



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Tesis para Optar el Título Profesional Contador
Público; denominada:

**CAPACITACIÓN EMPRESARIAL PARA DISMINUIR LA
INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO CENTRAL DE FERREÑAFE, 2015**

AUTORAS:

Bach. ROSA MARIA FERNANDEZ DIAZ

Bach. MARTHA ELENA RIVERA ALCANTARA

ASESORA:

Dra. CARMEN ELVIRA ROSAS PRADO

PIMENTEL – PERÚ

2016

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y fortaleza para realizar este trabajo.

A mis padres, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo, aún mi padre en su ausencia física.

A la razón de mi lucha diaria; mi hijo adorado Lennon Alberto, gracias por llegar a mi vida y ser el partícipe de mi formación como persona y profesional.

A mi esposo por ser partícipe de mis logros, tropiezos y éxitos.

A Dios primeramente por su infinito amor y misericordia, por darme la capacidad de haber podido culminar con este trabajo.

A mis padres, por el apoyo y la confianza que depositaron en mí, por su ayuda para poder superarme día a día.

A mi esposo e hijos por ser el motor de mi vida y alentarme en cada paso y decisión que tome.

LAS AUTORAS

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por protegernos durante todo nuestro camino y darnos fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda nuestra vida y habernos permitido la realización de este proyecto de investigación.

A nuestros padres, que con su demostración de padres ejemplares, nos han enseñado a no desfallecer ni rendirnos ante nada y siempre preservar a través de sus sabios consejos.

A nuestros esposos e hijos, que durante estos años de carrera han sabido apoyarnos para continuar y nunca renunciar.

A nuestros docentes, gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmiten en el transcurso de nuestra formación como profesional, en especial a la Dra. Carmen Rosas Prado, por habernos guiado en el desarrollo de esta tesis y llegar a la culminación de la misma.

LAS AUTORAS

RESUMEN

La presente tesis, “CAPACITACIÓN EMPRESARIAL PARA DISMINUIR LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES EN EL MERCADO CENTRAL DE FERREÑAFE 2015”, es un tema vigente e importante que cobra interés en estos tiempos en el Perú y en Latinoamérica, pues la informalidad contribuye a la evasión tributaria, siendo esta un ilícito que influye en la recaudación fiscal, perjudicando al Estado, lo cual motivó aplicar técnicas de recojo de datos, como es la técnica de la encuesta, mediante la realización de capacitaciones, elaboradas con preguntas vinculadas a los indicadores de las dos variables (Informalidad y Capacitación), aplicando la encuesta a los comerciantes informales del mercado central de Ferreñafe, quienes con sus respuestas nos indicaron aportes para clarificar las interrogantes.

Respecto a la estructura de la tesis, ésta comprende desde el planteamiento del problema, marco teórico, marco metodológico, análisis e interpretación de los resultados, terminando con las conclusiones finales y recomendaciones; sustentada por una amplia fuente de información de diferentes autores nacionales e internacionales, quienes con sus aportes contribuyeron a esclarecer las dudas que surgieron a lo largo del desarrollo de la tesis, en lo que corresponde a la informalidad y capacitaciones.

Tal como se puede apreciar en la tesis, en los aspectos relacionados al marco metodológico, se hizo uso de material personalizado en cuanto a la información obtenida en el trabajo de campo, así facilitó su procesamiento estadístico, presentación gráfica; así como las interpretaciones y análisis de cada una de las interrogantes, que ayudaron a determinar su alcance; para luego, presentar la discusión, concluyendo que al aplicar los talleres de capacitación empresarial a los comerciantes informales del mercado Central de Ferreñafe, se obtuvieron resultados satisfactorios.

Palabras Claves: Informal dad, Capacitation

ABSTRACT

This thesis, “BUSINESS TRAINING TO REDUCE THE INFORMAL OF TRADERS IN THE FERREÑAFE 2015 CENTRAL MARKET” is a valid and important issue which charges interest at this time in Peru and Latin America, as informality contributes to tax evasion , this being an illegal influencing tax revenues, hurting the state, which motivated apply techniques gather data, such as technical survey, by conducting trainings, prepared with questions related to the indicators of the two variables (Informality and Training), applying the survey informal traders the central market of Ferreñafe, who with their answers were directed contributions to clarify the questions.

Regarding the structure of the thesis, it comprises from the problem statement, theoretical framework, methodological framework, analysis and interpretation of results, ending with the final conclusions and recommendations; supported by a comprehensive source of information from different national and international authors, who with their contributions helped to clarify the doubts that arose during the development of the thesis, which corresponds to informality and training.

As it can be seen in the thesis, in aspects related to methodological framework, made use custom media regarding the information obtained in the field work and facilitated their statistical processing, graphic presentation; as well as the interpretation and analysis of each of the questions, which helped determine its scope; then, present the discussion, concluding that by applying business training workshops for informal market traders Central Ferreñafe, satisfactory results were obtained.

Keywords: Informality Training

THE AUTHORS

INDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT	v
INDICE	vi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I PROBLEMA DE INVESTIGACION	
1. Problema de Investigación	3
1.1. Realidad Problemática.....	3
1.2. Justificación e Importancia de la Investigación	8
1.3. Objetivos de la Investigación	9
1.3.1 Objetivo General	9
1.3.2 Objetivos Específicos	9
1.4. Limitaciones de la Investigación.....	9
CAPITULO II MARCO TEORICO	
2. MARCO TEORICO.....	11
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	11
2.2. La Capacitación	19
2.2.1 Concepto de Capacitación.....	19
2.2.2 Teorías de la Capacitación:.....	21
2.2.3 La Informalidad.....	24
2.3. Formalización de una empresa.....	29
2.3.1 Regímenes y Tributos	32
2.3.2 Régimen Laboral.....	36
2.3.3 Herramientas de Promoción.....	38
CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO	
3. MARCO METODOLOGICO	45
3.1. Tipo y Diseño Metodológico	45
3.1.1. Tipo Metodológico	45
3.1.2. Diseño Metodológico.....	45
3.2. Población y Muestra	46
3.2.1. Población	46
3.2.2. Muestra	47

3.3. Hipótesis	48
3.4. Variables	48
3.5. Operacionalización	49
3.6. Abordaje metodológico, técnicas e instrumentos de recolección de datos.	50
3.6.3. Instrumentos de recolección de datos	50
3.7. Procesamiento de recolección de datos	50
3.8. Análisis Estadístico e Interpretación de los Datos	51
3.9. Principios éticos	51
3.10. Criterio de Rigor científico	51
CAPITULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	53
4.1. Resultados en tablas y gráficos	53
4.2. Discusión de resultados	68
CAPITULO V PROPUESTA DE INVESTIGACION	
5.1. PROPUESTA DE TALLERES.....	72
Taller N° 02: REGIMENES TRIBUTARIO	73
Taller N° 03: REGIMEN LABORAL.....	74
Taller N° 04: INSTRUMENTOS DE PROMOCION DE VENTAS	75
CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
6.1. CONCLUSIONES	77
6.2. RECOMENDACIONES	78
BIBLIOGRAFIA	79
ANEXOS	81
ANEXO N° 01	82

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la presente investigación se realizó en la ciudad de Ferreñafe, a los comerciantes informales del mercado central de Ferreñafe.

Para el desarrollo de la presente investigación se ha dividido en V capítulos que a continuación se detalla

Capítulo I: Se describe la realidad problemática en el ámbito internacional, nacional y local, formulación del problema, justificación e importancia de la investigación, objetivos generales y específicos y las limitantes de la investigación.

Capítulo II: Marco teórico hemos incluido los antecedentes de estudio, desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado y definición conceptual de la terminología empleada.

Capítulo III: Marco metodológico hemos desarrollado el tipo y diseño de la investigación, población y muestra, la hipótesis, las variables y su operacionalización, métodos y técnicas utilizadas, descripción de los instrumentos utilizados y análisis estadísticos e interpretación de los datos.

Capítulo IV: Análisis e interpretación de los resultados contiene el resultado de los datos la interpretación de los mismos, el procesamiento de la información de los gráficos o tablas obtenidas.

Capítulo V: Propuesta de la Investigación constituye el desarrollo de una alternativa de solución al problema investigado

Capítulo VI: conclusiones y recomendaciones: aquí se detalla los objetivos obtenidos de acuerdo al logro de los resultados o en la investigación que hemos podido realizar.

Con el presente trabajo de investigación espero haber contribuido con el objeto de estudio y con la comunidad, esperando que sean benevolentes con sus críticas constructivas y minimizando los posibles errores que pudieran encontrar.

CAPITULO I
PROBLEMA DE INVESTIGACION

1. Problema de Investigación

1.1. Realidad Problemática

1.1.1 A Nivel Internacional

Mago, (2013), en su conferencia denominada “Innovation in Engineering, Technology and Education for Competitiveness and Prosperity”, realizada en Cancún México, Agosto 2013, indico que la Informalidad es un tema que ha ganado vigencia en los últimos 30 años, sin embargo la segmentación en su tasación como buena o mala, la variedad de actividades y actores que involucra, y su creciente interacción con el mercado formal, han dificultado llegar a un consenso sobre su definición y su tamaño. La informalidad ocupa más de la mitad de la Población Económicamente Activa mundial, sin embargo su medida como del Producto Interno Bruto es menor, lo que nos arroja como índice su baja productividad. El crecimiento de este sector se da mucho más en los países en vías de desarrollo, las personas realizan estas actividades por supervivencia, bajos recursos económicos y bajo nivel educativo. Ante esta problemática el estado deberá emprender múltiples acciones que atiendan a mejorar las condiciones para la inversión, abrir el acceso a mercados, incrementar la productividad de los trabajadores, mejorar la infraestructura y reducir el intervencionismo estatal, entre otras.

Cabrera, (2010), en una de sus publicaciones, en la revista Colabores del IRG, en su artículo denominado « El comercio informal, una afrenta a los poderes establecidos» Nos dice que en las calles de las grande ciudades de latinoamericanas, (no necesariamente siempre tiene que ser en los mercados, ya que en algunas oportunidades en las calles y hasta en el centro de las ciudades observamos dicha problemática), día a día se observa un gran número de personas dedicadas al comercio ambulatorio, cada día los comerciantes informales aumentan, y

nos hemos acostumbrado tanto a ello, que ya no causa asombro verlos por las vías públicas expendiendo sus productos. El comercio ambulante ha aumentado considerablemente y con ello afecta directamente al gobierno, pero es el mismo gobierno quien no busca alternativas para erradicar con esta problemática porque no existen estudios concretos y serios que expliquen y/o con ello puedan ofrecer alternativas de erradicación informal. Son muchos los factores que provocan el comercio informal y por ende la preocupación de los gobernantes latinoamericanos.

López Camargo, (2012), en su artículo “El Comercio Informal en Colombia: Causas y Consecuencias”, publicado en la Revista In Vestigium Ire, dice que el comercio informal en las capitales de Colombia, en especial de Tunga afronta un gran problema socio-económico, debido a la invasión de las vías públicas por los comerciantes informales y sumado a ello las autoridades locales no toman en cuenta dicha problemática, es más lo toman como algo normal. Son muchos los factores que influyen al comercio informal, pero el principal es el alto índice de desempleo, generado por el cierre de pequeñas y medianas empresas por implementación de políticas como la apertura económica sin límites, ha generado que los desempleados salgan a las calles a crear fuentes de ingresos informales. La falta de alternativas para trabajar en el sector formal da lugar a negocios informales, que son la única opción que muchos encuentran para obtener un ingreso.

1.1.2 A Nivel Nacional

Arque, (2005), señala que para los países en vías de desarrollo o desarrollados, la informalidad no era una problemática, por el contrario se considera como una alternativa para producir riquezas y crear empleo (producir dinero), sobre todo para la población más pobre y con bajas posibilidades de integrarse a un sector formal de la economía.

Actualmente uno de los problemas que atraviesa nuestra economía peruana es la práctica del comercio ambulatorio, a diario salen miles de peruanos a las calles en busca de llevar un sustenta a su familia.

La informalidad que existe en las microempresas del Perú se basa en los problemas estructurales no resueltos y en el mal funcionamiento de las instituciones, debido a la marginación y el centralismo. La trascendencia de ser una actividad aislada e involuntaria para convertirse en fuente de vida estable para un gran número de personas que ven en ella una forma práctica y directa de satisfacer sus necesidades inmediatas.

Peñaranda, (2015), El Director de Economía de la Cámara de Comercio de Lima, en la Radio RPP, en Enero del 2015, manifestó que por tantas dificultades, el Perú es el sexto país más informal del planeta. El 61% de nuestro PBI se genera en la economía informal y el 90% de las empresas es informal, que los trabajadores se encuentran ocupados en empleos informales; que generalmente son de mala calidad. Es decir empleos que se ejercen en condiciones precarias, sin protecciones ni derechos y con bajos salarios y sin ningún tipo de estabilidad. Asimismo impide que la productividad del país aumente y por ende también el crecimiento.

Cuellar, (s.f.), en su monografía titulada “Factores que influyen en el comercio informal dentro de un desarrollo desigual – Perú”. Señala que la informalidad es un fenómeno complejo que conduce a un equilibrio social no óptimo en el que los actores sociales participantes (trabajadores, empresas y microempresas), quedan desprotegidos en términos de salud y empleo, siendo los más afectados los trabajadores, empresas y microempresas en lo que respecta a salud y empleo. Ya que si permanecemos en la informalidad no tenemos ningún beneficio, al contrario estamos en desventaja, por ejemplo si un trabajador trabaja para una “empresa” informal, dicha “empresa” no aporta a SALUD, para la empresa si quisiera acceder a algún préstamo

financiero, no tiene ningún documento que lo avale que tiene una empresa, y así una serie de desventajas que conducen al desequilibrio social.

Peña, (2015) El Presidente de la Sociedad Nacional de Industrias (SIN)-Filial Lambayeque, Manuel García Peña, en una de las publicaciones del diario digital, Chiclayo en Línea, señalo que en “Lambayeque hay aproximadamente 4700 empresas de manufactura y el 99% son microempresas informales; el resto son empresas pequeñas y grandes que si son formales”, lo que genera un grave problema social de contaminación a nuestro departamento, pero ante este mal los gobiernos locales no colaboran para erradicar dicha problemática y con ello se suma el caos que genera la informalidad en las ciudades del departamento. Un gran porcentaje de lambayecanos se dedica a actividades informales, debido a que no tienen oportunidades de trabajo necesarias para poder desempeñarse y se auto gestionan un empleo para poder sobrevivir.

Cardozo, (2014), en su monografía denominada Comercio Informal en la ciudad de Chiclayo, nos indica que en Chiclayo se ha convertido en una de las principales regiones con mayor sostenibilidad económica en el país; pero esto no solo ha traído repercusiones positivas en la ciudad, sino que las repercusiones negativas son las que más han aumentado; un claro ejemplo de esto es el incremento de comerciantes informales en los últimos 4 años; los cuales han visto aquí una imperdible oportunidad para ejercer esta actividad, obteniendo saldos gratificantes; pero a la vez perjudicando el desarrollo y crecimiento de la ciudad. A pesar de las medidas tomadas no se ha podido lograr el mejoramiento de la imagen, la transividad y descongestionar dicho mercado. José Leonardo Ortiz, es uno de los distritos de la provincia de Chiclayo, en el cuál el comercio tiene una gran importancia; en él se encuentra el mercado mayorista de Moshoqueque, al mismo que llegan agricultores y comerciantes de los distritos lambayecanos como de los departamentos

vecinos como Cajamarca y Amazonas. Una gran cantidad de establecimientos dedicados a la actividad comercial a nivel de comercio especializado, los que se encuentran en la parte central del Distrito así como alrededores del mercado Moshoqueque , tales como tiendas de abarrotes, verduras , repuestos y auto partes, tiendas de muebles, ferreterías, farmacias y otros; que a su vez generan comercio complementario como restaurantes, tiendas de abarrotes en general, hoteles u hostales, promoviendo de ese modo actividades de comercio intensivo, en especial en ese sector.

1.1.3 A nivel Local

En el mercado central de la ciudad de Ferreñafe, del departamento de Lambayeque, existe un gran índice de informalidad ya que alberga cientos de comerciantes informales migrantes de otros lugares como son de los caseríos del distrito de Mesones Muro, Pitipo, Inkawasi y Cañaris , en especial los fines de semana, feriados y días que hacen uso del espacio público deliberadamente sin ningún tipo de control y permiso legal para el desarrollo de sus actividades como: venta de discos piratas, calzado, ropa, alimentos de primera necesidad, entre otros, con el único objetivo de llevar un sustento económico a sus hogares y donde los más perjudicados son aquellos que trabajan dentro del margen legal.

La informalidad comercial es realmente preocupante en este sector, a pesar que en diversas ocasiones se han realizado esfuerzos por reorganizar al personal en dicho establecimiento de abastos.

Estas personas que trabajan de manera ilegal lo hacen tal vez por la falta de oportunidades laborales, es por ello que salen a las calles, por no pagar ningún tipo de impuestos y porque piensan que legalizarse es un proceso que demanda de tiempo,

dinero y muchos papeleos y también porque opinan que el estado no brinda el apoyo necesario.

Algunas de las personas informales ofrecen algunos productos a menor precio y no se formalizan debido a que no desean pagar impuestos al municipio, ni a Aduanas y SUNAT, ya que no quieren disminuir sus ingresos.

Asimismo esta población informal no cuenta con acceso a créditos financieros, por lo que recurren al mercado informal, obteniendo créditos a altas tasas elevadas.

Formulación del Problema:

Es así que nos formulamos el siguiente problema:

¿De qué manera la aplicación de una capacitación empresarial contribuye en la formalización de los Comerciantes informales en el mercado central de Ferreñafe, 2015?

1.2. Justificación e Importancia de la Investigación

1.2.1 Justificación Teórica

La investigación cuenta con una justificación teórica, porque aportará conocimientos básicos teóricos y de procedimientos sencillos sobre la formalización empresarial a todos los comerciantes del Mercado Central de Ferreñafe.

1.2.2 Justificación Metodológica

La investigación aportará a la metodología existe lineamientos metodológicos en el proceso de constitución y formalización de empresas, con base a las normas contables y tributarias.

1.2.3 Justificación Práctica

Asimismo consideramos útil investigar el problema formulado para entender mejor la practicidad de las técnicas mencionadas en el

estudio y la posibilidad de ser adecuadas conforme las diversas necesidades que las microempresas afrontan en el mercado nacional.

Consideramos que el aporte fundamental que se espera alcanzar con este estudio, radica en el hecho de hacer comprender como una gestión profesional de los negocios es una garantía de éxito.

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Aplicar talleres de capacitación empresarial para disminuir la informalidad de comerciantes del Mercado central de Ferreñafe, 2015.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Diagnosticar la situación actual de los comerciantes informales existentes en el Mercado Central.
2. Diseñar los talleres de Capacitación Empresarial sobre los temas de: Formalización de Empresas, Régimen Tributario, Régimen Laboral e Instrumentos de Promoción de Ventas
3. Aplicar la capacitación a través de los talleres empresariales, arriba indicados.
4. Comprobar los beneficios de la aplicación de los talleres empresariales en los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe.

1.4. Limitaciones de la Investigación

En el desarrollo de la investigación no se ha tenido ninguna limitación, por el contrario se ha tenido el apoyo de los comerciantes informales y de la basta información de la biblioteca de la Universidad.

CAPITULO II
MARCO TEORICO

2. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de la Investigación.

Rivera Hernández & Silvera, (2012) en su tesis denominada “Formalización tributaria de los comerciantes informales en la zona central Del Cantón Milagro - Ecuador. Concluyen: (1) La falta de capacitación y formación en los comerciantes informales genera un alto desconocimiento de las obligaciones tributarias, fomentando así la irregularidad del control contable que se pierde en los esquemas fiscales del Servicio de Rentas Internas. (2) El sector financiero nacional no considera sujeto de crédito a los comerciantes informales ya que no tienen ningún sustento de que su negocio tenga estabilidad financiera. (3) La falta de una educación tributaria crea actitudes de incumplimiento en las normas fiscales, debido al poco interés por prepararse a miras de llevar un proceso de desarrollo y actualización mercantil del control tributario. (4) La informalidad de los comerciantes ubicados en la avenida García Moreno genera alta preocupación al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Milagro, más por la reubicación que genera el control vial del casco comercial, que los tributos que deben pagar para el Servicio de Rentas Internas” (p.89).

COMENTARIO

La presente tesis nos indica que; la ausencia de conocimientos básicos sobre obligaciones tributarias, provoca una serie de anomalías dentro del servicio de rentas. Una de las desventajas más importantes que se tiene al no formalizar, como es la evasión de tributos y con ello una irregularidad del control contable. Así mismo, si un comerciante informal en algún momento solicita un préstamo a una entidad financiera, está no podrá servirle, puesto que en toda entidad el ser formal, es una de las condiciones o requisitos exigidos a las personas para obtener un crédito, pues con ello demuestran sus ingresos percibidos y el respeto de los compromisos asumidos, ya que la falta de educación tributaria establece conductas de infracción en las normas fiscales. La informalidad de los comerciantes de dicho mercado, así como atenta contra una correcta

toma de decisiones políticas y económicas, ya que limita la planificación y proyección de las variables económicas del país en general, también provoca caos con respecto al control vial, puesto que se apoderan de las pistas con puestos improvisados, para realizar las ventas de sus productos y con ello hasta el cierre de algunas avenidas y el congestionamiento vehicular.

Aguilar Santos, Martínez Avilés, & Ortiz Jaco, (2010) en su tesis denominada “Guía descriptiva de los trámites legales y formales que debe cumplir las empresas nacionales para iniciar sus operaciones en el Salvador. Concluyen: (1) Gran cantidad de buenas ideas empresariales se echan a perder no por la falta de dinero, sino por la carencia de conocimientos acerca de los trámites legales y formales que todo empresario debe realizar. (2) Actualmente una empresa que trabaje de forma ilegal no puede acceder a negocios con grandes clientes, empresas o profesionales, y por lo tanto el desarrollo de ellas se vuelve complicado y altamente costoso; además de las posibles sanciones que esto puede ocasionar. (3) En bases a las opiniones de los empresarios se pudo constatar que la mayoría consideran necesario contar con una “Guía descriptiva de los trámites legales u formales que deben cumplir las empresas nacionales para iniciar sus operaciones en el Salvador” que les ofrezca lineamientos específicos para el inicio de un negocio y de esta manera realizar completamente todos los trámites necesarios y evitarse inconvenientes” (p.293).

COMENTARIO

En dicha tesis, podemos decir que muchas veces las ideas de negocio fracasan debido a la falta de información tributaria y con ella conllevan a la evasión tributaria que no solo significa una pérdida de ingresos fiscales con su efecto consiguiente en la prestación de servicios, sino que implica una distorsión del sistema tributario, haciendo que el contribuyente evasor obtenga “ventajas significativas” frente al contribuyente cumplidor. Los comerciantes informales consideran que la evasión tributaria y la

informalidad, son delitos que se toleran y se han institucionalizado en el país y que lo único que queda es aceptar y convivir con ellas. El único camino para combatir esta problemática es mediante la cultura tributaria, la obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente para lograr los objetivos de la recaudación fiscal depende de la percepción de riesgo de los contribuyentes y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria.

Arana & Patazca, (2014). En su tesis denominada: “Plan de formalización de negocios para disminuir la informalidad del comercio ambulatorio en la ciudad de Chiclayo”. Concluyen: (1) La informalidad del comercio ambulatorio de la ciudad de Chiclayo, se da por muchas causas, entre ellas tenemos la inmigración del pueblo a la ciudad, así como también de los pobladores de la sierra (Jaén, Bagua, Chota, etc.), el desempleo, la poca formación académica, debido a la falta de recursos económicos y por ende la falta de información que permitan la formalización de sus negocios. (2) Existe un clima de desorden provocado por los propios comerciantes al ofrecer sus diversos productos al público en general, no solo ocasionando el desorden sino también la inseguridad y el deterioro del ornato público. (3) Los comerciantes no han recibido nunca una orientación acerca de cómo y para que formalizar y el gran aporte que generaría a nuestra ciudad.

COMENTARIO

La presente tesis tiene relación con la nuestra, la informalidad se genera debido a diversas causas y una de ellas es la inmigración del pueblo a la ciudad, como se sabe la gente de los pueblos llega a la ciudad por mejoras económicas debido a la carencia o escasez de fuentes de empleo en su pueblo, falta de educación académica, información y orientación, acerca de cómo y para que formalizar sus negocios. Los comerciantes informales al ofrecer sus productos en distintas partes, posicionándose en lugares no adecuados para la venta (invadiendo pistas y veredas), provocan un total desorden del mercado y de la ciudad en

general. Así mismo dicho grupo de comerciantes informales, nunca han recibido orientación o capacitaciones de cómo y para qué es necesario formalizar un negocio, el parte de ello la culpa la tiene el gobierno ya que como un plan para erradicar dicha problemática debe poner en marcha capacitaciones constantes en los mercados e indicarles que pertenecer al sector informal supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, pero también implica no contar con la protección y los servicios que el estado puede ofrecer.

Lizana Bruno, & Niquén Rodas, (2014), en su tesis denominada: “Implicancias tributarias de la informalidad de los comerciantes del mercado Moshoqueque, para mejorar la recaudación, en el distrito de José Leonardo Ortiz. Chiclayo. Concluyen: (1) Caminar por las calles del mercado es una frustración, poco a poco las vías destinadas al paso vehicular han sido ocupadas por el comercio informal. Los grifos y la basura, reemplazaron al eco de las pisadas y el ruido de los motores, sus vías de escape, señalizaciones, conexiones clandestinas de electricidad y tránsito vehicular congestionado, se han convertido en una bomba de tiempo. Los desechos orgánicos e inorgánicos que diariamente arrojan a la vía pública es otra de las graves consecuencias del comercio informal. (2) Los comerciantes del Mercado Moshoqueque, tienen un espíritu luchador, es decir que identifican oportunidades comerciales y se organizan llevando todas sus experiencias a una vida de práctica. El obstáculo que existe en ellos para no ser emprendedores es debido a que ellos se adaptan a éste sistema y no tratan de buscar otras alternativas de ventas para llamar más gente a sus negocios, es decir no son innovadores”.

COMENTARIO

La tesis de la referencia, nos informan sobre todo el caos que provoca el comercio informal en un mercado, así como se hace referencia a dicha problemática en la tesis anterior, existen una serie de acontecimientos que generan un desorden total del mercado al que concurren a realizar

sus ventas diarias, sin importarles el peligro que ello genera, pues se puede observar que arrojan basura por donde quieren, generan caos vehicular, robos por la aglomeración de gente, entre otros. Los comerciantes, aun teniendo las ganas y fuerzas para seguir con el negocio, el estar dentro de la informalidad genera en ellos varios obstáculos que les impiden muchas veces el éxito del mismo. No obstante debemos tener en cuenta que el estado también debe poner cartas sobre el asunto a esta problemática, parece que a las autoridades no les preocupa el solucionar el problema y casos como el citado se vienen replicando en distintos mercados del país, así se puede entender que la informalidad y el desorden muchas veces es generado por las mismas autoridades, pues existe gran despreocupación por parte del mismo por solucionar un problema álgido y que genera caos, informalidad y desorden.

Mestanza Burga & Obando de la Cruz, (2014), en su tesis denominada: “Aplicación de estrategias de educación tributaria para disminuir la informalidad en las microempresas del mercado de Moshoqueque. Chiclayo. (1) Una de las principales causas que desmotivan al empresario a ser formal, es la desconfianza que tienen hacia el gobierno, porque desconocen el fin de los recursos recaudados y que el proceso de formalización tiene trabas burocráticas y elevados costos administrativos, ahora esto para nuestro grupo de concientización ya no pasa, pues saben que así como el estado les tienen que responder, tiene que ser ellos quienes primero que concreten su formalización y hacer que el estado cumpla con su obligación dar correcto y transparente uso de los fondos. (2) Viendo el entorno de los microempresarios, el estado no tiene estrategias definidas, claras y precisas para poder aplicar en este ámbito empresarial y si las tienen no llegan a sensibilizar al microempresario, adaptando estrategias que no están a acorde con su realidad. (3) Es desventajoso formar grupos de concientización tributario, por el hecho de que los microempresarios no cuentan con tiempo disponible, porque

dedican mayor tiempo a sus labores comerciales, sin embargo nosotros pudimos adecuarnos a su realidad”.

COMENTARIO

La presente tesis, nos indica que el principal causante del comercio informal, es el gobierno, pues este no brinda la transparencia e interés necesario, y si la brinda, no llegan a directamente al objetivo e interés específico del empresario. Hoy en día en el Perú existe una gran desconfianza del pueblo hacia el gobierno, si bien es cierto el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes es un elemento fundamental para la recaudación de impuestos y depende principalmente de la conciencia tributaria y del grado de aceptación del sistema tributario, pero existe una tendencia al desequilibrio fiscal (los gastos del estado han sido mayores que sus ingresos) y dichos “gastos” muchas veces no son expuestos hacia la población con total transparencia, así con ello se genera la despreocupación por parte de la misma para cumplir con las obligaciones tributarias. Así como las obligaciones tributarias es un deber de la población como agentes activos del proceso, la población tiene derechos y el estado es el responsable de generar dicha confianza en cada uno de sus habitantes, aquella confianza basada en resultados reales y transparente a lo que respecta los impuestos internos y externos que recaudan la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) y la Superintendencia Nacional de Aduana (ADUANAS) y con ello el gobierno emplee dicho dinero en una mejor educación con escuelas bien equipadas, buenas carreteras, servicios de salud adecuados, administración de justicia eficiente, mayor seguridad interna y externa, entre muchas cosas que nos falta mejorar en nuestro país.

Castillo Layza & Rodríguez Salirrosas, (2015), en su tesis denominada: “Factores económicos y culturales asociados a la evasión tributaria en los comerciantes del mercado santo dominguito de la ciudad de Trujillo. Concluyen: (1) Los factores económicos que se influyen en la evasión

tributaria son el deseo de generar mayores ingresos, puesto que no pagan impuesto porque no quieren reducir sus ingresos obtenidos; por otra parte el bajo nivel de fiscalización a los comerciantes por parte de la SUNAT, ya que estos nunca han recibido ninguna visita, ni charlas sobre que impuestos deben tributar, y por último también consideran que la imposición tributaria es elevada. (2) La falta de una adecuada difusión por parte del Estado respecto a los tributos y el objeto de los mismos, trae consigo la ausencia de una cultura y conciencia tributaria, lo que origina que los contribuyentes se encuentren más propensos a caer en la evasión y elusión tributaria”.

COMENTARIO

La presente tesis nos indica que, el estado (SUNAT) es el principal factor que influye en la evasión tributaria (comercio informal), pues dichos comerciantes nunca reciben la fiscalización adecuada, peor aún una charla o capacitación sobre que impuestos deben tributar y con ello la importancia y ventajas que se tienen al formalizar un negocio. Los comerciantes informales tienen un pensamiento errado debido a la falta de orientación tributaria, pues estos piensan que al evadir impuestos obtienen más ganancias, sin tomar en cuenta todas las desventajas que en ellos genera la informalidad. Los programas de capacitación es un objetivo clave que debe tener en cuenta el gobierno para el crecimiento económico del País, ya que el estado es el promotor principal de la informalidad y es por ello que de este depende erradicar con esta problemática.

Pachamango Rubio, (2014) en su tesis denominada “Beneficios en los trabajadores de las MYPES del sector calzado en el distrito el Porvenir” (Rubio, 2014) Concluye: (1) Las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector calzado en el Distrito El Porvenir se encuentran formalizadas en un 39.2% y las MYPES informales representan el 61.80% por parte de los empleadores en el año 2014. (2) Del 39.2% de las micro y pequeñas empresas formales, solo el 17% de estas cumplen con otorgar los

beneficios dispuestos en la ley laboral N° 30056 a favor de sus trabajadores” (p.97).

COMENTARIO

La presente tesis, no da a conocer el porcentaje aproximado que tienen las MYPES de un sector específico. Como se sabe la MYPES (micro y pequeñas empresas) en el Perú con componente muy importante del motor de nuestra economía, pues estas aportan un gran porcentaje al Producto Bruto Interno (PBI), no obstante el desarrollo de dichas empresas se encuentran limitadas en su desarrollo y formalización por la legislación tributaria actual, que no les brinda otra alternativa que acogerse al Régimen único simplificado (RUS) y el Régimen Especial del Impuesto a la Renta, los cuales les impiden emitir facturas y guías de remisión y por ello no pueden comercializar con empresas medianas y grandes que tributan de acuerdo al régimen general. De tal manera, es necesario un sistema tributario estable que permita superar problemas de formalidad y que motiven el crecimiento sostenido de las mismas.

Toledo, (2011) en el Congreso Nacional MYPES 2011, mencionan: Que los informales carecen de acceso al mercado de capitales. Esto hace recurrir al mercado informal donde obtienen crédito con tasas de intereses superiores a 20% mensual y solo por seis meses. Tampoco tienen acceso a mercado de seguros. Esto imita severamente sus posibilidades de producción, por cuanto no está en capacidad de distribuir riesgos entre otros miembros de la sociedad (2011). No obstante; como se puede apreciar estos factores de formalidad en las MIPYME, así como el incentivo que brinda la normatividad legal lo están impulsando a formalizarse.

COMENTARIO

Del presente congreso, podemos decir que para resolver el grave problema de la informalidad laboral, el gobierno debe apoyar

masivamente a sus MYPES y trabajadores independientes que es donde radica la informalidad, brindando capacitación, transfiriendo tecnologías, otorgando créditos, promoviendo el emprendimiento, entre otros. La gran empresa debe apoyar a la micro y pequeña empresa, para así mejorar su competitividad formando cadenas productivas, así mismo cumplir con las leyes establecidas por el gobierno. El fin de dicho congreso es apoyar el crecimiento las MYPES, puesto que el desarrollo de las mismas es un mecanismo automático de generación de nuevos puestos de trabajo y por consecuente el desarrollo masivo del país.

2.2. La Capacitación

2.2.1 Concepto de Capacitación

Prof. Edgardo Frigo, consultor especialista en management de Seguridad, experto en capacitación y director de este Foro Profesional. **Frigo, (s.f.)**

Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

Concretamente, la capacitación busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo, en función a las necesidades de la empresa en un proceso estructurado, con metas bien definidas.

Objetivos y funciones de la capacitación

María Martínez Carillo, Taller de capacitación, Diciembre 2009 El objetivo general de la capacitación es lograr la adaptación de personal para el ejercicio de determinada función o ejecución de una tarea específica, en una organización. **Carrilo, (2009)**

Entre los objetivos principales de la Capacitación se encuentran los siguientes:

Incrementar la productividad

Promover un ambiente de mayor seguridad en el empleo

Facilitar la supervisión del personal.

Proporcionar a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para el eficiente desempeño del trabajador.

La función de la capacitación se inserta como parte integrante del acontecer cotidiano de las empresas y para cumplir con sus objetivos toma información del medio ambiente y del mismo centro de trabajo.

Si bien es cierto que la capacitación no es el único camino por medio del cual se garantiza el correcto cumplimiento de tareas y actividades, si se manifiesta como un instrumento que enseña, desarrolla sistemáticamente y coloca en circunstancias de competencia a cualquier persona.

Bajo este marco, la función de la capacitación es:

Promover el desarrollo integral del personal, y como consecuencia el desarrollo de la organización.

Propiciar y fortalecer el conocimiento técnico necesario para el mejor desempeño de las actividades laborales.

Perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo.

Los campos de aplicación son muchos, pero en general entran en una de las cuatro áreas siguientes:

Inducción.- Información que se brinda a los empleados recién ingresados, Generalmente lo hacen los supervisores del ingresante.

Entrenamiento.- Se aplica al personal operativo, se da en el mismo puesto de trabajo y se da cuando se hace necesario elevar el nivel general de conocimientos del personal operativo.

Formación básica.- Se desarrolla en organizaciones de cierta envergadura, con un conocimiento general de toda la organización. Procura personal especialmente preparado.

Son varias las teorías que históricamente han influido sobre los diversos enfoques de la Desarrollo de jefes.- Suele ser lo más difícil, porque se trata de desarrollar más bien actitudes que conocimientos y habilidades concretas

En cualquiera de los casos, debe planificarse adecuadamente tanto la secuencia como el contenido de las actividades, de modo de obtener un máximo alineamiento.

2.2.2 Teorías de la Capacitación:

Capacitación, cada una de ellas dirigida a relevar diferentes niveles o áreas de la organización. Se han hecho explícitos sus propósitos y objetivos centrales, y puede decirse que han gozado, en su momento, de un éxito relativo. Sin embargo, el desarrollo tecnológico y organizacional va dejando atrás la vigencia de esas teorías, por lo que también puede decirse que cada teoría nueva es, en cierto modo, una adaptación de la anterior, intentando así “acomodarse” a las nuevas circunstancias y exigencias.

Teorías que han Influido en las corrientes de la Capacitación:

Teoría Neoclásica.- El propósito del entrenamiento es lograr la eficiencia.

Teoría Conductista.- El propósito del entrenamiento es proporcionar a directivos, gerentes y supervisores las técnicas

necesarias para dirigir y motivar a los subordinados, a fin de que éstos satisfagan sus necesidades y expectativas

Teoría Sistemática.- Hacer que los miembros de la organización interioricen sus obligaciones y cumplan voluntariamente sus compromisos.

Teoría Clásica.- Incrementar los resultados de la organización a través de la planeación.

Teoría Humanista.- Generar aprendizajes y formas de comportamiento en el individuo para organizar sus esfuerzos e integrarlo en grupos de trabajo.

Teoría Estructuralista.- Seleccionar los problemas que obstaculizan el desarrollo de los subsistemas de la organización que impiden lograr los objetivos.

La necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente.

Estas diferencias suelen ser descubiertas al hacer evaluaciones de desempeño, o descripciones de perfil de puesto. Dados los cambios continuos en la actividad de las organizaciones, prácticamente ya no existen puestos de trabajo estáticos. Cada persona debe estar preparada para ocupar las funciones que requiera la empresa.

El cambio influye sobre lo que cada persona debe saber, y también sobre la forma de llevar a cabo las tareas. Una de las principales responsabilidades de la supervisión es adelantarse a los cambios previendo demandas futuras de capacitación, y hacerlo según las aptitudes y el potencial de cada persona.

Modelos de capacitación

Una teoría o modelo, constituye un sistema de conocimientos fidedignos sintetizados que ofrece una representación integra de las regularidades y concatenaciones esenciales de la realidad y que describe, explica y predice el funcionamiento de un conjunto determinado de sus componentes, siendo tanto una abstracción y un reflejo que produce la realidad.

Los factores que permiten establecer regularidades en los modelos para la capacitación en la empresa, se relaciona a:

Motivación al sujeto; Cualquier sistema cuyo objeto sea el ser humano, debe tener como premisa incentivar a éste a participar, pues de lo contrario el fracaso está asegurado.

Universalidad; el desarrollo de un modelo presupone su generalidad, aspecto que no siempre es posible alcanzar en toda su dimensión debido a la complejidad de los procesos o fenómenos que describe.

Abarca a todos los miembros de la empresa.

Proporciona los conocimientos que contribuya a mejorar el desempeño.

Amplitud de visión, es común que los programas de capacitación, vistos en términos tradicionales, se dirijan sólo hacia aquellos aspectos específicos que tienen que ver con la actividad directa del sujeto y el perfil empresarial.

Promover el dominio de las tecnologías de avanzada, la innovación tecnológica es una característica del entorno actual.

Promover la comunicación, uno de los riesgos que enfrenta la empresa contemporánea es la incomunicación.

Alcanzar los objetivos antes señalados a un coto razonable.

Capacitación Empresarial

Proceso educativo a corto plazo que utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado, mediante el cual el personal adquiere los conocimientos y habilidades técnicas necesarias para acrecentar la eficacia en el logro de las metas organizacionales. Es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo de individuos en el desempeño de una actividad.

Comprenden áreas como:

Finanzas

Administración Recursos Humanos

Mercadotecnia

Negocios

Ingeniería

Calidad

Diseño

Derecho

Comunicación

2.2.3 La Informalidad

El sector informal está constituido por el conjunto de empresas, trabajadores y actividades que operan fuera de los marcos legales y normativos que rigen la actividad económica. Por lo tanto, pertenecer al sector informal supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, pero también implica no contar con la protección y los servicios que el estado puede ofrecer. De Soto, H. (1989).

Causas de la Informalidad

La informalidad surge cuando los costos se circunscriben al marco legal y normativo de un país son superiores a los beneficios que ello conlleva. Loayza, (1996).

La formalidad involucra costos tanto en términos de ingresar a este sector largos, complejos y costosos procesos de inscripción y registro, como en términos de permanecer dentro del mismo, pago de impuestos, cumplir las normas referidas a beneficios laborales y remuneraciones, manejo ambiental, salud, entre otros.

Los beneficios de la formalidad son la protección policial frente al crimen y el abuso, el respaldo del sistema judicial para la resolución de conflictos y el cumplimiento de contratos, el acceso a instituciones financieras formales para obtener crédito y diversificar riesgos y, más ampliamente, la posibilidad de expandirse a mercados tanto locales como internacionales. Cuando menos en principio, la pertenencia al sector formal también elimina la posibilidad de tener que pagar sobornos y evita el pago de las multas y tarifas a las cuales están expuestas las empresas que operan en la informalidad.

Por ello, este sector predomina cuando el marco legal y normativo es opresivo, cuando los servicios ofrecidos por el gobierno no son de gran calidad, y cuando la presencia y control del estado son débiles.

Estos aspectos relativos a los costos y beneficios de la formalidad se ven afectados por las características estructurales del subdesarrollo, especialmente en lo que se refiere al nivel educativo, la estructura productiva y las tendencias demográficas.

Un mayor nivel de educación reduce la informalidad al incrementar la productividad del trabajo, con lo cual las normas laborales se hacen más flexibles y se amplían los beneficios de la formalidad. Por otro lado, una estructura productiva que en lugar de orientarse hacia procesos industriales más complejos está orientada hacia los

sectores primarios –como la agricultura, por ejemplo– induce a la informalidad pues la protección legal y el cumplimiento de contratos se tornan menos relevantes y menos valiosos.

Finalmente, es probable que una estructura poblacional con un elevado peso de población joven y población rural contribuya a incrementar la informalidad, pues ello encarece y dificulta tanto los sistemas de monitoreo como la educación y construcción de capacidades a la vez que complica la expansión de servicios públicos formales.

La informalidad ampliamente generalizada en Latinoamérica, muestra niveles grandes. Refleja una ineficiente asignación de recursos (sobre todo de mano de obra) y utilización de los servicios de un estado.

La informalidad es producto de la combinación de malos servicios públicos y un marco normativo que agobia a las empresas formales y se vuelve peligrosa cuando, la educación y desarrollo de capacidades son deficientes, los métodos de producción primarios y cuando existen fuertes presiones demográficas.

Desventajas de la Informalidad

La informalidad tiene un costo mayor, lo que perjudicaría a los sectores de bajos ingresos al impedirles tener acceso a un crédito que les permita un mayor progreso económico, y a los microempresarios al obstaculizar el incremento de sus capitales.

El comercio informal que ocasiona un bajo desempeño competitivo para lograr insertarse a la cadena del comercio internacional.

Limitaciones

Escasa experiencia en el manejo de negocios.

Desconocimiento del respectivo trámite para lograr la formalización.

Demora en el trámite para agilizar la formalización.

Reducida visión empresarial, escaso nivel competitivo.

Temor a la inversión para lograr la innovación.

Empresa y Sector Informal

Hernando, S. (1986), Según este autor, lo que origina y caracteriza al sector informal de la economía es el exceso y la inadecuación del aparato normativo e institucional del Estado respecto de la organización empresarial de la actividad economía. En este sentido, “informalidad” significa operar fuera de las normas y la institucional estatal vigente, hecho central en la existencia del sector.

De acuerdo a este enfoque, las unidades de actividad económica del sector informal deberían ser consideradas como empresas, cualquiera fuese su tamaño, organización, recursos y/o actividades.

Por tanto, sus agentes, organizadores y dirigentes deben considerarse como empresarios; sin importar sus características, recursos, formas de actuación y/o objetivos.

Mercados Informales

Para De SOTO, una segunda modalidad de comercio informal es la que se desarrolla desde mercados construidos informalmente por o para ambulantes que desean abandonar las calles.

En lo fundamental los ambulantes tratan de dejar la vía pública porque éste les impone una serie de limitaciones. En la calle, los derechos especiales de dominio a pesar de todo no ofrecen seguridad suficiente para estimular una inversión a largo plazo que mejore la función minorista de los ambulantes porque en esos lugares no es posible suscitar expectativas racionales de propiedad.

Así mismo, los ambulantes tienen una productividad muy baja, debido a que la diversificación de bienes y servicios ofrecidos por cada uno es extremadamente reducida.

Los ambulantes están limitados pues por todos los inconvenientes que se desprenden de su carácter informal. Rara vez dan crédito y no brindan reparaciones ni garantías. Tampoco tienen instalaciones especiales para probar los productos ni están en condiciones de proporcionar una información especializada a sus clientes. Todo esto los excluye de comerciar productos sofisticados en los cuales los servicios conexos sean importantes para el cliente. Además enfrentan problemas derivados de la falta de almacenes acondicionados y sistemas de seguridad.

Todas estas limitaciones hacen que los ambulantes tengan un estímulo muy fuerte para salir de las calles y reemplazar la carretilla por el mercado en busca de derechos de propiedad más seguros que los especiales de dominio.

El comercio informal es una de las actividades notables de la economía informal en el Perú. Se lleva a cabo fundamentalmente a través del comercio callejero, los llamados vendedores ambulantes que existen en todas las ciudades de América Latina.

Mucha gente de origen humilde, probablemente migrante del campo a la ciudad que dada la situación en la que se encuentran, tienen que dedicarse a comercializar para así generar una actividad empresarial que les permita ganar una subsistencia mínima.

La importancia social de los ambulantes emana de su reivindicación de la empresa privada para los sectores menos favorecidos de la sociedad.

En ese sentido, el comercio informal es aquel que no se rige por las normativas y leyes relativas a las transacciones de bienes y/o servicios en la sociedad.

Comercio Ambulatorio

Se llama comercio ambulatorio a la actividad comercial que se desarrolla en las calles, ya sea de forma cambiante o en un lugar fijo ocupado durante determinadas horas del día.

El término comercio ambulatorio evoca dos actividades definidas la del comerciante que deambula por la ciudad ofreciendo productos o servicios sin un lugar fijo donde establecerse y la del comerciante que expende mercadería o presta servicios desde un puesto en la vía pública.

El comercio ambulatorio existe debido a una demanda de la población de bajos ingresos que promueve esta forma de abastecimiento, así como también de la demanda por trabajo de población desempleada, la cual busca generar ingresos de alguna manera.

Podemos hablar de dos clases de comercio ambulatorio:

Itinerante: Es la que desarrolla los que compran pequeñas cantidades de baratijas, golosinas o víveres no perecibles y deambulan por las calles tratando de venderlos entre las personas que encuentran a su paso. Carecen pues de una ubicación fija y operan en una escala bastante reducida.

Lugar fijo dentro de la vía pública: Esta segunda clase de comercio ambulatorio supone que el comerciante previamente ha dejado de deambular, ha identificado un lugar y se ha instalado en algún lugar para desarrollar su actividad. Implica por consiguiente una invasión de las calles.

2.3. Formalización de una empresa

Formalizar una empresa es dotarla de las herramientas mínimas que requiere para su constitución, operación y funcionamiento en una

actividad económica determinada. Es acompañarla por el camino de la legalidad, la ética, la libre competencia, la responsabilidad social y la preservación del medio ambiente para mejorar su sostenibilidad en el tiempo y la competitividad empresarial, creando un entorno apto y favorable para la inversión productiva, la dignificación de las condiciones laborales y la creación de riqueza.

A través de la formalización el empresario puede acceder a los diferentes servicios que promueven su competitividad, sostenibilidad y rentabilidad, lo que le permite insertarse en nuevos mercados y relacionarse con otras empresas que forman parte de los diferentes eslabones de las cadenas productivas.

Hoy se considera que la formalización es más una obligación del mercado que una obligación legal.

Debemos tener en cuenta que al formalizar tenemos grandes ventajas como:

Venderle al estado.

Venderle a las grandes empresas.

Acceso al sistema de salud y pensiones.

Al mismo tiempo, al formalizarme debo pensar en:

La forma de organización.

Trámites que tengo que realizar para constituir mi negocio o empresa.

Trámite de inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC).

Licencias o permisos que se requieren para iniciar alguna actividad económica.

Costo de realizar este trámite y en qué tiempo.

Así mismo pensar en qué tipo de empresa debo elegir, existen dos formas de iniciar una empresa (en este caso basándonos a las MYPE):

Persona natural: persona común que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal. Aquella solo requiere inscribirse en el

Registro Único de Contribuyentes.

Ventajas: Único dueño, ejerce cualquier actividad.

Desventajas y/o obligaciones: Ante una deuda responderá no solo el patrimonio de su negocio, sino también con los bienes, si te enfermas, tu negocio podría dejar de operar.

Como persona natural podrás acogerte al Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS), o al Régimen Especial del Impuesto a la Renta o Régimen General del Impuesto a la Renta.

Persona jurídica: es una empresa que ejerce derechos y cumple obligaciones a nombre de la misma. Esta requiere escritura pública inscrita en los Registros Públicos y existen 4 modalidades.

Como persona jurídica podrás acogerte al Régimen Especial o al Régimen General del Impuesto a la Renta. En estos regímenes estas obligado a pagar el Impuesto General a las Ventas (IGV).

Así mismo debemos tener en cuenta que pasos debemos seguir para formalizar una MYPE:

Paso 1: Declaración de voluntades y reserva del nombre.

Paso 2: Inscripción en Registro Público de la SUNARP.

Paso 3: Inscripción en el Registro Único de Contribuyente (RUC) – SUNAT.

Paso 4: Registro de Planilla de Trabajadores.

Paso 5: Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa – REMYPE.
Existe dos regímenes laborales: El General y el de MYPE.

Registro de trabajadores en Seguro Social de Salud (ESSALUD) – 9%.

Paso 6: Autorizaciones y/o permisos especiales de otros sectores.

Paso 7: Autorización de Licencia Municipal.

2.3.1 Regímenes y Tributos

Régimen Tributario

Son aquellas categorías en las cuales toda persona natural o jurídica que posea o va a iniciar su negocio, deberá estar registrada en la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), que establece los niveles de pagos de impuestos nacionales.

El régimen en el que se inscriban determinará los impuestos a los que estarán afecto y las tasas o montos que deberán pagar según sea el caso.

En la actualidad existen tres regímenes, según el tipo de negocio e ingresos que tenga el contribuyente:

Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS):

Es un régimen tributario creado para los pequeños comerciantes y productores, el cual les permite el pago de una cuota mensual fijada en función a sus compras y/o ingresos.

A dicho régimen pueden acogerse las personas naturales o sucesiones indivisas. Pero que contemplen lo siguiente:

Los ingresos Brutos y el monto de las compras no sean mayor a S/360,000.

El valor de los activos fijos no sean mayor a S/. 70,000.

Deben realizar actividades en un solo establecimiento o sede productiva.

Los contribuyentes de este régimen deben emitir los siguientes comprobantes de pago:

Boleta de Venta.

Tickets; de máquinas registradora sin derecho al crédito fiscal.

Cada contribuyente paga la cuota mensual del RUS según los montos mínimos y máximos de ingresos brutos y de adquisiciones mensuales.

Categorías	Total ingresos brutos mensuales (hasta S/.)	Total adquisiciones mensuales (hasta S/.)	Cuota mensual (S/.)
1	5,000	5,000	20
2	8,000	8,000	50
3	13,000	13,000	200
4	20,000	20,000	400
5	30,000	30,000	600

Dentro de este régimen existe una “Categoría Especial”. La categoría especial del NUEVO RUS está dirigida a aquellos contribuyentes cuyos ingresos brutos y sus compras ANUALES no supere cada uno de S/.60, 000 y siempre que se trate de :Personas que se dediquen únicamente a la venta de frutas, hortalizas, legumbres, tubérculos, raíces, semillas y demás bienes especificados en el Apéndice I de la Ley del IGV e ISC, realizada en los mercados de abastos.

Personas dedicados exclusivamente al cultivo de productos agrícolas y que vendan sus productos en su estado natural.

La cuota mensual aplicable a los contribuyentes ubicados en la “Categoría Especial” es de S/.0.00, es decir, no paga nada.

Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER):

Es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría, es decir rentas de naturaleza empresarial o de negocio.

Pero que contemplen lo siguiente:

El monto de sus ingresos netos ANUALES no debe superar los S/. 525,000.

El valor de los activos fijos afectado a la actividad con excepción de los predios y vehículos, no debe superar los S/.126, 000.

Se deben desarrollar las actividades generadoras de rentas de tercera categoría con personal afectado a la actividad que no supere las 10 personas por turno de trabajo.

El monto acumulado de sus adquisiciones afectadas a la actividad, no debe superar los S/.525, 000 en el transcurso de cada año.

No realizar ninguna de las actividades que están prohibida en el RER.

Los contribuyentes de este régimen deben emitir los siguientes comprobantes de pago:

Boleta de Venta.

Factura.

Tickets; de máquinas registradora que dan derecho al crédito fiscal.

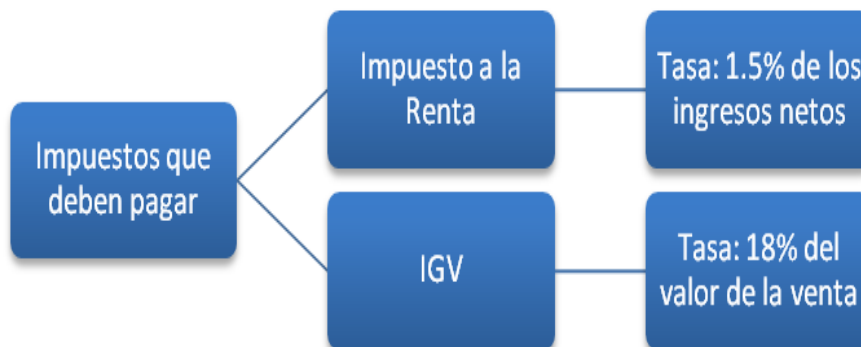
Factura electrónica a través de SUNAT Virtual.

Liquidación de compra.

Notas de crédito y débito.

Guías de remisión.

Los contribuyentes que se acojan a este régimen, deben cumplir con declarar y pagar mensualmente el Impuesto a la Renta (Régimen Especial y el IGV, de acuerdo a las siguientes tasas:



Régimen General del Impuesto a la Renta (RG):

Es un régimen tributario que comprende las personas naturales y jurídicas que generan rentas de tercera categoría, es decir aquellas provenientes del capital, trabajo o de la aplicación conjunta de ambos factores.

Los contribuyentes de este régimen deben emitir los siguientes comprobantes de pago:

Boleta de Venta.

Factura.

Tickets; de máquinas registradora que dan derecho al crédito fiscal.

Factura electrónica a través de SUNAT Virtual.

Liquidación de compra.

Notas de crédito y débito.

Guías de remisión.

Los contribuyentes que se acojan a este régimen, deben cumplir con declarar y pagar mensualmente el Impuesto a la Renta (Régimen Especial) y el IGV, de acuerdo a las siguientes tasas:

Impuestos a los Negocios

IGV (Impuesto General a las Ventas): Se aplica sobre las transacciones de bienes y servicios. Cada vez que compras o que vendes algo, tu operación queda grabada con un 18%.

IR (Impuesto a la Renta): Se aplica sobre las utilidades que genera tu negocio. Todos están afectos a este impuesto pero varían según el régimen al que se acoja la persona natural o jurídica.

2.3.2 Régimen Laboral

Por la magnitud de la presente tesis, nos centraremos en las MYPE.

Una MYPE (Micro y Pequeña Empresa); es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica que tiene como fin obtener ganancias iniciales de pequeña escala, producto de actividades de industria, producción, comercialización o prestación de servicios.

Así mismo debemos tener en cuenta la nueva ley MYPE, el texto Único Ordenado de la Ley Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro Empresa y del Acceso al Empleo Decente el Decreto Supremo no. 007-2008-TR, vigente desde el 01 de Octubre del 2008 a la fecha.

Existen requisitos que deben cumplir las empresas que deseen acogerse a esta ley.

CARACTERISTICAS	NUMERO DE TRABAJADORES	NIVELES DE VENTAS ANUALES
MICROEMPRESA	De 1 hasta 10	El monto máximo de 150 UIT
PEQUEÑA EMPRESA	De 1 hasta 100	El monto máximo 1700 UIT

Tener en cuenta que el valor de una UIT (unidad impositiva tributaria) al 2016 es de S/. 3,950.

Los trabajadores de las MYPES salen de la marginalidad laboral y acceden a derechos laborales y al sistema de salud. Los productos son más competitivos, de calidad y con valor agregado. Las MYPES formales tienen mayor capacidad de desarrollo exportador. Las MYPES pueden acceder a nuevos mercados y contar con fuerza laboral motivada.

Entre los derechos de las MYPE, existen algunas diferencias entre los derechos de los micros empresas y los derechos de las pequeñas empresas.

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Tener en cuenta que el valor de la RMV para el 2016 es de S/.850.

De igual manera los trabajadores de las MYPE pueden acogerse a 2 tipos de pensiones:

La Oficina de Normalización Previsional (ONP) es un Organismo Público Técnico y Especializado del Sector de Economía y Finanzas, que tiene a su cargo la administración del Sistema Nacional de

Pensiones (SNP) a que se refiere el Decreto Ley N° 19990, así como el Régimen de Seguridad Social para Trabajadores

Las administradoras de fondos de pensiones (AFP) son instituciones financieras privadas encargadas de administrar los fondos y ahorros de pensiones.

2.3.3 Herramientas de Promoción

Las herramientas de promoción de ventas van a permitir a la empresa dirigirse a un segmento determinado de clientes. La utilización de una u otra herramienta va a depender del segmento al que la empresa quiere abordar y de los objetivos que se quieran alcanzar.

Las principales herramientas de promoción de ventas, según el segmento al que la empresa se dirige, son las siguientes:

Herramientas de promoción de ventas para consumidores:

Cupones de descuento:

Dan a los consumidores un ahorro cuando compran los productos especificados en el cupón. Muchos cupones se distribuyen como inserciones independientes en periódicos, pero también son distribuidos mediante el correo directo, revistas, etc. También están siendo distribuidos en internet mediante sitios web y correos electrónicos.

Descuentos:

Son una reducción al precio normal del producto; por lo cual, los consumidores logran un ahorro con respecto al precio normal del producto. Este descuento suele ser temporal, si no la promoción dejaría de ser promoción para pasar a ser una modificación fija en el precio. Este descuento busca vender más cantidad de producto. El

inconveniente es que puede perjudicar la imagen de la marca en este producto.

Productos regalo o cantidad extra de producto:

Son artículos que se ofrecen gratuitamente o a costo muy bajo como incentivo por la compra de otro producto o se entrega, por el mismo precio, más cantidad del producto.

Muestras gratuitas:

Se ofrecen de forma gratuita una cantidad pequeña de un producto para probarlo. Es una manera de lograr que un cliente potencial pruebe el producto. Las muestras pueden entregarse de puerta en puerta, enviarse por correo, repartirse en una tienda, unirse a otro producto o incluirse en un anuncio.

Concursos o sorteos:

Son aquellas actividades que proporcionan a los consumidores la oportunidad de ganar algo, como dinero en efectivo, viajes o mercancía, sea por medio de la suerte o de un esfuerzo adicional.

Herramientas de promoción en punto de compra:

Incluyen exhibiciones y demostraciones que se efectúan en el punto de compra o de venta.

Recompensas por ser cliente habitual:

Son dinero en efectivo u otros incentivos que se ofrecen por el uso habitual de ciertos productos o servicios de una empresa.

Productos publicitarios:

Son artículos útiles grabados con el nombre del anunciante y que se obsequian a los consumidores. Los artículos más comunes de este tipo son: bolígrafos, camisetas, gorras, etc.

Herramientas de promoción de ventas realizadas por el fabricante o proveedor para comerciantes y distribuidores.

Las más frecuentes son las siguientes:

Exhibición en puntos de venta:

Promociones que se realizan en el punto de venta, como exhibición de productos y hojas de información que sirven directamente a los comerciantes a la vez que apoyan la marca.

Concursos para vendedores:

Actividades que le dan a los vendedores del comerciante o distribuidor, la oportunidad de ganar algo (dinero, viajes u otros) por recomendar el producto que se está promocionando.

Demostraciones del producto:

Son un medio, considerado por los comerciantes, como importante para atraer la atención hacia un producto, mediante la demostración del cómo se usa.

Descuentos especiales:

Son reducciones al precio regular del producto por compras mayores o paquetes preestablecidos. Estas reducciones pueden beneficiar únicamente al comerciante y/o a sus clientes.

Bonificaciones:

Son artículos que se ofrecen gratuitamente a cambio de una compra mayor, por ejemplo, 10 + 1; 100 + 30.

Especialidades publicitarias:

Son artículos útiles grabados con el nombre del anunciante y que se ofrecen a los comerciantes a cambio de que compren algo adicional al volumen habitual. Los artículos más comunes de este tipo son: bolígrafos, calendarios, llaveros, camisetas, gorras.

Las herramientas de promoción de ventas para que incrementen de forma exponencial su efecto deben ser utilizadas de forma conjunta, es decir, en una promoción debemos mezclar más de una herramienta.

Definición De La Terminología

Base Tributaria: Es el universo de actividades, realizadas por agentes económicos, que se encuentran afectas a algún impuesto; sean estas transacciones de venta, compra, rentas percibidas, propiedades, etc.

Comerciantes de Abarrotes: Son los que se ocupan de la compraventa de diversos productos tales como alimentos enlatados o envasados, jugos y néctares, bebidas gaseosas, artículos de limpieza, lácteos, dulces y frituras, carnes frías, vinos y licores, entre otros, en la mayoría de los casos al público en general.

Cultura Tributaria: Conjunto de valores, creencias y actitudes compartido por una sociedad respecto a la tributación y las leyes que la rigen, lo que conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales.

Economía Informal: Segmento de la economía que se caracteriza por negocios ilegales y sin reglamentación.

Impuesto: Carga que ha de pagarse al estado para hacer frente a las necesidades públicas.

Impuesto a la Renta: Recurso que se obtiene de gravar las rentas de capital, del trabajo y de la aplicación conjunta de ambos factores que provengan de una fuente durable y susceptible de generar ingresos periódicos, así como de las ganancias y de los beneficios obtenidos por los sujetos señalados por la Ley

Impuesto General a las Ventas (IGV): Son los ingresos provenientes de gravar la venta de bienes muebles, la prestación o utilización de servicios en el país, los contratos de construcción y otros que señale la ley.

Informalidad: Acción o cosa censurable por informal.

Mercado: Sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios.

Producto Interno Bruto: es el valor de todos los bienes y servicios finales producidos por un país en un determinado período. Comprende el valor de los bienes producidos, como viviendas, comercio, servicios, Gobierno, transporte

Recaudación Tributaria: Proceso mediante el cual las autoridades tributarias cobran a los causantes y contribuyentes todo tipo de impuestos, derechos, productos, aprovechamientos, y contribuciones establecidos en la Ley de Ingresos.

Recursos Fiscales: Aportaciones de los particulares para fines públicos, determinadas en la Ley de Ingresos, en la que se encuentran clasificados, como impuestos, productos, derechos y aprovechamientos. Son aquellas percepciones que reciben las entidades o dependencias del Estado a través de apoyos o transferencias que les otorga el Gobierno.

Regímenes Tributarios: Conjunto de normas que regulan el cumplimiento de las obligaciones sustanciales, vinculadas directamente al pago de tributos, y de las obligaciones formales, relacionadas con trámites, documentos o instrumentos que facilitan el pago de tributos

Sector Informal: suelen no cumplirse las leyes del trabajo ni otras regulaciones sanitarias, de seguridad o simplemente burocráticas, que el Estado impone al sector privado; tampoco se pagan o no se pagan por completo diversos impuestos y tasas que exige el fisco.

Economía Informal: Segmento de la economía que se caracteriza por negocios ilegales y sin reglamentación.

CAPITULO III
MARCO METODOLÓGICO

3. MARCO METODOLOGICO

3.1. Tipo y Diseño Metodológico

3.1.1. Tipo Metodológico

Descriptivo-aplicativo, con enfoque cuantitativo, puesto que se utilizaron técnicas de conteo y de medición.

El nivel de investigación es descriptivo, ya que se pretende comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos del problema planteado.

Aplicativo porque se aplicó un pretest y posttest a los comerciantes informales del mercado central de Ferreñafe.

3.1.2. Diseño Metodológico

Pre experimental, porque se trabajó con un solo grupo de comerciantes a los cuales se les aplicó un pre test antes de los talleres de capacitación y luego un post test al mismo grupo.

Es transversal, porque el estudio se realizó en un determinado espacio de tiempo.

$$O_1 \qquad \qquad X \qquad \qquad O_2$$

Dónde:

X = Variable Independiente

O₁ = Medición pre-experimental de la variable independiente

O₂ = Medición post-experimental de la variable independiente.

3.2. Población y Muestra

La investigación se dirigió a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe; quienes tenían una idea negativa de pagar impuestos, indicando que son personas de bajo recursos económicos, migrantes de las zonas rurales y andinas y de la ciudad de Chiclayo.

3.2.1. Población

La población de los comerciantes del Mercado Central de Ferreñafe se indica en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 01:

Población total de comerciante del Mercado Central de Ferreñafe

N°	POBLACION	%	TOTAL
01	COMERCIANTE S	100 %	386
02	FORMALES	57.25%	221
03	INFORMALES	42.75%	165

FUENTE: Datos obtenidos de la Oficina de Administración de Mercado Central de la Municipalidad de Ferreñafe. 164.05.2016 (población estimada).

CUADRO N° 02:

Población total de comerciante INFORMALES del Mercado Central de Ferreñafe

N°	POBLACION	%	TOTAL
01	INFORMALES	42.75%	165

FUENTE: Datos obtenidos de la Oficina de Administración de Mercado Central de la Municipalidad de Ferreñafe. 164.05.2016 (población estimada)

3.2.2. Muestra

Teniendo en cuenta que en el Mercado Central de Ferreñafe se encuentran 165 comerciantes informales que representa el 42.75% de la población comercial del referido establecimiento y con el objeto de obtener información de este sector se determinó una muestra (M) 116, la misma que fue calculada estadísticamente aplicando la fórmula que corresponde al diseño explicativo de una sola casilla.

$$n = \frac{NZ^2PQ}{(N-1)E^2 + Z^2PQ}$$

Donde:

n: es el tamaño de la muestra.

Z: es el nivel de confianza (1.96 si es 95% de confianza). ¿Por qué 1.96? son valores establecidos

P: proporción de comerciantes del mercado que evaden impuestos (este dato es generalmente desconocido y se suele suponer siempre que es 0.5.

Q: proporción de comerciantes del mercado que no evaden impuestos (es P-1, que de resultará siendo 0.5 igual que el valor de P).

N: es el tamaño de la población (165).

E: es la precisión o el error (0.05 = 5%)

Se obtiene de la muestra que:

$$n = 115.42 = 115$$

3.3. Hipótesis

H₀: Si se Aplica talleres de capacitación empresarial no se disminuye la informalidad de comerciantes del Mercado central de Ferreñafe, 2015.

H₁: Aplicar talleres de capacitación empresarial sí se disminuye la informalidad de comerciantes del Mercado central de Ferreñafe, 2015.

3.4. Variables

Variable Independiente: Capacitación empresarial

Variable Dependiente: Informalidad

3.5. Operacionalización

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

ITEM	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADOR	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
VAR. INDEP.	Capacitación empresarial	Taller N° 01 Instrumentos De Formalización	Personería	Natural	Pre y post test Encuestas (cuestionario)
				Jurídica	
			Licencias	Funcionamiento	
				Salud	
			Trámites	Municipalidad	
				Salud	
		Ministerio de Trabajo			
		Taller N°02 Régimen Tributario	Sunat		
			Nuevo RUS		
			Régimen especial de renta		
			Régimen general		
			Asegurados en ESSALUD		
			Sistema de Pensiones		
Capacitación					
Taller N° 03 Régimen Laboral	accesos a mercados				
	Investigación e innovación				
	Investigación e innovación				
VAR. DEPEN.	Informalidad	Socioeconómicos	Pobreza		Encuestas (cuestionario)
			Educación		
			Evasión de impuestos		
		Crédito financiero	Adquisición de insumos		
			Sin acceso		
		Crédito Informal	Costos elevados		

3.6. Abordaje metodológico, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.6.1. Abordaje metodológico

La presente investigación es de tipo Pre experimental, porque se trabajó con un solo grupo de comerciantes a los cuales se les aplicó un pre test antes de los talleres de capacitación empresarial y luego un post test al mismo grupo.

Descriptivo, porque nos permite describir, analizar e interpretar la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos del problema planteado.

3.6.2. Técnicas de recolección de datos

Encuesta

La técnica empleada para la obtención de la información fue la encuesta para los comerciantes informales del Mercado central de Ferreñafe.

3.6.3. Instrumentos de recolección de datos

Como se hizo mención anteriormente la encuesta fue aplicada a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, a través del instrumento denominado cuestionario en la cual se pudo obtener información acerca de sus conocimientos en temas de formalización, tributarios, laborales e instrumentos de promoción de ventas.

3.7. Procesamiento de recolección de datos

Los cuestionarios estuvieron diseñados de ítems, que presenta preguntas cerradas, con alternativas de selección múltiple y se le pidió que señale con una "X" la respuesta que considere y que describe mejor la situación.

El desarrollo de la Capacitación empresarial, se realizó con la aplicación de 4 talleres, los mismos que se detallan a continuación.

Taller 1. Aprendiendo a Formalizar mí Negocio

Taller 2. Regímenes Tributarios

Taller 3. Régimen Laboral

Taller 4: Instrumentos de Promoción de Ventas**

Para el procesamiento de la información se utilizó la herramienta de Excel que nos permitió agilidad y precisión al trabajar con cifras y a su vez facilitar la tabulación de los datos obtenidos en las encuestas, mediante la aplicación de tablas dinámicas y resultados presentados en los cuadros correspondientes, los cuales nos ayudarán a llevar a cabo el propósito de precisar los elementos que constituyen la muestra para el trabajo de investigación, y precisar la posibilidad de la relación entre las variables de nuestro problema.

3.8. Análisis Estadístico e Interpretación de los Datos

El análisis e interpretación de los datos se realizará en base a toda la información recolectada de las encuestas que se les realizó a los comerciantes informales del mercado central de Ferreñafe.

3.9. Principios éticos

Todo el trabajo abordado el principio ético porque es producto del estudio realizado.

3.10. Criterio de Rigor científico

En la investigación se ha seguido el método científico porque todos los datos que se revelan son producto de la investigación de campo y que pueden ser verificados y contrastados por cualquier otro investigador.

CAPITULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE
LOS RESULTADOS

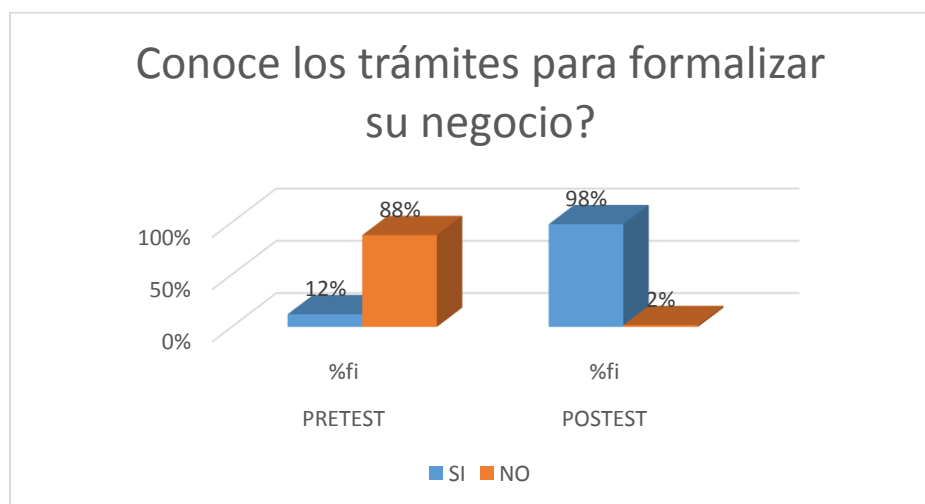
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Resultados en tablas y gráficos

Gráfico N° 03

Pregunta 1				
ALTERNATIVA	PRETEST		POSTEST	
	fi	%fi	fi	%fi
SI	14	12%	113	98%
NO	101	88%	2	2%
TOTAL	115	100%	115	100%

FUENTE: Encuesta realizada por los investigadores Rosa Fernández Díaz y Martha Elena Rivera Alcántara a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, 15 de Mayo del 2016

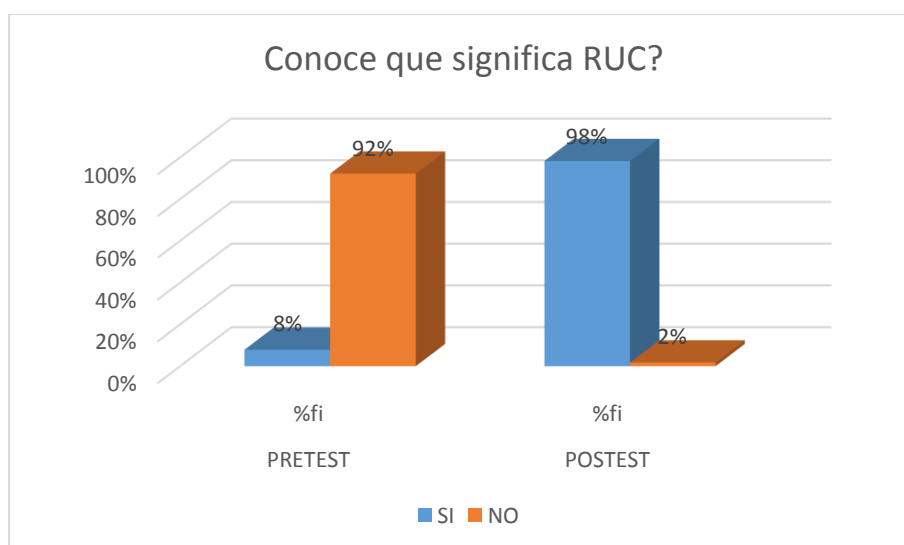


INTERPRETACIÓN: En el gráfico se denota la diferencia que se encontró en el pretest y en el postest, llegando a un resultado de 98% si y 2% no, gran porcentaje de los comerciantes informales después de la capacitación brindada, conocen los trámites para formalizar su negocio. Y de lo anterior se observó que solo el 12% si conocía y el 88% desconocían los trámites. Teniendo en cuenta la importancia de formalizar su negocio, tener su documentación al día, entre otros y de esta manera tener una mejor productividad y garantizar sus productos al mercado.

Gráfico N° 04

Pregunta 2				
ALTERNATIVA	PRETEST		POSTEST	
	Fi	%fi	fi	%fi
SI	9	8%	113	98%
NO	106	92%	2	2%
TOTAL	115	100%	115	100%

FUENTE: Encuesta realizada por los investigadores Rosa Fernández Díaz y Martha Elena Rivera Alcántara a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, 15 de Mayo del 2016

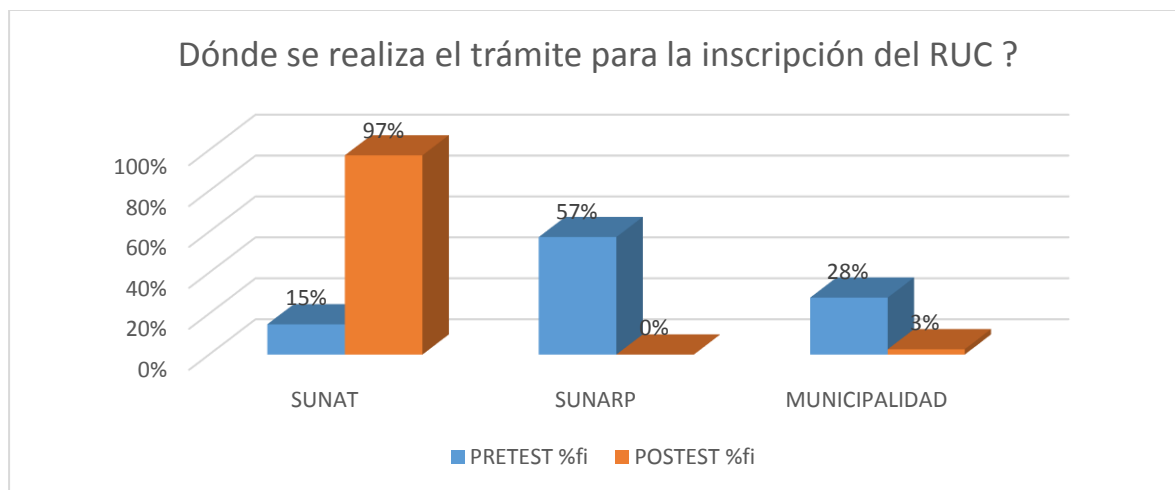


INTERPRETACIÓN: En el gráfico se denota la diferencia que se encontró en el pretest y en el postest, llegando a un resultado de 98% si y 2% no, gran porcentaje de los comerciantes informales después de la capacitación brindada, conoce el significado de RUC (Registro único del contribuyente). Y de lo anterior se observó que solo el 8% si conocía y el 92% desconocían dicho significado. Conocer el tema del RUC, es de suma importancia ya que es el punto de partida en el funcionamiento de la administración tributaria, además es un instrumento que nos permite registrar e identificar los sujetos pasivos de las personas naturales y jurídicas.

Gráfico N° 05

Pregunta 3: Dónde se realiza el trámite para la inscripción del RUC				
ALTERNATIVA	PRETEST		POSTEST	
	Fi	%fi	fi	%fi
SUNAT	17	15%	112	97%
SUNARP	66	57%	0	0%
MUNICIPALIDAD	32	28%	3	3%
TOTAL	115	100%	115	100%

FUENTE: Encuesta realizada por los investigadores Rosa Fernández Díaz y Martha Elena Rivera Alcántara a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, 15 de Mayo del 2016

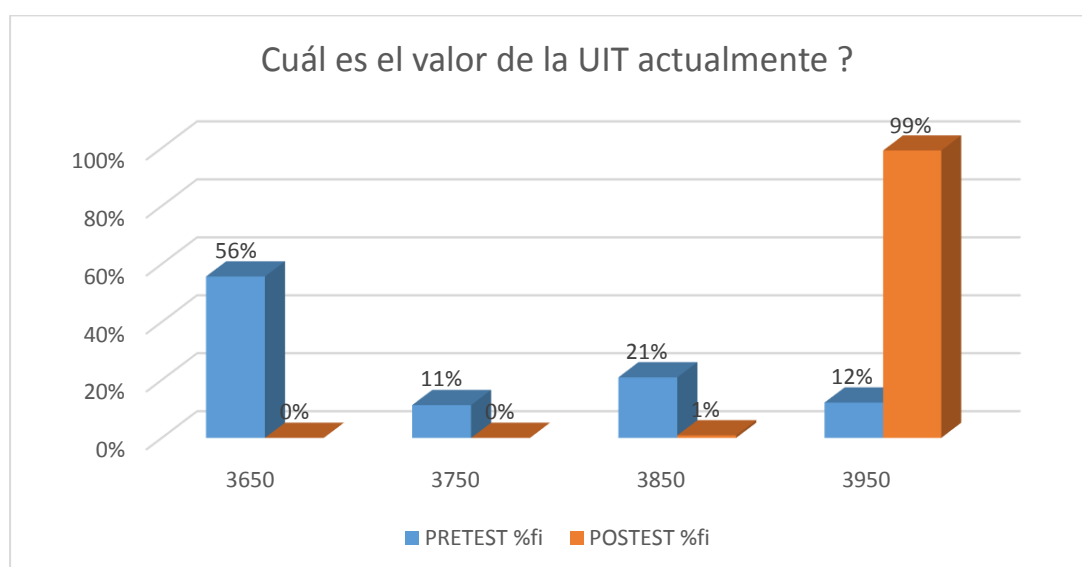


INTERPRETACIÓN: En el gráfico se denota la diferencia que se encontró en el pretest y en el postest, llegando a un resultado de 97% SUNAT, el 3% municipalidad y el 0% SUNARP, gran porcentaje de los comerciantes informales después de la capacitación brindada, conoce realmente donde se realiza el trámite para la inscripción del RUC. Y de lo anterior se observó que el 57% SUNARP, 28% municipalidad y el 15% SUNAT. Aquí podemos darnos cuenta que gran porcentaje de los comerciantes informales del mercado central de Ferreñafe no tenían ni la más mínima idea de donde se realizaba dicha inscripción.

Gráfico N° 06

Pregunta 4:Cuál es el valor de la UIT actualmente ?				
ALTERNATIVA	PRETEST		POSTEST	
	fi	%fi	fi	%fi
3650	64	56%	0	0%
3750	13	11%	0	0%
3850	24	21%	1	1%
3950	14	12%	114	99%
TOTAL	115	100.00%	115	100.00%

FUENTE: Encuesta realizada por los investigadores Rosa Fernández Díaz y Martha Elena Rivera Alcántara a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, 15 de Mayo del 2016

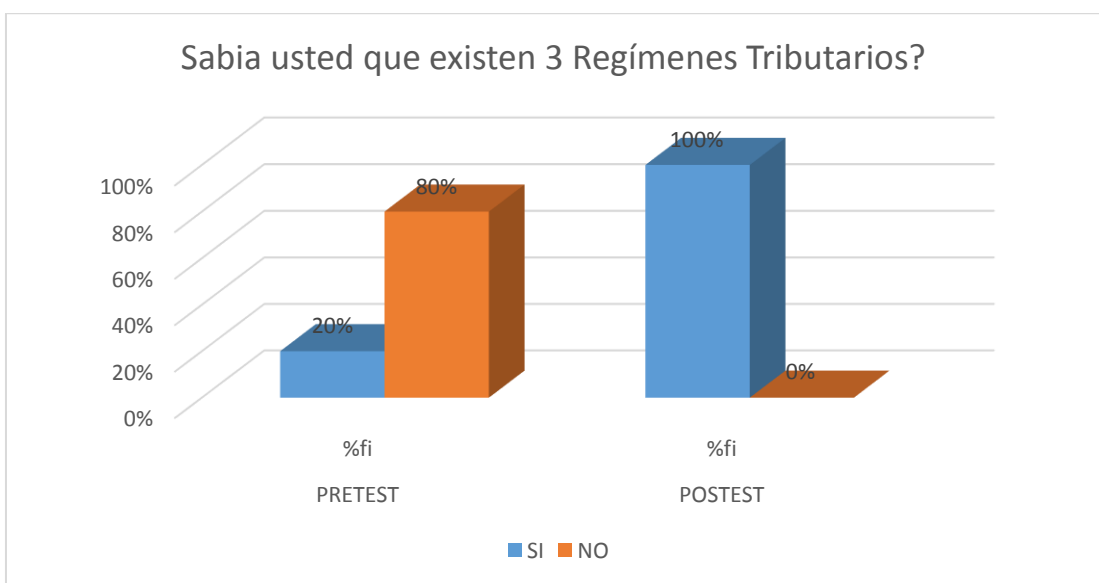


INTERPRETACIÓN: En el gráfico se denota la diferencia que se encontró en el pretest y en el postest, llegando a un resultado de 99% sabe el verdadero monto de lo que equivale a una UIT y el 1% aún indica que una UIT equivale a S/.3850, monto errado actualmente. Y de lo anterior se observó que solo el 12% conocía el monto real, el 11% indicó S/.3,750, el 21% indicó S/.3,850 y el 56% indicó S/.3,650 . Tener en cuenta que la UIT sirve como valor referencia que puede ser utilizado en las normas tributarias, por ello la importancia de tener en cuenta y saber el valor de la UIT.

Gráfico N° 07

Pregunta 5: Sabía usted que existen 3 Regímenes Tributarios?				
ALTERNATIVA	PRETEST		POSTEST	
	fi	%fi	fi	%fi
SI	23	20%	115	100%
NO	92	80%	0	0%
TOTAL	115	100%	115	100%

FUENTE: Encuesta realizada por los investigadores Rosa Fernández Díaz y Martha Elena Rivera Alcántara a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, 15 de Mayo del 2016

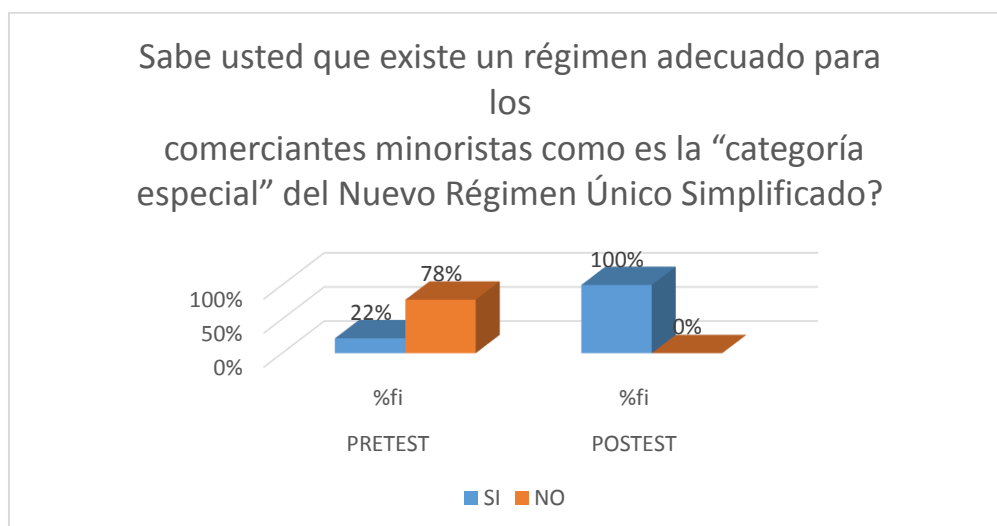


INTERPRETACIÓN: En el gráfico se denota la diferencia que se encontró en el pretest y en el postest, llegando a un resultado que el 100% tiene bien en claro que existen 3 regímenes tributarios, Y de lo anterior se observó que solo el 20% si conocía y el 80% desconocían. Se han venido emitiendo una serie de normas orientadas a la base tributaria y así lograr que los micros y pequeñas empresas se formalicen en el aspecto tributario.

Gráfico N° 08

Pregunta 6: Sabe usted que existe un régimen adecuado para los comerciantes minoristas como es la “categoría especial” del Nuevo Régimen Único Simplificado?				
ALTERNATIVA	PRETEST		POSTEST	
	fi	%fi	fi	%fi
SI	25	22%	115	100%
NO	90	78%	0	0%
TOTAL	115	100%	115	100%

FUENTE: Encuesta realizada por los investigadores Rosa Fernández Díaz y Martha Elena Rivera Alcántara a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, 15 de Mayo del 2016

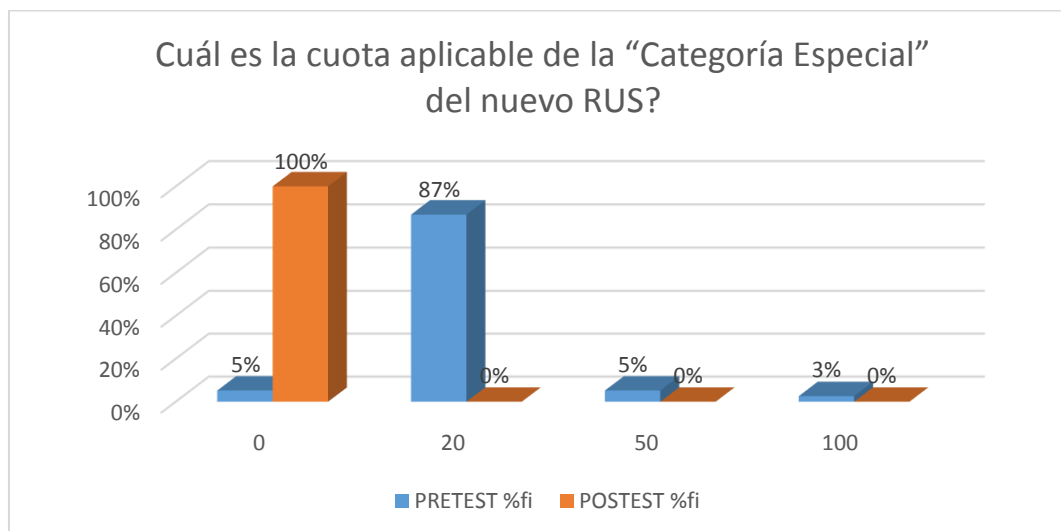


INTERPRETACIÓN: En el gráfico se denota la diferencia que se encontró en el pretest y en el postest, llegando a un resultado que el 100% conoce en su totalidad la existencia del régimen de la “categoría especial” para comerciantes minoristas del nuevo RUS. Y de lo anterior se observó que solo el 22% conocía y el 78% desconocían. La “categoría especial” del RUS, está dirigida a un grupo específico de minoristas cuyos ingresos brutos y compras anuales no superen cada uno los S/.60, 000. Y en mercado central de Ferreñafe existen negocios que se encuentran dentro de este grupo y desconocían dicha “Categoría especial”.

Gráfico N° 09

Pregunta 7:Cuál es la cuota aplicable de la “Categoría Especial” del nuevo RUS?				
ALTERNATIVA	PRETEST		POSTEST	
	fi	%fi	fi	%fi
0	6	5%	115	100%
20	100	87%	0	0%
50	6	5%	0	0%
100	3	3%	0	0%
TOTAL	115	100.00%	115	100.00%

FUENTE: Encuesta realizada por los investigadores Rosa Fernández Díaz y Martha Elena Rivera Alcántara a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, 15 de Mayo del 2016

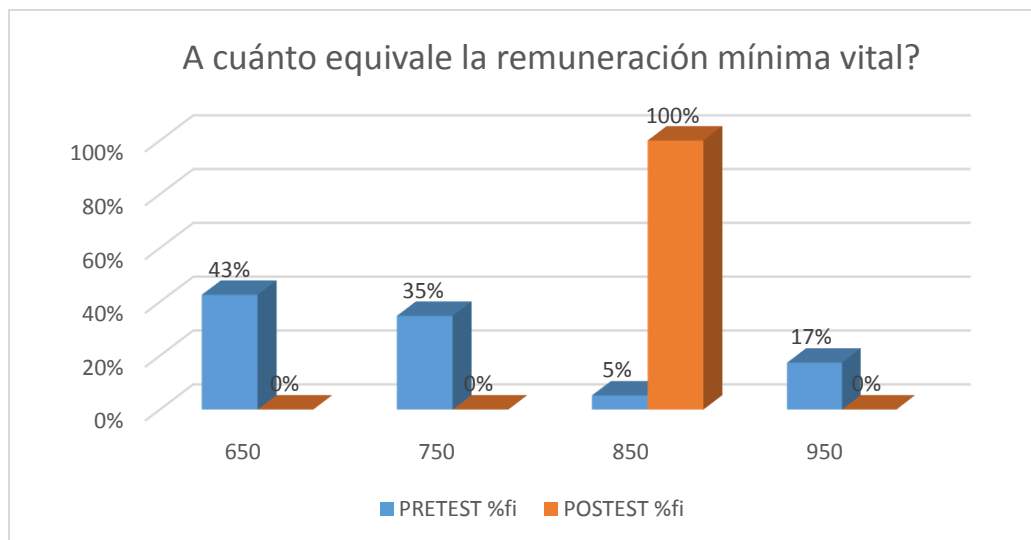


INTERPRETACIÓN: En el gráfico se denota la diferencia que se encontró en el pretest y en el postest, llegando a un resultado que el 100% conoce en su totalidad cual es la cuota aplicable de la “categoría especial” del nuevo RUS. Y de lo anterior se observó que el 87% decía que era de S/.20, el 5% de S/.50, el 5% de S/.0 y el 3% de S/.100. La cuota mensual aplicable a los contribuyentes ubicados en la “Categoría Especial” es de S/.0.00.

Gráfico N° 10

Pregunta 8: A cuánto equivale la remuneración mínima vital?				
ALTERNATIVA	PRETEST		POSTEST	
	fi	%fi	fi	%fi
650	49	43%	0	0%
750	40	35%	0	0%
850	6	5%	115	100%
950	20	17%	0	0%
TOTAL	115	100.00%	115	100.00%

FUENTE: Encuesta realizada por los investigadores Rosa Fernández Díaz y Martha Elena Rivera Alcántara a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, 15 de Mayo del 2016

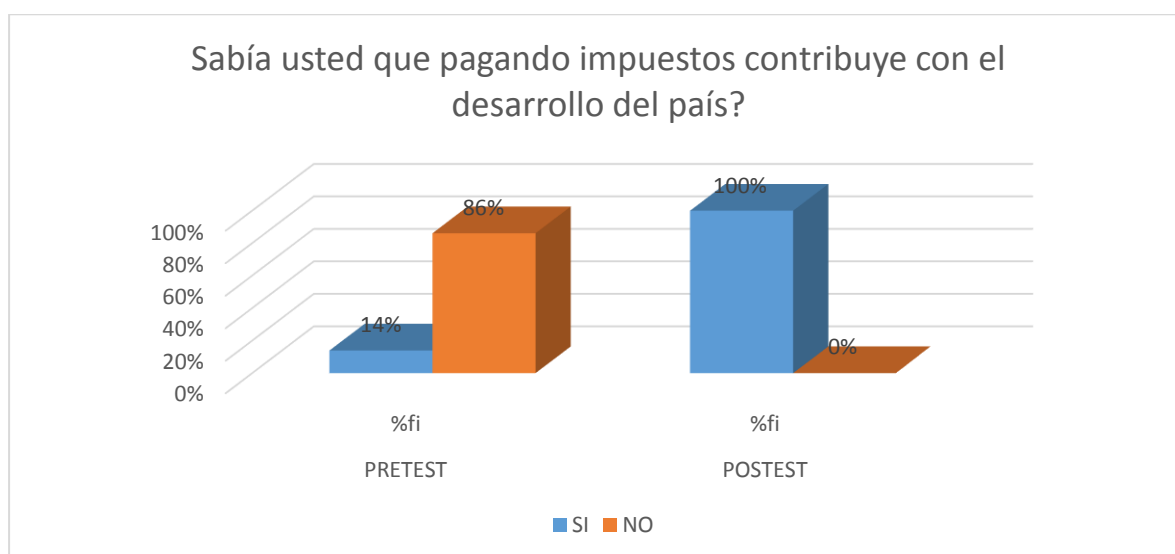


INTERPRETACIÓN: En el gráfico se denota la diferencia que se encontró en el pretest y en el postest, llegando a un resultado que el 100% conoce en su totalidad a cuánto equivale la remuneración mínima vital. Y de lo anterior se observó que el 43% decía que equivalía a S/.650, el 35% a S/.750, el 17% a S/.950 y el 5% a S/.850 (su valor real actual). Teniendo en cuenta que el valor actual al 2016 de la remuneración mínima vital es de S/.850, valor que todo empleador debe tener como conocimiento principal y el empleado también porque es parte de sus derechos como tal.

Gráfico N° 11

Pregunta 9: Sabía usted que pagando impuestos contribuye con el desarrollo del país?				
ALTERNATIVA	PRETEST		POSTEST	
	fi	%fi	fi	%fi
SI	16	14%	115	100%
NO	99	86%	0	0%
TOTAL	115	100%	115	100%

FUENTE: Encuesta realizada por los investigadores Rosa Fernández Díaz y Martha Elena Rivera Alcántara a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, 15 de Mayo del 2016

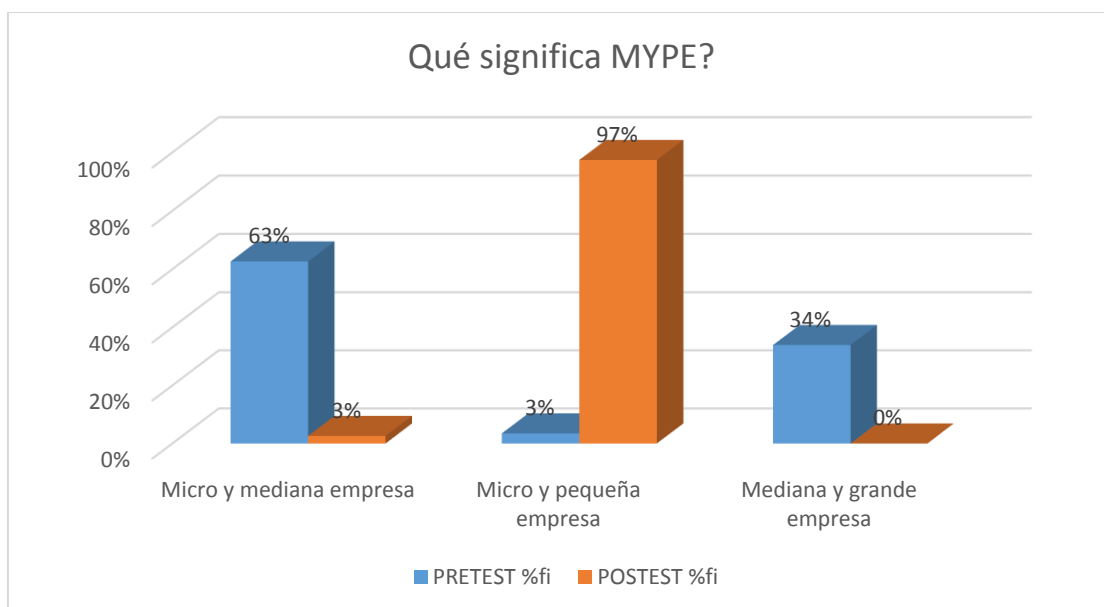


INTERPRETACIÓN: En el gráfico se denota la diferencia que se encontró en el pretest y en el postest, llegando a un resultado que el 100% conoce que pagando impuestos contribuye al desarrollo del país. Y de lo anterior se observó que el 86% desconocía y el 14% conocía. El cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes es un elemento fundamental para la recaudación de impuestos. Por ello la recaudación tributaria tiene una importancia fundamental para el desarrollo de nuestro país y es necesario que las personas asuman la tributación como un compromiso que forma parte de sus deberes y derechos como ciudadanos integrantes de una comunidad.

Gráfico N° 12

Pregunta 10: Qué significa MYPE?				
ALTERNATIVA	PRETEST		POSTEST	
	fi	%fi	fi	%fi
Micro y mediana empresa	72	63%	3	3%
Micro y pequeña empresa	4	3%	112	97%
Mediana y grande empresa	39	34%	0	0%
TOTAL	115	100%	115	100%

FUENTE: Encuesta realizada por los investigadores Rosa Fernández Díaz y Martha Elena Rivera Alcántara a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, 15 de Mayo del 2016

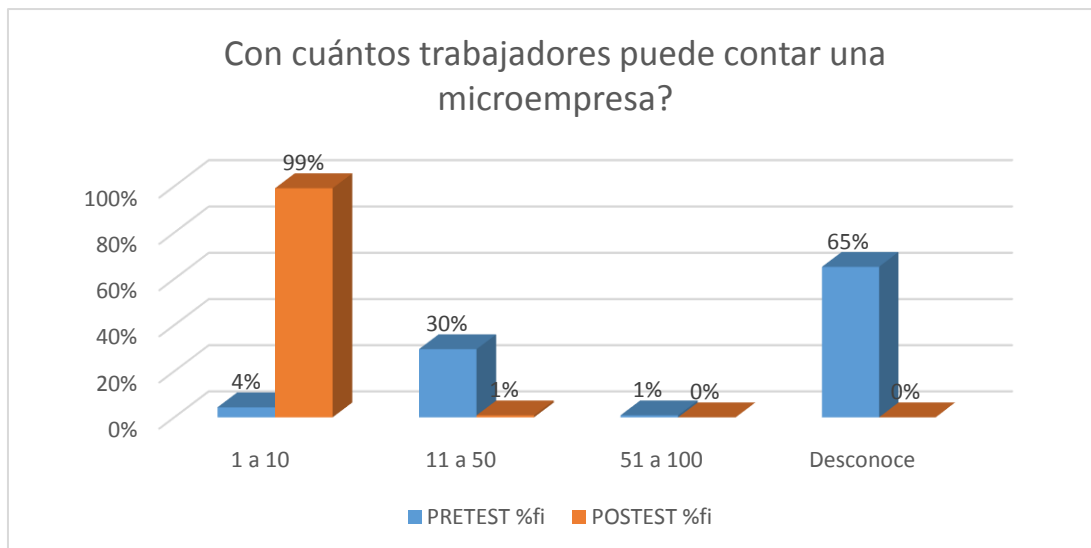


INTERPRETACIÓN: En el gráfico se denota la diferencia que se encontró en el pretest y en el posttest, llegando a un resultado que el 97% conoce el significado de MYPE, el 3% desconoce. Y de lo anterior se observó que el 63% decía micro y mediana empresa, el 34% mediana y grande empresa y el 3% micro y pequeña empresa. Al hablar de MYPE, hablamos de las micro y pequeñas empresas y en el mercado central de Ferreñafe son estas las que se deben formalizar, por ello la importancia de que conozcan referente al tema.

Gráfico N° 13

Pregunta 11: Con cuántos trabajadores puede contar una microempresa? del nuevo RUS?				
ALTERNATIVA	PRETEST		POSTEST	
	fi	%fi	fi	%fi
1 a 10	5	4%	114	99%
11 a 50	34	30%	1	1%
51 a 100	1	1%	0	0%
Desconoce	75	65%	0	0%
TOTAL	115	100.00%	115	100.00%

FUENTE: Encuesta realizada por los investigadores Rosa Fernández Díaz y Martha Elena Rivera Alcántara a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, 15 de Mayo del 2016

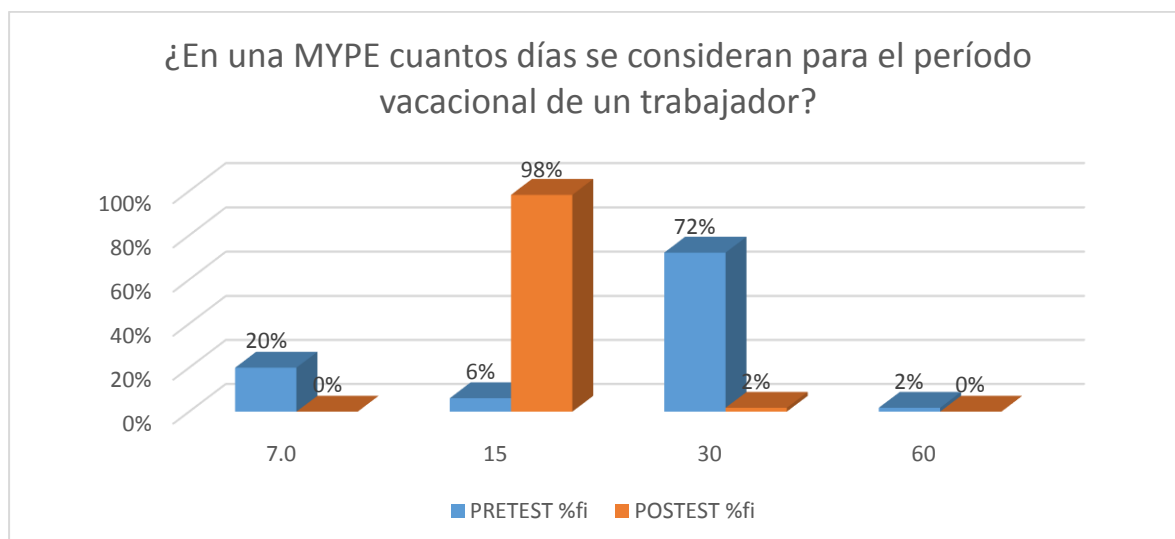


INTERPRETACIÓN: En el gráfico se denota la diferencia que se encontró en el pretest y en el postest, llegando a un resultado que el 99% conoce el número de trabajadores con el que debe contar una microempresa y el 1% dice que es de 11 a 50. Y de lo anterior se observó que el 65% desconocía totalmente el número, el 30% decía que es de 11 a 50, el 4% de 1 a 10 y el 1% de 51 a 100. Toda micro empresa debe tener presente que el número de sus trabajadores deben ser de 1 a 10, al tener 11 trabajadores ya pasaría a ser una pequeña empresa.

Gráfico N° 14

Pregunta 12: ¿En una MYPE cuantos días se consideran para el período vacacional de un trabajador?				
ALTERNATIVA	PRETEST		POSTEST	
	fi	%fi	fi	%fi
7.0	23	20%	0	0%
15	7	6%	113	98%
30	83	72%	2	2%
60	2	2%	0	0%
TOTAL	115	100.00%	115	100.00%

FUENTE: Encuesta realizada por los investigadores Rosa Fernández Díaz y Martha Elena Rivera Alcántara a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, 15 de Mayo del 2016

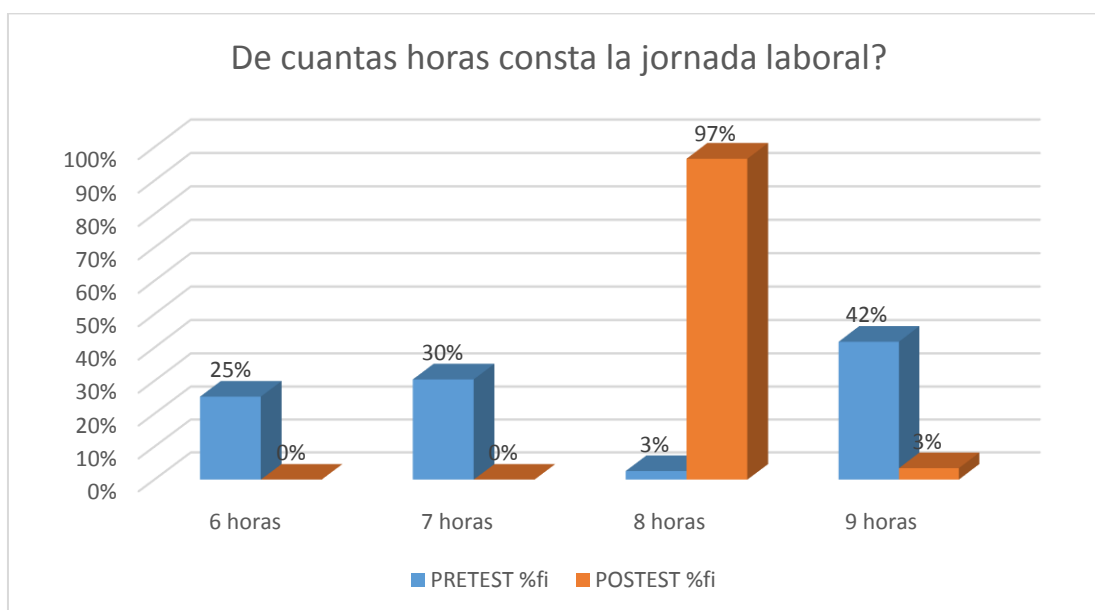


INTERPRETACIÓN: En el gráfico se denota la diferencia que se encontró en el pretest y en el posttest, llegando a un resultado que el 98% sabe el número de días (15 días) que toda MYPE debe considerar para el periodo vacacional de un trabajador, el 2% aún indica que son 30 días. Y de lo anterior se observó que el 72% decían que son 30 días, el 20% 7 días, el 6% 15 días y el 2% 60 días. Toda MYPE debe tener en cuenta los derechos y deberes que ejercen al formalizarse como tal, en este caso el periodo vacacional es un derecho que ejerce todo empleado por ley, el cual es de 15 días al año.

Gráfico N° 15

Pregunta 13: De cuantas horas consta la jornada laboral?				
ALTERNATIVA	PRETEST		POSTEST	
	Fi	%fi	Fi	%fi
6 horas	29	25%	0	0%
7 horas	35	30%	0	0%
8 horas	3	3%	111	97%
9 horas	48	42%	4	3%
TOTAL	115	100.00%	115	100.00%

FUENTE: Encuesta realizada por los investigadores Rosa Fernández Díaz y Martha Elena Rivera Alcántara a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, 15 de Mayo del 2016

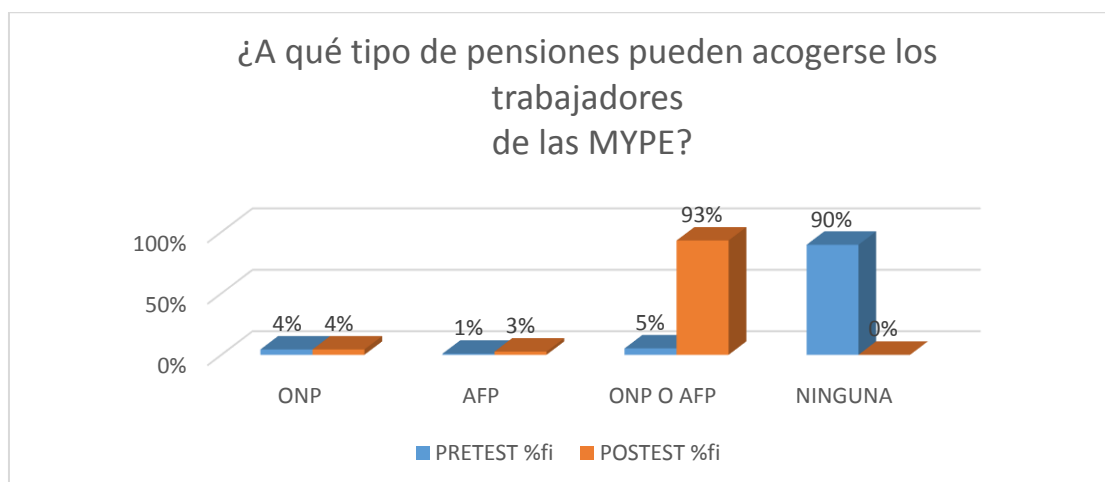


INTERPRETACIÓN: En el gráfico se denota la diferencia que se encontró en el pretest y en el postest, llegando a un resultado que el 97% tiene en claro que la jornada laboral consta de 8 horas, el 3% aún indica que consta de 9 horas. Y de lo anterior se observó que el 42% indicó 9 horas, el 30% 7 horas, el 25% 6 horas y el 3% 8 horas. Una jornada laboral consta de 8 horas, ley vigente al 2016, si el empleador obliga al empleado a trabajar más horas no está cumpliendo por lo establecido por la ley y puede recibir una sanción.

Gráfico N° 16

Pregunta 14: ¿A qué tipo de pensiones pueden acogerse los trabajadores de las MYPE?				
ALTERNATIVA	PRETEST		POSTEST	
	Fi	%fi	fi	%fi
ONP	5	4%	5	4%
AFP	1	1%	3	3%
ONP O AFP	6	5%	107	93%
NINGUNA	103	90%	0	0%
TOTAL	115	100%	115	100%

FUENTE: Encuesta realizada por los investigadores Rosa Fernández Díaz y Martha Elena Rivera Alcántara a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, 15 de Mayo del 2016

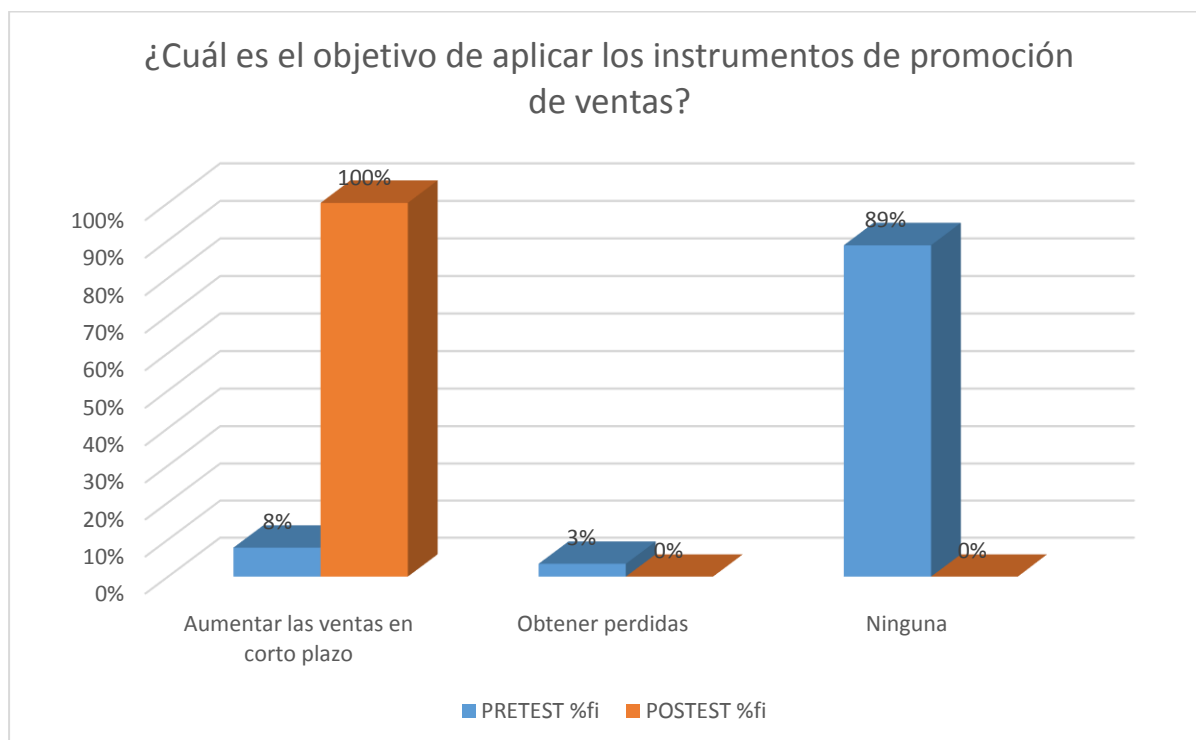


INTERPRETACIÓN: En el gráfico se denota la diferencia que se encontró en el pretest y en el posttest, llegando a un resultado que el 93% sabe a qué tipo de pensiones pueden acogerse los trabajadores de las MYPE, el 4% indica que solo a la ONP y el 3% a la AFP. Y de lo anterior se observó que el 90% indicó ninguna, el 5% ONP O AFP, el 4% ONP y el 1% AFP. Los trabajadores de las MYPE pueden acogerse a cualquiera de los 2 sistemas de pensiones, como son la ONP (sistema nacional de pensiones) o a la AFP (sistema privado de pensiones). Ambos son sistemas de pensiones pero con distintos beneficios que quedan a elección de cada trabajador. En ese sentido los trabajadores podrán elegir cualquier de estos dos sistemas de pensiones para percibir a futuro una “pensión de jubilación”.

Gráfico N° 17

Pregunta 16: ¿Cuál es el objetivo de aplicar los instrumentos de promoción de ventas?				
ALTERNATIVA	PRETEST		POSTEST	
	fi	%fi	fi	%fi
Aumentar las ventas en corto plazo	9	8%	115	100%
Obtener perdidas	4	3%	0	0%
Ninguna	102	89%	0	0%
TOTAL	115	100%	115	100%

FUENTE: Encuesta realizada por los investigadores Rosa Fernández Díaz y Martha Elena Rivera Alcántara a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, 15 de Mayo del 2016



INTERPRETACIÓN: En el gráfico se denota la diferencia que se encontró en el pretest y en el postest, llegando a un resultado que el 100% conoce el objetivo principal de aplicar los instrumentos de promoción de ventas. Y de lo anterior se observó que el 89% indicó que ninguna, el 8% aumentar las ventas en corto plazo, el 3% obtener pérdidas. Los instrumentos de ventas son muy utilizados en las grandes empresas con más frecuencia, como por ejemplo el 2x1 e instrumentos similares que permiten a la empresa incrementar las ventas de determinados productos y así aumentar las ventas en un menor tiempo.

Cuadro N° 18
VARIACION DE PORCENTAJES DE PRETEST Y POSTES

N°	PREGUNTAS	PRETES	POSTES	VARIACION
1	¿Conoce los trámites para formalizar su negocio?	12	98	86
2	¿Conoce que significa RUC?	8	98	90
3	¿Dónde se realiza el trámite para la inscripción del RUC?	15	97	82
4	¿Cuál es el valor de la UIT actualmente?	12	99	87
5	¿Sabía usted que existen 3 Regímenes Tributarios?	23	100	77
6	¿Sabe usted que existe un régimen adecuado para los comerciantes minoristas como es la "Categoría especial" del Nuevo RUS?	22	100	78
7	¿Cuál es la cuota aplicable de la "Categoría Especial" del Nuevo Rus?	5	100	95
8	¿A cuánto equivale la remuneración mínima vital?	5	100	95
9	¿Sabía usted. que pagando impuestos contribuye con el desarrollo del País?	14	100	86
10	¿Qué Significa MYPE?	3	97	94
11	¿Con cuántos trabajadores puede contar una microempresa?	4	99	95
12	¿En una MYPE cuantos días se consideran para el periodo vacacional de un trabajador?	6	98	92
13	¿De cuantas horas consta la jornada laboral?	3	97	94
14	¿A que tipo de pensiones pueden acogerse los trabajadores de las MYPE?	5	93	88
15	¿Cuál es el objetivo de aplicar los instrumentos de promoción de ventas?	8	100	92

4.2. Discusión de resultados

El propósito fundamental de esta investigación fue describir e identificar el nivel de informalidad que inciden en los comerciantes del mercado central de Ferreñafe, considerando variables dependientes e independientes, para medir dicha informalidad se hizo uso de una encuesta pre test y pos test, en la que se identificaron factores asociados a la informalidad que experimentan las personas

expuestas a dicha problemática. A continuación, se estarán discutiendo los principales hallazgos de este estudio, no sin antes mencionar que para dar respuesta a este objetivo se seleccionó una muestra de 115 de una población de 165.

De los resultados obtenidos en esta investigación, se puede deducir que mediante capacitaciones constantes podemos llegar a reducir la informalidad en nuestro país.

La Discusión de los Resultados la iniciamos con el análisis de algunas preguntas formuladas en el pre tes aplicado a los comerciantes informales del Mercado Central de Ferreñafe, lo que nos ha permitido determinar que por desconociendo en lo que respecta a la formalización, obligaciones tributarias, laborales y aplicación de instrumentos para incrementar sus ventas, ellos han venido realizando sus actividades comerciales dentro del sector informal y de esa manera evadiendo los impuestos que corresponden a pagar.

Se pudo apreciar que desconocían de los beneficios del Nuevo RUS, como es la categoría especial, la misma que beneficiaría a la mayor parte de la población estudiada, ya que la mayor parte de estos informales expenden frutas y verduras.

Realizando la comparación de estos resultados con los estudios realizados por otros investigadores como es el caso de Rivera & Silvera, en la ciudad de Ecuador y Aguilar, Martínez y Ortiz en la ciudad de Salvador, donde concluyen que la falta de capacitación en los comerciantes informales genera un alto desconocimiento en la formalización de sus negocios y el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Del mismo modo de los resultados obtenidos en los gráficos N°12, 13, 14, 15 y 16 en lo que respecta al régimen laboral, al pertenecer estos al sector informal, los más perjudicados serían sus trabajadores ya que ellos no contarían con un seguro de salud y no adquirirían ningún beneficio laboral.

Al aplicar nuestra capacitación empresarial se ha podido apreciar en los resultados de nuestra postes, los resultados de este instrumentos han sido óptimos, como se evidencian en los cuadros de análisis de gráficos, lo que se

comprueba lo señalado por María Martínez Carrillo; donde indica que el objetivo general de la capacitación es lograr proporcionar conocimientos, habilidades y actitudes para el eficiente desempeño del usuario.

CAPITULO V:
PROPUESTA DE INVESTIGACION

5.1. PROPUESTA DE TALLERES

A continuación se describirá los diversos talleres a desarrollarse en el mes de Mayo.

Taller N° 01: APRENDIENDO A FORMALIZAR MI NEGOCIO

OBJETIVOS: El objetivo de este taller es que los comerciantes conozcan la importancia de formalizar un negocio, los pasos y requisitos que involucran en ello y los beneficios que obtendrán para crecer su negocio o establecimiento comercial y las sanciones que podría evitar.

ACTIVIDADES O ESTRATEGIAS

MOTIVACION:

DEFINICION DE FORMALIZACION

EXPLICAR EN QUE CONSISTE LA FORMALIZACION

PASOS PARA CONSTITUIR UNA EMPRESA:

BENEFICIOS DE LA FORMALIZACION:

ASPECTOS GENERALES:

DURACION DEL TALLER: 2 veces a la semana

FECHA:

HORAS: 02 Horas/ Día

METODOLOGIA: TEORICO/PRACTICO

EVALUACION:

Pres – Test

Post – Test

Taller N° 02: REGIMENES TRIBUTARIO

OBJETIVOS: El objetivo de este taller es que los comerciantes conozcan y apliquen la normatividad tributaria en sus empresas

ACTIVIDADES O ESTRATEGIAS

MOTIVACION:

TIPOS:

Nuevo Régimen único Simplificado

Régimen Especial de renta

Régimen general de Renta

DEFINIR LOS OBJETIVOS DEL NUEVO RUS:

DAR A CONOCER QUIENES PUEDEN ACOGERSE AL NUEVO RUS:

QUIENES NO PUEDEN ACOGERSE AL NUEVO RUS:

CATEGORIAS DEL NUEVO RUS

CUOTAS DEL NUEVO RUS

ASPECTOS GENERALES:

DURACION DEL TALLER: 2 veces a la semana

FECHA:

HORAS: 02 Horas/ Día

METODOLOGIA: TEORICO/PRACTICO

EVALUACION:

Pres – Test

Post – Test

Taller N° 03: REGIMEN LABORAL

OBJETIVOS: El objetivo de este taller es promover a los comerciantes acceder a la formalidad, a fin de que los actores participantes (trabajadores, empresario y microempresas) se encuentren protegidos en términos de salud y empleo.

ACTIVIDADES O ESTRATEGIAS

MOTIVACION:

DEFINICION MYPES

REQUISITOS PARA PERTENER A LAS MYPES

BENEFICIOS DE UNA MYPE FORMALIZADA

TIPO DE PENSIONES (ONP – AFP)

REMUNERACION MINIMA VITAL

DERECHOS DE LOS TRABAJADORES

ASPECTOS GENERALES:

DURACION DEL TALLER: 2 veces a la semana

FECHA:

HORAS: 02 Horas/ Día

METODOLOGIA: TEORICO/PRACTICO

EVALUACION:

Pres – Test

Post – Test

Taller N° 04: INSTRUMENTOS DE PROMOCION DE VENTAS

OBJETIVOS: El objetivo de este taller es promover a los comerciantes a implementar instrumentos de promoción de ventas para incrementar sus ingresos.

ACTIVIDADES O ESTRATEGIAS

MOTIVACION:

MARKETING

PUBLICIDAD

OFERTAS

DESCUENTOS

PROMOCIONES

ASPECTOS GENERALES:

DURACION DEL TALLER: 2 veces a la semana

FECHA:

HORAS: 02 Horas/ Día

METODOLOGIA: TEORICO/PRACTICO

EVALUACION:

Pres – Test

Post – Test

CAPITULO VI
CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

Como resultado de nuestra investigación en general podemos concluir:

1. De los 386 comerciantes del mercado central de Ferreñafe el 42.75% son informales, debido a diferentes factores como son la migración de zonas rurales, de la ciudad de Chiclayo, falta de información, deseos de generar mayores ingresos, complejas normas tributarias, desempleo y bajo nivel educativo.
2. El diseño de los talleres de capacitación en: Formalizando mi Negocio, Regímenes Tributarios, Laborales e Instrumentos de Promoción de ventas que se aplicaron al sector informal del Mercado central de Ferreñafe, surgieron para aportar los conocimientos básicos y prácticos de los temas antes indicados.
3. Que, al aplicar los talleres de capacitación empresarial se pudo observar en el gráfico N°3, referente a la pregunta ¿Conoce los trámites para formalizar su negocio?, que el 88% desconocía dichos trámites, indicador preocupante ya que ellos no eran conscientes de la importancia de formalizar su negocio, los beneficios que obtendría con ello y las obligaciones tributarias que debía realizar, así como ser considerado dentro del sector financiero para obtener créditos financieros a una tasa de interés baja.
4. Los resultados obtenidos al aplicar los talleres de capacitación empresarial a los comerciantes informales del mercado Central de Ferreñafe, fueron satisfactorios, como lo refleja el cuadro N°18, Variación de pre test y pos tes han tenido como índice más del 50%, lo que evidencia con estos resultados que la capacitación sea logrado los resultados esperados.

6.2. RECOMENDACIONES

1. Que la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT brinde constantemente capacitaciones a estos sectores informales sobre regímenes tributarios y de las consecuencias que demandaría el incumplimiento de sus obligaciones tributarias y de esa manera crear conciencia en ellos para disminuir la evasión de los impuestos a los que estén obligados como es el caso del IGV, Impuesto a la Renta y el ESSALUD.
2. La Municipalidad Provincial de Ferreñafe encargada de la administración del Mercado Central debe exigir como requisito indispensable la ficha RUC para que los comerciantes puedan obtener su respectiva licencia de funcionamiento dentro del mercado y el estado debería disminuir los impuestos y hacer más ágil los trámites para el pago de ellos y sobre todo ganarse la confianza de los comerciantes administrando de manera adecuada la recaudación de los impuestos realizando construcciones de obras públicas.
3. El Estado debe buscar mecanismos para lograr formalizar a aquellos comerciantes del sector informal, que se encuentran albergados alrededor de los centros de abastos a nivel nacional que están en la informalidad, brindándoles mayores facilidades y beneficios para que se formalicen, promocionar la Ley Mype 28015, y el Decreto Supremo N° 008-2008-TR ya que el aporte de estos comerciantes informales a las arcas del estado sería beneficioso para el país.

BIBLIOGRAFIA

- Aguilar Santos, K., Martínez Avilés, M., & Ortiz Jaco, V. (2010). Guía Descriptiva de los trámites legales y formales que deben cumplir las empresas nacionales para iniciar sus operaciones en el Salvador. Salvador.
- Arque, P. B. (Noviembre de 2005). Magnitud en la economía informal en el Perú y en el Mundo. Gestión en el Tercer Milenio, UNMSM. Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/administracion/n14_2005/a04.pdf
- Cabrera, Y. R. (2010). institut-gouvernance.org. Obtenido de <http://www.institut-gouvernance.org/bdf/fr/experienca/fiche-experienca-10.html>
- Cardozo, D. C. (2014). Monografia.com. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos102/comercio-informal-ciudad-chiclayo/comercio-informal-ciudad-chiclayo.shtml>
- Carrilo, M. M. (2009). <http://nolycarrillo.jimdo.com>. Obtenido de <http://nolycarrillo.jimdo.com/unidad-1/objetivos-y-funciones-de-la-capacitaci%C3%B3n/>
- Castillo Layza, G., & Rodríguez Salirrosas, V. (2015). Factores económicos y culturales asociados a la evasión tributaria en los comerciantes del mercado Santo Domingo de la ciudad de Trujillo. Trujillo.
- Cuellar, K. (s.f.). Monografia.com. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos87/influencia-comercio-informal-desarrollo-desigual/influencia-comercio-informal-desarrollo-desigual.shtml>
- Frigo, E. (s.f.). Ques es la Capacitación. Obtenido de <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>:
<http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>
- Lizana Bruno, N., & Niquén Rodas, L. (2014). Implicancias tributarias de la informalidad de los comerciantes del mercado Moshoqueque para mejorar la recaudación, en el distrito de José Leonardo Ortiz. Chiclayo.
- Loayza, N. (s.f.). Obtenido de <https://core.ac.uk/download/files/153/7115890.pdf>
- López Camargo, E. (2012). El Comercio Informal en Colombia: Cusas y Consecuencias. Rev. In Vestigium , 109-116.
- Mago, I. D. (Agosto de 2013). laccei.org. Obtenido de <http://www.laccei.org/LACCEI2013-Cancun/RefereedPapers/RP233.pdf>:
<http://www.laccei.org>
- Mestanza Burga, L., & Obando de la Cruz, D. (2014). Aplicación de estrategias de educación tributaria para disminuir la informalidad en las microempresas del mercado de Moshoqueque. Chiclayo.

- Pachamango Rubio, N. (2014). La Ley de formalización laboral N° 30056: Beneficios en los trabajadores de las MYPES del sector calzado en el distrito el Porvenir. Trujillo.
- Peña, M. G. (s.f.). Chiclayoenlinea.com. Obtenido de 2015: <http://www.chiclayoenlinea.com/noticias/economia/11/06/2015/lambayeque-99-de-la-actividad-industrial-esta-en-manos-de-microempresas>
- Peñaranda, C. (Enero de 2015). Radio RPP. Obtenido de <http://rpp.pe/lima/actualidad/noticia-360-peru-es-uno-de-los-paises-mas-informales-del-mundo-noticia-762514>
- Rivera Hernández, J., & Silvera, O. I. (2012). Formalización Tributaria de los comerciantes informales en la zona del Cantón Milagro. Ecuador.
- Toledo, A. (9 de Marzo de 2011). LAS MYPES ANTE UN ESCENARIO DE RECUPERACION ECONOMICA. Obtenido de Prensalercoop: <http://prensalercoop.blogspot.pe/2011/03/en-el-congreso-nacional-de-mypes-2011.html>

ANEXOS

ANEXO N° 01

ENCUESTA APLICADA A COMERCIANTES DEL SECTOR INFORMAL DEL MERCADO CENTRAL DE FERREÑAFE

INTRUCCIONES: A continuación se presenta un conjunto de preguntas con sus respectivas respuestas, marca con un aspa (x) dentro del recuadro que Ud. Considere la respuesta correcta. Por lo que le agradecemos por su colaboración, esperando que su información proporcionada refleje sus deseos.

1. ¿Conoce los trámites para formalizar su negocio?
a) Si () b) No ()
2. ¿Conoce que significa RUC?
a) Si () b) No ()
3. ¿Dónde se realiza el trámite para la inscripción del RUC?
a) SUNAT () b) SUNARP () c) Municipalidad ()
4. ¿Cuál es el valor de la UIT actualmente?
a) S/.3,650 () b) S/.3,750 () c) S/.3,850 ()
d) S/.3,950 ()
5. ¿Sabía usted que existen 3 Regímenes Tributarios?
a) Si () b) No ()
6. ¿Sabe usted que existe un régimen adecuado para los comerciantes minoristas como es la “categoría especial” del Nuevo Régimen Único Simplificado?
a) Si () b) No ()
7. ¿Cuál es la cuota aplicable de la “Categoría Especial” del nuevo RUS?
a) S/.0 () b) S/.20.00 () c) S/. 50.00 () d) S/.100.00 ()
8. ¿A cuánto equivale la remuneración mínima vital?
a) S/.650.00 () b) S/.750.00 () c) S/.850.00 () d) S/.950.00 ()
9. ¿Sabía usted que pagando impuestos contribuye con el desarrollo del país?

a) Si () b) No ()

10. ¿Qué significa MYPE?

- a) Micro y mediana empresa () b) Micro y pequeña empresa ()
c) Mediana y grande empresa ()

11. ¿Con cuántos trabajadores puede contar una microempresa?

- a) 1 a 10 () b) 1 a 50 () c) 1 a 100 ()

12. ¿En una MYPE cuantos días se consideran para el período vacacional de un trabajador?

- a) 7 () b) 15 () c) 30 () d) 60 ()

13. ¿De cuantas horas consta la jornada laboral?

- a) 6 () b) 7 () c) 8 () d) 9 ()

14. ¿A qué tipo de pensiones pueden acogerse los trabajadores de las MYPE?

- a) ONP () b) AFP () c) ONP O AFP () d) NINGUNO ()

15. ¿Utiliza algunos instrumentos de promoción para incrementar sus ventas?

- a) Siempre () b) A veces () c) Nunca ()

16. ¿Cuál es el objetivo de aplicar los instrumentos de promoción de ventas?

- a) Aumentar las ventas en corto plazo ()
b) Obtener perdidas ()
c) Ninguna ()

Gracias por su colaboración.





