

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
FACULTAD DE GESTIÓN Y EMPRENDIMIENTO
EMPRESARIAL**

**ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN PÚBLICA Y
DESARROLLO SOCIAL**



**ESTUDIO DE CASO COMPARATIVO: FACTORES INFLUYENTES
EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS EMPRESARIOS DE LA CIUDAD
DE JULIACA - 2022**

Maick Williams Condori Gutiérrez

**Tesis para optar el título de:
Licenciado en Gestión Pública y Desarrollo Social**

Asesor: M.Sc. Gustavo Luis Vilca Colquehuanca



Juliaca - Perú, 2024



UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
FACULTAD DE GESTIÓN Y EMPRENDIMIENTO
EMPRESARIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN PÚBLICA Y
DESARROLLO SOCIAL



ESTUDIO DE CASO COMPARATIVO: FACTORES INFLUYENTES
EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS EMPRESARIOS DE LA CIUDAD
DE JULIACA - 2022

Maick Williams Condori Gutiérrez

Tesis para optar el título de:
Licenciado en Gestión Pública y Desarrollo Social

Asesor: M.Sc. Gustavo Luis Vilca Colquehuanca



Juliaca - Perú, 2024

UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA
FACULTAD DE GESTIÓN Y EMPRENDIMIENTO
EMPRESARIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN PÚBLICA Y
DESARROLLO SOCIAL



ESTUDIO DE CASO COMPARATIVO: FACTORES INFLUYENTES
EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS EMPRESARIOS DE LA CIUDAD
DE JULIACA - 2022

Maick Williams Condori Gutiérrez

Tesis para optar el título de:
Licenciado en Gestión Pública y Desarrollo Social

Asesor: M.Sc. Gustavo Luis Vilca Colquehuanca

Juliaca - Perú, 2024

Condori-Gutiérrez, M.W. (2024). *Estudio de caso comparativo: Factores influyentes en la formalización de los empresarios de la ciudad de Juliaca, Perú – 2022*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional de Juliaca.

AUTOR: Condori Gutiérrez, Maick Williams

TÍTULO: Estudio de caso comparativo: factores influyentes en la formalización de los empresarios de la ciudad de Juliaca – 2022.

PUBLICACIÓN: Juliaca, 2024

DESCRIPCIÓN: Cantidad de páginas (97 pp.)

NOTA: Tesis de la Escuela Profesional de Gestión Pública y Desarrollo Social – Universidad Nacional de Juliaca.

CODIGO: 05-000118-05-C76

NOTA: Incluye bibliografía.

ASESOR: M.Sc. Gustavo Luis Vilca Colquehuanca

PALABRAS CLAVE:

Actividades empresariales, comercio, factores, formalización.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE JULIACA

FACULTAD DE GESTIÓN Y EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO SOCIAL

“ESTUDIO DE CASO COMPARATIVO: FACTORES INFLUYENTES EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS EMPRESARIOS DE LA CIUDAD DE JULIACA - 2022”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO SOCIAL

Presentada por:

Maick Williams Condori Gutiérrez

Sustentada y aprobada ante el siguiente jurado.

Mg. Ana Lucia Ferró Gonzáles
PRESIDENTE DE JURADO

Firma del presidente

Dr. Juan Mauricio Pilco Churata
JURADO

Firma del 2do miembro

Dr. Benito Pepe Calsina Calsina
JURADO

Firma del 3er miembro

M.Sc. Gustavo Luis Vilca Colquehuanca
ASESOR

Firma del Asesor

Maick Williams Condori Gutiérrez

ESTUDIO DE CASO COMPARATIVO: FACTORES INFLUYENTES EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS EMPRESARIOS DE LA CIUDA...

 Universidad Nacional de Juliaca

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::3117:409330461

97 Páginas

Fecha de entrega

25 nov 2024, 10:22 a.m. GMT-5

25,230 Palabras

Fecha de descarga

25 nov 2024, 10:25 a.m. GMT-5

145,647 Caracteres

Nombre de archivo

Preempaste - Maick Williams Condori Gutiérrez.docx

Tamaño de archivo

374.2 KB






6% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 5%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 5%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



MSc. Gustavo Luis Vilca Colquehuanca
Responsable de la Unidad de Investigación
Facultad de Gestión y Emprendimiento Empresarial
U.N.A.J.

DEDICATORIA

A, Teófilo Condori y Francisca Gutiérrez, mis apreciados padres. Por su amor, cariño y abnegación, que orientaron en mi formación académica en todos estos años, son el motivo y razón de mis logros. Con mucha gratitud y afecto, los dedico la presente.

A, Elvis y Brayan, mis hermanos y a Lourdes y Maghely mis hermanas. Por el cariño imperecedero que me tienen y por todas las ocurrencias mágicas que tenemos juntos. Sin ustedes nada sería lo mismo.

A, Salvador Gutiérrez y Juana Chávez (🌻), mis queridos abuelos, por el amor entregado hacia mi persona, por sus sabios consejos y enseñanzas que me inspiraron a seguir con los estudios.

AGRADECIMIENTO

A, M.Sc. Gustavo Luis Vilca Colquehuanca, asesor de tesis. Por su soltura de guiarme en la construcción de la presente investigación.

Al C.P.C. Juan De Dios S. J. Gutiérrez Chávez, quien me contactó con los empresarios a quienes se realizaron las entrevistas.

A los empresarios dedicados a la actividad comercial de la ciudad de Juliaca. Quienes amablemente compartieron sus experiencias y conocimientos a través de la entrevista, para la realización de la presente memoria de investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria	4
Agradecimiento	5
Índice de contenido	6
Índice de tablas	9
Índice de anexos	10
Resumen	11
Abstract	12
Introducción	13
Capítulo I	15
Planteamiento del problema	15
1.1. Problema de investigación	15
1.2. Preguntas de investigación	17
1.2.1. Pregunta general	17
1.2.2. Preguntas específicas	17
1.3. Objetivos de la investigación	17
1.3.1. Objetivo general	17
1.3.2. Objetivos específicos	17
1.4. Justificación	18
Capítulo II	
Revisión de literatura	20
2.1. Antecedentes	20
2.1.1. A nivel internacional	20
2.1.2. A nivel nacional	22
2.1.3. A nivel local	23
2.2. Marco teórico	24
2.2.1. Teoría dualista	24
2.2.2. Teoría legalista	25
2.2.3. Teoría del cambio	26
2.2.4. Objetivos de desarrollo sostenible	26
2.2.4.1. El ods 8: trabajo decente y crecimiento económico.	27
2.2.4.2. El ods 10: reducción de las desigualdades	27
2.2.5. Plan estratégico de desarrollo nacional (pedn) al 2050	27
2.2.6. Evasión tributaria	28

2.2.6.1.	Causas de la evasión tributaria	28
2.2.7.	Informalidad	30
2.2.7.1.	Causas de la informalidad comercial	30
2.2.8.	Formalización empresarial	31
2.2.9.	Normativa legal para la formalización de empresas en Perú	32
2.2.10.	Pasos para formalizar	34
2.2.11.	Factores de la formalización	34
2.2.11.1.	Factores internos	35
2.2.11.1.1.	Orientación de la empresa	35
2.2.11.1.2.	Capital humano	36
2.2.11.1.3.	Contabilidad	36
2.2.11.1.4.	Mercadeo	36
2.2.11.1.5.	Edad	36
2.2.11.1.6.	Motivación	37
2.2.11.1.7.	Recursos	37
2.2.11.1.8.	Gestión del conocimiento	37
2.2.11.2.	Factores externos	38
2.2.11.2.1.	Ubicación comercial	38
2.2.11.2.2.	Normativo y legales	38
2.2.11.2.3.	Tecnológicos	39
2.3.	Marco conceptual	39
2.3.1.	Comercio informal	39
2.3.2.	Comprobantes de pago	40
2.3.3.	Comprobantes de pago electrónico	40
2.3.4.	Cultura tributaria	40
2.3.5.	Formalización tributaria	40
2.3.6.	Libros y/o registros contables	41
2.3.7.	Micro y pequeña empresa	41
2.3.8.	Persona jurídica	41
2.3.9.	Persona natural	41
2.4.	Hipótesis de investigación	42
2.4.1.	Hipótesis general	42
2.4.2.	Hipótesis específicas	42
2.5.	Categorías de análisis	42

Capítulo III

Materiales y método	46
3.1. Diseño de investigación	46
3.2. Ámbito de estudio	46
3.3. Población y muestra	47
3.4. Recolección de datos	48
3.5. Análisis de datos	51
Capítulo IV	
Resultados y discusión	52
4.1. Resultados	52
4.1.1. Descripción de los resultados en base a la hipótesis general	54
4.1.1.1. Experiencias anteriores a la formalización	54
4.1.1.2. Motivación personal	55
4.1.1.3. Pretensiones a futuro del empresario	56
4.1.1.4. Intervención familiar en el negocio	57
4.1.1.5. Capacitación y orientación al personal	59
4.1.1.6. Importancia del profesional contable	60
4.1.1.7. Recursos patrimoniales en la formalización	61
4.1.1.8. Estrategia para hacer negocio	62
4.1.1.9. Importancia de la ubicación comercial	65
4.1.1.10. Entidades estatales involucradas en la formalización	68
4.1.1.11. Implementación de las tics en las entidades empresariales	69
4.1.2. Resultados en base a la primera hipótesis específica	71
4.1.2.1. Beneficios adquiridos con la formalización	71
4.1.3. Resultados en base a la primera hipótesis específica	74
4.1.3.1. Dificultades que se afrontan en la formalización	74
4.2. Discusión	75
Conclusiones	79
Recomendaciones	81
Referencias	82
Anexos	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de categorías según teorías.	42
Tabla 2	Categorías de análisis para los empresarios formales.	44
Tabla 3	Determinación de muestra.	48
Tabla 4	Densidad de data cualitativa de estudio.	50

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Matriz de consistencia.	95
Anexo 2	Guía de entrevista.	96

RESUMEN

La transición de un comerciante, fabricante o productor informal a la actividad empresarial formal representa un desafío para las políticas públicas de formalización y recaudación tributaria. Por ello, la investigación pretende contribuir en la comprensión de los factores que inciden en la formalización empresarial de la ciudad de Juliaca, principalmente en la actividad comercial, el mismo el mismo que es importante y a su vez una herramienta elemental para el desarrollo de las actividades empresariales. Por lo tanto, el propósito del presente estudio fue analizar los factores que influyen en la formalización de los empresarios de la ciudad de Juliaca. La metodología se basó en un enfoque cualitativa, de alcance descriptivo, con diseño de estudio de caso comparado. La población estuvo constituida por los empresarios formales del sector comercio, con un muestreo mixto, tales como muestro por conveniencia conformada por 15 casos y muestreo por cuota agrupados en 5 grupos. La técnica empleada fue la entrevista cualitativa en profundidad, para ello contó con una guía de entrevista semiestructurada. El registro correspondiente se realizó a través de un cuaderno de campo y por grabación de audio. El software de procesamiento de datos Word y Excel de Microsoft office 2019, fue fundamental para el análisis de los datos. Obteniendo como resultados, de factores influyentes en la formalización, factores internos: la motivación, giro del negocio, capital humano y demás, y como factores externos: financiamiento a través de entidades bancarias y empresas proveedoras. Se concluye que en la formalización empresarial influyen tanto los factores internos como también los externos, las motivaciones personales intrínsecas y extrínsecas principalmente, el deseo de superarse económicamente, además de conocer el giro de negocio, a través de una experiencia anterior principalmente como ayudante o trabajador en un negocio anterior y como beneficios de la formalización se tiene el acceso a sistema financiero a través de préstamos con intereses cómodos, que sirven para invertir en el patrimonio empresarial principalmente, como también la apertura de líneas de créditos por parte de las empresas proveedoras que ayudan el crecimiento empresarial.

Palabras clave: actividades empresariales, comercio, factores, formalización.

ABSTRACT

The transition from an informal trader, manufacturer, or producer to formal business activity represents a challenge for public policies on formalization and tax collection. Therefore, this research aims to contribute to the understanding of the factors that influence business formalization in the city of Juliaca, primarily in commercial activities, which are important and serve as a fundamental tool for the development of business activities. Consequently, the purpose of this study was to analyze the factors that influence the formalization of entrepreneurs in Juliaca. The methodology was based on a qualitative approach with a descriptive scope, utilizing a comparative case study design. The population consisted of formal entrepreneurs in the commerce sector, with a mixed sampling method including convenience sampling comprising 15 cases and quota sampling grouped into 5 groups. The technique employed was in-depth qualitative interviews, guided by a semi-structured interview format. The corresponding records were made through field notes and audio recordings. The data processing software used was Microsoft Office Word and Excel 2019, which was fundamental for data analysis. The results identified influential factors in formalization: internal factors such as motivation, business type, human capital, among others; and external factors such as financing through banking entities and supplier companies. It concludes that both internal and external factors influence business formalization, particularly intrinsic and extrinsic personal motivations, the desire for economic advancement, and familiarity with the business type through prior experience as an assistant or worker in a previous business. Benefits of formalization include access to financial systems through loans with favorable interest rates for investing in business assets and opening credit lines from supplier companies that support business growth.

Keywords: business activities, trade, factors, formalization.

INTRODUCCIÓN

La actividad empresarial en el Perú es un suceso que comprende un conjunto de recursos tales como: humanos y materiales con el objetivo de lucrar económicamente. De acuerdo a la Constitución Política del Perú (1993) se reconoce la diversidad económica y las diversas formas de existencia de participación empresarial dentro del territorio nacional.

La actividad comercial, a lo largo de la historia ha sido aquel cimiento primordial en el progreso de las sociedades. En el contexto actual, el comercio formal juega un papel muy importante en la economía de países como el Perú, ya que implica el cumplimiento de normas y obligaciones legales establecidas. El comercio formal contribuye al crecimiento económico y también brinda mayor seguridad a los consumidores como a los empresarios, promoviendo un ambiente de competencia justa y sostenible a largo plazo (CONCANACO SERVITUR, 2024).

El comercio formal en el Perú es un componente esencial de la economía nacional, caracterizado por la normativa y su cumplimiento de las mismas establecidas por el estado. A pesar de que el país enfrenta un alto nivel de informalidad, con aproximadamente 139.9 de empresas informales por cada 1,000 habitantes en comparación con 67.5 formales, el comercio formal ofrece ventajas importantes que impulsan el desarrollo económico y la estabilidad laboral (Cámara de Comercio de Lima, 2017).

La formalización de los negocios no solo permite a las empresas acceder a financiamiento con mejores condiciones, sino que también les brinda seguridad jurídica y la posibilidad de participar en licitaciones públicas. Además, los trabajadores del sector formal disfrutan de salarios significativamente más altos que sus contrapartes informales lo que favorece la mejora de la calidad de vida (COMEXPERU, 2023).

A pesar de los beneficios, el comercio formal enfrenta desafíos como la burocracia excesiva, carga impositiva y la competencia desleal por parte del comerciante informal en la ciudad de Juliaca. Estos obstáculos entorpecen la formalización de las empresas y empresarios, con ello limitar su crecimiento, por lo tanto, es necesario promover políticas que faciliten la formalización y brinden apoyo a los empresarios que buscan operar dentro del marco legal

y transparente. Dado lo cual es necesario analizar los factores que fomentan la formalización comercial en el país.

Bajo tal contexto, en la presente se utilizó el enfoque cualitativo para comprender los factores que impulsaron su formalización desde una perspectiva de los participantes, teniendo como objetivo determinar los factores que influyen en la formalización de los empresarios de la ciudad de Juliaca, desde una perspectiva comparada de casos.

La investigación se fragmenta en cuatro partes (capítulos). En el primer capítulo (capítulo I), se toca la parte introductoria del problema, las preguntas, objetivos y la justificación de la investigación. El capítulo II, se centra en la revisión íntegra de la literatura existente, que incluye los antecedentes, marco teórico, contexto legal, aspectos conceptuales, además de las suposiciones que orientan la investigación y las categorías de análisis. Como capítulo III, que expone los materiales y métodos, que abarca el diseño de investigación, el ámbito de desarrollo, población y muestra. Además de los detalles de la recolección y análisis de la información recolectada. Y como capítulo IV, se presentan los resultados obtenidos de las entrevistas de manera comparada, discusiones de los mismos y como parte terminativa, se exponen las conclusiones derivadas de la investigación, y se brindan recomendaciones y se incluyen anexos relevantes que corresponden a la investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Según la Organización Internacional del Trabajo [OIT] (2017) la formalización empresarial tiene como objetivo fundamental la creación de mejores empleos y más trabajo, reduciendo la pobreza y enfrentar la marginalización de grupos vulnerable dentro de la economía formal.

La formalización empresarial es un conjunto de procesos por las cuales una empresa cumple con la normatividad tributaria y administrativa, y operar de manera oficial en la economía formal. Esto implica: estar debidamente registrado en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) y/o Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) y cuenta con el número de Registro Único de Contribuyente (RUC), con el cual quedan como agentes económicos, para asumir responsabilidades, así como de pagar impuestos, Lahura (2017) los denomina como empresas informales cuando no se encuentran registradas en ninguna de las entidades estatales mencionadas.

Entre los años 1990 a 2018, la informalidad tuvo una reducción significativa a más de 7% en los países emergentes, esto a causa de reformas políticas implementadas. La informalidad en la actualidad varía por región en cuanto al porcentaje del PBI, en África al sur del Sahara representa al menos el 36%, el porcentaje más bajo se encuentra en medio oriente con 22% (Guriev et al., 2022). En países de Asia meridional y sur de África la informalidad es generalizada a gran escala.

En América Latina los porcentajes de la formalidad empresarial tampoco son alentadores, en Bolivia por ejemplo, 8 de cada 10 trabajadores se encuentran empleados en el sector informal; en Brasil el 39% se encuentra en el sector no formal; en Uruguay y Chile bordean el 35% de personas que laboran dentro de la economía formal (Chevalier, 2023). De las cuales se pueden identificar algunas causas como: la baja productividad, costos altos de la formalidad, complejidad de procedimientos, además de la informalidad como opción atractiva, flexible y control reducido por parte de las entidades encargadas (Ferraro & Rojo, 2018).

En cuanto a la formalidad empresarial en el comercio en Perú es relativamente bajo. De acuerdo a ComexPerú, en el año 2022, el 49% de las micro y pequeñas empresas se encuentran en el rubro de servicios. El 34% en el sector comercio, el 14% en la producción y el 3% en la producción y comercio. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el 2022, específicamente en los tres primeros meses, el número de empresas activas ascendió a tres millones veinte nueve mil quinientos ochenta y cinco empresas, así mismo, se constituyeron 62,275 empresas (Carhuavilca et al., 2022). Por otro lado, según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG), en el tercer trimestre del año 2022, la informalidad afectó al 73.1% de trabajadores a nivel nacional (COMEXPERÚ, 2023).

En cuanto al macro región del sur del Perú, se caracteriza por la riqueza cultural y su diversidad geográfica. En el ámbito de económico, el sector comercio juega un papel fundamental en la dinamización de la economía local. El comercio dentro de la región es la tercera más importante, con un aproximado del 30% de la población económicamente activa (Castro, 2017). A pesar de esta importancia, el comercio en la región de Puno enfrenta desafíos en términos de formalización y cumplimiento de normativas legales.

Según el informe de la cámara regional de Mypes de Puno, en cuanto a las Mypes el 98% son informales (Radio Onda Azul, 2023). Por lo tanto, solo el 2% es formal. Además, según datos de la dirección regional de la producción (Direpro) de Puno, se estima que solo 6,250 empresas se encuentran formalizadas en la región, mientras que más de 80 mil empresas son informales.

En cuanto a Juliaca, es una ciudad con alta tasa de informalidad comercial, de acuerdo a estudios realizados por Quispe (2023) las zonas donde se realiza la informalidad comercial en mayor número principalmente son en los mercados de San José, mi Perú, dominical, Tupac Amaru II, las Mercedes y sus alrededores.

Por ende, en la investigación se ha planteado analizar a los empresarios que cumplen con los requisitos de la formalidad de acuerdo a lo planteado por la OIT y otros mencionados, desde una perspectiva de estudio cualitativo, para conocer los factores que influenciaron en su formalización.

1.2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.2.1. Pregunta general

¿Qué factores influyen en la formalización de los empresarios de la ciudad de Juliaca, desde una perspectiva comparada de casos?

1.2.2. Preguntas específicas

- ¿Qué beneficios trae la formalización empresarial en la actividad comercial en la ciudad de Juliaca?
- ¿Qué dificultades afrontan los empresarios en la formalización de sus negocios comerciales en la ciudad de Juliaca?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo general

Determinar los factores que influyen en la formalización de los empresarios de la ciudad de Juliaca, desde una perspectiva comparada de casos.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar los beneficios que trae la formalización empresarial en la actividad comercial en la ciudad de Juliaca.
- Conocer las dificultades que afrontan los empresarios en la formalización de sus negocios comerciales en la ciudad de Juliaca.

1.4. JUSTIFICACIÓN

La investigación cualitativa es una metodología conveniente para abordar el tema de la formalización empresarial en la ciudad de Juliaca, principalmente en la actividad comercial, ya que permitirá conseguir una comprensión profunda y detallada de aquellos factores que influyen en la formalización empresarial y de las experiencias y perspectivas de los actores involucrados en el proceso y posterior a ellos. La investigación cualitativa se cimienta en la obtención de la información con el uso de técnicas como la entrevista a profundidad, estudios de caso y la observación, de donde el investigador puede obtener una información precisa del tema estudiada. (Hernández & Mendoza, 2018).

Para ello, se justifica a razones de importancia, ¿Por qué? ¿para qué? Debe de efectuarse la investigación, además de los beneficios que se alcanzarán, por lo cual se presenta criterios como. Conveniencia del estudio, relevancia social que trae consigo, implicaciones prácticas y valor teórico (Hadi et al., 2023; Hernández & Mendoza, 2018).

- Juliaca, como ciudad es el centro de comercio de la región de Puno, en donde la condición de informalidad es alta, las empresas comerciales formales solo conforman solo el 2% de todas las Mypes. Por ende, es conveniente investigar los factores que alientan la formalización empresarial en la actividad comercial, además de los beneficios que adquieren y los desafíos que enfrentan los empresarios al formalizarse.
- La investigación es relevante ya que, los resultados benefician a los empresarios, trabajadores y la sociedad en conjunto. Dando a comprender los factores que influyen en la formalización, y a partir de ello diseñar políticas, programas y estrategias que fomenten la formalización y a partir de ello poder contribuir al desarrollo económico y social de Juliaca, como una ciudad centro del comercio de la región de Puno.
- Su importancia en la práctica radica en que la investigación realiza una descripción real de los factores que influenciaron para la formalización empresarial, precisamente en el comercio. Así como también se analizó las situaciones anteriores

a la formalización, asimismo, se logra describir los eventos y procesos que han influenciado, además de los beneficios como una valoración desde la perspectiva del empresario.

- La contribución como valor teórico que hace la presente investigación es al conocimiento existente sobre la formalización empresarial y los factores que influyen en ella, específicamente en el rubro del comercio. Además de sostener la valía teórica a partir de puesta en práctica la entrevista como técnica de recolección. En la actualidad, las investigaciones se encuentran ligadas de manera estricta a las encuestas, del cual su seriedad puede ser discutible. Porque son planteados desde la perspectiva del investigador y no del investigado.

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

Los estudios que se mencionan seguidamente, nos muestran varias formas de intervención en una investigación, principalmente, donde se utiliza la encuesta como instrumentos para la recopilación de la información. Para tratar la problemática de la informalidad en los negocios, esto ocurre principalmente en las investigaciones realizadas en el territorio nacional y/o local, a comparación de investigaciones realizadas en otros países vecinas. Estas investigaciones tienen como limitante sus propios instrumentos, en donde Robledo (2007) menciona que las personas pueden mentir, ocultar información o responder de forma socialmente responsable ya que las preguntas son aplicadas desde el planteamiento del investigador.

Por otro lado, no se han encontrado investigaciones a profundidad, en donde el protagonista es el entrevistado, y la investigación se realiza desde la perspectiva del sujeto estudiado, con el objetivo de comprender a profundidad la problemática de la informalidad comercial y así lograr desarrollar políticas públicas e intervenciones que logren formalizar las entidades empresariales de manera más efectiva, y generar más presupuesto para el estado.

2.1.1. A nivel internacional

Torres y Tierradentro (2023) analizaron la relevancia de la formalización empresarial para los micronegocios y las iniciativas empresariales textiles en la región de Soacha – Colombia, además de cómo mejorar su éxito a largo plazo. Para ello utilizaron el estudio de caso como metodología de estudio, aplicando la técnica de la entrevista en profundidad, regido por una guía de entrevista, además de análisis documental. Del estudio llegaron a la conclusión de que las empresas textiles al formalizarse pueden acceder a más recursos financieros, materiales y humanos de alta calidad, además de tener oportunidades de crecimiento a través de la creación de una marca sólida, desarrollo de estrategias de marketing y lograr una gestión eficiente de recursos disponibles originadas a partir de la contabilidad y finanzas.

Cepeda (2018) examinó la informalidad en Ecuador y sus elementos que la definen, donde los propietarios de las empresas adhieran a la formalidad y se rigen por las regulaciones fiscales. Para ello utilizó el enfoque cualitativo – cuantitativo, con un método científico deductivo – analítico, con el tipo explicativo – descriptivo, con un diseño no experimental como metodología de investigación. Llegando a una conclusión de que la carencia de empleo, como factor detonante de la informalidad, que, a partir de ello, acarea la necesidad de generar una fuente de ingresos, y optar por la realización de una actividad comercial, productivo o de servicio, siendo la actividad comercial la elegida, para iniciar como informal. En donde la mayoría de los negocios no logran formalizarse, principalmente por desconocimiento del proceso de la formalización, acompañado de la ausencia de la cultura tributaria y de recursos.

Herrera (2021) sugiere un método de formalización empresarial para proyecto de reciclaje de empresas, en marco del proyecto REMA a través de su trabajo de investigación realizada en Giradot – Colombia. Para ello utilizó el enfoque cualitativo de alcance aplicado y método de estudio inductivo. Concluyendo que la formalización a través del proyecto REMA es fundamental ya que al término de la formalización los recicladores se benefician con la mejora de la calidad de vida, reconocimiento en el mercado por la prestación de servicios, además de que pueda permitirle el acceso al sistema financiero, subvenciones de gobierno y demás beneficios que trae consigo la formalidad.

Sánchez (2021) en su estudio busca determinar los factores incidentes en el éxito de los pequeños y medianos emprendimiento de la ciudad de Loja – Ecuador. La investigación fue de tipo descriptivo, enfoque cuantitativo y de diseño no experimental. Concluye que el empresario desafía varios problemas en el momento de emprender, tales como el entorno legal, competencia y acceso a fuentes de financiamiento; y como factores que contribuyen al éxito son el entorno económico estable, tecnología adecuada, mejora continua, valor agregado, satisfacción laboral y del cliente.

González y Cabrera (2018) analizaron el sector informal y como incide en el desarrollo económico en Ecuador, cuyo estudio se basó en el periodo 2015-2017. Para ello utilizó el tipo de investigación descriptiva. Concluyendo que el comercio informal es causado por el desempleo existente, en donde las personas son marginadas sea por la educación, destrezas laborales, componentes familiares o la edad. Además de que es defectuoso el rol que cumple

los entes gubernamentales en la creación de políticas públicas en favor del empleo de calidad y la corrupción observada por la población y los comerciantes informales genera rechazo.

2.1.2. A nivel nacional

Pérez (2019) en su estudio, estableció el impacto de la cultura fiscal en la formalización de los comerciantes del mercado 28 de julio de Jaén. La investigación fue de tipo descriptivo, con un diseño no experimental. En donde llega a la conclusión de que el nivel de entendimiento de la cultura fiscal se sitúa como intermedia. Impactado por la magnitud de la educación tributaria, que facilitó la consolidación de los conocimientos en cultura fiscal de todos los comerciantes consultados, generando en ellos actitudes positivas hacia la formalización.

Segura (2019) en su investigación determina el vínculo entre la cultura fiscal y la formalización de Mypes en el sector de productos de consumo rápido de la ciudad de Huánuco. El mismo que fue de tipo aplicada, de enfoque cuantitativa, de nivel descriptivo correlacional y con diseño no experimental como método de investigación. Concluye que, si existe una relación directa entre cultura tributaria y formalización, en donde la formalización empresarial permite tener ventajas de mercado, así como el reconocimiento por parte de los clientes, ampliación de mercado y el acceso a financiamiento.

Navarro et al. (2018) analizan los elementos que restringen la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector de la manufactura en Perú, desde un enfoque teórico. Concluyen que los factores que limitan la formalización son: la intrincada gestión, el escaso grado de formación, las regulaciones excesivas, las restricciones administrativas y las falencias del sistema fiscal peruano, son los principales adversarios de la formalidad en el sector. Por otro lado, menciona que la empresa formal es competitiva y asegura su éxito a través de la mejora de su productividad, además de contar con trabajadores calificados y entrenados.

Echabaudis y Soto (2018) explica en su trabajo de investigación la manera en que manera favorece la formalización de las empresas en la administración de la artesanía textil del distrito de– Huancavelica. El cual configura como tipo de investigación básica, de nivel descriptivo – explicativo, con diseño no experimental. Del cual llega a una conclusión de que la formalización empresarial de artesanos es baja, además de que la formalización empresarial aporta de manera positiva y relevante a la administración empresarial en los artesanos textiles.

León y Zamudio (2019) definen en su estudio establecen los elementos vinculados a la informalidad de los vendedores en la galería Don Alfonso de la plataforma Andrés Avelino Cáceres de Arequipa. Para ello, como metodología de estudio fue de tipo, de nivel descriptivo – correlacional. Concluye que la informalidad comercial viene creciendo cada año de manera crítica, donde identifica como factores asociados a la informalidad la escasa educación tributaria con la que cuentan los comerciantes, limitaciones al acceso a créditos financieros, rentabilidad baja, inestabilidad comercial, altos costos de formalización y la ausencia de ayuda por parte de las autoridades.

Jaimes (2018) en su estudio realizado en la ciudad de Huánuco, determina la manera en que el proceso de la formalización logra relacionarse con la cultura empresarial. Para ello la investigación fue de tipo aplicada, de enfoque cuantitativa, de alcance correlacional y de diseño no experimental. Concluye que de cada 10 de encuestados 9 declararon en sus encuestas que el proceso de la formalización societaria desalienta las ganas de formalizarse por los costos elevados que conlleva formalizarse y el desconocimiento de las campañas realizadas por parte del estado.

2.1.3. A nivel local

Añamuro y Calla (2021) examinaron si la asociación de comerciantes mixtos milenio 2000 de Juliaca, conocen las responsabilidades fiscales y la formalización de las mismas. Para ello realizaron un estudio de nivel descriptivo - correlacional, de diseño no experimental, de corte transversal. Llegando a una conclusión de que a medida que se incrementa el entendimiento de las responsabilidades fiscales, también se potenciará la formalización de las obligaciones fiscales de los comerciantes.

Mamani (2023) en su investigación analiza los factores socioeconómicos en el comercio informal de la feria la cachina de la ciudad de Puno, esto debido al aumento de la demanda de la población y el costo decreciente de los productos, en donde la actividad resulta ser muy rentable. La investigación fue de carácter descriptivo – explicativo – analítico y de diseño no experimental. Concluye de cada 10 comerciantes 8 son mujeres, además de que casi la mitad de ellos concluyeron la secundaria y una tercera parte tienen 2 hijos y como causas influyentes se tiene a la educación, edad, sexo y número de hijos.

Barrantes (2022) en su estudio establece si la formalización afecta la rentabilidad de las Mypes en el sector de productos de consumo rápido de Puno. Para ello sigue la metodología con enfoque cualitativo, de tipo básico, de nivel descriptivo – causal y de diseño no experimental. Concluye que la formalización tiene un impacto positivo en la rentabilidad considerando que la formalización en abarrotes se encuentra en un nivel medio y que la rentabilidad es regular.

Mamani (2018) analiza los rasgos fundamentales de la formalización y financiación de las Mypes del sector servicio, específicamente zapaterías, en el distrito de Juliaca. Para ello utilizó el enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental. Concluye que los representantes de cada entidad tienen una edad media de 51 años, y que no todos poseen un nivel de educación en el campo y en cuanto al financiamiento que reciben por parte de las entidades bancarias lo invierten principalmente en su capital de trabajo, así como en maqui y equipos de trabajo.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Teoría dualista

La teoría dualista sobre la formalidad empresarial, se refiere a la existencia de dos sectores económicos como el sector formal como informal (Chen, 2012). Por lo tanto, se comprende que el sector formal se compone de empresas que se adhieren a las normativas gubernamentales, pagan los impuestos establecidos y ofrecen empleo laboral formal, en cambio el ámbito informal está compuesto por aquellas entidades que trabajan al margen de las regulaciones gubernamentales, no aportan al fisco y ofrecen un empleo fuera de las leyes laborales y normativas del país.

Esta teoría sostiene que el sector informal surge debido a la incapacidad del sector formal para absorber la mano de obra disponible, especialmente aquellas provenientes de las áreas rurales (Uribe et al., 2006). De acuerdo a este panorama, el sector informal es un segmento inferior que absorbe a los trabajadores desplazados del sector formal. Otra de las particularidades es que engloba aquellas actividades secundarias que no pertenecen al sector formal. Son tareas de supervivencia o supervivencia que aportan ingresos a las familias con recursos económicos limitados, usualmente trabajan en grupos de bajos ingresos y vulnerables en lugares públicos (Hart, 2013; Tokman, 1978).

En este sentido, la teoría dualista destaca la importancia de reducir las barreras y fomentar la formalidad empresarial (Ludmer, 2019). La teoría dualista es una de las principales teorías que utilizan para analizar la informalidad empresarial y ha sido tema de múltiples investigaciones en diversos países.

2.2.2. Teoría legalista

Esta teoría se enfoca en el concepto de que se puede incorporar la economía informal a la economía formal, a través de un marco regulatorio que promueva el acatamiento de las regulaciones vigentes (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2021). Hernando de Soto, es uno de los exponentes de esta teoría, que argumenta la falta de acceso a la propiedad formal y a los derechos legales como obstáculos del desarrollo económico. De Soto propone que la formalización no solo mejora la situación del empresario, si no también contribuye al crecimiento económico y aumenta la base tributaria del estado (Sánchez & Chafloque, 2019).

La postura legalista enmarca la formalización, en la que De Soto propuso unificar a los informales y formales en un único grupo con el objetivo de que posean los mismos derechos mediante la simplificación de los trámites, la asignación de derechos de propiedad y la disminución de la corrupción, son estrategias para disminuir la pobreza y la desigualdad en la (Bonnet & Venkatesh, 2016). Según la teoría legalista es necesario recurrir a la formalidad para reducir la pobreza, sin embargo, hay empresas que optan por la informalidad, por la flexibilidad de los negocios. En concreto el comercio informal es la reacción a la rigidez del marco regulatorio.

Algunos críticos argumentan que un enfoque puramente legalista no es suficiente. La realidad peruana muestra que, a pesar de las reformas legales implementadas, la informalidad persiste debido a elementos como la elevada carga impositiva, dificultad para acceder a financiación y cultura de la informalidad que prevalece en muchos sectores como el comercio (Carpio, 2016; Chen, 2012).

2.2.3. Teoría del cambio

La teoría del cambio se fundamenta en la idea de que la informalidad amenaza la supervivencia y expansión de las empresas, lo cual disminuye la posibilidad de producir empleos de alta calidad. La formalidad emerge como un medio esencial para alcanzar la estabilidad y expansión empresarial, permitiendo a las empresas puedan acceder a beneficios como financiamiento, protección y ampliación de mercados (OIT, 2021).

A pesar de la claridad que ofrece la presente teoría, es importante mencionar que la formalización no es un proceso lineal y puede enfrentar múltiples desafíos. La realidad económica y social por sí ya es compleja, y se debe considerar a la formalización como un proceso constante que necesita adaptaciones y ajustes a lo largo del tiempo. Para Chen (2012) muchos de los negocios informales pueden no estar en condiciones de formalizarse rápidamente debido a limitaciones como la falta de recursos, o resistencia al cambio.

Por otro lado, la construcción de una teoría del cambio efectiva demanda la implicación de todos los participantes, incluidos empresarios, trabajadores y el gobierno. Es fundamental el enfoque para reconocer las necesidades y expectativas de cada parte involucrada, la cual puede simplificar la puesta en marcha de políticas más eficaces y ajustadas a la situación del sector informal. (Cassetti & Paredes-Carbonell, 2020).

2.2.4. Objetivos de desarrollo sostenible

La relación entre los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) y la formalización comercial es un tema cada vez más importante especialmente en el contexto peruano. Donde la gran parte de la economía opera en entornos informales. La formalización es importante no solo

para mejorar las condiciones laborales y económicas, sino también en consonancia con varios ODS que buscan promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible.

2.2.4.1. El ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico.

Este objetivo enfatiza la importancia de promover políticas que apoyen la formalización de las microempresas, pequeñas y medianas empresas. La meta 8.3 establece la necesidad de promover la creación de empleos decentes y el crecimiento de las microempresas, lo que significa que la formalización es un paso importante para alcanzar estos objetivos (Naciones Unidas, 2018). La formalización permite a las empresas acceder a financiamiento, mercados más amplios y beneficios fiscales, contribuyendo así a un crecimiento económico más sólido.

La formalización también se encuentra relacionada con la meta 8.5 que busca lograr el pleno empleo y trabajo digno, tanto para hombres como mujeres. Al formalizarse, las empresas deben cumplir con regulaciones laborales que garantizan condiciones de trabajo dignas, esto resulta en mejores sueldos y beneficios para los trabajadores (Naciones Unidas, 2021).

2.2.4.2. El ODS 10: Reducción de las desigualdades

Se enfoca en disminuir la inequidad en los paises como el Perú y además entre los países. La formalización comercial es una herramienta crucial para promover la inclusión social y económica, ya que permite que grupos marginados como jóvenes y mujeres. La meta 10.2 tiene como objetivo fomentar la inclusión social, económica y política de todos los individuos, sin importar su situación social. La informalidad comercial a menudo excluye a los trabajadores de sus beneficios sociales y derechos laborales, lo que perpetua la pobreza y la desigualdad. Abordar la informalidad es, por lo tanto, un paso esencial para asegurar que todos tengan acceso a oportunidades y sean capaces de aportar al progreso de sus localidades (Naciones Unidas, 2018).

2.2.5. Plan estratégico de desarrollo nacional (PEDN) al 2050

El PEDN al 2050 de Perú aborda la informalidad comercial como un desafío significativo para la evolución económica y social de la nación. Mediante objetivo nacional 3, cuya

finalidad es elevar los niveles de competitividad y productividad de la economía, y que esta aspire a fomentar el bienestar humano en el crecimiento económico sostenible y el empleo (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico [CEPLAN], 2022). Dentro de este objetivo se encuentra el reto 8, que es la deficiente recaudación tributaria y gasto público centralizado, del cual se plantea acciones frente a este reto, tales como disminuir la evasión fiscal y robustecer los mecanismos de supervisión de la gestión tributaria.

También en este instrumento de gestión encontramos el reto 9. Que hace referencia a los altos índices de informalidad productiva que provocan impactos en la calidad del trabajo, plantea prioridades y acciones como impulsar reformas estructurales orientadas a la generación de empleo formal, así como también generar estrategias de formalización empresarial mediante uso de las tecnologías de la información (CEPLAN 2022). El PEDN al 2050 destaca la importancia de promover el formalismo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). Esto incluye la simplificación de trámites administrativos burocráticos y la disminución de cargas impositivas.

2.2.6. Evasión tributaria

El problema de la evasión en el Perú aún persiste, aunque la SUNAT haya implementado diversas fórmulas para contrarrestar, esto afecta la recaudación fiscal y la equidad en el sistema tributario. A través de acciones como omisión de declaraciones, la subdeclaración de ingresos o uso de artificios para evitar pagar los impuestos. La evasión se produce debido a la visión de los contribuyentes sobre los altos costos y la complejidad del sistema fiscal (Lira et al., 2023). Además los contribuyentes consideran que los impuestos son excesivos y no les genera beneficios (Patiño et al., 2019).

Para Segura, (2019) es un acto ilícito que va en contra de las leyes tributarias existentes en nuestro país. En donde los contribuyentes a pesar de estar registrados, no cumplen con las obligaciones tributarias (Romero & Colmenares, 2021).

2.2.6.1. Causas de la evasión tributaria

La evasión fiscal en el Perú es un fenómeno complejo que tiene múltiples causas, de las cuales se presentan algunas que han sido analizadas por diversos autores y estudios.

- **Falta de cultura tributaria:** baja cultura tributaria entre los contribuyentes. En donde una gran cantidad de peruanos no consideran el pago de impuestos como un deber cívico, lo que se traduce en como ausencia de conciencia sobre qué tan importante es la contribución para el financiamiento como el propio estado. por ejemplo en ciertos sectores, como el de servicios médicos, hay una cultura fiscal deficiente lo que tiene un impacto significativo en la evasión (Cabrera et al., 2021).
- **Altas tasas impositivas:** son un obstáculo para el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Muchos contribuyentes piensan que la presión fiscal es desmedida, lo que los lleva a buscar formas de evadir el pago de impuestos. Este sentimiento se agrava en un contexto donde perciben la calidad de los servicios públicos no corresponden con los impuestos pagados (Tarrillo & Chilón, 2022).
- **Corrupción y desconfianza en el estado:** la corrupción en las instituciones públicas y la falta de confianza que acreditan los gobiernos de turno son factores que fomentan la evasión. Muchos contribuyentes sienten que sus impuestos no se utilizan de manera efectiva. Lo cual se traduce en una resistencia a cumplir con las obligaciones fiscales, ya que no ven un retorno claro de la inversión en impuestos (Romero & Colmenares, 2021).
- **Deficiente administración pública:** la ineficiencia y la ausencia de la capacidad en las entidades como la SUNAT, también contribuyen a la evasión. Según varios autores, la falta de recursos y capacitaciones insuficientes del personal puede llevar por ejemplo a una fiscalización inadecuada, lo que permite que los contribuyentes evadan impuestos sin temor a ser sancionados (Cornejo, 2017; Montano & Vásquez, 2016).
- **Vacíos legales y normativos:** la existencia de vacíos en las normas fiscales permite a los contribuyentes aprovecharse de las lagunas legales para lograr evadir impuestos. Esto se traduce en una carga impositiva tributaria que no refleja adecuadamente la recaudación del estado. la complejidad del sistema tributario también puede llevar a errores involuntarios que resultan en evasión (Montano & Vásquez, 2016; Romero & Colmenares, 2021).

2.2.7. Informalidad

Es la inserción de entidades económicas en el mercado de competencia bajo el incumplimiento de regulaciones formales, cumpliendo algunas características como: baja productividad, maximización de ingresos para la subsistencia, compuestos generalmente por la población migrante rural (Ludmer, 2019).

El Perú se destaca como uno de los países latino americanos con la tasa más alta de empleo no formal. Un aproximado de 80% de los empleados se encuentran en el ámbito informal donde la protección del empleo y el acceso a la seguridad social son limitados (Ruiz & Aragón, 2023). A pesar de avances en la reducción del empleo informal en la última década, el país sigue situado entre los cinco países con mayor empleo informal en la región (CEPLAN, 2016).

la informalidad no solo es un problema generalizado, sino también varía significativamente por región. Las zonas rurales son las que presentan tasas de informalidad más elevadas en comparación con las urbanas, que refleja la desigualdad en el acceso a oportunidades laborales formales (Ruiz & Aragón, 2023). En cuanto a los sectores económicos se manifiesta, desde la agricultura, construcción, servicios y el comercio. Por ejemplo el comercio ambulante es un subgrupo importante dentro de la informalidad, en donde se labora sin un registro formal (M. Sánchez & Chafloque, 2019).

2.2.7.1. Causas de la informalidad comercial

La informalidad es un fenómeno complejo que se manifiesta de diversas formas e impacta de forma considerable en el crecimiento económico del país, de ello se analizan algunas causas de la informalidad comercial, apoyadas por fuentes consultadas.

- **Costos de formalización:** los gastos vinculados a la formalización son considerados elevados, a comparación con las ventajas que proporciona. Según el BCRP, el proceso de formalización implica una serie de trámites que requieren tiempo y recursos financieros, lo que desanima a muchos emprendedores a anotarse formalmente.

- **Baja cultura tributaria:** es la falta de una sólida cultura fiscal en la población, donde muchos emprendedores no consideran el pago de impuestos como un deber cívico. Lo que se traduce en una baja disposición para formalizar sus negocios. La percepción de que la formalidad no ofrece beneficios claros puede llevar a la decisión de quedarse como informal (Cabrera et al., 2021).
- **Deficiencias en servicios públicos:** los servicios públicos ineficientes y un régimen regulatorio agobiante, también fomentan la informalidad. La falta de acceso a servicios fundamentales como la educación el limitado acceso a servicios fundamentales como la educación y la salud, pueden motivar a las personas a recurrir a actividades no formales como medio de subsistencia. Además, la limitada habilidad del estado para supervisar y exigir el cumplimiento de las normas fomenta la informalidad (CEPLAN, 2016; Loayza, 2018).
- **Informalidad económica:** alta tasa de informalidad en la economía en el Perú, en donde muchos negocios operan en la informalidad, las mismas no se encuentran registradas en las entidades competentes. La cual no solo reduce la base tributaria, además crea un entorno donde se normaliza la informalidad. Y la informalidad se vincula con la dificultad para acceder a la información acerca de las responsabilidades fiscales y la percepción de que la formalización es un proceso complicado y de elevado costo (Montano & Vásquez, 2016; Romero & Colmenares, 2021).

2.2.8. Formalización empresarial

La formalización de empresas es un procedimiento multidimensional que realizan las personas con negocio cuya finalidad es integrarse a la economía formal (OIT, 2021).

- Registro y otorgamiento de licencias: las autoridades de nivel nacional, provincial y municipal son las que otorgan licencias y la entidad como las SUNARP, SUNAT, los registran sean estas de personería natural, o de personería jurídica.
- Acceso a la seguridad social: los titulares o propietarios de las entidades empresariales y como también los empleados tienen acceso a las prestaciones de seguridad social que estas proporcionan.

- Cumplimiento legal: las empresas deben de cumplir con las leyes vigentes incluyendo con los impuestos y la legislación laboral vigente.

En países latinoamericanos, así como el Perú, se ha llevado a cabo una extensa discusión sobre el tema de la formalización, conjuntamente de sus beneficios para la economía, y su impacto directo en el crecimiento económico y social del país. Pero los factores que determinan el proceso de formalización comercial varían de un país a otro, por ello Chacaltana (2016) precisa que los elementos finales que determina la informalidad o formalidad deberían ser tratadas de manera empírica y no teórica. Ósea que los factores, elementos o políticas utilizadas para tratar la informalidad, y que estas pasen ser formales dependen de circunstancias y realidades en la que se convive en un determinado país o región. Por lo tanto, enfrentar la informalidad en el Perú, es prácticamente inexistente, con los componentes y políticas utilizadas en otras circunstancias.

La formalización también enmarca criterios de estandarización y cumplimiento, estas guían el adecuado funcionamiento de una entidad empresarial, que a su vez está sujeta a las reglas de formalización, la misma que recae en otras instituciones privadas o públicas que requieren componentes formales de la empresa constituida para poder operar.

2.2.9. Normativa legal para la formalización de empresas en Perú

- Decreto Ley N° 14383, Código de comercio, es una norma fundamental que regula las actividades comerciales y mercantiles en el Perú. Este código establece un marco legal que busca garantizar la transparencia y justicia en las relaciones comerciales entre los distintos actores del mercado (Decreto Ley N° 14383, 1902).
- Ley N° 26887, Ley general de sociedades, ley que regula la formación, organización y extinción de las sociedades en el país, esta normativa es fundamental para establecer un marco jurídico claro que facilite las actividades comerciales y la inversión en el país (Ley N° 26887, 1997).
- Decreto Ley N° 21621, Ley que norma la empresa individual de responsabilidad limitada, es una figura jurídica que permite a una persona natural a realizar sus actividades empresariales con responsabilidad limitada. Cuyo objetivo es facilitar la formalización de pequeños negocios, ofreciendo una alternativa que protege al patrimonio personal del titular (Decreto Ley N° 21621, 1976).

- Decreto Legislativo N° 937, Texto del nuevo régimen único simplificado (NRUS), creado para facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los pequeños contribuyentes. este régimen busca promover LA formalización de microempresas y ampliar la base tributaria nacional (Decreto Legislativo N° 937, 2003).
- Ley N° 28015, Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa y sus modificatorias, que define a la micro y pequeña empresa como unidad económica constituida por persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial que contempla la ley vigente, que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes y la prestación de servicios (Ley N° 28015, 2003).
- Ley N° 29571, Código de protección y defensa del consumidor y sus modificatorias, que, regula las relaciones entre consumidores y proveedores, promoviendo la transparencia y la formalidad de las transacciones comerciales. La formalización empresarial permite a las empresas cumplir con esta ley, que garantiza los derechos de los consumidores y garantiza la confianza en el mercado (Ley N° 29571, 2010).
- Ley N° 30524, Ley que prorroga el pago del Impuesto a las Ventas (IGV) para la Micro y Pequeña Empresa – “IGV Justo”. Con esta ley se intenta facilitar la formalización de las micro y pequeñas empresas, prorrogando el IGV, hasta pro tres meses sin intereses.
- D.S. N° 179-2004-EF, Que aprueba el TUO de la ley del impuesto a la renta. Compendio normativo fundamental para la administración tributaria, ya que proporciona el marco claro y accesible para el entendimiento de las obligaciones ficales de los contribuyentes. Ya que permite conocer sus derechos sus derechos y deberes, así como las implicaciones fiscales de sus actividades económicas (D.L. N° 1488, 2004).
- D.S. N° 013-2013-PRODUCE, TUO de la Ley de impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial y sus modificatorias, establecen el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las MYPIMES en el Perú (D.S. N° 013-2013-PRODUCE, 2013).
- Ley N° 29783, Ley de seguridad y salud en el trabajo y sus modificatorias, que establecen las obligaciones de las empresas en materia de seguridad y salud laboral. La formalización permite a las empresas cumplir con estas normativas, asegurando su ambiente laboral sea seguro y saludable para sus trabajadores.

- Ley N° 31683, Ley que promueve la reactivación económica de las micro, pequeñas y medianas empresas a través del fondo MIPYME emprendedor, a través del establecimiento de fondo MIPYME emprendedor. Este fondo busca proporcionar apoyo financiero y recursos para fomentar el crecimiento y la sostenibilidad de estas empresas, que son fundamentalmente para la economía local y nacional (Ley N° 31683, 2023).

2.2.10. Pasos para formalizar

De acuerdo al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2016) se detalla los pasos que debe seguir una MYPE para formalizarse.

- Primer paso: registro empresarial.
 - Elección del tipo de personería de la empresa (persona natural/persona jurídica).
 - Elaboración la minuta o acto constitutivo.
 - Elaboración de la escritura pública.
 - Inscripción en los registros públicos.
- Segundo paso: registro tributario.
 - Adquisición de la clave SOL / operaciones en línea – SOL.
 - Obtención del número de registro único del contribuyente – RUC.
 - Elección del régimen tributario.
- Tercer paso: registro laboral.
 - Autorización de las planillas de pago.
 - Registro de los contratos de trabajo.
 - Registro de trabajadores dependientes en EsSalud.
- Cuarto paso: autorización municipal.
 - Licencia de funcionamiento.

2.2.11. Factores de la formalización

Para, Shahzad et al. (2022) los factores de la formalización empresarial incluyen a lo económico, indicadores financieros, cambio tecnológico, incertidumbre política, y la competencia de mercado, mediante el riesgo empresarial percibido y el desempeño de la organización. Para otros autores como Skorková (2020) los factores de la formalización son

un gran número de reglas, procedimientos y actividades laborales que se correlacionan con efectividad del negocio, aunque dificulta la iniciativa de los empleados para el cambio. Anlló et al. (2007) profundiza el estudio de los factores mencionado y agrega otros como la mejora tecnológica, integración y coordinación entre diferentes áreas, la planificación, las políticas de apoyo a las PYMES, acceso a la financiación externa. Además de estas son agregados otros factores como el conocimiento y el proceso del negocio que son elementos cruciales para crear una arquitectura empresarial (Rábová, 2005).

Basándonos en las propuestas previas se pueden clasificar en dos elementos como factores internos y factores externos. Para Eisenover (2017) los factores externos están conformados por el estado del sector o la ubicación, el desarrollo tecnológico y su innovación además de la legislación. Como factores internos se agrupan la orientación empresarial, capital humano, contabilidad, mercadeo o marketing empresarial, motivación, características y condiciones de recursos y la gestión del conocimiento (Almanza et al., 2019; Eisenover, 2017).

2.2.11.1. Factores internos

Son componentes que están presentes en la organización y que pueden influir en su desempeño, tanto de manera negativa o positiva. Estos factores son controlables generalmente por las empresas y son esenciales para alcanzar sus metas, que son las siguientes.

2.2.11.1.1. Orientación de la empresa

Se trata de producir datos del mercado en relación con las demandas presentes y venideras de los clientes (Infante & Riveros, 2015). Además, es una estrategia de administración que va más allá del marketing y fomenta el entendimiento y manejo de la información de los clientes, competidores y la fuerza del entorno. Por lo tanto, la administración de empresas se fundamenta en cubrir las necesidades del cliente que la competencia no (Fuentes, 2010). Si bien hay una gran variedad de tipos comerciales, estas establecen las nociones por las cuales se rigen las actividades empresariales, además de caracterizar los procesos que desarrollan (Eisenover, 2017).

2.2.11.1.2. Capital humano

Desarrollar la productividad y la competitividad exige una administración sistemática del capital humano, donde las variables del comportamiento humano se integren en el trabajo, influenciadas por las políticas laborales establecidas por el estado, políticas administrativas y estratégicas aplicadas por las organizaciones empresariales, por lo tanto, se entiende que el capital humano es el motor del crecimiento y desarrollo de la organización (Chiavenato, 2009; Lopera & Echeverri, 2018). Esto significa que en las empresas se establecen sistemas de administración del capital humano para aportar a la generación del valor económico mediante la habilidad de manejar las ventajas competitivas de la fuerza laboral, lo cual a su vez incrementa el elemento distintivo en el posicionamiento empresarial (Ramírez, 2023).

2.2.11.1.3. Contabilidad

La contabilidad es una disciplina encargada de documentar, categorizar y sintetizar las operaciones financieras de una empresa para luego analizar sus resultados, como también de proporcionar a solicitud y en fechas precisas informes sobre las actividades realizadas, impuestos, estados financieros etc. dentro de una entidad pública o privada (Barrios, 2017).

2.2.11.1.4. Mercadeo

Corresponde al diseño y desarrollo de las estrategias de marketing, a partir del valor creado por las habilidades de los individuos mediante la educación, la experiencia, toma de decisiones y la forma de interactuar con el cliente, el propósito es lograr la satisfacción de las demandas y expectativas del cliente (Bandenay, 2023; Escandón & Hurtado, 2014).

2.2.11.1.5. Edad

En cuanto a los factores que influyen en la formalización empresarial, la edad es uno de ellos. Según la teoría del cambio presentada por la (OIT), los factores que impulsan a nivel de empresa (o barreras para formalizarse) abarcan lo que es el género, edad, educación y las aspiraciones de la empresa, además del nivel de informalidad en la que se encuentra el sector donde opera la empresa (OIT, 2021). Sin embargo, no se especifica cómo la edad influye en la formalización empresarial, de acuerdo al Global Entrepreneurship Monitor, en el Perú, de

10 personas 2 de entre 18 y 64 años de edad, son empresarios o dueños de una nueva empresa. Por otro lado, a diferencia de otros países, los emprendedores suelen tener una edad media de 37 años. Adicionalmente, el 90% de los puestos de trabajo en el Perú son creados por emprendedores. (Gestión, 2017).

2.2.11.1.6. Motivación

Chiavenato (2007) enfatiza que la motivación es “el estado íntimo que lleva a una persona a comportarse de forma que puede asegurar el alcance de determinado objetivo o a involucrarse en una actividad para satisfacer necesidades personales” del mismo se entiende en que una persona actúa de acuerdo a sus metas que desee alcanzarlas. Además de que la motivación se manifiesta principalmente con el entorno y razón personal ósea es intrínseca o también podría ser extrínseca que a partir de ello el individuo pueda formar una empresa (Barba & Atienza, 2012).

2.2.11.1.7. Recursos

Los activos empresariales principalmente en su mayoría son aquellos bienes tangibles y bienes intangibles que constituyen la estructura de una entidad empresarial y le asisten en la consecución de sus metas en el mercado (Training, 2023). Además, estos activos impulsan las diversas actividades del giro del negocio y tienen la capacidad de disminuir los gastos, usualmente se obtienen al inicio y en el proceso de la formación empresarial (Martínez et al., 2020).

2.2.11.1.8. Gestión del conocimiento

Son aquellas experiencias, además de estrategias, que utilizan las organizaciones para mejorar los resultados (Hotmart, 2022). En el emprendimiento empresarial, la administración del conocimiento se ha transformado como una táctica crucial para que las organizaciones puedan tener éxito, dado que su uso eficiente ayuda mejorar su desempeño en un contexto cada vez más desafiante y competitivo (Espín et al., 2017).

2.2.11.2. Factores externos

Son componentes que pueden afectar el desempeño y éxito de las empresas de forma positiva o negativa. A diferencia de los factores internos, estos están fuera del control directo de la empresa y pueden cambiar de manera constante.

2.2.11.2.1. Ubicación comercial

La ubicación comercial es un elemento crucial para su desarrollo con éxito de una empresa comercial, debido un factor clave para el éxito de un negocio, ya que puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso (Sf.Gov, 2023). En la medida que la ubicación de la empresa sea un lugar dinámico y creciente, la relación y articulación con otros sectores será relevante, ya que el requerimiento de los productos ofrecidos se mantenga de manera constante, lo cual es imprescindible para el crecimiento y continuidad de la empresa (Eisenover, 2017).

2.2.11.2.2. Normativo y legales

Los factores normativos y legales que deben ser considerados preferentemente en la creación de una empresa para su establecimiento y operación. Estos factores incluyen la estructura legal en la que puede constituirse una empresa, las leyes y políticas que regulan las actividades empresariales (Almada & Medina, 2018; Diaz et al., 2005). La Teoría económica institucional, especialmente en las propuestas de Douglass North, ofrece una teoría para el análisis de los elementos de influencia en la formación empresarial resaltando la relevancia de las instituciones como factores que influyen en la actividad económica (Diaz et al., 2005). Es fundamental que los emprendedores y empresarios conozcan y cumplan con el marco normativo y legal aplicable a sus operaciones, ya que el incumplimiento puede acarrear costos expresivos con multas y otras sanciones financieras, además de impactar negativamente en la reputación de la empresa (Almada & Medina, 2018). Por lo tanto, la comprensión y el cumplimiento de los factores normativos y legales son esenciales para el establecimiento exitoso y sostenible de una empresa.

La formalización empresarial en el Perú se lleva mediante un marco legal que promueve las Mypes, con el objetivo de disminuir los costos laborales y fomentar su formalización (Calua et al., 2016). La complejidad de los procesos legales es un factor que puede desalentar la formalización empresarial además de la carga tributaria generada por los mismos (Arruñada, 2010; Chacaltana, 2009). Costos operativos asociados a la formalización y con ello la capacidad y las decisiones del propietario de la empresa también pueden influir en la formalización empresarial (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2021).

2.2.11.2.3. Tecnológicos

La ciencia y la tecnología son elementos clave para la crear procesos de producción exitosos en el comercial y de servicios, mejorando la eficiencia y la efectividad de las entidades empresariales y manteniendo niveles de competitividad admisibles (Molina, 2005). La tecnología emerge como un factor estratégico con la capacidad de brindar oportunidades competitivas al emprendimiento empresarial que puedan manejar de manera adecuada (Claver et al., 2000).

Las empresas que adoptan herramientas tecnológicas pueden aumentar su competitividad y adaptarse a las demandas del mercado (COMEXPERÚ, 2020). La capacitación en la administración de empresas, además de cálculo de costos, ventas, conservación de registros, adquisición y gestión de stock, organización empresarial y de competencias digitales, puede ayudar a las empresas en su crecimiento (OIT, 2017; Portuguez & Gamboa, 2019).

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Comercio informal

Hace referencia a la actividad económica que se realiza fuera del marco legal y tributario establecido por el Estado (Rahmawati, 2020). En donde las que se dedican al comercio informal trabajan por su cuenta en micro negocios comerciales que no están debidamente registrados ante los órganos correspondientes (Luevano, 2021).

2.3.2. Comprobantes de pago

Es un documento que certifica la entrega de mercancías, las mismas que deben ser expedidos de acuerdo con las regulaciones del reglamento de comprobantes de pago (SUNAT, 2006).

En Perú, existen los siguientes tipos de comprobantes de pago

- Facturas.
- Boletas de Venta.
- Tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras.
- Liquidaciones de compra.
- Comprobante de Operaciones – Ley N° 29972.
- Documentos autorizados.
- Recibos por honorarios.

2.3.3. Comprobantes de pago electrónico

Los documentos de pago electrónico, son la versión digital de los documentos de pago tradicional en papel, que se otorgan mediante un instrumento informático autorizado por la SUNAT o a través del mismo sitio web de la SUNAT mediante el clave sol, para acreditar la transferencia, entrega o prestación de bienes y servicios (Curo & Gacia, 2016; SUNAT, 2022).

2.3.4. Cultura tributaria

Es un término que alude a un conjunto de características únicas de valores, actitudes y conducta de los miembros de una sociedad en relación con el cumplimiento de sus responsabilidades fiscales (Areandina, 2023). En resumen se refiere a la conciencia y postura que tienen los ciudadanos de un país sobre los impuestos y su relevancia para el progreso de la sociedad y el bienestar colectivo (Bazán, 2020).

2.3.5. Formalización tributaria

La formalización tributaria hace referencia al procedimiento que se hace a través del cual una empresa o entidad se registra y asigna e número de RUC y cumple con las obligaciones

tributarias sean estas formales o sustanciales (Ruiz de Castilla, 2017). Además de elegir un régimen tributario correspondiente (Risco, 2021).

2.3.6. Libros y/o registros contables

Son documentos en donde se anotan la información financiera y económica de una entidad empresarial (Mundi, 2022). Estos libros son importantes porque permiten llevar una contabilidad ordenada y seguir cronológicamente todas las operaciones realizadas por la entidad empresarial y estas pueden ser de carácter obligatorio y voluntario.

2.3.7. Micro y pequeña empresa

Son entidades económicas formada por un individuo o una entidad empresarial, bajo cualquier modalidad organizativa o administrativa empresarial, cuyo propósito es llevar a cabo actividades extractivas, transformativas, productiva, comercialización o la provisión de servicios (Arbulú, 2016; Mares, 2005). Las Mypes se caracterizan por a las micro y pequeñas empresas, que, de acuerdo a la Ley Mype (Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa) pueden contar con 1 a 10 empleados.

2.3.8. Persona jurídica

Es una entidad legalmente reconocida, con la capacidad de obtener derechos y obligaciones, la misma que puede actuar a través de sus representantes legales, cuya formación y competencia se determina según el código civil en Perú (Castillo, 2007).

2.3.9. Persona natural

Se refiere a un individuo que ejerce derechos y asume responsabilidades de manera individual y que ha optado por establecer su negocio como persona natural, que por consiguiente asume las obligaciones y responsabilidades inclusive garantizando con el patrimonio personal (AGubernamental, 2022).

2.4. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

2.4.1. Hipótesis general

- Los factores que influyen en la formalización empresarial principalmente son la motivación personal, orientación o giro del negocio y los recursos financieros con las que cuenta un empresario.

2.4.2. Hipótesis específicas

- Los beneficios que trae la formalización son: acceso al sistema financiero, fácil acceso al mercado local, nacional e internacional.
- Las dificultades que afronta el empresario son: procedimientos administrativos engorrosos, Demora en obtención de documentos en las instituciones públicas como la SUNAT, SUNARP y otros.

2.5. CATEGORIAS DE ANÁLISIS

Tabla 1

Operacionalización de categorías según teorías

Categorías	Subcategorías	Conceptos Teóricos	fuentes	Instrumento
Factores Internos	Orientación empresarial	Comprensión y gestión de información sobre los clientes de la empresa, competidores y fuerzas del entorno.	(Fuentes, 2010)	Investigación bibliográfica y análisis de contenido.
	Motivación	Estado íntimo de una persona para el alcance del determinado objetivo.	(Chiavenato, 2007) (Barba & Atienza, 2012)	
	Recursos	Objetos tangibles e intangibles que constituyen la estructura de una empresa.	(Training, 2023)	

Capital humano	El capital humano es el motor del crecimiento y desarrollo de la organización.	Lopera & Echeverri, (2018)		
Gestión del conocimiento	Conjunto de experiencias y estrategias, utilizadas dentro de las empresas para potenciar resultados.	(Hotmart, 2022)		
Mercadeo	Diseño y desarrollo de las estrategias de marketing.	(Escandón & Hurtado, 2014) (Bandenay, 2023).		
Ubicación comercial	La ubicación comercial es clave para el desarrollo, crecimiento y perdurabilidad de la empresa.	(Eisenover, 2017)		
Factores Externos	Normativos y legales	Incluyen la estructura legal en la que puede constituirse una empresa, las leyes y políticas que regulan las actividades empresariales.	(Diaz et al., 2005) (Almada & Medina, 2018)	Investigación bibliográfica y análisis de contenido.
	Tecnológicos	La ciencia y la tecnología son elementos clave para desarrollar procesos Productivos exitosos en el sector comercial y de servicios.	(Molina, 2005)	

Nota. Elaboración en base al análisis teórico, 2024.

Tabla 2*Categorías de análisis para los empresarios formales*

Categorías	Subcategoría I	Subcategoría II	Instrumentos
Factores Internos	Orientación empresarial	Romper hielo	Entrevista semiestructurada (Lázaro,2021). Observación. Bitácora de campo (Hernández & Mendoza, 2018). Audio grabadora. Descripción. Análisis. (Seid, 2016).
		Tipo de negocio	
		Experiencia con el negocio	
	Motivación	Competidores del entorno	
		Motivación personal	
	Ambiciones y pretensiones a futuras		
	Capital humano	Número de trabajadores	
		Formación de colaboradores	
		Colaboradores externos	
	Gestión del conocimiento	Transmitir conocimientos	
Mercadeo	Estrategias de Marketing Estrategias de compra y venta		
Recursos	Capital social		
	Estabilidad empresarial		
Factores Externos	Ubicación comercial	Ubicación estratégica del negocio	
Normativos y legales	Normativos y legales	Conocimiento de la normatividad	
		Instituciones involucradas en la formalización	
		Beneficios otorgados por el gobierno	

Dificultades normativas

Beneficios financieros

Tecnológicos Implementación de las TICs
Comprobantes electrónicos

Nota. Elaboración propia, en base al análisis de realidades, 2024.

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El estudio se lleva a cabo de manera cualitativa, enfocándose en entender los fenómenos sociales, a través de la recolección de datos no numéricos, se examina desde un punto de vista de los participantes, en un entorno familiarizado y se orienta a temas más pertinentes (Hernández & Mendoza, 2018). De acuerdo a Sánchez (2019) el enfoque cualitativo se basa en contextos que se enfocan más en la descripción detallada del fenómeno con el objetivo de entenderlo y aclararlo. La investigación se enfoca en conocer aquellos factores que hayan influenciado en los empresarios que llegaron a formalizarse, en la ciudad de Juliaca. Esta investigación es de alcance descriptivo, puesto que intentó detallar las propiedades y perfiles de cada individuo (Hernández & Mendoza, 2018).

El diseño es de estudio de caso comparativo, ya que de este método de investigación se define fundamentalmente como una unidad que pueda tener relación con el individuo, familia, grupo, empresa u organización social. Además de que esta técnica no solo sirve para conseguir datos, sino también sirve para organizarlos y compararlos entre sí, las entrevistas (Arzaluz, 2005; Nohlen, 2020).

3.2. ÁMBITO DE ESTUDIO

La información fue acopiada a través de las entrevistas realizadas a los comerciantes formales en el distrito de Juliaca.

La ciudad de Juliaca se encuentra a lado norte de la provincia de San Román, a 35 km del lago Titicaca. se sitúa en la zona central de la región de Puno. Este distrito concentra espacios de intercambio comercial en especial la zona céntrica de la ciudad, con mayor influencia los mercados internacionales San José, Túpac Amaru, las Mercedes y sus alrededores. El acceso es mediante el transporte público y privado, recorriendo las principales calles del centro de la ciudad de Juliaca. Este distrito es considerado como la capital económica de la región de Puno, caracterizándose por su actividad económica creciente, variada, masiva, emprendedora y empresarial, donde se desarrolla actividades

comerciales en su mayoría, sin quedarse atrás las otras actividades industriales, artesanales, agropecuarias, alimentarias, hoteleras, turísticas, etc.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

En el estudio cualitativo, la muestra se refiere a un segmento de la población que es objeto de investigación científica social, con el objetivo de lograr resultados aceptables. En cuanto a muestreo cualitativo Koro et al., (2023) nos menciona que es un proceso de selección de participantes o datos para el estudio cualitativo en donde se percibe como un aspecto crucial de la investigación cualitativa, ya que determina la diversidad y la representatividad de los datos recopilados.

Para Hernández & Mendoza (2018) en la muestra cualitativa no existe un número mínimo de unidades o casos, aunque de manera referencial, para estudio de caso considera de seis a diez, y si la entrevista es a profundidad de tres a cinco casos como muestra.

En ocasiones, una investigación requiere una estrategia de muestreo mixta (Hernández & Mendoza, 2018). Por lo tanto, esta investigación se basa en muestreo por conveniencia, ya que la muestra se compone de casos disponibles a los cuales se puede acceder y muestreo por cuotas, en donde la muestra es agrupada por alguna característica particular de los entrevistados.

Dado a las precisiones dadas en párrafos anteriores, la presente investigación estuvo conformada por cinco unidades de diferentes rubros de tipo de negocio y de acuerdo a la ubicación en la zona céntrica de la ciudad de Juliaca, se tuvo como lo que sigue:

- Muestra 1: se conformó de tres informantes del rubro Agro veterinarias y conexos, ubicadas en las cuadras siete, ocho y nueve del Jr. Mariano Núñez.
- Muestra 2: se conformó de dos informantes de rubro Ferreterías, cuya ubicación preferencial se encuentra en el Jr. Ricardo palma, cuadra tres.
- Muestra 3: se conformó de cuatro informantes del rubro Auto partes y repuestos, del Jr. Lambayeque, las mismas que se encuentran ubicadas en las cuadras tres, cuatro, cinco, seis y siete.

- Muestra 4: se conformó por tres informantes del rubro Librerías y/o útiles de escritorio, de las cuadras uno y dos del Jr. Cusco.
- Muestra 5: se conformó por tres informantes del rubro Plásticos del Jr. Huancané, de las cuadras cuatro, cinco y seis.

Tabla 3

Determinación de muestra.

Muestras	Tipo de comercio	Numero de entrevistados(as)	Ubicación
Muestra 1	Agro Veterinarias y conexos	3	Jr. Mariano Núñez
Muestra 2	Ferreterías	2	Jr. Ricardo palma
Muestra 3	Auto partes y repuestos	4	Jr. Lambayeque
Muestra 4	Librerías y/o útiles de escritorio	3	Jr. Cusco
Muestra 5	Plásticos	3	Jr. Huancané
Total		15	

Nota. Elaboración de acuerdo al número de entrevistas realizadas, 2024.

3.4. RECOLECCIÓN DE DATOS

La técnica aplicada en este estudio es la entrevista cualitativa semiestructurada; el propósito de la entrevista es recolectar datos, pero su versatilidad facilita al investigador la adquisición de información más exhaustiva y minuciosa (Díaz-Bravo et al., 2013). Para Vargas-Jiménez (2012) la entrevista es una conversación de al menos dos personas y considera “el arte de realizar preguntas y escuchar” y requiere cumplir ciertas condiciones para ser realizada, así como destrezas y habilidades por parte de entrevistador.

En la entrevista semiestructurada existen preguntas y temas a explorar, pero no hay redacción ni orden exacta, la recolección de datos por esta técnica es a través de un conjunto de preguntas abiertas (Lázaro, 2021). Además de que las entrevistas semiestructuradas fundan su base en una guía de asuntos o preguntas con libertad de agregar o encajar alguna pregunta adicional con el objeto de obtener más información (Hernández & Mendoza, 2018).

Primero, para visitar las tiendas o negocios de agro veterinarias ubicadas en el Jr. Mariano Núñez, Ferreterías ubicadas en el Jr. Ricardo Palma, Auto partes y repuestos del Jr. Lambayeque, Librerías y/o útiles de escritorio del Jr. Cusco y Plástiquerías del Jr. Huancané se hizo por recomendación y confianza por parte de la oficina contable Global Gutiérrez Group, en el cual el investigador labora como profesional técnico en contabilidad, durante la ejecución de esta investigación.

Segundo, se procedió a realizar las entrevistas, de acuerdo a la guía de entrevista elaborada, la misma que fue puesta a prueba en tres oportunidades a fin de familiarizarse con la guía de entrevista antes de la recolección de información, posterior a ello se pactó una reunión para la entrevista con los empresarios en el rubro de comercio. Durante la entrevista detallada, la conversación se basó en que el entrevistador formuló cuestiones relevantes con el objetivo de conocer a primera mano sobre los factores que incidieron en su formalización y así como los beneficios que trajo consigo, siendo esta una entrevista cualitativa en parte como experiencias pasadas por el entrevistado y a su vez hechos históricos de su empresa o negocio (Hernández & Mendoza, 2018). La conversación fue amena, casi en todas las entrevistas realizadas, esto dado también por el conocimiento en parte por el investigador sobre el tema investigado (Lázaro, 2021). Agregando la confianza y amistad existente de ambas partes.

Tercero, en cuanto al ambiente se priorizó trabajar en lugares con poca interferencia que pudieran dificultar la grabación, además cuente con las condiciones necesarias, donde el entrevistado se sienta ameno y atento (Malhotra, 2015; Vargas, 2017). El tiempo empleado para cada entrevista estuvo controlado desde los 13 minutos a más de 45 minutos.

Las herramientas empleadas para la recopilación de datos fueron: el grabador de audio del teléfono móvil, que previo a la información dada a los entrevistados y con el consentimiento de los mismos, fue grabado todas las entrevistas, los datos obtenidos a través de la grabación de audio suman un total de 05 horas 09 minutos, al ser transcritas se generó 65 hojas de documentación. Por otro lado, se utilizó la observación esto con el objetivo de mantenerse alerta a los detalles que podrían ofrecer los entrevistados(as) en el momento in cito, registradas en un cuaderno de campo sobre las expresiones y conductas adoptadas por los mismos; al término de la entrevista se logró comprometerles para una próxima entrevista si fuera necesario.

Tabla 4*Densidad de data cualitativa de estudio.*

Seudónimo	Tipo de negocio	Tiempo mm:ss	Nº de Páginas
Sim	Agro Veterinarias y conexos	19:38	4
Rog	Agro Veterinarias y conexos	36:06	8
Wil	Agro Veterinarias y conexos	16:41	3
Bart	Ferreterías	16:53	3
Epi	Ferreterías	21:46	5
Ele	Auto partes y repuestos	26:12	6
Jec	Auto partes y repuestos	15:55	3
Fel	Auto partes y repuestos	18:25	3
Elv	Auto partes y repuestos	15:20	3
Son	Librerías y/o útiles de escritorio	31:14	7
Mat	Librerías y/o útiles de escritorio	13:08	3
Mar	Librerías y/o útiles de escritorio	14:38	3
Luc	Plásticos	29:19	7
Wilb	Plásticos	18:02	4
Jes	Plásticos	16:05	3
Total		05 hrs con 09 minutos y 22 segundos	65

Nota. Elaboración de acuerdo a las entrevistas realizadas, 2024.

3.5. ANALISIS DE DATOS

Las entrevistas realizadas se grabaron en audio, las mismas se han transcrito al software de procesamiento de datos Word: Microsoft Office 2019, generando un archivo con seudónimo propio para cada entrevistado en donde cada archivo oscila entre 3 a 8 páginas. Terminado las transcripciones de cada entrevistado fueron importadas a las hojas de Excel, con el objetivo de organizar de las entrevistas, la información de acuerdo a las categorías y posterior a ello codificarlos. Muy aparte de ello, se agregó las percepciones observadas al momento de las entrevistas, así como las maneras de hablar y expresarse.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

- Presentación de los casos.
 - **Sim_** Agro veterinarias y conexos, ubicado en el Jr. Mariano Núñez de la ciudad de Juliaca, es una empresa, con una experiencia 5 años como formal, que expende productos comerciales referentes a la agronomía y ganadería.
 - **Rog_** Agro veterinarias y conexos, ubicado también en el Jr. Mariano Núñez de la ciudad de Juliaca, es una empresa, con una experiencia 4 años como formal, que expende productos comerciales referentes a la agronomía y ganadería, cuyas ventas radica principalmente a las entidades públicas.
 - **Wil_** Agro veterinarias y conexos, ubicado en el Jr. Mariano Núñez de la ciudad de Juliaca, es una empresa, formalmente inscrita en los registros públicos en el año 2017, esta entidad expende productos comerciales referentes a la agronomía y ganadería, trabaja generalmente con grandes volúmenes de mercadería.
 - **Bart_** Ferreterías, es una empresa que se ubica por el Jr. Ricardo Palma de la ciudad de Juliaca, que trabaja como formal desde el año 2015, dedicada a la compra y venta de materiales de construcción.
 - **Epi_** Ferreterías, ubicado también en el Jr. Ricardo Palma, que trabaja como empresa formal desde el año 2012 y con las entidades públicas desde el año 2016, proveyendo de materiales de construcción a distintas entidades municipales de la región de Puno.
 - **Ele_** Auto partes y repuestos, representante legal de una empresa dedicada a la venta de repuestos y parte de vehículos motorizados, con una experiencia de más de 10 años en el mercado Juliaqueño como formal, cuya ubicación del expendio de sus mercaderías se encuentra por el Jr. Lambayeque de la ciudad de Juliaca.
 - **Jec_** Auto partes y repuestos, representante legal de una empresa que está ubicada por el Jr. Lambayeque de la ciudad de Juliaca, también se dedica a la venta por menor de repuestos y partes vehiculares, tributando a la SUNAT desde el año 2017.

- **Fel_** Auto partes y repuestos, se ubica por el Jr. Lambayeque, el rubro de negocio es la venta de repuestos de automóviles, desde el año 2016, como formal.
- **Elv_** Auto partes y repuestos, es una empresa de venta de repuestos y partes de vehículos motorizados, como formal desde el año 2009, siendo persona natural, y como persona jurídica desde el año 2018.
- **Son_** Librerías y/o útiles de escritorio, cuyo negocio se ubica por las inmediaciones del Jr. Cusco, dedicada a la venta de útiles de escritorio por mayor y menor, inscrita en la SUNARP desde el año 2015.
- **Mat_** Librerías y/o útiles de escritorio, representante legal de una empresa que se dedica a la venta de útiles escolares y de escritorio por mayor y menor, ubicada por el Jr. Cusco de la ciudad de Juliaca, inicio sus actividades empresariales desde el año 2016.
- **Mar_** Librería y/o útiles de escritorio, ubicado por el Jr. Cusco, que emite sus facturas y boletas de venta desde el año 2012, como persona natural y con personería jurídica desde el año 2018.
- **Luc_** Plásticos, negocio que se dedica a la compra venta de productos fabricados a partir de polímeros orgánicos, polietileno, polipropileno y policarbonato, que son las sillas, envases y otros, la misma que se ubica por el Jr. Huancané de la ciudad de Juliaca.
- **Wilb_** Plásticos, negocio ubicado en el Jr. Huancané, que emite sus documentos tributarios desde el año 2014 y también provee a las entidades públicas principalmente en grandes cantidades principalmente a fin de cada año.
- **Jes_** Plásticos, representante legal de una empresa que se dedica a la compra y venta de productos fabricados a partir de polímeros orgánicos, polietileno, polipropileno y policarbonato desde el año 2016, negocio que encuentra ubicada por las inmediaciones del Jr. Huancané de la ciudad de Juliaca.

4.1.1. Descripción de los resultados en base a la hipótesis general

4.1.1.1. Experiencias anteriores a la formalización

Los empresarios entrevistados, mencionan tener experiencias similares en el mismo giro de negocio, al que tienen ahora, generalmente trabajando en entidades empresariales formales, y es de ahí que tiene la mentalidad de formar una entidad empresarial propia llevando la experiencia pasada.

“...Bueno yo siempre he trabajado como ayudante en una clínica veterinaria, es en ahí donde he aprendido ese conocimiento de este negocio de veterinaria y sigo continuando hasta ahorita...” (Sim, Agro Veterinarias y conexos).

“...poco a poco fuimos aprendiendo, mi esposo trabajaba antes en una venta de repuestos y de ahí empezamos...” (Ele, Auto partes y repuestos).

“...yo conocía un poco de repuestos porque antes estaba como ayudante en una tienda de repuestos en puno, yo no soy de aquí soy de puno más allá Chucuito...” (Fel, Auto partes y repuestos).

Por otro lado, hay empresarios comerciales que iniciaron de manera formal el negocio con la que cuentan actualmente sin experiencia alguno, aprovechando la oportunidad existente en el momento, o dejando de lado los negocios anteriores por baja rentabilidad o por costos y gastos innecesarios.

“...teníamos otro negocito que no nos ha ido tan bien, yo estaba antes en mundo de serigrafía (offset) lo deje a un lado el trabajo, era un poco pesado o cuando se te malograba los papeles y se tenía problemas con los clientes y de ahí aperturé otro negocio de ferretería claro no conocía, pero por la practica vamos conociendo y como es con una ferretería...” (Bart, Ferreterías).

“...teníamos otro tipo de mercaderías, era la venta de lozas que en ese entonces ya estaba un poco cayendo un mucho el negocio, como te digo hay que ver no siempre estar estáticos, si este negocio ves que ya hay mucha competencia y que la utilidad

ya no es como está siempre y los tiempos cambian, entonces hemos ido o bien nos dedicamos al sector de la librería...” (Son, Librerías y/o útiles de escritorio).

“...la primera actividad al que me dedique fue venta de verduras en el dominical, vendía pan y luego una amiga quien con el tiempo nos convertimos en comadre, (...) me dice que también si tenía platita podría comprar esos productos como lavadores, baldes, así...” (Luc, Plásticos).

4.1.1.2. Motivación personal

La motivación personal para formalizar de un negocio puede variar de acuerdo a cada empresario, de los entrevistados tenemos a algunos empresarios tienen motivaciones intrínsecas, sobre todo el deseo de superación, las ganas de sobresalir, tener mejores ingresos económicos, y así cumplir, además de satisfacer su deseo íntimo.

“...mi motivación personal fue mi deseo de superación, querer tener algo estable y también querer darle lo necesario para a mis hijos...” (Jec, Auto partes y repuestos).

“...me gusta hacer negocio, a veces dios te da ese don y como digo cada uno tiene don y así...” (Mat, Librerías y/o útiles de escritorio).

“...siempre tuve ganas de sobre salir, de querer tener más, es en eso se me presenta un municipio y por campaña me ofrecía comprar un monto fuerte y necesitaba factura...” (Wilb, Plásticos).

“...cuando trabaja como ayudante, no ganaba lo que yo quería, y yo quería ganar un poco más (...) entonces pensaba que el propietario ganaba más...” (Wil, Agro Veterinarias y conexos).

“...yo hacía clínica veterinaria, pero necesita crecer un poco más entonces es ahí empiezo a pensar en constituir la empresa...” (Jes, Plásticos).

Por otro lado, está la motivación extrínseca, ya sea influenciado por el núcleo familiar (hijos, padres o hermanos), o algún otro familiar que incentiva con el negocio.

“...mi principal motivación han sido mis hijos por querer darles lo necesario, antes no tenía ni para comprarles uniforme o poder pagarles las cuotas de la escuela...”
(Elv, Auto partes y repuestos).

“...mi hermano me dijo porque no continuas con este negocio, porque ese negocio es rentable...” (Sim, Agro Veterinarias y conexos).

“...mi principal motivación ha sido mi madre, pensar en mi madre que se sienta orgulloso de que estoy creciendo económicamente, por haberme dado ese amor, de haberse sacrificado para hacerme estudiar...” (Rog, Agro Veterinarias y conexos).

“...mi esposo conocía los repuestos eso ha sido motivo para poner la línea de repuestos...” (Ele, Auto partes y repuestos).

“...llegue a un año, y dije, “mejor me voy a otro negocio” y en hay yo hable a mi tío y mi tío me dijo, siempre me acuerdo, “hija de la calle tiene que ser a la tienda, de la tienda a ser un productor de la fábrica y de la fabricar crecer un poco más. ¡No estas mal! no puedes esto irte así por así” entonces ya pues yo empecé a ir a las fabrica y tampoco las fábricas te venden así por así...” (Luc, Plásticos).

4.1.1.3. Pretensiones a futuro del empresario

De acuerdo a las entrevistas realizadas, hay empresarios que desean disfrutar de lo que ya han trabajado en el negocio, heredando la administración de la empresa a cargo de los hijos, hermanos u familiar.

“...ya la empresa se podría decir como mediana, yo en el futuro quiero dejar este negocio y que se encarguen mis hijos y que ellos ya los hagan crecer más grande, pensaban ellos importar directo desde china o Japón los repuestos y que lo hagan...” (Ele, Auto partes y repuestos).

“...de aquí a pocos años o más allá yo digo yo ya no voy a trabajar yo viviré de lo que he trabajado hoy...” (Son, Librerías y/o útiles de escritorio).

“...a ver, yo pienso que la responsabilidad de este negocio ya debe caer en alguno de mis hermanos menores y yo disfrutar de la vida [risas]...” (Mat, Librerías y/o útiles de escritorio).

Y hay empresario que todavía consideran que el crecimiento empresarial como objetivo, además de tener una cartera de clientes amplia, convertirse en proveedores mayorista vendiendo solo una línea de productos y aperturar nuevas sucursales, dentro de la ciudad de Juliaca, como también en otras ciudades de la región.

“...bueno, quisiera crecer más, vender más, tengo algunas deudas que por ahora me retienen [se muestra preocupado]...” (Sim, Agro Veterinarias y conexos).

“...yo creo que todo empresario cuando inicia piensa en crecer y esa mi pretensión, pensando en futuro abrirse más mercado más tener una cartera de clientes más amplia...” (Wil, Agro Veterinarias y conexos).

“...como ferretería talvez crecer y volver como mayorista y así vender solo una línea de productos de ferretería puede ser exclusivo fierros...” (Epi, Ferreterías).

“...por ahora la empresa está bien, no será como uno quiere, pero siempre se desea crecer cada vez más, inclusive pensaba abrir otra tienda como una sucursal...” (Elv, Auto partes y repuestos).

4.1.1.4. Intervención familiar en el negocio

La intervención familiar en el negocio es crucial, garantiza muchas veces la continuidad y el éxito de la empresa. En tanto, se han encontrado dos grupos, la primera es que al menos un integrante de la familia, aparte del empresario interviene en el negocio siendo estos hijos (as), como también hermano, que se involucran principalmente en áreas clave, así como en caja, recepción de mercaderías.

“...no tengo trabajadores fijos, más que todo mis hijos son los que me apoyan, a veces estudian y en otro turno y otro turno me ayudan... solo familiares...” (Sim, Agro Veterinarias y conexos).

“...ahora mismo power cuenta con tres trabajadores de tienda un asistente y de ahí somos mi persona y mis dos hijos...” (Ele, Auto partes y repuestos).

“...cuento con tres trabajadores fijos y yo más, mis hijos cuando tiene tiempo me ayudan por ahora están estudiando todavía...” (Jes, Plásticos).

“...somos ocho contándome a mí los que trabajamos aquí, mi padre, mi hermana menor y mi persona somos de la familia y el resto son conocidos o amigos que nos apoyan...” (Son, Librerías y/o útiles de escritorio).

En el segundo grupo están las empresas que tienen trabajadores que no pertenecen al núcleo familiar del empresario, en cuanto a los familiares cercanos a ellos laboran en entidades distintas a la empresa comercial, sean estas públicas o privadas, además de en algunos casos fuera de la ciudad de Juliaca.

“...yo cuento con un trabajador aparte de mí, además de un personal de apoyo que trabaja de manera externa, que va a las municipalidades a entregar requerimientos y así...” (Rog, Agro Veterinarias y conexos).

“...sin personal no se puede hacer nada aparte de mi yo cuento con cuatro y ellos me ayudan en carga y todas las cosas que se tienen que hacer en este rubro y tiene que ser personas maso menos que conozcan este negocio ya que a veces con el aviso que se pone vienen y no conocen y se van...” (Bat, Ferreterías).

tengo tres jóvenes y una señora que me apoyan, en donde cada uno tiene sus responsabilidades diarias no, por ejemplo, la señora se dedica a caja y boletear y lo jóvenes a mover cargar a despachar. (Luc, Plásticos).

4.1.1.5. Capacitación y orientación al personal

Al contar con trabajadores o colaboradores en el negocio, los empresarios capacitan y orientan en el funcionamiento del negocio, en como manipular o manejar los bienes de negocio o que forman parte del negocio, en otros casos son los proveedores los que les capacita a los empresarios y ellos los replican a sus colaboradores con el objetivo específico de poder generar más ingresos en el negocio.

“...yo, a mis hijos poco a poco hay tenido que enseñarles mientras crecían de como se hace este tipo de negocio de clínica veterinaria...” (Sim, Agro veterinarias y conexos).

“...pienso que es política de empresa, ya que para vender o llegar a más clientes uno debe capacitarlos enseñarlos como funciona este negocio...” (Rog, Agro veterinarias y conexos).

“...claro se les enseña por ejemplo como debe manejar o manipular las cosas aquí...” (Epi, Ferreterías).

“...yo siempre digo que nadie ha nacido con experiencia en el negocio o con sabiduría para el negocio, si no aprender, así como también las casas matrices que tienen en su plan de trabajo con las capacitaciones y todo eso y uno tiene que ir replicando con sus colaboradores...” (Ele, Auto partes y repuestos).

“...a los trabajadores se les da charlas y se les enseña. Primero practican un tiempo y de ahí ya se les considera como trabajadores internos...” (Jec, Auto partes y repuestos).

“...a los trabajadores siempre se les da charlas como deben atender, a veces escuchamos que no tratan con amabilidad al cliente y le orientamos...” (Mar, Librerías y/o útiles de escritorio)

“...siempre a veces las mismas empresas proveedoras nos capacitan y eso les transmito a mis trabajadores...” (Wilb, Plásticos).

4.1.1.6. Importancia del profesional contable

Otro de los factores importantes son las personas que trabajan externamente; principalmente el contador de la empresa. Al inicio los empresarios carecen de conocimiento en la formalización, ya sea por recomendación de amigos o conocidos logran contactarse con el profesional contable, y en otros casos fue por simple casualidad que se toparon con la oficina del profesional contable.

Este profesional está encargado, del llevado de los libro y registros contable, la presentación de declaraciones mensuales de impuestos (PDT), registros y elaboración de planillas, elaboración de estados financieros y la atención de solicitudes tanto de la parte del empresario comercial; como también de parte de la administración tributaria, como requerimientos, auditorias y otros

“...no tiene, salvo mi contador quien me ayudó con la formalización y que ahora lleva mi contabilidad (...) a él lo conocía desde antes y sabía que era contador y decía, él me puede ayudar...” (Wil, Agro veterinarias y conexos).

“...tengo un contador externo claro, él me apoya con la contabilidad declaraciones y todo lo que concierne...” (Rog, Agro veterinarias y conexos).

“...gracias a Dios tenemos dos buenos contadores que nos ayudan en el aspecto de contabilidad y también en la formalización, por ello no hemos tenido graves problemas gracias a dios...” (Bart, Ferreterias).

“...como colaborador externo se podría decir que tenemos un contador que ve todos los aspectos de SUNAT y el también nos ha ayudado con sacar ruc inscribir en la SUNAT...” (Fel, Auto partes y repuestos).

“...tengo dos colaboradores externos, ellos son contadores y ellos ven la parte de contabilidad con la SUNAT y todo eso, y si tenemos algún caso le consultamos a ellos...” (Mat, Librerías y/o útiles de escritorio).

“...si mi actual contador, también buscando entre por casualidad y me pareció muy bueno y como colaborador externo...” (Luc, Plásticos).

4.1.1.7. Recursos patrimoniales en la formalización

Se refiere a los activos y derechos que pueden ser utilizados para respaldar la formalización de negocios. En tal sentido se difiere que todos los empresarios inician la formalización empresarial con un capital mínimo de aporte dinerario que proviene principalmente de ahorros personales y préstamos adquiridos de entidades financieras, en cuanto a aportes no dinerarios que consta de andamios para almacenar las mercancías, mostradores que cumplen la función de dejar ver los productos, equipos de cómputo y otros.

“...He iniciado con poco capital, más que todo he iniciado con consignación de parte de las empresas que nos venden, lo que es mobiliario como le llaman andamio esos yo ya he afrontado...” (Sim, Agro veterinarias y conexos).

“...no recuerdo bien, pero debe estar en la escritura detallada, pero los aportes fueron bienes, así como computadora andamios y escritorio si mal no recuerdo y deposito en banco algo de ocho mil creo...” (Rog, Agro veterinarias y conexos).

“...yo empecé con poco capital, más empecé con plata prestada del banco y ya pue estoy superando ese problema y se vienen cosas más grandes recién...” (Wil, Agro veterinarias y conexos).

“...cuando inicie tenía un capital poco no ma, de lo que había trabajado y también préstamos del banco, nosotros no hemos necesitado mucho por que a nosotros nos dan las empresas a crédito...” (Ele, Auto partes y repuestos).

“...yo inicie con poco capital, primero con escritorio y mostrador no ma, y a eso saque préstamo de banco con garantía de mi casa y asi...” (Epi, Ferreterias).

“...más que todo con préstamos y un poco de capital que tenía también...” (Fel, Auto partes y repuestos).

“...como te digo, empezamos con poco capital no ma, no tenía mucho, el capital inicial lo pusieron mis papas, a eso se fue sumando con el capital de negocio y la línea de crédito no que se mantenía como un capital...” (Son, Librerías y/o útiles de escritorio).

“...Tenía un poco de capital, de lo que había ahorrado de mi trabajo anterior y solo con eso inicie, claro esto me cubría alquiler y bienes...” (Mar, Librerías y/o útiles de escritorio).

“...tenía ahorro de mis primeros negocios que hacía, claro no era mucho, pero empecé con eso...” (Luc, Plásticos).

“...es bueno juntar poco apoco, yo en esa parte había juntado un poco de dinerito y también mostradorcito, andamios esas cosas...” (Jes, Plásticos).

4.1.1.8. Estrategia para hacer negocio

Las estrategias divergen en cada uno de los negocios, tenemos los que se basan en trato personalizado hacia sus clientes, con un trato amable, trato especial y personalizado por cliente y por otro lado están los que combinan la amabilidad con la producción de propaganda a través de calendarios de bolsillo o de pared, estas generalmente se expenden en fiestas de fin de año, en cuanto a los afiches se entregan cuando tiene algún producto nuevo o están de campaña, gorros, chalecos o llaveros los reparten de acuerdo al volumen de compra que hacen los compradores.

“...para que una empresa funcione bien uno tiene que manejar la política de que, si el productor ganadero o agricultor está contento y el técnico que lo atiende está contento y al final nosotros también estamos contentos ya que el trabajo tiene resultados y así hacemos cartera de cliente. intentar ser diferente y ser eficiente con los productos... por ejemplo en cuanto a las soluciones (semen de toro) en una vaca da resultados y eso nos garantiza un futuro de que seguirán adquiriendo nuestros productos...” (Rog, Agro veterinarias y conexos).

“...tenemos que ganarnos la confianza, motivarles diciéndoles de que nosotros lo que vendemos son de primera sin adulterar las cosas y damos la confianza al cliente, y el cliente nos da su confianza y hasta nos depositan su dinero por adelantado para hacer la compra...” (Bart, Ferreterías).

“...estrategia que se maneja aquí es trato bueno, amable y la gente viene y a veces se hace hacer almanaques de esa forma se hace negocio...” (Sim, Agro veterinarias y conexos).

“...uno es el trato al cliente y la publicidad que se hace hacer almanaques, gorros, afiches hasta chalecos con publicidad de Power...” (Ele, Auto partes y repuestos).

“...para vender hay que tener bastante carisma y la publicidad es muy importante, aunque nunca he hecho por televisión o radio, pero sí con calendarios o con tarjetitas, eso más que todo nos ayudan...” (Jec, Auto partes y repuestos).

“...tenía que tener un trato especial, personalizado, cada cliente según a la forma que como entra a la tienda, como se presenta y de acuerdo también era mis precios y forma de hablarle...” (Luc, Plásticos).

“...más que todo el trato amable que se le dá al cliente, y de ahí calendarios por año nuevo...” (Jes, Plásticos)

Sobre la adquisición de productos comerciales, las empresas proveedoras ofrecen a crédito o por líneas de crédito los bienes a comerciar; las mismas son de pago en letras que varían en vencimiento, de tres días en tres días, o por cada cinco días, en otros casos también se programa en planes quincenales o mensuales, con dependencia del monto y la confianza generada por la entidad minorista, además del rubro o giro del negocio.

“...bueno para que no te falte en stock se compra a crédito y mientras vas vendiendo también se va pagando...” (Sim, Agro veterinarias y conexos).

“...empezamos a trabajar en representación de casa genéticas por ejemplo que nos solucionan, y generalmente nos dejan a letras, aunque nos piden que tengamos una cartera de clientes y cosas...” (Rog, Agro veterinarias y conexos).

“...gracias a dios poco a poco vamos aprendiendo y fue así que dejamos de comprar aquí si no comprar desde la planta por ejemplo cemento traer desde yura y por ahí se tiene más margen de ganancia...” (Bart, Ferreterías).

“...aquí el negocio más que todo es rotativo se podría decir, ósea pides y vas pagando en letras y casi todo de este rubro funcionan así...” (Fel, Auto partes y repuestos).

“...en las compras yo tengo crédito o línea de crédito desde 40 mil a 80 mil esto de casi todas las empresas proveedoras de repuestos, esto debido también a que pagamos a tiempo, cumplimos con la garantía. Nos manda mercadería, vendemos y pagamos casi todo es a crédito, pocos son al contado como pedidos especiales...” (Ele, Auto partes y repuestos).

“...como estrategia lo que nos ofrecen es a crédito, contamos con líneas de crédito amplio, a veces prefiero comprar al contado porque hay un descuento de 10% entonces ya generas más margen...” (Elv, Auto partes y repuestos).

“...creo que siendo formal hay más confianza, median a crédito a más tiempo a pagar y yo también cumplo con las fechas...” (Luc, Plásticos).

“...pero gracias a dios hemos tenido la confianza de las empresas que nos envía al contado y con un precio quizá muy diferente al que se vendía en ese entonces a los que tenían distribución por decir exclusiva...” (Son, Librerías y/o útiles de escritorio).

La estabilidad empresarial se basa en la capacidad de una empresa para mantener un equilibrio financiero y operativo. Por lo tanto, todos los empresarios entrevistados consideran a su negocio como estable financieramente, si en caso hubiera caída en ingresos económicos, están las entidades financieras que están dispuestos a cubrir el vacío a través de

un préstamo, el cual debe ser garantizado de hecho por la formalidad de la empresa o negocio; en cuanto a lo operacional cuentan con trabajadores que cumplen su jornada laboral completa, cuyo aval se da a través un contrato laboral, adquiriendo con ello derechos y beneficios sociales. Otro aspecto fundamental es mantener en stock los almacenes de productos con dependencia del giro del negocio, si fuera lo contrario, se tienen proveedores prestos para suplir alguna carencia de algún producto.

“...desde que me formalicé se podría decir que mi negocio es estable, ya tengo algo que me garantice...” (Sim, Agro veterinarias y conexos).

“...en un inicio era difícil, ya que no se tenía como le decía una cartera de clientes, pero poco a poco fui llegando y ahora se podría decir que ya es algo estable...” (Rog, Agro veterinarias y conexos).

“...cuando uno empieza tiene cierta duda, pero poco a poco vas ganando experiencia y como aparte que soy formal es estable...” (Bart, Ferreterías).

“...mantener una empresa como esta no es fácil a veces algunos inician y al año van cerrando, pero nosotros nos sacrificamos mucho ha veces no cerrábamos ni los domingos, pero ahora es estable...” (Ele, Auto partes y repuestos).

“...para mi estamos estables, ya que hay ingresos no ma, solo que el costo de vida podría afectar pienso...” (Jec, Auto partes y repuestos).

“...con este gobierno que se puede esperar las cosas están subiendo mucho y eso. En cuanto a este negocio de alguna manera que fue creciendo es algo estable...” (Wilb, Plásticos).

4.1.1.9. Importancia de la ubicación comercial

La ubicación de cada negocio depende del lugar o zona donde se expende un determinado producto, el cual es característico en cada ciudad como Juliaca, el negocio está ubicadas por lugares, cuadras de un determinado Jirón, o zona. En este caso tenemos por ejemplo cuando es de necesidad algún insumo para la agricultura o ganadería, la población se dirige al Jr.

Mariano Núñez, en cuanto a repuestos vehiculares se encuentran principalmente en el Jr. Lambayeque, claro dentro de la ciudad podemos mencionar a la Av. Circunvalación, pero aún no tiene resalte; de la misma forma en cuanto a ferreterías, su ubicación varia, más aun de que la ciudad de Juliaca va creciendo a paso agigantado, en cuanto a su construcción de viviendas, se mencionan a Jr. Tumbes, ovalo del mercado Vilca Apaza, Jr. Ricardo Palma, ovalo salida a Cusco y en cuanto a las platerías se ubican principalmente por Jr. Huancané, o Jr. Ayaviri de la ciudad de Juliaca.

“...toda esta zonita es de veterinarias, como le decía 2 a 3 cuadras, de este Jr. Mariano Núñez, pensábamos en abrir el negocio en otro sitio, pero la gente ya se ha acostumbrado, buscan en esta zona...” (Sim, Agro veterinarias y conexos).

“...yo creo que viene a ser una tradición en una ciudad, por ejemplo, en una calle específica encuentras repuestos, ferretería o de útiles de escritorio. Y lo que es tradicional en Juliaca es que por ejemplo si hablamos de este lugar (Jr. Mariano Núñez) es muy relacionado con el tema ganadero, agricultura y productos veterinarios y si un cliente viene por temas ganaderos viene a este lugar y de hecho para tener mejor acceso a la clientela uno tiene que estar lo más cerca posible de la clientela y para productos como esta es este lugar...” (Rog, Agro veterinarias y conexos).

“...cuando pensé en abrir este negocio de agro veterinaria, ya había visto que en esta zona (Jr. Mariano Nuñez) es donde debería tener mi negocio, y fue así que busque un espacio para alquilar...” (Wil, Agro veterinarias y conexos).

“...en un inicio por este lugar había tres grandes ferreteros y decía no, eran pue mayoristas entonces decía yo la gente vendrán a este lugar y me comprarán siquiera un clavo y eso ha sido la motivación de posicionarme en este lugar y además de que este lugar es algo amplio y me da facilidad de cargar y descargar los productos...” (Bart, Ferreterías).

“...ferretería podría dar bien por las salidas me decía mi pareja, pero yo ya había visto, que por aquí posesionarme porque ya había otros negocios y pensé en que

ya había mercado, además encontré este establecimiento y convencí a mi pareja...”
(Epi, Ferreterías).

“...es la zona de la línea automotriz, el jr. Lambayeque donde puedes encontrar todo que sean repuestos de automóviles...” (Ele, Auto partes y repuestos).

“...cuando vine de puno aquí pensé donde podría poner mi tienda de repuestos, y vi esta calle aparte preguntaba y me decía en el Jr. Lambayeque y fue así que primero me alquile y no fue fácil vendía para alquiler no ma ya luego cuando crecía mi negocio con préstamo más me compre esta casa...” (Fel, Auto partes y repuestos).

“...esta zona es donde hay todo tipo de cosas para carros, entonces cuando había decidido abrir mi negocio de venta de repuestos, tenía que ser en esta zona...” (Ely, Auto partes y repuestos).

“...esta zona si te das cuenta, es bien concurrido y por aquí están ubicadas cuestiones de papelerías, librerías y yo también ya conocía sobre esas cosas entonces me alquilé primero y luego ya lo compré...” (Mat, Librerías y/o útiles de escritorio).

“...como yo más antes estaba en la calle y dije “ya no debo estar en la calle” porque en la calle hace frio, viento todo y dije “lo voy a tomar el local” yo vine y lo tomé y no sabía que poner, qué negocio, entonces vi que en esta calle podría ponerse mi negocio era otra cosa, mi negocio no rentaba para esta calle. Por el local vi y dije ¡no! “aquí va dar plástiquería”, y de frente ya me empecé a trabajar...” (Luc, Plásticos).

Así como se agrupan por zonas los establecimientos comerciales, fueron consultadas por la competencia que existe entre sí, donde la mayoría manifiesta que la competencia es buena ya que les incentiva a crecer, crean un mercado en un determinado lugar; pero, para algunos es incómodo ya que los comerciantes informales expendan sus productos a menor costos, lo cual disminuye los ingresos y con ello las utilidades de un comerciante formal.

“...Bueno la competencia siempre hay, y digo que es bueno ya que te incentiva a seguir a salir adelante, más en este sitio de 2 o 3 cuadras del Jr. Mariano Núñez. pero también es como esta zonita no ma donde también la gente va por productos veterinarios...” (Sim, Agro veterinarias y conexos).

“...competencia en cualquier tipo de negocio siempre va ver, pero lo malo es que la mayoría son informales y venden en menos precio eso no ayuda...” (Rog, Agro veterinarias y conexos).

“...si en esta calle jr. Lambayeque vas a encontrar cualquier cantidad de tiendas de repuestos y de todo tipo de automóviles también y a veces es bueno, pero no tanto cuando la mayoría son informales...” (Ele, Auto partes y repuestos).

“...la competencia ha sido duro no ha sido fácil. Entonces para competir con tiendas grandes de esta misma calle...” (Jec, Auto partes y repuestos).

“...la competencia o competir con otros dos o tres librereros que ya anteriormente estaban trabajando, ósea prácticamente para nosotros eran como un pez gordo no, osea que eran como una empresa grande y nosotros un pequeño y competir con eso y competir con precios era un poco difícil para nosotros y subsistir en esa guerra de los precio era muy difícil para nosotros, pero gracias a dios hemos tenido la confianza de las empresas que nos envía al contado y con un precio quizá muy diferente al que se vendía en ese entonces a los que tenían distribución por decir exclusiva...” (Son, Librerías y/o útiles de escritorio).

4.1.1.10. Entidades estatales involucradas en la formalización

En el Perú tenemos varias instituciones ligadas a lo empresarial, la notaría constituye como el primera institución donde se formaliza la entidad empresarial, es donde se eleva a escritura pública la minuta, el cual debe de contener los aportes, de bienes dinerarios y no dinerarios, además de las actividades al que se dedicará la entidad empresarial y las funciones que tendrán los órganos de la sociedad, el mismo que sirve como “acta de nacimiento” de la empresa formal; seguidamente se registra en la SUNARP, la existencia de la escritura pública, esta entidad expide los certificado de vigencia de poder de personas jurídicas

(vigencia de poder) y certificado literal de partida registral con ello pasa a la SUNAT, esta entidad es la encargada de entregar el número de RUC a la empresa y el acceso a las plataformas de la SUNAT con su clave sol. En tanto sobre estos procedimientos lo empresarios que realizaron estos pasos mencionan en sus entrevistas lo siguiente.

“...principalmente la SUNAT, ahí se saca RUC y de ahí el municipio donde te dan licencia de funcionamiento, sin ello también no sería formal...” (Sim, Agro veterinarias y conexos).

“...yo no sabía dónde se iba o que se hacía para formalizar, y consultaba a algunos amigos y me ayudaron, me decían ve a la SUNAT o notaría y así sucesivamente fui aprendiendo que primero era la notaría, luego registros públicos y SUNAT...” (Mat, Librerías y/o útiles de escritorio).

“...esto ha sido gracias dios a la orientación del contador, los pasos que se ha seguido fueron primero presentar documentos en los registros públicos, bueno todo eso se hizo primero notarialmente y luego a registros públicos y salió la empresa...” (Bart, Ferreterías).

“...primero inicie informalmente, no conocía mucho, claro antes si dábamos facturas en Puno, pero no sabía dónde se iba y recordé del contador y me contacte con él y él fue quien me guio, primero fui a la notaría y luego a SUNAT y registros públicos...” (Ele, Auto partes y repuestos).

“...primero conseguí un contador y me dio algunos consejos de cómo puedo formalizar y donde, así empecé con por la notaría y registros públicos y ultimo saque ruc y de ahí facturas y boletas, con eso ya podía vender a mis clientes que compran por mayor para vender ellos también...” (Luc, Plásticos).

4.1.1.11. Implementación de las TICs en las entidades empresariales

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en las entidades empresariales son fundamentales para incrementar la eficiencia, la productividad y la toma de decisiones, en ellos se utiliza sistemas de manejo de almacenes principalmente en los negocios.

“...bueno para mi es necesario principalmente para trabajar con las casas matrices quienes nos proveen con los productos y tenía que aprender de apoco como usar también...” (Rog, Agro veterinarias y conexos).

“...si ha mejorado, ahorita por ejemplo puedes poner en virtual, ofrecer mercadería por internet, hay ventajas pue claro, antes no había...” (Wil, Agro veterinarias y conexos).

“...si, me he implementado con internet y en ello ayudan bien, te simplifican te podría decir las cosas te facilitan creo es la palabra...” (Bart, Ferreterías).

“...si tenemos implementado poco a poco primero computadora e internet para controlar la mercadería y después compramos sistema de facturador...” (Mar, Librerías y/o útiles de escritorio).

“...si, como le decía empecé de cero y me anotaba en un cuaderno y con el tiempo se hizo cada vez más necesario tener un sistema y computadora y así fue que implementamos y ahora desde ahí se hace casi todo con internet y sin internet creo que no funcionaría también...” (Luc, Plásticos).

Con la Resolución de Superintendencia No. 000128-2021/SUNAT, publicada el 27 de agosto de 2021, donde establece que, desde el 01 de junio del ejercicio 2022, todos los contribuyentes deben de expedir comprobantes de pago digitales y dejar de emitir facturas y boletas de ventas en papel; con ello obliga a las empresas implementar mínimo contar con un sistema de facturación electrónica o en caso contrario emitir sus comprobantes desde la página web de la SUNAT. En ese entender la mayoría de los entrevistados manifiestan haber logrado implementar el sistema de facturador electrónico, y otros lo realizan a través de la plataforma web de la SUNAT accediendo con su clave sol, muy aparte de ello no todas las entidades aprueban esta forma de emisión de comprobantes, principalmente en lugares con poco acceso a internet.

“...electrónicos si pue, un poco nos está chocando hay que equiparse con internet, equipos impresora hay que comprar eso un poco demanda otro gasto, así no ma

ahora estamos otorgando mediante nuestro contador no ma boletas y facturas...”
(Sim, Agro veterinarias y conexos).

“...más que ayudan, no se puede decir que ayudar, es más una dificultad porque muchas veces, si hablamos de entregar una factura a un productor por la distancia o por lo lejos que está ubicado rural a veces terminas anulando y no ayuda mucho en tema rural a veces no hay cobertura de internet y cosas así...” (Rog, Agro veterinarias y conexos).

“...si, los comprobantes electrónicos ayudan, por ejemplo, se lleva carga a lugares lejanos y retornan no se puede hacer como enviar el comprobante físico entonces se hace electrónico y se les envía guía electrónica y es más rápido...” (Bart, Ferreterías).

“...si es conveniente los comprobantes electrónicos, cuando se va la luz ahí no mantenemos problemas, pero se resuelve entregándoles unas cotizaciones para cambiarles con facturas o boletas según que quiera...” (Fel, Auto partes y repuestos).

“...es muy bueno, nos facilita en controlar el almacén aparte ya no tengo que estar contando como antes en mi cuaderno, y para eso también está el sistema completo que ofrecen, ayuda mucho...” (Mat, Librerías y/o útiles de escritorio).

“...primero tenía un terror, por equivocación un día había facturado por un millón, y hay que tener mucho cuidado, pero de ahí bien digo porque es más rápido, otro también no es bueno a veces se corta luz y no podemos que hacer...” (Luc, Plásticos).

4.1.2. Resultados en base a la primera hipótesis específica

4.1.2.1. Beneficios adquiridos con la formalización

La formalidad ofrece varios beneficios, de las cuales lo más resaltante son los beneficios financieros, asumidos por las entidades financieras (bancos) quienes otorgan prestamos

financieros con mayor facilidad, y con intereses rebajados, en algunos casos a sola firma o análisis de sus estados financieros. Otro de los beneficios que otorga la formalidad, es la apertura de líneas de crédito por parte de las empresas mayoristas proveedoras de bienes comerciales, con mayor facilidad. Así mismo está la ampliación de la cartera de clientes ya que se otorgan comprobantes de pago, y apertura de negocio con instituciones públicas, así como las municipalidades, gobiernos regionales o entidades públicas de derecho privado, etc.

“...si, hay bastantes ventajas que nos ha traído formalizarse, tenemos ventajas en préstamos, tenemos también las otras empresas que nos proveen también ya nos dan confianza porque estamos trabajando con RUC todo, ya hay esa confianza para adquirir más mercadería así. antes desconfiaban pue porque no teníamos RUC nada en esos casos...” (Sim, Agro veterinarias y conexos).

“...en términos generales si, fíjese cuando eres formal tienes mayores oportunidades, los negocios con las instituciones (Municipalidades) con negocios en volumen y también acceso más rápido a los préstamos...” (Wil, Agro veterinarias y conexos).

“...lo más beneficioso que tengo es por ejemplo poder sacar préstamo rápido, por ejemplo, yo tengo una línea de crédito hasta un millón y trabajo casi 20 años con el banco, pero no es sacar por sacar también, si no cuando necesitas invertir o no hay ventas por ejemplo yo saqué último en febrero de este año por la huelga no había ventas y las letras se me vencían en eso, pero si no hay venta con que pago pue...” (Ele, Auto partes y repuestos).

“...si estamos limpios con las entidades financieras, a veces necesitamos financiamiento entonces presentamos documentos de la empresa y nos facilitan rápidamente las entidades financieras...” (Elv, Auto partes y repuestos).

“...más nos dan las empresas como una línea de crédito y los bancos también nos pueden dar crédito con mayor facilidad, nos piden estados financieros...” (Mar, Librerías y/o útiles de escritorio).

“...los bancos te prestan plata, pero creo que la diferencia está en que, cuando eres formal los intereses son más bajos y aparte de eso es más rápido el préstamo...”
(Luc, Plásticos).

“...beneficios. Haber, con los préstamos podría ser, cuando necesito préstamo el banco me presta con intereses algo económicos y más rápido...” (Wilb, Plásticos).

“...es diferente a comparación de cuando pides préstamo a tu nombre, y quieres montos altos los bancos ahora ven tus declaraciones mensuales, los estados financieros te piden y algunos requisitos más y ya te prestan rápido...” (Jes, Plásticos).

También están las empresas que adquirieron préstamos sobre el Decreto Legislativo N° 1455, Decreto Legislativo que crea el programa “Reactiva Perú” para asegurar la continuidad en la cadena de pagos frente al impago de las entidades empresariales ante el COVID-19. de las cuales manifiestan haber sido beneficiarios.

“...algo resaltante fue el préstamo “reactiva”, del cual nos ha beneficiado diría a todos, ya que los intereses eran cómodos y se podía pagar después de casi dos años y recién estamos terminando de pagar...” (Wil, Agro veterinarias y conexos).

“...no muchas, pero en la pandemia ya no había negocio todos estábamos cerrados en nuestras casas, y hubo un apoyo de parte del gobierno Martín Vizcarra, con reactiva Perú el cual recién estamos terminando de pagar, eso no tenía mucho interés, aunque otros han aprovechado más, y otros menos, depende creo...” (Ele, Auto partes y repuestos).

“...gobierno o el estado no dan nada de beneficios único que uhmm haber [pensativo] hubo préstamo casi bajo interés creo en la pandemia solo eso...” (Wilb, Plásticos).

4.1.3. Resultados en base a la segunda hipótesis específica

4.1.3.1. Dificultades que se afrontan en la formalización

Dificultades de la formalización se manifiesta, así como el desconocimiento que se tiene sobre la formalización, la demora en el trámite de la constitución, demora en el registro de la entidad en la SUNARP y a su vez en la obtención de documentos como la vigencia de poder, certificado literal y otros. además, entrevistados manifiestan que las dificultades se muestran también en la SUNAT, en momento de la obtención del N° de RUC. Asimismo, ya en la formalidad la SUNAT, supervisa a través de requerimientos o auditorias de revisión, en donde por algún detalle faltante sanciona con multas en muchos casos excesivos, y suele ser el temor por la que algunas personas no formalizan sus negocios.

“...la demora en el momento de elevar a escritura en la notaría, ha, y también, al momento de inscribir en los registros públicos, como dos o tres semanas creo me demoró y para sacar vigencia de poder también hay que hacer cola [...] otro también está el miedo a las multas de la SUNAT, aunque ahora la SUNAT ha bajado en eso, pero antes cualquier error te multaba, y así varias auditorias he pasado...” (Mat, Librerías y/o útiles de escritorio).

“...cuando uno quiere formalizar y para eso tiene que ir a anotar en registros públicos, hay es cuando más me demoraron, a veces uno lo necesita rápido y demoran, por ejemplo, para sacar vigencia de poder no ma. en cuanto a la SUNAT, te asusta con las multas que te puede imponer o las notificaciones que te hace llegar cuando no pagas a tiempo...” (Ele, Auto partes y repuestos).

“...no he tenido, gracias a dios como le dije antes los contadores se han encargado o ayudado, en todos los tramites, aunque algunas veces demoraron y dice que es porque en registros públicos no dan rápido...” (Mar, Librerías y/o útiles de escritorio).

“...principal dificultad estuvo en las multas o no conocer cómo se maneja algunas cosas y la SUNAT te hacían antes auditorias y te multaban si faltaba algo, otro seria, cuando haces tramites, tanto como en la SUNAT y registros públicos, a veces

demasiados tramites y hay que hacer cola y esperar a veces días...” (Luc, Plásticos)

“...bueno diría yo que, el principal miedo es la SUNAT, que te multe. Yo creo que sería bueno que nos ayude a solucionar mas bien y casi todos hablan de eso...” (Jes, Plásticos).

“...a mí me ha demorado más de un mes en la notaría y registros públicos, creo que eso no le gusta a la gente, y peor cuando uno no sabe, más te demoran. Ahora para cobrar de municipios tengo que tener vigencia de poder y eso no te entregan rápido en registros públicos. Ahora en la SUNAT, eso es otro, a veces hay que esperar horas adentro, pero son buenos para cobrarte, pasa un día ya te están notificando...” (Wil, Agro veterinarias y conexos).

4.2. DISCUSIÓN

En relación al objetivo general: Analizar los factores que influyen en la formalización de los empresarios en la actividad comercial de la ciudad de Juliaca, desde una perspectiva comparada de casos. La formalización empresarial tiene diversos factores que los impulsan, desde la motivación personal que tiene una persona con el deseo de sobresalir, de querer tener algo estable como motivación intrínseca y la motivación extrínseca se manifiesta a través de personas cercanas o familiares, ya sean estas como padres, hijos que toman el rol de motivadores. Con respecto a ello Chiavenato (2007) manifiesta como el estado íntimo de la persona de asegurar el alcance del logro de sus objetivos y con ello satisfacer sus necesidades. Por ende, la motivación tiende a ser un factor primordial en la formalización. Por otro lado, está la experiencia del empresario que pueda tener en el mismo rubro de negocio, ya sea como trabajador o ayudante, que en el cual va acumulando un conjunto de conocimientos, que en el futuro le ayudará en la formación, formalización y crecimiento empresarial. El cual coincide con la afirmación de Hotmart (2022) que destaca a la experiencia como factor potenciador de resultados. A demás de que en las organizaciones empresariales se ha convertido en una estrategia vital para su desarrollo (Espín et al., 2017). Y también los empresarios que por situaciones de rentabilidad o competencia cambian del rubro o giro de negocio, pero con la experiencia y conocimiento de haber formado ya un tipo de negocio distinta al actual.

Sobre la importancia del profesional contable en la formalización se hace ineludible su presencia en el momento de la formalización, y el desarrollo existencial de la entidad empresarial. En momento de la formalización, orientando al emprendedor en materia de la formalización, materia tributaria y laboral. Así como, también el llevado de la contabilidad, presentación de declaraciones juradas PDT 621, PDT anual 710, planillas y otros concerniente a la tributación. Que de acuerdo a Barrios (2017) es la función contable que se ocupa del registro, clasificación y análisis de los resultados contables.

De acuerdo al objetivo que consiste en: analizar los beneficios que otorga la formalización empresarial en la actividad comercial de la ciudad de Juliaca. Como destaca Torres & Tierradentro (2023) con la formalización se puede tener “acceso a los recursos financieros”. Por ende, los empresarios participantes en la investigación manifiestan de que uno de los beneficios que otorga la formalización es el acceso a préstamos financieros con rapidez y con intereses accesibles otorgados por parte de las entidades bancarias. Aunque para ello, las entidades financieras le solicitaran los estados financieros, donde a partir de la calificación de ratios financieros, otorgaran los préstamos. Este empréstito es utilizado generalmente para la adquisición de mercadería, pago de letras a los proveedores y entre otros, cuya inversión se da principalmente en el capital de negocio, así como enfatiza (H. Mamani, 2018). Bajo ese mismo contexto, las empresas comerciales formales tuvieron acceso al financiamiento a través del programa “Reactiva Perú” bajo el Decreto Legislativo N° 1455. cuyo fin fue asegurar la continuidad de la cadena de pagos en el periodo de impacto del COVID-19, así como destaca Herrera (2021) que la legitimidad de los negocios, trae consigo el acceso a fuentes de financiamiento, como el programa “Reactiva Perú”, al que tuvieron acceso la mayoría de las empresas formales.

Otro de los beneficios que adquirieron los empresarios al formalizar su entidad, es la “confianza por parte de los proveedores”, quienes les abren una línea de crédito, que puede llegar a ascender hasta varios miles de soles y/o dólares, dependiendo la forma de pago que tenga el proveedor. En consecuencia, las compras en su mayoría se hacen crédito. Esto se transforma como una ventaja en el entorno del mercado comercial, Segura (2019) destaca en sus resultados que la formalización empresarial permite tener ventajas comerciales. La emisión de facturas y/o boletas de venta también forma parte de esas ventajas, como algunos titulares de las entidades manifiestan tener oportunidades de hacer negocio en montos

elevados con entidades públicas, así como las municipalidades, gobiernos regionales, entidades de personería jurídica de derecho público como la INIA – PUNO y las entidades privadas, que solicitaran la emisión de un comprobante de pago válido.

Como beneficio de la formalización también encontramos el crecimiento empresarial, que es lo que buscan los titulares de las entidades, crecer como empresa o prosperar como entidad. Torres y Tierradentro (2023) al respecto concluye de que la formalización empresarial ofrece la “oportunidad de crecer” ya sea a través de estrategias de marketing que implementadas por cada entidad empresarial, en donde se hace mención sobre la atención personalizada que se ofrece al cliente y trato amable; encontramos a Escandón y Hurtado (2014) que en su trabajo de investigación destacan la forma de interactuar con el cliente y la publicidad formal, como parte de las estrategias de marketing que practican las empresas, además de la publicidad televisiva y radial de mayor acceso a la población.

Según el objetivo que consiste en: describir las dificultades en la formalización de los empresarios en la actividad comercial de la ciudad de Juliaca. Los resultados demuestran que la mayoría de los entrevistados manifiestan haber iniciado de manera informal, en el tipo de negocio que tienen actual o distinta a ella en algunos. Que de acuerdo a Ludmer (2019) la informalidad está compuesto por personas migrantes de lo rural a lo urbano, que según la procedencia de la mayoría de empresarios. Al migrar del campo a la ciudad en muchos casos se sumergen en el desempleo, además de que carecen de información o educación sobre la formalidad, al respecto encontramos a González y Cabrera, (2018) que analizan el sector informal, mencionan que el comercio informal “se manifiesta ante el desempleo” así como el factor “educación”. Por lo tanto, se confirma el desconocimiento que tienen sobre la formalización. Coincidiendo con Navarro et al. (2018) que los factores que limita la formalización está el bajo nivel de capacitación, con la que cuentan los empresarios.

Como obstáculos se afirman también, a los trámites engorrosos y demorosos, que se da en la notaría, al momento de elevar a la escritura pública, además en las oficinas de la SUNARP, en su inscripción como persona jurídica, en donde la demora se hace hasta por semanas y de la misma forma en las oficinas de la SUNAT, tanto en el momento de la formalización o posterior trámite necesario, requerido por el apoderado de la empresa formalizada. Que es otro de los factores en tener en cuenta como limitante de la formalización. Navarro et al. (2018) menciona “la compleja tramitología” y demorosa existente en las entidades como la

SUNARP y la SUNAT en su trabajo de investigación como factores que obstaculizan la formalización. Además, está la desconfianza que estimula la SUNAT, en las empresas formalizadas con la emisión de resoluciones de multa, resoluciones de cobranza, resoluciones de cobranza coactiva, requerimiento y cartas. En muchos casos suele ser muy excesivas.

CONCLUSIONES

Primera: El proceso de formalización empresarial en el sector comercio no es un acto simplista, si no que tiene muchos factores que influyen a partir de factores internos como: las motivaciones personales y motivaciones extrínsecas con la que cuenta cada persona antes de iniciar con un determinado negocio, así como el deseo de superarse, crecer económicamente y como empresario. La orientación o el giro del negocio, principios sobre las cuales es entendida el negocio, otro de los factores que ayudan la formalización tenemos al conocimiento y la experiencia principalmente en el giro o rubro de comercio que inicia, ya sea con participación anterior como trabajador o conocedor del negocio. Por otro lado, como los factores externos tenemos las ventajas que ofrece el mercado a donde va dirigido el negocio ya sean estas entidades públicas o privadas principalmente sobre las ventas por volumen y la confianza que genera la formalidad, el mismo que se genera a través de la legitimación de la entidad empresarial.

Segunda: El acceso a préstamos financieros, con rapidez y con tasas de interés accesibles, y para ello es necesario la presentación de estados, reporte de pagos, reporte tributario, PDTs y demás documentos solicitados entidades bancarias. Generalmente estos préstamos son principalmente para la inversión en el capital de negocio. Es uno de los beneficios que otorga la formalización empresarial. A demás se tiene el acceso a políticas de financiamiento como el programa de crédito con garantía gubernamental diseñado para ayudar a las empresas peruanas a mantener la cadena de pagos y evitar un quiebre económico durante la pandemia del COVID-19. Otro de los beneficios que trae consigo la formalidad es la confianza por parte de los proveedores, quienes otorgan bienes o productos a crédito (línea de crédito), las mismas que generalmente son a pagos por letras y en cuanto a los clientes, abre la oportunidad de hacer negocio con entidades públicas y entidades de personería jurídica de derecho público y empresas privadas.

Tercera: El desconocimiento sobre la formalización, vendría a ser uno de los obstáculos por las que transita el apoderado empresarial, al momento de querer legitimar formalmente su entidad empresarial. Otro de los desafíos que enfrenta la formalización, son los trámites administrativos engorrosos y demorosos, principalmente en las entidades como la SUNAT, SUNARP. Además de la desconfianza estipulada por parte de la SUNAT, a través de las regulaciones excesivas, ya sea por medio de fiscalizaciones, o emisión de documentos

administrativos de cobranza. Llegando inclusive a la retención de bienes o afectación económica a través de terceros en forma de retención por concepto de deudas tributarias.

RECOMENDACIONES

Primera: Es necesario incorporar estrategias en las políticas públicas sobre la formalización empresarial por sector económico, de esa forma erradicar la informalidad a fin de lograr tener presupuesto público elevado, ya que la investigación hace posible formular a partir de los factores que influyen en la formalización de los empresarios. Asimismo, incentivar la parte motivacional extrínseca de los empresarios informales, y alimentar el deseo de superación y crecimiento económico que la mayoría persigue como objetivo. Es pertinente promover que los proveedores y clientes se formalicen, formando un encadenamiento productivo formal que mejore la competitividad en toda la cadena de valor, esto en cuanto a las entidades formales.

Segundo: Se recomienda a los futuros investigadores, que tengan relación con la formalidad empresarial, ampliar su estudio a otros sectores empresariales, para que permita conocer a profundidad la problemática de la informalidad y su transición a la formalidad. A Ministerio de Economía y Finanzas, implementar incentivos y beneficios concretos para las empresas que deciden formalizarse, con descuentos en impuestos y acceso preferencial a compras públicas.

Tercero: Se sugiere elaborar mecanismos más rápidos de formalización, simplificando los tramites y reduciendo las barreras burocráticas que dificultan la formalización. Asimismo, a la SUNAT, que pueda implementar programas de asistencia técnica y acompañamiento, principalmente a las micro, pequeñas y medianas empresas, para guiarlas en el proceso de formalización. Además de capacitaciones sobre los pasos a seguir, beneficios de la formalidad y dando informaciones necesarias sobre tributación y llevar a cabo campañas de sensibilización y difusión sobre beneficios de la formalidad, dirigidas a los empresarios informales, para motívalos a formalizarse.

REFERENCIAS

- AGubernamental. (2022). *Persona natural versus persona jurídica*. Actualidad Gubernamental. <https://actualidadgubernamental.pe/tip/persona-natural-versus-persona-juridica/830fcfb4-da33-4796-8ca5-183a1dd9d161/1>
- Almada, M. G., & Medina, A. (2018). Fundamentos de la normatividad empresarial para el desarrollo económico y social en una sociedad en transformación. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 26, 1–11. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.v0i26.148>
- Almanza, R., Calderón, P., & Vargas, J. G. (2019). Los factores internos de las Pymes y su Influencia en la Competitividad (Caso Sector Comercio en Lázaro Cárdenas Michoacán). *Horizontes Empresariales*, 18(2), 4–20. <https://doi.org/10.22320/hem.v18i2.3907>
- Añamuro, J. C., & Calla, H. E. (2021). Conocimiento de las obligaciones tributarias y la formalización tributaria de la asociación de comerciantes mixtos milenio 2000 de la ciudad de Juliaca, año 2020. In *Universidad Peruana Unión* (pp. 1–93). [Tesis de Pregrado, Universidad Peruana Unión]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.upeu.edu.pe/server/api/core/bitstreams/bca69d60-ea32-4111-9af2-52c7d38d516a/content>
- Anlló, G., Lugones, G., & Peirano, F. (2007). VII. La innovación en la argentina post-devaluación, antecedentes previos y tendencias a futuro. ... *Dilemas. La Economía Argentina ...*, 261–306. <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00539-VII.pdf>
- Arbulú, J. (2016). La PYME en el Peru. *Libro de Egresados, 1*, 32–36. <http://cendoc.esan.edu.pe/fulltext/e-journals/PAD/7/arbulu.pdf>
- Areandina. (2023). *¿Qué es y por qué es importante la cultura tributaria en Colombia?* Areandina. <https://www.areandina.edu.co/noticias/que-es-y-por-que-es-importante-la-cultura-tributaria-en-colombia>
- Arruñada, B. (2010). *Formalización de empresas costes frente a eficiencia institucional*. 73. https://www.arrunada.org/files/research/ARRUÑADA_2010_Formalización_de_empresas.pdf
- Arzaluz, S. (2005). La utilización del estudio de caso en el análisis local. *Región Y Sociedad*, 17(32). <https://doi.org/10.22198/rys.2005.32.a601>
- Bandenay, D. (2023). *Plan de marketing de la empresa Inversiones Cappucetto S.A.C.*

- [Tesis de Pregrado, Universidad de Lima]. Repositorio Institucional.
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/18184/T018_40872863_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Barba, V., & Atienza, C. (2012). Entrepreneurial behavior: impact of motivation factors on decision to create a new venture. *Investigaciones Europeas de Direccion y Economia de La Empresa*, 18(2), 132–138. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)70003-5](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)70003-5)
- Barrantes, M. R. (2022). *Impacto de la formalización en la rentabilidad en Mypes de abarrotos de Puno*. [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. repositorio Institucional.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/100329/Barrantes_PMR-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y
- Barrios, E. (2017). La contabilidad y los sistemas de información contable en las organizaciones. *Universidad Nacional de La Patagonia Austral*, 1(32), 3–20.
https://bibmalvinaperazo.files.wordpress.com/2020/05/la-contabilidad-y-los-sistemas-de-informacion_eduardo-barrios.pdf
- Bazán, C. (2020). *Cultura tributaria*. <https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-torcuato-di-tella/costos-e-impuestos/responsabilidad-tributaria-en-el-aula-bazan-cecilia-noemi/78890210>
- Bonnet, F., & Venkatesh, S. (2016). Poverty and informal economies. *Oxford Handbook of the Social Science of Poverty*, 152(3), 637–659.
https://www.researchgate.net/publication/299603856_Poverty_and_Informal_Economies
- Cabrera, M. A., Sánchez, M. J., Cachay, L. de C., & Rosas, C. E. (2021). Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 27(Esp 3), 204–218. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.36503>
- Calua, N., García, N., García, M., & Ruiz, L. (2016). *Factores que desalientan la formalización de los empresarios de las micro y pequeñas empresas del sector de manufactura del rubro textil en el Emporio Comercial de Gamarra*. 1–66.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621084/GARCIA_GN.pdf;jsessionid=C9DCE4EB2CD6C1454F2BFEC72D48D7F1?sequence=6
- Cámara de Comercio de Lima. (2017). El Impacto de la informalidad. *La Cámara de Lima*, 20(3), 44.
https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/edicion800/edición_800_dig.pdf

- Carhuavilca, D., Sánchez, A., Hidalgo, N., Huertas, J. L., Herrera, N., Castillo, J., & Asca, M. (2022). Demografía empresarial en el Perú: Primer Trimestre 2022. In *Instituto Nacional de Estadística E Informática (INEI)*.
https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresaria_1_i_trim_2022.pdf
- Carpio, N. (2016). *El enfoque legalista de la formalización*. El Montonero.
<https://elmontonero.pe/columnas/el-enfoque-legalista-de-la-formalizacion>
- Cassetti, V., & Paredes-Carbonell, J. J. (2020). La teoría del cambio: una herramienta para la planificación y la evaluación participativa en salud comunitaria. *Gaceta Sanitaria*, 34(3), 305–307. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2019.06.002>
- Castillo, L. (2007). La persona jurídica como titular de derechos fundamentales. In *Universidad de Piura* (pp. 125–134). Actualidad Jurídica.
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2073/Persona_juridica_como_titular_derechos_fundamentales.pdf?sequence=1
- Castro, H. C. (2017). *Análisis de la implementación de la zona económica especial de Puno y su relación con el crecimiento económico de la región, año 2017*. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica de Santa María]. Repositorio Institucional.
<https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/ffa57e28-0f75-4af3-abc0-e32589b85ea2/content>
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico [CEPLAN]. (2022). *Plan estratégico de desarrollo nacional al 2050* (pp. 1–488).
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3900981/ANEXO_DS_Nº_095-2022-PCM.pdf.pdf?v=1669993045
- Cepeda, M. Á. (2018). *Factores que impiden la formalización y desarrollo del sector productivo en el Ecuador, Período 2012 – 2016*. [Tesis de Pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28427/1/Titulación-Miguel Cepeda.pdf>
- CEPLAN. (2016). Economía informal en Perú : Situación actual y perspectivas. In *Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN)*. https://www.ceplan.gob.pe/wp-content/uploads/2013/09/economia_informal_en_peru_11-05-2016.pdf
- Chacaltana, J. (2009). Experiencias de formalización empresarial y laboral en centroamérica : un análisis comparativo en Guatemala, Honduras y Nicaragua. In *Naciones Unidas “CEPAL.” Naciones Unidas*.
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/034a2dd9-39b1-4993-b727->

697735367860/content

- Chacaltana, J. (2016). Formalización en el Perú. Tendencias y políticas a inicios del siglo 21. In *Pontificia Universidad Católica del Perú* (p. 68). [Tesis Doctoral, Pontificia Universidad Católica del Perú]. repositorio Institucional.
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/7971>
- Chen, M. A. (2012). La economía informal: definiciones, teorías y políticas. *Wiego (Mujeres En Empleo Informal: Globalizando y Organizando)*, 1, 27.
<https://www.wiego.org/sites/default/files/migrated/publications/files/Chen-Informal-Economy-Definitions-WIEGO-WP1-Espanol.pdf>
- Chevalier, S. (2023). *¿A cuánto asciende el empleo informal en América Latina?* Statista.
<https://es.statista.com/grafico/24764/nivel-de-informalidad-laboral-en-latinoamerica/>
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a La Teoría General De La Administración* (Séptima Ed). McGraw-Hill/ Interamericana, editores.
<https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano* (3ra. Edici). McGraw Hill.
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1143/1/Chiavenato-Talento humano 3ra ed.pdf>
- Claver, E., Llopis, J., Molina, H., Conca, F. J., & Molina, J. F. (2000). La tecnología como factor de competitividad: Un análisis a través de la teoría de recursos y capacidades. *Boletín de Estudios Económicos*, LV(169), 119–138.
<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/323>
- COMEXPERU. (2023). *Trabajadores formales: ¿dónde están?* sociedad de comercio exterior del Perú. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/trabajadores-formales-donde-estan%2A>
- COMEXPERÚ. (2020). *Las MyPE Peruanas y la adopción de nuevas tecnologías.* sociedad de comercio exterior del Perú. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-mype-peruanas-y-la-adopcion-de-nuevas-tecnologias>
- COMEXPERÚ. (2023). *La informalidad laboral continúa superando los niveles prepandemia: ¿cómo recuperamos la calidad en los empleos?* Sociedad de Comercio Exterior Del Perú. [https://www.comexperu.org.pe/en/articulo/la-informalidad-laboral-continua-superando-los-niveles-prepandemia-como-recuperamos-la-calidad-en-los-empleos#:~:text=De acuerdo con cifras de,\(73.1%25 del total\).](https://www.comexperu.org.pe/en/articulo/la-informalidad-laboral-continua-superando-los-niveles-prepandemia-como-recuperamos-la-calidad-en-los-empleos#:~:text=De acuerdo con cifras de,(73.1%25 del total).)
- CONCANACO SERVITUR. (2024). *Impulso a la formalidad para promover el crecimiento y desarrollo económico del país* (p. 6).

- <https://www.concanaco.com.mx/boletines/datosestadisticos/impulso-a-la-formalidad-para-promover-el-crecimiento-y-desarrollo-economico-del-pais->
- Constitución Política del Perú. (1993). Constitución Política del Perú. In *Diario oficial El Peruano*.
- Cornejo, S. A. (2017). *La evasión tributaria y su impacto en la recaudación fiscal en el Perú*. [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14553/Cornejo_ESA.pdf
- Curo, Y., & Gacia, A. (2016). Propuesta de fiscalización y su relación con el cumplimiento de la obligación tributaria de las empresas comerciales de la provincia de Chanchamayo. In *Universidad Peruana Los Andes* (pp. 1–101). [Tesis de Pregrado, Universidad Peruana los Andes]. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12848/206>
- D.L. N° 1488. (2004). Texto único ordenado de la ley del impuesto a la Renta. *Normas Legales, Diario El Peruano, XXI*(8938), 281912–281940. [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2998710/Decreto Supremo N° 179-2004-EF.pdf?v=1649280202](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2998710/Decreto%20Supremo%20N%20179-2004-EF.pdf?v=1649280202)
- D.S. N° 013-2013-PRODUCE. (2013). Texto único ordenado de la ley de impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. *Normas Legales, Diario Oficial El Peruano, XXX*(12702), 511868–511882. [https://cdn.gacetajuridica.com.pe/laley/Decreto Supremo N°013-2013-PRODUCE_LALEY.pdf](https://cdn.gacetajuridica.com.pe/laley/Decreto%20Supremo%20N%20013-2013-PRODUCE_LALEY.pdf)
- Decreto Legislativo N° 937. (2003). Texto del nuevo régimen único simplificado (NRUS). *Diario Oficial El Peruano, XXI*(8545), 255042–255049. <https://diariooficial.elperuano.pe/normas>
- Decreto Ley N° 21621. (1976). *Ley que norma la empresa individual de responsabilidad limitada*. <https://docs.peru.justia.com/federales/decretos-leyes/21621-sep-14-1976.pdf>
- Decreto Ley N° 14383. (1902). *Código de comercio*. [https://scc.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/3c0d35804d90aee08507f5db524a342a/Código +de+Comercio.pdf?CACHEID=3c0d35804d90aee08507f5db524a342a&MOD=AJPERES](https://scc.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/3c0d35804d90aee08507f5db524a342a/Código+de+Comercio.pdf?CACHEID=3c0d35804d90aee08507f5db524a342a&MOD=AJPERES)
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación En Educación Médica, 2*(7), 162–167. <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007->

50572013000300009&script=sci_arttext

- Díaz, J. C., Urbano, D., & Hernández, R. (2005). Investigaciones Europeas de dirección y economía de la empresa. *Academia Europea de Dirección y Economía de La Empresa*, 11(3), 209–230.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120410012%0ACómo>
- Echabaudis, J., & Soto, G. (2018). *Formalización y gestión empresariales: caso artesanía textil del Distrito de Yauli, Huancavelica, Perú, 2017* (pp. 1–82). [Tesis de Pregrado, Nacional de Huancavelica]. Repositorio Institucional.
<http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/2443>
- Eisenover, J. (2017). Factores que inciden en la incorporación y formalización de procesos de innovación y desarrollo de productos en las Mipymes. *Saber, Ciencia y Libertad*, 12(1), 156–165. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2017v12n1.710>
- Escandón, D. M., & Hurtado, A. (2014). Los determinantes de la orientación exportadora y los resultados en las pymes exportadoras en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 30(133), 430–440. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.05.002>
- Espín, A., Lara, E., & Romero, A. (2017). La gestión del conocimiento como alternativa para el éxito de los emprendimientos en la provincia Tungurahua. *Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 4(4), 163–176.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6756363.pdf>
- Ferraro, C., & Rojo, S. (2018). Las MIPYMES en América Latina y el Caribe: Una agenda integrada para promover la productividad y la formalización. *Organización Internacional Del Trabajo*, 1–54. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_654249.pdf
- Fuentes, A. P. (2010). La orientación al mercado: evolución y medición de un enfoque de gestión que trasciende al Marketing. *Perspectivas*, 25(83), 25–83.
<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942454004.pdf>
- Gestión. (2017). *¿A qué edad comienzan su propio negocio los emprendedores Peruanos?* Gestión. <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/edad-comienzan-propio-negocio-emprendedores-peruanos-139952-noticia/>
- González, J. L., & Cabrera, D. A. (2018). Análisis del sector informal y su incidencia en el desarrollo económico período 2015-2017. *Revista Observatorio de La Economía Latinoamericana*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/sector-informal-ecuador.html>
- Guriev, S., Sagafowa, B., Dreher, A., Motiel, P., Pazarbasioglu, C., & Devarajan, S.

- (2022). The long shadow of informality: challenges and policies. In F. O. and S. Yu (Ed.), *World Bank Group* (Advance Ed). World Bank Group.
https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1753-3_ch5
- Hadi, M., Martel, C., Huayta, F., Rojas, R., & Arias, J. (2023). Metodología de la Investigación: Guía para el proyecto de tesis. In *Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis*. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.073>
- Hart, K. (2013). Informal income urban ghana opportunities and. *The Journal of Modern African Studie*, 11(1), 61–89.
https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4410580/mod_resource/content/0/Hart,1973.pdf
- Hernández, R., & Mendoza, C. P. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantativa, cualitativa y mixta. In *McGraw-HillEditorial Mc Graw Hill Education*.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf
- Herrera, H. (2021). *Propuesta de formalización empresarial para el proyecto de reciclaje empresarial por el medio ambiente - REMA* (p. 6). [Tesis de Pregrado, Universidad Piloto de Colombia]. Repositorio Institucional.
[http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/10444/PROPUESTA DE FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL PARA EL PROYECTO DE RECICLAJE EMPRESARIAL POR EL MEDIO AMBIENTE - REMA.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/10444/PROPUESTA%20DE%20FORMALIZACI%C3%93N%20EMPRESARIAL%20PARA%20EL%20PROYECTO%20DE%20RECICLAJE%20EMPRESARIAL%20POR%20EL%20MEDIO%20AMBIENTE%20-%20REMA.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Hotmart. (2022). *Gestion del Conocimiento*. Hotmary Blog.
<https://hotmart.com/es/blog/gestion-del-conocimiento>
- Infante, R. O., & Riveros, M. J. (2015). Orientación al mercado e innovación en las empresas del sector servicios en la ciudad de Villavicencio. *Sotavento MBA*, 18(25), 34–46. <http://dx.doi.org/10.18601/01233734.n25.05>
- Jaimés, L. M. (2018). *El proceso de formalización y su relación con la cultura empresarial de la Ciudad de Huánuco 2018* (p. 112). [Tesis de Pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional.
- Koro, M., Fairchild, N., Benozzo, A., & Löytönen, T. (2023). Qualitative sampling and qualitative data. *International Encyclopedia of Education (Fourth Edition)*, 198–209.
<https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818630-5.11021-8>
- Lahura, E. (2017). Sistema financiero, informalidad y evasión tributaria en el Perú. *Moneda*, 169, 24–28. <https://www.americatv.com.pe/cuarto-poder/reportaje/obesidad->

- peru-58-personas-tiene-algun-tipo-sobrepeso-noticia-58062%0Ahttp://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-169/moneda-169-05.pdf
- Lázaro, R. (2021). Entrevistas estructuradas, semi-estructuradas y libres. Análisis de contenido. In J. M. Tejero (Ed.), *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. https://doi.org/10.18239/estudios_2021.171.04
- León, M. L., & Zamudio, A. M. (2019). Gestión de formalización empresarial de los comerciantes de las galerías don alfono administración de empresas Arequipa - Perú. In *Universidad Tecnológica del Perú*. [Tesis de Pregrado, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio Institucional. https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2631/MaryoriLeon_AlissonZamudio_Trabajo de Investigacion_Bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ley N° 28015. (2003). Ley de promoción y formalización de la Micro y Pequeña Empresa. *Normas Legales, Diario El Peruano, XXI(8411)*, 247377–247383. <https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28015.pdf>
- Ley N° 29571. (2010). Código de protección y defensa del consumidor. *Normas Legales, Diario El Peruano, XXVII(11109)*, 424840–424869. <https://faolex.fao.org/docs/pdf/per97486.pdf>
- Ley N° 26887. (1997). Ley general de sociedades. *Normas Legales, Diario Oficial El Peruano, XV(6375)*, 155309–155348. <https://diariooficial.elperuano.pe/normas>
- Ley N° 31683. (2023). Ley que promueve la reactivación económica de las micro, pequeñas y medianas empresas a través del fondo MIPYME emprendedor. *Diario Oficial El Peruano, XL(17075)*, 5–7. <https://diariooficial.elperuano.pe/normas>
- Lira, Z. R., Terrones, E. I., Ostos, E. L., & Lira, J. (2023). Evasión tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto a la renta en Perú. *Revista de Ciencias Sociales, XXIX(7)*, 420–432. <https://doi.org/10.31876/rcs.v29i.40475>
- Loayza, N. V. (2018). Informality : Why is it so widespread and how can it be reduced ? *Research & Policy Briefs From the World Bank Malaysia Hub, 20*, 1–4. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/130391545228882358/pdf/Informality-Why-Is-It-So-Widespread-and-How-Can-It-Be-Reduced.pdf>
- Lopera, I., & Echeverri, J. (2018). Libertad y desarrollo humano en las organizaciones. *Atlas of Cardiac Surgical Techniques, 35(2)*, 395–408. <https://doi.org/10.1016/B978->

0-323-46294-5.00028-5

- Ludmer, G. (2019). *¿Qué hay de nuevo en el viejo debate sobre las causas de la informalidad laboral?* 10, 99–121.
<https://www.redalyc.org/journal/5123/512359395009/html/>
- Luevano, M. S. (2021). *Iniciativa con proyecto de decreto para la expedición de la ley del fomento del comercio informal*. Gaceta Del Senado.
https://www.senado.gob.mx/65/gaceta_del_senado/documento/120549
- Malhotra, N. (2015). Investigación de mercados. In *Pearson Educación* (Vol. 3, Issue 6).
<https://doi.org/10.29057/xikua.v3i6.1314>
- Mamani, D. M. (2023). *Factores socioeconómicos que determinan el nivel de rentabilidad del comercio informal de la feria la cachina en la ciudad de Puno, periodo 2021* (p. 70). [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio Institucional.
- Mamani, H. (2018). *Caracterización de la formalización y el financiamiento de las Mype del sector producción rubro zapaterías del mercado Micaela Bastidas de la ciudad de Juliaca periodo 2017*. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. Repositorio Institucional.
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/4077/CARACTERIZACION_DE_LA_FORMALIZACION_Y_EL_FINANCIAMIENTO_DE_LAS_MYPE_MAMANI_PAREDES_HECTOR.pdf?sequence=3
- Mares, C. (2005). *El régimen jurídico de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) en el Perú*.
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/4768/Mares_Carla.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Martínez, G., Saavedra, R. E., & Morones, A. L. (2020). Capital social como factor de emprendimiento en los países de la OCDE: implementación de un modelo con datos de panel. *Revista de Metodos Cuantitativos Para La Economía y La Empresa*, 30(30), 312–326. <https://doi.org/10.46661/REVMETODOSCUANTECONEMPRESA.3512>
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2016). *Guía para la formalización empresarial y laboral*.
https://www2.trabajo.gob.pe/archivos/dgt/dgpit/estudiotecnico/050916_Guia_Formalizacion_2016.pdf
- Molina, R. (2005). *¿Por qué gerenciar el factor tecnológico en la empresa?* *Revista Escuela*

- Pérez, D. M. (2019). Influencia de la cultura tributaria en la formalización de los comerciantes del mercado 28 de julio- Jaén 2018. In *Universidad Señor de Sipán* (pp. 1–109). [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. repositorio Institucional. [https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6052/Pérez Collantes Danny Marluz.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6052/Pérez%20Collantes%20Danny%20Marluz.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Portuguez, P. S., & Gamboa, C. (2019). Identificación de los factores principales para la adopción de tecnologías de información y comunicación en el desarrollo y organización de las PYMES del parque industrial de VES. In *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)* (pp. 1–73). [Tesis de Pregrado Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626585/Portuguez_L P.pdf?sequence=11](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626585/Portuguez_L_P.pdf?sequence=11)
- Quispe, D. (2023). *Análisis de las variables del empleo informal en la ciudad de Juliaca, 2015* (pp. 1–103). [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio Institucional. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/7104/Molleapaza_Mamani_Joel_Neftali.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rábová, I. (2005). The formalization of knowledge in agricultural industry business processes. *Agricultural Economics (Zemědělská Ekonomika)*, 51(7), 329–334. <https://doi.org/10.17221/5115-agricecon>
- Radio Onda Azul A.C. (2023). *Según la cámara regional de las Mypes en Puno el 98% de las Micro y Pequeñas Empresas son Informales*. Radio Onda Azul. <https://radioondaazul.com/segun-la-camara-regional-de-las-mypes-en-puno-el-98-de-las-micro-y-pequenas-empresas-son-informales/>
- Rahmawati, A. Y. (2020). El comercio informal y su influencia en los emprendedores de la Universidad Técnica de Manabí. *ECA Sinergia*, 10(3), 7–13. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v10i3.1487
- Ramírez, W. E. (2023). Análisis de la gestión del talento humano en el contexto empresarial actual: una revisión bibliográfica. *INNOVA Research Journal*, 8(2), 83–106. <https://doi.org/10.33890/innova.v8.n2.2023.2234>
- Risco, R. (2021). *La cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del mercado modelo del distrito de Huaral* (pp. 1–104). [Tesis de Maestría, Universidad Nacional José Faustino Sanchez Carrion]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/5611/ROSMERY>

- RISCO ZAMUDIO.pdf?isAllowed=y&sequence=1
- Romero, R., & Colmenares, Y. M. (2021). Análisis de la evasión tributaria en el Perú. *Revista Contacto*, 1(2), 1–13.
<https://revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/article/view/2402/2199>
- Ruiz de Castilla, F. (2017). *Formalización tributaria de las empresas*. Pólemos Portal Jurídico Interdisciplinario. <https://polemos.pe/formalizacion-tributaria-las-empresas/>
- Ruiz, J., & Aragón, G. (2023). Indicadores para entender al Perú de los próximos años. In *Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico*. Universidad del Pacífico.
https://www.up.edu.pe/egp/programas-especializacion_copy%281%29/SiteAssets/Lists/Observatorio/AllItems/Indicadores para entender el Peru de los proximos anos.pdf
- Sánchez, C. D. (2021). Determinantes de éxito de los pequeños y medianos emprendimientos de la ciudad de Loja. In *UIDE*. [Tesis de Maestría, Universidad Internacional del Ecuador]. Repositorio Institucional.
- Sánchez, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria*, 13, 101–122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sánchez, M., & Chafloque, R. (2019). La informalidad laboral en el Perú. In *Fondo Editorial USMP*.
<https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/INFORMALIDAD-LABORAL-final-corregido.pdf>
- Segura, R. (2019). *Cultura tributaria y su relación con la formalización de las MYPES del sector abarrotes de la Ciudad de Huánuco 2019* (p. 101). [Tesis de Pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional.
<http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1971/SEGURA FLORES%2C Raquel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sf.Gov. (2023). *Encuentre una ubicación comercial para su negocio*. Ciudad y El Condado de San Francisco. <https://sf.gov/es/information/find-commercial-location-your-business>
- Shahzad, A., Zulfiqar, B., Ali, M., Haq, A. ul, Sajjad, M., & Raza, A. (2022). Mediating role of formalization of RM methods among the perceived business risk and organization performance. *Cogent Business and Management*, 9(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2021.2024116>
- Skorková, Z. (2020). The effect of formalization in the enterprise. *SHS Web of*

- Conferences*, 83, 01062. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20208301062>
- SUNAT. (2006). Resolución de Superintendencia N° 007-99/Sunat - Reglamento de Comprobantes de Pago. *Sunat*, 1–22.
<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/superin/1999/007.pdf>
- Tarrillo, O., & Chilón, W. M. (2022). Causas y consecuencias de la evasión fiscal en tiempos de incertidumbre económica en Chota, Cajamarca, Perú. *Revista Nor@Ndina*, 5(2), 243–248. <https://doi.org/10.37518/2663-6360x2022v5n2p243>
- Tokman, V. E. (1978). An exploration into the nature of informal-formal sector relationships. *World Development*, 6(9–10), 1065–1075.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0305-750X\(78\)90063-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0305-750X(78)90063-3)
- Torres, I. G., & Tierradentro, Á. Y. (2023). *Formalización empresarial con enfoque de los micro negocios y emprendimientos textiles caso de estudio emprendimiento BEE PERFORMANCE*. Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO.
<https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/17405>
- Training. (2023). *Recursos empresariales*. Campus Training.
<https://www.campustraining.es/noticias/que-son-recursos-empresariales/>
- Uribe, J. I., Ortiz, C. Humberto, & Castro, J. A. (2006). Una teoría general sobre la informalidad laboral: El caso Colombiano. *Economía y Desarrollo*, 5(2), 223–273.
<https://economialaboral.univalle.edu.co/TeoriaGeneral.pdf>
- Vargas-Jiménez, I. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. *Revista Electrónica Calidad En La Educación Superior*, 3(1), 119–139.
<https://doi.org/10.22458/caes.v3i1.436>
- Vargas, A. (2017). *Investigación de mercados*. Fundación Universitaria del Área Andina.
<https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de consistencia.

ESTUDIO DE CASO COMPARATIVO: FACTORES INFLUYENTES EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS EMPRESARIOS DE LA CIUDAD DE JULIACA – 2022					
Línea de investigación: Pobreza y Desarrollo Social.					
Problema	Objetivos	Hipótesis	Categorías de Análisis	Sub Categorías de Análisis	Metodología
Problema general: ¿Qué factores influyen en la formalización de los empresarios de la ciudad de Juliaca, desde una perspectiva comparada de casos?	Objetivo general: Determinar los factores que influyen en la formalización de los empresarios de la ciudad de Juliaca, desde una perspectiva comparada de casos.	Hipótesis General Los factores que influyen en la formalización empresarial principalmente son la motivación personal, orientación o giro del negocio y los recursos financieros con las que cuenta un empresario.	- Factores Internos.	<ul style="list-style-type: none"> – Orientación empresarial – Motivación personal – Capital humano – Gestión del conocimiento – Mercadeo o marketing – Recursos financieros 	Enfoque: <ul style="list-style-type: none"> – Investigación cualitativa. Diseño: <ul style="list-style-type: none"> – Estudio de caso comparado. De alcance: <ul style="list-style-type: none"> – Descriptivo Población y muestra: El estudio está conformado por: Gerentes, titular gerentes, y dueños de empresa formales ya sean estas naturales o jurídicas en el ámbito de comercio. (Rep. Automotriz, Ferretería, Plásticos, Útiles de Escritorio, agroindustria y utilitarios de cocina)
Problemas específicos: ¿Qué beneficios trae la formalización empresarial en la actividad comercial en la ciudad de Juliaca?	Objetivos específicos: Analizar los beneficios que trae la formalización empresarial en la actividad comercial en la ciudad de Juliaca.	Hipótesis Especifico Los beneficios que trae la formalización son: acceso al sistema financiero, fácil acceso al mercado local, nacional e internacional.	- Factores Externos.	<ul style="list-style-type: none"> – Ubicación comercial – Normativos y legales – tecnológicos 	Técnicas: <ul style="list-style-type: none"> – Entrevista Instrumentos de recolección de datos: Guía de entrevista semiestructurada.
¿Qué dificultades afrontan los empresarios en la formalización de sus negocios comerciales en la ciudad de Juliaca?	Conocer las dificultades que afrontan los empresarios en la formalización de sus negocios comerciales en la ciudad de Juliaca.	Las dificultades que afronta el empresario son: procedimientos administrativos engorrosos, Demora en obtención de documentos en las instituciones públicas como la SUNAT, SUNARP y otros.			

Anexo 2

Guía de entrevista.

ESTUDIO DE CASO COMPARATIVO: FACTORES INFLUYENTES EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS EMPREARIOS DE LA CIUDAD DE JULIACA

GUIA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Objetivo de la entrevista: Determinar los factores que influyen en la formalización de los empresarios de la ciudad de Juliaca, desde una perspectiva comparada de casos.

Problema: ¿Qué factores influyen en la formalización de los empresarios de la ciudad de Juliaca, desde una perspectiva comparada de casos?

Muestra: está conformado por los empresarios en la actividad comercial de la ciudad de Juliaca – 2022.

Instrucciones generales para el entrevistador:

- Saludo preliminar.
- Deberá informar al entrevistado sobre el propósito de la entrevista y con ello reiterar al entrevistado la descripción general del proyecto, aclarando los factores previa a la formalización, eventos y procesos en la formalización, valoración de los beneficios y dificultades.
- Indicar sobre la confidencialidad y reserva de la información proporcionada por la entrevista.
- Deberá solicitar el consentimiento del o la entrevistado(a) para grabar.
- En la bitácora de campo deberá tomar nota de las impresiones, conductas observables y experiencias del entrevistador.

Datos generales del o la entrevistado(a).

Entrevistado N°..... Seudónimo:.....

Lugar de entrevista:.....

Fecha:/...../..... Hora de inicio:..... Duración:.....

Estructura de la entrevista

Desarrollo

Subcategoría	Concepto heurístico
Factores internos	
Orientación Empresarial	Romper hielo
	Tipo de negocio
	Experiencia con el negocio
	Competidores del entorno
Motivación	Motivación personal
	Ambiciones y pretensiones a futuras
Capital Humano	Número de trabajadores
	Formación de colaboradores
	Colaboradores externos
Gestión Del Conocimiento	Transmitir conocimientos
Mercadeo	Estrategias de Marketing
	Estrategias de compra y venta
Recursos	Capital social
	Estabilidad empresarial
Factores externos	
Ubicación Comercial	Ubicación estratégica del negocio
Normativos y Legales	Conocimiento de la normatividad
	Instituciones involucradas en la formalización
	Beneficios otorgados por el gobierno
	Dificultades normativas
	Beneficios financieros
Tecnológicos	Implementación de las TICs
	Comprobantes electrónicos
	Sugerencia y/o recomendaciones

CIERRE: Solicitar de ser necesario un comentario adicional del informante.

Agradecer por la entrevista, comprometer al informante para una nueva cita de entrevista si fuera necesario.

