32.html>
- comerc, P. d. (2013). *xarxa afic*. Obtenido de <https://www.portalsedentaria-definicion-legaldelcomerciante.com/es/articulo/venta-no-Concepto.De>. (s.f.). Obtenido de <https://concepto.de/que-es-entrevista/>
- CuidatePlus. (04 de octubre de 2016). *CuidatePlus*. Obtenido de <https://cuidateplus.marca.com/enfermedades/psicologicas/estres.html>
- Definición MX*. (10 de 07 de 2014). Obtenido de Definición MX: <https://definicion.mx/espacio-publico/>
- Definiciona. (06 de Agosto de 2016). *Definiciona*. Obtenido de <https://definiciona.com/formalizar/>
- DGE, D. g. (2016). *DGE*.
- Duoc, B. (2018). *DuocUC*. Obtenido de DuocUC: <http://www.duoc.cl/biblioteca/crai/definicion-y-proposito-de-la-investigacion-aplicada>
- EcuRed. (02 de julio de 2014). *Via publica*. Obtenido de https://www.ecured.cu/V%C3%ADa_P%C3%BAblica
- Ejemplode.com, R. (2013). Obtenido de https://www.ejemplode.com/51-curriculum_vitae/2926-ejemplo_de_experiencia_laboral.html
- El Casc*. (s.f.). Obtenido de El casc.



- Explorable.com*. (septiembre de 2018). Obtenido de Explorable.com:
<https://explorable.com/es/muestreo-aleatorio>
- Gómez. (2011). *Propuesta de mejoramiento de la imagen urbana*.
- Gómez, & Andreia, C. (07 de 03 de 2016). *Hablemos de Neurociencia*. Obtenido de Hablemos de Neurociencia: <http://www.hablemosdeneurociencia.com/que-es-la-percepcion-visual/>
- Gonzalez, C. M. (2016). *EFFECTOS COMERCIALES CAUSADOS POR LAS VENTAS INFORMALES*. Pereira.
- Gorostiaga, J. (Octubre de 2012). *Facultad de Diseño y Comunicación*. Obtenido de Facultad de Diseño y Comunicación:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=1126
- Gutiérrez., H. J. (Agosto de 2009). *Planeación y Desarrollo Urbano*. Obtenido de Planeación y Desarrollo Urbano: <https://desarrollourbano.wordpress.com/imagen-urbana/>
- informal, M. e. (2013). Obtenido de <http://espanol.wiego.org/economiaiinformal/ocupaciones/venta-ambulante/>
- kluwer, w. (s.f.). *Diccionario empresarial* . Obtenido de Diccionario empresarial wolters kluwer:
http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNjSzMLtbLUouLM_DxbIwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAAIN4pDUAAAA=WKE
- Kluwer, W. (s.f.). *Diccionarios empresarial*. Obtenido de Wolters Kluwer:
http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASMTc0tDtbLUouLM_DxbIwMDS0NDQ3OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAFUuXnDUAAAA=WKE
- Llaurado, O. (12 de Diciembre de 2014). *netquest*. Obtenido de netquest:
<https://www.netquest.com/blog/es/la-escala-de-likert-que-es-y-como-utilizarla>
- Martínez, V. (2011). *Fundamentos de mercadeo*.
- Mejía Ricci, S. M. (09 de Julio de 2001). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc:
<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26890106>>
- Melgarejo, L. M. (1994). *Sobre el concepto de percepción. Alteridades [en línea]*. Recuperado el 27 de 06 de 2018, de Sobre el concepto de percepción. Alteridades [en línea]: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711353004>>
- Montaudón, R. A. (s.f.). *La imagen urbana y el patrimonio histórico*. Metepec.
- Mora, R. (30 de Junio de 2017). Calles de Estelí llena de vendedores ambulantes. *Hoy*.



- Mora, R. (20 de Junio de 2017). Concejal del PLI: anarquía en calles de Estelí. *La Prensa*, S.A.
- Morán, J. c. (s.f.). *Imagina Colima*. Obtenido de <http://imaginacolima.blogspot.com/2013/03/la-importancia-de-la-imagen-urbana-para.html>
- Mundo del infinito*. (s.f.). Obtenido de Mundo del infinito: <https://elmundoinfinito.com/guia-observacion>
- Municipal, I. N. (2011). *WebEstelí*. Obtenido de WebEstelí: <https://webesteli.wordpress.com/asi-es-esteli/>
- Navarro, J. (Julio de 2017). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/social/vendedor-ambulante.php>
- online, A. (2016). *Arista Arquitectura*. Obtenido de <https://www.aristaonline.net/distribucion-del-espacio/>
- pro, Q. (2018). *Question Pro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>
- Rodríguez., J. A. (2017). *Características y efectos de la contaminación visual*. San Lorenzo, Paraguay.
- Saldarriaga, J. M., vélez, c., & betancur, G. (2015). *Estrategia de mercado de vendedores ambulantes*.
- Secretaria de cultura, r. y. (06 de septiembre de 2013). Obtenido de <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/areas-de-trabajo/practicas-culturales/grupos-etarios>
- Sevilla, A. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/comercio.html>
- Sierra, A., & Guevara, O. (2016). *Contaminación visual en centros históricos: un problema estético y de valor social de las ciudades actuales*.
- Significados. (2013). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/beneficio/>
- Silais. (2019). Nicaragua.
- Suriaga, M. Y. (2013). *Mejoramiento de la imagen urbana*. Guayaquil-Ecuador.
- uchua, F. (septiembre de 2011). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/comunicacion/situacion.php>
- Uribe, C. B. (20 de Octubre de 2011). *Semana*. Obtenido de Semana: <https://www.semana.com/opinion/articulo/contaminacion-ambulante/248125-3>



Valdivia., D. G. (2008). *Enfoque descriptivo*.

Vélez, D. L. (s.f.). *Ponce Inter*. Obtenido de Ponce Inter:

<http://www.ponce.inter.edu/cai/Comite-investigacion/investigacion-cualitativa.html>

wiktionary. (s.f.). *wiktionary*. Obtenido de

<https://es.wiktionary.org/wiki/distracci%C3%B3n>

Wordpress. (09 de agosto de 2009). *Planeacion y desarrollo urbano*. Obtenido de

<https://desarrollourbano.wordpress.com/imagen-urbana/>



X. Anexos

Encuesta dirigida a vendedores de puestos ambulantes

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Encuesta

(Dirigida a vendedores de puestos ambulantes)

Buenos días/tardes, somos estudiantes de V año de la carrera de Mercadotecnia. El motivo de la encuesta es conocer los efectos de la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí en el primer trimestre del año 2019. Agradecemos por brindarnos un minuto de su tiempo al responder las siguientes preguntas donde la información que nos proporcione será utilizada para nuestro análisis.

Edad: Menos de 20 años 21 a 30 años 31 a 40 años Mayor a 41 años

Género M F

Nivel educativo: Básica Primaria Secundaria Estudios superiores Ninguno

Marque con una x la opción de su preferencia

1. ¿Es usted un vendedor ambulante?

Sí No

2. Señale el producto que más comercializa:

Accesorios Alimentos Frutas y verduras Otro señale

3. Las mejores ventas son realizadas en:

La mañana Medio día La tarde

4. ¿A qué hora inicia la atención al público?

De 6:00 am a 8:00 am De 8:01 am a 10:00 am De 10:01 am a 12:00 pm

5. ¿A qué hora termina la atención al público?

Antes de las 6:00 pm De las 6:01 pm a 8:00 pm Después de las 8:01

6. De las siguientes características, ¿Cuál considera usted que es el factor, para que los clientes le compren?



Ubicación Buena atención Comodidad Precio

7. ¿Por cuantas personas se compone su núcleo familiar?

De 1 a 3 personas De 4 a 6 personas De 7 a 9 personas Más de 10 personas

8. Con sus ingresos contribuye:

Sostenimiento del hogar Sustento personal Ingresos adicionales

9. ¿Cuánto lleva en la actividad de vendedor?

De 1 a 3 años De 4 a 6 años De 7 a 9 años Mas de 10 años

10. ¿Qué piensa usted acerca de tantos vendedores ambulantes en la zona céntrica de la ciudad?

Ocupan el espacio público Mucho desempleo Falta de estudi Prefieren la independencia

11. ¿Considera que la ubicación de su puesto afecta a los peatones o al parqueo?

Sí No

12. Si su respuesta anterior es si, ¿De qué manera considera que les afecta?

Por la dificultad de señalización Por obstruir el espacio público

En la Contaminación ambiental que estos generan Debido a la Mala higiene

Otro Señale:

13. ¿Considera que el ubicarse a orillas de la calle provoca una mala imagen para la zona céntrica de la ciudad?

Sí No

14. ¿Le gustaría formalizar su negocio en algún momento?

Sí No

¡Muchas Gracias Por Su Colaboración!



Entrevista a propietarios de Negocios Formales

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Entrevista Dirigida a los dueños de negocios Formales

Somos estudiantes de la carrera de Mercadotecnia de la modalidad Nocturno, en la Facultad Regional Multidisciplinaria (FAREM- Estelí). Actualmente realizamos una investigación para conocer los efectos del Street marketing (Puestos ambulantes) en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí.

El objetivo es recolectar información necesaria y confiable referente al tema de investigación el cual permita dar respuesta a los objetivos planteados.

Datos generales

Nombre del local

1. ¿Cuántos años lleva funcionando en este negocio?, ¿Qué producto comercializa?
2. ¿Cuál considera usted que es la razón para que los clientes le compren?
3. ¿A qué hora inicia la atención al público y a qué hora termina?
4. ¿Los comerciantes informales tienen productos que usted ofrece?
5. ¿Cree usted que los vendedores ambulantes afectan el desarrollo de su negocio?, Si su respuesta es positiva en forma general, ¿De qué manera piensa que estos puestos ambulantes afectan a su negocio local?
6. ¿Cree que estos puestos ambulantes perjudican la imagen tanto de los negocios formales como de la ciudad? ¿Por qué?
7. ¿Considera que existe una imagen deteriorada en la zona céntrica de la ciudad debido a los puestos ambulantes?
8. ¿De qué manera, según su apreciación esta situación afecta a las personas que transitan en esta zona?
9. ¿Qué ventajas o desventajas encuentra de los puestos ambulantes?
10. ¿Cómo visualiza usted el futuro de la ciudad si no se trata esta problemática?
11. Según su opinión, ¿Cuáles podrían ser las posibles soluciones a este problema registrado en la ciudad?



Guía de observación



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Guía de observación.

(Dirigida a los puestos ambulantes)

N°	Acciones a evaluar	Registro de cumplimiento		Observaciones
		SI	NO	
1	Obstrucción de las vías de circulación.			
2	Provocan Distracción.			
3	Carencia de parqueo			
4	Poco espacio en los andenes.			
5	Afecta estéticamente la imagen de la ciudad			
6	Estrés por obstrucción al paso.			
7	Perturba la visibilidad.			
8	Aumento de basura.			
9	Mal olor en las calles.			



Encuestas a visitantes de la ciudad.

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria, Estelí



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Encuesta

(Dirigida a visitantes de la ciudad)

Buenos días/tardes, somos estudiantes de V año de la carrera de Mercadotecnia. El motivo de la encuesta es conocer los efectos de la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí en el primer trimestre del año 2019. Agradecemos por brindarnos un minuto de su tiempo al responder las siguientes preguntas donde la información que nos proporcione será utilizada para nuestro análisis.

Edad 18 a 22 años 23 a 27 años 28 a 32 años 33 a más

Género M F

Lugar de Procedencia:

Marque con una x la opción de su preferencia

1. ¿Usted frecuenta la zona céntrica de la ciudad de Estelí?

Sí No

2. ¿Ha notado la presencia de puestos ambulantes en la zona céntrica de la ciudad?

Sí No

3. Ha consumido/ comprado alguna vez en los puestos ambulantes situados en la zona céntrica de la ciudad?

Sí No

4. Si su respuesta anterior fue Si, ¿Porque compra en estos puestos?

Precio Fácil acceso del producto Calidad del producto

5. Si compra en estos puestos, ¿A qué hora realiza las compras en este sector?

De 7:00 am a 12:00 pm 12:01 pm a 2:00 pm De 2:01 a 6:00 pm



6. Cuál es el producto que más compra:

Frutas y verduras Alimentos Accesorios Celulares

7. ¿Cree usted que exista contaminación visual (Definición: todo aquello que afecta la visualización de algún sitio afectando su estética) debido a los puestos ambulantes situados en la zona céntrica de ciudad?

Sí No

8. Considera que la distribución de estos puestos en la zona céntrica de la ciudad es:

Muy buena Buena Mala

9. ¿Considera que las ubicaciones de estos puestos generan desorden en el espacio público?

Sí No

10. Considera que los puestos ambulantes ubicados en la zona céntrica de la ciudad de Estelí provocan: (Marque al menos 2 opciones)

Mala imagen de la ciudad Dificultad de señalización
Aumento de la desorganización Obstrucción en el espacio publico
Mala higiene

11. ¿Qué percepción tiene usted como visitante acerca de los puestos ambulantes expuestos en la zona céntrica de la ciudad?

Desorden en las calles de mayor circulación
Aumento de basura
Mal olor en las calles
Dificultad de señalización

12. ¿Cree usted que los puestos ambulantes provocan una imagen desfavorable a la ciudad?

Sí No

13. ¿Por qué cree que existe el comercio informal de vendedores ambulantes?

Desempleo Falta de educación Falta de organización

14. ¿Cree usted que es necesario aplicar un proyecto que cambie visualmente la zona céntrica de la ciudad de Estelí disminuyendo la mala imagen de la misma?

Sí No

¡Gracias por su colaboración!



Escala Likert



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Escala Likert

(Dirigida a los peatones - población en general)

	1. Totalmente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Indiferente	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
Los puestos ambulantes contribuyen a que el cliente tenga fácil acceso del producto que busca.					
Los puestos ambulantes contribuyen al cliente a realizar una compra rápida.					
Los puestos ambulantes provocan tránsito lento para peatones, así como para vehículos.					
Los puestos ambulantes ocasionan incomodidad al peatón que se transporta en hora pico.					
Los puestos ambulantes generan para el peatón falta de espacio para desplazarse en las aceras.					
Los puestos ambulantes ocasionan carencia de parqueo para el peatón.					
Los puestos ambulantes provocan que los peatones tengan una imagen deteriorada de la ciudad.					



Entrevistas realizadas a negocios formales

Entrevista N°1

Nombre del entrevistado: Luis Amado Briones

Nombre del local: Repuestos Briones.

Entrevista N°2

Nombre del entrevistado: Luis Carlos Ramírez.

Nombre del local: Tienda Ortiz.

Entrevista N°3

Nombre del entrevistado: Paola Vázquez.

Nombre del local: Variedades Cris y Ale.

Entrevista N°4

Nombre del entrevistado: José Luis Moreno.

Nombre del local: Pío Rico.

Entrevista N°5

Nombre del entrevistado: Eskarleth López.

Nombre del local: Pard.

Entrevista N°6

Nombre del entrevistado: José Andrés Rugama.

Nombre del local: Shar-Bry



Entrevista N°7

Nombre del entrevistado: Roberto Andrés Solís.

Nombre del local: Barbería Ideal.

Entrevista N°8

Nombre del entrevistado: Meyling Picado.

Nombre del local: Textiles Hamza.

Entrevista N°9

Nombre del entrevistado: Karen Moran.

Nombre del local: Tienda Actualidades.



N°	Pregunta	Respuesta del entrevistado N° 1	Palabras claves o categorías	Análisis de acuerdo a la concurrencia de palabras
1	¿Cuántos años lleva funcionando en este negocio?, ¿Qué producto comercializa?	Llevo 55 años en el mercado y comercializo repuestos automotrices.	Funcionamiento	Lleva 55 años en el mercado comercializando repuestos automotrices
2	¿Cuál considera usted que es la razón para que los clientes le compren?	1. Calidad del producto 2. Precios accesibles 3. Ofrecer un servicio diferenciado	Razón de compra	Las razones para que adquieran sus productos, es debido a la calidad, sus precios y ofrece un servicio diferenciado a los demás.
3	¿A qué hora inicia la atención al público y a qué hora termina?	Inicia a las 8:00 am y termina a las 5:30 pm	Atención	El horario de atención Inicia a las 8:00 am y termina a las 5:30 pm
4	¿Los comerciantes informales tienen productos que usted ofrece?	Realmente No.	Ofrece	Considera que los productos que el comercializa estos puestos no los tienen
5	¿Cree usted que los vendedores ambulantes afectan el desarrollo de su negocio?, Si su respuesta es positiva en forma general, ¿De qué manera piensa que estos puestos ambulantes afectan a su negocio local?	Sí, porque están establecidos en las calles y en las aceras el cual impide el acceso a nuestro establecimiento además del parqueo.	Desarrollo	Considera que afecta al desarrollo ya que estos puestos están establecidos en las calles y en las aceras el cual impide el acceso al establecimiento además del parqueo, ya que se ubican casi enfrente de ellos
6	¿Cree que estos puestos	Si, los perjudica porque además de ser	Perjudican	Perjudica ya que además de ser



	ambulantes perjudican la imagen tanto de los negocios como de la ciudad? ¿Por qué?	competencia para algunos negocios formales el estado o la alcaldía no perciben ningún ingreso de algunos de ellos.		competencia para algunos negocios formales el estado o la alcaldía no perciben ningún ingreso de algunos de ellos, ya que, a muchos de estos vendedores ambulantes, no hacen pagos en la alcaldía, y es algo que a los vendedores formales disgusta mucho.
7	¿Considera que existe una imagen deteriorada en la zona céntrica de la ciudad debido a los puestos ambulantes?	Definitivamente sí, porque da una imagen de una ciudad desordenada.	Imagen Deteriorada	Estos puestos dan una imagen de una ciudad desordenada, ya que hay muchos y no hay orden.
8	¿De qué manera, según su apreciación esta situación afecta a las personas que transitan en esta zona?	Porque han llegado al punto de invadir las aceras donde supuestamente las personas deben transitar además de que invaden las calles donde transitan vehículos, autobuses, motos y bicicletas.	Transitan	Debido a que están ubicados en plenas aceras donde estas son destinadas para que las personas puedan transitar, además muchos de ellos invaden las calles donde transitan vehículos, autobuses, motos y bicicletas, provocando tránsito lento.
9	¿Qué ventajas o desventajas encuentra de los puestos ambulantes?	Ventajas: Ninguna Desventajas: Obstruyen el libre tráfico de vehículos y peatones creando paro de tránsito que a veces se alarga por horas. Obligan al peatón abandonar las aceras y tener que transitar por la calle lo que ha ocasionado accidentes en consecuencia de estos lesionados (ciertos casos gravemente).	Ventajas/Desventajas	Estos puestos no brindan ninguna ventaja ya que obstruyen el libre tráfico de vehículos y peatones creando paro de tránsito que a veces se alarga por horas. Obligan al peatón abandonar las aceras y tener que transitar por la calle lo que ha ocasionado



		Al abandonar sus puestos ambulantes dejan sucias las calles y aceras.		accidentes en consecuencia de estos lesionados (ciertos casos gravemente). Al abandonar sus puestos ambulantes dejan sucias las calles y aceras.
10	¿Cómo visualiza usted el futuro de la ciudad si no se trata esta problemática?	Considero que va llegar un momento en que el centro de la ciudad se va volver un mercado público porque cada vez se están posicionando más puestos es decir en los últimos 5 años ha incrementado la cantidad de estos.	Problemática	La ciudad puede llegar a un momento en que el centro de la ciudad se va volver un mercado público, ya que cada día van aumentando estos puestos es decir en los últimos 5 años ha incrementado la cantidad de estos
11	Según su opinión, ¿Cuáles podrían ser las posibles soluciones a este problema registrado en la ciudad?	Reubicarlos buscarles un previo para organizarlos. Un lugar donde la población pueda tener acceso de ellos. La alcaldía municipal tiene que tomar su medida al ser la autoridad de ordenar la ciudad.	Soluciones	Se propone reubicar estos puestos y un espacio para organizarlos, un lugar donde la población pueda tener siempre el acceso de ellos. Para esto debe hacerse cargo la alcaldía municipal tiene que tomar su medida al ser la autoridad de ordenar la ciudad.



N°	Pregunta	Respuesta del entrevistado N°2	Palabras claves o categorías	Análisis de acuerdo a la concurrencia de palabras.
1	¿Cuántos años lleva funcionando en este negocio?, ¿Qué producto comercializa?	Llevo aproximadamente 12 años y comercializó ropa y calzado.	Funcionamiento	Lleva aproximadamente 12 años comercializando ropa y calzado.
2	¿Cuál considera usted que es la razón para que los clientes le compren?	Calidad Precio Buena atención.	Razón de compra	Las razones para que adquieran sus productos, es debido a la calidad, sus precios y ofrece una buena atención
3	¿A qué hora inicia la atención al público y a qué hora termina?	Inicia a las 09:00 am y termina a las 7:00 pm	Atención	El horario de atención inicia a las 09:00 am y termina a las 7:00 pm
4	¿Los comerciantes informales tienen productos que usted ofrece?	No.	Ofrece	Este negocio no considera que sus mismos productos sean ofertados por estos puestos
5	¿Cree usted que los vendedores ambulantes afectan el desarrollo de su negocio?, Si su respuesta es positiva en forma general, ¿De qué manera piensa que estos puestos	Realmente No.	Desarrollo	No se cree que realmente afecten a su negocio probablemente no tenga ningún puesto cerca que afecte la visibilidad de el



	ambulantes afectan a su negocio local?			
6	¿Cree que estos puestos ambulantes perjudican la imagen tanto de los negocios formales como de la ciudad? ¿Por qué?	Pienso que perjudica más a la ciudad debido a que ocupan la calle céntrica.	Perjudican	El uso de estos puestos perjudica más a la ciudad debido a que estos puestos ocupan la calle céntrica.
7	¿Considera que existe una imagen deteriorada en la zona céntrica de la ciudad debido a los puestos ambulantes?	Si existe una imagen deteriorada, pero al final todos tienen derecho.	Imagen Deteriorada	La ubicación de estos puestos provoca una imagen deteriorada de la ciudad, pero todos tienen derecho de salir adelante.
8	¿De qué manera, según su apreciación esta situación afecta a las personas que transitan en esta zona?	Debido a que hay saturación de ellos y pues hay impedimento de caminar por las aceras.	Transitan	Existen una amplia saturación de estos puesto y debido a ello hay impedimento de caminar por las aceras.
9	¿Qué ventajas o desventajas encuentra de los puestos ambulantes?	Ventajas ninguna y desventajas pues la falta de visibilidad.	Ventajas/Desventajas	Estos puestos provocan falta de visibilidad al estar ubicados en la zona central
10	¿Cómo visualiza usted el futuro de la ciudad si no se trata esta problemática?	Sería como el oriental un desorden.	Problemática	Se espera llegue pronto la calle central en convertirse en un mercado



11	Según su opinión, ¿Cuáles podrían ser las posibles soluciones a este problema registrado en la ciudad?	Un mercado concentrado.	Soluciones	Se considera, brindarles mejor organización en un solo punto.



N°	Pregunta	Respuesta del entrevistado N° 3	Palabras claves o categorías	Análisis de acuerdo a la concurrencia de palabras.
1	¿Cuántos años lleva funcionando en este negocio?, ¿Qué producto comercializa?	8 años y comercializó ropa y cosméticos.	Funcionamiento	Llevar en el mercado 8 años comercializando ropa y cosméticos.
2	¿Cuál considera usted que es la razón para que los clientes le compren?	Calidad del producto y precio.	Razón de compra	Considera que las razones de compra son por la calidad del producto y su precio
3	¿A qué hora inicia la atención al público y a qué hora termina?	Inicia 8: 30 am y termina a las 6:30 pm.	Atención	Sus horarios de atención inician a las 8: 30 am y termina a las 6:30 pm.
4	¿Los comerciantes informales tienen productos que usted ofrece?	No.	Ofrece	Este negocio no considera que sus mismos productos sean ofertados por estos puestos
Es	¿Cree usted que los vendedores ambulantes afectan el desarrollo de su negocio?, Si su respuesta es positiva en forma general, ¿De qué manera piensa que estos puestos ambulantes	No de ninguna manera.	Desarrollo	No se cree que realmente afecten a su negocio probablemente no tenga ningún puesto cerca que afecte la visibilidad de el



	afectan a su negocio local?			
6	¿Cree que estos puestos ambulantes perjudican la imagen tanto de los negocios formales como de la ciudad? ¿Por qué?	De los negocios no pero si de la ciudad debido a que no hay espacio para caminar debido a que ocupan las aceras.	Perjudican	Afectan mayormente a la imagen de la ciudad debido que están mal ubicados en la zona céntrica y ocupan las aceras,
7	¿Considera que existe una imagen deteriorada en la zona céntrica de la ciudad debido a los puestos ambulantes?	Si, debido a que no hay espacio y la ciudad ha perdido su estética.	Imagen Deteriorada	La imagen deteriorada de la ciudad es debido a que no hay espacio y esto hace que pierda estética
8	¿De qué manera, según su apreciación esta situación afecta a las personas que transitan en esta zona?	No hay espacio para caminar debido a que ocupan las aceras.	Transitan	Estos puestos afectan debido a que no espacio para la que las personas transiten libremente debido a que están ubicados en las aceras
9	¿Qué ventajas o desventajas encuentra de los puestos ambulantes?	Ventajas: Menos personas desempleadas. Desventajas: obstrucción del espacio público y desorganización.	Ventajas/Desventajas	La existencia de estos puestos es debido a la falta de empleo y es una opción viable a la hora de querer salir adelante, pero al estar ubicados desorganizadamente provocan obstrucción del espacio publico
10	¿Cómo visualiza usted el futuro de la ciudad si no se trata esta problemática?	Debido a que ellos están en las orillas de las calles más accidentes, falta de estética, menos espacio de parqueo, más basura y desorganización.	Problemática	Al estar ubicados en las orillas de las calles, pueden provocar más accidentes de tránsito,



11	Según su opinión, ¿Cuáles podrían ser las posibles soluciones a este problema registrado en la ciudad?	Que la alcaldía los organice en la ciudad, pagar impuestos y que los ubiquen en algún lugar que la alcaldía pueda ofrecer.	Soluciones	La manera de solucionar este problema es que la alcaldía los organice en la ciudad, regule sus responsabilidades como es el pagar impuestos y que los ubiquen en algún lugar que la alcaldía pueda ofrecer
----	--	--	------------	--



N°	Pregunta	Respuesta del entrevistado N° 4	Palabras claves o categorías	Análisis de acuerdo a la concurrencia de palabras.
1	¿Cuántos años lleva funcionando en este negocio?, ¿Qué producto comercializa?	5 meses y se comercializa todo lo derivado de pollo.	Funcionamiento	5 meses comercializando todo lo derivado de pollo.
2	¿Cuál considera usted que es la razón para que los clientes le compren?	La calidad del producto y muchas veces el precio.	Razón de compra	Considera que las razones de compra son por la calidad del producto y su precio
3	¿A qué hora inicia la atención al público y a qué hora termina?	De 11:00 am a 10:00 pm.	Atención	Sus horarios de atención son De 11:00 am a 10:00 pm.
4	¿Los comerciantes informales tienen productos que usted ofrece?	No	Ofrece	Este negocio no considera que sus mismos productos sean ofertados por estos puestos
5	¿Cree usted que los vendedores ambulantes afectan el desarrollo de su negocio?, Si su respuesta es positiva en forma general, ¿De qué manera piensa que estos puestos ambulantes	Pues en realidad No.	Desarrollo	No se cree que realmente afecten a su negocio probablemente no tenga ningún puesto cerca que afecte la visibilidad de el



	afectan a su negocio local?			
6	¿Cree que estos puestos ambulantes perjudican la imagen tanto de los negocios formales como de la ciudad? ¿Por qué?	Si a los negocios situados frente a ellos y de la ciudad por falta de higiene además que obstruyen toda la zona céntrica.	Perjudican	Perjudican a los negocios situados frente a ellos y de la ciudad porque existe una falta de higiene, además de que obstruyen toda la zona céntrica, provocando circulación lenta
7	¿Considera que existe una imagen deteriorada en la zona céntrica de la ciudad debido a los puestos ambulantes?	Si.	Imagen Deteriorada	La existencia de los puestos provoca una imagen deteriorado de la ciudad
8	¿De qué manera, según su apreciación esta situación afecta a las personas que transitan en esta zona?	Debido a que se hace mucho más difícil el tránsito y están más prospectos a accidentes.	Transitan	Estos puestos afectan debido a que se hace mucho más difícil el tránsito y están más prospectos a accidentes.
9	¿Qué ventajas o desventajas encuentra de los puestos ambulantes?	Ventaja: El producto se ve más es decir está a disposición del cliente. Desventajas: Falta de transito además de la mala higiene	Ventajas/Desventajas	La existencia de estos puestos permite que el producto se vea más es decir está a disposición del cliente. Pero debido a que están ubicados en aceras existe una falta de transito además de la mala higiene
10	¿Cómo visualiza usted el futuro de la ciudad si no se trata esta problemática?	Muchas personas tomándose las calles obstruyendo el paso de la gente y dándole mala imagen a los negocios que están cerca o frente a ellos.	Problemática	Habrà una mayor obstrucción provocando una circulación lenta y darà mala imagen a los negocios que están cerca o frente a ellos.
11	Según su opinión, ¿Cuáles	Tener un punto específico y no tomar las calles que no son debidas para eso.	Funcionamiento	Brindarles punto específico y no tomar



	podrían ser las posibles soluciones a este problema registrado en la ciudad?			las calles que no son debidas para eso.
--	--	--	--	---



N°	Pregunta	Respuesta del entrevistado N°5	Palabras claves o categorías	Análisis de acuerdo a la concurrencia de palabras
1	¿Cuántos años lleva funcionando en este negocio?, ¿Qué producto comercializa?	8 meses y se comercializa el calzado.	Funcionamiento	8 meses comercializando todo lo que es calzado
2	¿Cuál considera usted que es la razón para que los clientes le compren?	Calidad.	Razón de compra	Considera que las razones de compra son por la calidad del producto que ofertan
3	¿A qué hora inicia la atención al público y a qué hora termina?	De 9:00 am a 7:00 pm	Atención	Sus horarios de atención son De 9:00 am a 7:00 pm.
4	¿Los comerciantes informales tienen productos que usted ofrece?	No	Ofrece	Este negocio no considera que sus mismos productos sean ofertados por estos puestos
5	¿Cree usted que los vendedores informales afectan el desarrollo de su negocio?, Si su respuesta es positiva en forma general, ¿De qué manera piensa que estos puestos ambulantes afectan a su negocio local?	No	Desarrollo	No se cree que realmente afecten a su negocio probablemente no tenga ningún puesto cerca que afecte la visibilidad de el
6	¿Cree que estos puestos ambulantes perjudican la imagen tanto de los negocios formales como de la ciudad? ¿Por qué?	De los negocios no pero si de la ciudad debido a la obstrucción al espacio público.	Perjudican	Afectan mayormente a la imagen de la ciudad debido que están mal ubicados en la zona céntrica y ocupan las aceras,



7	¿Considera que existe una imagen deteriorada en la zona céntrica de la ciudad debido a los puestos ambulantes?	Si	Imagen Deteriorada	La existencia de los puestos provoca una imagen deteriorada de la ciudad
8	¿De qué manera, según su apreciación esta situación afecta a las personas que transitan en esta zona?	Debido a la falta de libre circulación.	Transitan	Estos puestos afectan debido a la falta de libre circulación, existente por estos puestos.
9	¿Qué ventajas o desventajas encuentra de los puestos ambulantes?	Ventajas ninguna y desventajas la falta de libre circulación para el peatón y carencia de parqueo.	Ventajas/Desventajas	Estos puestos no brindan ninguna ventaja ya que por la existencia de ellos no existe una libre circulación para el peatón y hay poco espacio para parqueo.
10	¿Cómo visualiza usted el futuro de la ciudad si no se trata esta problemática?	Menor circulación tanto para las personas que no poseen vehículos como para los que tienen.	Problemática	En un futuro existirá una menor circulación tanto para las personas que no poseen vehículos como para los que tienen.
11	Según su opinión, ¿Cuáles podrían ser las posibles soluciones a este problema registrado en la ciudad?	Que les den un módulo.	funcionamiento	Que les brinden un puesto formal y de esta manera ya no estarán ubicados en la calle



Nº	Pregunta	Respuesta del entrevistado N°6	Palabras claves o categorías	Análisis de acuerdo a la concurrencia de palabras.
1	¿Cuántos años lleva funcionando en este negocio?, ¿Qué producto comercializa?	15 años y se comercializa ropa usada o de segunda mano.	Funcionamiento	15 años comercializando ropa usada o de segunda mano.
2	¿Cuál considera usted que es la razón para que los clientes le compren?	Les ofrecemos la mejor calidad.	Razón de compra	Considera que las razones de compra son por la calidad del producto y su precio
3	¿A qué hora inicia la atención al público y a qué hora termina?	De 8:00 am a 6:00 pm.	Atención	Sus horarios de atención son de 8:00 am a 6:00 pm.
4	¿Los comerciantes informales tienen productos que usted ofrece?	No.	Ofrece	Este negocio no considera que sus mismos productos sean ofertados por estos puestos
5	¿Cree usted que los vendedores ambulantes afectan el desarrollo de su negocio?, Si su respuesta es positiva en forma general, ¿De qué manera piensa que estos puestos ambulantes	No.	Desarrollo	No se cree que realmente afecten a su negocio probablemente no tenga ningún puesto cerca que afecte la visibilidad de el



	afectan a su negocio local?			
6	¿Cree que estos puestos ambulantes perjudican la imagen tanto de los negocios formales como de la ciudad? ¿Por qué?	Del negocio no, pero si de la ciudad debido a su mala ubicación.	Perjudican	Perjudican la imagen de la ciudad debido a su mala ubicación ya que estas son a orillas de las calles y aceras.
7	¿Considera que existe una imagen deteriorada en la zona céntrica de la ciudad debido a los puestos ambulantes?	No, porque hay puestos aseados y pues no estorban para nada.	Imagen Deteriorada	No demuestran falta de Higiene y en ocasiones no afectan el tránsito.
8	¿De qué manera, según su apreciación esta situación afecta a las personas que transitan en esta zona?	Debido a la obstrucción.	Transitan	Esto es debido a la obstrucción ya que ocupan las aceras.
9	¿Qué ventajas o desventajas encuentra de los puestos ambulantes?	Ventajas: Si ellos están situados frente a mi negocio el cliente de ellos se para, observa hacia nosotros y le puede atraer algunos de los productos que nosotros ofrecemos así el cliente entra. Desventaja: Ninguna.	Ventajas/Desventajas	En ocasiones al estar situados frente al negocio el cliente de ellos se para, observa hacia nosotros y le puede atraer algunos de los productos que nosotros ofrecemos así el cliente entra.
10	¿Cómo visualiza usted el futuro de la ciudad si no se trata esta problemática?	Realmente en particular yo no veo que sea algo que no ayuda a la ciudad realmente es algo que nos ayuda pero no descarto de que ellos tengan un espacio donde ubicarse.	Problemática	No se ve como algo que realmente afecte a la ciudad muchas veces es algo que nos ayuda, pero no se descarta la idea de que ellos tengan un espacio donde ubicarse.
11	Según su opinión, ¿Cuáles podrían ser las	Encontrar un espacio para ubicarlos es decir una parte donde pudieran estar todos	Funcionamiento	Brindarles un espacio para ubicarlos es decir una parte donde pudieran estar todos



	posibles soluciones a este problema registrado en la ciudad?	tener un solo punto y no así de que hay uno aquí y el otro por allá es decir más organizados que los pudieran ubicar por lo menos acá en la ciudad de Estelí en la calle central donde hay más comercio ocupar por lo menos una calle para que estén todos ordenados y así la gente pueda ir a un solo punto.		tener un solo punto y no así de que hay uno aquí y el otro por allá es decir más organizados que los pudieran ubicar por lo menos acá en la ciudad de Estelí en la calle central donde hay más comercio ocupar por lo menos una calle para que estén todos ordenados y así la gente pueda ir a un solo punto.
--	--	---	--	---



N°	Pregunta	Respuesta del entrevistado N°7	Palabras claves o categorías	Análisis de acuerdo a la concurrencia de palabras
1	¿Cuántos años lleva funcionando en este negocio?, ¿Qué producto comercializa?	Llevo 35 años en el mercado y pues me dedico a realizar cortes de cabello y los productos que utilizo son Talco Gel y colonia.	Funcionamiento	Lleva 35 años en el mercado dedicándose a realizar cortes de cabello.
2	¿Cuál considera usted que es la razón para que los clientes le compren?	En primer lugar, el servicio que se les brinda y el reconocimiento de mi trabajo.	Razón de compra	Las razones para que adquieran sus productos, es debido al servicio de calidad que brinda y su reconocido trabajo
3	¿A qué hora inicia la atención al público y a qué hora termina?	De 8:00 am a 6:00 pm	Atención	El horario de atención inicia de 8:00 am a 6:00 pm.
4	¿Los comerciantes informales tienen productos que usted ofrece?	No	Ofrece	Considera que los productos que el comercializa estos puestos no los tienen
5	¿Cree usted que los vendedores ambulantes afectan el desarrollo de su negocio?, Si su respuesta es positiva en forma general, ¿De qué manera piensa que estos puestos ambulantes	Claro que si, en primer lugar, porque obstaculizan la vía publica el que viene a parquearse no halla parqueo a veces vienen y tienen que irse y regresar en otra ocasión pierden tiempo.	Desarrollo	Considera que afecta al desarrollo ya que estos puestos están establecidos en las calles y en las aceras el cual impide el acceso al establecimiento además del parqueo, ya que se ubican casi enfrente de ellos, el que viene a parquearse no halla parqueo a veces vienen y tienen que irse y regresar en otra ocasión pierden tiempo



	afectan a su negocio local?			
6	¿Cree que estos puestos ambulantes perjudican la imagen tanto de los negocios formales como de la ciudad? ¿Por qué?	A todo el mundo en general porque dan mal aspecto y obstaculizan la vía pública.	Perjudican	Afectan a cada ciudadano ya que estos provocan un mal aspecto y sobre todo obstaculizan la vía pública.
7	¿Considera que existe una imagen deteriorada en la zona céntrica de la ciudad debido a los puestos ambulantes?	Si	Imagen Deteriorada	La existencia de los puestos provoca una imagen deteriorada de la ciudad
8	¿De qué manera, según su apreciación esta situación afecta a las personas que transitan en esta zona?	Afecta en todos los aspectos hay un desorden y ocupan las aceras sacan sus productos a las aceras ocupando todo el tránsito peatonal y hay empresas formales que ocupan al igual las calles por ejemplo la empresa claro o movistar que en vez de ocupar el lugar adecuado ocupan las aceras entonces eso obstaculiza el tráfico vehicular y el tránsito peatonal	Transitan	Estos puestos afectan a la población ya que hay un desorden y ocupan las aceras sacan sus productos a las aceras ocupando todo el tránsito peatonal y hay empresas formales que ocupan al igual las calles por ejemplo la empresa claro o movistar que en vez de ocupar el lugar adecuado ocupan las aceras entonces eso obstaculiza el tráfico vehicular y el tránsito peatonal
9	¿Qué ventajas o desventajas encuentra de los puestos ambulantes?	Ventajas: Ninguna. Desventajas: Obstaculizan el libre tránsito de los peatones y de la clientela además del mal aspecto que dan a las calles	Ventajas/Desventajas	Estos puestos no brindan ninguna ventaja ya que obstaculizan el libre tránsito de los peatones y de la clientela además del mal aspecto que dan a las calles.



10	¿Cómo visualiza usted el futuro de la ciudad si no se trata esta problemática?	Caótica	Problemática	Se visualiza una ciudad Caótica, debido al aumento desorganizado de estos puestos
11	Según su opinión, ¿Cuáles podrían ser las posibles soluciones a este problema registrado en la ciudad?	Que las autoridades ordenaran y buscar el lugar adecuado para que no ocupen la vía pública	Soluciones	Se debería regular el orden y buscarles un lugar adecuado para que no ocupen la vía pública



N°	Pregunta	Respuesta del entrevistado N°8	Palabras claves o categorías	Análisis de acuerdo a la concurrencia de palabras
1	¿Cuántos años lleva funcionando en este negocio?, ¿Qué producto comercializa?	Aproximadamente 2 años y se comercializa ropa y calzado.	funcionamiento	Lleva aproximadamente 2 años comercializando ropa y calzado.
2	¿Cuál considera usted que es la razón para que los clientes le compren?	Atención. Variedad. Exhibición.	Razón de compra	Las razones para que adquieran sus productos, es debido a la calidad, sus precios y ofrece un servicio diferenciado a los demás
3	¿A qué hora inicia la atención al público y a qué hora termina?	Comienza a las 8:00 de la mañana y termina a las 6:00 de la tarde.	Atención	El horario de atención es de 8:00 de la mañana y termina a las 6:00 de la tarde.
4	¿Los comerciantes informales tienen productos que usted ofrece?	No	Ofrece	Considera que los productos que el comercializa estos puestos no los tienen
5	¿Cree usted que los vendedores ambulantes afectan el desarrollo de su negocio?, Si su respuesta es positiva en forma general, ¿De qué manera piensa que estos puestos ambulantes afectan a su negocio local?	Si porque ellos no pagan alquiler no pagan impuestos.	Desarrollo	Considera que afecta al desarrollo ya que estos puestos no pagan alquiler no pagan impuestos, y aparte de eso obstruyen el paso.



6	¿Cree que estos puestos ambulantes perjudican la imagen tanto a los negocios formales como de la ciudad? ¿Por qué?	Si porque ellos ocupan las aceras no permiten la libre circulación de las personas aparte de que se ocupan de tapar los negocios que están formalmente establecidos. Además, crean un desorden en la zona céntrica de la ciudad. Ellos son desordenados, contaminan bastante lo que es la ciudad.	Perjudican	Estos puestos ocupan las aceras y esto no permite la libre circulación de las personas, de igual manera se ocupan de tapar los negocios que están formalmente establecidos. Además, crean un desorden en la zona céntrica de la ciudad. Ellos son desordenados, contaminan bastante lo que es la ciudad.
7	¿Considera que existe una imagen deteriorada en la zona céntrica de la ciudad debido a los puestos ambulantes?	Si	Imagen deteriorada	La existencia de los puestos provoca una imagen deteriorada de la ciudad
8	¿De qué manera, según su apreciación esta situación afecta a las personas que transitan en esta zona?	Debido a que ocupan las aceras y no permiten la libre circulación de las personas.	Transitan	Esto afecta debido a que ocupan ampliamente las aceras que deben ser ocupadas para la libre circulación de la población
9	¿Qué ventajas o desventajas encuentra de los puestos ambulantes?	Las desventajas es que tapan el local además de que ellos tienen precios más bajos y ventaja ninguna.	Ventajas/Desventajas	Al estar situados frente al negocio obstruyen la visibilidad y la entrada de los clientes, y en ocasiones estos puestos ofrecen un mismo producto a un precio más bajo
10	¿Cómo visualiza usted el futuro de la ciudad si no se	Gente con más negocios ambulantes aumentándose en la calles.	Problemática	Se visualiza el aumento de puestos ambulantes, provocando mayor



	trata esta problemática?			desorden ya que nadie regula la ubicación de estos
11	Esto afecta debido a que ocupan ampliamente las aceras que deben ser ocupadas para la libre circulación de la población Según su opinión, ¿Cuáles podrían ser las posibles soluciones a este problema registrado en la ciudad?	Crearles un lugar especial a ellos.	funcionamiento	Brindarles un lugar adecuado de modo que no les afecte a ellos.



N°	Pregunta	Respuesta del entrevistado N°9	Palabras claves o categorías	Análisis de acuerdo a la concurrencia de palabras
1	¿Cuántos años lleva funcionando en este negocio?, ¿Qué producto comercializa?	1 año y medio y se comercializa lo que es tela.	Funcionamiento	Llevan en el mercado 1 ½ año en el mercado comercializando tela.
2	¿Cuál considera usted que es la razón para que los clientes le compren?	Debido a que es un producto que uno necesita para vestir.	Razón de compra	Considera que las razones de compra son por la calidad del producto y su precio
3	¿A qué hora inicia la atención al público y a qué hora termina?	De 8:00 am a 6:00 pm.	Atención	Sus horarios de atención son de 8:00 am a 6:00 pm.
4	¿Los comerciantes informales tienen productos que usted ofrece?	No.	Ofrece	Este negocio no considera que sus mismos productos sean ofertados por estos puestos
5	¿Cree usted que los vendedores ambulantes afectan el desarrollo de su negocio?, Si su respuesta es positiva en forma general, ¿De qué manera piensa que estos puestos ambulantes afectan a su negocio local?	No	Desarrollo	No se cree que realmente afecten a su negocio probablemente no tenga ningún puesto cerca que afecte la visibilidad de el
6	¿Cree que estos puestos ambulantes perjudican la imagen tanto de los negocios formales como de la ciudad? ¿Por qué?	Considero que no porque es una manera de sobrevivir.	Perjudican	Los dueños de estos puestos ambulantes
7	¿Considera que existe una imagen deteriorada en la zona céntrica de la ciudad	No	Imagen Deteriorada	La existencia de los puestos no provoca una imagen

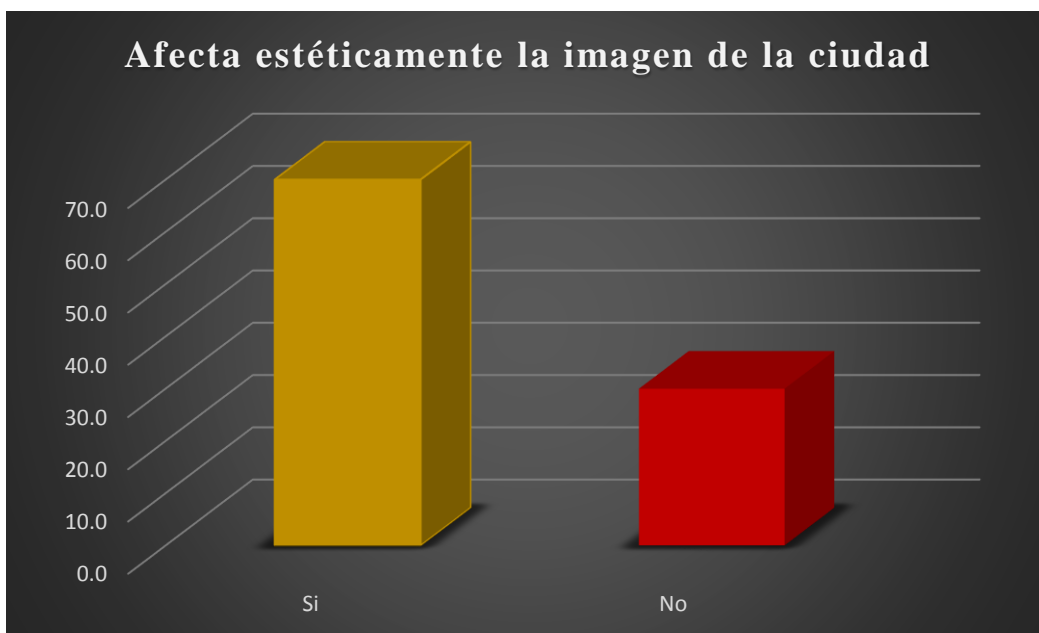


	debido a los puestos ambulantes?			deteriorada de la ciudad
8	¿De qué manera, según su apreciación esta situación afecta a las personas que transitan en esta zona?	En el tráfico, pero es una manera de ganarse la vida.	Transitan	Estos puestos provocan un tránsito lento, aunque para los dueños estos puestos es su única manera de ganarse la vida
9	¿Qué ventajas o desventajas encuentra de los puestos ambulantes?	La ventaja es que el producto uno lo localiza cerca y desventaja ninguna.	Ventajas/Desventajas	Al estar ubicados en la calle central los productos están localizados más cerca y es más fácil acceder a ellos
10	¿Cómo visualiza usted el futuro de la ciudad si no se trata esta problemática?	Tiene que haber orden, pero también se debe tratar con respeto a esas personas.	Problemática	Se tiene que negociar con los dueños de estos puestos para que exista un orden adecuado, siempre y cuando se hable respetuosamente.
11	Según su opinión, ¿Cuáles podrían ser las posibles soluciones a este problema registrado en la ciudad?	Que se busque un lugar estable a las personas para que no le quiten el negocio.	Funcionamiento	Que se les brinde un lugar estable a las personas buscando la manera de no dejarlos sin su negocio y de esta manera ayudarles y mejorar la imagen de la ciudad.



Gráficos de la guía de observación dirigida a puestos ambulantes

Gráfico N° 4



Encuesta dirigida a los vendedores ambulantes

Gráfico N° 2

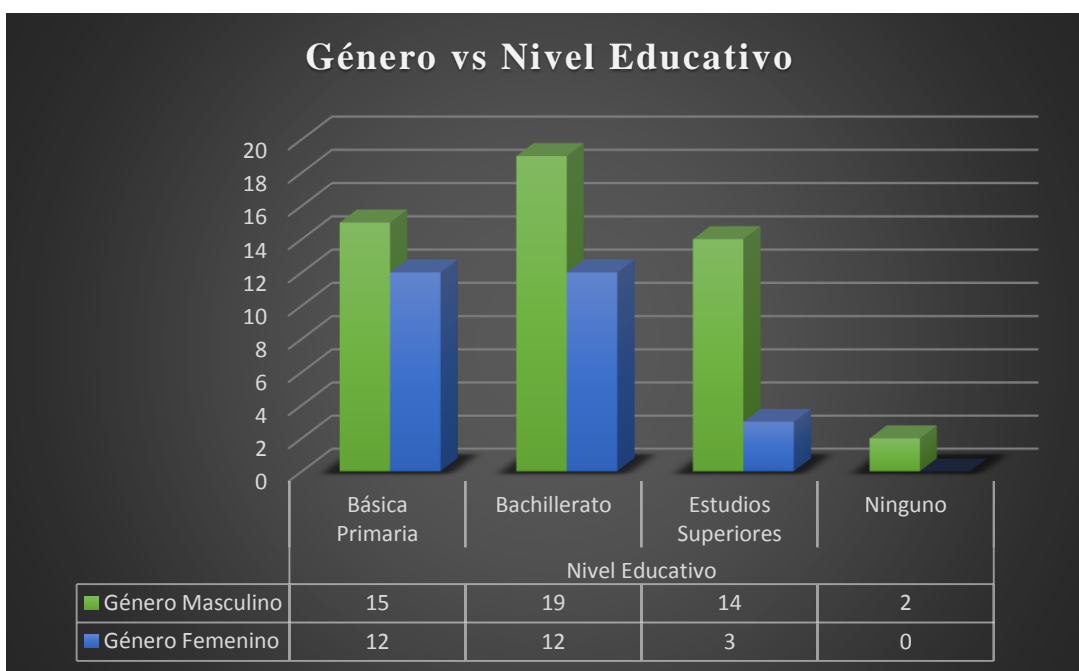




Gráfico N°3

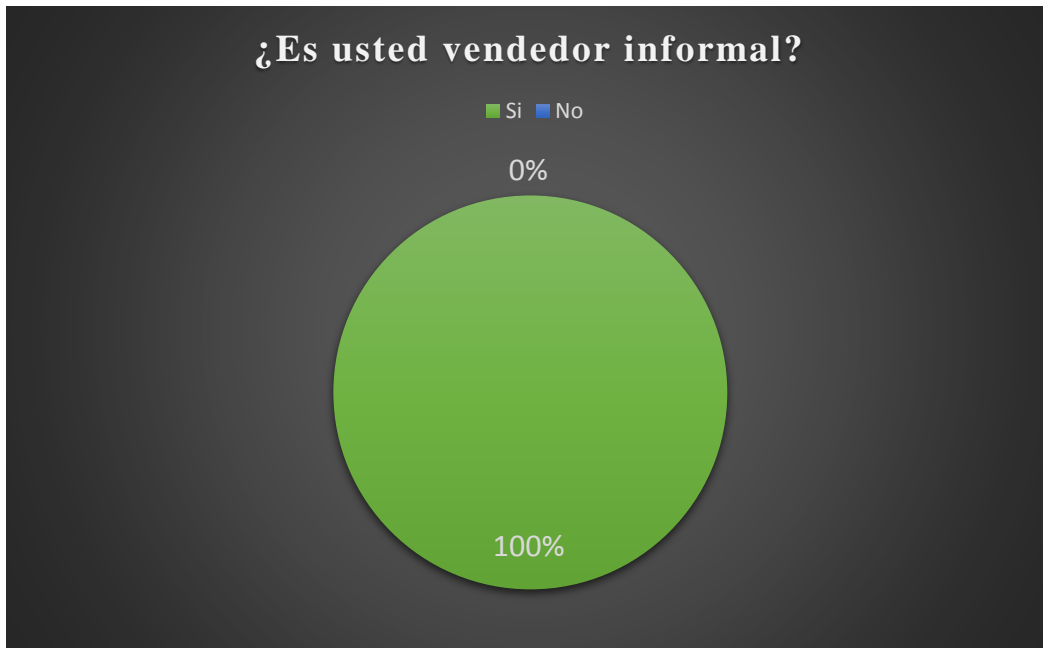


Gráfico N°5

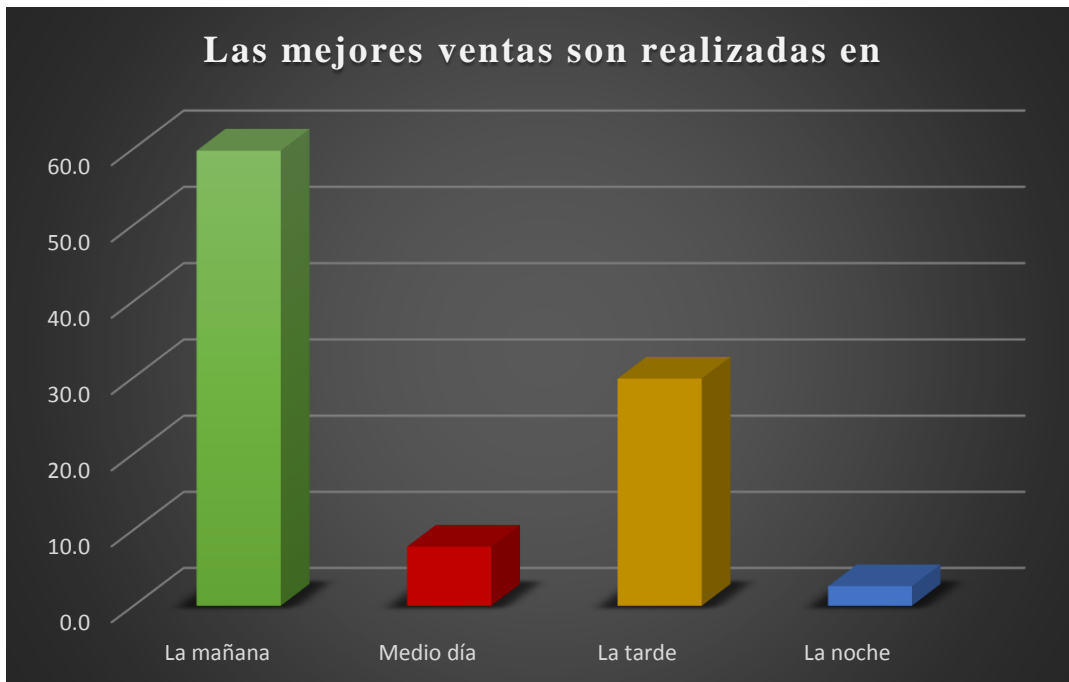




Gráfico N°8

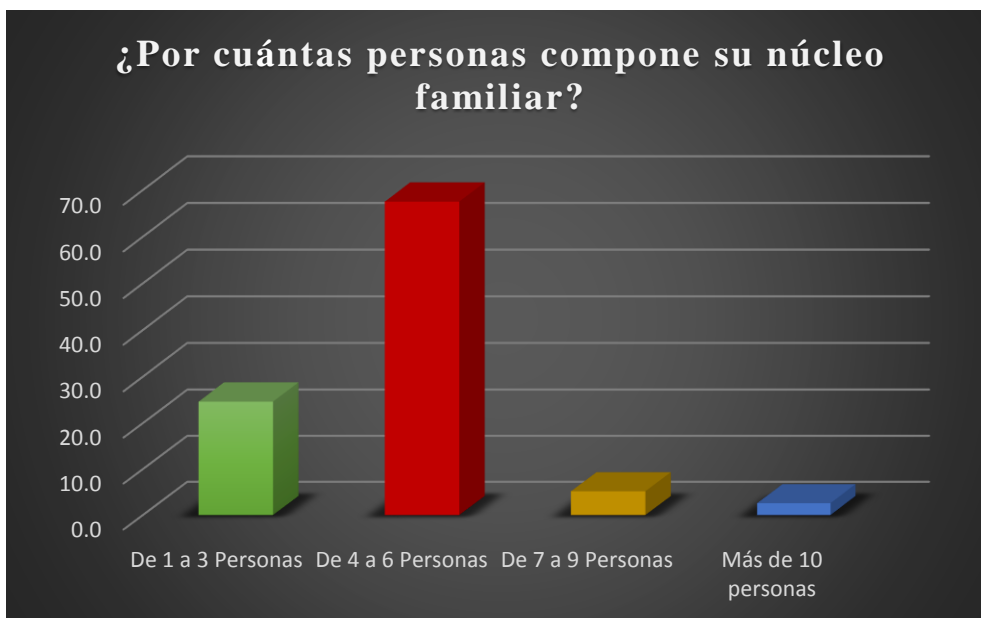


Gráfico N°12

¿Considera que la ubicación de su puesto afecta a los peatones? *Si su respuesta anterior es si, ¿De qué manera considera que les afecta?
 tabulación cruzada

		Si su respuesta anterior es si, ¿De qué manera considera que les afecta?				Total
		Por la dificultad de señalización	Por obstruir el espacio público	En la contaminación ambiental que estos generan	Debido a la mala higiene	
¿Considera que la ubicación de su puesto afecta a los peatones?	Si	3	21	4	2	30
	No	3	0	0	0	3
Total		6	21	4	2	33



Escala Likert dirigida a los peatones- población en general

Gráfico N°2

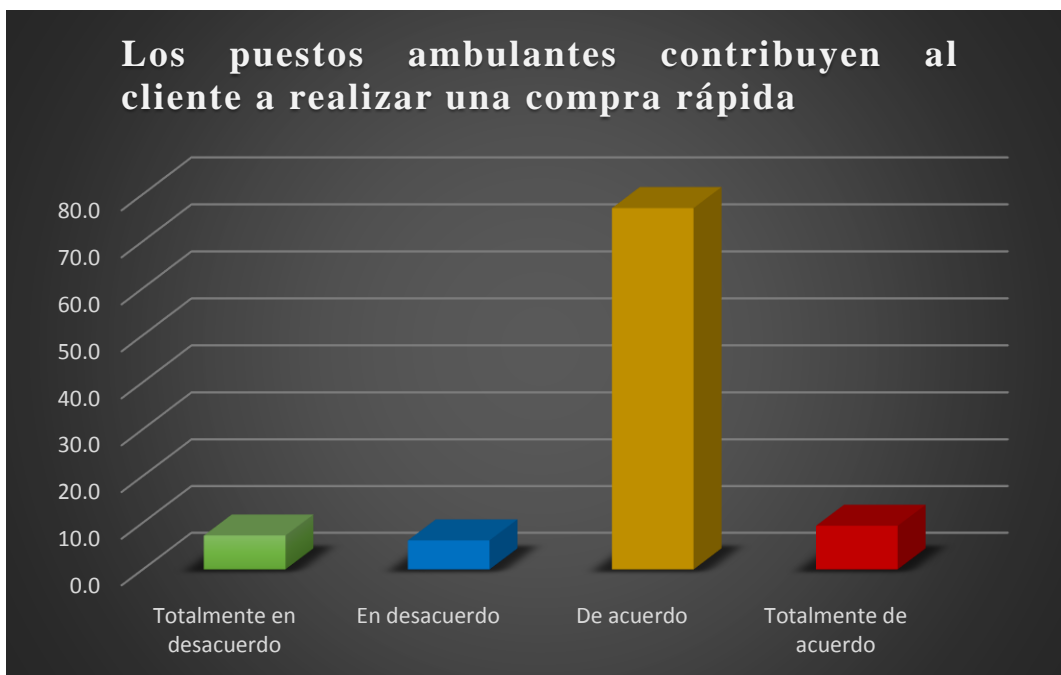


Gráfico N°5

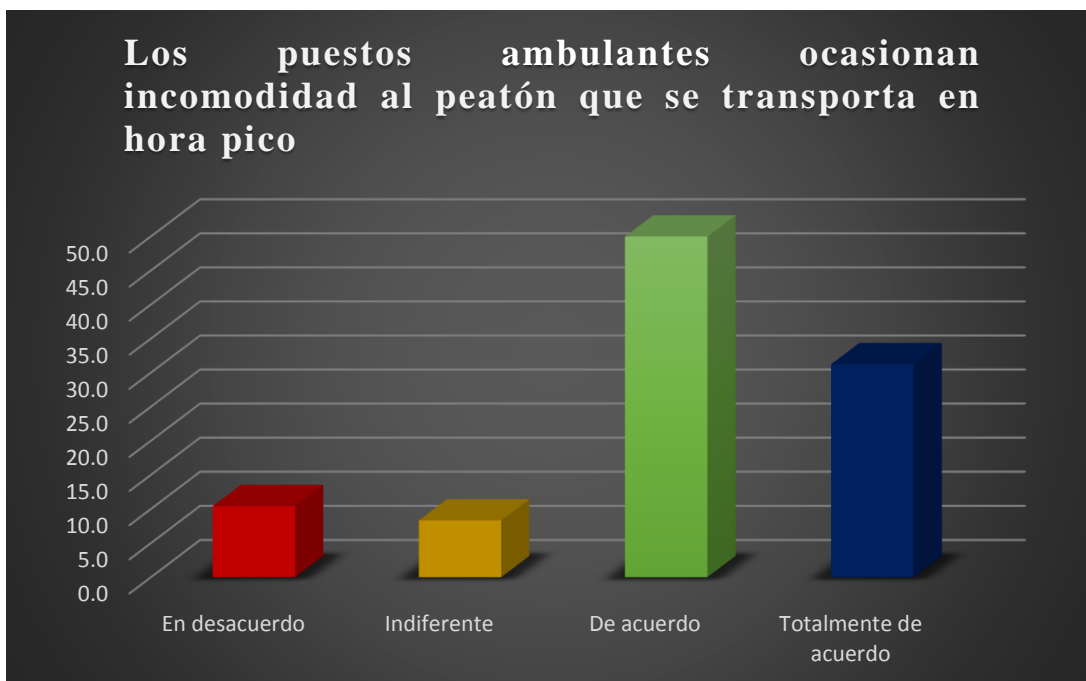
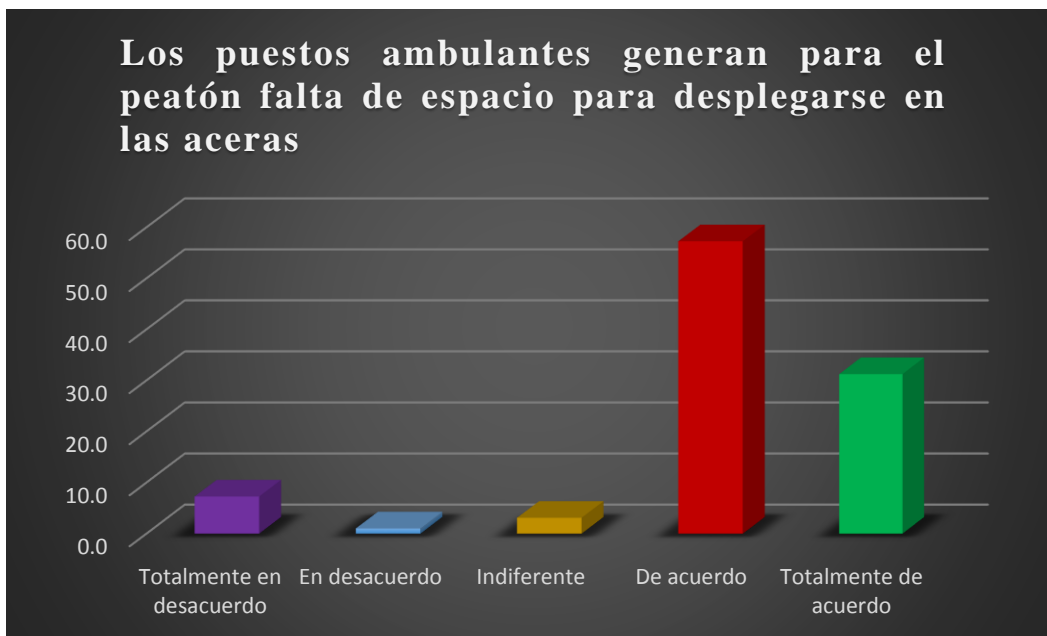




Gráfico N°6



Encuesta dirigida a las personas que visitan frecuentemente la ciudad.

Gráfico N° 1

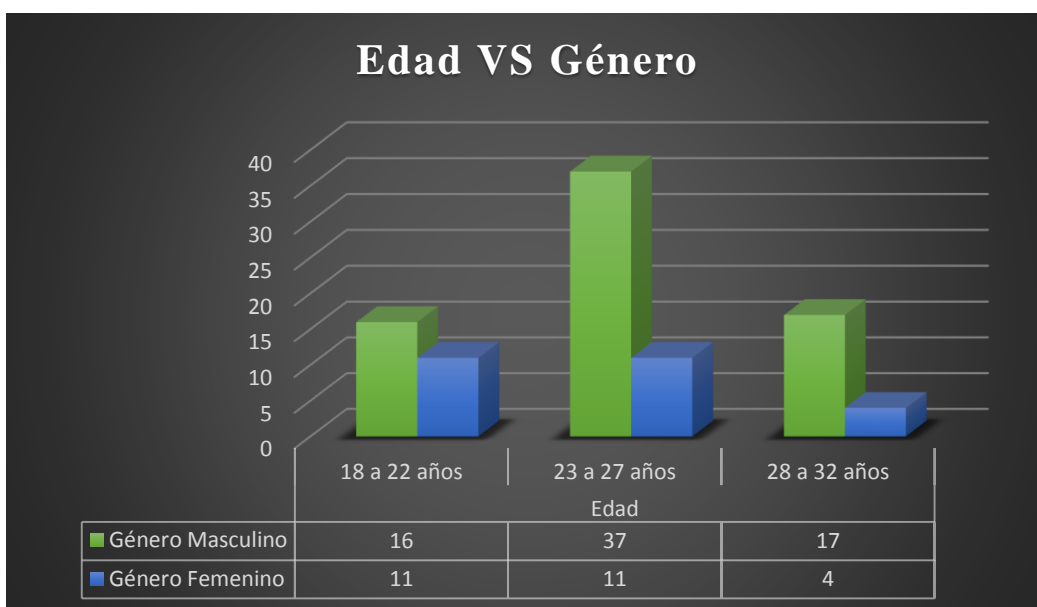




Gráfico N°2

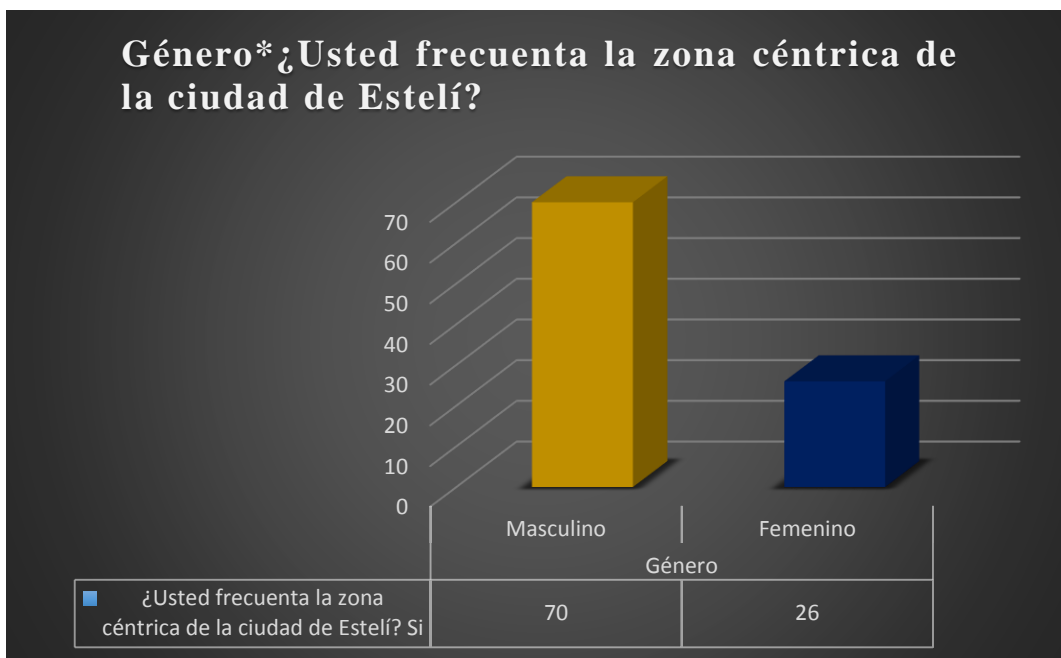


Gráfico N°3

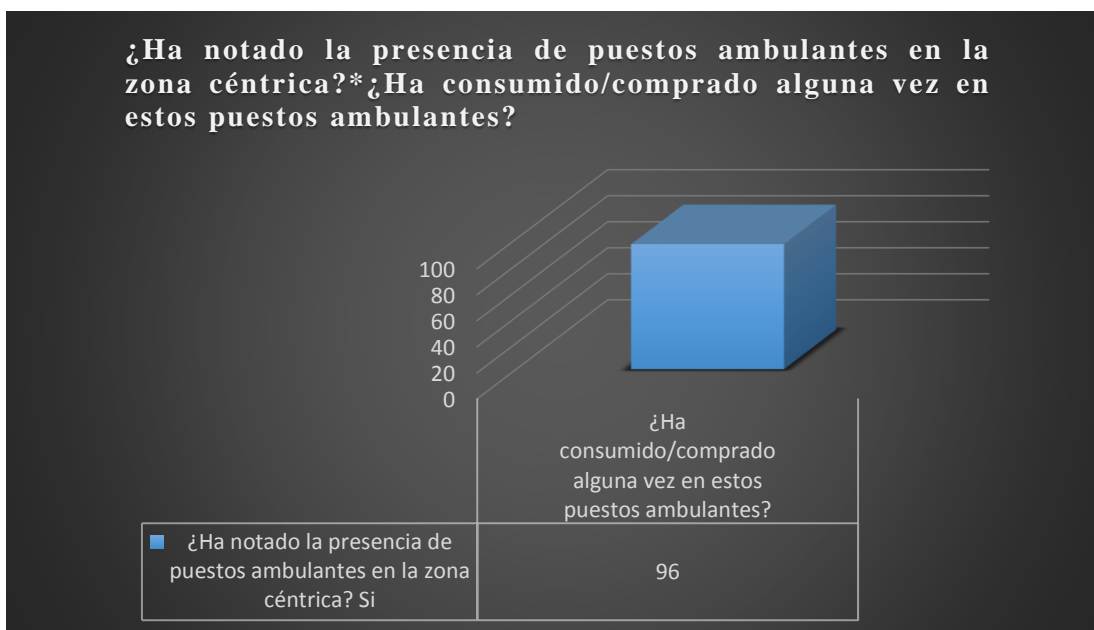




Gráfico N°5

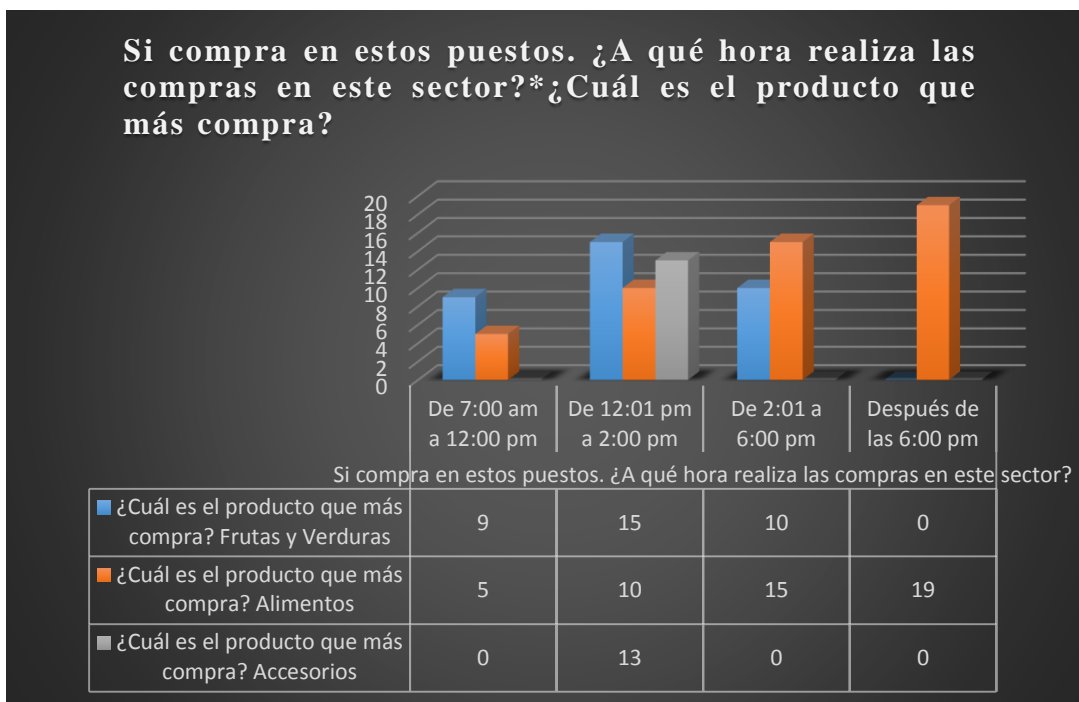


Gráfico N°6

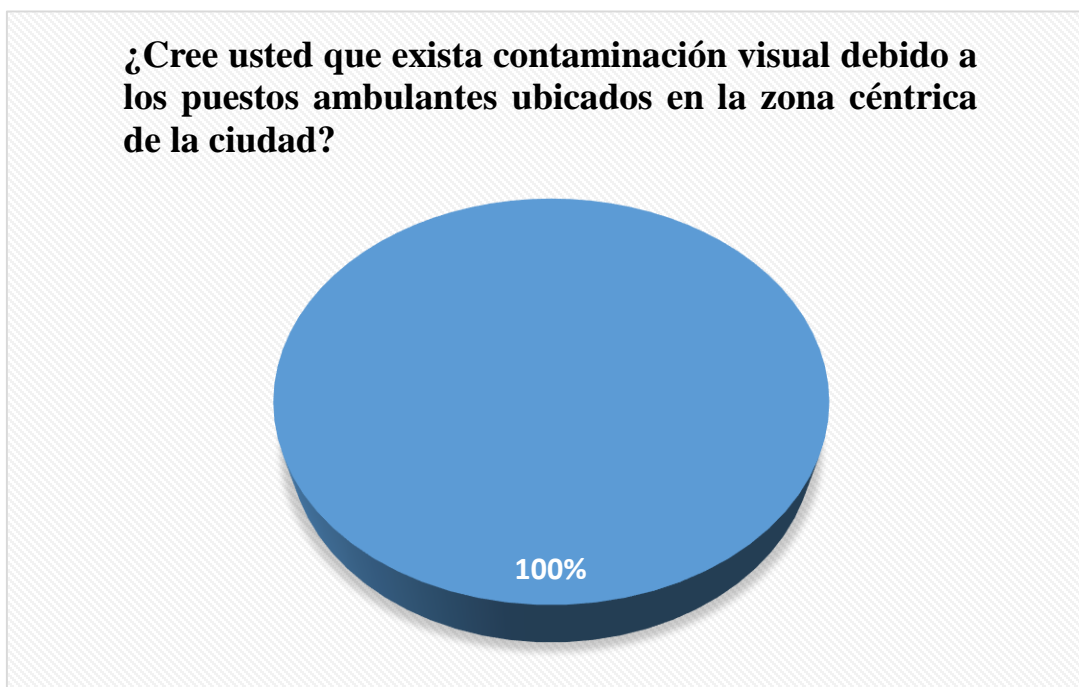




Gráfico N°8

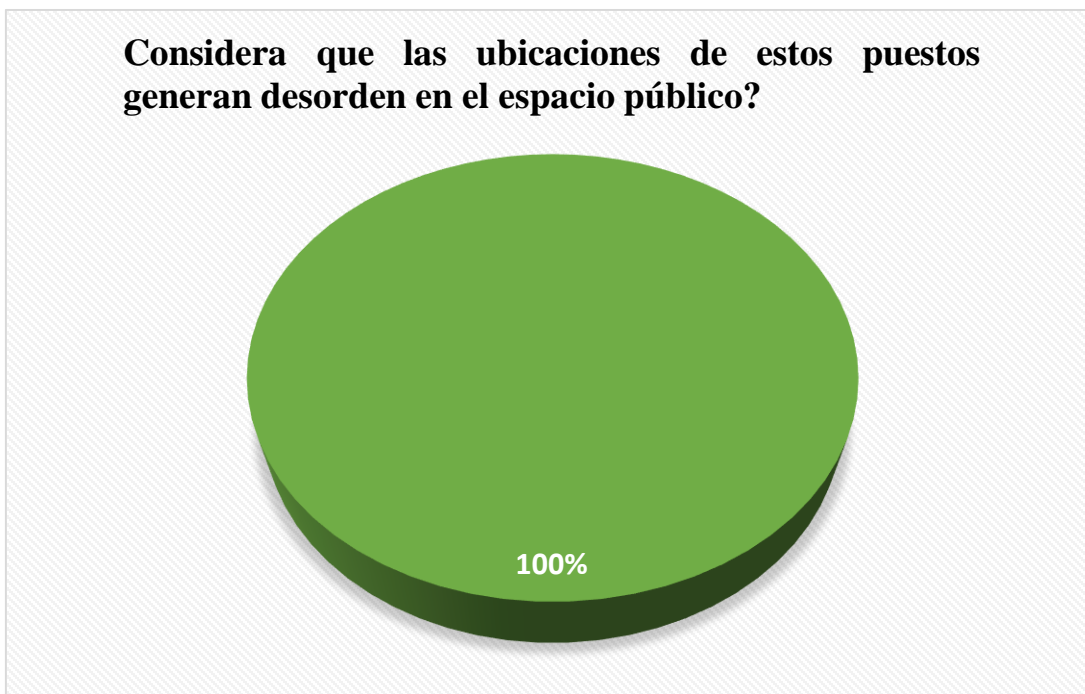


Gráfico N°9

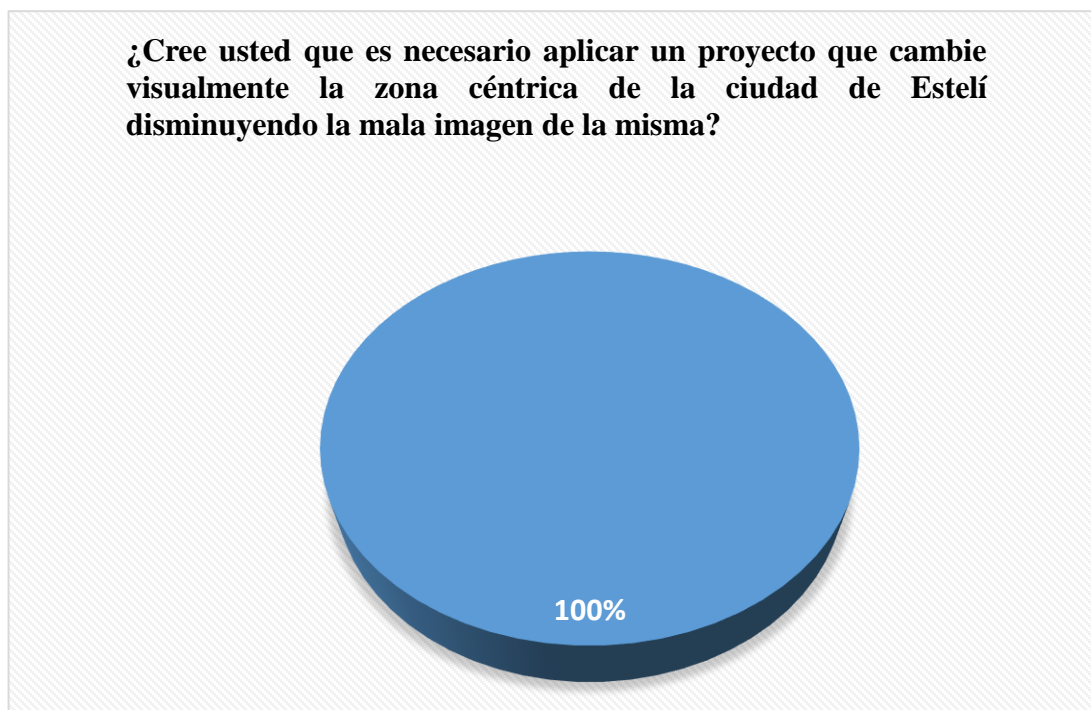




Gráfico N° 11



Gráfico N° 13





Cronograma de actividades

Fecha	Actividad	Participantes
18/03/2018	<ul style="list-style-type: none"> Ideas 	
08/04/2018	<ul style="list-style-type: none"> Redacción y revisión del problema de investigación. Elaboración de objetivos generales y específicos. 	Julissa Blandón Montoya. Miurell Blandón Montoya. Laura Marcela Araúz.
08/04/2018	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración y entrega de la justificación y planteamiento del problema. 	Julissa Blandón Montoya. Miurell Blandón Montoya. Laura Marcela Araúz.
27/06/2018	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de Introducción. Avance del marco teórico 	Julissa Blandón Montoya. Miurell Blandón Montoya. Laura Marcela Araúz.
15/07/2018	<ul style="list-style-type: none"> Marco teórico completo. 	Julissa Blandón Montoya. Miurell Blandón Montoya.
29/07/2018	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de supuestos y matriz de categorías. 	Julissa Blandón Montoya. Miurell Blandón Montoya. Laura Marcela Araúz.
30/07/2018	<ul style="list-style-type: none"> Revisión y evaluación de supuestos y matriz de categorías. 	Julissa Blandón Montoya. Miurell Blandón Montoya. Laura Marcela Araúz. Lic. Yasmina Ramírez.
12/08/2018	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración del diseño metodológico. 	Julissa Blandón Montoya. Miurell Blandón Montoya. Laura Marcela Araúz.
15/08/2018	<ul style="list-style-type: none"> revisión y evaluación del diseño metodológico. 	Julissa Blandón Montoya. Miurell Blandón Montoya. Laura Marcela Araúz. Lic. Yasmina Ramírez.
13/01/2019	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración y revisión de instrumentos para recolección de información. 	Julissa Blandón Montoya. Miurell Blandón Montoya.
18/02/2019	<ul style="list-style-type: none"> Aplicación de encuestas a vendedores ambulantes. 	Julissa Blandón Montoya. Miurell Blandón Montoya. Laura Marcela Araúz.
20/02/2019	<ul style="list-style-type: none"> Aplicación de escala likert 	Julissa Blandón Montoya. Miurell Blandón Montoya. Laura Marcela Araúz.
23/02/2019	<ul style="list-style-type: none"> Aplicación de encuestas a visitantes de la ciudad. 	Julissa Blandón Montoya. Miurell Blandón Montoya. Laura Marcela Araúz.
22/02/2019	<ul style="list-style-type: none"> Aplicación de entrevistas. 	Julissa Blandón Montoya.



		Miurell Blandón Montoya. Laura Marcela Araúz.
18/03/2019	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de gráficos en Excel. 	Laura Marcela Araúz.
24/03/2019	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis y procesamiento de instrumentos. 	Julissa Blandón Montoya. Miurell Blandón Montoya. Laura Marcela Araúz.
25/03/2019	<ul style="list-style-type: none"> • Procesamiento de la entrevista. 	Julissa Blandón Montoya.
02/04/2019	<ul style="list-style-type: none"> • Conclusiones y recomendaciones. 	Julissa Blandón Montoya. Miurell Blandón Montoya. Laura Marcela Araúz.
04/04/2019	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de propuesta. 	Julissa Blandón Montoya. Miurell Blandón Montoya. Laura Marcela Araúz.