

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS ANDES**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,**

**CONTABLES Y SOCIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



**Tesis:**

**Incidencia de la formalización en las ventas de los empresarios del Centro Comercial**

**Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, 2023**

Asesora:

Mg. Peralta Pérez, Luisa del Carmen

Autor:

Alfaro Curitumay, Ruth Siria

Para optar el Título Profesional de:

Contadora Público

Cusco - Cusco - Perú

2025



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS ANDES  
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, CONTABLES Y SOCIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Acta N°: 028

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Cusco, a los 14 días del mes de julio del 2025, siendo las 10.09 am horas, se reunieron los integrantes del Jurado designado por Resolución Sub Directoral N° 316-2025-UTEA-FCJCS-EPC de la Escuela Profesional de Contabilidad \_\_\_\_\_, Facultad de Ciencias Jurídicas, Contables y Sociales:

Presidente :	Mag. Molero Castro Fanny
Dictaminante :	Mag. Tapara Cáceres, Maria Soledad
Replicante :	Mag. Checya Velasque, Tais Talia

Para evaluar la sustentación, en la modalidad de:

Tesis  Trabajo de suficiencia profesional

Titulada:

Incidencia de la formalización en las ventas de los empresarios del Centro Comercial  
Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, 2023

Desarrollado por el (los) Bachiller (es):

Br.: Alfaro Curitumay, Ruth Siria  
(Apellidos y Nombres)

Para optar el Título Profesional de:

Contadora Público  
(Denominación del Título)

Concluido el acto, el Jurado dictaminó que el (la) (los) mencionado(a) (s) bachiller (es) fue (ron) APROBADO (S):

Por: Unanimidad  
(Unanimidad o Mayoría) (\*)

Emitiéndose el calificativo final de:

Bachiller (Apellidos y Nombres)	Calificación (**)
Br. Alfaro Curitumay, Ruth Siria	Aprobado

Siendo las 11.20 am horas concluyó la sesión, firmando los integrantes del Jurado.

Presidente: Mag. Molero Castro Fanny  
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)

(Firma)

Dictaminante: Mag. Tapara Cáceres Maria Soledad  
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)

(Firma)

Replicante: Mag. Checya Velasque Tais Talia  
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)

(Firma)

(\*) **Mayoría:** Dos integrantes del jurado aprueban o desaprueban; **Unanimidad:** Todos los integrantes del jurado aprueban o desaprueban, Art. 18 RGGAT.

(\*\*): 0 a 10: Desaprobado, 11 a 15: Aprobado, 16 a 18: Aprobado Notable, 19 y 20: Aprobado con Distinción, Art. 18 RGGAT.

# Incidencia de la formalización en las ventas de los empresarios del Centro Comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, 2023.docx

## INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>25%</b> INDICE DE SIMILITUD	<b>25%</b> FUENTES DE INTERNET	<b>7%</b> PUBLICACIONES	<b>13%</b> TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
-----------------------------------	-----------------------------------	----------------------------	---------------------------------------

## FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>8%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universidad Tecnologica de los Andes</b> Trabajo del estudiante	<b>4%</b>
<b>3</b>	<b>repositorio.unsaac.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universidad Tecnologica del Peru</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repositorio.uladech.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>repositorio.undac.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>10</b>	<b>revistasdigitales.upec.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>11</b>	<b>virtual.urbe.edu</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>12</b>	<b>repositorio.utea.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>13</b>	<b>global66.com</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>

## Metadatos

<b>Datos del Autor</b>		
Apellidos y Nombres	:	Alfaro Curitumay, Ruth Siria
Tipo de Documento de Identidad	:	DNI
Número de Documento de Identidad	:	73643927
URL ORCID	:	
<b>Datos del Asesor</b>		
Apellidos y Nombres	:	Mg. Peralta Pérez, Luisa del Carmen
Tipo de Documento de Identidad	:	DNI
Número de Documento de Identidad	:	23956915
URL ORCID	:	<a href="https://orcid.org/0000-0001-8222-243X">https://orcid.org/0000-0001-8222-243X</a>
<b>Datos de la Investigación</b>		
Facultad	:	Ciencias Jurídicas, Contables y Sociales
Escuela Profesional	:	Contabilidad
Línea de investigación	:	Contabilidad Pública, Privada y Negocios
Rango de los años en que se realizó la investigación	:	Mayo 2023 - agosto 2025
Fuente de financiamiento	:	Autofinanciado
Porcentaje de similitud	:	25%
URL de OCDE	:	<a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.09.02">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.09.02</a>

## **Dedicatoria**

Dedico esta tesis, en primer lugar, a Dios, por haberme guiado en este camino. A mis padres, Carlos Alfaro Pacco, quien desde el cielo me acompaña y estoy Segura de que está orgulloso de mí, y a mi querida madre, Julia Curitumay Arredondo, quien, a pesar de las dificultades de la vida, siempre ha estado a mi lado. Su amor y apoyo constante han sido la base de todos mis logros. A mis hermanos, quienes siempre me han brindado su apoyo emocional, y a toda mi familia, que ha puesto su fe en mí y me ha dado la fuerza para continuar. Agradezco profundamente su paciencia y sacrificio a lo largo de estos años de estudio.

## **Agradecimiento**

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi asesora de tesis, Luisa del Carmen Peralta Pérez, por su guía experta, su apoyo constante y sus valiosos consejos, que me han sido de gran ayuda. También agradezco al docente Manuel Vicente Solís Yepes, quien me ha brindado un apoyo considerable durante este proceso.

Agradezco a la docente C.P.C. María Soledad Tapara Cáceres y al docente Mg. Marco Antonio Gastañaga Gudiel, quienes han sido mis dictaminantes del proyecto de tesis, por sus sugerencias y críticas constructivas, que me han ayudado a mejorar significativamente en este proceso de estudio.

Extiendo mi gratitud a todos mis docentes, quienes me han compartido su conocimiento a lo largo de mis estudios en la universidad. También agradezco a mis amigos y colegas por su apoyo moral y por compartir su conocimiento conmigo.

Finalmente, estoy profundamente agradecida con mi familia, que me ha apoyado constantemente a lo largo de este largo camino, y en especial a mi querida madre, Julia Curitumay Arredondo, por su apoyo incondicional a lo largo de este recorrido.

## **Resumen**

El presente estudio, titulado “Incidencia de la formalización en las ventas de los empresarios del Centro Comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, 2023”, objetivo describir la incidencia de la formalización en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, del 2023.

La metodología utilizada en este estudio fue de tipo básica, con un diseño no experimental transversal y un enfoque cuantitativo. La población objetivo estuvo compuesta por los 380 empresarios del centro comercial confraternidad del distrito de Wánchaq, y la muestra abarcó a 50 empresarios del área confesión y costura.

Se concluye que existe una influencia significativa entre la formalización y las ventas. El análisis evidenció una correlación moderada Tau\_b de Kendall que el coeficiente obtenido es 0.847 entre la formalización y las ventas en el centro comercial Confraternidad. Aunque la mayoría de los funcionarios evaluaron la gestión administrativa como regular, estos resultados destacan que debe de mejorar más la formalización a través de capacitaciones y cumplimiento de deberes por parte del estado, al optimizar la formalización tributaria, laboral y municipal mejorará significativamente la capacidad de ventas de las empresas del centro comercial Confraternidad, una adecuada formalización no solo asegura el cumplimiento de las normativas, sino que también fortalece la gestión operativa y financiera, lo que facilita el crecimiento sostenible y la competitividad de los negocios.

**Palabras clave:** Formalización, ventas, formalización tributaria, precio de productos.

## **Abstract**

The present study, titled “Incidence of formalization on the sales of businessmen at the Confraternidad Shopping Center in the district of Wanchaq – Cusco, 2023”, aims to describe the incidence of formalization on the sales of businessmen at the Confraternidad shopping center in the district of Wanchaq – Cusco, 2023. Wanchaq district – Cusco, 2023.

The methodology used in this study was basic, non-experimental cross-sectional design. The population of interest was made up of 152 businessmen from the fellowship shopping center in the Wanchaq district, and the sample included 30 businessmen selling artifacts.

It is concluded that there is a significant influence between formalization and sales. The analysis showed a moderate correlation Kendall's Tau\_b that the coefficient obtained is 0.847 between formalization and sales in the Confraternidad shopping center. Although the majority of officials evaluated administrative management as regular (52%), these results highlight that formalization should be further improved through training and compliance with duties by the state. It is concluded that optimizing tax, labor and municipal formalization will significantly improve the sales capacity of the companies in the Confraternidad shopping center. Adequate formalization not only ensures compliance with regulations, but also strengthens operational and financial management, facilitating sustainable growth and business competitiveness.

**Keywords:** Formalization, sales, tax formalization, product prices.

## Índice

Portada .....	i
Acta de sustentación .....	ii
Reporte de similitud .....	iii
Metadatos .....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
Índice .....	ix
Índice de tablas .....	xi
Índice de figuras .....	xiii
Índice de anexos .....	xv
<b>I. Introducción .....</b>	<b>16</b>
<b>II. Planteamiento del problema.....</b>	<b>18</b>
2.1. Descripción y formulación del problema.....	18
2.2 Objetivos .....	21
2.2.1. Objetivo general .....	21
2.2.2. Objetivos específicos.....	21
2.3. Justificación e importancia .....	22
2.4. Hipótesis .....	24
2.5. Variables .....	24
<b>III. Marco teórico .....</b>	<b>28</b>
3.1. Antecedentes .....	28
3.2. Bases teóricas.....	37
3.3 Definición de términos.....	48
<b>IV. Metodología .....</b>	<b>53</b>
4.1. Tipo y nivel de investigación.....	53
4.2. Ámbito temporal y espacial .....	55
4.3 Población y muestra.....	55
4.4. Técnicas e instrumentos.....	58
4.5. Procedimientos estadísticos .....	58
4.6 Análisis de datos .....	59

4.7. Consideraciones éticas .....	59
<b>V. Resultados y discusión.....</b>	<b>60</b>
<b>VI. Conclusiones .....</b>	<b>114</b>
<b>VII. Recomendaciones.....</b>	<b>116</b>
<b>VIII. Referencias.....</b>	<b>117</b>
<b>IX. Anexos .....</b>	<b>125</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b>	Relación de empresario de la Asociación del Centro Comercial de Confraternidad .....	56
<b>Tabla 2</b>	Prueba de confiabilidad de la incidencia de la formalización.....	60
<b>Tabla 3</b>	Confiabilidad de las ventas .....	60
<b>Tabla 4</b>	Formalización.....	61
<b>Tabla 5</b>	Formalización tributaria .....	62
<b>Tabla 6</b>	Formalización Laboral .....	63
<b>Tabla 7</b>	Análisis de la dimensión 03 – Formalización Municipal .....	64
<b>Tabla 8</b>	Análisis de las Ventas .....	65
<b>Tabla 9</b>	Análisis de Precio de Producto.....	66
<b>Tabla 10</b>	Análisis de Oferta de Productos .....	67
<b>Tabla 11</b>	Análisis de competencia empresarial .....	68
<b>Tabla 12</b>	El RUC es un requisito fundamental para operar legalmente su negocio. ....	69
<b>Tabla 13</b>	Es necesario conocer los diferentes tipos de impuestos. ....	70
<b>Tabla 14</b>	Considera que declarar el inicio de sus actividades ante la SUNAT. ....	72
<b>Tabla 15</b>	Inscribir a sus trabajadores en el T-Registro .....	73
<b>Tabla 16</b>	No ha considerado la afiliación a la ONP .....	75
<b>Tabla 17</b>	Considera que la complejidad del proceso de afiliación a ESSALUD desmotiva .....	77
<b>Tabla 18</b>	Considera que el pago de la CTS ayuda a retener y motivar a los trabajadores	78
<b>Tabla 19</b>	La obtención de la licencia de funcionamiento es un proceso sencillo y accesible. ....	80
<b>Tabla 20</b>	El proceso para obtener el registro en INDECI es accesible.....	82
<b>Tabla 21</b>	El costo y los trámites para obtener el permiso de publicidad son accesibles..	83
<b>Tabla 22</b>	La cantidad de productos que vende influye directamente en la estrategia de precios.....	85
<b>Tabla 23</b>	La calidad de sus productos le ha permitido justificar sus precios.....	87
<b>Tabla 24</b>	La estabilidad en los precios de su negocio permite captar y fidelizar .....	88
<b>Tabla 25</b>	La competencia con negocios informales le obliga a reducir sus precios .....	90
<b>Tabla 26</b>	La inversión en equipos y herramientas modernas .....	91
<b>Tabla 27</b>	Tener su negocio formalizado le ha permitiría establecer objetivos más claros	93
<b>Tabla 28</b>	La calidad de mis productos influye directamente en el nivel de ventas .....	94

<b>Tabla 29</b>	La competencia en el sector de confección y costura me obliga a innovar.....	96
<b>Tabla 30</b>	El acceso a financiamiento facilita la adquisición de mejores recursos comerciales .....	98
<b>Tabla 31</b>	Considera que contar con personal capacitado mejora la competitividad. ....	100
<b>Tabla 32</b>	Prueba de normalidad.....	102
<b>Tabla 33</b>	Prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis general.....	103
<b>Tabla 34</b>	Prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis específicas 1 .....	104
<b>Tabla 35</b>	Prueba de Tau_b de Kendall de la hipótesis específicas 2 .....	105
<b>Tabla 36</b>	Prueba de Tau_b de Kendall 3 .....	106

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> Análisis de la variable 01 – Formalización.....	61
<b>Figura 2</b> Análisis de la dimensión 01 – Formalización tributaria .....	62
<b>Figura 3</b> Análisis de la dimensión 02 – Formalización laboral.....	63
<b>Figura 4</b> Análisis de la dimensión 03 – Formalización Municipal.....	64
<b>Figura 5</b> Análisis de las ventas .....	65
<b>Figura 6</b> Análisis de precio de productos .....	66
<b>Figura 7</b> Análisis de Oferta de Productos.....	67
<b>Figura 8</b> Análisis de la competencia empresarial.....	68
<b>Figura 9</b> El RUC es un requisito fundamental para operar legalmente su negocio.....	69
<b>Figura 10</b> Es necesario conocer los diferentes tipos de impuestos.....	71
<b>Figura 11</b> Considera que declarar el inicio de sus actividades ante la SUNAT.....	72
<b>Figura 12</b> Inscribir a sus trabajadores en el T-Registro.....	74
<b>Figura 13</b> No ha considerado la afiliación a la ONP .....	75
<b>Figura 14</b> Considera que la complejidad del proceso de afiliación a ESSALUD desmotiva .....	77
<b>Figura 15</b> Considera que el pago de la CTS ayuda a retener y motivar a los trabajadores .... .....	79
<b>Figura 16</b> La obtención de la licencia de funcionamiento es un proceso sencillo y accesible. .....	80
<b>Figura 17</b> El proceso para obtener el registro en INDECI es accesible .....	82
<b>Figura 18</b> El costo y los trámites para obtener el permiso de publicidad son accesibles .....	84
<b>Figura 19</b> La cantidad de productos que vende influye directamente en la estrategia de precios .....	85
<b>Figura 20</b> La calidad de sus productos le ha permitido justificar sus precios .....	87
<b>Figura 21</b> La estabilidad en los precios de su negocio permite captar y fidelizar.....	89
<b>Figura 22</b> La competencia con negocios informales le obliga a reducir sus precios .....	90
<b>Figura 23</b> La inversión en equipos y herramientas modernas .....	92
<b>Figura 24</b> Tener su negocio formalizado le ha permitiría establecer objetivos.....	93
<b>Figura 25</b> La calidad de mis productos influye directamente en el nivel de ventas.....	95
<b>Figura 26</b> La competencia en el sector de confección y costura me obliga a innovar .....	96

<b>Figura 27</b> El acceso a financiamiento facilita la adquisición de mejores recursos comerciales .....	98
<b>Figura 28</b> Considera que contar con personal capacitado mejora la competitividad. ....	100

## Índice de anexos

<b>Anexo 1</b> Matriz de consistencia .....	126
<b>Anexo 2</b> Validación de Instrumento.....	127
<b>Anexo 3</b> Instrumento de recolección de datos tipo encuesta.....	130
<b>Anexo 4</b> Base de Datos .....	132
<b>Anexo 5</b> Registro fotográfico .....	133

## I. Introducción

El objetivo de este estudio, titulado "Incidencia de la formalización en las ventas de los empresarios del Centro Comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, 2023", es describir cómo la formalización influye en la eficiencia de las ventas de los empresarios. Las ventas representan el intercambio de productos por dinero, lo que es fundamental, la formalización permite operar de manera legal y transparente, además de cumplir las normativas fiscales, brinda acceso a beneficios, oportunidades que facilitan el crecimiento y la expansión empresarial.

El estudio presenta la siguiente estructura:

- **Planteamiento del problema:** Esta sección del estudio se centra en la formulación y descripción del problema de investigación. Aquí se exponen los objetivos que orientan el estudio, se justifica la importancia de su desarrollo, se presenta la hipótesis planteada, y se detallan las variables que serán analizadas.
- **Marco teórico:** Esta sección del estudio aborda la presentación de los antecedentes relevantes, el desarrollo de las bases teóricas que fundamentan el análisis, y la definición de los términos clave utilizados en la investigación.
- **Metodología:** En esta sección se describe el enfoque metodológico del estudio, incluyendo información sobre el tipo y nivel, la población y muestra seleccionadas, los instrumentos empleados, los procedimientos implementados.

- **Resultados y discusión:** Esta sección expone los hallazgos del estudio se interpretan y contextualizan a través de una comparación con resultados de investigaciones previas, lo que facilita un análisis más detallado.
- **Conclusiones:** En esta sección se revelaron los hallazgos.
- **Recomendaciones:** En esta sección se propusieron sugerencias para resolver el problema identificado.

Finalmente se presentan las referencias del estudio y los anexos.

## **II. Planteamiento del problema**

### **2.1. Descripción y formulación del problema**

#### ***2.1.1. Descripción del problema***

A nivel global, las MYPES asumen un papel muy importante para el crecimiento económico de un país, a pesar de que estas, no perciban grandes ingresos, tienen un impacto tanto nacional como internacional, debido a que cuando juntamos miles de MYPES estamos ante una gran cantidad de empresarios, trabajadores e ingresos. Por lo que, Romero (2006), señala que las unidades económicas asumen un papel muy importante en el desarrollo de los países, debido a que estos aportan entre el 96% y 99% de la producción comercial, lo que representa una sexta parte de esta, además de ello entre el 60% y 70% brindan empleos a su comunidad. En este contexto, las MYPES desempeñan un rol clave en el crecimiento económico de los países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo. Estas empresas contribuyen con el 25% del Producto Bruto Interno a nivel mundial (2023)

Chacón (2017), menciona que la importancia de la MYPES a nivel internacional y en Latinoamérica ha experimentado cambios significativos que han llevado a que el sector de las MYPES se convierta en una parte fundamental para el desarrollo de los países y en impulsos clave de las industrias. Con el paso del tiempo y la acumulación de la experiencia,

se ha demostrado que muchas de las grandes empresas comenzaron como MYPES y crecieron con el tiempo.

En el Perú, este es uno de los sectores más importantes en su desarrollo económico, COMEXPERU (2022), afirma que estas representaban al 96.5% de empresas existentes en el país, además de brindarle trabajo a más de 8 millones de peruanos y producen más del 49% del PBI. Por tanto, podemos afirmar que la creación de más MYPES contribuye al desarrollo del país. En Perú, este sector viene mostrando un crecimiento significativo, impulsado por el aumento de personas que deciden emprender y crear pequeñas empresas dedicadas a distintas actividades como la producción, la comercialización, entre otras. Sin embargo, enfrenta importantes desafíos, siendo la informalidad uno de los principales, ya que muchos emprendedores no formalizan sus negocios, evitando así cumplir con diversas obligaciones legales. Otro obstáculo relevante es la ausencia de estrategias efectivas que impulsen su desarrollo de manera eficiente.

Aliaga (2021), en su estudio “La magnitud de las MYPES en el Perú” presentado por la revista de la facultad de derecho corporativo en la ciudad de lima, menciona que, las MYPES es una de las principales fuentes de empleo, además son muy importantes para el desarrollo y crecimiento de nuestro país; sin embargo, se ha identificado algunos problemas que impiden el crecimiento de los MYPES, como son la informalidad, de igual manera explica la limitación legal para acceder a los beneficios como son restricción, a los créditos y acceso a las compras del estado.

En un contexto local, se precisa que, actualmente las pequeñas y medianas empresas son un sector que se encuentra en pleno crecimiento, por lo que también es considerada como una de las principales actividades económicas y fuente principal de ingresos del producto bruto interno (PBI) para el país, ayudando así en el desarrollo del país, de acuerdo a lo

manifestado por Mero (2018), el objetivo principal de toda empresa es generar ingresos para fortalecer el crecimiento y posicionamiento en el mercado. Por otro lado, se puede precisar que las micros y pequeñas empresas son la principal fuente de actividad económica, lo que contribuye al desarrollo de los países involucrados, al ofrecer ventajas en variedad, calidad y precios competitivos de los productos, lo que a su vez genera beneficios económicos.

La presente investigación se centra en los comerciantes del área de confección y costura del centro comercial Confraternidad, quienes ofrecen bienes y servicios dirigidos a la población cusqueña. Uno de los principales problemas que enfrentan estas microempresas es la informalidad, lo que restringe su acceso a beneficios financieros y comerciales, dificultando la mejora de sus ventas y el crecimiento de sus negocios.

La informalidad empresarial no solo afecta a los comerciantes, sino también al Estado, ya que reduce los ingresos tributarios y fomenta la continuidad de prácticas no reguladas en el sector. Además, limita el acceso a financiamiento, impidiendo que los empresarios inviertan en la expansión y mejora de sus negocios. Un factor determinante en este problema es la falta de conocimiento sobre los beneficios de la formalización. Para contrarrestar esta situación, es fundamental promover programas de capacitación que informen a los empresarios sobre las ventajas de operar legalmente, así como el acceso a créditos y otros incentivos que les permitan incrementar su capital y fortalecer su presencia en el mercado.

### **2.1.2. Formulación de problemas**

#### **a. Problema general**

¿Cómo la formalización incide en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, del 2023?

#### **b. Problemas específicos**

- ¿Cómo la formalización tributaria incide en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, del 2023?
- ¿Cómo la formalización laboral incide en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, del 2023?
- ¿Cómo la formalización municipal incide en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, del 2023?

## **2.2 Objetivos**

### **2.2.1. Objetivo general**

Describir la incidencia de la formalización en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, del 2023.

### **2.2.2. Objetivos específicos**

- a.** Describir la incidencia de la formalización tributaria en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, del 2023.
- b.** Describir la incidencia de la formalización laboral en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, del 2023.
- c.** Describir la incidencia de la formalización municipal en las ventas de los

empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, del 2023.

## **2.3. Justificación e importancia**

### ***2.3.1. Justificación teórica***

La presente investigación se desarrolló con base en un enfoque teórico, con el propósito de enriquecer y ampliar la comprensión respecto al proceso de formalización de las pequeñas y medianas empresas, y como estas pueden llegar a crecer en el ámbito empresarial, logrando mejorar las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq de la provincia de Cusco, del departamento de Cusco, este estudio se convirtió en fuentes de investigación, por lo tanto se convirtió en una materia de consulta, que servirá como antecedentes de futuras investigaciones, ya que profundizo el conocimiento sobre la formalización de los empresarios y cuáles serían las ventajas que puede haber después de dar el primer paso hacia la formalización, este estudio ayudara a la sociedad ver de una manera distinta la formalización y comprender como es que formalizar las empresas ayudara a mejorar y crecer en el ámbito empresarial y con este acto obtener beneficios y/o ventajas que favorecerán a los empresarios.

### ***2.3.2. Justificación práctica***

El estudio actual se realizó, utilizando una justificación práctica, evidenciando la falta de conocimiento sobre la formalización de los empresarios y como esta decisión puede cambiar la situación económica de cada empresario, por lo tanto la presente investigación es una herramienta para futuras investigaciones y que ayudara a entender a las pequeñas y medianas empresas, que la formalización tiene ventajas positivas a favor de ellos, haciendo que sean más competitivos en el ámbito empresarial, asimismo, los resultados de la presente investigación, muestran cual es la importancia de la formalización de los empresarios, del

centro comercial de confraternidad del distrito de Wánchaq, provincia de Cusco, departamento de Cusco, como esta investigación ayudara a entender y comprender de la mejor manera, como la formalización de sus negocios ayudara en los incrementos de sus ventas y que ventajas podrían tener al ser empresarios formales.

### ***2.3.3. Justificación metodológica***

La investigación, se realizó mediante una Justificación metodológica, lo que permitirá comprender de una manera más efectiva cada una de las variables a estudiar, razón por la cual, se empleó un marco metodológico para recopilar información verídica y precisa, permitiendo de esta manera desarrollar el problema de investigación, es por esto que se llegó a utilizar herramientas que ayuden a lograr la culminación de la presente investigación, las encuestas que se formularon para los empresarios del centro comercial de Confraternidad, fue una de las herramientas que se utilizó para recopilar información de los empresarios y conocer cuáles eran los factores que los impedían formalizarse correctamente y a eso se refiere en los tres ámbitos, como son la formolización tributaria, formolización laboral y formolización municipal, además la encuesta fue una de las herramientas que me ayudo a entender que, no todos los empresarios tenían conocimiento sobre, que es la formalización y cuáles podrían ser las ventajas que a ellos les traería.

### ***2.3.4. Justificación social***

Esta investigación permitió entender y comprender las dificultades que existen hacia la formalización, es por esto que, a partir de los resultados del presente estudio, se proyecta llegar a cada empresario para que puedan entender de mejor manera sobre la formalización de sus negocios y como esto puede ayudarlos a crecer como empresarios y llegar a ser competitivos en el mercado empresarial, esta investigación no solo ayudará a los empresarios a comprender que la formalización los favorecerá, si no que ayudara a las futuras

investigaciones, además de esto, la sociedad puede entender de mejor manera sobre las empresas que optan por ser formales y que beneficios trae formalizarse, así que en cualquier momento que ellos decidan formar su negocio, ya tienen conocimiento para tomar una decisión que los favorezca.

## **2.4. Hipótesis**

### ***2.4.1. Hipótesis general***

La formalización incide significativamente en las ventas de los empresarios del centro comercial confraternidad del distrito de Wánchaq - Cusco, del 2023.

### ***2.4.2. Hipótesis específicas***

- a.** La formalización tributaria incide significativamente en las ventas de los empresarios del centro comercial confraternidad del distrito de Wánchaq - Cusco, del 2023.
- b.** La formalización laboral incide significativamente en las ventas de los empresarios del centro comercial confraternidad del distrito de Wánchaq - Cusco, del 2023.
- c.** La formalización municipal incide significativamente en las ventas de los empresarios del centro comercial confraternidad del distrito de Wánchaq - Cusco, del 2023.

## **2.5. Variables**

### **2.5.1 Variable 01: Formalización**

#### **a. Definición conceptual**

Sucapuca (2025) quien cita a Chávez (2019). “La formalización incluye varias etapas: tributaria, laboral y municipal, siendo la formalización tributaria la más importante, ya que implica inscribir un negocio ante la SUNAT” (P. 03)

## **b. Definición operacional**

Para la variable formalización se consideraron como dimensiones la formalización tributaria, municipal y laboral, estas se medirán a través de la escala Likert.

### **Dimensión 1**

Formalización tributaria

#### **Indicadores**

- Sacar ruc
- Régimen tributario
- Inicio de actividad

### **Dimensión 2**

Formalización laboral

#### **Indicadores**

- Inscripción en el T - Registro
- Afiliación a ESSALUD
- Compensación por tiempo de servicios
- Afiliación en ONP

### **Dimensión 3**

Formalización municipal

#### **Indicadores**

- Licencia de funcionamiento

- Registro en INDECI
- Permiso por publicidad

### **2.5.2. Variable 02: Ventas**

#### **a. Definición conceptual**

Valdés (2023) La venta es un proceso de actividades para lograr el crecimiento empresarial y de esta manera ser competitivos y se dará de tres maneras diferentes como el precio de producto, la oferta de productos y la competencia empresarial.

#### **b. Definición operacional**

La variable ventas se medirá por medio de un cuestionario que constará de 10 Ítems, utilizando la escala Likert, este se aplicará a los empresarios del rubro de confección y costura del Centro comercial Confraternidad. Las dimensiones empleadas para esta variable son el precio de los productos, oferta de productos y la competencia empresarial.

#### **Dimensión 1**

Precio de productos

#### **Indicadores**

- Cantidad
- Calidad
- Demanda

**Dimensión 2**

Oferta de productos

**Indicadores**

- Precios bajos
- Costes de producción
- Objetivos empresariales

**Dimensión 3**

Competencia empresarial

**Indicadores**

- Relación de calidad
- Capacidad innovadora
- Recursos comerciales
- Capacidad de capital humano

### III. Marco teórico

#### 3.1. Antecedentes

##### *3.1.1. A nivel internacional*

Córdova et al. (2019), en su estudio sobre, “Correlación de la formalización administrativa con los ingresos de las micro y pequeñas empresas comerciales especializadas en tecnología en Quito” publicado en la Revista SATHIRI, tuvo como objetivo describir el segundo tipo de formalización en las micro y pequeñas empresas dedicadas al comercio al por menor de equipos de tecnología y comunicación (CIU 474) en las parroquias urbanas de la ciudad de Quito y determinar si tiene relación con el nivel de ingresos (ventas brutas) en el año 2016. Se desarrollo bajo un método descriptivo transversal, la población y muestra estuvo constituida por 61 gerentes de micro y pequeñas. Se concluyó que no existe una relación directa entre el nivel de formalización y los ingresos brutos, ya que se identificaron numerosos casos de empresas con altos niveles de formalización pero con ingresos reducidos. Del mismo modo, se observaron empresas con un grado de formalización medio o limitado que, no obstante, registran ingresos elevados. Se tomo en consideración el estudio de Córdova et al. (2019), debido a que este autor precisa que la formalización no tiene ningún tipo de relación con el nivel de ingresos de las empresas.

Silupu (2021), en su estudio sobre, “Transición hacia la formalidad de las micro y pequeñas empresas tuvo como objetivo ampliar la comprensión de cómo las distintas

dimensiones del entorno institucional a nivel macro, meso y micro inciden en las decisiones de los micro y pequeños empresarios respecto a su transición hacia la formalidad en los países en desarrollo, para lograr esto se empleó una herramienta de encuesta como método principal de recolección de datos (pg.157) , donde concluyo el impuesto, sin embargo, hay empresas que dieron el primer paso hacia la formalización, dando a entender que pueden existir razones que limiten el proceso de formalización, la formalización empresarial es un proceso donde el empresario toma la decisión de comenzar con la formalización, pero no puede considerarse automáticamente formal, puesto que debe considerar cumplir con todos los requisitos que exigen en cada país, dando a entender que si no cumplen con los requisitos para la formalización, todavía estarían dentro de la informalización, el conocimiento del empresario sobre la formalización es relevante para que puedan terminar el proceso hacia la formalización, es decir, que la rapidez, sencillas y la facilidad en el proceso, lo incentiva a completar y constituirse como empresa formal. Se tomo en cuenta a Silupu (2021), puesto que menciona datos importantes acerca de las pequeñas y medianas empresas (MYPES), que toman en consideración la decisión de los empresarios para llevar a cabo la formalización, ya que en países en desarrollo muchas empresas no empiezan a formalizar debido a que existen razones que los limitan, una de ellas es que, los ingresos que generan los empresarios no les permite cubrir el pago del impuesto, pero también existen empresarios, que si dieron el primer paso hacia la formalización, dando a entender que existe razones que limitan la formalización, es por esto que para los empresarios el conocimiento sobre la formalización es muy importante, ya que les permitirá tomar la mejor decisión para crecer como empresarios.

Moreno y Díaz (2019) en su estudio sobre, Exclusión Financiera, Fuentes No El trabajo titulado Formales de Financiamiento e Informalidad, presentado en la Universidad Santo Tomás de Bogotá como requisito para obtener el grado de Magíster en Ciencias

Económicas, tuvo como propósito analizar la exclusión financiera, para su desarrollo la metodología empleada en este estudio se basa en un diseño descriptivo correlacional. Dado que no se disponía de datos previos sobre las variables de interés, se recopiló información mediante entrevistas utilizando un cuestionario estructurado. Además, para el desarrollo de la propuesta de intervención, se aplicó un diseño explicativo que permitió analizar y fundamentar las acciones a implementar. Concluye que la investigación evidencia que la informalidad y el uso de financiamiento no regulado inciden en la exclusión de ingresos de los comerciantes mayoristas, aunque no de manera simultánea. Factores como la edad, escolaridad, confianza en el sistema financiero y la tenencia de garantías tienen un papel determinante en el acceso al crédito. Asimismo, el uso de efectivo y la baja cultura de gestión del riesgo limitan la bancarización y la adopción de productos financieros como seguros. Para mejorar la inclusión financiera, se recomienda fortalecer la educación financiera, optimizar la regulación y fomentar la formalización, garantizando mayor acceso a mecanismos de financiamiento estructurados. Se tomó en cuenta el estudio de Moreno y Díaz (2019) ya que este señala que, para mejorar la inclusión financiera, se recomienda fortalecer la educación financiera, optimizar la regulación y fomentar la formalización, garantizando mayor acceso a mecanismos de financiamiento estructurados

Moreno et al. (2024), en su estudio, “Gestión empresarial y formalización en las micro y pequeñas empresas en una municipalidad de la selva central” presentada a la revista Ciencia Latina Internacional de México, tuvo como finalidad establecer la relación entre la gestión empresarial y la formalización de las micro y pequeñas empresas en la Municipalidad Provincial de Chanchamayo durante el año 2022. Para ello, se empleó una metodología basada en el método científico general, utilizando como método específico el hipotético-deductivo. La población del estudio estuvo conformada por “361 propietarios informales que están dentro de la jurisdicción de la división de licencias, comercialización de la

Municipalidad Provincial de Chanchamayo”, concluyo que hay una relación positiva pero débil entre la gestión empresarial y la formalización de MYPEs en la Municipalidad Provincial de Chanchamayo. Se identificó que factores como disponibilidad de información, accesibilidad a financiamiento y calidad de servicio influyen en la formalización, aunque de manera limitada. Sin embargo, la aceptabilidad y adaptabilidad no mostraron una relación significativa, reflejando desafíos en la implementación de estrategias en el sector público. Se destaca la necesidad de fortalecer la gestión empresarial en las municipalidades para mejorar la formalización y sostenibilidad de las MYPE. Se tomó en cuenta el estudio de Moreno et al. (2024), porque busca comprender cómo la gestión empresarial influye en la formalización de las MYPEs (Micro y Pequeñas Empresas). La investigación se enfoca en aspectos clave como la disponibilidad de información, accesibilidad a financiamiento, calidad del servicio, y la aceptabilidad-adaptabilidad en la gestión pública, lo cual es crucial para el desarrollo y la formalización.

Ojeda et al. (2018), en su estudio sobre “Diagnóstico de la formalización administrativa de las empresas medianas dedicadas al comercio al por menor en Quito” presentado a la Revista Economía y Política, tuvo como objetivo medir y describir el segundo tipo de formalización en las empresas medianas dedicadas al comercio al por menor de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) Número 47, en las parroquias urbanas de la ciudad de Quito, Ecuador, al año 2017, para su desarrollo se usó la metodología de diseño descriptivo transversa, donde concluye que las empresas medianas dedicadas al comercio al por menor tienen un nivel de formalización mayoritariamente óptimo, lo que les permite enfrentar los retos del mercado competitivo. Sin embargo, existen debilidades en áreas clave como gestión de talento humano, estrategia y comercialización. La formalización no depende únicamente de la antigüedad de las empresas, sino de su capacidad para modernizarse. Se recomienda fortalecer estos procesos a través de asesoramiento, programas

educativos y acceso a crédito para asegurar su crecimiento y sostenibilidad.

### ***3.1.2. A nivel nacional***

Montesillo (2022), en su estudio sobre “Factores que limitan la formalización empresarial del comercio ambulatorio en el centro comercial el Huequito, Callería 2021”, presentado en la Universidad Nacional de Ucayali en Perú, para optar el título profesional de contador público, el objetivo fue determinar los aspectos que tienen un impacto significativo en la decisión de los comerciantes ambulatorio o informales, la investigación se llevó a cabo utilizando un enfoque descriptivo y de diseño descriptivo puro invariable, se desarrolló con una muestra de 68 comerciantes (pg.13) , donde se muestra que la formalización laboral tuvo el mayor impacto en un 20.6%, la formalización tributaria en un 19.1% y la formalización municipal en un 61.8%, lo que permite concluir que la formalización municipal, la cual tuvo un mayor impacto en las restricciones de formalización. Tomando en consideración a Montesillo (2022), dado que este precisa que la mayoría de los empresarios solo poseen la formalización municipal, nos da a entender que existen factores que limitan la formolización empresarial completa, también nos da a conocer que la formolización laboral, es la que posee baja influencia en los empresarios, dando a entenderse que este puede ser unos de los factores que limitan la formolización empresarial completa.

Loya (2021), en su estudio sobre “Formalización y rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro ventas de ropa Huanta 2020”, presentado en la Universidad de Ciencias e Informática en Perú, para optar el título profesional de licenciado en administración y negocios internacionales, tuvo como objetivo determinar la incidencia de la formalización en la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, teniendo como diseño de investigación el tipo no experimental y correlacional con enfoque cuantitativo y teniendo

como muestra a 170 propietarios (pg. 10) , donde se concluye que la formalización afecta a la rentabilidad de manera positiva de las MYPES en el sector comercial, de igual forma se encontró que la formalización registral y tributaria, así como la formalización laboral y formalización municipal, afectan de manera positiva en la rentabilidad neta. Loya (2021) nos indica que la formalización aporta de gran manera a los empresarios, ya que la formalización trae beneficios que ayuda al crecimiento de los negocios, en el ámbito empresarial y económico, además genera empleo con beneficios para los trabajadores y de esta manera mejorar el estilo de vida de las personas.

Cumpa (2020), en su estudio sobre “Formalización y cultura tributaria para los comerciantes del centro poblado de Sipán, Zaña”, presentado en la Universidad Cesar Vallejo en Perú, para optar el título profesional de contador público, tuvo como objetivo determinar la relación entre cultura tributaria y formalización, para lo cual se consideró como parte metodológica, el enfoque cuantitativo, teniendo como muestra de 32 comerciantes (pg.33), concluyendo que la formalización es insuficiente, esto se debe a que el proceso de formalización de nuestro país no es muy adecuado, en muchos casos puede resultar muy costoso para las empresas formalizar sus negocios en los diferente ámbitos de la formalización, los programas de formalización les brinda la orientación adecuada y necesaria para incentivar a estos empresarios a formalizar sus negocios. Si bien es cierto tal como menciona Cumpa (2020), en el Perú la formalización es insuficiente ya que, en muchos casos, formalizar una empresa es muy costosa, en los diferentes ámbitos de la formalización, como son la formalización tributaria, formalización Municipal y formalización laboral, es por esto que el autor nos menciona que es necesario incentivar a los empresarios para dar ese gran paso hacia la formalización de las micros y pequeñas empresas.

Rojas y sosa (2020), en su estudio sobre “La formalización de las micros y pequeñas empresas como medio para reducir la informalidad del sector comercial de la provincia de Yauli, año 2019”, analizar como la formalización de las MYPES afecto la determinación del nivel de informalidad, para lo cual se consideró como parte metodológica el enfoque cuantitativo, del diseño descriptivo correlacional (pg.92), donde se ha determinado que, la mayoría de las personas involucradas en actividades microempresariales en el ámbito comercial no comprenden los pasos que implica la formalización del negocio, se encontró que el 89.70% de ellos no cuentan con licencias comerciales ni certificados de defensa civil, lo cual es un problema grave, además en cuanto a los factores que inciden en el funcionamiento irregular de las MYPES, se encontró que la mayoría de los dueños que representan el 71% de las empresas, indicaron que uno de los principales motivos de la irregularidad fue la desinformación, mientras que el 22.51% de los dueños afirmaron que sus ganancias se verían afectadas, causando una disminución de sus ingresos normales y por último el 6.49% mencionan que, no lo hacen por el tiempo que demoran los tramites, seguido por el temor de los empresarios a la reducción de sus ganancias y por ultimo a la demora de los tramites respectivos para la formalización. Tomando en consideración a Rojas y sosa (2020), nos indican que los dueños de las MYPES, no comprenden los pasos para la formalización, además de esto mencionan que la mayoría de los empresarios, no cuentan con alguna de las tres dimensiones y este es un caso realmente muy preocupante, además estadísticamente nos da a entender que la mayoría de estas micros y pequeñas empresas, están desinformados o no conocen los pasos hacia la formalización, y otros empresarios temen a que sus ganancias disminuyan, así como también mencionan que no llegan a formalizar debido a que toma demasiado tiempo hacer los trámites, es por esto que existe la informalidad.

Castillo (2023), en su estudio titulado “Formalización tributaria y crecimiento económico de las MYPES del sector I de abarrotes del mercado Moshoqueque, Chiclayo 2021”, presentado a la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo para optar el título de contador público, donde se tiene como objetivo determinar la relación de la formalización tributaria con el crecimiento económico de las MYPES del sector I de abarrotes, donde se utilizó una metodología aplicada de nivel descriptivo no experimental, donde se concluyó que la formalización tributaria juega un papel clave en el crecimiento económico de las MYPES, ya que les permite acceder a mayores oportunidades y beneficios. Según la encuesta realizada, la mayoría de los comerciantes opera dentro de la formalidad, aunque muchos están registrados en el régimen RUS a pesar de que sus ingresos exceden el límite establecido. Sin embargo, su principal preocupación es cumplir con el pago mensual a la SUNAT para evitar sanciones, sin un conocimiento profundo de otras normativas tributarias. Esto evidencia la necesidad de fomentar la educación fiscal y promover la transición a regímenes más adecuados, lo que no solo fortalecería la sostenibilidad financiera de estos negocios, sino que también contribuiría al desarrollo económico del país. Se tomó en consideración el estudio Castillo (2023), debido a que este autor precisa que la formalización tributaria juega un papel clave en el crecimiento económico de las MYPES.

### ***3.1.3. A nivel regional y local***

Condori y Valencia (2022), en su estudio sobre “Formalización de los integrantes del sindicato de comerciantes central la Bombonera, distrito de Sicuani-2019”, tuvo como objetivo describir la situación respecto a la formalización de los integrantes del sindicato de comerciantes, para lo cual como parte de investigación de tipo básica, enfoque cuantitativo, diseño no experimental, alcance descriptivo, siendo la muestra de 125 comerciantes (pg.2), concluyó que los afiliados al sindicato, siendo la mayoría de los empresarios (77.65%) no

están formalizados en ningún ámbito, ya sea en el ámbito tributario, laboral o municipal y que solo un porcentaje pequeño de los empresarios (22.35%) están formalizados correctamente en los tres ámbitos. Se tomó en consideración a Condori y Valencia (2022), debido a que muestran datos importantes sobre la formalización de las MYPES, donde se evidencia que la mayoría de los empresarios no están formalizados de manera correcta, ya que no cumplen con las tres dimensiones, formalización tributaria, municipal y laboral, y que solo una parte está formalizada de manera correcta.

Aguilar y Condori (2019), en su estudio sobre “La gestión de calidad y formalización de las MYPES del distrito de Yanaoca-Canas- Cusco, presentado en la Universidad Privada Telesup en Perú, para lo cual como parte metodológica fue descriptiva, diseño experimental, alcance transversal, enfoque cuantitativo, teniendo como población 40 personas (pg.6), las tendencias actuales han dado lugar a nuevos contextos empresariales que son dinámicos, competitivos y en constante evolución, en consecuencia, las empresas deben estar bien organizadas, tener una gestión eficaz, que permita a los propietarios desarrollar sus negocios, así como formalizar sus operaciones y cumplir con todas las leyes, reglamentos y políticas administrativas aplicables y la eficiencia de las operaciones, se relaciona con los objetivos principales de las MYPES. Debido a que la actividad que desarrolla la MYPES es dinámica y competitiva, para cumplir con sus compromisos y obligaciones, es necesario que la empresa cuente con altos niveles de liquidez con el fin de reponer sus inventarios en niveles adecuados, incluyendo metas de desempeño de rentabilidad y salvaguardar sus recursos, es crucial para ellos contar con un sistema de gestión eficaz que incluya un plan organizacional, así como métodos y medidas coordinadas, adaptadas para salvaguardar los activos de la empresa, verificar la exactitud y veracidad de su información contable, promover la eficiencia operativa y lograr una gestión eficiente del inventario, esto se debe a que deben satisfacer las demandas y los requerimientos de sus clientes y consumidores.

Challo y Kjuero (2019), en su estudio sobre “Formalización empresarial de los emprendedores beneficiados por el Fondo Concursable PROCOMPITE en el distrito de San Jerónimo, periodo 2018”, teniendo como objetivo determinar la situación en cuanto a la formalización empresarial, para ello, se empleó una investigación de tipo básica, de alcance descriptivo. La población estuvo compuesta por los emprendedores beneficiarios del fondo concursable PROCOMPITE, totalizando 72 emprendedores. (pg.15), donde se concluye que cumplen con la formalización empresarial en un 24.38%, dando a entender que los empresarios no están del todo formalizados, ya que en la formalización tributaria abarcan solo el 55.33% de los empresarios, de igual manera, en la formalización municipal abarcan solo el 16.67% y en cuanto a la formalización laboral solo un porcentaje total del 10%, es por esto que una de las recomendaciones hacia PROCOMPITE, tomen en cuenta y sea uno de sus principales objetivos, la formalización empresarial. Considerando a Challo y Kjuero (2019), nos demuestran que la informalidad de las micros y pequeñas empresas es en gran porcentaje, debido a que los empresarios no poseen conocimientos suficientes sobre las ventajas que puede poseer la formalización, además de que la mayoría de los empresarios temen a la disminución de sus ingresos.

## **3.2. Bases teóricas**

### ***3.2.1. Formalización***

Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2022), indica que “La formalización debe entenderse más que como una obligación de registro, como un medio de inclusión económica, ambiental y social de las empresas en los mercados, para que estas aumenten sus índices de productividad, y puedan acceder al sistema financiero y sean sostenibles”. Teniendo presente lo mencionado por el autor, la formalización es el cumplimiento de las

normas, para la correcta inserción en el mundo empresarial y de esta manera acceder a mercados más grandes, generando más beneficios a favor de cada empresario.

Orayen y Moretti (2004), menciona que “La formalización es una herramienta, una forma de lograr nuestros objetivos, lo que se requiere para que las formalizaciones sean válidas, es que sean beneficiosas o desde mi perspectiva, que me permita lograr algo que se acerque lo suficiente a mis objetivos lingüísticos originales” (pg.23). Sin duda alguna, se deduce de lo manifestado por el autor que, la formalización es una herramienta que permite que las micros y pequeñas empresas (MYPES) logren sus objetivos, obteniendo beneficios que los ayuden a crecer en el mundo empresarial, y de esta manera logren incrementar sus ingresos.

García (2007), señala que “Las ventas es un proceso, una serie de actividades específicas y ordenadas. Para realizar una venta, generalmente tenemos que pasar por un proceso, paso a paso para finalmente obtener la venta” (pg.73).

De Val (1997) manifiesta que “La formalidad expresa el grado en que se normaliza el comportamiento porque hay instrucciones y programas que definen, escriben y hacen cumplir las expectativas sobre cómo y con que propósito se debe realizar el trabajo” (pg.258). Sobre lo mencionado por el autor, la formalización, son pasos que se debe de cumplir de manera correcta, para lograr el objetivo esperado, es decir, el cumplimiento de las normas legales, para que los micros y pequeñas empresas, puedan lograr lo esperado, que es el logro de sus metas como empresarios formales.

Conduce tu empresa (2023), menciona las Ventajas y desventajas de la formalización

**Ventajas:**

- La propiedad de la organización, equipos y productos será registrada legalmente
- Habrá mayor posibilidad de ingresar a nuevos mercados
- Habrá mayor posibilidad de posicionarse como empresa dentro de un mercado
- Habrá la posibilidad de pertenecer a un grupo o sociedad empresarial
- Se podrá adquirir las cosas con factura y a si acceder a un crédito fiscal
- Se puede participar en licitaciones publicas
- Puedes proveer a otras empresas privadas
- La empresa puede participar y promocionarse en el sector industrial en el que incursione.

**Desventajas:**

- Se ocasiona ciertos gastos al momento de formalizar la empresa
- Se paga impuestos al estado cada cierto tiempo
- Toma tiempo al momento de formalizar la empresa

**Importancia de la formalización**

Castillo & Villafane (2019), manifiestan que “La formalización de las empresas es muy importante, debido a que trae consigo ventajas que pueden ayudar al empresario a crecer en el ámbito empresarial y de esta manera mejorar la rentabilidad de los empresarios, además la formalización, abre las puertas al financiamiento, así como también al desarrollo empresarial, a través de la tecnología y servicios que puedan adquirir para el crecimiento

empresarial, además una empresa correctamente formalizada evitas las sanciones gubernamentales”.

### **3.2.1.1. Dimensiones de formalización**

#### **A. Formalización tributaria**

Loya (2021), señala que “La formalización tributaria incluye la elección de un régimen tributario, así como la determinación de la emisión de los comprobantes de pago a emitir y otorgar” (pg.26). Considerando lo mencionado por el autor, los empresarios tienen la potestad de elegir a que régimen acogerse, y que tipos de comprobantes electrónicos emitir, además los empresarios tienen la obligación de llevar libros acordes a su régimen elegido.

Rivera y Silvera (2012), menciona que “El cumplimiento de los impuestos, que los comerciantes deben de pagar al gobierno según la actividad económica y comercial de su empresa” (pg.6). De acuerdo con los autores, la formalización tributaria, es el cumplimiento de las normas tributarias, que implica en la elección de su razón social, así como el régimen tributario en la que cada empresario decida estar, además esto implica en cumplimiento de pago de los impuestos, que se generara de acuerdo a sus movimientos económicos.

#### **Importancia de la formolización tributaria**

La formolización tributaria refleja los resultados económicos de una gestión ya sea Favorable o desfavorable para las empresas, además permite acceder a beneficios que el estado brinda para mejorar el crecimiento de las micros y pequeñas empresas.

#### **B. Formalización laboral**

Loya (2021), señala que “La formalización laboral comprende en realizar trámites ante el ministerio de trabajo y promoción de empleo, para el registro de los contratos

suscritos con los trabajadores y con respecto a la MYPES existen algunos incentivos generalmente asociados con la reducción de costos”. (pg.26)

Es un proceso que se lleva a cabo para que las empresas se incluyan a la economía formal, dando a entender que es un proceso necesario para la formalización empresarial.

Farné (2015), enfatiza que “La formalización laboral para los asalariados implica la afiliación y contribución a salud, pensión y riesgos laborales y compensación familiar, así como todas las prestaciones sociales previstas por la ley y para los independientes garantiza la protección derivada de la participación obligatoria en el sistema de salud, pensión, riesgos laborales y participación voluntaria en las cajas de compensación” (pg.6). Según lo expuesto por los autores, la formalización laboral implica en la inscripción y la inclusión en distintos sistemas como son el Ministerio de trabajo y otras entidades y con juntamente en la inclusión económica, ambiental y social de las empresas que se encuentran dentro del mercado empresarial.

Alarcón et al (2017), menciona que “El trabajo es un medio por el cual las personas satisfacen sus necesidades y deseos, además realizan un aporte productivo a la sociedad”. Tomando en cuenta al autor Alarcón et al (2017), las personas necesitan satisfacer necesidades y deseos, para lo cual las personas trabajan a cambio de una remuneración, que ayude a las personas a solventar los gastos que puedan tener.

La OIT (2023), es importante saber que “La formolización laborar es de gran importancia, debido a que representa un ingreso digno para los trabajadores y brinda protección social para el trabajador y su familia, se desarrolla aplicando el decreto legislativo N°728 ley de productividad y competitividad laboral, esto conlleva a una mejor calidad de vida y reducción de la pobreza”.

### Beneficios que trae la formalización laboral

- Permite que los trabajadores gocen de los beneficios de es salud
- Aumento de productividad el negocio

### **C. Formalización municipal**

Sernaque (2018), precisa que “La formalización municipal es el cumplimiento de todas las normativas exigidas por todos los organismos, como la municipalidad, INDECI, DIGESA, defensa civil, para el pago de arbitrios, licencias u otros certificados requeridos según el tipo de negocios” (pg.26). La formalización municipal es un proceso gradual que las micro y pequeñas empresas (MYPES) buscan lograr, para llevar a cabo sus actividades desde su ubicación, para lo cual deben seguir los pasos correctos, para lograr la licencia municipal, pagando arbitrios que son requeridos para alcanzar dicho objetivo.

Organización Internacional del Trabajo (2017), señala que “La formalización municipal es un proceso que se lleva a cabo para incorporarse a la economía formal, dando los primeros pasos que es registrarse y recibir la licencia por parte de las autoridades, nacionales, provinciales y municipales, dando acceso a la seguridad social para el propietario de la empresa y sus empleados y cumpliendo el ordenamiento jurídico vigente” (pg.1). Las micros y pequeñas empresas buscan oportunidades para crecer en el ámbito empresarial, por los que los empresarios toman una decisión racional sobre qué beneficios podría traerles la formalización, dando el primer paso que es el trámite de la licencia de funcionamiento, que les permitirá trabajar en un lugar de manera tranquila hasta un cierto punto, ya que la formalización no está completa, los empresarios deberán seguir otros pasos para llegar a ser empresas completamente formales.

### **3.2.2. Ventas**

Carrasco (2014), señala que “Las ventas, es una serie de actividades diseñadas para promover la adquisición de productos o servicios para satisfacer a los clientes o consumidores y por otro lado para obtener rentabilidad dentro de la empresa” (pg.3). Las ventas son transacciones que se realiza entre el vendedor y el comprador, generando ingresos para la empresa, muchos de los empresarios buscan captar más compradores, para lo cual estos ofrecen una serie de ofertas y descuentos, que captan la atención de los demandantes.

García (2007), señala que “Las ventas es un proceso, una serie de actividades específicas y ordenadas. Para realizar una venta, generalmente tenemos que pasar por un proceso, paso a paso para finalmente obtener la venta” (pg.73). Los empresarios buscan incentivar a los clientes a realizar determinadas compras a través de descuentos, ofertas en los productos o servicios y dando una buena atención al cliente, haciendo que los clientes tengan una buena impresión y puedan volver a adquirir productos o servicios, garantizando que el empresario pueda crecer en el ámbito empresarial.

De la Parra y Madero (2003), señala que “La venta, es una ciencia que se ocupa del intercambio de bienes y servicios en unidades monetarias equivalentes, previamente acordadas, esto con el fin de influir en el desarrollo y el valor residual de las organizaciones y otros países, por otro lado, es la satisfacción de las necesidades de los clientes” (pg.33). Las ventas tienen gran relevancia en las empresas, debido a que este permite que los empresarios puedan generar ganancias, circulando a sí los productos o servicios que las micro y pequeñas empresas ofrecen al cliente, el objetivo de las ventas es generar grandes resultados de forma semanal, mensual o trimestral, el éxito de las micro y pequeñas empresas se visualiza a través del crecimiento de las empresas, gracias a las ventas generadas.

## **Importancia de las ventas**

Espinoza y Camacho (2018), menciona que “Las ventas consisten en planificar e implementar estrategias para mejorar la calidad de servicio hacia los clientes, logrando identificar los deseos y necesidades de los clientes y de esta manera ver las ofertas, que se pueden ofrecer para para lograr dar respuesta a sus necesidades.

## **Ventajas y desventajas de las ventas**

### **Ventajas:**

- Mercado objetivo. – Es el trato directo con el cliente, dando a entender que las micros y pequeñas empresas se dirigen fragmento exacto de consumidores, en lugar de contratar a terceros que puedan llegar o no a los clientes.
- Mejor control de mensaje hacia los clientes
- Económicamente más rentable
- Las ventas directas permiten que la promoción y distribución de los productos y/o servicios tengan lugar en el mismo tiempo y momento.
- El proceso de venta se adapta a cada consumidor teniendo en cuenta sus necesidades.
- El hecho de que de que haya un trato directo en el cliente permite que los productos y/o servicios sean más asequibles económicamente.

### **Desventajas:**

- Inversión de tiempo
- Alcance limitado para la atención al cliente

### **3.2.2.1. Dimensiones de ventas**

#### **A. Precio de productos**

De Jaime (2012), menciona que “Un precio, es una cantidad fijada por un bien o un servicio antes de su comercialización, y será la cantidad que el consumidor, cliente o comprador pagará como contraprestación por su consumo o uso” (pg.21). Las empresas buscan generar ingresos, por lo que ponen un valor monetario a los bienes y/o servicios que brindan, dando a entender que el precio de los bienes, es un elemento clave en la economía de todos los empresarios y compradores, ya que también impacta en el presupuesto de cada comprador.

Díez y Rosa (2008), enfatiza que “Los precios son de naturaleza económica y reflejan los sacrificios monetarios, que se debe hacer para obtener un producto o servicio en particular” (pg.37). Para que se produzca una transacción entre los compradores y vendedores, el precio tiene que ser aceptado por ambas partes, por lo que se entiende que el precio es un indicador de equilibrio entre los consumidores.

El precio del producto es importante debido a que influye en la percepción del consumidor acerca de los productos o servicios brindados por los empresarios, además proporcionan información importante a los agentes económicos sobre las condiciones de la oferta y la demanda en un mercado determinado.

#### **B. Oferta de productos**

Carrasco y García (2018), menciona que "Las promociones de los productos están diseñadas para transmitir al público en general y dar a conocer sobre los productos en promoción y/o servicio, dando a conocer las principales características, las diferencias de los productos y sobre todo las ventajas que pueden obtener al momento de su adquisición” (pg.100). Como ya se había mencionado anteriormente los empresarios buscan generar

ingresos, por lo que estos buscan la mejor manera de captar la atención al cliente a través de ofertas publicitarias, descuentos, promociones que puedan beneficiar a los consumidores.

Publicaciones Vértice (2008), precisa que “La venta, es un conjunto de acciones de prácticas comerciales y se enmarca en lo que es el marketing, el cual se centra principalmente en el desarrollo de las ventas en un determinado tiempo” (pg.1)

La oferta de productos es la presentación y promoción de bienes o servicios, que se da a través de la publicidad, persuadiendo o estimulando a los consumidores, en la compra de diversos productos y servicios, que puedan beneficiar a los compradores, ya sea en el uso o consumo de los bienes adquiridos, además que pueden llegar a ahorrar un poco de sus presupuestos.

### **C. Competencia empresarial**

Díaz (2022), menciona que “La competencia empresarial, no se trata de lo que hacen las empresas en las fábricas, sino de lo que agregan a sus productos en términos de empaque, servicio y publicidad, asesoramiento al consumidor, finanzas y contrato de envío y almacenamiento, incluyendo otras cosas que la gente llega a apreciar”. (Cap.1,4)

Fonseca (2015), enfatiza que “La competencia de un producto se logra por la suma de sus características físicas, precios, disponibilidad en el mercado y de más servicios ofrecidos, que en conjunto seduce a los clientes más que otros productos que los remplace”. (pg.10)

Gutiérrez (2012), indica que “La competencia empresarial es la gestión del día a día por estar dentro de los mejores en el mercado ya sea en cada rubro o productos y mientras tanto van formando directores y gerentes con la experiencia necesaria para conocer la situación real del mercado” (pg.26). La competencia empresarial se da en diversos lugares, compitiendo en diversas áreas, ya sea en ofertas de productos, brindando el mejor servicio y

más, dando a entender que incluso la competencia empresarial para captar ingresos y ser partícipes en el mercado empresarial, se da entre grandes y pequeñas empresas, incluso con negocios informales, ya que todos buscan generar ingresos, y crecer en el ámbito empresarial.

### 3.2.3 Centro Comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco

#### Datos Generales

- **Ubicación:** Av. Confraternidad s/n, Distrito de Wánchaq, Provincia y Departamento del Cusco.
- **Área del terreno:** 6,342.65 m<sup>2</sup>
- **Perímetro del terreno:** 328.54 ml
- **Capacidad:** Aproximadamente 1,250 puestos para comerciantes.
- **Propósito principal:** Reubicar a comerciantes ambulantes del Centro Histórico y contribuir a su revitalización.
- **Infraestructura:** Cumple con normativas de seguridad, higiene, iluminación, ventilación, altura y zonificación según productos.

El Centro Comercial Confraternidad se ubica en el distrito de Wánchaq, provincia y departamento del Cusco, específicamente en la Avenida Confraternidad s/n, cerca de la estación de autobuses de *INKA Express* y del parque *Marianito Ferro*.

Su construcción respondió a una necesidad urgente de la ciudad: reubicar y formalizar a los comerciantes ambulantes del Centro Histórico, liberando este espacio patrimonial de actividades informales y contribuyendo a su revitalización. Este proyecto fue concebido como una solución integral frente a la presión poblacional y a la incapacidad de la ciudad, en su momento, para enfrentar de manera eficiente el comercio ambulatorio.

El centro comercial inició su funcionamiento con la finalidad de albergar aproximadamente a 1,250 comerciantes, ofreciendo un entorno seguro, higiénico y ordenado para la venta de productos. Su diseño cumple con las exigencias normativas en materia de seguridad, higiene, iluminación, ventilación y zonificación de puestos, adaptando las dimensiones y la distribución según las características de los productos expendidos.

De esta manera, el Centro Comercial Confraternidad no solo representa un espacio físico para el comercio, sino que también constituye un paso importante hacia la formalización económica, la recuperación urbana y la mejora en la calidad de vida de los pobladores cusqueños.

### 3.3 Definición de términos

- **Afiliación a ESSALUD:** Plataforma digital única del Estado Peruano (2020), menciona que la inscripción a ESSALUD, se refiere al proceso mediante el cual una persona, ya sea trabajador dependiente, independiente o pensionista, se incorpora al Sistema Nacional de Seguridad Social en Salud (ESSALUD) en países que cuentan con este tipo de sistema. La afiliación implica la inscripción formal en ESSALUD para tener acceso a servicios de salud, como consultas médicas, hospitalización, medicamentos y otros beneficios relacionados con la atención médica.
- **Afiliación en la ONP:** Oficina de Normalización Previsional (2023), indica que la afiliación a la ONP, se refiere al proceso mediante el cual una persona se incorpora al sistema pensionario de la Oficina de Normalización Previsional (ONP) en países que tienen este tipo de entidad encargada de gestionar el sistema de pensiones. La afiliación en la ONP es compuesta por trabajadores independientes o aquellos que no están afiliados a un sistema privado de pensiones.
- **Calidad:** Peiró (2023), se refiere a la medida o evaluación de las características y

- atributos de algo en relación con ciertos estándares o criterios establecidos. En un sentido amplio, la calidad implica el grado de excelencia, superioridad o cumplimiento de las expectativas que posee un objeto, servicio, producto o proceso.
- **Capacidad innovadora:** Peiró (2023), se refiere a su habilidad para generar nuevas ideas, procesos, productos o servicios que aporten valor y marquen una diferencia significativa en su industria o mercado. Esta habilidad incluye la capacidad de identificar oportunidades, adaptarse a cambios y llevar a cabo iniciativas creativas para mantener o mejorar su posición competitiva.
  - **Capacidad de capital humano:** Casasola (2020), se refiere a la medida en que una organización ha desarrollado y aprovechado el conocimiento, las habilidades, la experiencia y las competencias de su personal para lograr sus objetivos y mejorar su desempeño general. Este concepto reconoce que los empleados son activos valiosos y fundamentales para el éxito y la competitividad de una empresa.
  - **Cantidad:** Real Academia Española (2023), se refiere a la medida o magnitud de algo que puede expresarse numéricamente. En términos generales, es la indicación numérica de cuánto hay o de cuánto se refiere a una descripción o una característica específica de un objeto, sustancia o concepto. La cantidad puede relacionarse con diversas unidades de medida, como peso, volumen, longitud, tiempo, entre otras, dependiendo del contexto en el que se esté utilizando. Es un concepto fundamental en matemáticas y ciencias, así como en contextos cotidianos donde se requiere medir, contar o expresar la magnitud de algo.
  - **Calidad:** Peiró (2023), se refiere a la medida o evaluación de las características y atributos de algo en relación con ciertos estándares o criterios establecidos. En un sentido amplio, la calidad implica el grado de excelencia, superioridad o cumplimiento de las expectativas que posee un objeto, servicio, producto o proceso.

- **Compensación por Tiempo de Servicio (CTS):** Plataforma digital única del Estado Peruano (2018), indica que la CTS, es un beneficio laboral que consiste en el depósito de una suma de dinero en una cuenta específica a nombre del trabajador, como parte de sus derechos adquiridos durante el tiempo que ha prestado servicios en una empresa. Esta compensación tiene como finalidad brindar una seguridad económica al trabajador, especialmente en situaciones como el cese de su contrato laboral o cuando se presenta alguna emergencia.
- **Costes de producción:** Pabón (2010), son los costos asociados con la creación de bienes o servicios en el proceso productivo de una empresa. Estos costos abarcan todos los recursos y factores necesarios para fabricar un producto o proporcionar un servicio, desde la adquisición de materias primas hasta la remuneración de los trabajadores y los costos de operación de la maquinaria.
- **Demanda:** Alfonso (2020), Es una expresión cuantitativa de la voluntad de los compradores en el mercado.
- **Inicio de actividades:** Saieh (2010) , menciona que el inicio de las actividades, se refiere al momento en el que una persona natural o jurídica comienza a desarrollar y operar un negocio, emprendimiento o actividad económica. En términos más específicos, este concepto implica el punto en el tiempo en que se realizan las primeras transacciones comerciales, se ofrecen productos o servicios, y se establece la actividad económica de manera efectiva.
- **Licencia de funcionamiento:** Perucontable (2022), indica que la licencia de funcionamiento, es un documento oficial emitido por las autoridades gubernamentales competentes que autoriza a una persona natural o jurídica a llevar a cabo actividades específicas en un lugar determinado. Esta licencia es un requisito legal para garantizar que las operaciones comerciales, industriales o de servicios, que

- cumplan con las normativas locales, de seguridad y ambientales.
- **MYPES:** Sánchez (2006), menciona que las micros y las pequeñas empresas en el Perú desempeñan un papel fundamental, especialmente en el ámbito económico del país. De acuerdo con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, estas empresas tienen un significado considerable, ya que contribuyen con un 40% al PBI y representan el 80% de la oferta laboral, además, es importante destacar el impacto del autoempleo generado por estas micros y pequeñas empresas. No obstante, el desarrollo de estas empresas se ve limitado debido a la ausencia de un sistema tributario estable y sencillo que facilite la superación de los retos relacionados con la formalización y promueva un crecimiento constante.
  - **Objetivos empresariales:** Pabón (2010), son objetivos y logros específicos que una organización se fija para avanzar hacia su misión y visión durante un período determinado. Estos objetivos son esenciales para orientar las actividades y decisiones de la empresa, proporcionando un marco claro para el logro de metas a corto, mediano y largo plazo. Los objetivos empresariales son fundamentales para el desarrollo y el éxito sostenible de una organización.
  - **Precios bajos:** Alpari (2023), se refiere a un nivel de valores monetarios relativamente reducidos para bienes o servicios, en comparación con otros productos o servicios similares en el mercado. Este concepto está vinculado a la cantidad de dinero que los consumidores deben desembolsar para adquirir un artículo específico.
  - **RUC:** SUNAT (2021), el RUC (Régimen Único de Contribuyente) es un instrumento que posibilita la identificación de los contribuyentes con propósitos impositivos y suministra datos a la administración tributaria. Gracias a esto, podemos llevar a cabo actividades económicas de manera parcial o continua.
  - **Régimen tributario:** Taya (2021), enfatiza que el régimen tributario, se refiere a

conjuntos de condiciones establecidas para cualquier individuo o entidad, ya sea persona natural o jurídica, que posea actualmente un negocio o tenga la intención de iniciar uno. El propósito de estas condiciones es, posibilitar la formalidad de la empresa ante las autoridades estatales.

- **Registro en INDECI:** Plataforma digital única del Estado Peruano (2023), menciona que el registro en INDECI, se refiere al proceso mediante el cual una entidad, organización o persona se inscribe y proporciona información relevante al Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI) en los países que cuentan con esta entidad. INDECI es una institución encargada de coordinar y promover las acciones de defensa civil, así como gestionar y supervisar la prevención y atención de desastres naturales o provocados por el ser humano.
- **Registro en DIGESA:** Ministerio de Salud (2010), hace referencia al proceso de inscripción y suministro de información relevante ante la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (DIGESA). DIGESA es una entidad gubernamental encargada de regular y supervisar aspectos relacionados con la salud ambiental, la inocuidad de los alimentos y otros temas afines.
- **Recursos comerciales:** Cajal (2021), se refiere a los activos y elementos que una empresa utiliza para llevar a cabo sus operaciones comerciales y lograr sus objetivos. Estos recursos son fundamentales para el funcionamiento diario de la empresa y pueden abarcar una variedad de elementos tangibles e intangibles.

## **IV. Metodología**

### **4.1. Tipo y nivel de investigación**

#### ***4.1.1. Tipo de Investigación***

Carrasco (2019), señala que el tipo de investigación básica “solo busca ampliar y profundizar al caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad. Su objetivo de estudio lo constituyen las teorías científicas, las mismas que las analiza para perfeccionar sus contenidos” (p.43). El presente estudio es de tipo básico por que se pretende profundizar y ampliar el conocimiento de la formalización de las empresas MYPES, y de la misma forma sobre las ventas de los empresarios del Centro comercial de Confraternidad, del distrito de Wánchaq, provincia de Cusco, a través de las definiciones de investigaciones anteriores, para que en base a las conclusiones se pretenda dar soluciones a futuros problemas que se pudiese tener en el centro comercial de Confraternidad.

#### ***4.1.2. Nivel o alcance correlacional***

Hernández et al (2014), el nivel correlacional señala que “los estudios correlacionales tienen la finalidad de conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular, también ofrecen predicciones y cuantifican relaciones entre variables” (p.90). El presente trabajo de investigación se realizó

por medio del nivel correlacional, porque se pretende describir el nivel de incidencia entre la formalización en las ventas.

#### ***4.1.3. Método deductivo***

Hernández et al (2014), “señalan que el método deductivo es un método de razonamiento, que consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares”. (Pág. 90). La investigación se realizó a través de la recolección de datos, utilizando el método deductivo, considerando las informaciones de investigaciones anteriores de manera general sobre la formalización de las empresas MYPES, para luego considerar conclusiones particulares sobre las ventas de los empresarios del centro comercial de Confraternidad del distrito de Wánchaq - Cusco.

#### ***4.1.4. Enfoque cuantitativo***

Hernández et al (2014), “señalan que el enfoque cuantitativo es cuando el investigador utiliza sus diseños para analizar la certeza de las hipótesis formuladas en un contexto en particular o para aportar evidencias respecto de los lineamientos” (p.128). La presente investigación se realizó a través del enfoque cuantitativo, porque a través de la hipótesis se realizó el proceso estadístico, para lo cual se utilizó diversos instrumentos para la recolección de datos y de esta manera probar la hipótesis establecida.

#### ***4.1.5. Diseño no experimental***

Hernández et al (2014), señala “podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables, es decir trata de estudios en los que hacemos variar de forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (p.154). Este estudio fue llevado a cabo utilizando un diseño no experimental, porque se realizó sin la intervención de la investigadora, sino por el contrario la investigación se realizó solo con la información obtenida y con la información que nos brindaran los empresarios en el transcurso de la investigación.

#### ***4.1.6. Diseño transversal***

Hernández et al (2014), señalan que “los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único” (p.154). La investigación es de diseño transversal puesto que se trabajó con información recopilada por parte de los empresarios de Confraternidad en el periodo 2023, esto con el objetivo de describir como la formalización incide en las ventas de los empresarios.

### **4.2. Ámbito temporal y espacial**

#### ***4.2.1. Ámbito espacial***

La presente investigación, se llevó a cabo en el distrito de Wánchaq, provincia de Cusco, departamento de Cusco, lugar donde se encuentran los empresarios del centro comercial Confraternidad.

#### ***4.2.2. Ámbito temporal***

La presente investigación, desde su inicio hasta la culminación del estudio, se realizó en el periodo del 2023

### **4.3 Población y muestra**

#### ***4.3.1. Población***

Hernández et al (2014), “señalan que la población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas específicas, así comenta al respecto una vez que se ha definido la unidad de análisis, se delimitara la población a estudiar y se generalizaran los resultados” (p.174). Para el desarrollo del estudio se consideró como población a 380 empresarios del centro comercial de Confraternidad del distrito de Wánchaq. La información relevante para el análisis será recabada a través del presidente de la Asociación del Centro Comercial Confraternidad, quien actúa como representante y fuente clave para acceder a los

datos relacionados con las características, operaciones y niveles de formalización de los empresarios.

**Tabla 1**

Relación de empresario de la Asociación del Centro Comercial de Confraternidad

<b>ASOCIACIÓN DEL CENTRO COMERCIAL DE CONFRATERNIDAD</b>	
<b>PRESIDENTE</b>	DAVID SIRRA CUELLAR
<b>N° STANDS</b>	1256
<b>ACTIVOS</b>	380
<b>RUBRO</b>	<b>N°. EMPRESARIOS</b>
MOCHILAS Y ACCESORIOS DE VIAJE	26
ALIMENTOS Y BEBIDAS	19
ROPA	49
CALZADO	48
CONFECCION Y COSTURA	50
JUGUETERIAS	28
LIBRERIAS Y PAPELERÍAS	28
OPTICA	12
HERRAMIENTAS Y FERRETERIA	27
BILICLETAS	24
ELECTRODOMÉSTICOS Y TECNOLOGÍA	49
CDS	4
ACCESORIOS	16
<b>Total</b>	<b>380</b>

*Nota:* la tabla representa la relación de empresarios de la Asociación del Centro Comercial de Confraternidad

#### **4.3.2. Muestra**

Hernández et al (2014), señalan que “la muestra, es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, este deberá ser representativo de dicha población”. (p.174). Para el desarrollo del estudio se consideró como parte de la muestra a **50 empresarios del rubro de Confección y Costura**, se llegó a seleccionar a los empresarios debido a que tienen relación directa con la presente investigación.

**Tabla 2**  
*Relación de empresario de confección y costura*

<b>ASOCIACIÓN DEL CENTRO COMERCIAL DE CONFRATERNIDAD</b>	
<b>PRESIDENTE</b>	DAVID SIRRA CUELLAR
<b>N° STANDS</b>	1256
<b>ACTIVOS</b>	380
<b>RUBRO</b>	<b>N°. EMPRESARIOS</b>
CONFECCION Y COSTURA	50
<b>Muestra Total</b>	<b>50</b>

#### **4.3.3. Muestreo**

Hernández et al (2014), “señalan que el muestreo cualitativo es propositivo, las primeras acciones para elegir la muestra ocurren desde el planteamiento mismo y cuando seleccionamos el contexto, en el cual esperamos encontrar los casos que nos interesan”. (p.174). Para determinar la muestra se utilizó un muestreo no probabilístico, lo que hizo innecesario el uso de fórmulas estadísticas es decir que la muestra se escogerá de forma convencional e intencional.

#### **Criterios de inclusión**

- Se seleccionaron 50 empresarios de este sector debido a que es el rubro con mayor cantidad de negocios activos dentro del Centro Comercial Confraternidad. Además, esta actividad requiere procesos productivos más estructurados, que incluyen la compra de insumos y en muchos casos la contratación de personal. Esto permite evaluar con mayor precisión el impacto de la formalización en las ventas.
- Se incluirán únicamente aquellos empresarios con al menos un año de actividad en Confección y Costura, asegurando que han acumulado experiencia en el mercado y han enfrentado los desafíos de la formalización o informalidad.

#### **Criterios de exclusión**

- Se excluirán empresarios de sectores como calzado, ropa, alimentos, librerías, entre otros, debido a que cada rubro tiene dinámicas comerciales diferentes. La selección

de un solo rubro permite obtener conclusiones más precisas y evitar sesgos en la interpretación de los resultados.

- Se excluirán aquellos negocios con menos de un año de actividad, ya que su corto tiempo en el mercado no permite evaluar con suficiente profundidad la evolución de sus ventas y el impacto de la formalización.

#### **4.4. Técnicas e instrumentos**

##### ***4.4.1. Técnicas***

Hernández et al (2014), “señalan que las técnicas son los recursos de que dispone el investigador para su trabajo, las técnicas necesitan los instrumentos para su realización”. (p.217). Para llevar a cabo el estudio, se empleó la encuesta como técnica, dirigida a los empresarios del centro comercial de Confraternidad, rubro costura en la ciudad de Cusco, en relación a la Formalización de las MYPES y ventas de los empresarios, con el fin de obtener información para la realización de la presente investigación.

##### ***4.4.2. Instrumentos***

Hernández et al (2014), “señalan que el instrumento es, cuando en la investigación disponemos de múltiples tipos de instrumentos para medir las variables de interés y en algunos casos llegan a combinarse varias técnicas de recolección de los datos” (p.217). Para el estudio se utilizó como instrumentos, el cuestionario que estuvo compuesto por una serie de preguntas que fueron contestadas por los empresarios del Centro comercial de Confraternidad.

#### **4.5. Procedimientos estadísticos**

Una vez recolectada la información a través de encuestas aplicadas a la primera unidad de análisis, utilizando un formulario conformado por 20 preguntas, se procedió a emplear la escala de Likert para las opciones de respuesta. Posteriormente, los datos obtenidos fueron

sometidos a un análisis estadístico descriptivo, mediante el cual se determinaron las frecuencias y porcentajes correspondientes. Este proceso de tratamiento de la información se llevó a cabo con el apoyo del software estadístico SPSS versión 25, lo que facilitó la organización y presentación clara y ordenada de los resultados.

#### **4.6 Análisis de datos**

Para organizar y presentar la información recopilada, se utilizó el software Excel, ya que los resultados se expresaron en números y porcentajes, en línea con los objetivos establecidos previamente. En cuanto al análisis descriptivo, el cual consistió en detallar y explicar las variables para mejorar su comprensión, se recurrió a herramientas visuales, como tablas, enfocadas en las variables relacionadas con la gestión de fondos públicos y la ejecución presupuestal.

#### **4.7. Consideraciones éticas**

La característica ética más destacada del presente trabajo de investigación fue la confidencialidad. El empresario proporcionó información valiosa que permitió evidenciar la autenticidad del estudio, el cual se desarrolló respetando los principios éticos establecidos. Toda la información recolectada durante el proceso fue obtenida directamente de los empresarios, y será utilizada de manera general, resguardando en todo momento la identidad y privacidad de los participantes.

## V. Resultados y discusión

### 5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados

#### 5.1.1. Prueba de confiabilidad de las variables

##### Confiabilidad variable 01 – Formalización

**Tabla 3**

*Prueba de confiabilidad de la incidencia de la formalización*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.808	10

*Nota la tabla representa la prueba de confiabilidad de la incidencia de la formalización*

##### Confiabilidad de la variable 02 – Ventas

**Tabla 4**

*Confiabilidad de las ventas*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.778	10

*Nota la tabla representa la prueba de confiabilidad de las ventas*

#### Interpretación

Hernández et al. (2014) “la confiabilidad del instrumento consiste en una fórmula que determine el grado de consistencia y precisión que poseen los instrumentos de medición” (p. 348). Alfa de Cronbach, la cual arrojó un resultado de (0.808) para la variable 01 y (0.778) para la variable 02; se aproximan a la unidad es decir que el estudio es confiable y viable para su aplicación, quiere decir que respalda por que se acerca 1, detalla que el cuestionario y las respuestas que se den van estar confiables para sus respuestas de los empresarios del centro comercial confraternidad.

### 5.1.2. Análisis de las variables y dimensiones

#### Variable 01 – Formalización

**Tabla 5**

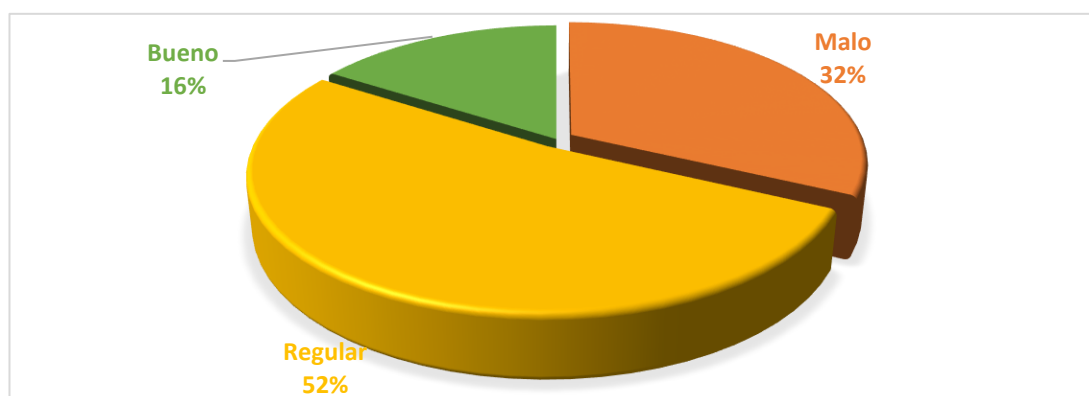
*Formalización*

Niveles	Frec.	%	% acumulado
<b>Malo</b>	16	32%	32%
<b>Regular</b>	26	52%	84%
<b>Bueno</b>	8	16%	100%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	

*Nota análisis de la variable 01 – Formalización*

**Figura 1**

*Análisis de la variable 01 – Formalización*



*Nota la figura representa el análisis de la variable 01 – Formalización*

#### **Interpretación**

Según el cuadro estadístico, el 32% de los empresarios encuestados se encuentran sin la formalización adecuada, el 52% de los empresarios se encuentran formalizados de forma incompleta, mientras que solo el 16% de los empresarios encuestados están formalizados de manera correcta, ante esta situación, es importante que estos empresarios consideren la importancia de realizar una formalización integral en los ámbitos tributario, laboral y municipal, esto no solo les proporcionará una base sólida para operar con seguridad y estabilidad, sino que también contribuirá al desarrollo económico de la empresa.

## Dimensión 01 – Formalización tributaria

**Tabla 6**

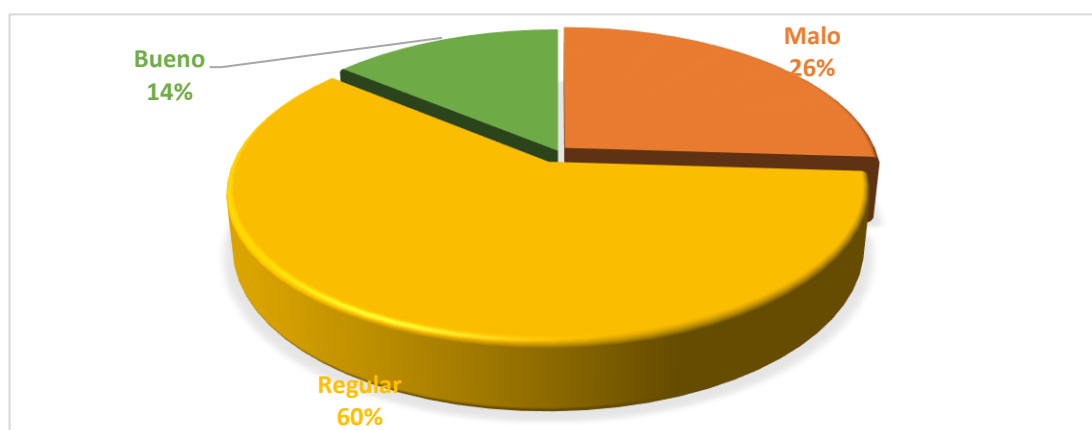
*Formalización tributaria*

Niveles	Frec.	%	% acumulado
<b>Malo</b>	13	26%	26%
<b>Regular</b>	30	60%	86%
<b>Bueno</b>	7	14%	100%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	

*Nota la tabla representa el análisis de la dimensión 01 Formalización tributaria*

**Figura 2**

*Análisis de la dimensión 01 – Formalización tributaria*



*Nota la figura representa el análisis de la dimensión 01 Formalización tributaria*

### Interpretación

Para comprender los resultados dados por el cuadro estadístico, menciona que el 26% de los empresarios encuestados no cuentan con la formalización tributaria, mientras que el 60% de los empresarios encuestados están en proceso de la formalización tributaria y el 14% de los encuestados cuentan con la formalización tributaria completa. Estos datos resaltan la importancia crítica de que todos los empresarios cumplan con sus obligaciones ante el Estado, incluyendo la adhesión a un régimen tributario adecuado y la obtención de un Registro Único de Contribuyentes (RUC).

## Dimensión 02 – Formalización Laboral

**Tabla 7**

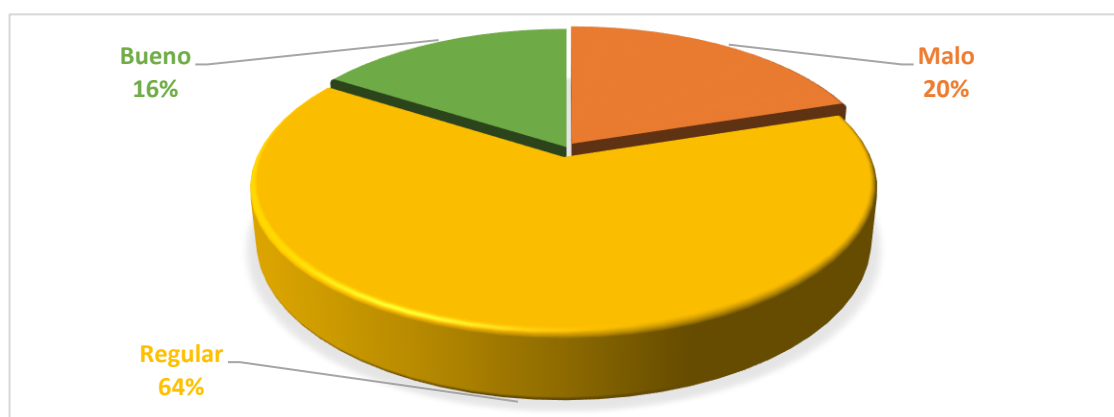
*Formalización Laboral*

Niveles	Frec.	%	% acumulado
Malo	10	20	20
Regular	32	64	84
Bueno	8	16	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	

*Nota la tabla representa el análisis de la dimensión 02 – Formalización Laboral*

**Figura 3**

*Análisis de la dimensión 02 – Formalización laboral*



*Nota la figura representa el análisis de la dimensión 02 – Formalización laboral*

### Interpretación

El 20% de los empresarios encuestados mencionan que no cuentan con la formalización laboral, mientras que el 64% de los empresarios encuestados están en proceso de tramitar los documentos para la formalización laboral, y el 16% de los encuestados cuentan con la formalización laboral adecuada, subrayando la importancia de que los empresarios se comprometan a cumplir con todas las normativas laborales vigentes. Garantizar que los trabajadores estén debidamente formalizados no solo es crucial para proteger los derechos laborales de los empleados, sino que también permite a las empresas operar de manera legal y ética, contribuyendo así a la estabilidad y bienestar de su fuerza laboral.

### Dimensión 03 – Formalización Municipal

**Tabla 8**

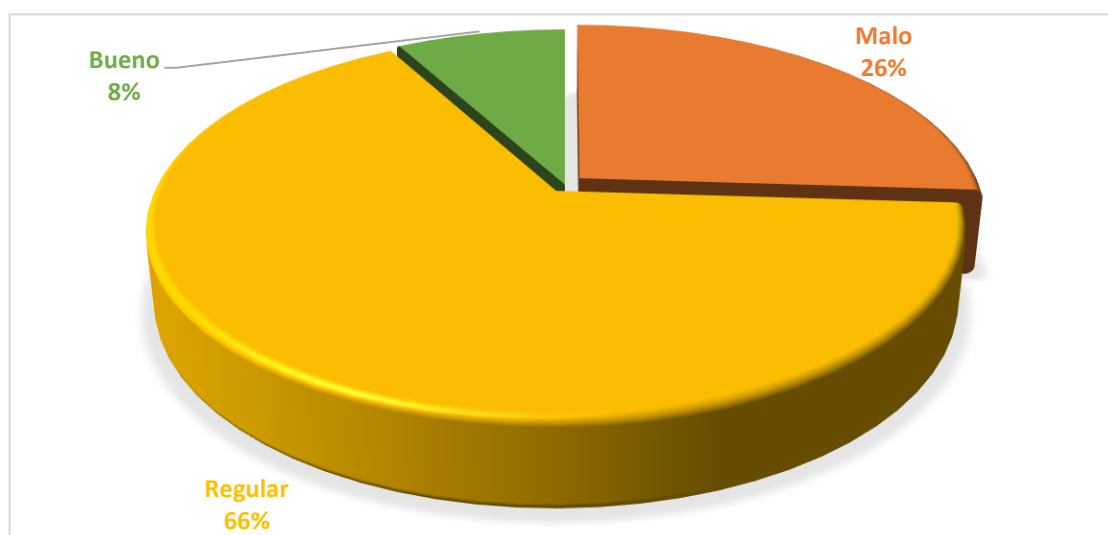
*Análisis de la dimensión 03 – Formalización Municipal*

Niveles	Frec.	%	% acumulado
<b>Malo</b>	13	26	26
<b>Regular</b>	33	66	92
<b>Bueno</b>	4	8	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	

*Nota la tabla representa el análisis de la dimensión 03 – Formalización Municipal*

**Figura 4**

*Análisis de la dimensión 03 – Formalización Municipal*



*Nota la figura representa el análisis de la dimensión 03 – Formalización Municipal*

### Interpretación

De todos los empresarios encuestados, se concluye que el 26% no cuenta con una formalización municipal adecuada, el 66% menciona que están en proceso de concluir con la formalización municipal, y solo el 8% de los empresarios del centro comercial Confraternidad, estos datos reflejan una tendencia preocupante de insuficiencia en la regularización municipal entre los negocios de esta área, la falta de una formalización municipal completa puede limitar las operaciones de los negocios y exponerlos a sanciones legales o dificultades en caso de inspecciones o emergencias.

## Variable 02 – Ventas

**Tabla 9**

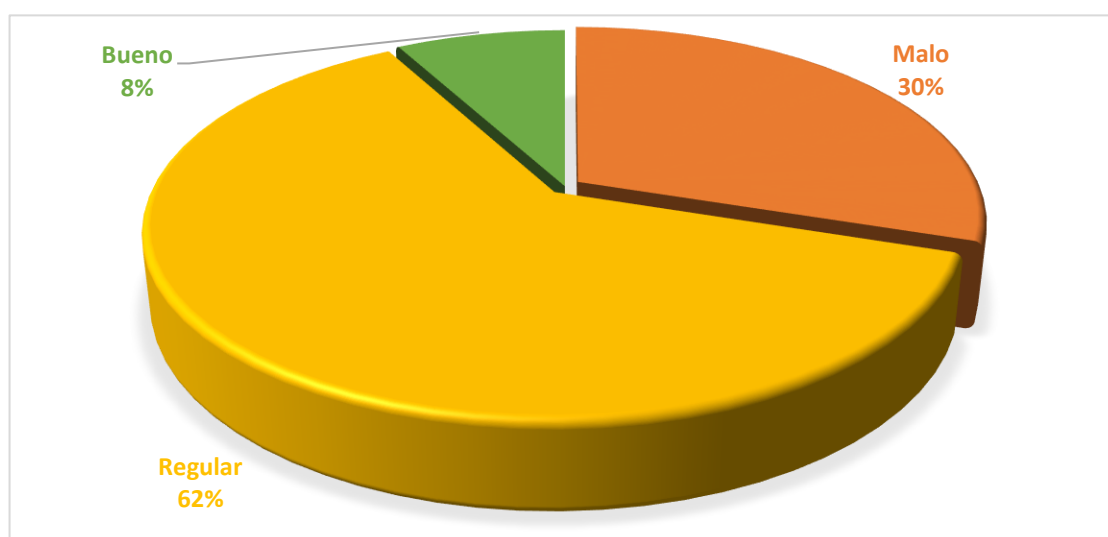
*Análisis de las Ventas*

Niveles	Frec.	%	% acumulado
<b>Malo</b>	15	30%	30%
<b>Regular</b>	31	62%	92%
<b>Bueno</b>	4	8%	100%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	

*Nota análisis de las ventas*

**Figura 5**

*Análisis de las ventas*



*Nota la figura representa el análisis de las ventas*

### Interpretación

De todos los empresarios encuestados el 30% mencionan que sus ventas son muy bajas, el 62% indican que las ventas que tienen son regulares y solo el 8% de los empresarios tienen buenas ventas, para mejorar su desempeño en el mercado, es importante que los empresarios consideren la adopción de precios competitivos, el desarrollo de estrategias promocionales atractivas, y la optimización de sus ofertas de productos, estas acciones no solo ayudarán a incrementar las ventas, sino que también permitirán a los negocios ser más competitivos y sostener su crecimiento en un entorno comercial desafiante.

## Dimensión 01 – Precio de Productos

**Tabla 10**

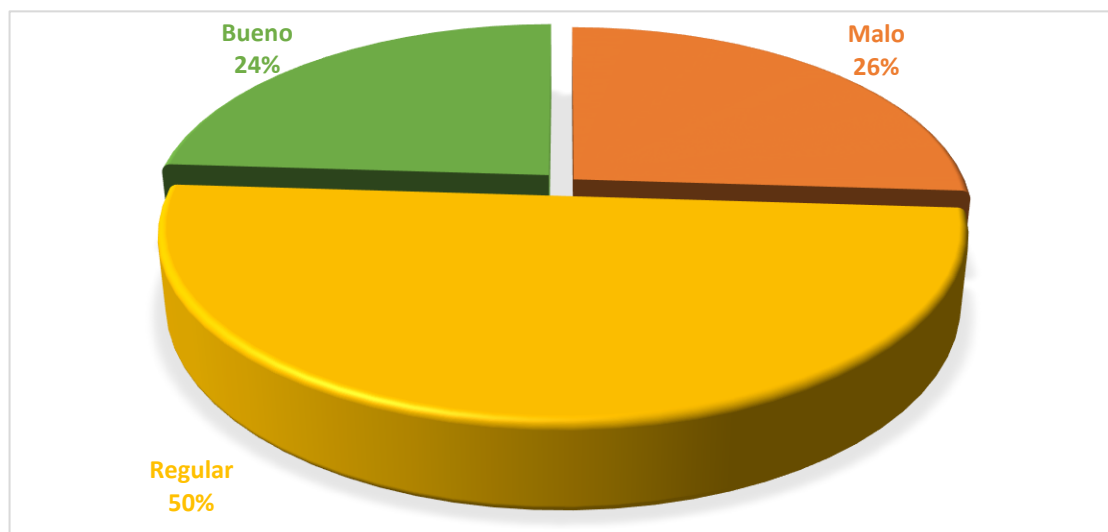
*Análisis de Precio de Producto*

Niveles	Frec.	%	% acumulado
<b>Malo</b>	13	26%	26%
<b>Regular</b>	25	50%	76%
<b>Bueno</b>	12	24%	100%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	

*Nota precio de productos*

**Figura 6**

*Análisis de precio de productos*



*Nota la figura representa el análisis de precio de productos*

### Interpretación

Según la encuesta realizada a los empresarios se da a conocer que el 24% brindan precios cómodos para los clientes, y el 50% brindan precios fijos sin brindar descuentos y el 26% sobrevaloran los precios de los servicios brindados, la mayoría indica que son regulares los precios de los productos, debe haber una buena cantidad de productos, calidad que garantice el producto y la demanda que tienen los productos para que así tenga un buen valor a los productos y así mejora la rentabilidad del negocio considerando los criterios.

## Dimensión 02 – Oferta de Productos

**Tabla 11**

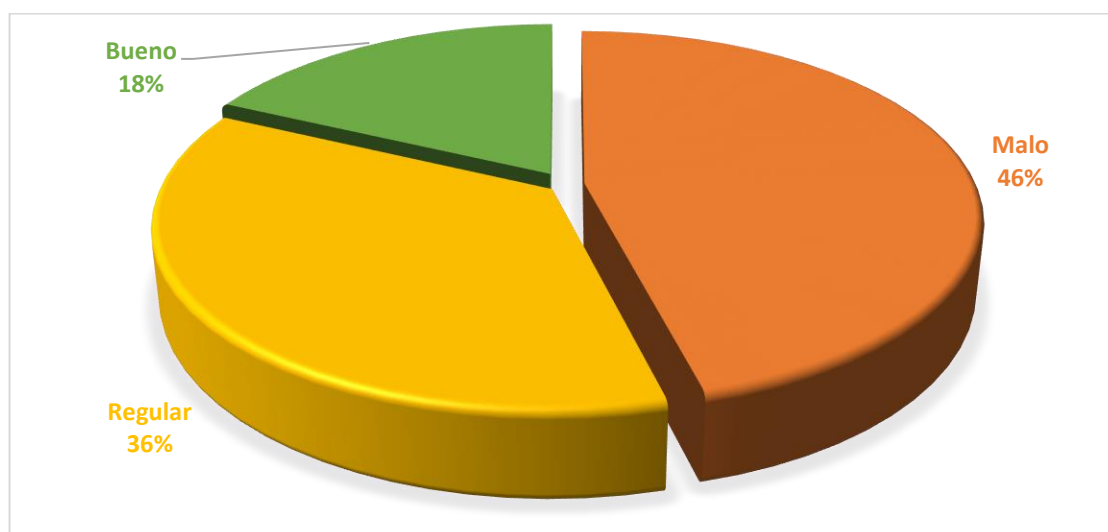
*Análisis de Oferta de Productos*

Niveles	Frec.	%	% acumulado
<b>Malo</b>	23	46%	46%
<b>Regular</b>	18	36%	82%
<b>Bueno</b>	9	18%	100%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	

*Nota Oferta de Productos*

**Figura7**

Análisis de Oferta de Productos



*Nota la figura representa el análisis de oferta de Productos*

### Interpretación

Según la encuesta realizada solo el 18% de los empresarios presentan descuentos para llamar la atención de los clientes y brindar buen servicio, el 36% de los empresarios generan pocas ofertas, promociones ofertas y mantienen el precio normal, indican que las ofertas del productos son malos por lo que debería de mejorar es en los precios ya que atrae mas demanda, también tener en cuenta los costes de producción, y cumplir con los objetivos empresariales y así tener una mejora en las ofertas de productos y atraer mas demanda.

### Dimensión 03 – Competencia empresarial

**Tabla 12**

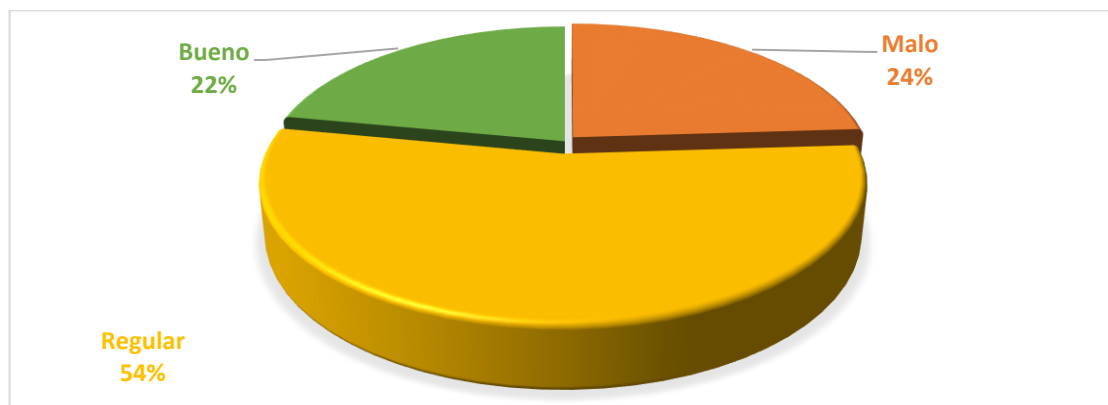
*Análisis de competencia empresarial*

Niveles	Frec	%	% acumulado
<b>Malo</b>	12	24%	24%
<b>Regular</b>	27	54%	78%
<b>Bueno</b>	11	22%	100%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	

*Nota la tabla representa el análisis de la competencia empresarial*

**Figura 8**

*Análisis de la competencia empresarial*



*Nota la figura representa el análisis de la competencia empresarial*

### Interpretación

Según la encuesta realizada los empresario dentro del centro comercial de Confraternidad, el 22% demuestran ser competentes en el mercado, mientras que el 54% siguen en proceso de acoplarse en el mercado y ser competentes y el 24% demuestra poco interes por ser competitivos en el mercado, esto resalta la importancia de que la mayoría opina que es regular la competencia empresarial, y se debería mejorar en la relacion con la calidad del producto y la capacidad de los empresarios para innovar los productos y tener mejor recursos comerciales y capacidad de los trabajadores al poder crear estrategias de ventas para asi mejorar la rentabilidad de la empresa.

### 4.1.3. Distribución de frecuencias

**Ítem 01:** Considera que obtener el RUC es un requisito fundamental para operar legalmente su negocio.

**Tabla 13**

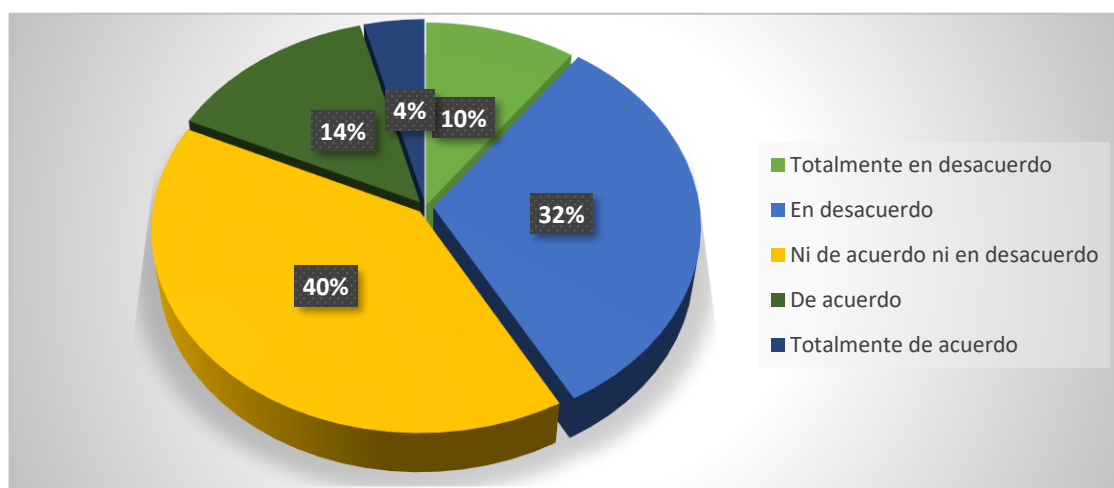
*El RUC es un requisito fundamental para operar legalmente su negocio.*

	Frec.	%	% acumulado
<b>Total desacuerdo</b>	5	10	10
<b>En desacuerdo</b>	16	32	42
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	20	40	82
<b>De acuerdo</b>	7	14	96
<b>Total acuerdo</b>	2	4	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa que el RUC es un requisito fundamental para operar legalmente su negocio.*

**Figura 9**

*El RUC es un requisito fundamental para operar legalmente su negocio*



*Nota la figura representa que el RUC es un requisito fundamental para operar legalmente su negocio*

### Interpretación

La tabla 12 muestra la percepción de los empresarios del Centro Comercial Confraternidad sobre la importancia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) como requisito fundamental para operar legalmente su negocio. Los resultados indican que una parte significativa de los encuestados no considera esencial el RUC para la legalidad de su

negocio . En detalle, el 10% está totalmente en desacuerdo y el 32% está en desacuerdo , sumando un 42% de opiniones negativas .

Por otro lado, el 40% de los encuestados se mantiene neutral , lo que sugiere que no tienen una postura definida respecto al papel del RUC en la formalización de sus actividades comerciales. En contraste, un 18% de los empresarios reconoce la importancia del RUC , de los cuales el 14% está de acuerdo y el 4% totalmente de acuerdo con que este registro es un requisito fundamental para operar legalmente.

Estos resultados evidencian que la percepción sobre la necesidad del RUC no está completamente internalizada por los empresarios del sector, lo que podría estar relacionado con la persistencia de la informalidad en el comercio local. Además, la alta proporción de respuestas neutrales sugiere una falta de conocimiento o interés en el proceso de formalización.

**Ítem 02:** Considera que es necesario conocer los diferentes tipos de impuestos que deben pagar los negocios formales.

**Tabla 14**

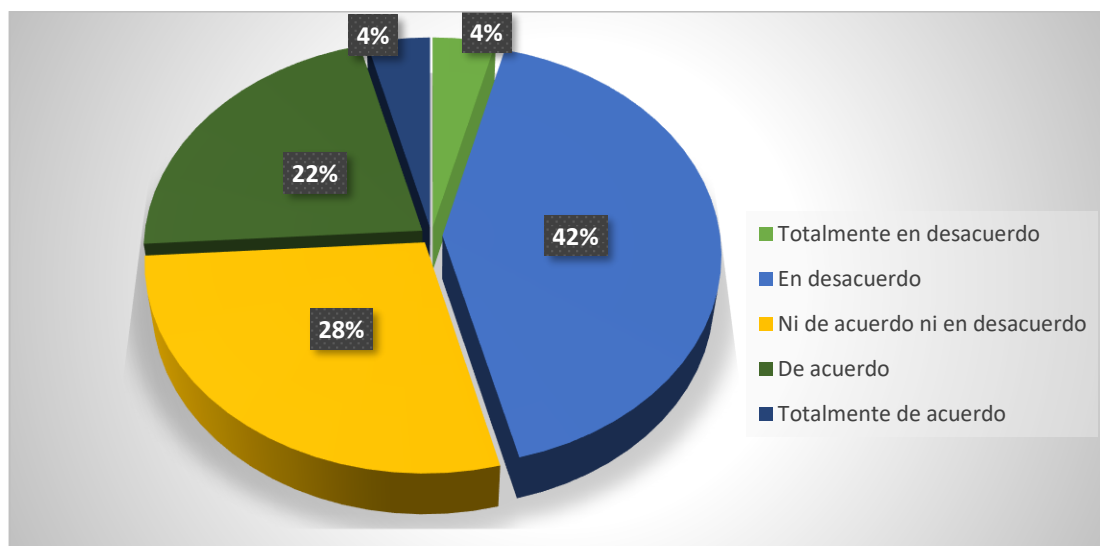
*Es necesario conocer los diferentes tipos de impuestos.*

	<b>Frec.</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
<b>Total desacuerdo</b>	2	4	4
<b>En desacuerdo</b>	21	42	46
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	14	28	74
<b>De acuerdo</b>	11	22	96
<b>Total acuerdo</b>	2	4	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa si es necesario conocer los diferentes tipos de impuestos*

**Figura 10**

*Es necesario conocer los diferentes tipos de impuestos*



*Nota la figura representa si es necesario conocer los diferentes tipos de impuestos*

### **Interpretación**

La tabla 13 refleja la percepción de los empresarios del Centro Comercial Confraternidad sobre la necesidad de conocer los diferentes tipos de impuestos que deben pagar los negocios formales. Los resultados indican que una mayoría significativa no considera prioritario conocer los impuestos. En este sentido, el 4% está totalmente en desacuerdo y el 42% está en desacuerdo, lo que en conjunto representa un 46% de respuestas negativas.

Asimismo, el 28% de los encuestados se mantiene neutral, lo que sugiere que una parte importante de los empresarios no tiene una postura definida sobre la relevancia de este conocimiento. En contraste, un 26% de los encuestados valora la importancia de conocer los impuestos, de los cuales el 22% está de acuerdo y el 4% totalmente de acuerdo. Estos resultados reflejan que la mayoría de los empresarios del sector no le otorgan un nivel de importancia significativo al conocimiento tributario, lo que podría estar vinculado a la informalidad predominante en sus actividades. La alta proporción de respuestas neutrales sugiere, además, una posible falta de información o capacitación en temas fiscales.

**Ítem 03:** Considera que declarar el inicio de sus actividades ante la SUNAT le ha permitido desarrollar sus actividades económicas con mayor seguridad.

**Tabla 15**

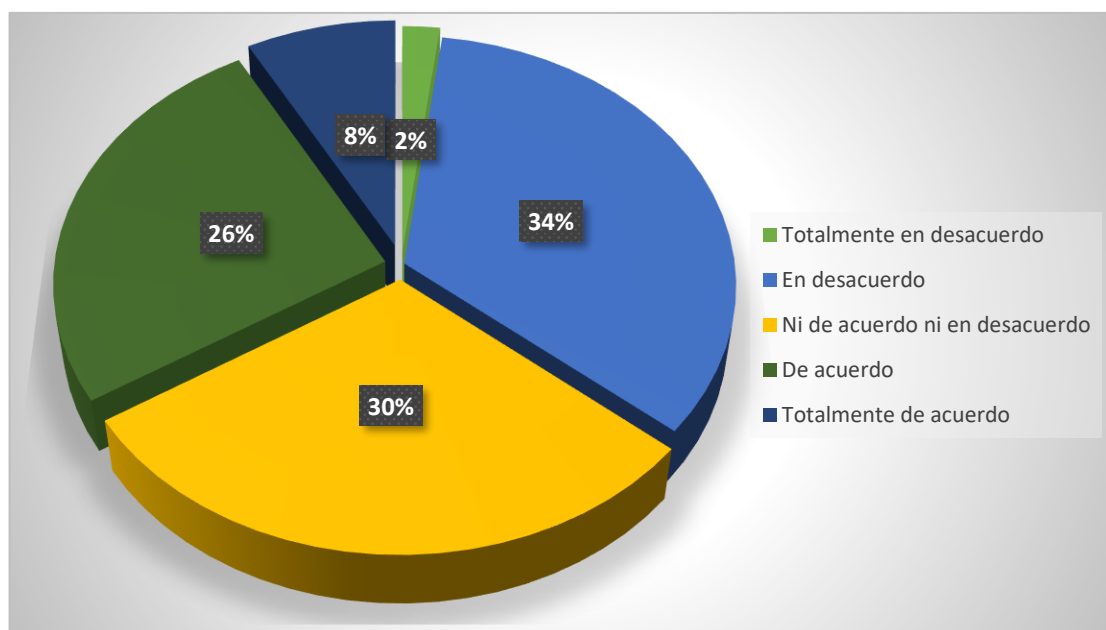
*Considera que declarar el inicio de sus actividades ante la SUNAT.*

	<b>Frec.</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
<b>Total desacuerdo</b>	1	2	2
<b>En desacuerdo</b>	17	34	36
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	15	30	66
<b>De acuerdo</b>	13	26	92
<b>Total acuerdo</b>	4	8	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa si considera que declarar el inicio de sus actividades ante la SUNAT.*

**Figura 11**

*Considera que declarar el inicio de sus actividades ante la SUNAT.*



*Nota la figura representa si considera que declarar el inicio de sus actividades ante la SUNAT.*

### **Interpretación**

La tabla 14 muestra la percepción de los empresarios del Centro Comercial Confraternidad sobre si declarar el inicio de sus actividades ante la SUNAT les ha permitido desarrollar sus actividades económicas con mayor seguridad. Los resultados revelan una división en las opiniones. Un 36% de los encuestados no está de acuerdo con esta afirmación, de los cuales el 34% está en desacuerdo y el 2% totalmente en desacuerdo. Esto sugiere que

una parte significativa de los empresarios no percibe beneficios claros en la formalización respecto a la seguridad en sus actividades económicas.

Un 30% de los encuestados mantiene una posición neutral , lo que indica que una parte importante de los empresarios no tiene una opinión clara sobre el impacto de la formalización en la seguridad de sus negocios. En contraste, un 34% de los encuestados considera que declarar ante la SUNAT les ha brindado mayor seguridad , con un 26% de acuerdo y un 8% totalmente de acuerdo. Estos resultados sugieren que, si bien una parte de los empresarios reconoce los beneficios de la formalización en términos de seguridad, todavía existe una percepción extendida de que el proceso no aporta ventajas significativas. La alta proporción de respuestas neutrales podría indicar falta de información o experiencias mixtas respecto a la formalización.

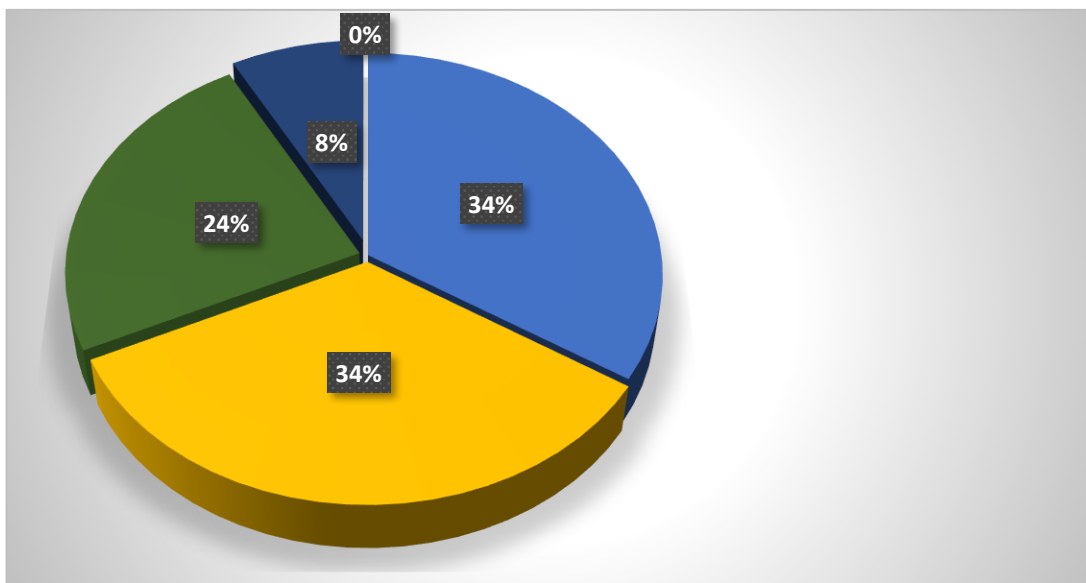
**Ítem 04:** Considera que inscribir a sus trabajadores en el T-Registro contribuye al crecimiento de su negocio.

**Tabla 16**

*Inscribir a sus trabajadores en el T-Registro*

	<b>Frec</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
<b>Total desacuerdo</b>	0	0	0
<b>En desacuerdo</b>	17	34	34
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	17	34	68
<b>De acuerdo</b>	12	24	92
<b>Total acuerdo</b>	4	8	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa si inscribir a sus trabajadores en el T-Registro.*

**Figura 12***Inscribir a sus trabajadores en el T-Registro*

*Nota la figura representa si inscribir a sus trabajadores en el T-Registro.*

### **Interpretación**

La Tabla 15 muestra la percepción de los empresarios del Centro Comercial Confraternidad sobre si inscribir a sus trabajadores en el T-Registro contribuye al crecimiento de su negocio. Los resultados reflejan opiniones divididas. Un 34% de los encuestados está en desacuerdo con esta afirmación, lo que indica que una parte significativa de los empresarios no percibe un impacto positivo en el crecimiento de su negocio al registrar formalmente a sus trabajadores.

Asimismo, un 34% mantiene una postura neutral, lo que sugiere que estos empresarios no tienen una opinión definida sobre si la inscripción en el T-Registro beneficia el desarrollo de sus negocios. Por otro lado, un 32% considera que registrar a sus trabajadores en el T-Registro sí contribuye al crecimiento de su negocio, con un 24% de acuerdo y un 8% totalmente de acuerdo.

Cabe destacar que ningún encuestado manifestó estar totalmente en desacuerdo con la afirmación, lo que podría indicar que, si bien existen dudas sobre su impacto, no se percibe

un efecto totalmente negativo. En general, estos resultados sugieren que, aunque una parte de los empresarios reconoce los beneficios de la formalización laboral, todavía existe una percepción de que esta no representa una ventaja clara para el crecimiento del negocio, lo que podría estar relacionado con los costos y obligaciones adicionales que implica.

**Ítem 05:** No ha considerado la afiliación a la ONP porque representa un gasto elevado para su negocio.

**Tabla 17**

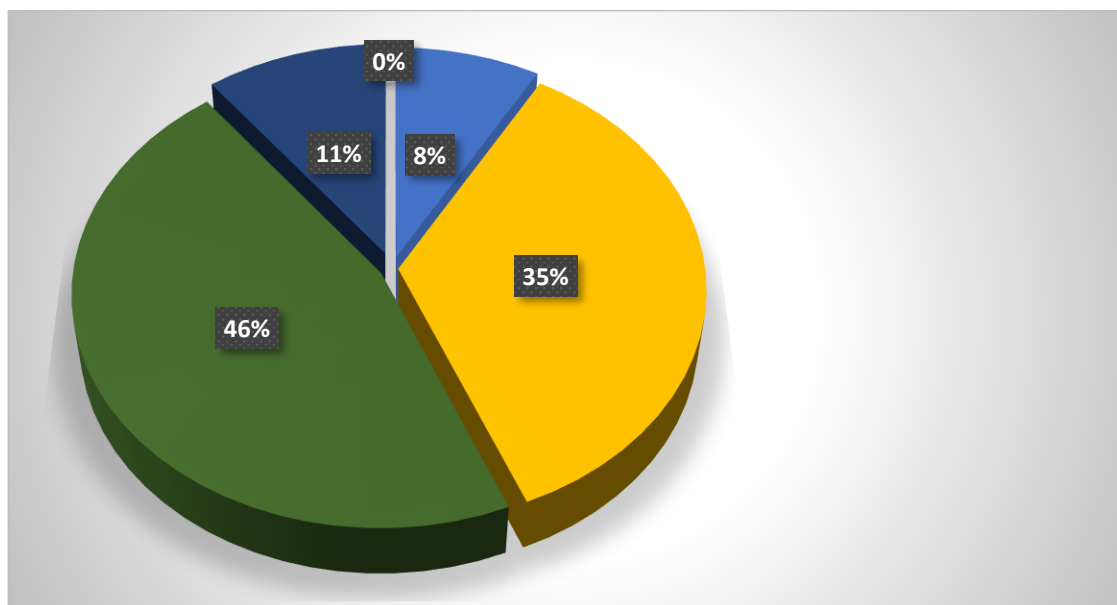
*No ha considerado la afiliación a la ONP*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<b>Total desacuerdo</b>	0	0	0
<b>En desacuerdo</b>	4	8	8
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	17	34	42
<b>De acuerdo</b>	22	44	86
<b>Total de acuerdo</b>	5	10	96
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa si ha considerado la afiliación a la ONP*

**Figura 13**

*No ha considerado la afiliación a la ONP*



*Nota la figura representa si ha considerado la afiliación a la ONP.*

## **Interpretación**

La Tabla 16 muestra la percepción de los empresarios del Centro Comercial Confraternidad sobre si no han considerado la afiliación a la ONP debido a que representa un gasto elevado para sus negocios. Los resultados indican que una mayoría significativa (54%) está de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta afirmación, con un 44% de encuestados de acuerdo y un 10% totalmente de acuerdo . Esto evidencia que más de la mitad de los empresarios percibe la afiliación a la ONP como un costo elevado que no pueden asumir en sus actividades económicas.

Por otro lado, un 34% de los encuestados mantiene una postura neutral , lo que sugiere que estos empresarios no tienen una opinión clara o no han evaluado con precisión el impacto financiero de afiliarse a la ONP. En contraste, solo un 8% está en desacuerdo con la afirmación, lo que indica que una minoría considera que la afiliación a la ONP no es un gasto significativo para su negocio. Además, ningún encuestado manifestó estar totalmente en desacuerdo , lo que refuerza la percepción general de que esta obligación representa una carga económica.

Los resultados reflejan que la mayoría de los empresarios del sector de confección y costura perciben la afiliación a la ONP como un gasto elevado, lo que podría influir en su decisión de no formalizarse completamente en términos de seguridad social para sus trabajadores.

**Ítem 06:** Considera que la complejidad del proceso de afiliación a ESSALUD desmotiva a inscribir a los trabajadores en este sistema.

**Tabla 18**

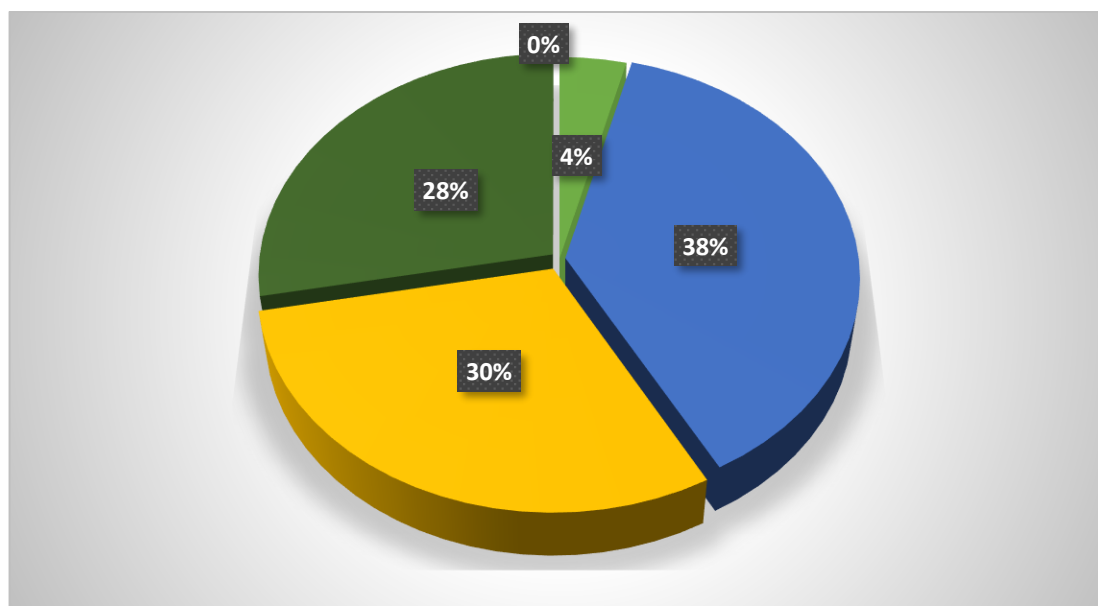
*Considera que la complejidad del proceso de afiliación a ESSALUD desmotiva*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	2	4	4
<b>En desacuerdo</b>	19	38	42
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	15	30	72
<b>De acuerdo</b>	14	28	100
<b>Totalmente de acuerdo</b>	0	0	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa si la complejidad del proceso de afiliación a ESSALUD desmotiva.*

**Figura 14**

*Considera que la complejidad del proceso de afiliación a ESSALUD desmotiva*



*Nota la figura representa si la complejidad del proceso de afiliación a ESSALUD desmotiva.*

### **Interpretación**

La Tabla 17 muestra la percepción de los empresarios del Centro Comercial Confraternidad sobre si la complejidad del proceso de afiliación a ESSALUD desmotiva la inscripción de sus trabajadores en este sistema. Los resultados reflejan que la mayoría de los encuestados no considera que la complejidad del proceso sea un factor determinante para no

afiliar a sus trabajadores , ya que un 38% está en desacuerdo y un 4% totalmente en desacuerdo , sumando un 42% que no ve la afiliación como un obstáculo.

Por otro lado, un 30% de los encuestados mantiene una postura neutral , lo que indica que estos empresarios no tienen una opinión clara sobre si la afiliación a ESSALUD es complicada o si influye en su decisión de inscribir a sus trabajadores. En contraste, un 28% está de acuerdo con la afirmación, sugiriendo que para este grupo el proceso de afiliación a ESSALUD sí representa una barrera o desmotivación para formalizar a sus trabajadores. Es importante notar que ningún encuestado se mostró totalmente de acuerdo , lo que sugiere que, si bien hay dificultades, no son un factor crítico que impida por completa la afiliación.

Los resultados indican que si bien un porcentaje significativo de empresarios reconoce cierta complejidad en el proceso de afiliación a ESSALUD , la mayoría no lo considera un obstáculo decisivo para formalizar a sus trabajadores.

**Ítem 07:** Considera que el pago de la CTS ayuda a retener y motivar a los trabajadores en su negocio.

**Tabla 19**

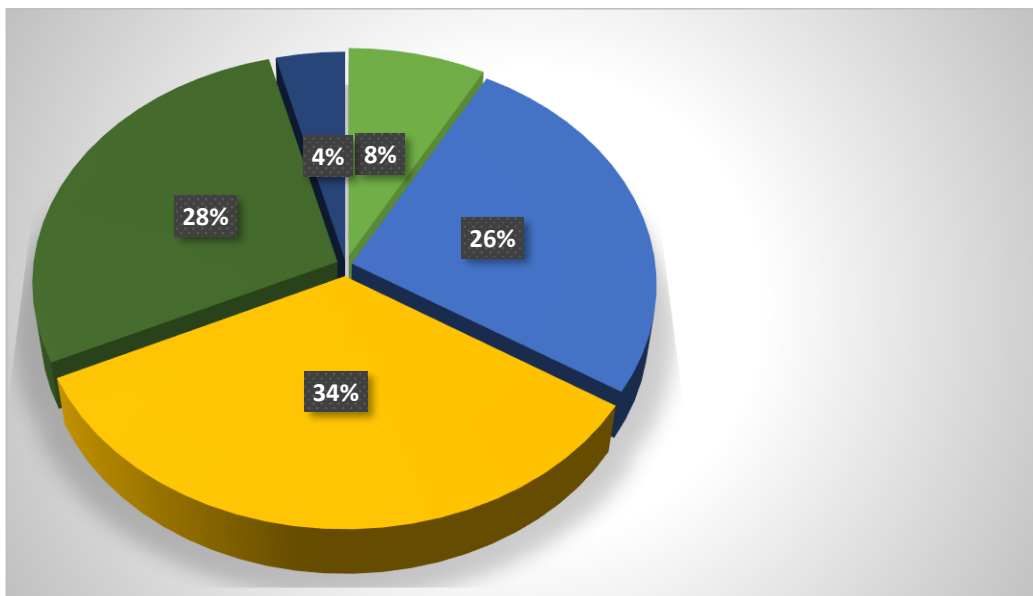
*Considera que el pago de la CTS ayuda a retener y motivar a los trabajadores*

	<b>Frec.</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
<b>Total en desacuerdo</b>	4	8	8
<b>En desacuerdo</b>	13	26	34
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	17	34	68
<b>De acuerdo</b>	14	28	96
<b>Total de acuerdo</b>	2	4	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa si considera que el pago de la CTS ayuda a retener y motivar a los trabajadores*

**Figura 15**

*Considera que el pago de la CTS ayuda a retener y motivar a los trabajadores*



*Nota la figura representa si considera que el pago de la CTS ayuda a retener y motivar a los trabajadores*

### **Interpretación**

La Tabla 18 refleja la percepción de los empresarios del Centro Comercial Confraternidad sobre si el pago de la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) contribuye a la retención y motivación de los trabajadores en sus negocios. Los resultados muestran opiniones divididas. Un 34% de los encuestados se mantiene neutral, lo que indica que una parte significativa de los empresarios no tiene una postura definida sobre si la CTS influye en la motivación y permanencia de los empleados.

Por otro lado, un 34% de los empresarios no está de acuerdo con la afirmación, ya que un 8% está totalmente en desacuerdo y un 26% en desacuerdo. Esto sugiere que, para estos empresarios, el pago de la CTS no representa un incentivo determinante para la retención del personal, posiblemente debido a las condiciones laborales o la estructura de sus negocios.

Sin embargo, un 32% de los encuestados considera que la CTS sí ayuda a motivar y retener trabajadores, con un 28% que está de acuerdo y un 4% totalmente de acuerdo. Esto

indica que un grupo de empresarios reconoce este beneficio como un factor positivo en la estabilidad de su personal. En conclusión, aunque hay una parte de empresarios que perciben la CTS como una herramienta de motivación laboral, una participación similar no la considera relevante, mientras que un grupo considerable mantiene una posición neutral. Esto podría sugerir la necesidad de mayor información sobre los beneficios de la CTS o reflejar la realidad de negocios con alta rotación laboral y contratos informales.

**Ítem 08:** La obtención de la licencia de funcionamiento es un proceso sencillo y accesible.

**Tabla 20**

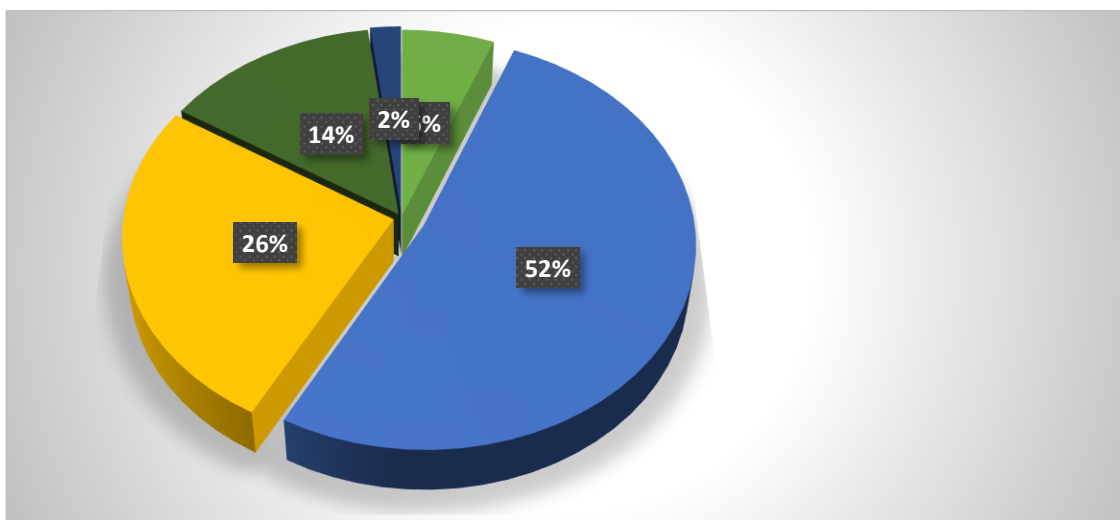
*La obtención de la licencia de funcionamiento es un proceso sencillo y accesible.*

	<b>Frec.</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
<b>Total en desacuerdo</b>	3	6	6
<b>En desacuerdo</b>	26	52	58
Válido <b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	13	26	84
<b>De acuerdo</b>	7	14	98
<b>Total de acuerdo</b>	1	2	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa la obtención de la licencia de funcionamiento es un proceso sencillo y accesible.*

**Figura 16**

*La obtención de la licencia de funcionamiento es un proceso sencillo y accesible.*



*Nota la figura representa la obtención de la licencia de funcionamiento es un proceso sencillo y accesible.*

## **Interpretación**

La Tabla 19 muestra la percepción de los empresarios del Centro Comercial Confraternidad sobre la accesibilidad y sencillez del proceso para obtener la licencia de funcionamiento. Los resultados reflejan una percepción mayormente negativa respecto a este trámite. Un 58% de los encuestados considera que el proceso no es sencillo ni accesible, con un 6% que está totalmente en desacuerdo y un 52% en desacuerdo. Esto indica que más de la mitad de los empresarios enfrenta dificultades al gestionar la licencia, posiblemente debido a la burocracia, costos asociados o requisitos complejos.

Por otro lado, un 26% de los encuestados se mantiene neutral, lo que sugiere que una parte significativa de los empresarios no tiene una opinión clara sobre la facilidad o dificultad del proceso, tal vez porque aún no han realizado el trámite o lo consideran variable según el tipo de negocio. En contraste, solo un 16% percibe que el trámite es accesible, con un 14% que está de acuerdo y apenas un 2% totalmente de acuerdo. Este bajo porcentaje sugiere que para muy pocos empresarios la obtención de la licencia no representa un obstáculo.

En conclusión, la mayoría de los encuestados considera que el proceso de obtención de la licencia de funcionamiento es complicado, lo que podría estar relacionado con barreras administrativas o falta de orientación adecuada. Esta percepción podría influir en el nivel de formalización de los negocios y en su disposición a regularizar su situación legal.

**Ítem 09:** El proceso para obtener el registro en INDECI es accesible para pequeños negocios

**Tabla 21**

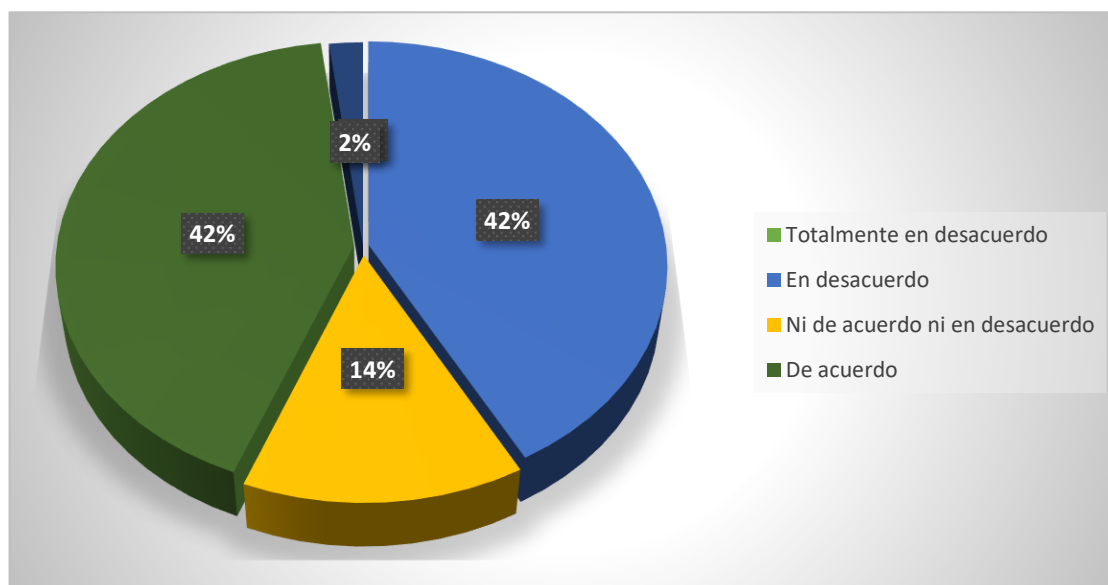
*El proceso para obtener el registro en INDECI es accesible.*

	Frec.	%	Porcentaje acumulado
<b>Total en desacuerdo</b>	0	0	0
<b>En desacuerdo</b>	21	42	42
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	7	14	56
<b>De acuerdo</b>	21	42	98
<b>Total de acuerdo</b>	1	2	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa el proceso para obtener el registro en INDECI es accesible.*

**Figura 17**

*El proceso para obtener el registro en INDECI es accesible*



*Nota la figura representa el proceso para obtener el registro en INDECI es accesible*

### **Interpretación**

La Tabla 20 refleja la percepción de los empresarios del Centro Comercial Confraternidad sobre la accesibilidad del proceso para obtener el registro en INDECI. Los resultados muestran una división clara en las opiniones. Un 42% de los encuestados considera que el proceso no es accesible, mientras que otro 42% opina lo contrario, es decir, lo perciben como accesible. Esto indica que la mitad de los empresarios encuentra

dificultades en este trámite, posiblemente debido a requisitos técnicos, costos o falta de información, mientras que la mitad otra considera que el proceso no representa un problema significativo. Por otro lado, un 14% de los encuestados se mantiene neutral, lo que sugiere que un grupo de empresarios no tiene una opinión clara al respecto, ya sea porque no ha realizado el trámite o porque su experiencia fue variable.

Finalmente, solo un 2% de los encuestados está totalmente de acuerdo con que el proceso es accesible, lo que indica que muy pocos lo consideran realmente sencillo. La percepción sobre la accesibilidad del registro en el INDECI está dividida. Mientras que un porcentaje importante lo considera complicado, otro grupo igual de significativo lo ve accesible, lo que podría deberse a diferencias en el tipo de negocio, nivel de información disponible o experiencia previa con trámites administrativos.

**Ítem 10:** El costo y los trámites para obtener el permiso de publicidad son accesibles para pequeños empresarios.

**Tabla 22**

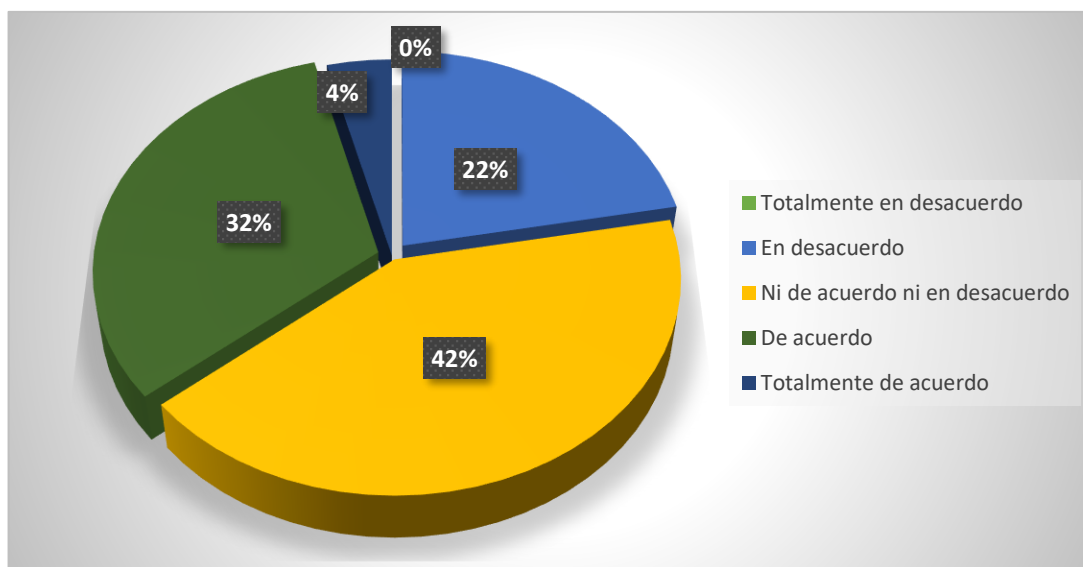
*El costo y los trámites para obtener el permiso de publicidad son accesibles*

	<b>Frec.</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
<b>Total en desacuerdo</b>	0	0	0
<b>En desacuerdo</b>	11	22	22
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	21	42	64
<b>De acuerdo</b>	16	32	96
<b>Total de acuerdo</b>	2	4	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa el costo y los trámites para obtener el permiso de publicidad son accesibles*

**Figura 18**

*El costo y los trámites para obtener el permiso de publicidad son accesibles*



*Nota la figura representa el costo y los trámites para obtener el permiso de publicidad son accesibles*

### **Interpretación**

La Tabla 21 muestra la percepción de los empresarios del Centro Comercial Confraternidad sobre la accesibilidad del costo y los trámites para obtener el permiso de publicidad. Los resultados indican que una parte significativa de los encuestados, el 42%, se mantiene neutral respecto a la accesibilidad del trámite, lo que sugiere que muchos empresarios no han tenido experiencia directa con este proceso o no tienen una opinión clara al respecto.

Por otro lado, un 22% de los encuestados considera que los costos y trámites no son accesibles, lo que puede indicar que enfrentan dificultades económicas o burocráticas para obtener el permiso. En contraste, un 36% (32% de acuerdo y 4% totalmente de acuerdo) opina que el proceso es accesible, lo que refleja que, para algunos, los costos y trámites no representan un obstáculo significativo.

En conclusión, la percepción sobre la accesibilidad del permiso de publicidad es variada, con una tendencia a la neutralidad. Sin embargo, hay un grupo considerable que

encuentra barreras en el proceso, lo que podría sugerir la necesidad de mayor simplificación o información para facilitar su obtención.

**Ítem 11:** La cantidad de productos que vende influye directamente en la estrategia de precios de su negocio.

**Tabla 23**

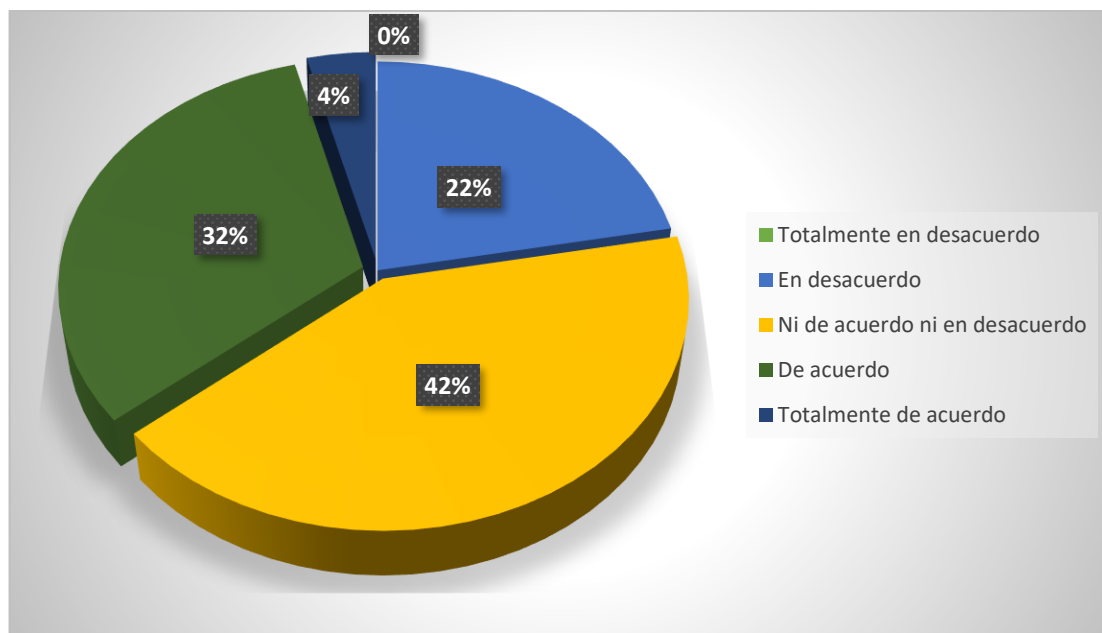
*La cantidad de productos que vende influye directamente en la estrategia de precios*

	<b>Frec.</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
<b>Total en desacuerdo</b>	0	0	0
<b>En desacuerdo</b>	11	22	22
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	21	42	64
<b>De acuerdo</b>	16	32	96
<b>Total de acuerdo</b>	2	4	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa La cantidad de productos que vende influye directamente en la estrategia de precios.*

**Figura 19**

*La cantidad de productos que vende influye directamente en la estrategia de precios*



*Nota la figura representa La cantidad de productos que vende influye directamente en la estrategia de precios*

## **Interpretación**

La Tabla 22 muestra la percepción de los empresarios sobre la influencia de la cantidad de productos vendidos en la estrategia de precios de sus negocios. El 42% de los encuestados se mantiene neutral, lo que indica que, para una parte significativa, la cantidad de productos vendidos no es el único factor que determina su estrategia de precios o que prefieren no pronunciarse al respecto.

Un 22% está en desacuerdo, lo que sugiere que este grupo considera que su estrategia de precios responde a otros factores, como costos, competencia o demanda del mercado, en lugar de depender directamente del volumen de ventas. Por otro lado, un 36% (32% de acuerdo y 4% totalmente de acuerdo) afirma que la cantidad de productos vendidos sí influye en su estrategia de precios, lo que sugiere que ajustan sus precios en función del volumen de ventas, ya sea ofreciendo descuentos por cantidad o modificando sus márgenes de ganancia según la rotación de productos.

En conclusión, aunque hay una diversidad de opiniones, una proporción significativa de empresarios reconoce que el volumen de ventas impacta sus estrategias de fijación de precios, lo que refleja la importancia de la gestión de inventarios y la planificación comercial en sus negocios.

**Ítem 12:** La calidad de sus productos le ha permitido justificar sus precios frente a la competencia

**Tabla 24**

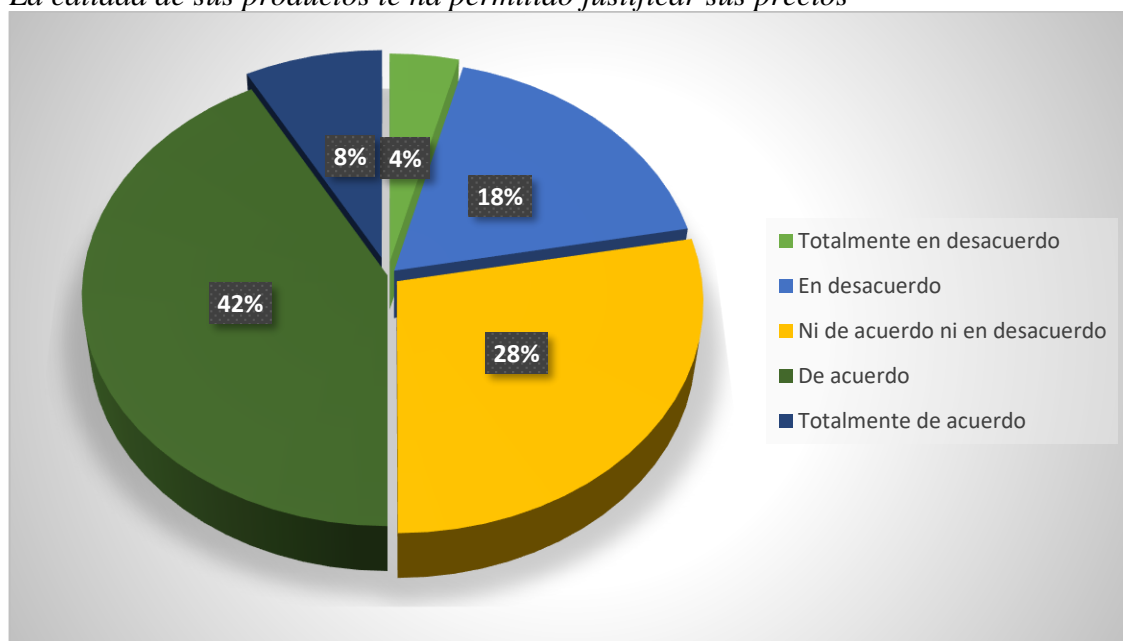
*La calidad de sus productos le ha permitido justificar sus precios*

	Frec.	%	% acumulado
<b>Total en desacuerdo</b>	2	4	4
<b>En desacuerdo</b>	9	18	22
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	14	28	50
<b>De acuerdo</b>	21	42	92
<b>Total de acuerdo</b>	4	8	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa la calidad de sus productos le ha permitido justificar sus precios.*

**Figura 20**

*La calidad de sus productos le ha permitido justificar sus precios*



*Nota la figura representa la frecuencia con la que están controlando, supervisando la calidad.*

### **Interpretación**

La Tabla 23 refleja la percepción de los empresarios sobre si la calidad de sus productos les ha permitido justificar sus precios frente a la competencia. El 50% de los encuestados tiene una opinión positiva, con un 42% de acuerdo y un 8% totalmente de acuerdo, lo que indica que consideran que la calidad de sus productos es un factor clave para sostener sus precios en el mercado y diferenciarse de la competencia.

Por otro lado, un 28% de los empresarios se mantiene neutral, lo que sugiere que, si bien la calidad es importante, no siempre es suficiente para justificar los precios, posiblemente debido a otros factores como la competencia o la sensibilidad del consumidor al precio. Un 22% en desacuerdo (18% en desacuerdo y 4% totalmente en desacuerdo) indica que este grupo no ha logrado respaldar sus precios con la calidad de sus productos, lo que podría deberse a una percepción limitada del valor por parte de los clientes, a un mercado más orientado al precio que a la calidad.

En conclusión, aunque la mayoría de los empresarios consideran que la calidad de sus productos les ayuda a justificar sus precios, existe un porcentaje que enfrenta dificultades para competir aumentando solo en este factor, lo que resalta la importancia de estrategias complementarias como la diferenciación, el marketing y la fidelización de clientes.

**Ítem 13:** La estabilidad en los precios de su negocio permite captar y fidelizar más clientes.

**Tabla 25**

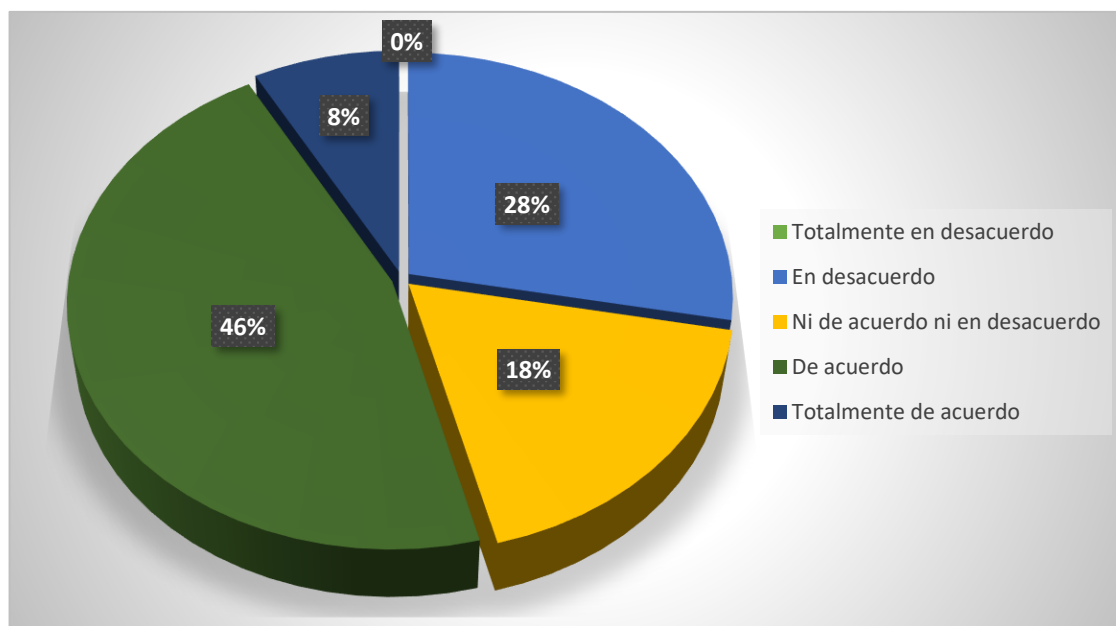
*La estabilidad en los precios de su negocio permite captar y fidelizar*

	<b>Frec</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
<b>Total en desacuerdo</b>	0	0	0
<b>En desacuerdo</b>	14	28	28
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	9	18	46
<b>De acuerdo</b>	23	46	92
<b>Total de acuerdo</b>	4	8	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa La estabilidad en los precios de su negocio permite captar y fidelizar.*

## Figura 21

*La estabilidad en los precios de su negocio permite captar y fidelizar*



*Nota la figura representa La estabilidad en los precios de su negocio permite captar y fidelizar.*

### Interpretación

La Tabla 24 muestra la percepción de los empresarios sobre si la estabilidad en los precios de su negocio les permite captar y fidelizar clientes. El 54% de los encuestados tiene una opinión positiva al respecto, con un 46% de acuerdo y un 8% totalmente de acuerdo, lo que indica que consideran que mantener precios estables les ayuda a generar confianza y atraer clientes recurrentes.

Por otro lado, un 18% se mantiene neutral, lo que sugiere que este grupo no percibe un impacto claro de la estabilidad de precios en la fidelización de clientes. Sin embargo, un 28% en desacuerdo considera que la estabilidad de precios no influye significativamente en la captación y retención de clientes. Esto podría deberse a factores como la variabilidad del mercado, la competencia, o la preferencia de los clientes por otros aspectos como calidad, servicio o promociones.

En conclusión, aunque la mayoría de los empresarios percibe que la estabilidad en los precios contribuye a fidelizar clientes, un segmento importante no ve esta relación de

manera tan clara, lo que sugiere que la captación y fidelización depende también de otros factores clave.

**Ítem 14:** La competencia con negocios informales le obliga a reducir sus precios para mantener mis ventas.

**Tabla 26**

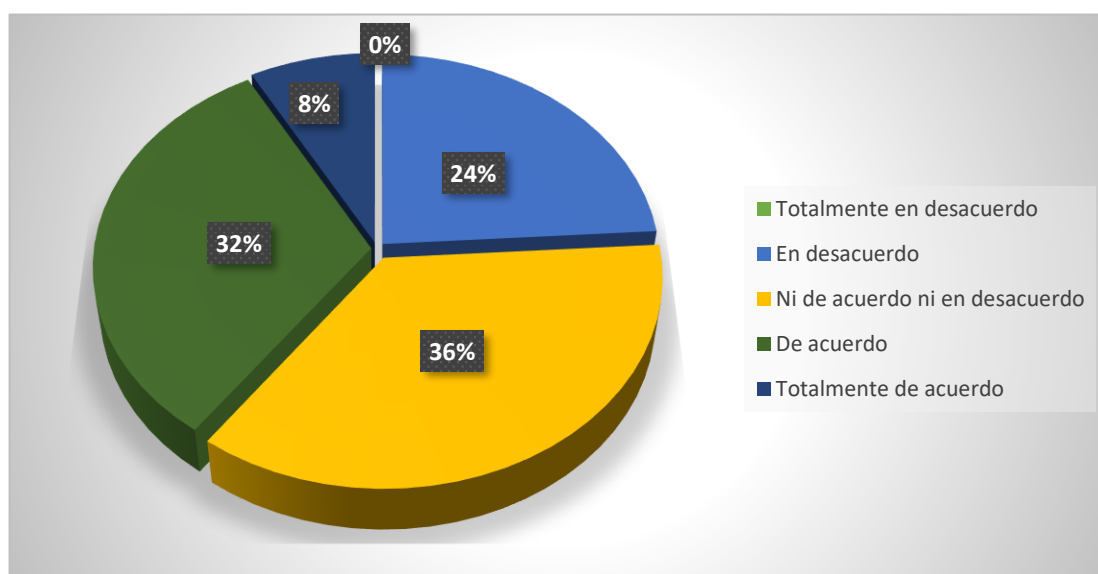
*La competencia con negocios informales le obliga a reducir sus precios*

	Frec	%	Porcentaje acumulado
<b>Total en desacuerdo</b>	0	0	0
<b>En desacuerdo</b>	12	24	24
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	18	36	60
<b>De acuerdo</b>	16	32	92
<b>Total de acuerdo</b>	4	8	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa La competencia con negocios informales le obliga a reducir sus precios*

**Figura 22**

*La competencia con negocios informales le obliga a reducir sus precios*



*Nota la figura representa La competencia con negocios informales le obliga a reducir sus precios*

### **Interpretación**

La Tabla 25 refleja la percepción de los empresarios sobre el impacto de la competencia con negocios informales en la reducción de sus precios para mantener las ventas. El 40% de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo con que la

competencia informal los obliga a bajar sus precios, lo que indica que este sector percibe una presión significativa para ajustar sus estrategias de precios y mantenerse competitivo en el mercado.

Un 36% de los encuestados se mantiene neutral, lo que sugiere que estos empresarios no experimentan un impacto claro o que consideran otros factores en su estrategia de precios. Por otro lado, un 24% en desacuerdo no percibe que la competencia informal les exige reducir precios, lo que podría indicar que han encontrado otras formas de diferenciarse, como la calidad del producto, el servicio al cliente o la fidelidad de su mercado objetivo.

En conclusión, aunque un porcentaje importante de empresarios siente la presión de la competencia informal en sus precios, una parte significativa se mantiene neutral o no percibe este efecto, lo que sugiere que la respuesta a esta competencia puede depender de factores como el tipo de negocio, la ubicación y las estrategias comerciales adoptadas.

**Ítem 15:** La inversión en equipos y herramientas modernas ha optimizado s costos de producción.

**Tabla 27**

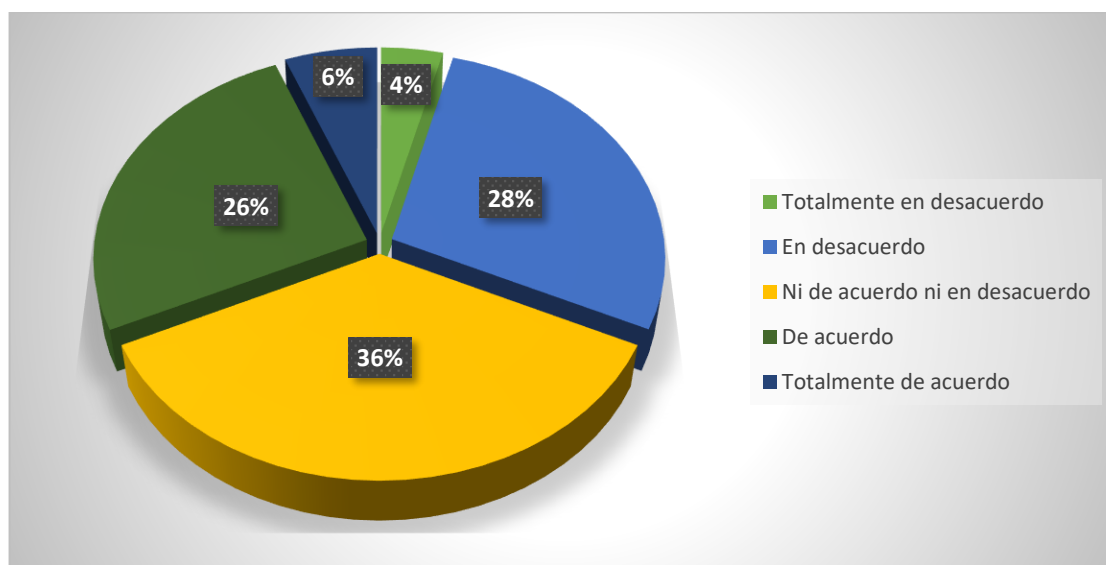
*La inversión en equipos y herramientas modernas*

	<b>Frec.</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
<b>Total en desacuerdo</b>	2	4	4
<b>En desacuerdo</b>	14	28	32
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	18	36	68
<b>De acuerdo</b>	13	26	94
<b>Total de acuerdo</b>	3	6	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa La inversión en equipos y herramientas modernas.*

### Figura 23

#### *La inversión en equipos y herramientas modernas*



*Nota la figura representa La inversión en equipos y herramientas modernas.*

#### **Interpretación**

La Tabla 26 muestra la percepción de los empresarios sobre el impacto de la inversión en equipos y herramientas modernas en la optimización de los costos de producción. Un 32% de los encuestados (totalmente en desacuerdo y en desacuerdo) no considera que esta inversión haya optimizado sus costos, lo que podría deberse a dificultades en la implementación, falta de capacitación o costos elevados de adquisición. Por otro lado, un 36% se mantiene neutral, lo que sugiere que aún no perciben claramente los beneficios de la inversión en tecnología o que sus efectos pueden depender de otros factores.

Sin embargo, un 32% (de acuerdo y totalmente de acuerdo) sí reconoce que la modernización ha optimizado sus costos de producción, lo que indica que este grupo ha logrado aprovechar la tecnología para mejorar la eficiencia en sus procesos.

En conclusión, aunque existe una división en las percepciones, una parte significativa de empresarios reconoce los beneficios de la inversión en equipos modernos, aunque aún persisten dudas o limitaciones para otros sectores.

**Ítem 16:** Tener su negocio formalizado le ha permitiría establecer objetivos más claros y alcanzables.

**Tabla 28**

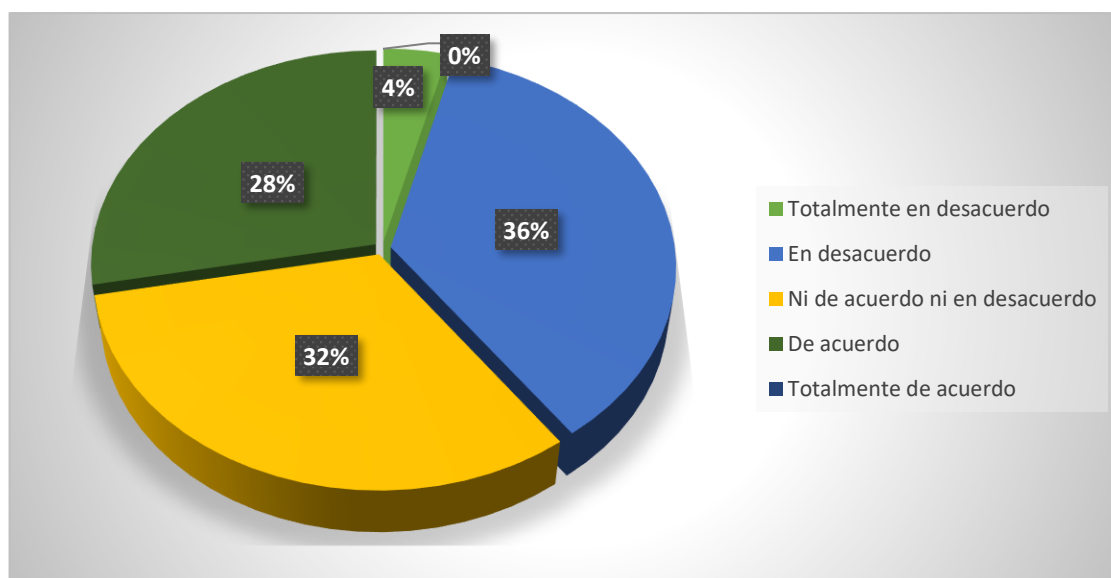
*Tener su negocio formalizado le ha permitiría establecer objetivos más claros*

	Frec	%	% acumulado
<b>Total en desacuerdo</b>	2	4	4
<b>En desacuerdo</b>	18	36	40
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	16	32	72
<b>De acuerdo</b>	14	28	100
<b>Total de acuerdo</b>	0	0	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa tener su negocio formalizado le ha permitiría establecer objetivos*

**Figura 24**

*Tener su negocio formalizado le ha permitiría establecer objetivos*



*Nota la figura representa tener su negocio formalizado le ha permitiría establecer objetivos.*

### **Interpretación**

La Tabla 27 refleja la percepción de los empresarios sobre si la formalización de su negocio les ha permitido establecer objetivos más claros y alcanzables. Un 40% (totalmente en desacuerdo y en desacuerdo) considera que la formalización no les ha ayudado a definir mejores sus objetivos, lo que podría indicar que enfrentan barreras administrativas, fiscales o de competitividad que no les han permitido aprovechar plenamente la formalización.

Por otro lado, un 32% se mantiene neutral, lo que sugiere que algunos empresarios no han identificado una relación directa entre formalización y planificación estratégica. Solo un 28% (de acuerdo) cree que formalizar su negocio les ha permitido establecer objetivos más claros, mientras que ningún encuestado seleccionó "totalmente de acuerdo", lo que podría evidenciar una falta de beneficios percibidos o dificultades en la gestión formal del negocio.

En conclusión, aunque algunos empresarios reconocen la utilidad de la formalización, una gran parte no percibe que esto les ayuda significativamente en la planificación y establecimiento de metas, lo que sugiere la necesidad de mayor orientación y apoyo para maximizar sus beneficios.

**Ítem 17:** La calidad de mis productos influye directamente en el nivel de ventas de mi negocio

**Tabla 29**

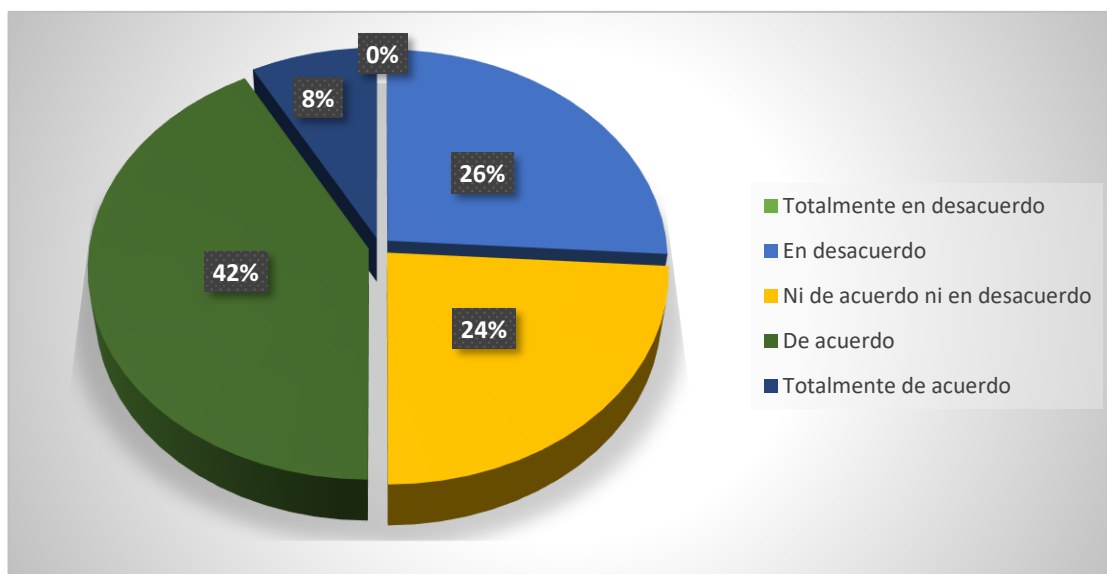
*La calidad de mis productos influye directamente en el nivel de ventas*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Total en desacuerdo</b>	0	0	0
<b>En desacuerdo</b>	13	26	26
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	12	24	50
<b>De acuerdo</b>	21	42	92
<b>Total de acuerdo</b>	4	8	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa la calidad de mis productos influye directamente en el nivel de ventas*

**Figura 25**

*La calidad de mis productos influye directamente en el nivel de ventas*



*Nota la figura representa la calidad de mis productos influye directamente en el nivel de ventas*

### **Interpretación**

El Ítem 17 analiza la percepción de los empresarios sobre la influencia de la calidad de sus productos en el nivel de ventas de sus negocios. Según los datos presentados en la Tabla 28, se observa que una mayoría significativa de los encuestados reconoce la relevancia de este factor en su desempeño comercial. En detalle, el 42% de los participantes indicó estar de acuerdo con la afirmación, mientras que un 8% manifestó estar totalmente de acuerdo. Esto significa que el 50% del total considera que la calidad de sus productos juega un papel fundamental en la generación de ventas y en la sostenibilidad de su negocio.

Por otro lado, un 24% de los encuestados adoptó una postura neutral, lo que sugiere que algunos empresarios no perciben una relación clara entre la calidad del producto y su impacto en las ventas. Es posible que otros factores, como el precio, la demanda del mercado o las estrategias de marketing, influyan más en su desempeño.

Finalmente, un 26% de los participantes expresó su desacuerdo con la afirmación. Esto indica que, para este grupo, la calidad del producto no es un factor determinante en la

generación de ingresos, lo que podría deberse a la competencia, la informalidad del mercado o la importancia de otros elementos comerciales.

En general, los resultados reflejan que, si bien la mayoría de los empresarios reconoce la relación entre calidad y ventas, aún existe un sector que no lo considera un factor decisivo, lo que resalta la necesidad de estrategias diferenciadas para mejorar la percepción de la calidad como una ventaja competitiva.

**Ítem 18:** La competencia en el sector de confección y costura me obliga a innovar constantemente.

**Tabla 30**

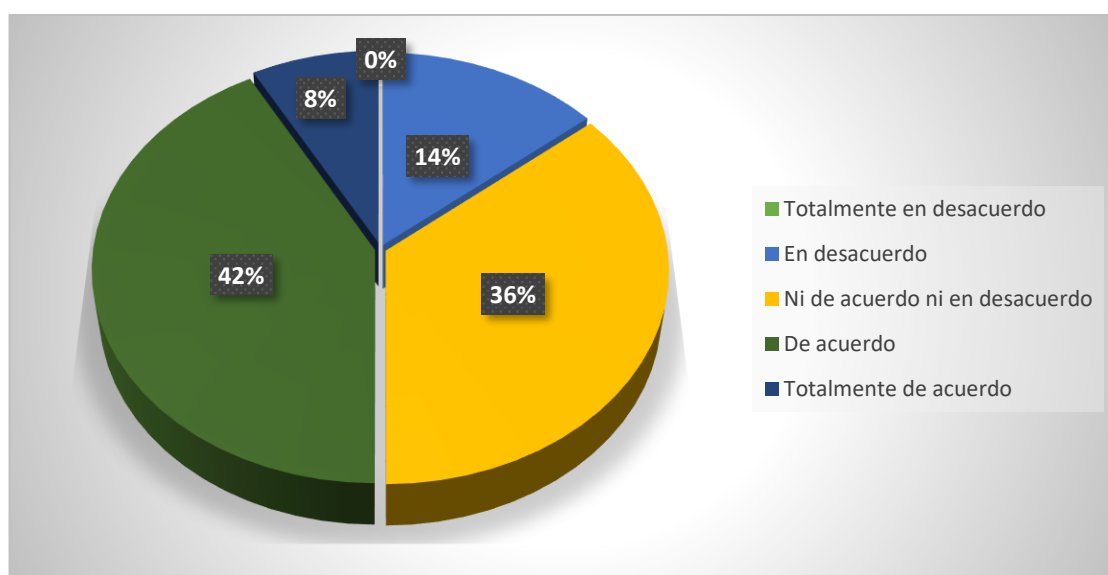
*La competencia en el sector de confección y costura me obliga a innovar*

	<b>Frec.</b>	<b>%</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Total en desacuerdo</b>	0	0	0
<b>En desacuerdo</b>	7	14	14
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	18	36	50
<b>De acuerdo</b>	21	42	92
<b>Total de acuerdo</b>	4	8	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa la competencia en el sector de confección y costura me obliga a innovar.*

**Figura 26**

*La competencia en el sector de confección y costura me obliga a innovar*



*Nota la figura representa la competencia en el sector de confección y costura me obliga a innovar.*

## **Interpretación**

El Ítem 18 analiza el impacto de la competencia en el sector de confección y costura en la necesidad de innovación constante por parte de los empresarios. De acuerdo con los resultados presentados en la Tabla 29, la mayoría de los encuestados reconoce que la competencia los motiva a implementar cambios y mejoras en sus productos y procesos.

En detalle, un 42% de los participantes indicó estar de acuerdo con la afirmación, mientras que un 8% manifestó estar totalmente de acuerdo. Esto implica que la mitad de los encuestados considera que la competencia en el sector textil los impulsa a innovar para mantenerse vigentes en el mercado. Por otro lado, un 36% de los encuestados adoptó una postura neutral, lo que sugiere que un grupo significativo no percibe la innovación como una obligación directa derivada de la competencia. Esto puede indicar que otros factores, como la calidad de sus productos o la fidelización de sus clientes, también juegan un papel importante en sus estrategias comerciales.

Finalmente, un 14% de los encuestados expresó su desacuerdo con la afirmación, lo que sugiere que estos empresarios no ven la competencia como un factor determinante para la innovación en su negocio. Es posible que cuenten con clientes leales o que trabajen en segmentos de mercado con menor presión competitiva.

En conclusión, los datos muestran que, si bien la competencia en el sector de confección y costura impulsa a muchos empresarios a innovar, todavía existe un porcentaje significativo que no percibe esta necesidad de manera imperativa, lo que sugiere que la innovación en este sector puede depender de diversas estrategias individuales y no solo de la presión del mercado.

**Ítem 19:** El acceso a financiamiento formal facilita la adquisición de mejores recursos comerciales.

**Tabla 31**

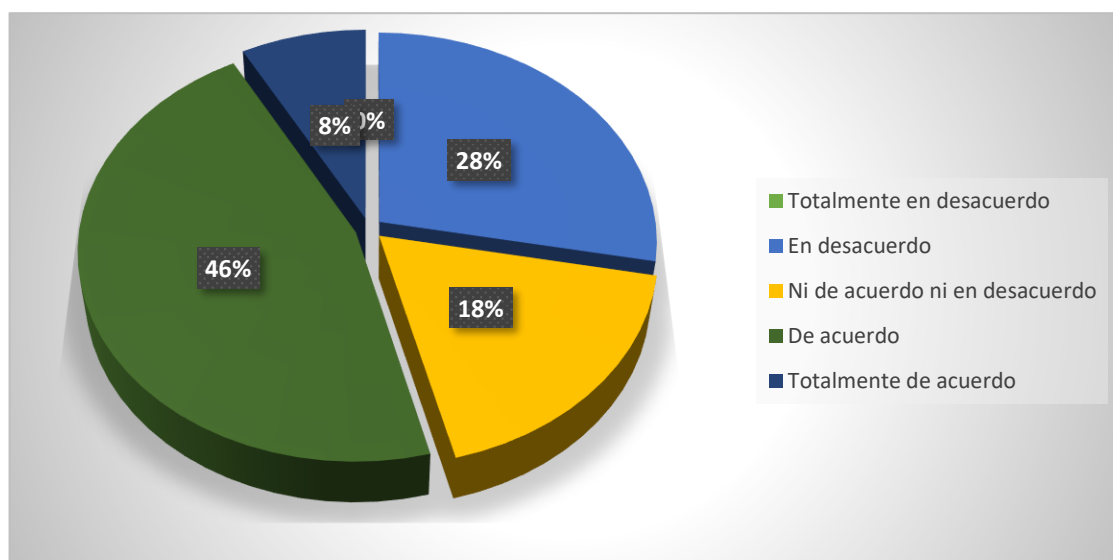
*El acceso a financiamiento facilita la adquisición de mejores recursos comerciales*

	Frec	%	% acumulado
<b>Total en desacuerdo</b>	0	0	0
<b>En desacuerdo</b>	14	28	28
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	9	18	46
<b>De acuerdo</b>	23	46	92
<b>Total de acuerdo</b>	4	8	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa el acceso a financiamiento facilita la adquisición de mejores recursos comerciales.*

**Figura 27**

*El acceso a financiamiento facilita la adquisición de mejores recursos comerciales*



*Nota la figura representa el acceso a financiamiento facilita la adquisición de mejores recursos comerciales.*

### **Interpretación**

El Ítem 19 evalúa la percepción de los encuestados sobre el impacto del acceso a financiamiento formal en la adquisición de mejores recursos comerciales. Según los datos de la Tabla 30, la mayoría de los participantes consideran que el financiamiento formal juega un papel clave en la mejora de sus negocios. En detalle, un 46% de los encuestados afirmó estar de acuerdo con la afirmación, mientras que un 8% indicó estar totalmente de acuerdo,

lo que significa que más de la mitad de los encuestados reconoce que el acceso a crédito o financiamiento formal les permite obtener mejores herramientas y recursos para fortalecer sus actividades comerciales.

Por otro lado, un 18% de los participantes adoptó una postura neutral, lo que sugiere que este grupo no percibe un impacto claro del financiamiento en la adquisición de recursos o que puede depender de otros factores, como las condiciones del crédito o las necesidades específicas de su negocio. En contraste, un 28% de los encuestados manifestó estar en desacuerdo con la afirmación, lo que indica que para una parte considerable de los empresarios el acceso a financiamiento no es un factor determinante para mejorar sus recursos comerciales. Esto podría deberse a restricciones en la obtención de crédito, falta de confianza en las entidades financieras o preferencia por otros mecanismos de inversión.

En conclusión, aunque la mayoría de los encuestados reconoce que el acceso a financiamiento facilita la adquisición de mejores recursos comerciales, una parte significativa no lo considera un factor clave o enfrenta barreras para acceder a este tipo de apoyo financiero. Esto resalta la importancia de mejorar las condiciones de financiamiento para los pequeños negocios y fomentar la educación financiera en el sector comercial.

**Ítem 20:** Considera que contar con personal capacitado mejora la competitividad de su empresa.

**Tabla 32**

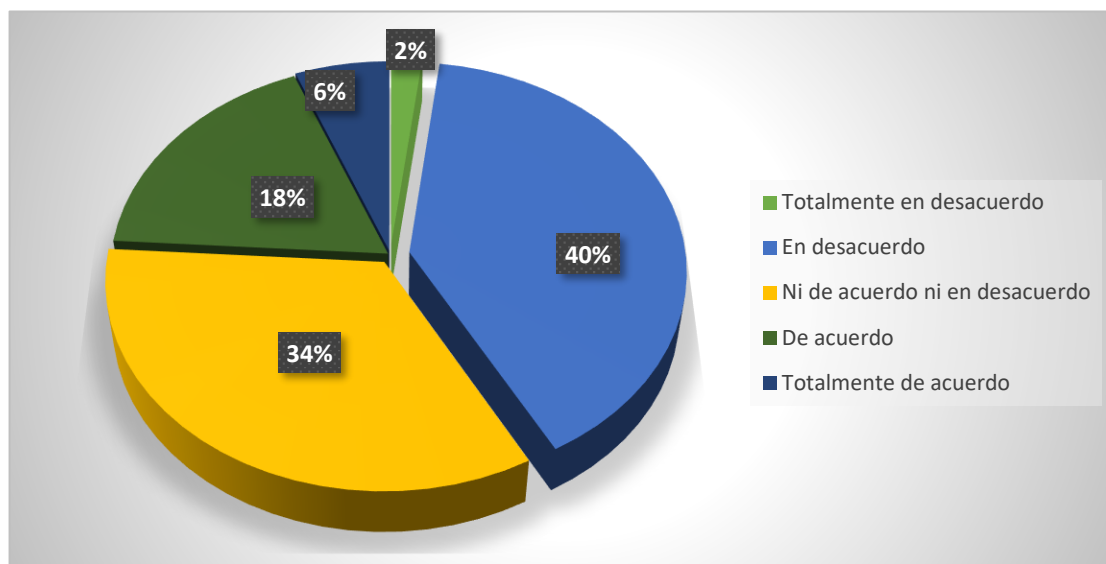
*Considera que contar con personal capacitado mejora la competitividad.*

	<b>Frec</b>	<b>%</b>	<b>% acumulado</b>
<b>Total en desacuerdo</b>	1	2	2
<b>En desacuerdo</b>	20	40	42
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	17	34	76
<b>De acuerdo</b>	9	18	94
<b>Total de acuerdo</b>	3	6	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

*Nota la tabla representa considera que contar con personal capacitado mejora la competitividad.*

**Figura 28**

*Considera que contar con personal capacitado mejora la competitividad.*



*Nota la figura representa considera que contar con personal capacitado mejora la competitividad.*

### **Interpretación**

El Ítem 20 analiza la percepción de los encuestados sobre la importancia de contar con personal capacitado para mejorar la competitividad de su empresa. Los resultados de la Tabla 31 reflejan opiniones diversas, aunque una parte significativa de los participantes no parece atribuir un impacto determinante a la capacitación del personal en la competitividad de sus negocios. En detalle, un 40% de los encuestados manifestó estar en desacuerdo con la afirmación, mientras que un 2% indicó estar totalmente en desacuerdo. Esto implica que

el 42% de los participantes no considera que la capacitación del personal sea un factor clave para mejorar la competitividad de su empresa, lo que podría deberse a limitaciones en la oferta de formación, dificultades económicas para capacitar al personal o una percepción de que otros factores tienen mayor peso en la competitividad.

Por otro lado, un 34% de los encuestados adoptó una postura neutral, lo que sugiere que una parte importante de los participantes no tiene una opinión definida al respecto o que su experiencia en este aspecto no ha sido concluyente. En contraste, un 18% de los participantes expresó estar de acuerdo con la afirmación, y un 6% indicó estar totalmente de acuerdo. En conjunto, solo el 24% de los encuestados reconoce que la capacitación del personal influye en la competitividad de su empresa.

Estos resultados indican que, aunque la capacitación del personal es reconocida por algunos empresarios como un factor positivo para la competitividad, la mayoría no lo percibe como un aspecto determinante o no ha experimentado mejoras concretas en su negocio a partir de la formación de sus trabajadores. Esto resalta la necesidad de promover programas de capacitación más accesibles y adaptados a las necesidades del sector, además de generar conciencia sobre su impacto en la productividad y el crecimiento empresarial.

## 5.2. Pruebas de hipótesis

### Prueba de normalidad

H<sub>0</sub>: Los datos tienen distribución normal

H<sub>1</sub>: Los datos no tienen distribución normal

**Tabla 33**

*Prueba de normalidad*

V. y dimensiones de investigación	Shap-Wilk		
	Estad	gl	Sig.
Formalización:	0.781	50	0.000
Formalización tributaria:	0.777	50	0.000
Formalización laboral:	0.775	50	0.000
Formalización municipal:	0.809	50	0.000
Ventas:	0.775	50	0.000
Precio de productos:	0.785	50	0.000
Oferta de productos:	0.796	50	0.000
Competencia empresarial:	0.785	50	0.000

*Nota la tabla representa la prueba de normalidad*

### Interpretación

La Tabla 30 se aplicó la prueba de normalidad a las variables y sus respectivas dimensiones. Para este propósito, se analizaron los datos correspondientes a ambas variables y sus respectivas dimensiones. Dado que el tamaño de la muestra fue inferior a 50 participantes, se aplicó la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk. Los resultados arrojaron un valor p menor a 0.05, lo que indica que los datos no se distribuyen normalmente. En consecuencia, se recurrió al coeficiente de correlación de Tau\_b de Kendall, una medida no paramétrica, para analizar la posible asociación entre las dos variables en estudio.

## Prueba de hipótesis general

**H1: Si existe relación o influencia**

**H0: No existe relación o influencia**

**H1:** La formalización si incide significativamente en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq - Cusco, 2023.

**H0:** La formalización no incide significativamente en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq - Cusco, 2023.

**Tabla 34**

*Prueba de Tau\_b de Kendall de la hipótesis general*

		Formalización	Ventas
Tau_b de Kendall	Formalización	Coeficiente de correlación	,847**
		Sig. (bilateral)	0.000
	N		30
	Ventas	Coef correlación	,847**
Sig. (bilateral)		0.000	
N		30	

*Nota la tabla representa la prueba de Tau\_b de Kendall de la hipótesis general*

### Interpretación

Según los datos expuestos en la Tabla 32, se presentan los resultados del estudio en relación con la correlación de Tau\_b de Kendall procesado con el software estadístico SPSS 25, utilizada para medir el grado de asociación entre las unidades de análisis, el coeficiente obtenido fue de 0.847, lo que indica una correlación positiva alta, entre la formalización y las ventas, esto revela que la formalización, que abarca la formalización tributaria, laboral y municipal en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq - Cusco, 2023.

### Prueba de hipótesis específicas 1

**H1:** La formalización empresarial si incide significativamente en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq - Cusco, 2023.

**H0:** La formalización empresarial no incide significativamente en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq - Cusco, 2023.

**Tabla 35**

*Prueba de Tau\_b de Kendall de la hipótesis específicas 1*

			Formalización empresarial	Ventas
Tau_b de Kendall	Formalización empresarial	Coef de C.	1.000	,759**
		Sig.		0.000
		N	30	30
Kendall	Ventas	Coef. De C.	,759**	1.000
		Sig.	0.000	
		N	30	30

*Nota la tabla representa la prueba de Tau\_b de Kendall de la hipótesis específicas 1*

### Interpretación

Según los datos expuestos en la Tabla 33, se presentan los resultados del estudio en relación con la correlación de Tau\_b de Kendall procesado con el software estadístico SPSS 25, utilizada para medir el grado de asociación entre las unidades de análisis, el coeficiente obtenido fue de 0.759, lo que indica una correlación positiva alta, entre la formalización empresarial y las ventas, esto revela que la formalización empresarial, que abarca el RUC, el régimen tributario, inicio de actividad, donde contribuye en las ventas de los empresarios.

## Prueba de hipótesis específicas 2

**H1:** La formalización laboral si incide significativamente en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq - Cusco, 2023.

**H0:** La formalización laboral no incide significativamente en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wanchaq - Cusco, 2023.

**Tabla 36**

*Prueba de Tau\_b de Kendall de la hipótesis específicas 2*

			Formalización laboral	Ventas
Tau_b	Formalización laboral	Coef de co	1.000	,746**
		Sig.		0.000
		N	30	30
de Kendall	Ventas	Coeficiente de	,746**	1.000
		correlación		
		Sig.	0.000	
		N	30	30

*Nota la tabla representa la prueba de Tau\_b de Kendall de la hipótesis específicas 2*

### Interpretación

De acuerdo con la información mostrada en la Tabla 34, se presentan los resultados del estudio referentes a la correlación Tau\_b de Kendall, calculada mediante el software estadístico SPSS 25, que se utilizó para evaluar el grado de asociación entre las unidades de análisis, el coeficiente obtenido fue de 0.746, lo que indica una correlación positiva alta, entre la formalización laboral y las ventas, esto revela que la formalización laboral que abarca la inscripción en el ministerio de trabajo, afiliación a ESSALUD, compensación por tiempo de servicios y afiliación, donde contribuye en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wanchaq - Cusco, 2023.

### Prueba de hipótesis específicas 3

**H1:** La formalización municipal si incide significativamente en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq - Cusco, 2023

**H0:** La formalización municipal no incide significativamente en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq - Cusco, 2023.

**Tabla 37**

*Prueba de Tau\_b de Kendall 3*

			Formalización Municipal	Ventas
Tau_b de Kendall	Formalización Municipal	Coef de c	1.000	,765**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	30	30
	Ventas	Coeficiente de correlación	,765**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	30	30

*Nota la tabla representa la prueba de Tau\_b de Kendall de la hipótesis específicas 3*

### Interpretación

Los resultados del estudio, relacionados con la correlación Tau\_b de Kendall y procesados mediante el software estadístico SPSS 25, se presentan en la Tabla 35, y se emplearon para evaluar el grado de asociación entre las unidades de análisis, el coeficiente obtenido fue de 0.765, lo que indica una correlación positiva alta, entre la formalización municipal y las ventas, esto revela que la formalización municipal que abarca licencia de funcionamiento, registro de INDECI, registro de DIGESA donde contribuye en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq - Cusco, 2023.

### 5.3. Discusión de resultados

Después de concluir el análisis de los resultados, se procedió a desarrollar la discusión, en la cual se ofrecerá una explicación concisa de los hallazgos, comparándolos con los resultados de otros estudios. Para comenzar esta sección, se presentará la fiabilidad del estudio aplicada a cada cuestionario, utilizando la prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach. Los resultados obtenidos en la confiabilidad de las variables fueron 0.808 para la variable 01 (Formalización) y 0.778 para la variable 02 (ventas). La proximidad a 1, lo que demuestra que estos valores a la unidad indica que el estudio es confiable.

A continuación, se expondrán los descubrimientos derivados de la investigación, en relación al objetivo general fue describir cómo incide la formalización en las ventas de los empresarios del Centro Comercial Confraternidad, ubicado en el distrito de Wánchaq – Cusco, en 2023. Se encontró que el 32% de los participantes calificó la formalización como mala, el 52% como regular y el 16% como buena. Estos resultados sugieren que la formalización es importante para que estos empresarios consideren la importancia de realizar una formalización integral en los ámbitos tributario, laboral y municipal, esto no solo les proporcionará una base sólida para operar con seguridad y estabilidad, sino que también contribuirá al desarrollo económico de la empresa. En relación con las ventas, los resultados indicaron que el 30% de los funcionarios la calificó como malo, el 62% como regular y el 8% como bueno. Para mejorar su desempeño en el mercado, es importante que los empresarios consideren la adopción de precios competitivos, el desarrollo de estrategias promocionales atractivas, y la optimización de sus ofertas de productos, estas acciones no solo ayudarán a incrementar las ventas, sino que también permitirán a los negocios ser más competitivos y sostener su crecimiento en un entorno comercial desafiante.

Para asegurar una operación segura y estable, es fundamental que los empresarios adopten una formalización integral en los ámbitos tributario, laboral y municipal. Esta formalización no solo fortalecerá la base de sus negocios, sino que también impulsará el desarrollo económico de la empresa. Además, la implementación de precios competitivos, estrategias promocionales efectivas y la optimización de sus ofertas de productos son esenciales para incrementar las ventas y asegurar la competitividad y el crecimiento sostenido en un entorno comercial cada vez más desafiante.

Bajo este contexto y los hallazgos del Tau\_b de Kendall que fue de 0.847, lo que indica una correlación positiva alta. Esto sugiere que existe una influencia significativa entre cómo se gestionan los procesos administrativos y la efectividad en la recaudación de impuestos en la municipalidad.

Estos hallazgos son consistentes con los estudios de Montesillo (2022) dado que este precisa que la mayoría de los empresarios solo poseen la formalización municipal, nos da a entender que existen factores que limitan la formolización empresarial completa, también nos da a conocer que la formolización laboral, es la que posee baja influencia en los empresarios, dando a entenderse que este puede ser unos de los factores que limitan la formolización empresarial completa. Además del estudio de Loya (2021), nos indica que la formalización aporta de gran manera a los empresarios, ya que la formalización trae beneficios que ayuda al crecimiento de los negocios, en el ámbito empresarial y económico, además genera empleo con beneficios para los trabajadores y de esta manera mejorar el estilo de vida de las personas. Por otro lado, Rojas y Sosa (2020) nos indican que los dueños de las MYPES, no comprenden los pasos para la formalización, además de esto mencionan que la mayoría de los empresarios, no cuentan con alguna de las tres dimensiones y este es un caso realmente muy preocupante, además estadísticamente nos da a entender que la mayoría

de estas micros y pequeñas empresas, están desinformados o no conocen los pasos hacia la formalización, y otros empresarios temen a que sus ganancias disminuyan, así como también mencionan que no llegan a formalizar debido a que toma demasiado tiempo hacer los trámites, es por esto que existe la informalidades, también. Condori y Valencia (2022), debido a que muestran datos importantes sobre la formalización de las MYPES, donde se evidencia que la mayoría de los empresarios no están formalizados de manera correcta, ya que no cumplen con las tres dimensiones, formalización tributaria, municipal y laboral, y que solo una parte esta formalizada de manera correcta.

En conjunto, estos autores ofrecen un marco teórico y práctico que respalda las conclusiones del estudio, destacando la necesidad de mejorar la planificación, la gestión administrativa y la transparencia en la recaudación de ingresos municipales para lograr un desarrollo sostenible y una mayor confianza ciudadana.

En relación al objetivo específico 1 de describir la incidencia de la formalización tributaria en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, del 2023, la prueba de correlación Tau\_b de Kendall muestra la incidencia entre la dimensión 01 de la primera variable y las ventas. El coeficiente obtenido fue de 0.759, lo que indica una correlación positiva alta. Señala una correlación positiva alta entre la formalización empresarial y el incremento en las ventas, lo que demuestra que la formalización es un factor crucial para el éxito comercial. Específicamente, en el contexto del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq, en Cusco, durante 2023, se observa que los empresarios que han formalizado sus negocios, cumpliendo con requisitos como la obtención del RUC, la elección del régimen tributario adecuado y el registro del inicio de actividades, han experimentado un impacto favorable en sus ventas. Esto no solo refuerza la importancia de la formalización para garantizar el cumplimiento legal y

operativo, sino que también destaca su rol como un motor clave para el crecimiento económico y la competitividad en el mercado local. La formalización, al proporcionar un marco estructurado y legalmente reconocido, permite a los empresarios acceder a mayores oportunidades comerciales, optimizar su gestión financiera y construir una relación más sólida con sus clientes y proveedores, contribuyendo así al desarrollo sostenible de sus negocios.

Estos hallazgos son consistentes con los estudios de Hernández et al (2021), dado que menciona que los empresarios no son conscientes o no tienen conocimiento de los beneficios que pueda traer la formalización, ya que estos temen a los posibles costos de los impuestos y el tiempo que los pueda llevar a formalizar sus empresas, sin tener en cuenta las limitaciones que los empresarios tienen al seguir permaneciendo dentro de la informalidad. También el estudio de Guerrero (2021) menciona que debido a que menciona que muchos de las micros y pequeñas empresas, enfrentaron desafíos al inicio de su formalización, ya que existe competencia en el entorno empresarial, también menciona que las MYPES lograron desarrollar estrategias para el crecimiento de las empresas y así lograr ser competentes con otras empresas. Dando a entender que la formalización es un gran paso hacia el crecimiento de las MYPES.

Esto resalta la importancia de que todos los empresarios cumplan con sus obligaciones ante el Estado, incluyendo la inscripción a un régimen tributario adecuado y la obtención de un Registro Único de Contribuyentes (RUC) y así poder mejorar las ventas dentro del rubro de la empresa y tener una expansión empresarial.

En relación al objetivo específico 2 Describir la incidencia de la formalización laboral en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, del 2023, el Tau\_b de Kendall muestra el grado de influencia entre la

formalización laboral y recaudación tributaria. El coeficiente obtenido fue de 0.746 lo que indica una correlación positiva alta, esto subrayan la importancia de que los empresarios se comprometan a cumplir con todas las normativas laborales vigentes. Garantizar que los trabajadores estén debidamente formalizados, no solo es importante para proteger los derechos laborales de los empleados, sino que también permite a las empresas operar de manera legal y ética, contribuyendo así a la estabilidad y bienestar de su fuerza laboral.

Estos hallazgos son consistentes con los estudios de Challo y Kjuro (2019) nos demuestran que la informalidad de las micros y pequeñas empresas es en gran porcentaje, debido a que los empresarios no poseen conocimientos suficientes sobre las ventajas que puede poseer la formalización, además de que la mayoría de los empresarios temen a la disminución de sus ingresos. Así mismo de Cumpa (2020), destacan la correlación entre la recaudación tributaria y el desarrollo de sus actividades. Según su estudio, una mayor recaudación tributaria permite una mayor eficiencia en el desarrollo de sus actividades, lo que facilita la realización de obras a favor de la población. Canchari (2022) en el Perú la formalización es insuficiente ya que, en muchos casos, formalizar una empresa es muy costosa, en los diferentes ámbitos de la formalización, como son la formalización tributaria, formalización Municipal y formalización laboral, es por esto que el autor nos menciona que es necesario incentivar a los empresarios para dar ese gran paso hacia la formalización de las micros y pequeñas empresas.

En conjunto, estos autores aportan una visión integral sobre la relación entre la formalización laboral en relación con las ventas, subrayando la necesidad de estrategias eficientes, una comunicación efectiva con los empleados, y una gestión proactiva para mejorar los resultados comerciales. Estos estudios refuerzan la idea de que una formalización laboral sólida y transparente es fundamental para asegurar la estabilidad financiera y el

crecimiento sostenible de las empresas, lo que, a su vez, contribuye a su capacidad operativa y éxito en el mercado.

En relación al objetivo específico 3 de describir la incidencia de la formalización municipal en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, del 2023, para evaluar el grado de influencia entre las variables de gestión administrativa y recaudación tributaria. El coeficiente obtenido fue de 0.765, lo que indica una correlación positiva alta, entre la formalización municipal y las ventas, esto revela que la formalización municipal que abarca licencia de funcionamiento, registro de INDECI, registro de DIGESA donde contribuye en las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq - Cusco, 2023.

Estos hallazgos son consistentes con los estudios de Alejo y Lizarazo (2019), es que la informalidad de las empresas ocasiona, una gran desventaja a los competidores que se encuentran en el mismo sector, ya que el coste de los calzados tenía una gran diferencia, esto ha llevado a que todos practiquen un nuevo costeo y así poder responder a la demanda de los clientes, y que cada uno de los empresarios pueda llegar a sobrevivir en el mundo empresarial. Lacuesta et al (2020) ya que su investigación nos brinda datos importantes sobre las ventas y su desarrollo a través del tiempo por las redes sociales o venta online, y el crecimiento de los ingresos a través de las ventas, además el acelerado crecimiento de las ventas también se deben a la pandemia del Covid 19, que ha impulsado las ventas por vía online y tiene relación directa con los precios, se ha observado que los precios no varían demasiado así como en el mercado tradicional

En conjunto, estos estudios aportan una visión crítica sobre los desafíos que enfrentan las empresas en la formalización tributaria y su impacto en las ventas. Ambos enfoques son fundamentales para fortalecer la capacidad financiera de las empresas y asegurar una gestión

económica más transparente y eficiente, lo que contribuye al crecimiento sostenido y a la competitividad en el mercado.

En resumen, este estudio confirma que una formalización en el ámbito tributario, laboral y municipal eficiente, es clave para optimizar las ventas de los empresarios del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq – Cusco, del 2023. Mejorar estos aspectos no solo incrementaría la efectividad en la recaudación de ingresos, sino que también contribuiría a una mayor transparencia y confianza cada empresario, y esto un crecimiento y una mayor rentabilidad.

## VI. Conclusiones

- Existe una influencia significativa entre la formalización y las ventas. El análisis evidenció una correlación moderada Tau\_b de Kendall que el coeficiente obtenido es 0.847 entre la formalización y las ventas en el centro comercial Confraternidad. Aunque la mayoría de los funcionarios evaluaron la gestión administrativa como regular estos resultados destacan que debe de mejorar más la formalización a través de capacitaciones y cumplimiento de deberes por parte del estado, al optimizar la formalización tributaria, laboral y municipal mejorará significativamente la capacidad de ventas en las empresas del centro comercial Confraternidad. Una adecuada formalización no solo asegura el cumplimiento de las normativas, sino que también fortalece la gestión operativa y financiera, lo que facilita el crecimiento sostenible y la competitividad de los negocios.
- Existe una influencia significativa entre la formalización tributaria y las ventas. La prueba de correlación Tau\_b de Kendall revela una correlación moderada de 0.759 lo que indica una correlación positiva alta, entre la formalización empresarial y el incremento en las ventas, lo que demuestra que la formalización tributaria es un factor importante para la expansión empresarial porque da mayor confianza y credibilidad, específicamente, en el contexto del centro comercial Confraternidad del distrito de Wánchaq, en Cusco, durante 2023
- Existe una influencia significativa entre la formalización laboral y las ventas. El análisis de la correlación mediante el Tau\_b de Kendall reveló un coeficiente de 0.765, indicando una correlación positiva alta entre la formalización laboral y las ventas. Se concluye que la formalización laboral es un factor clave para el crecimiento económico y la estabilidad de las empresas, ya que contribuye no solo a mejorar la eficiencia operativa, sino también a fortalecer la confianza de los clientes y empleados, lo que se

traduce en mayores ingresos y competitividad en el mercado esto sugiere que a medida que las empresas formalizan sus relaciones laborales, se observan mejoras sustanciales en su desempeño comercial.

- Existe una influencia significativa entre la formalización municipal y las ventas. El análisis mediante la prueba de correlación Tau\_b de Kendall ha arrojado un coeficiente de 0.765, lo que indica una correlación positiva entre la formalización municipal y las ventas en el centro comercial Confraternidad. Este resultado evidencia que la formalización municipal tiene un impacto significativo en el aumento de las ventas en el centro comercial Confraternidad. En conclusión, la formalización municipal es muy importante, porque, no solo asegura el cumplimiento legal y operativo, sino que también impulsa el crecimiento comercial, mejorando la competitividad y la sostenibilidad de los negocios en este entorno.

## VII. Recomendaciones

- Se sugiere a los comerciales del centro comercial Confraternidad que la formalización es muy importante en las ventas, al cumplir una buena formalización tanto tributaria, laboral y municipal, fortalecen la estabilidad y crecimiento de sus negocios, para una buena formalización les permite acceder a beneficios y oportunidades, mejorar la gestión financiera, y construir una mayor confianza con clientes y proveedores, lo que en conjunto impulsa un incremento en las ventas y una mayor competitividad en el mercado, Así, al implementar prácticas de formalización eficaces, los empresarios pueden experimentar un notable aumento en sus ventas y consolidar su posición en el mercado.
- Se sugiere a los comerciales del centro comercial Confraternidad que la formalización tributaria se cumpla legalmente, además se tendrá beneficios y oportunidades, además refleja confianza y credibilidad a largo plazo una estabilidad financiera y un buen desarrollo en la empresa.
- Se sugiere a los comerciales del centro comercial Confraternidad que la formalización laboral es un factor clave para el crecimiento económico y la estabilidad de las empresas, ya que contribuye no solo a mejorar la eficiencia de los trabajadores, sino también a fortalecer la confianza de los clientes y empleados, lo que se traduce en mayores ingresos y rentabilidad.
- Se sugiere que la formalización municipal, por lo tanto, no solo asegura el cumplimiento legal y operativo, sino que también impulsa el crecimiento comercial, mejorando la competitividad y la sostenibilidad de los negocios en este entorno.

### VIII. Referencias

- Aguilar Tacusi, B., & Condori Uscamayta, Y. C. (2019). *Gestión De Calidad Y Formalización De Las Mypes del Distrito de Yanaoca - Canas - Cusco, 2018*. Lima – Perú: Universidad Privada TELESUP. <https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/606/1/AGUILAR%20TACUSI%20BEATRIZ-CONDORI%20USCAMAYTA%20YANET%20CARMEN.pdf>
- Alejo Cante, N., & Lizarazo Velandia, J. G. (2019). *Las prácticas contables de los sistemas y los elementos del costo de producción en MIPYMES: sector calzado Bogotá - E%20LOS%20SISTEMAS%20DE%20COSTOS..pdf?sequence=1&isAllowed=y*
- Alfonso. (2020). *Demanda*. economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Aliaga Jibaja, L. A. (2021). La magnitud de la mype en el Perú. Libertad para elegir la estructura empresarial. *Revista de derecho corporativo*, 181. <https://revistas.esan.edu.pe/index.php/giuristi/article/view/545>
- Alpari. (2023). *Precio bajo*. alpari.com: <https://alpari.com/es/beginner/glossary/low-price/>
- Cajal, A. (2021). *¿Qué son los recursos de una empresa?* lifeder.com: <https://www.lifeder.com/recursos-empresa/>
- Canchari Medina, M. (2022). *Estrategias de cobranza de arbitrios municipales para mejorar a recaudación de la Municipalidad Provincial de Huamanga,2021. [Tesis para optar el grado académico de Maestra en Gestión Pública]*. Lima-Perú. Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/83624/Canchari\\_MM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/83624/Canchari_MM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Carrasco Fernandez, S. (2014). *Técnicas de ventas*. España: Ediciones Paraninfo S.A. [https://www.google.com.pe/books/edition/T%C3%A9cnicas\\_de\\_venta/kscUBQAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=que+son+las+ventas&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/T%C3%A9cnicas_de_venta/kscUBQAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=que+son+las+ventas&printsec=frontcover)
- Carrasco Fernández, S., & García Prado, E. (2018). *Gestión de productos y promociones en el punto de venta*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A. [https://www.google.com.pe/books/edition/Gesti%C3%B3n\\_de\\_productos\\_y\\_promociones\\_en\\_e/LrlZDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=OFERTA+DE+PRODUCTOS&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/Gesti%C3%B3n_de_productos_y_promociones_en_e/LrlZDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=OFERTA+DE+PRODUCTOS&printsec=frontcover)

- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la Investigación Científica* (Vol. 2da Edición). Lima Peru: San Marcos.
- Casasola Hernández, L. M. (2020). *Capital humano: ¿qué es, qué beneficios aporta y cómo se mide?* psicologiaymente.com: <https://psicologiaymente.com/organizaciones/capital-humano>
- Castillo Coronado, L. L. (2023). *Formalización tributaria y crecimiento económico de las mypes del sector I de abarrotes del mercado Moshoqueque, Chiclayo 2021*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/6584/1/TL\\_CastilloCoronadoLeidy.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/6584/1/TL_CastilloCoronadoLeidy.pdf)
- Castillo Osorio, L., & Villafane Gutiérrez, G. (2019). *La importancia de la formalización de las Mypes para su acceso a los créditos financieros del sector textil en Lima Metropolitana, durante el año 2017*. Lima - Perú: Universidad tecnológica del Perú. [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2239/Lilliana%20Castillo\\_Geraldine%20Villafane\\_Trabajo%20de%20Investigacion\\_Bachiller\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2239/Lilliana%20Castillo_Geraldine%20Villafane_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chacón Monterrosa, L. A. (2017). Caracterización de MYPES en el municipio de San Vicente. *Teoría y Praxis*, Pg 55. <https://camjol.info/index.php/TyP/article/view/6383>
- Challco Huaman, A. A., & Kjuero Gonzales, R. M. (2019). *“Formalización Empresarial De Los Emprendedores Beneficiados por el Fondo Concursable Procompite en el Distrito De San Jerónimo, Período 2018*. Cusco- Perú: Universidad Andina del Cusco. [https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3412/Abel\\_Ruth\\_Tesis\\_bachiller\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3412/Abel_Ruth_Tesis_bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- COMEXPERU. (2022). Las micro y pequeñas empresas en el Perú Resultados en 2022. *COMEXPERU*.
- Condori Colque, M. M., & Valencia Vera, R. J. (2022). *Formalización de los integrantes del Sindicato de Comerciantes Central la Bombonera, distrito de Sicuani – 2019*. Cusco – Perú: Universidad Andina del Cusco. <https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4877/RESUMEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Conduce tu empresa. (2023). Ventajas y Desventajas de formalizar una empresa | Identidad Jurídica. *Conduce tu empresa*.  
<https://blog.conducetuempresa.com/search/label/Administracion>
- Córdova Ballesteros, L. F., Gutiérrez Burbano, J. A., & Ojeda Zambrano, C. (2019). Correlación de la formalización administrativa con los ingresos de las micro y pequeñas empresas comerciales especializadas en tecnología en Quito. *SATHIRI*, 14(1), 124-142. doi:<https://doi.org/10.32645/13906925.811>
- Cumpa LLontop, A. (2020). *Formalización y cultura tributaria para los comerciantes del centro poblado de Sipán, Zaña*. Chiclayo - Perú: Universidad Cesar Vallejo.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54888/Cumpa\\_%c3%91AS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54888/Cumpa_%c3%91AS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- De Jaime Eslava, J. (2012). *Pricig, Nuevas estrategias de precios*. Madrid: Esic Editorial.  
<https://www.google.com.pe/books/edition/Pricing/ROI-T5x9M0MC?hl=es&gbpv=1&dq=que+es+el+precio+segun+autores&printsec=frontcover>
- De la parra Paz, E., & Madero Vega, M. (2003). *Estrategia de Ventas y Negocios*. Mexico: Panorama Editorial S.A.  
[https://www.google.com.pe/books/edition/Estrategias\\_de\\_ventas\\_y\\_negociaci%C3%B3n/HGpXazBqgh0C?hl=es&gbpv=1&dq=que+son+las+ventas+segun+autores&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/Estrategias_de_ventas_y_negociaci%C3%B3n/HGpXazBqgh0C?hl=es&gbpv=1&dq=que+son+las+ventas+segun+autores&printsec=frontcover)
- De Val Pardo, I. (1997). *Organizar. Accion y Efecto*. pozuelo de Alarcon( Madrid): Esic Editorial.  
[https://www.google.com.pe/books/edition/Organizar\\_acci%C3%B3n\\_y\\_efecto/NMqziSJTmIgc?hl=es&gbpv=1&dq=que+es+la+formalizacion&pg=PA258&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/Organizar_acci%C3%B3n_y_efecto/NMqziSJTmIgc?hl=es&gbpv=1&dq=que+es+la+formalizacion&pg=PA258&printsec=frontcover)
- Díaz Iglesias , S. (2022). *Políticas de Producto*. Madrid: Esic Editorial.  
[https://www.google.com.pe/books/edition/Pol%C3%ADtica\\_de\\_producto/bNRwEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=OFERTA+DE+PRODUCTOS&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/Pol%C3%ADtica_de_producto/bNRwEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=OFERTA+DE+PRODUCTOS&printsec=frontcover)
- Díez de Castro, E. C., & Rosa Díaz, I. M. (2008). *Gestión de Precios* (Quinta Edición ed.). Madrid: ESIC Editorial.  
[https://www.google.com.pe/books/edition/Gesti%C3%B3n\\_de\\_precios/17xMiFQldrkC?hl=es&gbpv=1&dq=que+es+el+precio+segun+autores&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/Gesti%C3%B3n_de_precios/17xMiFQldrkC?hl=es&gbpv=1&dq=que+es+el+precio+segun+autores&printsec=frontcover)

- Espinoza Carrera , G., & Camacho Villota , W. (2018). L planeacion agregada y su importancia en las ventas de las empresas de servicio. *Observatorio de la Economia Latinoamericana*, 1. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/05/ventas-empresas-servicios.zip>
- Farné, S. (2015). *Acuerdos de formalización laboral: ¿ruta hacia la formalización en Colombia?* (F.-E.-S. (FES), Ed.) Bogota - Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/11369.pdf>
- Fonseca Zárate, R. E. (2015). *Competitividad, La Clave del Exito Empresarial*. Colombia: Alfaomega.  
<https://www.google.com.pe/books/edition/Competitividad/8tFxEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=competencia+empresarial&printsec=frontcover>
- García Bobadilla, L. (2007). *Más ventas*. Madrid.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=p-4owDnjUawC&oi=fnd&pg=PA71&dq=las+ventas&ots=KAkSMLLXKv&sig=0vpsXFPCrWckTH\\_L1-6F5iRfEHE#v=onepage&q=las%20ventas&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=p-4owDnjUawC&oi=fnd&pg=PA71&dq=las+ventas&ots=KAkSMLLXKv&sig=0vpsXFPCrWckTH_L1-6F5iRfEHE#v=onepage&q=las%20ventas&f=false)
- Gestion. (2021). Qué es el RUC y para qué sirve. *Redaccion Gestion*. <https://gestion.pe/tu-dinero/finanzas-personales/que-es-el-ruc-y-para-que-sirve-sunat-peru-nnda-nntl-noticia/>
- Guerrero Moreto, I. H. (2021). *Caracterización de la competitividad y su rentabilidad en las Mypes del sector comercio del rubro ferreterías en el departamento de Tumbes, 2016*. Tumbes – Perú: Universidad Católica los Angeles Chimbote.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/28998/Competitividad\\_Rentabilidad\\_Guerrero%20Moreto%2c%20Italo%20Hernan.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/28998/Competitividad_Rentabilidad_Guerrero%20Moreto%2c%20Italo%20Hernan.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gutiérrez Cárdenas , G. (2012). Competencia Empresarial y su Aplicabilidad. *Memorias del II Congreso Binacional de Investigación, Ciencia y Tecnología de las Universidades*, 26.  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11038/1/La%20competencia%20empresarial%20y%20su%20aplicabilidad.pdf>
- Hernández Avella, S., Gómez Buitrago, J., Quezada Malaver, S., & Prada Segura, J. A. (2021). Impacto social y tecnológico del Régimen de Tributación Simple en la formalización empresarial. *BAAC*.  
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/contad/article/view/7550/11969>

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación Científica sexta edición*. México: Editorial Mc Graw Hill Education.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodologia de la Investigacion 6TA Edición*. Mexico: McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Lacuesta, A., Roldan, P., & Serrano-Puente, D. (2020). Efectos del Comercio Digital Sobre Los Precios y la Competencia Empresarial. *Banco de España*.  
<https://repositorio.bde.es/bitstream/123456789/14122/1/be2004-art38.pdf>
- Loya Espinoza, L. A. (2021). *Formalización y rentabilidad de las mypes del sector comercio, rubro venta de ropas Huanta 2020*. Lima – Perú: Universidad Peruana de Ciencias e Informática.  
<https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/695/Loya%20Espinoza%2c%20Luis%20Angel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Loya Espinoza, L. A. (2021). *Formalización y rentabilidad de las mypes del sector comercio, rubro venta de ropas Huanta 2020*. Lima- Perú: Universidad Peruana de Ciencias e Informática.  
<https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/695/Loya%20Espinoza%2c%20LUIS%20Angel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mero Vélez, J. (2018). Empresa, administración y proceso administrativo. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*. doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.59>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2022). *mincit.gov.co*. Formalización Empresarial: <https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/formalizacion-empresarial>
- Ministerio de Salud. (2010). *Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria*. [digesa.minsa.gob.pe:](http://www.digesa.minsa.gob.pe)  
<http://www.digesa.minsa.gob.pe/institucional1/institucional.asp>
- MONTESILLO PAREDES, E. P. (2022). *Factores que Limitan la Formalización Empresarial del Comercio Ambulatorio en el Centro Comercial “El Huequito”, Callería, 2021”*. Pucallpa – Perú: Universidad Nacional de Ucayali.  
[http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/5562/B7\\_2022\\_UNU\\_Contabilidad\\_T\\_2022\\_Edith\\_Montesillo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/5562/B7_2022_UNU_Contabilidad_T_2022_Edith_Montesillo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Moreno Menendez, F. M., Sandoval Trigos, J. C., Gomez Bernaola, K. O., Romero Cisneros, C. M., & Garcia Diaz, L. E. (2024). Gestión empresarial y formalización en las micro y pequeñas empresas en una municipalidad de la selva central. *Ciencia Latina Internacional*, 2(4), 511-520. doi:[https://doi.org/10.37811/cli\\_w1030](https://doi.org/10.37811/cli_w1030)
- Moreno, C., & Díaz Perdomo, S. (2019). *Exclusión Financiera, Fuentes No Formales de Financiamiento e Informalidad en los Comerciantes Mayoristas de Alimentos de Ojeda Zambrano, C., Gutiérrez Burbano, J., & Córdova Ballesteros, L. (2018). (27), 35-69. [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2477-90752018000100035](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2477-90752018000100035)*
- ONP. (2023). *Quiero afiliarme a un régimen administrado por la ONP.* onp.gob: [https://www.onp.gob.pe/servicios/quiero\\_afiliarme\\_snp](https://www.onp.gob.pe/servicios/quiero_afiliarme_snp)
- Orayen, R., & Moretti, A. (2004). *filosofia de la logica.* Madrid: Editorial Trotta. [https://www.google.com.pe/books/edition/Filosof%C3%ADa\\_de\\_la\\_l%C3%B3gica\\_a/yH72fYFulh0C?hl=es&gbpv=1&dq=que+es+la+formalizacion&pg=PA23&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/Filosof%C3%ADa_de_la_l%C3%B3gica_a/yH72fYFulh0C?hl=es&gbpv=1&dq=que+es+la+formalizacion&pg=PA23&printsec=frontcover)
- Organizacion Internacional del Trabajo. (2017). *La Formalizacion de las empresas.* Lima: EESE Business, Create Jobs. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/publication/wcms\\_549523.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf)
- Organizacion internacional del trabajo. (2023). ¿Por qué es importante la formalización del trabajo? *Organizacion internacional del trabajo.* [https://www.ilo.org/santiago/sala-de-prensa/WCMS\\_833572/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/santiago/sala-de-prensa/WCMS_833572/lang--es/index.htm)
- Ortega Alarcón, J., Rodríguez López, J., & Hernández Palma, H. (2017). Importancia de la seguridad de los trabajadores en el cumplimiento de procesos, procedimientos y funciones. *Academia & Derecho*, 156. <file:///C:/Users/compras01/Downloads/Dialnet-ImportanciaDeLaSeguridadDeLosTrabajadoresEnElCumpl-6713605.pdf>
- Pabón, H. (2010). *Fundamentos de costos.* Mexico. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Oth0EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=son+los+costos+asociados+con+la+creaci%C3%B3n+de+bienes+o+servicios+en+el+proceso+productivo+de+una+empresa.+Estos+costos+abarcan+todos+los+recursos+y+factores+necesarios+para+fabric>
- Peiró, R. (2023). *economipedia.com.* Calidad: <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>

- Perucontable. (2022). *¿Qué es una licencia de funcionamiento?* perucontable.com: <https://www.perucontable.com/empresa/que-es-una-licencia-de-funcionamiento/>
- Plataforma digital única del Estado Peruano. (2018). *La compensación por tiempo de servicios (CTS)*. gob.pe: <https://www.gob.pe/institucion/mtpe/informes-publicaciones/221055-la-compensacion-por-tiempo-de-servicios-cts>
- Plataforma digital única del Estado Peruano. (2020). *Seguro Potestativo de EsSalud*. gob.pe: <https://www.gob.pe/225-seguro-potestativo-de-essalud-salud-afiliacion-individual>
- Plataforma digital única del Estado Peruano. (2023). *Trámites y servicios*. gob.pe: <https://www.gob.pe/institucion/indeci/tramites-y-servicios>
- Publicaciones Vértice S.L. (2008). *Marketing Promocional*. España: Editorial Vértice. [https://www.google.com.pe/books/edition/Marketing\\_promocional/JZ4xs3oTI6UC?hl=es&gbpv=1&dq=promocion+de+productos&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/Marketing_promocional/JZ4xs3oTI6UC?hl=es&gbpv=1&dq=promocion+de+productos&printsec=frontcover)
- Real Academia Española. (2023). *Cantidad*. rae.es: <https://dle.rae.es/cantidad>
- Revista digital de la cámara del comercio de Lima. (nov de 2023). *Las mypes son el motor de la economía con un aporte del 25 % del PBI*. <https://lacamara.pe/las-mypes-son-el-motor-de-la-economia-con-un-aporte-del-25-del-pbi/#:~:text=Normas%20Legales-,Las%20mypes%20son%20el%20motor%20de%20la%20econom%C3%ADa%20con%20un,para%20acceder%20a%20la%20formalidad.>
- Rivera Hernández, J. L., & Silvera Ochoa, I. T. (2012). *Formalización Tributaria de los Comerciantes Informales en la Zona Central del Canton Milagro*. Ecuador: Universidad Estatal del Milagro. <https://core.ac.uk/download/pdf/143424269.pdf>
- Rojas Espinoza, E. P., & Sosa Zevallos, C. M. (2020). *La formalización de las micro y*. [http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1953/1/T026\\_04071850\\_T.pdf](http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1953/1/T026_04071850_T.pdf)
- Romero Luna, I. (2006). Las PYME en la economía global: Hacia una estrategia de fomento empresarial. *Problemas del desarrollo*, 37(146), 31-50.
- Saieh, C. (2010). *Derecho para el emprendimiento*. Chile: Ediciones UC. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=9sy1BwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=menciona+que+el+inicio+de+las+actividades,+se+refiere+al+momento+en+el+que+una+persona+natural+o+jur%C3%ADdica+comienza+a+desarrollar+y+o+perar+un+negocio,+emprendimiento+o+actividad>

- Sánchez Barraza, B. (2006). Las Mypes en Perú. su Importancia y Propuesta Tributaria. *Quipukamayoc*, 127. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5433>
- Sernaque Silupu, K. E. (2018). *Caracterización de la Formalización y Estrategias De Marketing En las MYPE Rubro Restaurant De Catacaos (Piura), Año 2017*. Piura-Perú: Universidad Católica Los Angeles Chimbote. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/19471/Formalizaci on\\_Estrategias\\_De\\_Marketing\\_Sernaque\\_Silupu\\_Karol\\_ESTEFANI% c3%87.pdf?s equence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/19471/Formalizaci%20on_Estrategias_De_Marketing_Sernaque_Silupu_Karol_ESTEFANI%20c3%87.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Silupú Garcés, B. L. (2021). *Transición hacia la formalidad de las micro y pequeñas empresas: una aproximación del entorno institucional y sus niveles*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/69813/1/T42999.pdf>
- Taya, S. (2021). *escuelacontable.com*. Regímenes Tributarios: <https://escuelacontable.com/contabilidad-tributaria/regimenes-tributarios/>

Los anexos, panel fotográfico y otros documentos están resguardados en la oficina de repositorio digital institucional en la Biblioteca Central de la Universidad Tecnológica de los Andes