



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Factores que determinan la informalidad en los comerciantes del mercado

Challhua, Huaraz, año 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

Cesar Augusto Hermoza Rodríguez

ASESOR METODÓLOGO

Dra. Olenka Ana Catherine Espinoza Rodríguez

ASESOR ESPECIALISTA

Mg. Jury Anita Calua Arroyo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PLANIFICACIÓN

TRUJILLO – PERÚ

2017

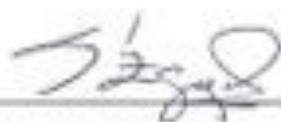
Página del jurado



Dra. Espinoza Rodríguez Olerka Ana
Presidente del Jurado



Mg. Jury Anita Calus Arroyo
Secretaria de mesa del Jurado



Vocal de mesa del Jurado
Mg. Segundo López Urquiza

Dedicatoria

A dios por darme la vida, ser mi guía espiritual y acompañarme en el transcurso de mi vida esencialmente en mi formación profesional.

A mis padres Bertha y Arturo que depositaron su confianza en mí y me brindaron su apoyo incondicional e hicieron posible que culmine mis estudios satisfactoriamente.

A mi abuelo Pancho que gracias a sus consejos día a día pude mantenerme firme en el caminar de la vida, por apostar por mí sin temor alguno cuando cometía algún error humano y me orientaba al camino correcto.

A mis tíos Edith y Enrique, quienes fueron mi soporte emocional, quienes me enseñaron a nunca rendirme por más difícil que sea la situación.

A mi hermano Luis y su Familia quien fue mi compañero de infancia, por ser tan gentil conmigo y nunca negarse a brindarme el apoyo que requería a lo largo de mi vida y carrera profesional.

A Mi hermana Alexandrita por alegrar mis días con cada una de sus ocurrencias, por ser tan atenta conmigo en cualquier situación que pasamos juntos y ser mi mayor motivación para salir siempre adelante.

El Autor

Agradecimiento

Le agradezco a Dios por ayudarme a seguir este camino de superación personal y profesional.

A mi mamá Bertha por su incondicional apoyo moral, emocional, económico y de todas las cosas buenas que me ha inculcado hasta ahora, sé que sus regaños valieron la pena.

A mi papá Arturo por ser quien guiaba mis pasos día a día, por ser el ejemplo a seguir con aquella motivación de superación y ser mi amigo aparte de cumplir el rol de padre.

A mis hermanos Luis y Alexandra por ser un gran soporte emocional en el transcurso de mi formación personal y profesional.

A mi familia que nunca dudaron que pudiera cumplir el objetivo de terminar mi carrera, gracias por apostar por mí.

A mis amigos que siempre estaban motivándome para no rendirme y lograr culminar mi carrera, gracias por sus motivaciones interminables.

Es oportuno agradecer a los docentes que compartieron sus conocimientos durante estos 5 años de formación, en especial a la Dra. Olenka Espinoza Rodriguez y a la Mg. Jury Calua Arroyo quienes fueron partícipes de la realización de mi tesis por sus aportes y conocimientos que permitieron la realización de esta investigación.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Hermoza Rodriguez Cesar Augusto, con DNI 70838435, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Titulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Asi mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presentan en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada por la cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, diciembre del 2017.



Cesar Augusto Hermoza Rodriguez

DNI N 70838435

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada "Factores que determinan la informalidad en los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017", la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

Atentamente

El Autor

Índice

Página del jurado.....	Error! Bookmark not defined.
Agradecimiento	iv
Presentación	vi
Resumen.....	ix
Abstract	x
I. Introducción.....	12
1.1. Realidad Problemática	12
1.2. Trabajos previos	15
1.3. Teorías Relacionadas al Tema.....	17
1.3.1. Factor.	17
1.3.2. Informalidad.....	18
1.3.3. Como medir la informalidad.....	19
1.3.4. Factores que determinan la informalidad.	19
1.3.5. Cultura Tributaria.....	20
1.3.6. Formalización.....	21
1.3.7. Evasión Tributaria.....	21
1.3.8. Desempleo.	22
1.3.9. Mercado.....	22
1.3.10. Comerciantes.....	22
1.3.11. Comercio.	23
1.3.12. Clasificación del comercio.	23
1.3.13. Comercio informal.....	24
1.3.14. Clases Sociales.....	25
1.4. Formulación de problema.....	26
1.4.1. Problema principal.	26
1.5. Justificación del estudio.....	26
1.5.1. Conveniencia.	26
1.5.2. Relevancia social.....	26
1.5.3. Implicaciones Prácticas.....	26
1.5.4. Utilidad Metodológica.	27
1.6. Hipótesis.....	27
1.7. Objetivos de Investigación	27
1.7.1. Objetivo general.	27

1.7.2. Objetivos Específicos.....	27
II. Metodología	29
2.1. Diseño de Investigación.....	29
2.2. Variable, operacionalización	30
2.2.1. Variable.....	30
2.2.2. Operacionalización.....	31
2.3. Población y muestra.....	32
2.3.1. Población.....	32
2.3.2. Muestra.....	32
2.3.3. Unidad de análisis.....	32
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	32
2.4.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	32
2.4.2. Validez y confiabilidad del instrumento.....	33
2.5. Métodos de análisis de datos	33
2.5.1. Estadística descriptiva.....	33
2.6. Aspectos éticos	33
III. Resultados	35
Contrastación de Hipótesis	49
IV. Discusión	51
V. Conclusiones.....	56
VI. Recomendaciones.....	58
VII. Propuesta	60
VIII. Referencias Bibliográficas	65
Anexo	

Resumen

La presente investigación denominada tuvo como objetivo principal Analizar los factores que determinan la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua, Huaraz, año 2017, con un tipo de investigación descriptiva, ya que la variable en estudio fue descrita tal cual sucedió en la realidad, el diseño de la investigación es no experimental ya que la variable no fue manipulada, ni cambiada, a información ha sido recopilada mediante una encuesta que fue aplicada a 150 comerciantes del mercado Challhua, consiguiendo información acerca de factores culturales, sociales y económicos que determinan la existencia de informalidad en dicho mercado. Llegando a la conclusión que los factores determinantes de la informalidad en los comerciantes vienen a ser la deficiente cultura tributaria, pertenencia al estrato social bajo y la escasez de puestos laborales. Y si no se toman las acciones pertinentes este fenómeno seguirá en aumento ya que para los comerciantes la informalidad ya forma parte de su rutina considerado como una actitud normal.

Palabras Claves: Factores, Informalidad, Comerciantes, Mercado

Abstract

The present research called "Factors that determine the informality of market traders Challhua, Huaraz, year 2017" had as main objective To analyze the factors that determine the informality of market traders Challhua, Huaraz, year 2017, with a type of research descriptive, since the variable under study was described as it happened in reality, the design of the research is non-experimental since the variable was not manipulated or changed, information has been collected through a survey that was applied to 150 traders of the Challhua market, obtaining information about cultural, social and economic factors that determine the existence of informality in this market. Arriving at the conclusion that the determining factors of the informality in the merchants come to be the deficient tax culture, belonging to the low social stratum and the scarcity of jobs. And if the pertinent actions are not taken, this phenomenon will continue to increase since for the merchants informality is already part of their routine considered as a normal attitude.

Key Words: Factors, Informality, Merchants, Market

I.INTRODUCCIÓN

I. Introducción

1.1. Realidad Problemática

En la actualidad es un tema muy controversial hablar de informalidad, debido a que se ha venido generando a nivel mundial ciertos paradigmas acerca de que son pocos los países que han logrado bajos índices de formalidad respecto al pago de impuestos en su territorio, es entonces que se gestó el pensamiento que sólo los países desarrollados son capaces de lograr una cultura tributaria que les permita manejar aquellos índices tan bajos a diferencia de la mayoría de países Latinoamericanos quienes muestran índices muy elevados de informalidad, . Pero hasta ahora no se han determinado cuales son las causas que impiden lograr este objetivo trazado de erradicar la informalidad que se viene incrementando hace muchos años atrás y que hasta ahora se torna complicado dar solución.

Hay una gran cantidad de comerciantes informales en cada país que, a pesar de tener conocimiento de sus obligaciones, no están pagando los impuestos que les compete, no emiten comprobantes, debido a la falta de preparación y/o adiestramiento de los comerciantes, incrementando el índice de informalidad. Se sabe que en la mayoría de casos estos comerciantes realizan estas actividades económicas es porque se ven en la necesidad de generar ingresos a sus familias por que se encuentran desocupados en muchos casos o poseen bajos niveles de ingresos y es así que intentan subsistir en su afán por mejorar su estatus social, es por esa razón que se manifiestan salarios por debajo del monto mínimo y en muchos casos personas desempleadas que optan por conseguir una forma de tener ingresos como se mencionó, teniendo como la mejor alternativa que insertarse en el comercio informal desde muy temprana edad.

El Perú no es ajeno a esta problemática que se torna cada vez más compleja de dar solución o intentar disminuir un porcentaje considerable, debido a que la gran parte de sus ingresos nacionales provienen de las actividades económicas que no cumplen las normas tributarias y que se desarrollan en el día a día, dando paso a la ausencia de una cultura

tributaria que impida la correcta recaudación de impuestos por la entidad competente. A pesar de que el gobierno por medio de sus instituciones encargadas de la recaudación tributaria ha hecho esfuerzos por contrarrestar dicha informalidad, los comerciantes continúan demostrando desinterés por formalizarse y gozar de los beneficios que trae consigo este proceso.

El actual gobierno que trabaja de la mano con distintas instituciones encargadas de promover la formalización voluntaria de estos comerciantes considerados informales, hasta ahora no ha podido contrarrestar este problema que viene intensificando. Se asume que hasta ahora no se ha logrado la formalidad o persuasión para la formalización por motivos que existe un gran temor en los comerciantes de que con el pago elevado de impuestos podrían afectar sus ingresos fijos, hecho que ocasionaría que la calidad de vida en sus hogares se vea afectada, inclusive por temor a los tramites excesivos, el constante control por parte de la Sunat es así como en la mayoría de casos se interpreta o relaciona al término formalización.

Es por eso que se pretende identificar las razones del por qué la insistencia de los comerciantes para seguir generando ingresos bajo la modalidad informal, sin tener en cuenta que el estado está demostrando interés en dar pronta solución y los beneficios necesarios, con las flexibilidades que demanda esta situación. Pero no se ha logrado establecer ningún convenio viable para poner en marcha la disminución progresiva de los comerciantes informales.

Si ponemos énfasis en lo que respecta a la región Ancash de igual modo se logrará determinar que hay presencia de comerciantes informales, quienes en la mayoría de casos provienen de la zona rural, también de la zona urbana y de la misma ciudad quienes no cuentan con información adecuada acerca del proceso de Formalización, y al no contar con esta información tan requerida, tienen conocimiento nulo de lo que vendrían a ser los beneficios que se les otorgaría al acogerse a un régimen tributario según la naturaleza de su actividad. Un ejemplo para identificar este

problema social es la existencia de comercio informal en las calles de la región Ancash esto debido a que se han registrado situaciones en las que los comerciantes informales hacen uso de la vía pública para ofrecer sus productos afectando el desarrollo normal de estas actividades que realizan algunos comerciantes que han intentado formalizarse u otro porcentaje mínimo que ha cumplido la formalización debidamente. Se puede identificar un comerciante informal a través de la no emisión de comprobantes de pago al realizar cualquier acto de intercambio de productos, esto hace referencia a que los comerciantes no están cumpliendo con lo estipulado por las instituciones encargadas de regular y fiscalizar el cumplimiento de estos requisitos que se tiene que cumplir para pertenecer al bajo porcentaje de comerciantes formales.

Actualmente en el mercado Challhua de Huaraz, el cual es considerado el principal centro de bastos en donde se expenden los productos de primera necesidad como: tubérculos, abarrotes, carnes, granos, etc., existe presencia de comerciantes que están realizando sus actividades económicas bajo la modalidad de informales. Quienes están incurriendo en la evasión de impuestos y a la vez son ellos mismos quienes pueden percibir los obstáculos que se les presenta al intentar acceder a los beneficios que sí poseen otras unidades económicas adecuadamente formalizadas. Siendo conscientes que existen programas con los que cuenta el gobierno peruano con los cuales está buscando contrarrestar, brindarles el apoyo y las facilidades necesarias para posibilitar una adecuada recaudación de los tributos, porque dando las soluciones viables para este problema social se lograría el progreso del mercado Challhua, la mejora de sus servicios y al mismo tiempo se estaría evitando que las futuras generaciones se adapten al sistema de informalidad que se ha venido estableciendo con el paso del tiempo en este mercado de la ciudad de Huaraz, sin embargo, no demuestran ningún interés por agilizar su formalización. Se considera que las causas de todos estos impedimentos para lograr la formalización vienen a ser factores sociales, económicos y culturales que influyen en los comerciantes.

Después de haber dilucidado la realidad problemática se han formulado las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuáles son los factores económicos que determinan la informalidad en los comerciantes del mercado Challhua, Huaraz, año 2017?

¿Cuáles son los factores culturales que determinan la informalidad en los comerciantes del mercado Challhua, Huaraz, año 2017?

¿Cuál es el factor con mayor incidencia en la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua, Huaraz, año 2017?

¿Cuál es la propuesta de solución para promover la formalización en los comerciantes del mercado Callhua, Huaraz, año 2017?

1.2. Trabajos previos

Villanueva (2013) en su tesis:

Factores tributarios causantes de la informalidad del sector de comercialización de lubricantes automotriz en Lima Metropolitana, la cual fue realizada para determinar las causas tributarias por las que se origina la informalidad en el sector lubricantes automotriz de Lima Metropolitana, es decir por qué motivos se están evadiendo impuestos en este sector. El diseño que se utilizó en el estudio es no experimental de tipo explicativo causal, la recopilación de datos fue a través de la encuesta y la entrevista que se aplicaron a cincuenta centros que brindan este servicio. Concluyendo que, Existen montos relativamente elevados en el incumplimiento de pago de impuestos que demuestran que no se posee una cultura tributaria, a causa de no tener conocimiento que si se acogen a un régimen accederán a beneficios, puesto que afirman que su ubicación en un estrato social bajo es la causante principal de la escasez de puestos laborales por esta razón optan por la informalidad. Pero esto no es suficiente, ya que al ser formal e incumplir con el pago de los impuestos se origina la presión continua de la SUNAT para regularizar estos pagos, es por eso que para evitar esta persecución tributaria los empresarios

deciden ser informales.

Mendiburu (2016) en su tesis:

Factores que propician la informalidad de las pymes y su Incidencia en el desarrollo de estas en la provincia de Trujillo, distrito de Víctor Larco, que fue realizada con el propósito de identificar los factores que dan origen a la informalidad de las mypes del distrito en estudio y cuáles son los efectos que tienen estos en el desarrollo normal de las empresas. El diseño que se empleo fue no experimental descriptiva transversal, la recopilación de datos fue mediante una encuesta, la entrevista y la observación que se aplicó a 395 mypes de la Provincia de Trujillo, distrito Víctor Larco. Concluyendo que, existen diversos factores que inciden en la decisión de una empresa para pertenecer al grupo de informales, pero las que más significancia posee según la encuesta aplicada es la falta de empleos , escasa preparación tributaria, posición en el estrato social bajo y la excesiva regulación en el sector laboral (salarios mínimos, seguros sociales, etc.).

Marino (2016) en su tesis:

Análisis de los factores causantes de la informalidad y evasión tributaria de las mype comercializadoras de ropa en Piura, que fue realizada para hacer un análisis de los factores que causan la informalidad y evasión tributaria de las mype que comercializan ropa en Piura. El diseño que se empleo fue no experimental – descriptivo, la recopilación de información fue mediante la encuesta y la entrevista que se aplicó a un grupo de comercializadores de ropa llegando a la conclusión que las causas que originan la informalidad y el incumplimiento de pago de impuestos son: pertenecer a un nivel socioeconómico bajo donde existe poca información de las normas tributarias, desconocimiento de los beneficios de la formalidad, alto costo del proceso de registro y también lo que le costará a la empresa continuar en la formalidad, falta de conciencia tributaria de

la población y la excesiva carga tributaria y finalmente la complejidad de obligaciones por cumplir.

Castro y Quiroz (2013) en su tesis:

Las causas que motivan la evasión tributaria en la empresa constructora Los Cipreses S.A.C. en la ciudad de Trujillo en el periodo 2012, que fue desarrollada para identificar los impuestos que la empresa estaba evadiendo y posteriormente analizar cuáles son las causas que motivan a la evasión tributaria. El diseño utilizado fue no experimental descriptivo, para la recopilación de información se empleó el análisis documental, investigación bibliográfica y la encuesta, llegando a la conclusión que: existe una deficiente cultura tributaria lo que motiva a evadir impuestos, ya que el pago de estos es visto como un factor que atenta contra la liquidez empresarial, el cual no le permitiría continuar en el mercado porque reduce sus utilidades.

1.3. Teorías Relacionadas al Tema

1.3.1. Factor.

Según se define en el Oxford living dictionaries (2017) es el: “Elemento, circunstancia, influencia, que contribuye a producir un resultado”.

Entonces la investigación se enfocará a realizar las interrogantes pertinentes identificar cuáles son aquellos elementos, circunstancias que determinan la existencia de los altos niveles de informalidad en el mercado Challhua en la ciudad de Huaraz, las que causan que el desarrollo de la ciudad se torne compleja.

1.3.2. Informalidad.

Cárdenas (2010) citado por Lynch López (2016, p.48), menciona que:

La informalidad es el no apego a la ley, basada en diversos factores influyentes que determinan que un sujeto realice actividades económicas clandestinamente, extra legalmente y, por lo tanto, su actividad será considerada como informal, trayendo consecuencias que influirán en sus resultados. Es decir, al grupo de actividades ilegales que no cumplen con las regulaciones económicas, aquellas referidas a los aspectos fiscales, de condiciones de empleo, salubridad, etc.

Si bien es cierto el desempeñarse en la informalidad no cumple con las regulaciones establecidas, esto no quiere decir que sea una actividad ilegal que tiene que ser sancionada de manera drástica como lo hace la SUNAT con la mayoría de personas que se dedican a realizar actividades económicas al margen de la ley.

Existen diversas definiciones sobre informalidad, sin embargo, según (UTREIN, 2016), Informalidad hace referencia a todas las actividades económicas desarrolladas por los trabajadores y las unidades económicas que en la legislación o en la práctica están insuficientemente cubiertos por sistemas formales o no lo están en absoluto.

Con respecto a la definición anterior cabe resaltar que la informalidad no solo se presenta con la evasión de tributos, sino que también puede manifestarse cuando existen colaboradores de las empresas que no son beneficiados por los sistemas de formalidad que están regulados en las leyes del país.

1.3.3. Como medir la informalidad.

Mendoza y Moncada (2015) afirman que a pesar de que la definición de informalidad sea simple y precisa, calcular su tamaño no es tan fácil como parece. Ya que se refiere al fenómeno causado por la actividad económica que no cumple con los marcos legales y normativos del estado, se le describe como variable oculta, la cual no se puede percibir tan fácilmente, variable que no posee medida exacta y completa, pero a la que es posible aproximarse por medio de indicadores que manifiestan sus diversos aspectos.

A consecuencia de la tan dificultosa medición de la informalidad es que se ha incrementado a niveles tan altos que con el pasar de los años se está convirtiendo en una utopía lograr erradicarla o disminuir porcentajes considerables.

1.3.4. Factores que determinan la informalidad.

Existen diversos factores que influyen en la informalidad es por eso que Cueva (s.f.) afirma que los factores culturales, sociales y económicos que determinan la informalidad obedecen a múltiples elementos, circunstancias o influencias como: el exceso de regulaciones y tramites, migración rural urbana, desigualdad de ingresos y de oportunidades y las políticas económicas asumidas e implementadas en los últimos años, que en algunos casos se interrelacionan incentivando a los emprendedores a evadir la formalidad pese a que su actividad comercial es considerada legal. A la vez que propone aquellos elementos como indicadores con los cuales se puede aproximar a la determinación de informalidad, puesto que dicha variable no posee medida exacta y en lo que respecta a la definición de cada uno de estos los define de la siguiente manera:

1.3.4.1. Factores Culturales:

Vienen a ser aquellos factores propios de una actividad realizada donde intervienen la formación académica, actitudes de las personas, aquellas costumbres que lo conllevan a realizar cierta actitud o actividad.

1.3.4.2. Factores Sociales:

Considerando que los factores sociales vienen a ser la forma en cómo se percibe a una persona u organización de acuerdo a un registro donde se maneja el nivel de ingresos que posee en un determinado periodo y la zona de procedencia.

1.3.4.3. Factores Económicos:

Aquellos que hacen referencia a las nuevas regulaciones que el estado promueve a modo de metodología de mejoramiento de la calidad de vida respecto a los niveles y/o capacidad de generar ingresos en la actualidad por la población que se dedica a realizar cualquier tipo de actividad económica.

Aquellos factores influyentes han sido asimilados por la población de manera natural ya que no perciben ninguna razón de que están infringiendo normas y leyes. Es por eso que la informalidad está comprendida por encima del 50% de emprendedores a nivel nacional.

1.3.5. Cultura Tributaria

Según Armas (2010), citado por Amasifuen, (2015, p.75), menciona que la cultura tributaria se manifiesta con el acatamiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte del contribuyente y no implementando estrategias de recaudación de tributos imponiendo presión, por el gran temor que les tienen los contribuyentes a las sanciones. Ya que existe poca información de las estrategias y planes que plantea la administración tributaria con la finalidad de formar una adecuada cultura de recaudación.

Es evidente que en nuestro país la cultura tributaria existente es deficiente e insuficiente de, es posible afirmar esto puesto que estamos considerados como uno de los países más informales a nivel internacional y que por ende se nos considera un país en vías de desarrollo.

1.3.6. Formalización

Formalizar una empresa consiste en registrar tu negocio ante el estado, formalizar es cómo obtener una partida de nacimiento ante el país. Una empresa registrada demuestra transparencia a la hora de realizar sus actividades de negocio, lo que genera la confianza de los clientes y sus trabajadores (Conoce tu Empresa, 2012).

Hoy en día la formalización se ha convertido en un proceso al cual los empresarios le temen ya que asumen que el estado les obliga a pagar impuestos sin obtener beneficio alguno y que con los pagos que estos realizan su nivel de ingresos se reduciría impidiendo el desarrollo económico. Pero no tienen la información adecuada para entender que al formalizarse obtienen beneficios para impulsar el crecimiento de su negocio o empresa y que contribuyen al desarrollo del país, ya que estos ingresos se recaudan para la ejecución de proyectos que benefician a la población de un determinado territorio en este caso el territorio peruano.

1.3.7. Evasión Tributaria

Según lo define el portal web Tributemos (2001) menciona que Es toda eliminación o disminución de un monto tributario producido dentro del ámbito de un país por parte de quienes están jurídicamente obligados a abonarlo y que logran tal resultado mediante conductas violatorias de disposiciones legales.

Si bien es cierto este acto de no pagar los tributos que son producidos en una actividad económica informal trasgrede lo estipulado, pero lo que en la actualidad es sumamente necesario es identificar las causantes de esta situación que desfavorece al desarrollo del país y de esa manera la creación de estrategias convenientes para lograr contrarrestarlas.

1.3.8. Desempleo.

Glejberman (2012) afirma que: en el marco de fuerza de trabajo, desempleo se define como la situación de carencia de trabajo, teniendo como consecuencias personas desocupadas que no pueden generar ningún tipo de ingreso.

En este sector se ubican todas aquellas personas que por algún motivo se les hace complicado ocupar un puesto de trabajo en las organizaciones y/o empresas del país, es por eso que al no contar con una fuente de generación de ingresos se ven la obligación de realizar actividades que no cumplan normas y reglamentos de la formalidad.

1.3.9. Mercado.

Para Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz (2004) un mercado es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio" (p.10).

Es en este contexto donde día a día se viene incrementando la cantidad de comerciantes que se desempeñan en la modalidad de informales o de aquellos que no han logrado formalizarse completamente.

1.3.10. Comerciantes.

Según el artículo 1° del Código del Comercio de la sección primera plasmada en el libro primero, comerciantes son "los que, teniendo la capacidad de ejercer el comercio, se dedican a él habitualmente".

Si bien es cierto que comerciantes es aquel que realiza alguna actividad comercial con la finalidad de obtener algún beneficio monetario, pero de la misma manera es su obligación realizar el pago de impuestos tal como lo exige la ley peruana.

1.3.11. Comercio.

Gonzales y Zavala (2016) mencionan que:

La palabra comercio proviene del latín commercium, cum (con) y merx (mercancías), que consiste en la compra y venta de mercancías, con el fin de satisfacer las necesidades de la población. El comercio abarca la actividad de aproximación o intermediación con propósito de lucro, actividad que realizan en forma habitual o profesional las personas o instituciones comerciantes (p.6).

Entonces se puede afirmar que el comercio es todo proceso de intercambio de bienes o la prestación de servicios con la finalidad de satisfacer las necesidades de otras personas.

1.3.12. Clasificación del comercio.

Para hacer énfasis en la clasificación del comercio se consideró la clasificación según Gonzales y Zavala (2016): Comercio por mayor: La venta al por mayor, es un componente de la cadena de distribución, en que la empresa o el empresario, no se ponen en contacto directo con los consumidores o usuarios finales de sus productos, sino que entrega esta tarea a un especialista. El mayorista es un intermediario entre el fabricante o productor y el usuario intermediario o minorista. Por otro lado, el Comercio por menor. Un negocio de venta al por menor es una tienda que vende mercancía a disposición del público. Por lo general, las empresas minoristas tienen un lugar físico, pero las tiendas de internet han cambiado esta realidad, por lo que ya no es necesario que un negocio al por menor tenga un lugar físico ya que puede realizar ventar al por menor virtualmente con total normalidad.

1.3.13. Comercio informal.

Cruz (2012, citado por Gadino, v2014) menciona que: “El comercio informal es aquel que no cumple las normas y leyes relacionadas a las transacciones como la compra de bienes y/o la prestación de servicios en una sociedad”.

En la actualidad para los comerciantes se ha convertido en una situación considerada como normal formar parte del sector informal debido a que se estima que son más del 50% de emprendedores que laboran al margen de las normas y por ende la institución encargada de fiscalizarlos no puede sancionarlos a todos.

1.3.13.1. Ventajas del comercio informal.

Gadino (2014) menciona las ventajas del comercio informal a través de dos perspectivas: desde el punto de vista del consumidor: señala que existen: precios más accesibles, productos de calidad aceptable, lugares accesibles para poder comprar y beneficios para la población con bajos recursos económicos y desde el punto de vista del vendedor: señala que existen: poder de negociación con los compradores, oportunidades de trabajos para cualquier tipo persona y brinda recursos a los más pobres para sobrevivir.

Solamente se podrá gozar de aquellas ventajas si se cumple con el proceso de formalidad completamente ya que hoy en día existen aquellos comerciantes que intentaron ser formales, pero solo lograron sacar su RUC, hecho que no es significado de formalidad sino se trata de un paso en el arduo y complejo camino para la formalidad.

1.3.13.2. Desventajas del comercio informal.

Así mismo Menciona las ventajas del comercio informal a través de tres perspectivas: desde el punto de vista del consumidor: señala que existen: productos sin garantía, impedimento de realizar compras si no cuentas con efectivo y caos en las calles; desde el punto de vista del vendedor: señala que existen: riesgo vial, sueldos por debajo del monto mínimo, condiciones de trabajo inadecuadas, baja productividad y empleo inestable y desde el punto de vista del estado: señala que existen: Evasión de impuestos, ni ganancia alguna al gobierno, fomenta inseguridad ciudadana, provoca desorganización en las calles, inseguridad vial y trasgresión de leyes.

Pueden existir muy buenos productos que, si cumplen las expectativas de los compradores, pero con el simple hecho de que el comercializador no emita comprobante de pago o no cuente con distintos medios de pago está perdiendo credibilidad de sus clientes y así mismo perdiendo la posibilidad de una compra, por otro lado, no brinda las condiciones adecuadas a sus colaboradores incumpliendo así lo que demanda la ley laboral.

1.3.14. Clases Sociales.

Según Bourdieu (1990) clases sociales son: “El conjunto de agentes que, ocupando posiciones similares, puestos en condiciones similares y sometidos a condicionamientos similares, tienen todas las oportunidades de tener disposiciones e intereses similares, por consecuencia, de producir prácticas y tomas de posición similares” (p.302).

En la actualidad se ha logrado estratificar de manera clara y precisa las clases sociales existentes, aunque el término es un poco anticuado, siendo lo mismo hablar de nivel socioeconómico entonces se puede decir que se han marcado las diferencias socioeconómicas de tal manera que a través de los ingresos se puede determinar a qué nivel pertenece una persona.

1.4. Formulación de problema

1.4.1. Problema principal.

¿Cuáles son los factores que determinan la informalidad en los comerciantes del mercado Challhua, Huaraz, año 2017?

1.5. Justificación del estudio

De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014), los criterios para justificar una investigación son:

1.5.1. Conveniencia.

Servirá principalmente porque se podrá identificar los factores que determinan la informalidad y posteriormente diseñar estrategias de solución, y así se podrá iniciar la ardua labor de disminuir el alto porcentaje de comerciantes informales que existe en el mercado Challhua

1.5.2. Relevancia social.

Los beneficiarios en el proyecto de investigación vendrían a ser los comerciantes, quienes van a poder darse cuenta la cantidad de beneficios a los cuales pueden acceder siendo formales tributariamente, el estado también es beneficiario ya que al fomentar la formalización permitirá ejercer mayor control sobre la recaudación obtenida a nivel nacional hasta lograr el desarrollo del país.

1.5.3. Implicaciones Prácticas.

La investigación ayuda a que los ciudadanos emprendedores de cualquier edad se den cuenta de los beneficios que se tiene al ser formales tributariamente, lo cual genera una cultura tributaria en los ciudadanos. Es decir que el pago de impuesto se asuma como un hábito.

1.5.4. Utilidad Metodológica.

La investigación emplea el cuestionario como instrumento para la recopilación de información, así como para analizarla de acuerdo al tipo de muestra, el cual puede ser utilizado como referencia o guía en otras investigaciones con similares variables y muestra.

1.6. Hipótesis

Los factores determinantes de la informalidad en los comerciantes del mercado Challhua, Huaraz, año 2107 son: la deficiente cultura tributaria, la pertenencia al estrato social bajo y los elevados índices de desempleo.

1.7. Objetivos de Investigación

1.7.1. Objetivo general.

Analizar los factores que determinan la informalidad en los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017.

1.7.2. Objetivos Específicos.

O₁: Identificar los factores culturales que determinan la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017.

O₂: Identificar los factores sociales que determinan la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017.

O₃: Identificar los factores económicos que determinan la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017

O₄: Diseñar un plan de acciones que promuevan la formalización de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017.

II. METODOLOGÍA

II. Metodología

Es una investigación de tipo descriptiva puesto que se recopilaron los datos tal como ocurrió en la realidad, por medio del proceso de descripción.

2.1. Diseño de Investigación

No Experimental:

Hernández, Fernández y Baptista (2014) menciona que “son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p.152).

Transversal:

Hernández, et al (2014) afirma que “su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.154).

Descriptiva:

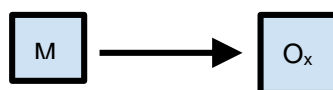
Hernández et al (2014) menciona que tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos de situaciones, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción. (p.155).

Esquema de Investigación:

Se trata de una investigación de tipo descriptiva transeccional, la cual gráficamente se representa de la siguiente manera.

Figura 1:

Diseño de investigación



Dónde: M: muestra de estudio
O_x: Estudio sobre la muestra.

2.2. Variable, operacionalización

2.2.1. Variable.

Variable Cualitativa: Factores que determinan la Informalidad.

2.2.2. Operacionalización.

Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Factores que determinan la Informalidad.	Cueva (s.f.) afirma que: Los factores que determinan la informalidad obedecen a múltiples elementos, circunstancias o influencias como: el exceso de regulaciones y tramites, migración rural urbana, desigualdad de ingresos y de oportunidades y las políticas económicas asumidas e implementadas en el país, que en algunos casos se interrelacionan incentivando a los emprendedores a evadir la formalidad pese a que su actividad comercial es considerada legal.	Son aquellos elementos que influyen en los comerciantes y/o emprendedores motivando la opción de desempeñarse bajo la modalidad de informales, quienes están dispuestos a evadir los requisitos que demanda el proceso de ser formal. Que se midieron por medio de nivel socioeconómico, procedencia, razón para ser informal, ingresos mensuales, grado de instrucción, cultura tributaria y las dificultades para formalizarse, aplicando una encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario.	Factor Cultural	Grado de Instrucción	Nominal
				Cultura Tributaria	
			Factor Social	Dificultad para formalizarse	
				Estrato Social	
				Procedencia	
			Factor Económico	Razón para ser informal	
				Nivel de ingresos Mensuales	

Nota: Indicadores basado en Cueva (s.f.).

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población.

Conformada por 150 comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

2.3.2. Muestra.

La muestra que se consideró fue una muestra poblacional para así poder obtener los resultados con mayor exactitud en cuanto a los factores que determinan informalidad en los comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

2.3.3. Unidad de análisis.

Comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Se utilizaron en la investigación la encuesta, a través de su instrumento el cuestionario, el cual fue revisado y validado por el jurado. El cual está conformado por 14 preguntas que poseen relación directa con los indicadores y se estructuró de la siguiente manera: Las primeras preguntas (1-5), se relacionan con los factores culturales que posee como indicadores el grado de instrucción, cultura tributaria y las dificultades para poder formalizarse.

A continuación, en las preguntas (6-7), se plantearon interrogantes que conservan relación con los factores sociales cuyos indicadores son estatus social y lugar de procedencia.

Finalmente, de la pregunta (8-13), se planteó interrogantes que se relacionan con los factores económicos el cual posee indicadores como la razón para ser informal y el nivel de ingresos mensuales; la última pregunta

fue formulada para intentar conocer cuál sería la posible solución para reducir la informalidad.

2.4.2. Validez y confiabilidad del instrumento.

Validado a juicio de especialistas.

2.5. Métodos de análisis de datos

De acuerdo a la problemática y los objetivos planteados se utilizó un cuestionario que fue aplicado para medir y evaluar la variable en estudio; factores que determinan la informalidad.

2.5.1. Estadística descriptiva.

La información que se recolectó a través de este instrumento dirigido a medir la variable de investigación, se ordenó y se analizó mediante tablas con sus respectivos gráficos.

En el presente estudio se empleó la media como medida de tendencia central para poder determinar cuál de los factores es el que determina la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua

2.6. Aspectos éticos

El presente trabajo de investigación se realizó con transparencia, dentro del marco de normas, principios, valores morales y del uso de medios permitidos, liberado de presiones, de intereses monetarios e ilícitos que perjudiquen y pongan en tela de juicio la calidad de la investigación; actos como plagio, soborno, entre otros, que perjudiquen la investigación.

III.RESULTADOS

III. Resultados

Objetivo 1: Identificar los factores culturales que determinan la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017.

Tabla 3.1

El grado de instrucción de los comerciantes

Grado de instrucción	fi	hi
Superior	21	14%
Secundaria	70	47%
Primaria	13	9%
Estudios incompletos	46	31%
Total	150	100%

Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

La tabla 3.1 señala que el 47% y 31% de comerciantes encuestados poseen instrucción secundaria y estudios incompletos, siendo los principales factores culturales determinantes de la informalidad en el mercado Challhua Huaraz, mientras que un 14% y 9% poseen instrucción superior y primaria.

Tabla 3.2

El conocimiento del término cultura tributaria en los comerciantes

Cultura tributaria	Fi	hi
Si	39	26%
No	111	74%
Total	150	100%

Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

La tabla 3.2 señala que existe un 74% de comerciantes que desconocen el significado de cultura tributaria, siendo uno de los factores culturales determinantes de la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz y que un 26% tienen conocimiento del significado de cultura tributaria.

Tabla 3.3

El conocimiento sobre los comprobantes de pago en los comerciantes

Comprobantes de pago	fi	hi
Si	93	62%
No	57	38%
Total	150	100%

Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

La tabla 3.3 señala que existe un 62% de comerciantes que conocen los comprobantes de pago, siendo un factor cultural poco determinante de la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz y que un 38% no poseen conocimiento acerca de los comprobantes de pago.

Tabla 3.4

El pago de impuestos de los comerciantes

Pago de impuestos	fi	hi
Si	79	53%
No	71	47%
Total	150	100%

Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

La tabla 3.4 señala que existe un 53% de comerciantes que, si pagan impuestos, siendo un factor cultural poco determinante de la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz y que un 47% no pagan impuestos.

Tabla 3.5

Preparación de los comerciantes acerca de impuestos

Preparación acerca de impuestos	fi	hi
Suficiente	11	7%
Regular	62	41%
Escasa	52	35%
Nula	25	17%
Total	150	100%

Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

La tabla 3.5 señala que el 41% y 35% poseen regular y escasa preparación acerca de impuestos, siendo los principales factores culturales determinantes de la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, mientras que un 17% y 7% poseen preparación nula y suficiente respectivamente.

Objetivo 2: Identificar los factores sociales que determinan la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017.

Tabla 3.6

El nivel socioeconómico al que pertenecen los comerciantes

Estrato Social	fi	hi
Alto	0	0%
Medio alto	9	6%
Medio bajo	64	43%
Bajo	77	51%
Muy bajo	0	0%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

La tabla 3.6 señala que existe un 51% de comerciantes que pertenecen al estrato social bajo, siendo el factor social determinante de la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua, y que un 43% y 6% pertenecen al estrato social medio bajo y medio alto respectivamente, siendo factores poco determinantes, pero si influyentes en la informalidad.

Tabla 3.7

La zona de procedencia de los comerciantes

Zona de procedencia	fi	hi
Zona rural	65	43%
Zona urbana	63	42%
Ciudad	22	15%
Total	150	100%

Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

La tabla 3.7 señala que el factor Zona de Procedencia rural determina en su mayoría 43% la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, mientras que con una mínima diferencia le sigue el factor Zona de procedencia urbana y ciudad con el menor porcentaje con 42% y 15%.

Objetivo 3: Identificar los factores económicos que determinan la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017

Tabla 3.8

El tiempo que llevan los comerciantes en su negocio

<i>El tiempo en su negocio</i>	fi	hi
0-1 Año.	1	1%
1-3 Años.	15	10%
3-5 Años.	51	34%
Mas de 5 años.	83	55%
TOTAL	150	100%

Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

La tabla 3.8 señala que un factor económico determinante para la informalidad de los comerciantes es el tiempo que llevan en el negocio entre los rangos de 5 años a más y 3 – 5 años con un 55% y 34% respectivamente, a la vez que la investigación demostró que existen comerciantes entre los rangos de 1-3 años y 0 -1 año con un 10% y 1% respectivamente.

Tabla 3.9

La ocupación que poseen los comerciantes

La ocupación de los comerciantes	Fi	hi
Si	25	17%
No	125	83%
Total	150	100%

Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

La tabla 3.9 señala que un 83% de comerciantes encuestados no poseen ninguna otra ocupación, determinando así la informalidad y que un 17% si poseen otra ocupación siendo un factor poco determinante de informalidad.

Tabla 3.10

La justificación porque los comerciantes se desempeñan en esa modalidad

Justificación de ser informal	fi	hi
Falta de empleo	85	57%
Independencia	10	7%
Tradición familiar	17	11%
Mejorar ingresos	38	25%
Total	150	100%

Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

La tabla 3.10 señala que existe un 57% de comerciantes que se desempeñan bajo la modalidad de informales debido a la falta de empleo existente en la actualidad, siendo el factor económico determinante de los elevados índices de informalidad y que un 25%, 11% y 7% de comerciantes deciden laborar bajo la modalidad de informales debido a la intención de mejorar sus ingresos, tradición familiar e independencia respectivamente siendo factores poco determinantes pero si influyentes en la informalidad.

Tabla 3.11

La razón por la que los comerciantes continúan en la informalidad

<i>Razón de su continuidad en la informalidad</i>	fi	hi
Bajos niveles de ingresos	14	9%
Escasas fuentes de empleo	7	5%
Independizarse a temprana edad	18	12%
Elevados costos de ser formal	11	7%
Excesivo control de la SUNAT en pago de impuestos	71	47%
Desconocimiento de formalidad	15	10%
Todas las anteriores	14	9%
Total	150	100%

Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

La tabla 3.11 señala que un 47% de comerciantes consideran el excesivo control de la SUNAT como el factor determinante de la informalidad, mientras que un 12%, 9%, 7% y 5% consideran como factores poco determinantes de informalidad a la independencia a temprana edad, los bajos niveles de ingresos, los elevados costos de ser formal y las escasas fuentes de empleo respectivamente.

Tabla 3.12

Las fuentes de financiamiento de los comerciantes

Fuentes de financiamiento	fi	hi
Propia	127	85%
Prestamos	23	15%
Total	150	100%

Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

La tabla 3.12 señala que un 85% de los encuestados cuentan con 85% de fuente de financiamiento propio, siendo un factor que determina la informalidad, mientras que un 15% cuentan con préstamos personales.

Tabla 3.13

Los ingresos que perciben mensualmente los comerciantes

Ingresos que perciben mensualmente	fi	hi
S/. 100 - 400	0	0%
S/. 400 - 700	14	9%
S/. 700 - 1000	77	51%
S/. 1000 - más.	59	39%
Total	150	100%

Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

La tabla 3.13 señala que un 51% y 39% de comerciantes poseen ingresos mensuales entre S/. 700 – 1000 y S/. 1000 – más, siendo un factor determinante de informalidad ya que poseen los recursos suficientes para pagar impuestos, mientras que 9% poseen ingresos de S/. 400- 700 que viene a ser un factor económico poco determinante para la informalidad.

Objetivo 4: Diseñar un plan de acciones que promuevan la formalización de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017.

Tabla 3.14

La propuesta que los comerciantes consideran que es la más adecuada para erradicar la informalidad.

Propuesta de los comerciantes	fi	hi
Capacitar comerciantes	63	42%
Mayor control	25	17%
Modificar leyes	18	12%
Crear leyes	12	8%
Todas las anteriores	32	21%
Total	150	100%

Nota: Encuesta realizada a los comerciantes del mercado Challhua Huaraz.

La tabla 3.4 Señala que existe un 42% de comerciantes están dispuestos a capacitarse en cuanto al tema de cultura tributaria por ende desean salir de la modalidad de informales en la que se desempeñan actualmente, mientras que un 21% están dispuestos

a acceder al todas las alternativas presentadas como propuestas de solución, 17% a que la Sunat imponga mayor control, 12% a que se modifiquen las leyes en tanto que sean beneficiados y que un 8% desean la creación de nuevas leyes.

Contrastación de Hipótesis

En la presente Investigación se presentó la siguiente Hipótesis: Los factores más determinantes de la informalidad en los comerciantes del mercado Challhua, Huaraz, año 2107 son deficiente cultura tributaria, estrato social bajo y elevados índices de desempleo.

En la investigación desarrollada sobre los factores que determinan la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua se obtuvo que el factor cultural más determinante es el desconocimiento sobre cultura tributaria existente en los comerciantes del mercado Chalhua, esto se puede contrastar en la tabla (3.2); a la vez se obtuvo que el factor social determinante es el bajo nivel socioeconómico en que se ubican los comerciantes, esto se puede contrastar en la tabla (3.6) y el factor económico determinante de la informalidad de los comerciantes es los elevados índices de desempleo, esto se puede contrastar en la tabla (3.10).

Factores que determinan la informalidad	hi
Deficiente cultura tributaria	74%
Estrato Social bajo	51%
Elevados índices de desempleo	57%

IV. DISCUSIÓN

IV. Discusión

En la actualidad los comerciantes del mercado Challhua se encuentran en una situación la cual no les permite gozar de los beneficios que se consiguen cuando una persona o empresa desempeña alguna actividad económica de manera legal, esto en consecuencia de que todos aquellos comerciantes del mercado en mención no han adquirido la capacitación suficiente en cuanto a temas tributarios lo que provoca índices elevados por evasión de impuestos, lo que a futuro significaría que los nuevos comerciantes o las demás generaciones asuman con normalidad la informalidad de sus actividades. Es en base a toda esta problemática actual que surge la iniciativa de investigación para Analizar a los factores que determinan la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017 cuyo propósito fue identificar los factores culturales, sociales y económicos que determinan informalidad de aquellos comerciantes, para que al concluir el estudio se pueda proponer un plan de acciones para promover la formalización progresiva de los comerciantes.

Como en toda investigación se presentaron algunas limitaciones, las que se pudieron superar con éxito, cuando surgió la iniciativa de analizar los factores determinantes de informalidad donde a inicios se consideró una población de 180 comerciantes pero a medida que se fueron aplicando las encuestas pertinentes al estudio llegando a tratar con los comerciantes con un poco de confianza que se iba ganando se llegó a conocer que actualmente eran 150 comerciantes que continuaban con participación vigente en la asociación, quienes al darse cuenta que se estaba aplicando una encuesta adoptaron una actitud reacia a brindar información verídica puesto que asumían que se estaba llevando a cabo la encuesta por parte de la SUNAT con fines de reconocer a los comerciantes que no realizan pago de impuestos o aquellos que no están emitiendo sus comprobantes de pago una vez realizada una venta, sin embargo al explicarles la importancia del estudio se mostraban más cordiales.

Los resultados obtenidos en las tablas 3.1, 3.2, 3.3 y 3.5 comprueban que los comerciantes demuestran bajo nivel de instrucción, deficiente cultura tributaria, por desconocer acerca de los comprobantes de pagos, no realizar el pago de impuestos y ser conscientes que no poseen la preparación adecuada para el pago de impuestos, rarifican lo que señala Castro y Quiroz (2103) donde menciona que el factor deficiente cultura tributaria es causante de la informalidad motivando a los comerciantes a evadir impuestos, ya que este pago es asumido como un factor que atenta contra la liquidez de las empresas, a la vez lo obtenido en la tabla 3.4 refuta lo mencionado por Castro y Quiroz debido a que evidencia que a pesar de tener deficiente cultura tributaria la mayoría de comerciantes del Mercado Challhua si realizan el pago de impuestos a diferencia de lo mencionado por castro que aduce que una deficiente cultura tributaria conlleva a la evasión de impuestos. Por tanto, se concluye que si existen comerciantes quienes requieren de capacitaciones para poder insertarse en la formalidad ya que están a tiempo de regularizar todas las infracciones que hasta la actualidad venían cometiendo y que en algunos casos la información que brindaron en la encuesta no fue totalmente cierta puesto que se contradicen al mencionar que, si realizan sus pagos de impuestos, pero al preguntarles que nos mencionen al menos dos de ellas no lograban dar respuestas.

Proponiendo como principales futuras variables de investigación a las buenas prácticas de manufactura en donde el comerciante pueda mejorar su producto y así este pueda captar la atención de los clientes potenciales que asisten al mercado Challhua, una variable de investigación que podría ser tema de estudio es la Gestión empresarial puesto que si se logra impartir capacitaciones sobre estos temas considerados fundamentales el comerciante lograría desarrollar caja rápida, hallar costes sin pagar para que terceros lo realicen y finalmente podría aplicar estrategias básicas de marketing para impulsar sus productos ofertados.

Así mismo los resultados en las tablas 3.6 y 3.7 evidencian que la ubicación en el estrato social bajo y la zona de procedencia de los comerciantes son causantes de informalidad revalidan lo que menciona Marino (2016) donde afirma que la informalidad es causada o determinada debido a que los

comerciantes pertenecen al estrato social bajo , en el cual existe poca información sobre las normas tributarias, así mismo debido a la zona de procedencia de los comerciantes igualmente los resultados que se obtuvieron en la tabla 3.12 la cual menciona que el 85% de comerciantes encuestados trabajan con capital propio, sin gozar de beneficios como financiamientos por terceros corroboran lo afirmado por Marino (2016) puesto que nos dice que los comerciantes realizan sus actividades con recursos económicos personales por ende, se desconocen los beneficios de la formalidad, es entonces donde concuerda con los resultados que se obtuvieron en la investigación donde encontramos que gran parte de los comerciantes provienen de zonas aledañas a la ciudad de Huaraz y que aún no gozan de los beneficios financieros que podrían acceder al ser formales ya que desarrollan sus actividades con financiamiento propio que muchas veces es limitante para el crecimiento empresarial. Por tanto, se concluye que pertenecer al estrato social bajo no debe ser obstáculo para aquellos comerciantes que si deseen alcanzar los conocimientos necesarios para poder orgullosamente afirmar que se puede reducir el comercio informal por medio de la educación y mucha fuerza de voluntad para superarse.

De igual modo se puede comparar con la hipótesis planteada en donde se aduce que Los factores que determinan la informalidad en los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, son la deficiente cultura tributaria, elevados índices de desempleo y estrato social bajo, los cuales concuerdan con los resultados obtenidos luego de realizada la investigación que nos arroja que los factores determinantes vienen a ser deficiente cultura tributaria con 74%, nivel socioeconómico bajo con 51% y falta de empleo con 57% respectivamente. Lo cual se revalida con lo señalado por Mendiburu (2016) quien afirma que existen diversos factores que inciden en la decisión de pertenecer a la informalidad, pero los que más significancia poseen son: la falta de empleos, escasa preparación tributaria, posición en el estrato social bajo y la excesiva regulación laboral en el país.

Por tanto se concluye que mientras exista una deficiente cultura tributaria debido a la escasa preparación que alcanzaron los comerciantes en su etapa de formación considerando que solamente un 47% de ellos que lograron

culminar la secundaria, los índices de desempleo continuaran en aumento desfavoreciendo a la economía y al desarrollo de la ciudad de Huaraz causando que la población siga perteneciendo a aquel estrato social bajo que le impide superar aquella gran brecha existente entre la formalidad e informalidad.

De igual modo se puede comparar con la hipótesis planteada en la cual se aduce que los factores determinantes de informalidad en los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, son deficiente cultura tributaria, elevados índices de desempleo y la posición en el estrato social bajo. La que concuerda con los resultados obtenidos en la investigación realizada que nos dice que la deficiente cultura tributaria 71%, pertenencia al estrato social bajo 51% y escasez de empleos 57% determinan informalidad en aquellos comerciantes. Lo cual se revalida con lo señalado por Villanueva (2013) quien afirma que existen montos relativamente elevados en el incumplimiento de pago de impuestos que demuestran que no se posee una cultura tributaria, a causa de no tener conocimiento que si se acogen a un régimen accederán a beneficios, puesto que afirman que su ubicación en un estrato social bajo es la causante principal de la escasez de puestos laborales por esta razón optan por la informalidad. Pero esto no es suficiente, ya que al ser formal e incumplir con el pago de los impuestos se origina la presión continúa de la SUNAT para regularizar estos pagos. Por tanto, si se logra impartir la adecuada capacitación a los comerciantes pertenecientes al estrato social bajo se estaría logrando combatir contra la deficiente cultura tributaria para mejorar e incrementar sus conocimientos entonces será la mejor manera de generar más puestos de trabajo reduciendo significativamente el desempleo actual.

Los resultados obtenidos sirven a otros mercados para erradicar la informalidad en base a una adecuada formación de cultura tributaria, y encontrar así las mejores estrategias que nos conlleven al cumplimiento del objetivo principal que es disminución progresiva de la informalidad a través de las recomendaciones planteadas.

V.CONCLUSIONES

V. Conclusiones

- 5.1 Se concluye que los factores determinantes de informalidad en los comerciantes del mercado Challhua Huaraz año 2017 son: la deficiente cultura tributaria, pertenencia al estrato social bajo y los elevados índices de desempleo, por tanto, se acepta la hipótesis planteada.
- 5.2 Luego de haber realizado esta investigación se identificó que el factor cultural determinante de la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua viene a ser la existencia de una deficiente cultura tributaria, lo cual demuestra la falta de adiestramiento y conciencia en cuanto a formalidad lo que causa la actitud desinteresada por parte de los comerciantes para llevar a cabo el proceso adecuado de formalización. (Tabla 3.2)
- 5.3 Se identificó que estar situado en el estrato social bajo viene a ser el factor social más determinante de la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua, puesto que indica que las personas pertenecientes a este estrato social se les torna complicado comprender o asimilar una conducta honesta para realizar el pago de impuestos por el progreso de la Ciudad. (Tabla 3.6)
- 5.4 Se logró identificar que la falta de empleos en la ciudad de Huaraz es el factor que determina la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua ya que en su afán de lograr subsistir día a día deciden pertenecer a la modalidad de informales incrementando los índices de informalidad a nivel regional, lo que aporta al porcentaje total de informalidad que representa nuestro país actualmente, desacreditándonos como un país para la inversión a futuro. Lo cual puede cambiar rotundamente en base a una adecuada instrucción a los comerciantes. (Tabla 3.10)
- 5.5 El plan de acciones a proponerse tiene que estar ligado fundamentalmente a temas de formalidad, que ayuden a contrarrestar estos elevados índices de informalidad que se manifiestan actualmente, al mismo tiempo debe estar ligado a temas de asociatividad, la mejora de productos y la adecuada gestión empresarial que ayude a cada uno de los comerciantes a ser competitivos en el mercado donde se desempeñan al mismo tiempo que generan más rentabilidad, beneficiando al estado con la correcta recaudación de impuestos y beneficiándose con mejores ingresos que mejoren la calidad de vida. (Tabla 3.14)

VI.RECOMENDACIONES

VI. Recomendaciones

A las autoridades de la Provincia de Huaraz se recomienda:

- 6.1 poner énfasis al tema de cultura tributaria, en el cual los comerciantes del mercado Challhua puedan recibir la información precisa y detallada de la formalidad, cuáles son sus ventajas, de qué manera pueden trabajar en conjunto y lograr así el cambio tan anhelado por las autoridades que beneficiará a las futuras generaciones quienes adoptaran las conductas adecuadas dejando de lado la tradicional evasión tributaria.
- 6.2 Así mismo de debe lograr que la información impartida llegue a todos aquellos comerciantes que desarrollan sus actividades en el mercado Challhua en la actualidad sin distinción alguna por pertenecer a distintos niveles sociales la capacitación tiene que ser inclusiva.
- 6.3 Promover la creación de una escuela de emprendedores dando paso a futuros empresarios con las habilidades y conocimientos suficientes para contribuir al desarrollo del país y la generación de nuevos puestos de trabajo, logrando así disminución del desempleo y la informalidad en la Provincia de Huaraz.
- 6.4 Para poder ejecutar el plan de acciones será necesario solicitar apoyo para el financiamiento, para lo cual se debe presentar la solicitud pertinente al Gobierno Regional ya que este fenómeno es de índole social el cual compete intentar dar solución para el desarrollo de la ciudad.

A futuros investigadores:

- 6.5 Se recomienda realizar investigaciones correlacionales cuyo propósito sea buscar la relación que existe entre la capacitación de comerciantes informales y la disminución de Factores que causan informalidad en el mercado Challhua Huaraz.

VII. PROPUESTA

VII. Propuesta

Plan de Acciones que promueva la Formalización de los Comerciantes del Mercado Challhua Huaraz

7.1. Justificación

En la actualidad el mercado Challhua está atravesando por ciertas situaciones en las que se ven perjudicados los comerciantes que realizan sus actividades económicas en este sector como se ha podido evidenciar con el estudio realizado con anterioridad en este contexto. Existen comerciantes que desconocen lo que es realmente la formalidad y la manera en cómo se podrían beneficiar realizando este proceso al cual consideran complejo pero que se torna sencillo en base a la capacitación, teniendo en cuenta que se busca incrementar los conocimientos de los comerciantes, de esta manera generar mayor rentabilidad en beneficio propio. Para esto se presentará como los 3 pilares fundamentales a capacitar, lograr generar cambios muy fructíferos y beneficiosos a: La Formalidad, Mejora de Producto y Gestión empresarial.

7.2. Formulación de objetivos

7.2.1. Objetivo

Impartir talleres de instrucción a los comerciantes del mercado Challhua, Huaraz sobre temas relacionados a la formalización, mejora de productos y gestión empresarial.

7.2.2. Objetivos específicos

- Ejecutar capacitación dirigida a los comerciantes del mercado Challhua acerca de temas de formalidad para lograr el adecuado desempeño en su negocio.
- Ejecutar capacitación dirigida a los comerciantes del mercado Challhua sobre temas de formas societarias en la cual ellos puedan formalizarse y así cumplir las obligaciones que se contrae al ser formal.

- Ejecutar capacitación dirigida a los comerciantes del mercado Challhua acerca de temas de la apropiada recaudación de impuestos, los beneficios a los cuales podrán acceder al ser formales.

7.3. Plan Estratégico

La estrategia a utilizar en el presente plan de acciones consiste en:

- A través de las ponencias sobre los temas de formalidad, mejora de productos y gestión empresarial.
- Pasos para la formalización: Persona Natural – Persona Jurídica.
- Desarrollo de simulaciones de formalización con documentos reales que se emplean en el proceso.
- Obligaciones que se asume una vez que se formalicen
- Formas de asociatividad.
- Presentación de casos de éxito de negocios que aplicaron lo impartido en las capacitaciones.

7.4. Recursos

7.4.1. Humanos

Estará a cargo de ponentes expertos en los temas a capacitar.

7.4.2. Materiales

- **Infraestructura:** las capacitaciones se realizarán en ambientes adecuados proporcionados por la Municipalidad Provincial de Huaraz.
- **Material informativo:** se proporcionarán manuales que aporten al entendimiento de los temas a tratar.

7.5. Financiamiento

El monto que se requiera invertir para la ejecución de este plan de acciones que promuevan la formalización de los comerciantes del mercado Challhua será asumido por su totalidad por la Municipalidad Provincial de Huaraz y las entidades que demuestren su apoyo en interés en el desarrollo de la ciudad, ya que se realizará como una campaña de sensibilización social que permitirá un mejor desarrollo de la economía local.

7.6. Presupuesto

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Pasaje de expositores	Pasaje	12	6	72
Folders	Unidad	100	0.5	50
Separatas	Unidad	100	1	100
Papel BOND	Millar	1	25	25
Lápices	Unidad	100	0.5	50
Lapiceros	Unidad	100	0.5	50
Obsequios	Unidad	100	1	100
Banner Publicitario	Unidad	2	50	100
Pago a los ponentes	Unidad	3	150	450
TOTAL				S/. 997.00

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	DURACIÓN	SEMANA 1					SEMANA 2					SEMANA 3				
		Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Publicidad del evento	30 horas	■														
Inscripciones	16 horas				■											
Capacitación sobre Formalidad y Asociatividad	3 horas					■										
Desarrollo de Habilidades aprendidas en capacitación 1	2 horas							■								
Capacitación sobre Mejora de Productos	3 horas								■							
Desarrollo de Habilidades aprendidas en capacitación 2	2 horas										■					
Capacitación sobre Gestión empresarial	3 horas											■				
Desarrollo de Habilidades aprendidas en capacitación 3	2 horas													■		
Clausura y entrega de Certificados a comerciantes del Mercado Challhua	1 hora															■

VIII. REFERENCIAS

VIII. Referencias

- Amasifuen, M. (2015). Importancia de la cultura tributaria en el Perú.
Recuperado de
http://revistascientificas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/viewFile/464/490
- Bourdieu, P. (1990). *Espacio Social y Génesis de las clases, en sociología y cultura*. México: Editorial Grijalbo.
- Castro, S. & Quiroz, F. (2013). *Las Causas que motivan la evasión tributaria en la empresa constructora Los Cipreses S.A.C en la ciudad de Trujillo en el periodo 2012*. (Tesis de Grado). Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo, Perú.
- Congreso de la Republica de Perú. (15 de febrero 1902) Artículo 1° [Titulo 1] *Código de Comercio*.
- Conoce tu Empresa (2012). Formalización de mi Negocio: Ventajas y Desventajas - Natural y jurídica. Recuperado de
<http://blog.conducetuempresa.com/2012/06/formalizacion-de-mi-negocio-ventajas-y.html>
- Cueva, J. (s.f.) Los factores informales dentro de un desarrollo desigual y sus etapas para formalizar las Pymes. Recuperado de
<http://www.monografias.com/trabajos89/informalidad-pymes/informalidad-pymes.shtml>
- Gadino, E. (2014). Comercio Informal. Recuperado de
<http://es.calameo.com/read/003961067dcac285d004f>

Glejberman, D. (2012). Conceptos y definiciones: Desempleo y personas fuera de la fuerza de trabajo. Recuperado de

<http://recap.itcilo.org/es/documentos/files-imt2/es/dg6>

Gonzalez, R. y Zavala, M. (2016). El comercio informal en el Perú.

Recuperado de <http://es.calameo.com/read/002668578e222552dd6a8>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. 6ª ed. México D.F: McGraw – Hill / Interamericana Editores, S.A.

Kotler, P., Armstrong, G., Cámara, D. y Cruz, I. (2004). *Marketing*. 10ª ed. Madrid, España: Prentice Hall.

Lynch, P. (2016). *Causas y consecuencias de la informalidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: Caso Mercado Modelo de Chimbote, 2015*. (Tesis de Grado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú.

Marino, M. (2016). *Análisis de los factores causantes de la informalidad y evasión tributaria de las mype comercializadoras de ropa en Piura*. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de Piura. Perú.

Mendiburu, A. (2016). *Factores que propician la informalidad de las pymes y su Incidencia en el desarrollo de estas en la provincia de Trujillo, distrito de Víctor Larco*. (Trabajo de grado) Universidad Nacional de Piura.

Mendoza, E. y Moncada, J. (2015). Mercado Formal e Informal.

Recuperado de <http://es.calameo.com/read/003164198623735352e00>

Oxford living Dictionaries (2017). Definición de factor. Recuperado de

<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/factor>

Tributemos (2001). La evasión tributaria: un mal social. Recuperado de http://www.sunat.gob.pe/institucional/publicaciones/revista_tributemos/tribut99/analisis.htm

UTREIN (2016). Definición del Trabajo en la economía informal.

Recuperado de <http://www.utrein.org/definicion.html>

Villanueva, V. (2013). *Factores Tributarios Causantes de la Informalidad del Sector de comercialización de lubricantes automotriz en Lima Metropolitana*. (Trabajo de Grado) Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.

ANEXOS

Anexos

Matriz de consistencia

Proyecto de investigación descriptiva

Título: Factores que determinan la informalidad en los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017

Planteamiento del problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala de medición
¿Cuáles son los factores sociales que determinan la informalidad en los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017?	<p>Objetivo general. Establecer los factores que determinan la informalidad en los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017.</p> <p>Objetivos Específicos. O1: Identificar los factores sociales que determinan la informalidad en los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017. O2: Identificar los factores económicos que determinan la informalidad en los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017.</p>	Los factores que determinan la informalidad en los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017 son sociales, económicos y culturales.	Informalidad	Cueva (s.f.) afirma que: Los factores que determinan la informalidad obedecen a múltiples elementos, circunstancias o influencias como: el exceso de regulaciones y tramites, migración rural urbana, desigualdad de ingresos y de oportunidad	Son aquellos elementos que influyen en los comerciantes y/o emprendedor es motivando la opción de desempeñar se bajo la modalidad de informales, quienes están dispuestos a desear evadir los requisitos que demanda el proceso de ser formal.	Grado de instrucción	(1)	Nominal
						Deficiente Cultura tributaria	(2-4)	
						Dificultad para formalizarse	(5)	
						Estrato Social	(6)	
						Procedencia	(7)	
						Generalidades económicas de actividad	(8-12)	

	<p>O3: Identificar los factores culturales que determinan la informalidad en los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017.</p> <p>O4: Establecer el factor que posee mayor incidencia en la informalidad de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017.</p> <p>O5: Diseñar estrategias de solución que promuevan la formalización de los comerciantes del mercado Challhua Huaraz, año 2017.</p>			<p>s y las políticas económicas asumidas e implementadas en los últimos años, que en algunos casos se interrelacionan incentivando a los emprendedores a evadir la formalidad pese a que su actividad comercial es considerada legal.</p>	<p>Que se medirán por medio de estatus social, procedencia, razón para ser informal, ingresos mensuales, grado de instrucción, cultura tributaria y las dificultades para formalizarse, aplicando una encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario.</p>	<p>Ingresos mensuales</p>	<p>(13)</p>	
--	--	--	--	---	--	---------------------------	-------------	--

Nota: Indicadores en base a Cueva (s.f.), ítems elaborados por el autor (1-13)

ENCUESTA: FACTORES QUE DETERMINAN LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CHALLHUA HUARAZ

Soy estudiante de la escuela de administración de la universidad César Vallejo y estoy realizando un trabajo de investigación, por lo que agradezco por anticipado su participación y tiempo. Esta encuesta es de carácter confidencial, para fines académicos y sin perjuicio del encuestado.

I. DATOS INFORMATIVOS

Género: a) Femenino b) Masculino

Edad: a) 15-25 b) 26-35 c) 36-45 d) 46-55 e) 56- más

II. INSTRUCCIONES

En el presente cuestionario se presentan una serie de preguntas, responda cada pregunta con total sinceridad a todas las preguntas.

1. ¿Qué grado de instrucción posee usted?

a) Superior. b) Secundaria. c) Primaria. d) Estudios incompletos.

2. ¿Sabe usted que significa cultura tributaria?

a) Si. b) No.

3. ¿Conoce los comprobantes de pago y cómo se emiten?

a) Si. Menciona por lo menos dos:

b) No.

4. ¿Usted paga algún tipo de impuesto?

a) Si. Menciona por lo menos uno:

b) No.

5. ¿Considera usted que tiene la suficiente preparación acerca del pago de impuestos?

a) Suficiente. b) Regular. c) Escasa. d) Nula.

6. ¿En qué nivel estrato social considera que usted se ubica?

a) Alta. b) Medio alta. c) Medio baja. d) Baja. e) Muy baja.

7. ¿Cuál es la zona de donde usted proviene?

a) Zona rural. b) Zona urbana. c) Ciudad.

8. ¿Cuánto tiempo lleva en este negocio?

a) 0-1 año. b) 1-3 años. c) 3-5 años. d) más de 5 años.

9. ¿posee otra ocupación?

- a) Si b) No

10. ¿Por qué trabaja en este negocio?

- a) Falta de empleo. b) Independencia. c) Tradición familiar. d) Mejorar ingresos.

11. ¿Por qué es informal?

- a) Bajos niveles de ingreso. b) Escasas fuentes de Empleo
c) Independizarse a temprana edad. d) Elevados costos de ser formal
e) Excesivo control de la SUNAT. f) Desconocimiento de formalidad
f) Todas las anteriores.

12. ¿Con que tipo de fuente de financiación cuenta usted para su negocio?

- a) Propia. b) Préstamos personales.

13. ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales?

- a) 100 – 400 b) 400 – 700 c) 700 – 1000 d) 1000 a más.

14. ¿Qué medidas preventivas serían las más adecuadas para reducir la informalidad?

- a) Capacitar a los comerciantes. b) Mayor control.
c) Modificar leyes. d) Crear más leyes.
e) Todas las anteriores.

LE AGRADEZCO SU TIEMPO DEDICADO A LA PRESENTE ENCUESTA.

FECHA:

HORA:

CONSTANCIA DE RECOLECCION DE DATOS

EL QUE SUSCRIBE:

**PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MERCADO
CHALLHUA - HUARAZ**

HACE CONSTAR:

Que: la Sr. **Cesar Augusto Hermoza Rodriguez** identificado con **DNI N° 70838435**, estudiante del X ciclo de la escuela de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, ha recolectado datos correspondientes al desarrollo de su trabajo de investigación en el Mercado Challhua ubicado en Av. Confraternidad Internacional Oeste, Pedregal en la ciudad de Huaraz.

Se expide el presente documento, a petición del interesado.

Huaraz, 04 de noviembre del 2017.

ASOCIACIÓN 10 DE JUNIO
MERCADO CHALLHUA

Margarita Ordoñez Vidal
PRESIDENTE



CONSEJANCIA DE VALIDACION

Yo Clemente Pineda Pineda titular
del DNI N° 18092518 de profesión
abogado
actuando como ABOGADO en la
Institución UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (constancia) a los efectos de su aplicación a los comerciantes que realizan sus actividades en el mercado Chalbasa Urbana.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de letras			✓	
Amplicia de contenido			✓	
Redacción de los ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Permanencia			✓	

En Trujillo, a los _____ días del mes de _____ del _____


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Vu. Landaveo Sobelo Hector Ivan titular
del DNI N° 21673629 de profesión
Contador ejerciendo
actualmente como Jefe U.T. Fondos H.C. en la
Institución Fondos-Huancayo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de
Validación del Instrumento (contencioso), a los efectos de su aplicación a los
comerciantes que realizan sus actividades en el mercado Chalhua Huancayo.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las
siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de forma			X	
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

En Tarma, a los 13 días del mes de Julio del
2017


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Jury Cabra Arroya, maestro
del ONI, N° 18153170 de profesión
ejerciendo
actualmente como Coordinador Sectorial en la
Institución Ministerio de la Producción

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de
Validación del Instrumento cuestionario, a los efectos de su aplicación a los
comerciantes que realizan sus actividades en el mercado Chullpa Hunza.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las
siguientes apreciaciones:

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Completitud de datos			X	
Amplitud de contenido			Y	
Redacción de los ítems			Y	
Claridad y precisión			Y	
Pertinencia			Y	

En Trujillo, a los 12 días del mes de Julio del
2017


Firma

