



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL
DE CONTABILIDAD**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**“LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS DE LAS
INSTITUCIONES PÚBLICAS Y SU INFLUENCIA
PARA LA FORMALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS
EMPRESARIOS DEL MERCADO 28 DE JULIO DE
JAÉN, 2017”.**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN CONTABILIDAD**

Autor(es):

**Campos Medina Yojani Malú
Núñez Aguilar Leidy**

Asesor:

Mg. Vidaurre García Wilmer Enrique

**Línea de Investigación
Tributación**

**Jaén - Perú
2017**

RESUMEN

La presente investigación titulada “Los Procesos Administrativos De Las Instituciones Públicas Y Su Influencia Para La Formalización De Los Pequeños Empresarios Del Mercado 28 De Julio De Jaén, 2017”, es un trabajo científico respaldado en Teorías importantes como: influencia social, obediencia a la autoridad, y teoría de las Necesidades Humanas.

El Objetivo de la investigación fue determinar la influencia de los procesos administrativos en la formalización de los Comerciantes Ambulantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, 2017, la cual se ejecutó con la búsqueda de investigaciones anteriores, libros y aplicación de encuesta.

El tipo de estudio utilizado es descriptivo, de diseño no experimental, transversal descriptivo.

Para la elaboración del proyecto consideramos la población que es de 140 ambulantes informales, siendo la muestra de 57 comerciantes, estudiaremos los puntos clave en este proyecto entregándoles las herramientas a utilizar en ese caso la encuesta, luego basear toda la información requerida por el estudio.

En los Resultados se ha definido que existe influencia de los procesos administrativos de las instituciones públicas con la formalización del comercio ambulatorio, por desconocimiento sobre el tema no hacen los trámites de acuerdo a ley de formalización, las instituciones encargadas en esta actividad deben comprometerse más, efectuando y promoviendo campañas de motivación sobre formalización empresarial, dar a conocer sobre los beneficios que implica la formalización, con el fin de incentivar a los comerciantes informales a formalizar sus negocios generando con esto incrementar el comercio formal en nuestra ciudad.

Palabras Claves

Procesos Administrativos, Formalización, Comerciante Informal, comercio formal, pequeño empresario.

Índice

RESUMEN	2
INTRODUCCIÓN	5
I. Problema de la investigación	6
1.1. Realidad Problemática	6
1.2. Formulación del problema	7
1.3. Justificación e importancia	7
1.4. limitaciones de la investigación	7
1.5. Objetivos	8
1.6. Marco teórico	8
1.6.1. antecedentes de la investigacion	8
1.6.2. Bases teóricas científicas	12
1.6.2.1 Teoría de la influencia social	12
1.6.2.1 Teoría de la Obediencia a la Autoridad	12
1.6.2.1 Teoría de las Necesidades Humanas	13
1.6.3. Definición de términos básicos	13
1.6.4. Concepciones	14
1.7. Marco metodológico	24
1.7.1. Tipo y diseño de investigación	24
1.7.1.1 Tipo de investigacion	24
1.7.1.2 Diseño de investigacion	24
1.7.2. Poblacion y muestra	25
1.7.3. Hipótesis	25
1.7.4. Variables	26
1.7.5. Operacionalización	26
1.8. abordaje metodológico, tecnicas e instrumentos de recoleccion de datos. ..	27
1.9. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
1.10. Procedimiento para la recolección de datos	28
1.11. Plan análisis estadístico e interpretación de los datos	28
1.12. Criterios éticos	29
1.13. Criterios de rigor científico	29

II. DESARROLLO	31
2.1 . Análisis e interpretación de resultado	31
2.2. Discusión de resultados	48
III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	49
3.1 conclusiones	49
3.2 Recomendaciones	50
3.3 Cronograma de actividades	51
3.4 Presupuesto	52
3.4.1. Materiales	52
3.4.2. Financiamiento	52
IV. Referencias bibliográficas	52
ANEXOS	55
Anexo 1	56
ENCUESTA DE INVESTIGACION DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 28 DE JULIO	56
Anexos 2	58
Anexo 3	58

INTRODUCCIÓN

(Rodríguez , 2012). El aumento desmedido de los ambulantes en las calles y en otros lugares públicos, es el hecho de que la cultura política de la corrupción y el clientelismo se hace evidente en su ejercicio. Los líderes de los vendedores ambulantes reproducen fuera del gobierno y las instituciones, las prácticas que por años caracterizaron al sistema político.

La investigación realizada, ha sido enfocada a Demostrar la influencia de los procesos administrativos en la formalización de los Comerciantes Ambulantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, 2017.

Se consideró una hipótesis condicional y fue la siguiente: Si promovemos mayor conocimiento de los procesos administrativos actuales de las Instituciones Publicas entonces, se fortalecerá la formalización de los Comerciantes Ambulantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, 2017.

Se llegó a determinar que los procesos administrativos si ejerce influencia en el proceso de formalización comercial de los Comerciantes Ambulantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, 2017.

I. Problema de la investigación

1.1. Realidad Problemática

En la actualidad el mundo globalizado en que vivimos los negocios demandan de un clima adecuado, establecido en normas que apoyan la práctica legal. En el ambiente se aprecia elevados costos de transacción producidos por las tediosas trabas administrativas y burocráticas, las mismas que desligan consecuencias desfavorables en el entorno empresarial, es decir inconvenientes en la inversión.

En Cajamarca se aprobó una ordenanza municipal número 016-98-CMPC, de fecha 20 de mayo del 2008, donde regula el comercio ambulatorio y señala tácitamente que está prohibido construir en esta vía, bajo sanción de iniciar las sanciones legales correspondientes, por ser áreas de dominio público, sin embargo, los propietarios de las viviendas, han hecho caso omiso a este mandato municipal.

En Jaén podemos apreciar en los últimos 40 años padece un incontrolable comercio ambulatorio, problema que ha incrementado indiscriminadamente, tanto que la autoridad municipal ha perdido el control, el comercio ambulatorio se ha diversificado, dejando atrás lo tradicional, hasta llegar a un comercio ambulatorio nómada y con rasgos de apropiación indefinida de ciertos sectores de la ciudad, ejemplo son las calles, adyacentes al Mercado 28 de Julio, que ha perdido sus veredas, en ellas se levanta un mercadillo informal.

En la actualidad los alrededores del Mercado 28 de Julio de Jaén soporta una sobrepoblación de comerciantes ambulatorios, lo que se ha convertido en un problema social latente, proliferando en sus inmediaciones la delincuencia en todas sus formas.

Más de una autoridad ha fracasado en la reubicación, los problemas que origina el comercio ambulatorio no sólo atentan contra el orden urbano y el ornato, sino también afecta al ecosistema, como se conoce el comercio ambulatorio están totalmente desbordados.

1.2. Formulación del problema

¿De qué manera los procesos administrativos de las instituciones públicas influyen en la formalización de los pequeños empresarios del mercado 28 de julio de Jaén, 2017?

1.3. Justificación e importancia

Esta investigación se justifica por la necesidad que tiene las instituciones públicas para promover la formalización de las pequeñas empresas, facilitándoles varios beneficios a los que estas pequeñas empresas pueden alcanzar si es que se formalizan, tales como facilidad para adquirir financiamiento por parte de entidades financieras, facilidades de formalización legislativas y tributarias con el fin que estas pequeños empresarios puedan expandir sus productos, no solo a nivel nacional, sino que también a países extranjeros por medio de beneficios arancelarios que han sido establecidos a través de tratados y acuerdos comerciales con otros países.

Por otra parte, esta investigación resultará importante porque servirá como guía para que los pequeños empresarios se informen sobre qué beneficios económicos, legislativos y cuáles son las oportunidades podrían obtener si es que se formalicen, El tema que estamos desarrollando es la clave para el desarrollo de nuestros pueblos, si todos somos conscientes de lo importante que es la formalización vamos a generar mayor crecimiento económico.

1.4. limitaciones de la investigación

Las limitaciones que tenemos en este tipo de investigación son la información teórica y práctica de acuerdo con el tema que estamos desarrollando, pues a medida que vamos avanzando nos encontramos con limitaciones teóricas, debido a que en la provincia de Jaén no existen bibliotecas especializadas para hacer la búsqueda correcta.

El manejo del Internet es limitado, debido a que el nivel de navegación es muy lento y las páginas web que tienen información referente a nuestra investigación son de contenido amplio lo cual dificulta para poder acceder a estas páginas especializadas.

Escasa participación y disponibilidad de los comerciantes ambulantes del mercado 28 de julio de Jaén para participar en la investigación y limitada información de los responsables del mercado 28 de Julio de Jaén necesaria en nuestra investigación.

1.5. Objetivos

Objetivo General

- ★ Determinar la influencia de los procesos administrativos de las instituciones públicas en la formalización de los pequeños empresarios del mercado 28 de julio de Jaén, 2017.

Objetivo Especifico

- ★ Identificar la influencia de los procesos administrativos públicos en la formalización de los pequeños empresarios del mercado 28 de julio 2017.
- ★ Recomendar la simplificación de los procesos administrativos como atractivo para la formalización de los pequeños empresarios del mercado 28 de julio 2017.

1.6. Marco teórico

1.6.1. antecedentes de la investigacion

CALDAS (2010) indica, que los vendedores muestra un alto nivel de desconocimiento del proceso para hacer el registro de sus negocios en estos organismos de comercio.

RENGEL (2013); Titulada “Carencia Normativa que regule el Comercio Ambulante en el Código de Comercio”; con Objetivo General: Realizar un estudio jurídico, doctrinario y crítico al Código de Comercio Ecuatoriano y la Ley de

Régimen Municipal, la Ley Código de Ordenamiento Territorial. El tipo de investigación empleado es descriptiva, Método Hipotético-Deductivo; donde se concluye que: La Constitución aprobada en septiembre del 2008 recorre al Comercio Informal, como un gesto de la economía del País y por ello ha causado su protección.

TARAZONA Y VELIZ DE VILLA (2016); Titulada “Cultura tributaria en la formalización de las Mypes”,(caso: micro empresa T&L SAC); cuyo Objetivo General fue: Determinar la incidencia de la cultura tributaria en la formalización de la empresa T&L S.A.C. como Micro empresa – en la ciudad de Pomabamba – Ancash, 2013. El tipo de investigación empleado es la Metodología Descriptiva, donde se concluye que: el nivel de cultura tributaria en la provincia de Pomabamba es muy baja por el alto índice de informalidad, esto es consecuencia de la falta de orientación de las instituciones encargadas ya que en dicha zona no existen; por tal motivo la empresa T&L S.A.C. incurrió en muchos errores durante su formalización.

AGUIRRE & SILVA (2013); Titulada: “Evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del distrito de Trujillo” - año 2013, El tipo de investigación es descriptiva, diseño descriptivo correlacional de una sola casilla, donde se concluye: que 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.

MONDRAGON (2013); titulada “Determinacion de las causas y diagnostico del comercio informal en la ciudad de piura”; con objetivos específicos:

a) Lograr un diagnóstico del comportamiento del Sector Informal Urbano en cuanto al comercio de bienes finales en el distrito de Piura, de modo que permita realizar un análisis que explique dicho comportamiento.

b) Conocer el porcentaje de personas que probablemente continuarán en la actividad informal y las razones por las que lo harán, para verificar la tendencia de este sector a mantenerse en el mercado.

El tipo de investigación empleado es la Metodología Descriptiva, donde se concluye que: Los agentes vendedores en el Sector Informal Urbano se debe básicamente a la situación de costumbre que ellos adoptan. A lo largo de las entrevistas realizadas a estos agentes con motivo de las encuestas, se pudo comprobar que se encuentran satisfechos con esta actividad y que no desean adoptar otra forma de trabajo porque consideran que de alguna manera ya se han consolidado en ella; manejan a su modo el financiamiento del negocio y sus proveedores e incluso muchos de ellos tiene ya su clientela establecida.

En conclusión pese a las razones que se les sugirió para cambiar su actividad por una de carácter productivo como trabajadores dependientes de una empresa formal, sus razones para quedarse fueron de mayor peso. Esto sugiere la idea de que la tendencia a incrementar la informalidad con el paso de los años a la luz de la economía peruana es cada vez mayor.

Recomendando que urge una medida de reordenamiento pues existente en los centro de abastos de Piura desorden, ya que hay sonas en los mercados donde, algunos días es casi imposible el tránsito peatonal debido a la aglomeración tanto de comerciantes formales como de informales. Esta medida de reordenamiento debería realizarse de manera progresiva, afianzando el binomio Municipalidad–Comerciantes, de modo que se entienda bien que los intereses convergen hacia un mismo fin y que no tienen por qué contraponerse. Fortalecimiento de las organizaciones, tratando en lo posible que estas no sean tan diversas y que se logre una correcta concertación y donde la Municipalidad sea sólo el ente promotor de la ejecución de la Obra.

VIGIL LAZO Y YOLANDA (2013); en su artículo “Formación, crecimiento y proyección de las Mypes”. En el concluye:

- ✓ La MYPE es en el Perú un motor generador de empleo, ingresos y descentralización.

- ✓ El Estado debe participar activamente en la promoción y desarrollo de este sector, ya que hay que aprovechar el emprendimiento de los peruanos y las ganas de trabajar, si se aprovecha este motor, el desarrollo se encontraría mucho más cerca, ya que se disminuiría el nivel de desempleo, pobreza y centralización en el Perú.
- ✓ Fomentar la formalización de empresas y participar del cambio que se necesita para alcanzar los objetivos que el país anhela.

CASTILLO Y AUGUSTO (2012); en su artículo “Legislación de las MYPES y la problemática de su informalidad “. En él concluye:

- ✓ Esta investigación, nos permitirá saber si es la rigidez de las leyes de la materia, la que ocasiona la informalidad y de ser así si esto se debe a que “estar a derecho”, es visto como un gasto dentro de la empresa o, si por ejemplo, es la consecuencia del difícil acceso al conocimiento por parte de las personas que desarrollan la actividad.
- ✓ Podremos saber si los costos de la organización legal de una pyme son representativos, en el cuadro de inversión inicial de su Plan de Negocios.

FRESCO Y SEOANE; EN SU ARTÍCULO (2014) “¿Por qué las pymes ceden lugar a la informalidad legal?”. En él hace referencia:

- ✓ Que las pequeñas empresas son las que más mano de trabajo contrata con relación al capital invertido. Así mismo, nacen organizadas en forma precaria e informal, debido a que estas empresas sufren los embates de los cambios económicos, que soportan con mayor o menor tolerancia.
- ✓ Constituir e inscribir una sociedad, asesorarse sobre temas relacionados con el derecho laboral, tributario, el de contrataciones y seguros, etc.

DURAN Y JUAN CARLOS; EN SU ARTÍCULO (2012) “La informalidad de las Pymes: un elemento que afecta el crecimiento y desarrollo económico y social del país”. En él concluye:

- ✓ La informalidad de los negocios, reflejada en evasión y otras prácticas ilegales, además de afectar su propio desarrollo empresarial, conlleva a resultados funestos para el estado quien ve reducidas sus bases impositivas y por tanto sus recaudos, con lo que limita su capacidad de inversión y compensación hacia la sociedad, y con ello la continuidad de un círculo vicioso en el que nunca se logran evidenciar índices adecuados de crecimiento y desarrollo económico, mejores condiciones de vida de la población, etc.
- ✓ Las políticas y estímulos para fomentar la actividad emprendedora en el país, no han logrado dar los resultados esperados; por lo tanto deben ser fortalecidas y prolongadas en el tiempo; sólo así se lograrán consolidar procesos empresariales adecuados a las necesidades del mercado nacional e internacional con innovación tecnológica.
- ✓ Estas situaciones crean de alguna manera obstáculos para hacer frente a los competidores y por tanto para extenderse y permanecer en el mercado.

1.6.2. Bases teóricas científicas

1.6.2.1 Teoría de la influencia social

La teoría de la influencia social propone que el comportamiento humano se ve afectado por la sociedad en que se desenvuelven los individuos.

Asch (1958) señala que la necesidad de aprobación social es de tal magnitud que los individuos aceptan las opiniones mayoritarias y ceden sus propias opiniones, inclusive siendo conscientes de que pueden ser equivocadas, con el único fin de pertenecer a un grupo y no ser rechazados socialmente.

(Timaná & Pazo, 2014). La influencia social puede ser informativa y normativa, La primera ocurre cuando los individuos sienten la necesidad de estar informados y la segunda cuando los individuos modifican su comportamiento adaptándolo a las expectativas de los otros con la finalidad de ser aceptados por ellos.

1.6.2.1 Teoría de la Obediencia a la Autoridad

(Milgram, 1960). La influencia social incluye la persuasión, la conformidad social, la aceptación social y la obediencia social.

(Timaná & Pazo, 2014) La persuasión es el proceso mediante el cual se influye en el comportamiento de una persona para intentar modificar sus actitudes y cambiar su comportamiento. La conformidad social se produce cuando los individuos cambian sus actitudes y comportamientos para cumplir con las normas grupales y así poder adaptarse a la sociedad. La aceptación social, en cambio, implica una petición directa de un individuo a otro, consiste en aceptar lo que la otra persona le pide o le exige. La obediencia social supone que una persona obedece órdenes directas de otra que tiene algún tipo de autoridad en determinado grupo social.

1.6.2.1 Teoría de las Necesidades Humanas

(Maslow, 1943). Esta teoría, denominada como la jerarquía de las necesidades humanas.

(Timaná & Pazo, 2014). Señala que, hasta el momento en que se satisfacen las necesidades, algunos motivos son más importantes que otros y, por tanto, un individuo atenderá las necesidades ubicadas más alto en la pirámide siempre que haya satisfecho las necesidades básicas, ubicadas en la base de la pirámide. Señaló que el ser humano actúa para satisfacer sus necesidades más urgentes, por lo que podría considerarse que un comerciante ambulante al realizar sus ventas estaría satisfaciendo sus necesidades básicas de alimentación, seguridad, sobrevivencia, etc. sin considerar que para realizar comercio debe formalizarse y al existir un número alto, la probabilidad de ser detectado y sancionado por la administración es casi nula. (P. 17 - 20).

1.6.3. Definición de términos básicos

Procesos Administrativos: es una serie o una secuencia de actos regidos por un conjunto de reglas, políticas y/o actividades establecidas en una empresa u

organización, con la finalidad de potenciar la eficiencia, consistencia y contabilidad de sus recursos humanos, técnicos y materiales.

- ❖ **Influencia:** es la acción y efecto de influir. Este verbo se refiere a los efectos que una cosa produce sobre otra.
- ❖ **Comerciante Informal:** Se define como aquel intercambio económico que se realiza de manera irregular y oculta. Irregular porque no sigue los procesos fiscales y de permisos requeridos por las autoridades para ejercer esa actividad.
- ❖ **Formalización Comercial:** Toda persona natural o jurídica que inicia una actividad comercial o profesional pasa a llamarse contribuyente y adquiere obligaciones legales ante el Estado, como es la declaración y pago de impuestos por las actividades económicas que realiza.
- ❖ **Pequeños Empresarios:** es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones.

1.6.4. Concepciones

Definición de Procesos Administrativos

De acuerdo con Comadira (2002) citado por Ivanega (2011), indica que el procedimiento o proceso administrativo es la serie, secuencia o sucesión de actos que, es dirigida a la satisfacción directa e inmediata del bien común o interés público, constituye el elemento ordenador, regulador y sistematizador del desenvolvimiento de la función administrativa del Estado. Se trata, entonces, de un conjunto de formas jurídicamente reguladas que se cumplen por y ante los órganos que ejercen aquella función, con el objeto de preparar la emisión de actos administrativos. Por ello, es un instrumento de control, tanto de la legitimidad como del acierto de las decisiones en relación al interés público (Ivanega, 2013 p. 156).

1. La participación ciudadana en los procesos administrativos

Los derechos a participar implican por necesidad de obligaciones positivas a cargo de la administración, lo que comprende la existencia de mecanismos

institucionales para lograr una comunicación fluida entre administración y administrado (Ivanega, 2012 p. 157).

La Empresa Unipersonal

Es un negocio individual donde el titular, en este caso tú, desarrolla toda la actividad empresarial aportando capital y trabajo.

Además, no tiene responsabilidad limitada, es decir, deberás responder con tu patrimonio personal frente a posibles deudas que se generen en el negocio. Para formalizar este trámite, la persona natural debe efectuarlo de manera personal. El registro es sencillo y poco costoso. No es obligatorio el uso de estatutos, minuta de constitución, la inscripción en Registros Públicos es voluntaria.

Al nombre que se le dé a la empresa, debe seguirle el nombre del propietario
Ejemplo: “Bodega Florita” de Rosa Saavedra Ugaz

Se constituye gestionando personalmente la siguiente documentación:

- ❖ **Tramitar el Registro Único del Contribuyentes (RUC)**, en la SUNAT (Incluye selección de régimen tributario y solicitud de emisión de tickets, boletas y/o facturas. De ser Persona Natural solo será necesario presentar: Su documento de identidad y Recibo de algún servicio público.
- ❖ **Inscribir a los trabajadores en ESSALUD**. Deberá registrar a sus trabajadores en ESSALUD para que estos puedan recibir prestaciones de prevención, promoción y recuperación de la salud. El pago de la contribución y la declaración de trabajadores se efectúan en las entidades bancarias, conforme a la fecha de vencimiento establecida por la SUNAT.
- ❖ **Solicitar permiso, autorización o registro especial ante el ministerio respectivo** en caso lo requiera su actividad económica. Corresponde a empresas cuyas actividades a realizar requieran solicitar autorización previa del sector competente. Entre las principales entidades se encuentran: Ministerio de Agricultura, Ministerio de Energía y Minas, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-MINCETUR, Ministerio del Interior, Ministerio de Salud, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, Ministerio de Transportes y Comunicaciones, entre otros.
- ❖ **Tramitar la licencia municipal de funcionamiento ante el municipio donde estará ubicado tu negocio**. La licencia de funcionamiento es otorgada por el

municipio en donde se encontrarán las instalaciones de tu negocio. El municipio cobra una tasa dependiendo del giro de la actividad y el área que ocupará el inmueble. Existen dos tipos de licencia:

- ❖ **Licencia Municipal Provisional:** La Municipalidad, en un plazo no mayor de siete (7) días hábiles, otorga en un sólo acto la licencia de funcionamiento provisional previa conformidad de la zonificación y compatibilidad de uso correspondiente. Si vencido el plazo, la Municipalidad no se pronuncia sobre la solicitud del usuario, se entenderá otorgada la licencia de funcionamiento provisional. La licencia provisional de funcionamiento tendrá validez de doce meses, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud.

Documentos para solicitar licencia de Funcionamiento provisional: ■

Fotocopia Simple del Comprobante de Información Registrada o Ficha RUC ■

Recibo de pago por derecho de trámite.

- ❖ **Licencia Municipal Definitiva:** Este tipo de licencia también puede ser solicitada desde un inicio.

Luego de 12 meses la municipalidad emite la Licencia Municipal de Funcionamiento Definitiva. La Municipalidad Distrital o Provincial, según corresponda, no podrá cobrar tasas por concepto de renovación, fiscalización o control y actualización de datos de la misma, ni otro referido a este trámite, con excepción de los casos de cambio de uso, de acuerdo a lo que establece el Decreto Legislativo N° 776, Ley de Tributación Municipal y sus modificatorias.

Requisitos para licencia de funcionamiento definitiva:

- Solicitud de licencia de funcionamiento definitiva.
- Certificado de Zonificación y Compatibilidad de Uso
- Copia del RUC
- Copia del Título de Propiedad o documento equivalente que acredite la propiedad
- Copia del Contrato de alquiler.
- Copia de la Escritura Pública de Constitución.
- Informe favorable de Defensa Civil.
- Pago por derecho de trámite.

- En el caso de autorizaciones sectoriales, copia de la autorización y/o certificación del sector competente según actividad.
- Algún otro documento requerido por la Municipalidad.

Para continuar con la Licencia Permanente cada año se requiere que los contribuyentes presenten ante la Municipalidad de su jurisdicción una declaración jurada anual, simple y sin costo alguno, para informar que continúan en el giro autorizado para el establecimiento.

2. **Dependiendo del tipo de régimen tributario.** La legalización de los libros contables se debe hacer antes de que la empresa o persona natural inicie sus operaciones. Esta debe efectuarse ante notario. La legalización es una constancia puesta en la primera hoja útil del libro contable mientras que en las demás hojas debe existir numeración y sello del notario. Para legalizar un segundo libro debe existir constancia de que se finalizó el primer libro.

Los costos para la constitución de una empresa unipersonal son:

3. **Legalizar los libros contables ante notario público.**

CONCEPTO	SOLES S/.
Registro Único de Contribuyentes	Gratuito
Inscripción de Trabajadores en EsSalud	-
Solicitud de permisos, autorizaciones o registros especiales en los ministerios	-
Legalización del Libro de Planillas (Ministerio de Trabajo) (micro y pequeñas)	S/.32.00 (S/.9.60 MYPES)
Licencia Municipal	Variable de acuerdo al municipio en donde se
Libros de contabilidad y legalización ante notario.	20 – 40 (Cada libro)

Formalización del Comercio

Como en todos los aspectos de la vida, antes de tomar una decisión, hacemos (consciente o inconscientemente) un análisis del costo-beneficio de las alternativas que se nos presentan. Dos son los aspectos en los que se debe trabajar con la finalidad de combatir la informalidad y ampliar la base tributaria: la reducción de costos y el incremento de beneficios de la formalidad.

Entre los beneficios que conlleva trabajar de manera formal, podemos mencionar:

- Permite ser sujeto de crédito para el sistema financiero. Una de las condiciones o requisitos exigidos a las personas para obtener un crédito, ya que trabajen independientemente o tengan un negocio, consiste en la demostración de los ingresos percibidos y el respeto de los compromisos asumidos.
- Evita ser objeto de sanciones por la inobservancia de las normas vigentes, incluyendo las de carácter tributario.
- Abre las posibilidades de una mayor demanda de los productos que se venden o servicios que se prestan. Trabajar formalmente permite contar con mayor número de clientes y, por ende, de ingresos, ya que siempre las empresas formales y entidades del Estado eligen como proveedores a personas que desarrollan su actividad económica de manera formal.
- Es una manera efectiva de redistribuir la riqueza (más tributos paga quien mayor capacidad contributiva o ingresos tiene). El correcto y oportuno pago de los tributos permite al Estado obtener los recursos para buscar la satisfacción de las necesidades básicas de aquel sector de la población de menores ingresos.
- Brinda la autoridad moral para exigir servicios públicos de calidad. Cumplir con cada una de las obligaciones que tenemos como ciudadanos nos faculta a exigir nuestros derechos.

Dimensiones de Procesos Administrativos

Según Del Castillo & Braulio (2013) los procesos Administrativos, tiene dos dimensiones: (2013 p. 65).

- ❖ **Gestión de los procesos**, a través del uso de estrategias y la revisión de las normas emitidas para brindar una buena atención.
- ❖ **Administración de la Estructura**, componente operativo y táctico que resulta esencial para los gestores encargados de llevar a cabo los procesos de formalización.

El Comercio Informal y el uso del Espacio Público

De la relación entre Comercio Informal y Espacio Público emerge una categoría específica de éste a la que se le denomina Comercio informal en Vía Pública, donde estarían insertos los comerciantes ambulantes de los alrededores del Mercado 28 de Julio.

Gianini (1995) desde su mirada filosófica entiende los espacios públicos, principalmente hablando de La Calle, como un "medio primario, elemental de la comunicación ciudadana" (Gianini, 1995 p. 29), una circunstancia básica para el contacto y la comunicación humana, la cultura humana.

Salazar (2013) indica sobre esta relación entre comercio informal y espacio público, se ha demostrado que no era "la soberanía, ni la razón política o histórica la que llevó a los primeros comerciantes informales a inundar el espacio público, era, simplemente, la pobreza" (Salazar, 2013 p. 54).

En este mismo orden, la racionalidad del uso del espacio público para ejercer el comercio informal guarda relación, principalmente porque éste necesita ubicarse en espacios visibles y accesibles para la demanda por los productos de ese comercio, la cual está representada, tanto por transeúntes esporádicos, como por clientes habituales (Silva, 2014 p. 48).

En el caso de la ciudad de Jaen, además de tener presente todo lo anterior, hay que también observar sus peculiaridades comerciales y productivas, pues esta considerado como el principal eje de desarrollo de la zona nor oriental y fronteriza del país, esta ubicada en un lugar estratégico y es la puerta de ingreso a nuestra amazonia, lo que da una importancia mayor a las situaciones que en esta ciudad suceden.

Espacio Público y Legitimación

Continuando con la idea de cómo se afianza el comercio informal en vía pública, es oportuno agregar que la consolidación de aquel en esa vía responde, por una parte a:

La legitimación del uso del espacio que se da como resultado de la permanente negociación entre los comerciantes en vía pública y los miembros del sistema político-institucional; y, [por la otra parte], a la construcción de un conjunto de reglas no reconocidas jurídicamente que permiten la organización en tales espacios (Silva, 2007 p. 51).

Reglas que son, tanto establecidas de forma tácita por los organismos estatales, como implementadas por las mismas organizaciones de comerciantes para controlar el orden del uso del espacio en función de la dinámica propia del comercio, esto es, facilitar la interacción entre oferta y demanda.

A modo de resumen podemos decir que de la relación entre comercio informal y espacio público surge una categoría en el sistema informal urbano: el comercio informal en vía pública, categoría que, a su vez, comprende a los comerciantes informales ambulantes y a los comerciantes informales de puesto fijo. Este tipo de comercio existe porque está legitimado de manera implícita, tanto por los ciudadanos como por las autoridades del estado.

La Organización Internacional del Trabajo

La primera definición que hay que considerar, por la aceptación institucional que de ella se ha hecho, es la proveniente de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y que ha sido respaldada por el Programa Regional de Empleo para América Latina y el Caribe (PREALC) y, a través de ésta, por el Centro de Estudios para América Latina (CEPAL). Esta definición es la que hace referencia a la informalidad como una expresión de heterogeneidad estructural de las economías en desarrollo (Menni, 2014 p. 54).

La OIT fue la primera institución en reconocer, a principios de los años '70, la existencia de una economía que se desarrollaba fuera de los márgenes de las regulaciones de los Estados y fuera de los márgenes de acción de la economía

formal, considerando, adicionalmente, que esta economía informal estaba determinada por la pobreza en que vivían los habitantes de las naciones del Tercer Mundo.

Con el paso de los años esta teoría no fue aceptada en su totalidad por los círculos académicos dedicados a temas económicos y laborales, por lo que aparte de ésta existen consideraciones que le dan un giro a esta postura institucional y, en base a investigaciones empíricas desarrolladas mayoritariamente en América Latina, van valorando más otras características que poseería este tipo de economía.

Varios autores han afirmado que los Estados con políticas económicas más bien rígidas son los principales fomentadores de la economía informal, en esta postura, por ejemplo:

Carboneti (1997) citado por Menni (2014).....se encuentra Hernando de Soto, quien presentó en 1986, con gran repercusión mediática, la perspectiva “del otro sendero” que hace hincapié en las circunstancias (“el muro de papel”) que hacen que los sujetos elijan distanciarse de las vías legales para desarrollar sus actividades económicas, buscando de ese modo disminuir la presión estatal (Menni, 2014 p. 55).

La solución para el problema de la informalidad, según de Soto, está en que el Estado simplemente deje de regir sobre el sistema económico y que todas sus leyes y organismos representativos dejen de controlar a todo este sistema, así no se diferenciarían los formales de los informales y la economía solamente estaría dictada por los actores del mismo sistema. Lo que pretendería dejar en manos del mercado el funcionamiento de la economía (Menni, 2004).

La Delicada Línea que separa lo Formal de lo Informal

No existe un límite preciso entre lo que se denomina economía formal y economía informal, más bien cabe decir que entre ambas hay ciertas relaciones y tratos que las hacen interdependientes, así podemos mencionar: el comentario de Menni (2004) al opinar que “... existen diferencias conceptuales entre la situación de una persona que pierde un empleo por dificultades ocasionales del mercado

laboral y la desocupación como consecuencia de la aplicación sistemática de políticas destructoras del empleo” (Menni, 2004 p. 51), ya que ésta última condición obliga a los sujetos, enmarcados en una situación de desempleo constante, a actuar fuera del mercado de trabajo formal para satisfacer sus necesidades cotidianas.

En trabajos de investigación relacionados con este tema se ha percibido que, según lo que dicen los entrevistados, se llegaría a pensar que el trabajo informal no es una voluntad personal de trabajo sino una estrategia de sobrevivencia, una manera de “rebuscársela”, proveyendo de una fuente de ingresos que permita la subsistencia y la manutención personal y familiar (Menni, 2014 p. 52), lo que haría de éste, no un modo de acumulación personal, sino una forma de sustento diario. Por lo tanto lo que entendemos por trabajo informal y, bajo éste, el concepto de comercio informal, “pierde toda ambigüedad si es recuperado a partir de la idea de estrategias de sobrevivencia desplegadas por los miembros del excedente bruto de trabajo formal” (Menni, 2014 p. 56).

Además, extrayendo otras conclusiones de investigaciones relacionadas con el tema del trabajo y específicamente del comercio informal:

Entre las acciones de negociación con las autoridades cabe señalar que uno de los argumentos que aducen los comerciantes en vía pública es el derecho al trabajo. En efecto, el comercio en vía pública es una de las opciones a las que recurren aquellas personas que no logran insertarse en el mercado laboral... (Silva, 2013 p. 54).

En la opinión de Barrantes (1997) el Sector Informal Urbano (SIU) se erige como un espacio “residual”, ya que ha sido definido no por lo que es y tiene, sino, por lo que no es: lo no estructurado, lo no formal, lo no rentable, lo no estético, lo no legal, lo no legítimo; y por lo que no tiene: capital, razón, organización, educación y [...] espíritu neo libre empresarial” (Guerra, 2016 p. 4).

Carbonetto (1997) citado por Menni (2014) indica que para darle un sentido positivo a la economía informal podemos tomarla desde la idea de estrategias de supervivencia y en tal perspectiva, el Sector Informal Urbano sería el conjunto de puestos de trabajo generados por la fuerza laboral excluida del sector moderno (Menni 2014: pp. 56).

Causas de la informalidad en el Perú

Peñaranda Alan (2012) analiza la evasión a partir una visión global de la informalidad, la cual incluye la realización de actividades al margen de la ley. Para este investigador, existen diversos factores que explican la informalidad en el Perú, derivados de situaciones de carácter económico, jurídico, socio cultural y político, los cuales se mencionan en el cuadro (peñaranda 2012).

Causas de la informalidad en el Perú

Factores económicos	Sustitución de mano de obra por capital
	Altos costos de formalidad
	Mayores utilidades por menores costos
	Crédito escaso para pequeña empresa
Factores jurídicos	Desconocimiento del marco legal
	Beneficios tributarios preferenciales
	Escasa educación
Factores socioculturales	Migración del campo a la ciudad
	Menores precios favoreciendo demanda
	Poca cultura tributaria
	Sector formal estimula sector informal
Factores políticos	Falta de reciprocidad desde el estado
	Administración tributaria poco eficiente
	Poca coordinación entre instituciones de control

Dimensiones de Formalización Comercial

Según la Organización Internacional del trabajo (2014) la formalización, tiene cuatro dimensiones: (Organización Internacional del Trabajo, 2014 p. 8 - 12).

- 1. Productividad:** La capacidad económica, tanto de empresas o comerciantes así como de los trabajadores, es un determinante fundamental para la formalidad. Un indicador sintético de esta capacidad es la productividad; sobre todo, la productividad del negocio.
- 2. Normas:** en este indicador las experiencias analizadas permiten identificar que se ha operado en tres ámbitos principales. Capacitación; Simplificación; Diálogo social (perfeccionamiento, modificación)
- 3. Incentivos:** El debate de políticas sobre la formalización se concentra en

los costos que esta conlleva. es importante enfatizar que las medidas para incentivar la formalización a partir de la asignación de beneficios a grupos específicos deben considerar la temporalidad óptima, la gradualidad del tránsito al régimen general y el alcance de la regulación, por lo que debemos tener en cuenta, la Vinculación a formalidad empresarial (registro, impuestos); Aproximaciones específicas (normas de formalización, acuerdos específicos, etc.)

- 4. Fiscalización:** Cultura de cumplimiento con campañas de sensibilización y Fortalecimiento de la capacidad de inspección y/o modernizar la tecnología y las bases de información con las cuales operan.

1.7. Marco metodológico

1.7.1. Tipo y diseño de investigación

1.7.1.1 Tipo de investigacion

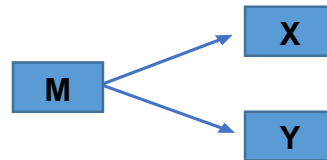
El tipo de estudio de la investigación es descriptivo, el mismo que consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es detallar cómo son y se manifiestan. De acuerdo con (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 92), con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.

1.7.1.2 Diseño de investigacion

El diseño de investigación es el no experimental, transversal descriptivo, Esto quiere decir que no se manipularán las variables, solo se observa el fenómeno tal y como se da en su contexto natural, (Sanchez & Reyes, 1984, p. 77). Los datos se realizan en un solo momento, en un tiempo único, realizando un corte específico en un tiempo determinado; es descriptivo por tanto busca precisar, la

incidencia del fenómeno en las variables y las relaciones existentes entre sus componentes.

El diagrama que le corresponde se resume en el siguiente esquema:



Dónde:

M: Muestra

X: V.I

Y: V.D

1.7.2. Poblacion y muestra

Para la selección de la muestra se consideró la muestra no probabilística a criterio del investigador, la misma que de acuerdo con (Carrasco, 2009, p. 243) la denomina como muestras intencionadas en el sentido de que “es aquella que el investigador selecciona según su propio criterio, sin ninguna regla matemática o estadística”.

Para la realización del proyecto será una muestra de 140 ambulantes informales, con las cuales estudiaremos los puntos visto en este proyecto entregándoles las herramientas a utilizar para luego basear toda la información requerida por el estudio.

1.7.3. Hipótesis

Los procesos administrativos de las instituciones públicas, influyen considerablemente en la formalización de los pequeños empresarios del mercado 28 de julio de Jaén, 2017.

1.7.4. Variables

Variable Dependiente:

Los Procesos Administrativos

Variable Independiente:

Influencia Para La Formalización

1.7.5. Operacionalización

1.8.1. Operacionalización

Este proceso es la parte operativa de la definición operacional de las variables y tiene como propósito construir la matriz metodológica para el diseño y elaboración de los instrumentos de medición empírica los mismos que permitirán al investigador contrastar la hipótesis prevista.

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
Procesos Administrativos	Gestión de Procesos	Estrategias	Encuesta
		Normas	
	Administración de la Estructura	Operativa	
		Táctica	
	Productividad	Capacidad Económica	Encuesta
		Productividad del negocio	
		Capacitación	
	Normas	Simplificación	
		Dialogo Social	
Formalización de Comerciantes	Incentivos	Asignación de Beneficios	
		Alcance de la Regulación	
		Formalidad Empresarial	
	Fiscalización	Sensibilización	
		Fortalecimiento	

1.8. abordaje metodológico, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Los métodos científicos empleados serán:

- ❖ **Método Descriptivo:** consiste en realizar una exposición narrativa, numérica y/o gráfica, lo más detallada y exhaustiva posible de la realidad que se investiga. El objetivo de este método es disponer de un primer conocimiento de la realidad tal y como se desprende de la observación directa que realizará el analista y/o del conocimiento que adquirirá a través de la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores (Calduch, 1993, p. 24).

- ❖ **Método Analítico:** Parte del conocimiento general de una realidad para realizar la distinción, conocimiento y clasificación de los distintos elementos esenciales que forman parte de ella y de las relaciones que mantienen entre sí. Se basa en el supuesto de que el todo permite conocer y explicar las características de cada una de sus partes y de las relaciones que existen entre ellas (Calduch, 1993, p. 25).

1.9. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se usarán las siguientes técnicas de investigación de acuerdo con (Burga, 2014, p. 54):

Ficha de encuesta: Instrumento de recopilación que se aplicará para obtener información en relación con nuestras variables a través de sus indicadores. Es considerado muy importante debido a que los resultados que se obtendrán serán de validez y confiabilidad de la investigación obteniéndose mediante el cuestionario como instrumento de investigación.

1.10. Procedimiento para la recolección de datos

Los datos y la información que se recogerá en la aplicación del instrumento en estudio serán previamente clasificados; registrados haciendo uso de programas computarizados tales como el Excel, Word y luego presentados en base a cuadros

y gráficos para ser analizados e interpretados de acuerdo al problema y objetivos planteados en nuestro estudio.

Procesada la información obtenida y determinados los resultados, procederemos a realizar un análisis, según los objetivos, preguntas e hipótesis planteadas en la presente investigación, para este efecto se utilizará el programa informático Excel y Word, cuyo procesamiento es el siguiente:

- a) Obtenida la información de la muestra objeto de estudio de la investigación, será revisada, corregida y ordenada de acuerdo con los objetivos planteados.
- b) Se codificarán las respuestas utilizando un sistema de códigos numéricos para las variables con el fin de tabularlas.
- c) Las variables codificadas se elaborarán cuadros y gráficos por cada pregunta que compone el instrumento.
- d) Luego procederemos a interpretar nuestros resultados en función al problema planteado, objetivos e hipótesis, determinando finalmente las respectivas conclusiones y recomendaciones referentes a la investigación.

1.11. Plan análisis estadístico e interpretación de los datos

Las técnicas que se utilizarán son las siguientes de acuerdo a (Aguirre & Silva, 2013, p.65):

- **Cuadro o tablas estadísticas:** Nos permitió estructurar los resultados obtenidos en cuadros y/o tablas estadísticas las que se analizaron e interpretaron, mediante el uso de sistema informático de procesamiento de datos Excel y descripción documental Word.
- **Gráficos estadísticos:** Nos permitió estructurar los resultados obtenidos en gráficos estadísticos las que se analizaron e interpretaron. mediante el uso de sistema informático de procesamiento de datos Excel y descripción documental Word.

1.12. Criterios éticos

Se aplicarán los siguientes criterios de acuerdo a (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 455 - 459):

- ✓ **Confidencialidad:** reserva total de la información recopilada para el desarrollo de la investigación.
- ✓ **Objetividad:** La investigación aplica el método de la investigación científica el cual le da carácter de ciencia, asegurando la confiabilidad de los resultados.
- ✓ **Originalidad:** Esta tesina por ser elaborada en todo su contenido por la Tesista, es única en su contenido, por lo que queda descartado el plagio de cualquier investigación similar.
- ✓ **Veracidad:** La información contenida en la presente investigación es real, la misma que ha sido fruto de la investigación realizada por la Tesista.

1.13. Criterios de rigor científico

Para otorgarle rigor científico al presente trabajo de investigación, se usará los siguientes criterios de acuerdo con (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 455 - 459):

- **Fundamentación:** por la amplitud con que la investigación posee bases teóricas sólidas y provee de un marco referencial que informa al estudio. Tiene que ver con una revisión de la lectura extensiva y permanente.
- **Aproximación:** desde el punto de vista metodológico, por la secuencia que se siguió en la investigación y los razonamientos que la condujeron.
- **Credibilidad:** llamada también validez máxima. Se refiere a si el investigador ha captado el significado completo y profundo de las experiencias de los participantes, particularmente de aquellos vinculados con planteamiento del problema.
- **Autenticidad:** Que tanto los participantes como el investigador se expresen tal y como son y las descripciones sean equilibradas y justas.

II. DESARROLLO

2.1 . Análisis e interpretación de resultado

Tabla 1

¿Tiene conocimiento referente a la formalización de su negocio por parte de una entidad pública?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	26	46
No	31	54
A VECES	0	0
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

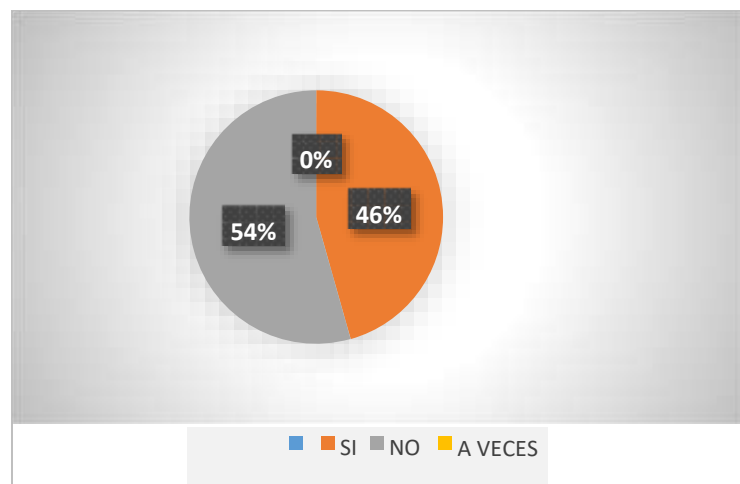


Figura 1 :Información de formalización del negocio

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la Figura 1, podemos decir que de las encuestas aplicadas a los Comerciantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, se determinó que el 54% de los encuestados indican que No han recibido información de alguna entidad pública referente a la formalización de su negocio, mientras que el 46% manifiesta que si recibió información.

Tabla 2

1. ¿Qué entidad le brindo información sobre formalización de su negocio?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Municipalidad	5	9
Sunat	11	19
Otras	10	18
Ninguna	31	54
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

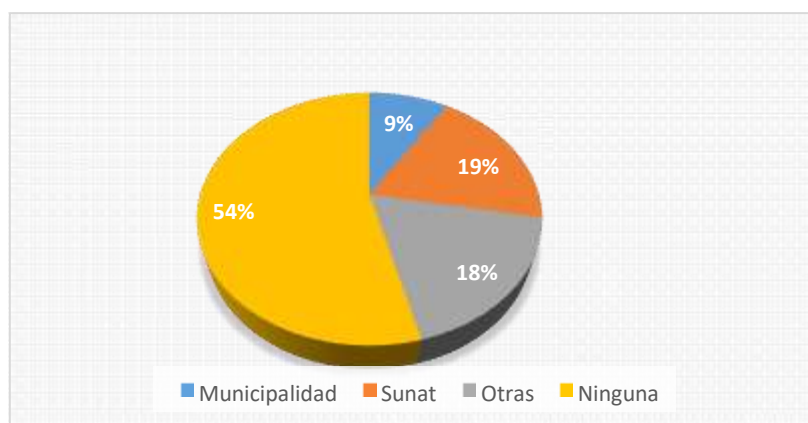


Figura 2: Entidad que brindo información sobre formalización

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la información mostrada en la Figura 2, podemos decir que el 54% de los Comerciantes encuestados manifiestan que Ninguna entidad le brindo información sobre formalización de su negocio; el 19% indican que si recibieron información por parte de representantes de SUNAT; el 18% manifiestan haber recibido información para formalizar su negocio por representantes de otras entidades públicas y privadas y el 9% indican haber recibido información sobre formalización de su negocio por parte de representantes de la Municipalidad de su jurisdicción.

Tabla 3

2. ¿Ha sido clara la información recibida hasta hoy sobre formalización?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	10	18
No	40	70
No Recuerda	7	12
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

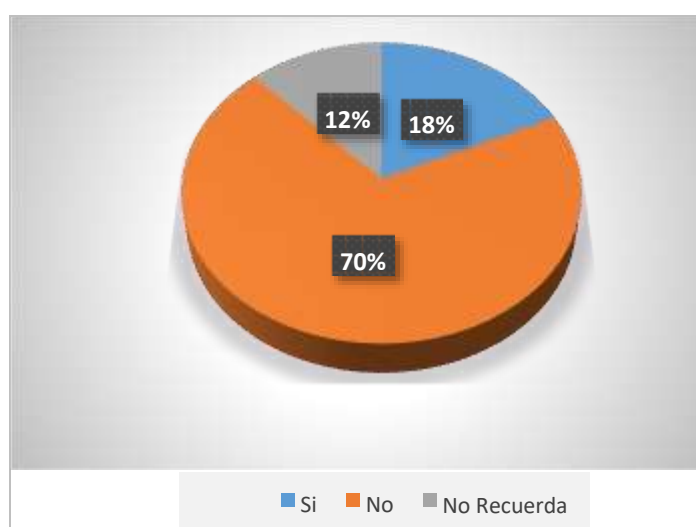


Figura 3: Claridad de información recibida

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la información mostrada en la Figura 3, podemos decir que el 70% de los Comerciantes encuestados indican que la información recibida hasta hoy sobre formalización No ha sido Clara; mientras que el 18% manifiesta que si recibió información clara y el 12% No recuerda haber recibido información referente a formalización de su negocio.

Tabla 4

3. ¿Sabe usted que tramites debe hacer para formalizar su negocio?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	11	19
No	40	70
No Sabe	6	11
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

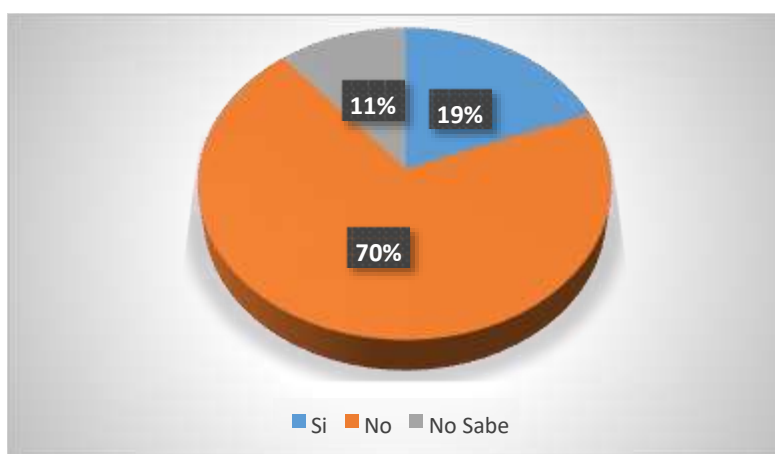


Figura 4: conocimientos de trámites para formalizar

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la información mostrada en la Figura 4, podemos manifestar que el 70% de los Comerciantes encuestados indican que NO saben que tramites deben hacer para formalizar su negocio; mientras que el 19% manifiesta que SI saben que tramites deben hacer para formalizar su negocio, y el 11% manifiestan No Saber que tramites deben hacer para formalizar su negocio.

Tabla 5

4. ¿Cree usted que son muy difíciles los trámites que debe realizar para formalizar su negocio?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	19	33
No	24	42
No Sabe	14	25
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

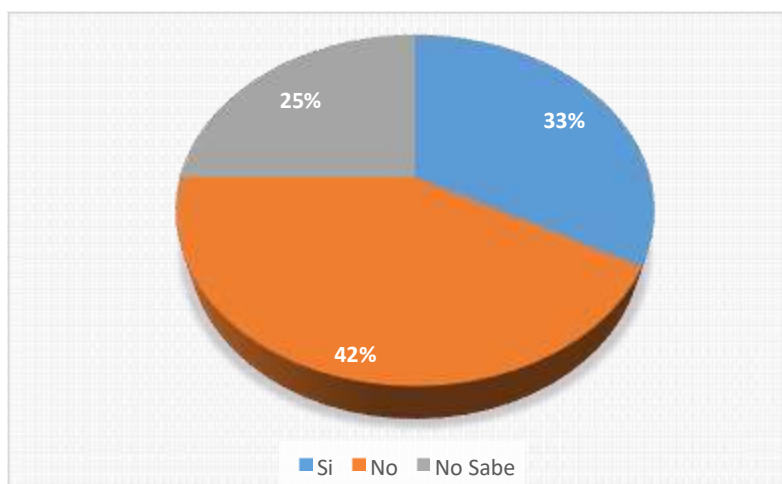


Figura 5: Trámites de formalización son muy difíciles

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: La Figura 5 muestra que el 42% de los encuestados considera que los trámites que debe realizar para formalizar su negocio NO son muy engorrosos; mientras que el 33% indican que los tramites de formalización de su negocio SI son engorrosos; y el 25% indica no saber.

Tabla 6

5. ¿ha sido persuadido por algún representante de Sunat o municipalidad para formalizar su negocio?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	4	7
No	43	75
No Recuerda	10	18
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

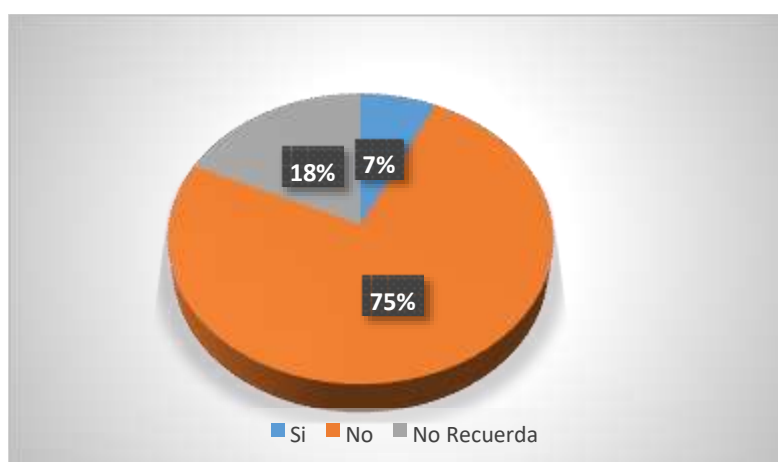


Figura 6: Persuasión para formalizar su negocio

FUENTE: Elaboración propia

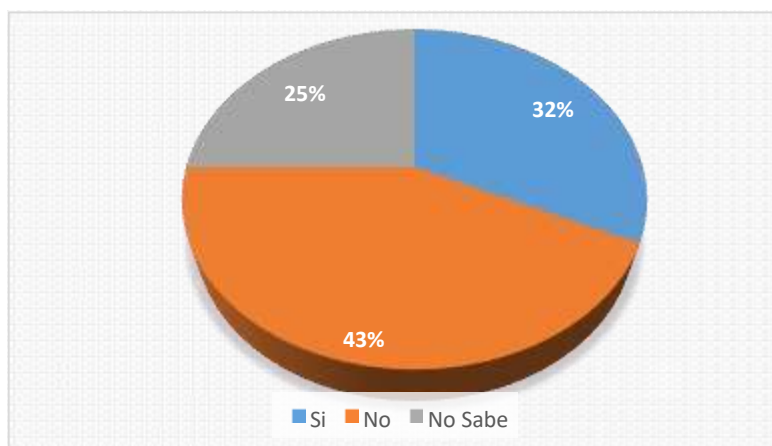
Interpretación: De acuerdo a la Figura 6, el 75% de los comerciantes encuestados manifiestan que NO han sido persuadidos por representantes de la Municipalidad o SUNAT para formalizar su negocio; mientras que el 18% manifiesta que No recuerda que halla sido persuadido por representantes de la Municipalidad o SUNAT; y el 7% de los encuestados manifiestan que SI han sido persuadidos para que formalice su negocio.

Tabla 7

6. ¿De acuerdo a sus ventas, cree usted que tiene capacidad para ampliar su negocio?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	18	32
No	25	43
No Sabe	14	25
	57	100

FUENTE: Elaboración propia



Figuran 7: capacitaciones para ampliar el negocio

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la Figura 7 el 43% de los Comerciantes encuestados manifiestan que NO tienen capacidad para ampliar su negocio; mientras que el 32% de los encuestados manifiestan que si pueden ampliar su negocio; y el 25% indicaron no saber si tienen capacidad para ampliar su negocio.

Tabla 8

7. ¿La ubicación donde vende sus productos es rentable?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	15	26
No	18	32
No Sabe	24	42
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

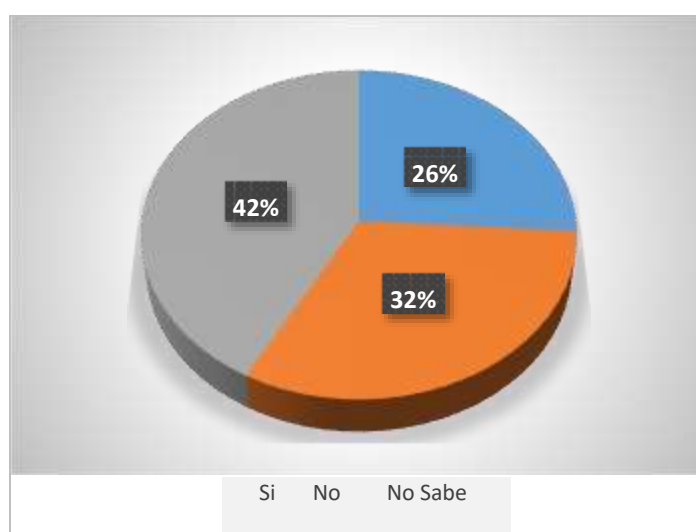


Figura 8: Ubicación rentable del negocio

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la Figura 8, manifestamos que el 42% indico NO SABER si son rentable sus ingresos por la ubicación donde venden sus productos; el 32% manifiesta no ser rentable la ubicación donde vende sus productos; mientras que el 26% manifiesta que SI es rentable la ubicación donde vende sus productos.

Tabla 9

8. ¿Ha recibido usted algún tipo de orientación sobre normatividad de formalización empresarial?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	7	12
No	41	72
No Opina	9	16
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

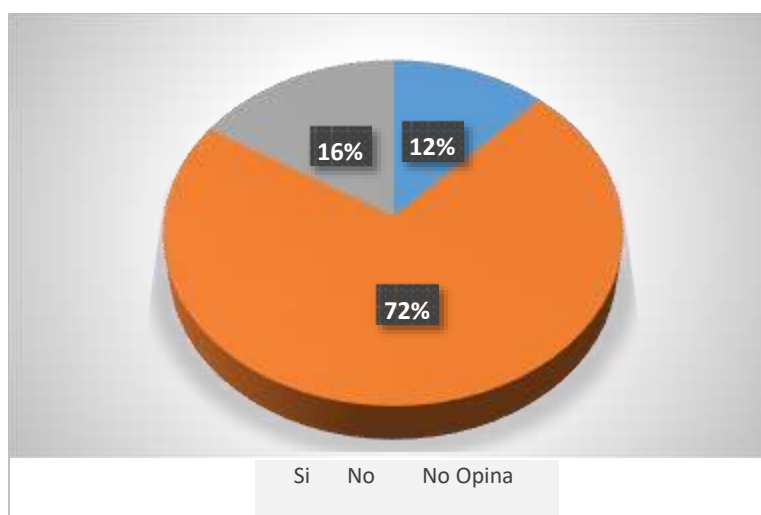


Figura 9: Normatividad de formalización empresarial

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De la Figura 09, podemos observar que el 72% de los comerciantes encuestados indicaron que No han recibido orientación sobre normatividad de formalización empresarial; así como también el 16% no opina respecto al tema en consulta; y el 12% indico que SI ha recibido orientación sobre normatividad de formalización empresarial.

Tabla 10

9. ¿Conoce usted los diferentes trámites que debe hacer para formalizar un negocio?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	10	18
No	41	72
No Sabe	6	10
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

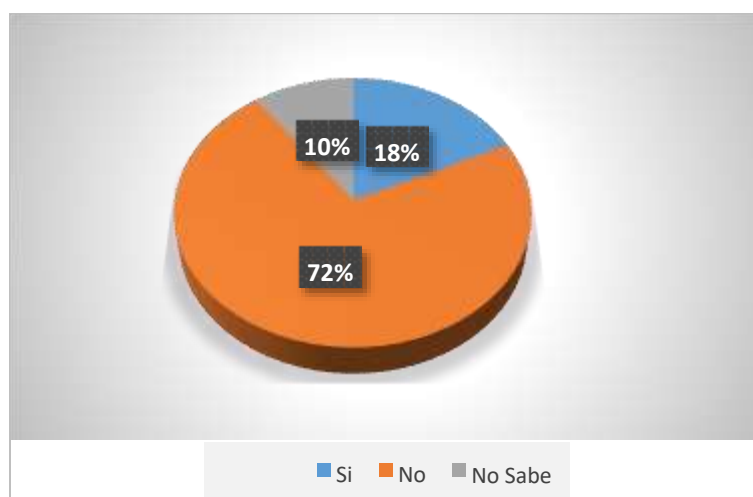


Figura 10: conoce los tramites de formalización

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: En la Figura 10, observamos que el 72% de los comerciantes encuestados manifiestan que NO conocen los trámites que deben hacer para formalizar su negocio; el 18% indicaron SI conocer los trámites que deben hacer para formalizar su negocio; finalmente el 10% de los comerciantes encuestados manifiestan no saber que deben hacer para formalizar su negocio.

Tabla 11

10. ¿Ha participado en alguna iniciativa de reubicación o formalización de su negocio que haya sido dirigida por algún representante vecinal?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	4	7
No	43	75
No Opina	10	18
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

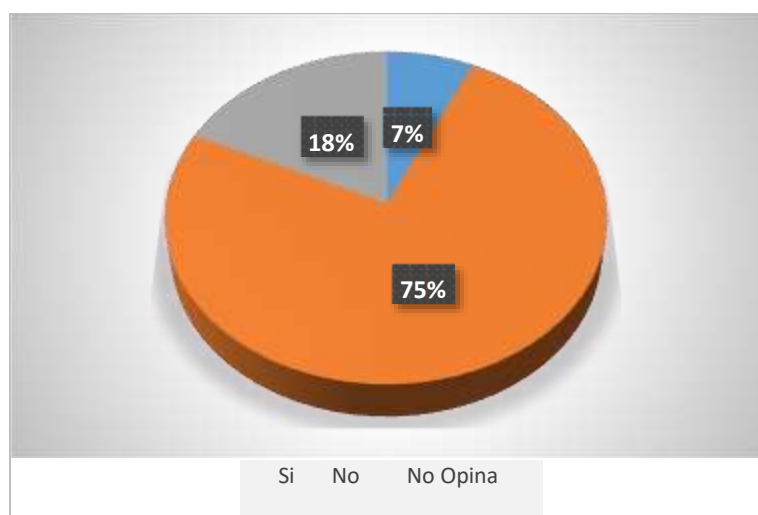


Figura 11: participaciones de reubicación o formalización

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados que se presentan en la Figura 11, el 75% de los comerciantes encuestados manifiestan que NO han participado de ninguna iniciativa de reubicación o formalización de su negocio; el 18% no opinan nada al respecto; y finalmente el 7% manifiesta que si ha participado de iniciativas de reubicación o formalización de su negocio.

Tabla 12

11. ¿Está dispuesto a formalizar su negocio?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	35	61
No	14	25
No Opina	8	14
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

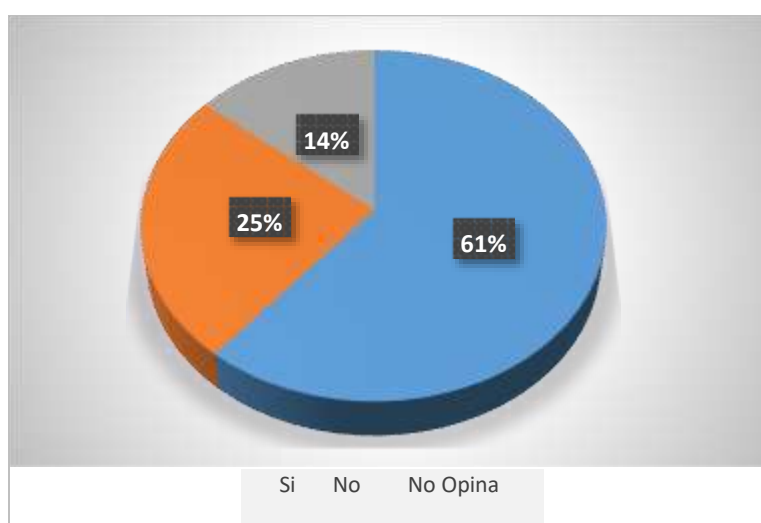


Figura 12: dispuesto a formalizar su negocio

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con la Figura 12, podemos decir que el 61% de los comerciantes encuestados manifiestan que SI están dispuestos a formalizar su negocio; mientras que el 25% de los encuestados manifestaron NO estar dispuestos a formalizar su negocio; finalmente el 14% no opino respecto al tema.

Tabla 13

12. ¿Sabe que beneficios empresariales obtendría si formaliza su negocio?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	11	19
No	40	70
No Opina	6	11
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

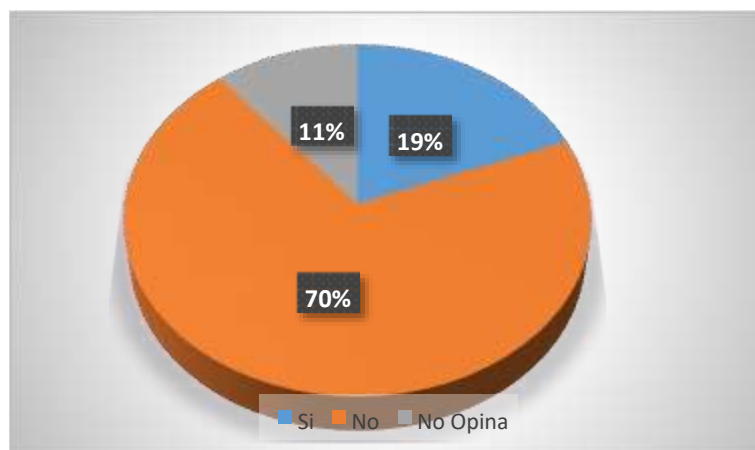


Figura 13: Sabe sobre beneficios empresariales si se formaliza

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con la Figura 13, podemos decir que el 70% indicaron NO saber sobre beneficios empresariales si llegaran a formalizar su negocio; mientras que el 19% manifestaron SI saber qué beneficios empresariales va a obtener si formaliza su negocio; finalmente el 11% no opino respecto al tema.

Tabla 14

13. ¿Conoce los diferentes regímenes empresariales que tenemos en nuestro país?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	26	46
No	28	49
No Sabe	3	5
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

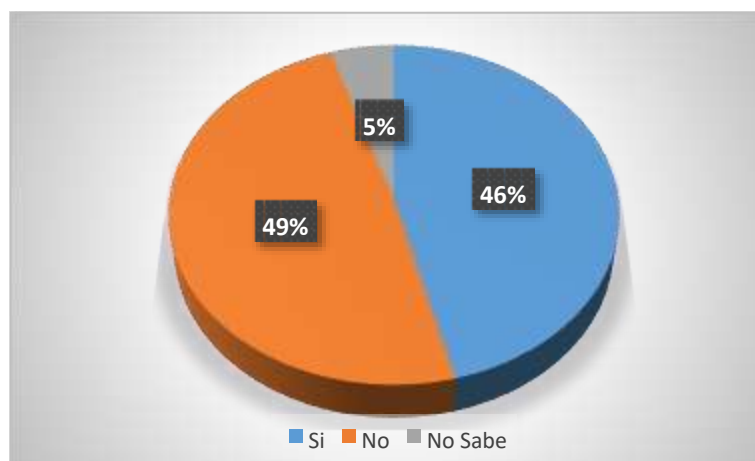


Figura 14: Conoce los diferentes regímenes de empresariales

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: En la Figura 14, podemos observar que el 49% de los comerciantes encuestados manifiestan que NO conocen los diferentes regímenes empresariales que tenemos en nuestro país; mientras que el 46% de los encuestados manifiestan que si conocen los regímenes empresariales que tenemos en nuestro país; y el 5% de los encuestados indicaron no saber.

Tabla 15

14. ¿Está dispuesto a asociarse con otros vendedores informales y lograr conformar un grupo empresarial?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	28	49
No	25	44
No Sabe	4	7
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

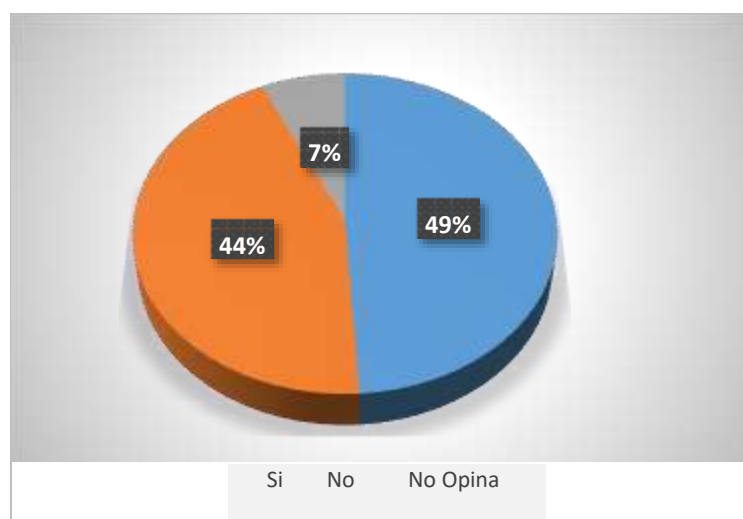


Figura 15: disponibilidades de asociarse en empresa

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: En la Figura 15, podemos observar que el 49% de los comerciantes encuestados manifiestan que SI están dispuestos a asociarse con otros vendedores informales y conformar un grupo empresarial; mientras que el 44% de los encuestados indicaron NO estar dispuestos a asociarse; y el 7% de los encuestados no opinaron sobre el tema en consulta.

Tabla 16

15. ¿Ha recibido en su punto de ventas la visita de algún representante de las instituciones públicas o privadas para orientarlo a formalizar su negocio?

Detalle		
	Cantidad	Porcentaje
Si	6	11
No	45	78
No Opina	6	11
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

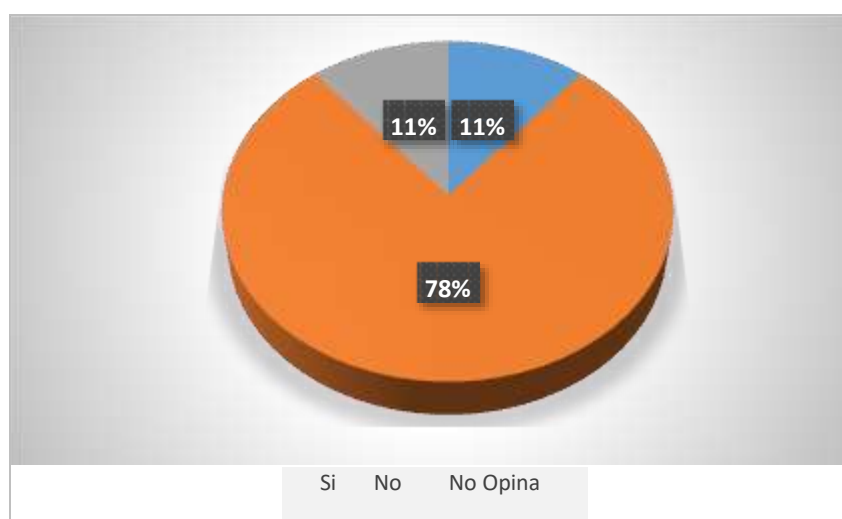


Figura 16: visita de representante de institución pública o privada es su punto de venta

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: En la Figura 16, podemos observar que el 78% de los comerciantes indicaron que NO han visitado su punto de ventas representantes de instituciones públicas o privadas; mientras que el 11% de los encuestados indicaron SI haber recibido a algún representante en su punto de venta; y el 11% de los encuestados no opinaron.

Tabla 17

16. ¿Cree usted que su negocio va mejorar si es comerciante formal?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	21	37
No	24	42
No Sabe	12	21
	57	100

FUENTE: Elaboración propia

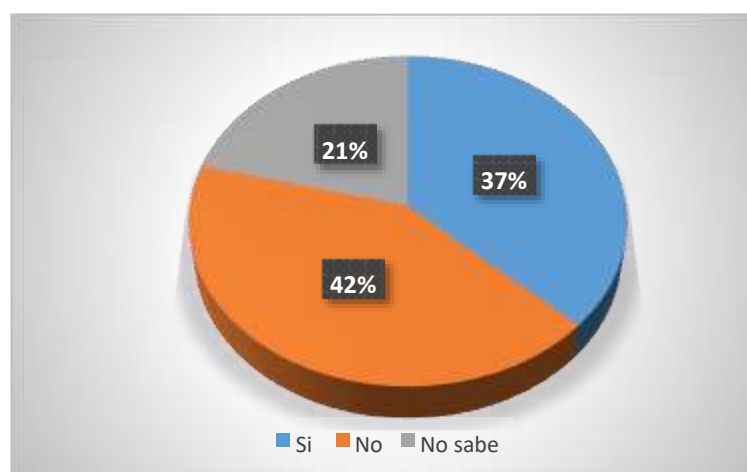


Figura 17: negocio fortalecido si es comerciante formal

FUENTE: Elaboración propia

Interpretación: En la Figura 17, el 42% de los comerciantes indicaron que NO se fortalecerá su negocio si es comerciante formal; mientras que el 37% de los encuestados indicaron SI se fortalecerá su negocio; y el 21% de los encuestados no sabe sobre el tema consultado.

2.2. Discusión de resultados

Teniendo en cuenta los objetivos del estudio, la hipótesis propuesta en la presente investigación y los resultados obtenidos en el análisis de dichas

encuestas, podemos manifestar que si existe concordancia entre los procesos administrativos y la formalización del comercio ambulatorio, pues aun teniendo desconocimiento de los tramites que deben realizar los comerciantes informales del Mercado 28 de Julio para formalizar su negocio (70% tabla 04), estos tienen iniciativa por formalizarse (61% tabla 12).

De la hipótesis planteada y los resultados logrados en el trabajo de campo, podemos decir que las instituciones públicas inmersas dentro de la formalización empresarial o individual, debe informar con mayor insistencia y promover campañas de sensibilización sobre formalización empresarial, pues de la encuesta realizada el 54% (tabla 1) de encuestados declararon no haber recibido información con relación a formalización empresarial; además, el 72% (tabla 9) de los encuestados también indicaron no haber recibido orientación sobre normatividad de formalización empresarial y el 78% (tabla 16) de los encuestados manifestaron no haber recibido en su puesto de ventas la visita de algún representante de instituciones públicas o privadas para orientarlo a formalizar su negocio, probando con estos resultados lo manifestado en la hipótesis planteada.

Respecto a los antecedentes de estudios anteriores planteados como parte de nuestra investigación y los resultados logrados, podemos manifestar que existe un alto porcentaje de comerciantes encuestados que muestra alto nivel de desconocimiento de los tramites que debe hacer para formalizar su negocio 75% (tabla 10); determinándose indicadores similares a las investigaciones previas citadas en los antecedentes de nuestra investigación, además también se debe tener en cuenta 72% (tabla 9) de los encuestados indicaron no haber recibido ninguna orientación sobre normatividad de formalización empresarial, desconociendo a si los beneficios empresariales que tendría si llegaran a formalizaran su negocio (70% tabla 13).

III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.1 conclusiones

Se ha determinado que si damos a conocer los procesos administrativos sobre formalización empresarial que deben realizar los comerciantes ambulantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, se fortalecerá su formalización empresarial, pues aun con conocimientos limitados existe iniciativa y disponibilidad por formalizar su negocio (61% - tabla 12).

Podemos indicar que los procesos administrativos actuales de las Instituciones Públicas si influyen en la formalización empresarial de los Comerciantes Ambulantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, 2016, pues en la encuesta realizada el 54% (tabla 1) manifestó no haber recibido ninguna información sobre formalización de su negocio, desconociendo con esto los tramites de formalización que debe realizar (70% tabla 04).

También podemos concluir que los Comerciantes del Mercado 28 de julio muestran actitudes positivas frente a la formalización de su negocio, pues cuando se les pregunto sobre la disponibilidad a formalizar su negocio, el 61% (tabla 12) indicaron que sí.

También se concluye que el nivel de conocimientos que tienen los comerciantes del mercado 28 de julio de Jaén sobre los procesos administrativos de las instituciones públicas que intervienen en su formalización es bajo, pues hasta la fecha de aplicación de la encuesta el 70% (tabla 4) manifestó no saber que tramites debe hacer para formalizar su negocio.

De la investigación realizada también se concluye que el nivel de conocimiento que tiene los vendedores ambulantes del Mercado 28 de Julio acerca de los beneficios a los que pueden acceder después de la formalización de negocio es bajo, pues el 70% (tabla 13) de los encuestados manifestó no saber los beneficios que tendría si formaliza su negocio.

Podemos concluir que aun teniendo conocimientos limitados de beneficios de formalización el nivel de disposición para formalizar sus negocios es de 61% (tabla 12), indicador relativamente alto.

3.2 Recomendaciones

Las instituciones publicas involucradas en la formalización empresarial deben promover mayor conocimiento de los procesos administrativos que deben realizar para fortalecer la formalización de los Comerciantes Ambulantes del Mercado 28 de Julio de Jaén, 2016.

Se deben implementar campañas de sensibilización en las instalaciones del Mercado 28 de Julio, Jaén sobre los procesos administrativos que se deben realizar en cada entidad pública que esté involucrada en la formalización empresarial para que los comerciantes conozcan y las apliquen en su formalización.

Implementar diferentes iniciativas de conocimientos sobre procesos administrativos y formalización empresarial en cada entidad pública que participe en el proceso, pues ayudara a incrementar las actitudes positivas y la disponibilidad que muestran los comerciantes por formalizar su negocio.

Implementar estrategias de difusión eficientes en el punto de venta de los comerciantes; esto es, más cerca del contribuyente, de tal manera que las dudas que tengan van a ser absueltas de manera rápida en el menor tiempo y sin cerrar sus establecimientos, permitiendo con esto que no afectar la economía del contribuyente.

Las entidades involucradas con la formalización del comercio ambulatorio deben crear campañas educativas de orientación al contribuyente para incrementar los conocimientos de formalización, beneficios obtenidos por formalizar su negocio, pues a la fecha el nivel de conocimientos es bajo.

Se recomienda reforzar los conocimientos sobre procesos administrativos y formalización empresarial para fortalecer el comercio e incrementar la disponibilidad de los comerciantes a formalizar sus negocios.

3.3 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	2016 – 2017							
	Diciembre				Enero			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Situación Problemática	x							
Formulación Del Problema	x							
Justificación Del Problema								
Objetivos								
Limitaciones De La Investigación		x						
Marco Teórico Antecedentes		x						
Marco Teórico:								
Base Teórica Científica								
Definición Conceptual			x					
Marco Metodológico								
Tipo y Diseño De Investigación				x				
Población y Muestra					x			
Hipótesis								
Operacionalización de variables					x			
Métodos, Técnicas De Recolección De Datos						x		
Descripción del (os) Instrumento (s) Utilizado (s)								
Procedimiento Para La Recolección De Datos						x		
Plan De Análisis Estadísticos De Datos							x	
Criterios Éticos								
Criterio De Rigor Científico								
Marco Administrativo Referencias Bibliográficas Y Anexos							x	
Presentación de la investigación								x

3.4 Presupuesto

3.4.1. Materiales

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	TOTAL (S/.)
Memoria U B 8Gb	1	25.00	25.00
Lapiceros	4	2.00	8.00
Lápices	2	1.00	2.00
Corrector	1	2.00	2.00
Fotocopias	20	0.10	2.00
Libros De Lectura	3	22.00	66.00
Impresiones	36	1.00	36.00
Internet	-	-	20.00
Movilidad	-	-	200.00
Anillado Del Informe	1	3.50	3.50
Borrador	2	0.50	1.00
Tajador	1	1.00	1.00
Otros Gastos			200.00
	SUBTOTAL		566.50

3.4.2. Financiamiento

El financiamiento del presente proyecto de investigación está dado por recursos propios de los responsables.

IV. Referencias bibliográficas

Aguirre, A., & Silva, O (2013). "Evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del distrito de Trujillo – año 2013.

Caldas (2010). "Nivel disposición de los vendedores ambulantes para la formalización de sus negocios en la ciudad de Bogotá".

Calduch, R (1993). "Métodos y Técnicas de Investigación en Relaciones Internacionales".

Carrasco, S. (2009). Metodología de la Investigación Científica. Lima, Perú: San Marcos.

Castillo, C., & Vargas, B (2009). "El proceso de la Gestión y Desempeño Organizacional: Una aproximación a la nueva gestión pública desde el ámbito de los Gobiernos Locales".

Gianini, H (1995). La Reflexión Cotidiana. Santiago: Universitaria.

Guerra, A (2006). Ciudadanía, Informal y Estado en Venezuela: Una Aproximación a través de las redes (Vol. 15). Maracaibo, Venezuela: espacio abierto, (Asociación Venezolana de Sociología).

. Hernández, R., Fernández, C. (2014). Metodología de la Investigación (Sexta ed.). México, México, México: McGraw – HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE CV.

Ivanega, M. (2011). El Principio del Informalismo en el Procedimiento Administrativo. 67, 155-176.

Menni, A (2004). Como Rebuscársela: Trabajo Informal en Tiempos de Crisis (Vol. 022). Distrito Federal de México, México: Política y Cultura (U. Autónoma Metropolitana).

Organización internacional del trabajo (2014). Experiencias recientes de formalización en países de América Latina y el Caribe. Lima: Oficina Regional para América Latina y el Caribe.

Peñaranda, A (2001). La informalidad en el Perú y su impacto en la tributación. Lima Perú: CIAT.

. Rivera, J., & Silvera, I (2012). Formalización Tributaria de los Comerciantes Informales en la Zona Central del Cantón Milagro.

- . Rodríguez, Y (2012). El comercio informal, una afrenta a los poderes establecidos: Vendedores Ambulantes en el Centro Histórico de la Ciudad de México. Escritores Públicos para la Integración Regional en America Latina. México proyecto ESPIRAL.
- Salazar, G. (2003) .Ferias Libres: Espacio Residual de Soberanía Ciudadana. Santiago: Ediciones SUR.
- Sánchez, H., & Reyes, C. (1984). Metodología y Diseños de la Investigación Científica (Primera ed.). Lima.
- Silva, D. (2007). Conflictos por el Espacio Público Urbano y el Comercio en Vía Publica (Vol. 22). Distrito Federal de México, México: El Cotidiano (U. Autónoma Metropolitana).
- Tarazona, I., & Veliz de villa, S. (2016). Cultura tributaria en la formalización de las mypes, provincia de pomabamba-ancash año 2013 (caso: micro empresa T&L sac). Tesis para Título de Contador, Universidad de Ciencias y Humanidades, Contabilidad, Pomabamba.
- Timaná, J., & Pazo, Y (2014). Pagar o no pagar es el dilema: las actitudes de los profesionales hacia el pago de impuestos en lima metropolitana (Primera ed.). (A. Ampuero, ED.) Lima, lima, Perú. Cecosami Pre Prensa e Impresión digital S.A.
- Villanueva, V (2013). Factores tributarios causantes de la informalidad del sector de comercialización de lubricantes automotriz en lima metropolitana. Tesis de Pre Grado, Universidad San Martin de Porras, Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas, Lima.
- Yangali, N. (2015). Código Tributario – Aplicación Práctica. Lima, Lima, Perú: El Búho E.I.R.L.

ANEXOS

Anexo 1

ENCUESTA DE INVESTIGACION DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 28 DE JULIO

I. Objetivo: Recoger información respecto a la formalización del comercio ambulatorio en el mercado 28 de julio de la ciudad de Jaén, 2017.

II. Instrucciones: Según lo que se le indique conteste objetivamente cada una de las pregunta.

1. ¿Tiene conocimiento referente a la formalización de su negocio por parte de una entidad pública?

Si () No () No recuerda ()

2. ¿Qué entidad le brindo información sobre formalización de su negocio?

- a) Municipalidad
- b) Sunat
- c) Otras
- d) Ninguna

3. ¿Ha sido clara la información recibida hasta hoy sobre formalización? Si

() No () No recuerda ()

4. ¿Sabe usted que tramites debe hacer para formalizar su negocio? Si

() No () No sabe ()

5. ¿Cree usted que son muy difíciles los trámites que debe realizar para formalizar su negocio?

Si () No () No sabe ()

6. ¿Ha sido persuadido por algún representante de Sunat o municipalidad para formalizar su negocio?

Si () No () No recuerda ()

7. ¿De acuerdo a sus ventas, cree usted que tiene capacidad para ampliar su negocio?

Si () No () No sabe ()

8. **¿La ubicación donde vende sus productos es rentable?** Si ()
No () No sabe ()
9. **¿Ha recibido usted algún tipo de orientación sobre normatividad de formalización empresarial?**
Si () No () No Opina ()
10. **¿Conoce usted los diferentes trámites que debe hacer para formalizar un negocio?**
Si () No () No sabe ()
11. **¿Ha participado en alguna iniciativa de reubicación o formalización de su negocio que haya sido dirigida por algún representante vecinal?**
Si () No () No Opina ()
12. **¿Está dispuesto a formalizar su negocio?**
Si () No () No Opina ()
13. **¿Sabe que beneficios empresariales obtendría si formaliza su negocio?**
Si () No () No Opina ()
14. **¿Conoce los diferentes regímenes empresariales que tenemos en nuestro país?**
Si () No () No sabe ()
15. **¿Está dispuesto a asociarse con otros vendedores informales y lograr conformar un grupo empresarial?**
Si () No () No sabe ()
16. **¿Ha recibido en su punto de ventas la visita de algún representante de las instituciones públicas o privadas para orientarlo a formalizar su negocio?**
Si () No () No opina ()
17. **¿Cree usted que su negocio va mejorar si es comerciante formal?** Si ()
No () No sabe ()

Anexos 2

Yojani Malú Campos Medina encuestando a una Sra. Vendedora de zapatillas del mercado 28 de Julio.



Anexo 3

Leidy Nuñez Aguilar encuestando a una Sra. Vendedora de accesorios del mercado 28 de Julio.

