



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Formalización de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados
mayorista distrito Santa Anita

TESIS PARA TENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTORA:

Alicia Francesca Bazo Mendoza (ORCID: 0000-0002-8431-9419)

ASESOR

Mgtr. Oscar Augusto Burgos Vera (ORCID: 0000-0002-1190-4270)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
Gestión de organizaciones

LIMA - PERÚ

2019

Dedicatoria

A mis hijos, padres por ser el motivo para superarme cada día y darme la fortaleza para cumplir con mis objetivos y metas.

Agradecimiento

A Dios por ser mi protector, a la Universidad César Vallejo por brindarme la oportunidad de integrarme a su casa de estudios para culminar mi carrera, al asesor por ser un soporte importante en el desarrollo de mi trabajo de investigación y a los comerciantes del distrito de Santa Anita.

Índice

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice	vi
RESUMEN	x
ABSTRACT	xxi
I. INTRODUCCIÓN	12
II. MÉTODO	40
2.1 Tipo y diseño de la investigación	40
2.2 Operacionalización de variables	41
2.3. Población y muestra	43
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	44
2.5 Procedimiento	45
2.6 Métodos de análisis de datos	46
2.7 Aspectos éticos	46
III. RESULTADOS	47
IV. DISCUSIÓN	59
V. CONCLUSIÓN	65
VI. RECOMENDACIÓN	67
Referencias	69
Anexos	
Anexo 1: Instrumentos	77
Anexo 2: Matriz de consistencia	79
Anexo 3: Tabla de especificaciones	81
Anexo 4: Validaciones de juicio de expertos	82
Anexo 5: Base de datos	89
Anexo 6: Evidencias	92

Anexo 7: Matriz de evidencia	95
Anexo 8: Detalle de confiabilidad	96
Anexo 9: Turnitin	98

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Matriz de operacionalización de la formalización de las mypes	42
Tabla 2. Cantidad de comerciantes	43
Tabla 3. Validación de juicio de expertos	44
Tabla 4. Niveles de confiabilidad	45
Tabla 5. Fiabilidad de la variable formalización de mypes	47
Tabla 6. Ejecución formalización de las mypes	48
Tabla 7. Ejecución factores administrativos.	49
Tabla 8. Ejecución factores operativos.	49
Tabla 9. Ejecución factores estratégicos.	51
Tabla 10. Ejecución factores externos.	52
Tabla 11. Ejecución factores personales.	52
Tabla 12. Comparación de la percepción de la formalización de las mypes, según Prueba de Kruskal-Wallis.	53
Tabla 13. Comparación de la percepción de los factores administrativos, según Prueba de Kruskal-Wallis.	54
Tabla 14. Comparación de la percepción de los factores operativos, según Prueba de Kruskal-Wallis.	55
Tabla 15. Comparación de la percepción de los factores estratégicos, según Prueba de Kruskal-Wallis.	56
Tabla 16. Comparación de la percepción de los factores externos, según Prueba de Kruskal-Wallis.	57
Tabla 17. Comparación de la percepción de los factores personales, según Prueba de Kruskal-Wallis.	58

Lista de figura

	Pág.
Figura 1. Percepción de formalización de las mypes.	47
Figura 2. Percepción de factores administrativos.	48
Figura 3. Percepción de factores operativos.	49
Figura 4. Percepción de factores estratégicos.	50
Figura 5. Percepción de factores externos.	51
Figura 6. Percepción de factores personales.	52

RESUMEN

En la presente investigación el objetivo fue comparar el nivel de la formalización de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita. El tipo de investigación fue básica del nivel descriptivo comparativo, de enfoque cuantitativo; de diseño no experimental. La población estuvo representada por 105 comerciantes. La técnica empleada para recolectar información fue una encuesta y los instrumentos de recolección de datos fueron de tipo cuestionario que fueron debidamente validados a través de juicios de expertos y determinando su confiabilidad mediante Alfa de Cronbach fue de alta confiabilidad. En la formalización de las mypes, donde el 48,6% de los comerciantes dicen que la formalización es medianamente. Asimismo, el 54,3% los comerciantes manifiestan que la formalización del mercado ficus es bajo. Finalmente, el 51,4% de los comerciantes del mercado mayorista señala que la formalización de las mypes se encuentra en el nivel medio. Concluyó según la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.000 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de la formalización de las Mypes, el rango promedio fue de 60.85, 160.61 y 140.04. Existe diferencia en la formalización de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita.

Palabra claves: Factores administrativos, factores estratégicos y factores operativos.

ABSTRACT

In this research the objective was to compare the level of formalization of mypes in producing markets, market ficus and wholesale markets district Santa Anita. The type of research was basic of the comparative descriptive level, of quantitative approach; non-experimental design. The population was represented by 105 traders. The technique used to collect information was a survey and the data collection tools were questionnaire-type that were duly validated through expert judgments and determining their reliability using Cronbach's Alpha was of high reliability. In the formalization of mypes, where 48.6% of traders say that formalization is moderately. Similarly, 54.3% traders say that the formalization of the ficus market is low. Finally, 51.4% of wholesale market traders point out that the formalization of mypes is at the mid-level. It was concluded according to the Kruskal-Wallis test and $p-0.000 < 0.05$. It is observed that the difference in mypes formalization ranges, the average range was 60.85, 160.61 and 140.04. There is a difference in the formalization of mypes in producing markets, market ficus and wholesale markets district Santa Anita.

Keyword: Administrative factors, strategic factors and operational factors.

I. INTRODUCCIÓN

Las medianas y pequeñas empresas crean una gran cantidad de oportunidades de empleo y proporcionan a las personas una fuente de ingresos, desarrollando un papel importante para reducir la pobreza e incrementar el desarrollo. Las pequeñas y medianas empresas a menudo emplean a las personas más vulnerables, como las mujeres, los jóvenes y las personas más vulnerables. En las zonas rurales, las medianas y pequeñas empresas son incluso la única fuente de empleo. Por ello, estas empresas han ayudado enormemente a lograr "recursos en la base de la pirámide" y la redistribución de ingresos.

Las empresas pequeñas y medianas son las primeras en responder a las necesidades sociales y promueven la seguridad social y la tolerancia (Arboleda, 2018). Desde 2017, el mundo ha celebrado el Día de las MYPES en reconocimiento a su contribución a la economía local y global. Las pequeñas y medianas empresas suelen emplear a menos de 250 personas y son el sector más importante en la mayoría de las economías de todo el mundo y desempeñan un papel clave en los países en desarrollo. Según el Consejo Internacional de la Pequeña, Mediana y Microempresa, las pequeñas y medianas empresas formales e informales representan el 90% del número total de empresas, y emplean al 60-70% de la PEA, aportando el 50% del PBI. %. En reconocimiento de la importancia de las medianas y pequeñas empresas, la Asamblea General de las Naciones Unidas estableció el Día de las Pequeñas y Medianas Empresas el 27 de junio de cada año para profundizar la comprensión de la gente sobre la contribución de las pequeñas y medianas empresas a la promoción del desarrollo sostenible (Figuroa y Junior, 2019).

Unigarro y Moncayo (2016) realizaron una investigación en Pasto Colombia, en una empresa de calzados, en la cual mencionaron que la mayoría de las empresas de calzados no son formales, este estudio permitió establecer que existen evidentes insuficiencias de administración y organización que se relaciona al inexperiencia y a la inaplicabilidad del proceso de la administración, normatividad que ayuda en la formalización, situación que no favorece la competitividad de estas organizaciones, por el contrario amenaza su existencia.

En el país el peso que tienen las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en la economía de nuestro país es reconocido por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y el Ministerio de economía y Finanzas, debido a que contribuyen de manera significativa a nuestro PBI en por lo menos un 40% y en el mercado laboral cubre el 80% de la oferta laboral. Sin embargo, existen serias limitaciones para su desarrollo de todo su

potencial industrial, comercial, por lo que muchas se encuentran estancadas en su desarrollo y el aprovechamiento de oportunidades que le ofrece la globalización y la apertura del comercio mundial. En este aspecto, las pymes tienen como principal problema, la informalidad predominante en el sector y que comprende la gestión, la administración, la contabilidad, la gestión tributaria, la comercialización y producción. Un análisis de la problemática de la informalidad en nuestras pymes.

Asimismo, según Soto, Aguilar, Sabuco y Cusipuma (2019) mencionaron que existe un total de 8 millones de unidades productivas. DE esta cantidad, 6 millones están en el sector informal, 2 millones en el sector agropecuario. Del restante de las unidades productivas, 47,5% menciona que no considera necesario formalizarse.

Por otro lado, se pueden reconocer entre otros factores que pueden influir en la informalidad de la mypes, a las barreras y limitaciones de las instituciones públicas encargadas de la formalización de las empresas como la administración tributaria, las municipalidades, el Ministerio de Industria, Ministerio de trabajo y el Sistema de Seguridad Social. En la actualidad por lo general, los empresarios de las mypes en Lima Metropolitana administran sus negocios respondiendo a las necesidades del día a día, en base a la intuición, y no con procesos formales. Esto conlleva a que las mypes no tengan oportunidad de hacer el trabajo de manera técnica en cuanto a los procesos administrativos y estratégicos. Esta problemática ha sido objeto de estudio desde diversas perspectivas, en este sentido se han hallado estudios sobre el problema de las faltas de financiamiento de las Mypes en general (Casachagua et al. (2011) y las causas de la informalidad de las Mypes. (Ramírez, 2010 y Castillo, 2008).

Sin embargo, es necesario indagar los factores que ejercen la informalidad de las mypes en segmentos específicos de este subsector como es el caso de las mypes en mercado productores se percibe el comercio informal minorista, el cual poco a poco se han apoderado de los exteriores del mercado, por personas naturales de la sierra, esto causado por muchos factores, tanto sociales y económicos, como es la pobreza, falta de educación y las migraciones de personas mayormente de la sierra, así como también la falta de autoridad y esto se ha ido dando durante su desarrollo, poco a poco se debilita económicamente y pérdida clientes importantes, ahora sin seguridad, sin adecuada infraestructura, sin contar con un orden comercial, sin apoyo de los gobiernos distritales, regionales y de la empresa privada. También en el mercado los Ficus de la misma forma no saber cómo formalizar su negocio, ni a donde recurrir para ser orientado al respecto, lo que a su vez contribuye a elevar más los

índices de informalidad dentro de la mencionada provincia y en el mercado mayorista distrito Santa Anita se observa que la gran mayoría de los comerciantes les falta el conocimiento de la formalización de los puestos, es necesario determinar el nivel de la formalización con qué fuentes de financiamiento han contado; qué políticas, planes o programas de promoción de las mypes les han beneficiado en su proceso de formalización. Por tanto, la presente investigación se propone describir cuales son los principales Factores que influyen en la informalidad de las Mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, de manea que a partir de los resultados se puedan proponer alternativas de solución.

Igualmente, la revisión de la literatura ha permitido hallar algunas investigaciones que se han realizado en los últimos años sobre los problemas de las mypes y que a continuación se mencionan. Dentro de los antecedentes internacionales se ha considerado a Obando (2018), realizó un estudio titulado análisis sectorial de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) de la provincia del guayas, periodo 2011 - 2013. El objetivo de la investigación fue analizar la participación de la MIPYMES en los procesos de producción y generación de empleo y su vinculación en el sector financiero de la economía, periodo 2011 -2013. Para optar el título de magíster en finanzas y proyectos corporativos, presentado en la universidad de Guayaquil. La temática se desarrolló a partir de una investigación cuantitativa utilizando la técnica de estadística descriptiva, basado a la teoría de CONAMYPE (2014) quien afirmó que el funcionamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas siempre han tenido y aún lo tienen un papel importante en el desarrollo económico de los países del mundo. El investigador llegó a la conclusión que las MIPYMES para el año 2011 estaban representadas por el 84,3 % del total de establecimientos, mientras que la gran industria el 15,7 %; además las MIPYMES poseían el 37,7 % de los trabajadores y mientras que la gran industria al 62.3 %; respecto al Producto Interno Bruto las MIPYMES aportaban el 13 % mientras que el aporte de la gran industria fue 87 %; los aportes dados por el autor fue su recomendación al Gobierno Nacional, de que promueva la creación de nuevas micro, pequeña y medianas empresas, MIPYMES, para que de esta manera aporten al Producto Interno Bruto del país, contribuyan con las exportaciones y generen empleo.

En el Salvador Juárez et al (2018), realizó un estudio titulado análisis del desarrollo de las microempresas del departamento de la paz hasta el año 2014. El objetivo de la investigación fue conocer los factores que inciden en el desarrollo de las microempresas del departamento de La Paz hasta el año 2014. Para optar el título de licenciado/a en

administración de empresas, presentado en la universidad del Salvador. La temática se desarrolló a partir de una investigación con método hipotético deductivo, basado a la teoría de Ameconi (2004) quien manifestó que las microempresas abarcan tres sectores importantes: sector primario, sector secundario y sector terciario. El investigador llegó a la conclusión que en su investigación existe suficientes evidencias para rechazar la hipótesis nula (H₀): debido a que los factores políticos-legales no son acordes con el desarrollo microempresarial, que arrojó tener un nivel de significancia del 5%, por lo que se acepta la hipótesis alternativa (H₁): que los factores políticos-legales inciden tanto positivamente como de manera negativa en el desarrollo del sector microempresarial; los aportes dados fue que recomendó al gobierno que realizara la creación de un reglamento para operativizar la Ley MYPE donde realmente se apoye al sector microempresarial específicamente en los procesos de compras públicas, donde se garantice la rapidez para los procesos de pago y licitación de las microempresas, además de que realice acciones efectivas para combatir la delincuencia y garantizar la seguridad del sector empresarial.

En Argentina Rodríguez K, (2018), realizó un estudio titulado financiamiento de Pymes industriales y dificultades en el acceso al crédito. El objetivo de la investigación fue analizar las limitaciones que tienen las Pymes para acceder al financiamiento y el impacto que esto produce en sus proyectos, en el periodo 2015 -2016. Para optar el título de contador público, presentado en la universidad del este. La temática se desarrolló a partir de una investigación con método hipotético deductivo. El investigador llegó a la conclusión que el 96 % de las mypes de alguna manera necesita el financiamiento externo, ya que hace uso de él, el 30% utiliza un financiamiento interno y el 15 % solamente puede acceder al financiamiento estatal; los aportes dados fue que recomendó que se debía contar con instituciones financieras que sean eficientes para que brinden certezas respecto de los criterios y plazos de pago., elaborando un plan de incentivos para el sector privado financiero de la mano con las instituciones públicas fomenten la creación y expansión de las pymes.

En Argentina Rodríguez K, (2018), realizó un estudio titulado el problema del acceso al financiamiento de las pymes. El objetivo de la investigación fue analizar las limitaciones que tienen las pymes para acceder al financiamiento y el impacto que esto produce en sus proyectos, en el periodo 2015 -2016. Para optar el título de contador público, presentado en la universidad del este. La temática se desarrolló a partir de una investigación con método hipotético deductivo. El investigador llegó a la conclusión que Las Pymes Industriales es la principal fuente que impulsa el desarrollo económico del país, por lo que debe ser impulsado

y brindarle todo el apoyo, ya que constituyen un gran fuente de empleo; los aportes dados fue que recomendó que se debían estimular el desarrollo de las mypes con la utilización de estímulos fiscales, realizando los procesos más sencillos y flexibles, donde se genere una nueva herramienta de fondeo que posea tasas competitivas, con plazos más cómodos y flexibles.

En el contexto nacional, Pájaro et al (2018), realizó un estudio titulado impacto de las políticas de apoyo a la creación de empresas en Cartagena de Indias, Colombia 2014-2015. El objetivo de la investigación fue evaluar el impacto de las políticas públicas de apoyo a la creación de microempresas formales. Para optar el título de maestría en gestión de empresas: pymes y economía social, presentado en la universidad internacional de Andalucía. Se apoyo en la teoría de Sánchez (2013) manifestó que los factores económicos están determinados por la coyuntura económica de cada país, región o municipio en el que actúa la empresa. La temática se desarrolló a partir de una investigación cuali-cuantitativo. El investigador llegó a la conclusión las políticas públicas relacionada con la creación MYPE, no ha tenido mayor impacto para la creación de nuevas empresas, ya que no cuentan con un medio efectivo de difusión de información que estimule que las personas aprovechen los incentivos para las micro y pequeñas empresas, existiendo una notable falta de articulación con las demás instituciones público privadas, lo que ha generado que estas políticas públicas que incentivan la creación de microempresas formales, se pierdan por falta de información; los aportes dados fue que recomendó al gobierno local y nacional, que realizara de manera urgente un mecanismo de divulgación y control de todas aquellos beneficios que ofrecen a los futuros empresarios, para que exista una coherencia entre lo ofrecido y lo aprovechado, abarcando a mayor cantidad de población y que realmente se dé el incremento de la creación de nuevas empresas.

Alves S, y Barbaran C, (2017), realizaron un estudio titulado factores asociados a la formalización de microempresas en la ciudad de Iquitos. El objetivo de la investigación fue determinar los factores asociados a la formalización de las MYPE informales en la ciudad de Iquitos durante el año 2012. Para optar el título de licenciada en administración, presentado en la Universidad científica del Perú. Se apoyo en la teoría de Lombardi (2004) que menciona que en las regiones no existe una clara ubicación del espacio de promoción de las MYPES en la estructura del gobierno regional. La temática se desarrolló a partir de una investigación explicativa y descriptiva bajo el paradigma cuantitativo. El investigador llegó a la conclusión que las MYPES en Perú son la principal fuente de empleo, estando representa

por el 98% de las empresas en el país, dentro de las cuales funcionan de manera informal un 55%, debido a que existen muchas trabas burocráticas que dificultan que las personas puedan realizar la formalización de las empresas; los aportes dados fue que recomendó que a los fines de estimular la formalización, al aplicarse dos medidas tributarias: primero, conceder un período de gracia para las nuevas empresas constituidas y, segundo, establecer impuestos escalonados, que se adecuen a la proporcionalidad, donde a mayor volumen de ventas mayor sea el pago, ya que pretender que MYPE pague la misma cantidad de impuesto que una empresa más grande desestimula a su formalización.

Alves S, y Barbaran C, (2017), realizaron un estudio titulado factores asociados a la formalización de microempresas en la ciudad de Iquitos. El objetivo de la investigación fue determinar los factores asociados a la formalización de las MYPE informales en la ciudad de Iquitos durante el año 2012. Para optar el título de Licenciada en administración, presentado en la Universidad científica del Perú. Se apoyo en la teoría de Lombardi (2004) que menciona que en las regiones no existe una clara ubicación del espacio de promoción de las MYPES en la estructura del gobierno regional. La temática se desarrolló a partir de una investigación explicativa y descriptiva bajo el paradigma cuantitativo. El investigador llegó a la conclusión que las MYPES en Perú son la principal fuente de empleo, estando representada por el 98% de las empresas en el país, dentro de las cuales funcionan de manera informal un 55%, debido a que existen muchas trabas burocráticas que dificultan que las personas puedan realizar la formalización de las empresas; los aportes dados fue que recomendó que a los fines de estimular la formalización, al aplicarse dos medidas tributarias: primero, conceder un período de gracia para las nuevas empresas constituidas y, segundo, establecer impuestos escalonados, que se adecuen a la proporcionalidad, donde a mayor volumen de ventas mayor sea el pago, ya que pretender que MYPE pague la misma cantidad de impuesto que una empresa más grande desestimula a su formalización.

Vergaray, (2018), realizó un estudio titulado factores de crecimiento y desarrollo de la micro y pequeña empresa en el distrito de Pomabamba, 2016. El objetivo de la investigación fue determinar los factores de crecimiento y desarrollo de la micro y pequeña empresa en el distrito de Pomabamba, 2016. Para optar el título de contador público, presentado en la Universidad católica los Ángeles Chimbote. Se apoyo en la teoría de Pachamango (2014), quien manifestó que la formalización no es un concepto neutro. La temática se desarrolló a partir de una investigación de tipo cuantitativo con nivel descriptivo simple. El investigador llegó a la conclusión que actualmente existen las mejores

condiciones tanto objetivas como subjetivas para que se dé efectivamente el crecimiento y desarrollo de las Mypes en el distrito de Pomabamba; los aportes dados se necesita el asesoramiento de los funcionarios del estado para que sea viable el funcionamiento de estas micro empresas y que además que los bancos, cooperativas y entidades financieras tomen en cuenta a este grupo de empresarios para beneficiarlos de los distintos instrumentos financieros.

Díaz (2017), realizó un estudio titulado estrategias para la formalización de las mypes en el distrito de Pimentel 2016. El objetivo de la investigación fue determinar estrategias para la formalización de las mypes en el distrito de Pimentel 2017. Para optar el título de licenciado en administración, presentado en la Universidad Señor de Sipán. Se apoyo en la teoría de Zúñiga (2015) que mencionó que las pequeñas y medianas empresas (Pymes) desempeñan un papel fundamental en la economía peruana: contribuyendo al acceso del empleo. La temática se desarrolló a partir de una investigación de tipo descriptiva con diseño transversal no experimental y método inductivo. El investigador llegó a la conclusión que de la población estudiada de microempresarios solo el 10% a recibido capacitación continua para desarrollar su negocio, el 54% de microempresarios algunas veces o muy pocas veces fueron capacitados para desarrollar y formalizar su negocio, y el restante 36% nunca ha recibido ningún tipo de formación para contribuir en el desarrollo de su negocio; los aportes dado por el autor consistió en la presentación de la propuesta de formalización de mypes Pimenteñas con la visión de Formalizar a más del 60% de las mypes, para que estas ofrezcan productos y servicios de calidad, a precios competitivos, utilizando tecnología moderna, cumpliendo estándares de calidad, con responsabilidad social empresarial y protegiendo el medio ambiente.

Ramos (2017), realizó un estudio titulado la incidencia de los determinantes de informalidad de las mypes textiles de gamarra y su acceso al financiamiento bancario y no bancario 2016. El objetivo de la investigación fue determinar la incidencia de los determinantes de informalidad de las micros y pequeñas empresas textiles de Gamarra en el acceso al financiamiento bancario y no bancario en el 2016. Para optar el título de licenciado en administración, presentado en la Universidad San Ignacio Loyola.

Para empezar la conceptualización de la investigación, se desarrollará la variable de la formalización de las mypes, que según (Fernández, 2019, pág. 18) define la formalización, como la implementación de reglas dentro de un organismo, la formalización también se da dentro de localidades que suelen pasar de barrios, pueblos u otros, para tomar forma de

urbanismos, donde se constituyen normas de convivencias. La simbolización de los cargos también es muestra de una formalidad para una persona dentro de una empresa. La formalización se produce de manera natural a medida que el objetivo en escala (pág. 64). En base a los anterior descrito, se puede decir que la formalización es la inclusión de un estatus dentro de una empresa, localidad o inclusive para un trabajador, la formalización es la inclusión de normas y como si significado lo especifica la implementación de una formalidad a una labor.

Seguidamente, las (MYPE) cuyas siglas significan: Micro y Pequeña Empresa se refiere a la unidad productiva económica formada por un apersona natural o jurídica (compañías anónimas o asociaciones), bajo cualquier formalidad organizada, que tiene como objetivo hacer actividades de comercio, cambios, producción o simplemente prestar un servicio en específico (Hernández, 2019, pág. 25). La MYPE, formalidad que se le da a un micro y pequeña empresa que fue constituida bien sea por una persona natural o por una empresa, la cual está destinada al comercio, producción o a prestar un servicio en específico.

Sobre la base de los conceptos anteriores y según lo definidor por: Arellano O et al, (2017), las formalizaciones de las MYPES, es un proceso de desarrollo que una empresa va realizando de manera natural a medida que va creciendo, es decir que va pasando por un avance de lo informal a lo formal, esta formalización incluye factores como la organización administrativa correspondiente a registro y obligaciones fiscales y laborales de la empresa (pág. 35). Por lo tanto el autor antes citado expresa que las formalidades de las MYPE es un proceso que se da de manera natural a medida que la empresa va en forma creciente y tiene la capacidad de tener mayor producción o distribución, lo que le obliga a aumentar su nómina laboral, lo que su vez le conlleva generar los trámites administrativos, que corresponden a un registro y obligaciones fiscales, a su vez los laborales de la empresa.

La formalización de una empresa es un aspecto positivo, es una imagen y forma que se le da a la empresa, asumir este compromiso de formalidad ante los órganos competentes minimiza el riesgo de exponerse a sanciones administrativas y/o penales; por su parte los beneficio que adquiere son mayores pues al contar con una empresa legalmente registrada y reconocida por los órganos regulares puede tener acceso a créditos, favorecer la condiciones laborales de sus empleados como es el acceso a la seguridad social. (Quispe, Arellano, y Dante, 2016, pág. 492). En base a los anterior expuesto por los autores, formalizar una micro y pequeña empresa es un logro para el empresario, pues lejos de verse el trámite como un proceso engorroso, se debe ver un progreso y avance, la formalización de las MYPE, le

otorga al empresario los beneficios de reducir riesgos de ser sancionados administrativamente, facilita la obtención de créditos bancarios debido a su estabilidad y confiabilidad, aunado a todo esto le da estabilidad laboral a sus empleados al permitirle el acceso a la seguridad social.

Factores administrativos es un elemento que toma influencia en algo, es decir incide en el, los factores son distintos elementos que ejercen influencia en algo, lo determinan o intervienen en una decisión de manera concreta (Wise, Hopkin, y Garland, 2016, pág. 95). Según lo citado los factores tienen una influencia directa ante cualquier decisión que se pueda tomar, por ejemplo para emprender una empresa se toman varios factores o elementos que pudieran influir de manera positiva o negativa para su activación, después de hacer el estudio se toma la decisión.

El proceso administrativo es un grupo de fases, donde se planifica, organiza, direcciona y controla una empresa, cuyo propósito es lograr los objetivos de una manera más eficiente posible (Farazmand, 2019, pág. 120). En ese sentido se fundamenta que el proceso administrativo son aquellas fases que permiten la organización y control de una empresa, lo que permite llevar un registro, pudiendo ser sistematizado, y controlar las actividades para que puedan ser cumplidas de una manera eficaz y eficiente.

Todo buen administrador de una empresa Pyme debe de conocer los requisitos previos con los que debe cumplir una organización desde un inicio y durante el desarrollo del proceso administrativo; razón de peso y suficiente para enfatizar la importancia del saber formalizar una empresa desde su creación e inicio de operaciones. Por lo general, las Pymes comienzan como negocios familiares, lo que implica que la mayoría de las veces no se lleva a cabo una planeación bien estructurada y con el tiempo adecuado, siendo la prioridad principal para las personas que las dirigen la obtención de ingresos de manera rápida (Vásquez, Wendlandt, y López, 2016, pág. 36). Con referencia a lo anterior, el administrador de la empresa debe conocer a la perfección todos los recaudos y requisitos que necesita la empresa para su formalidad, con el fin de evitar sanciones hacia la misma. Por lo tanto es de gran importancia la estructura y formalidad que se le dé a la empresa desde sus inicios; por lo general estos son negocios que se comienzan de manera familiar, un proyecto micro, con el fin de buscar lucros de manera rápida, el cual a medida que incrementa la producción busca la formalidad de la misma.

Gestión de recursos humanos, primeramente se puede decir, que una gestión es tomar la responsabilidad de un proceso y diseñar estrategias para que los objetivos sean cumplidos,

esto se puede llevar a cabo en el ámbito empresarial o personal. Este término también es utilizado cuando se refiera al conjunto acciones que son llevadas a cabo para cumplir con alguna actividad o necesidad que se tenga. Expresado de otra manera se refiere a todas diligencias que se realizan para materializar un proyecto. En un ambiente de comercio u organización la gerencia está muy relacionada con la administración del organismo (Peters, y Pierre, 2017, pág. 14). De acuerdo con lo planteado con el autor la gerencia son las estrategias y mecanismo que se utiliza para llevar a cabo un proyecto o materializar una actividad programada, la gestión está muy relacionada con la administración, debido a que se debe llevar el control de todo lo relacionado con la actividad, de la misma forma se deben conocer los factores influyentes para lograr y cumplir con satisfacción el objetivo.

Así mismo los Recursos son los diferentes medios o la ayuda que se recibe para cubrir una necesidad. Pudiendo entender también, que los recursos son u grupo de componentes que se tienen disponibles para cubrir una necesidad o poder construir una empresa, se pudiera hablar de recurso humano, de recurso material, recurso natural, entre otros (Narvárez J, Hidalgo W, y Coca J, (2019, pág. 375). Con referencia a lo anterior los recursos son aquellos materiales indispensables para el logro de algún objetivo bien sea personal o grupal, en las empresas u organizaciones cuando se habla de recursos, se refiere a recurso humano, recurso logístico, entre otros, cada uno de ellos juega un papel importante para que los objetivos puedan ser logrados.

Cruz, (2018) define Recursos humanos como grupo de discernimientos, prácticas, estimulaciones, destrezas, capacidades, capacidades y habilidades que tienen y logran tributar los trabajadores a una empresa, llegando a ser el factor más ventajoso competitivamente más importante en la actualidad; es el principal factor del a empresa, que avala el funcionamiento de las diferentes áreas de la empresa (pág. 45). De acuerdo a lo anterior planteado, el recurso humano es el grupo de personas que posee cualidades y capacidades intelectuales capaz de llevar un control sistemático y operativo de toda una empresa en las diferentes aéreas que esta posea, llegando a ser uno de los principales factores de vanguardia.

Rodríguez R, y Rosenstiehl J, (2018), define la gestión de Recursos Humanos (RRHH) como los pasos ejecutados por una empresa para planificar, organizarse y administrar todas las actividades y pagos relacionado con todo el personal que trabaja en la empresa (pág. 96). Es evidente entonces que todas las empresas deben darle la importancia que requiere el departamento de gestión de recursos humanos debido a que este grupo de

trabajadores utilizando todo su potencial físico e intelectual, lleva la organización sistemática de la producción de la empresa así como los tramites de cada uno de los empleados de la empresa.

La gestión de los recursos humanos se ha convertido en un factor fundamental para las políticas de las empresas, es por ello que es primordial para la organización; actualmente el personal de una empresa no es vista solo como un recurso humano, es analizado como un talento que puede ser potenciado para brindar una calidad de servicio en beneficio de la buena gerencia empresarial competitiva, debido a que toda empresa busca mantenerse en un estatus ante su clientela y satisfacer sus exigencias, de manera que no solo debe distinguirse por sus productos de calidad, sino también por la eficiencia de sus trabajadores (Armijos, Bermúdez, y Mora, 2019, pág. 164). En ese mismo sentido se pone en manifiesto que la gerencia de recursos humanos es un aspecto muy importante para la organización de una empresa; durante los últimos tiempo se ha convertido en parte fundamenta en las políticas empresariales, los trabajadores de una empresa ya nos visto solamente como recurso o capital, se ha visto como un gran potencial, quien debe mantener a la clientela satisfecha, es por ello que el talento humano juega un papel importante.

Los objetivos de la gestión de los recursos humanos es el aporte de mayor producción por parte de la empresa, a su vez esta debe ser eficiente a la hora de cumplir estratégicamente con los compromisos obtenidos. La gestión de los recursos humanos optimiza la productividad y rendimiento de los trabajadores, les ofrece y garantiza las mejores y óptimas condiciones laborales a los empleados aparte de especificar desde el principio de su contratación las actividades que cada empleado debe realizar (Luciani, Zambrano, y González, 2019, pág. 317). Sobre la base de la consideración anterior, los objetivos que busca la gestión de recursos humanos es brindar la mejor atención a los clientes de la empresa, por eso debe optimizar la producción, para ello debe establecerse también como objetivos ofrecer óptimas condiciones de trabajo a los empleados y especificar claramente las actividades que cada uno debe realizar.

Temas contables y financieros, la contabilidad es aquella metodología utilizada para asentar toda la información financiera de una empresa, donde se registra, clasifica, interpreta y comunica toda la información económica; a fin de que sea usado por los gerentes, socios, autoridades gubernamentales y otras personas o empresas, para coadyuvar en la toma de decisiones para la asignación y empleo de los recursos (Mendoza, y Ortiz, 2016, pág. 35). Según se ha citado, la contabilidad es una herramienta que posee la empresa, que es realizada

de manera metodológica y que sirve para que sean tomadas las decisiones financieras que correspondan.

Por lo que para tener una información financiera que sea verdaderamente confiable, se requiere registrar el día a día de las transacciones que realiza la empresa dentro de los libros contables, y esta actividad la realizan los contadores públicos que estén debidamente habilitados para el ejercicio de la carrera (Fernando, 2016, pág. 105). En el orden de las ideas que se vienen presentando, se puede precisar que la contabilidad es de suma importancia para la empresa, y que además, este registro es utilizado por las autoridades para realizar el respectivo control, por lo que es indispensable que la información financiera de la empresa sea confiable, y para ello se deberán asentar todas las actividades económicas realizadas a diario, por un profesional de la contabilidad, quien utilizara la metodología apropiada para realizar el registro, de acuerdo a las normas que regulan la materia.

Gestión administrativa, administrar es desarrollar planes, organizar, coordinar, crear y llevar el control del todo el trabajo bien elaborado de los trabajadores de una empresa, es necesario poner en práctica técnicas que facilitan las relaciones laborales y las participación y colaboración de los trabajadores para alcanzar los objetivos trazados (Owen, 2018, pág. 58). De acuerdo a lo anterior citado administrar es crear planes y estrategias que permitan cumplir una meta, para ello es importante organizar, hacer planes estratégicos y llevar el control del trabajo que se realiza en la empresa, lograr una integración y colaboración por parte de los empleados para que hagan posible el logro de los objetivos trazados.

La gestión Administrativa de Recursos Humanos es una ocupación eminentemente directiva, de gran organización, flexible y de cambios constantes. Se encuentra relacionada al desarrollo y cambios que se puedan generar en el sistema de trabajo, sus periodos laborales son de largo plazo y está capacitado para diseñar estrategias (Montoy, y Boyero, 2016). Es evidente entonces, que la gestión administrativa es un cargo de gerencia debido a que la responsabilidad del manejo, organización y decisiones importantes de la empresa recaen sobre este departamento, sus cargos son para ser ocupados por lapsos de tiempos largos, por personal altamente capacitado de crear planes y estrategias a favor de la empresa.

Ahora bien, la gestión de la administración de los recursos humanos, no solo se relaciona con las labores internas de la empresa, también viene acompañada de un grupo de valores en la comunicación e integración de todos lo que hacen vida con la empresa, internos o externos, como pueden ser: los clientes, empleados y proveedores, cada uno juega un papel importante en el éxito que tenga la empresa (Gómez, y González, 2018, pág. 150). Es

evidente entonces que la gestión y gerencia que lleva el departamento de recursos humanos no solo es empleado internamente en la empresa, su impacto abarca el ámbito social, lo que le permite mantener un margen de productividad favorable para la empresa.

La capacitación son las actividades pedagógicas, que tiene como objetivo ampliar un conocimiento específico, competencias, aptitudes, habilidades y destrezas de un empleado. La capacitación permite que el empleado actualice su gama d conocimiento para cargos actuales y futuros, logrando que el mismo logre adaptarse a cada cambio que se presente en su entorno laboral (Vílchez C, et al. 2020, pág. 11). Según se ha citado, la capacitación del empleado de una empresa sirve como instrumento o herramienta para aumentar las capacidades de este y desarrollar sus habilidades para que aporte el mayor de los beneficios a la empresa, logrando que el empleado se adapte a cualquier cambio que se produzca.

La capacitación es proceso de aprendizaje que se lleva a cabo en un corto lapso, utiliza habilidades especiales y organizadas con anterioridad, por medio de estas actividades el personal adquiere conocimiento y destrezas que son de suma necesidad para aumentar su eficacia y eficiencia dentro del cargo que está ocupando (Agudelo, 2019, pág. 120). Es evidente entonces que esta actividad didáctica realizada por parte de la empresa no tiene un periodo de duración extendido, son actividades necesarias y se emplean con el fin de suministrar o ampliar conocimiento al empleado para que refuerce o se prepare para asumir un cargo.

Factores operativos, se encuentran los factores operativos, los cuales limitan el crecimiento de las mypes, los cuales tienen relación con el establecimiento de precios, el marketing, el control de producción o manejo de inventarios. En este factor se incluye la adaptación y afiliación de progresos tecnológicos, solicitudes de calidad y disposición de materia prima y otros materiales, traslado, logística, estadía y el tamaño apropiado del negocio (Jurburg, y Tanco, 2017, pág. 11). Es decir factores operativos, son limitantes de las pymes, se relacionan con la parte de marketing, control de producción o manejo de inventarios, pero también este factor incluye la manera en que la empresa debe adaptarse a los cambios tecnológicos que se producen en la actualidad, así como también a una amplia gama de proyecciones como son las solicitudes y la disponibilidad de la empresa.

Estrategia de marketing, estrategia puede referirse a la habilidad para planificar algo que quiere poner en marcha alguien o un grupo de personas, en el ámbito empresarial las estrategias son un conjunto de actividades que tienen objetivos fijos y metas por cumplir, es un proceso que definirá cómo será la manera en abordar un mercado (Baylis, Wirtz, y Gra,

2016, pág. 52). De acuerdo a lo anterior las estrategias son actividades planificadas para cumplir un objetivo; si se lleva al ámbito empresarial las estrategias son planificaciones que llevan a cabo un grupo de personas para poder introducir un producto al mercado.

El marketing es ejecutar estrategias para hacer que usuarios se interesen por algún producto que este promocionando una empresa. Esto se lleva a cabo mediante el estudio que se hace en el mercado donde se estudia la demanda y el interés de los clientes (AEMARK, 2016, pág. 150). Es evidente entonces que el marketing es el estudio minucioso que hace una empresa al mercado para evaluar la forma en que se pueda introducir un producto nuevo.

Finalmente una estrategia de marketing es la manera y la técnica que utilizan las empresas para crear la oportunidad de colocar en el mercado un producto. Es traducido en líneas operativas que permiten promocionar y posicionar el producto y llegar a la meta deseada (Pawlowski E, et al, 2020, 77). En atención a lo descrito la estrategia marketing realiza el estudio, comunica y promociona un producto que la empresa quiera sacar nueva al mercado, buscando posicionarla en el mejor lugar del mercado y llegue a ser el favorito del usuario lo cual incrementaría las ventas y ganancias para la empresa.

Establecimiento de préstamo, se define el establecimiento de comercio como el grupo de bienes coordinados por el dueño de la empresa para llevar a cabo las actividades de la empresa (Boyd, Mathuria, y Stebila, 2019, pág. 29). Entonces de acuerdo a lo citado un establecimiento son los bienes acumulados por la empresa para llevar a cabo todas sus actividades laborales.

Préstamo es cuando se le otorga cierta cantidad de dinero a una persona con la condición de que la devuelva, junto con intereses acordados. Es muy común que las parten hagan acuerdos para que ese capital sea devuelto por partes incluyendo los intereses del capital (Batu K, Yüceyilmaz H, y Çilesiz A, (2020). Después de lo anterior expuesto, se define un préstamo como la adquisición de un capital que debe ser devuelto con los intereses acordados, es muy común realizar o solicitar préstamos que se paguen por cuotas las cuales traen establecidas en cada una de ellas la cantidad más el interés.

Un establecimiento de préstamo, es un ente especializado en la realizar préstamo de capital, generalmente realiza un gran grupo de operaciones bancarias sin hacer depósitos del público (Cotrim, y da Silva, 2020, pág. 10). Con referencia a lo anterior, un establecimiento de préstamo es un organismo que está capacitado de otorgar préstamos financieros los cuales son gestionados y fijados parámetros de pago.

Producción, se denomina producción son las actividades que se llevan a cabo para fabricar y diseñar productos, bienes o servicios. Es un proceso complicado, que requiere de tres factores que pueden ser los siguientes: el lugar, el capital y la mano de obra (Márquez, 2020, pág. 668). En este mismo sentido se necesita de tres factores los cuales pueden ser: el lugar de producción, el capital y la mano de obra, esto con el fin de para llevar una buena producción la cual no es sino las actividades que se realicen con el fin de fabricar algún producto u ofrecer un servicio.

Control de inventario, el control de inventario en este proceso las empresas llevan un control de la mercancía que no está en la exhibición si no que se encuentra en almacén. Este control permite el registro de la entregad y salida de los productos, solucionando también un problema de gasto (Mittal, y Shah, 2016, pág. 36). Hecha la observación anterior se define el control de inventario como la sistematización y manejo absoluto de toda la mercancía existente de una empresa, sobre todo la que aún está en depósito y no se ha colocado en exhibición, supervisando la entrada y salida de los productos.

Proveedores, es aquel productor o tercero que le suministra de mercancía o materia prima a una empresa, material que es de importancia para la producción o para prestar algún servicio (Pieper, 2017, pág. 21). Precizando de una vez el proveedor permite al empresario obtener de manera eficiente productos que son utilizados por la empresa bien sea para producir un rubro o para prestar un servicio.

Factores Estratégicos, para comprender los factores estratégicos es necesario que se tenga presente que la palabra estrategia etimológicamente proviene del griego *strategía*, que está compuesta por *stratós*, que significa ejército y *ago* que se traduce como dirigir, lo que en sus orígenes significan el arte de dirigir el ejército; sin embargo, para nuestros días este vocablo es utilizado en todos los campos, como ocurre en el sector empresarial, que de acuerdo a su origen si significado es relacionado con la planificación, la utilización de la táctica, la toma de decisiones que favorezcan y que establezcan ventajas sobre el adversario (Tarziján, 2018, pág. Pág. 38). Es evidente entonces que la estrategia forma parte de unos de los factores que intervienen en el éxito de cualquier empresa, ya que según sea su planeación, táctica y sus estrategias sean el resultado que obtengan.

Toda estrategia consiste en la planeación general de los asuntos que se desean lograr, estableciéndose uno o varios objetivos que serán alcanzados a largo plazo (Bayón, 2019, pág. 57). así las cosas, la estrategia consiste en la elaboración de un plan que contenga el

objetivo o los objetivos que se desean alcanzar en el futuro mediano, y de ella se desprenderán todas las tácticas u objetivos específicos para llevar a cabo esa planificación.

Por ello cuando se habla de estrategia empresarial, es para referirse a la forma de dirigir una la empresa u organización, administrando sus recursos y coordinando los esfuerzos de todo el equipo de trabajo, ante determinado escenario o circunstancia que se desee superar (Giesecke, 2017, pág. 5). Con referencia a lo anterior, la estrategia empresarial consiste básicamente en el diseño de planes que permitirán a la empresa hacerla más competitiva, donde cada recursos y los esfuerzos del talento humano se dirigen hacia una misma dirección, permitiendo dominar el mercado.

La estrategia debe ser elaborada de manera tal que todos sus miembros sean tomados en consideración, determinando el plan específico, al establecer los pasos o de conceptos nucleares que deben seguirse para alcanzar el objetivo determinado (Albisetti, 2018, pág. 25). Después de lo antes expuesto, se puede afirmar que la estrategia tomara en consideración todos los elementos, factores y recursos con los que se dispone, organizándolos de modo tal, que generara una guía a seguir, impidiendo la improvisación y con ello la disminución de los errores.

Los proveedores son aquellas personas ajenas a la empresa, que de una manera u otra abastecen de materiales, recursos, materia prima u otros a la empresa (BPP Learning Media, 2017, pág.608). Precizando de una vez que los proveedores son una pieza fundamental para el correcto desarrollo de la empresa, que es el responsable de mantener a la empresa con los recursos que necesita para realizar una producción constante.

El proveedor es aquel profesional o persona jurídica que se encarga de abastecer o proveerle a otros profesionales o empresas toda la materia prima para que realicen sus actividades o comercio ininterrumpidamente (Camacho y Machado, 2017, pág. 158-176). En este orden de ideas se puede argumentar que el proveedor cumple un rol importante en la empresa, ya que una empresa que no tenga quien le provea la materia prima, simplemente dejaría de laborar.

La función principal del proveedor es proporcionar materias primas, los productos, insumos y/o servicios a la empresa con la que lo contrata. Cada proveedor tiene el deber de ofrecer el mejor servicio a sus clientes, mejor precio y además se integran a los proyectos, ya que un buen proveedor siempre buscara que ambas partes resulten ganadoras y salgan satisfechas, por lo que naturalmente tiene la capacidad de negociar (BPP Learning Media, 2017, pág. 608). Es evidente entonces la importancia que tiene que una empresa tenga un

proveedor responsable, que busque el bienestar de la empresa que lo contrata y que además tenga buenas actitudes que coadyuven al mejoramiento de ambas partes.

Acceso al capital, prosiguiendo con las consideraciones, podemos precisar que Soca (2016) manifiesta que el vocablo latino *accessus* ingreso al castellano como acceso, que esta conceptualizado como el acto de aproximarse a algo (pág. 27). Así las cosas, acceso simplemente consiste en el acto o el hecho de una persona o empresa que consiste en ingresar a un lugar o que puede ingresar a determinado lugar.

El acceso también es definido por la Real Academia española (2016) como el mecanismo o método que dispone alguien para disfrutar algo o alcanzar algún objetivo (pág. 35). De acuerdo a las consideraciones que se han venido presentando, se puede concluir que acceso tiene dos acepciones, la primera alude a la posibilidad de ingresar a un lugar, la segunda en poder disfrutar un derecho o en la posibilidad de materializar un objetivo determinado; Entonces, en el campo empresarial, se puede decir que el acceso es la capacidad que posee una empresa para alcanzar una meta determinada, o de disfrutar algo en concreto, como es el caso de los bienes, que los empleados de la empresa, efectivamente disfrutan de los bienes logísticos que le permiten alcanzar las metas propuestas.

Así las cosas el capital es definido como el elemento necesario para la producción de cualquier bien, como lo son las maquinarias, inmuebles y todo tipo de instalaciones. Así, que por capital se entiende que está conformado por todos aquellos activos (bienes muebles e inmuebles) que posee una empresa, entendiéndose como tales los activos líquidos (dinero), y los demás destinados a la producción (Mark, 2020, pág. 78). Resulta oportuno destacar que el capital también es otro de los elementos indispensables para el correcto funcionamiento de cualquier empresa, ya que sin él ella no podría funcionar adecuadamente.

Uno de los factores indispensables para que una empresa pueda producir adecuadamente es el capital, que está formado por aquellos bienes durables indispensables para la producción (Brijs, 2016, Pág. 33). En esta línea de ideas se puede precisar que el capital es útil para generar valor a la empresa, por medio de la fabricación de otros bienes o servicios, o porque con ese capital se obtiene ganancias con tenencia o venta de valores.

Por lo que el acceso al capital se refiere a aquella actividad que consiste en obtener la inversión por medio de las ganancias obtenidas, o poder disponer de los recursos financieros que posee la empresa para realizar la inversión (Guyora, 2016, pág. 59). Es evidente entonces la capacidad que posee la empresa para acceder al capital o los recursos

de la empresa, pudiendo disponer de ellos, bien se para realizar inversiones a través de la reinversión o para sufragar gastos.

Investigación de mercados, se debe considerar que la investigación es una actividad que consiste en la búsqueda y la adquisición de nuevos conocimientos o de información que sea útil, para utilizarlos a los fines de dar soluciones a problemas o interrogantes que existen (Parraguez et al, 2017, pág. 84). Con referencia a lo anterior la investigación, es una actividad que consiste en la búsqueda de información, para lograr la solución a determinada problemática o en su defecto para responder a inquietudes o incógnitas que existen.

La investigación generalmente es realizada por medio de la aplicación de métodos para obtención de información o de una problemática en profundidad y con ella generar nuevos conocimientos que sirvan para la resolución del asunto (García, 2018, pág.37). Es evidente entonces que la investigación es una herramienta que sirve para descubrir las razones existentes de determinadas problemáticas, inclusive por medio de ella se puede llegar a conocer ampliamente los pormenores que afectan una empresa, permitiendo que con este conocimiento, se pueda buscar las posibles soluciones.

En el marco empresarial se utiliza la investigación de mercados, que es aquella la herramienta importante que sirve para la identificar, analizar, difundir y aprovechar sistemáticamente y de forma objetiva la información para de mejorar la toma de decisiones que estén relacionadas a la mercadotecnia (Ríos, 2018, pág. 54). Así las cosas, se puede evidenciar que la investigación es aplicada también en el ámbito empresarial, que por medio de esta herramienta los empresarios o gerentes pueden obtener información importante sobre su contorno, y el medio que los rodea, donde entran los clientes, a los fines de buscar las mejores alternativas para ampliar sus actividades comerciales.

La investigación de mercado es definida también como una técnica de recopilación de datos, para interpretarlos y hacer uso de ellos, sirviéndole al comerciante o empresario para tomar las decisiones que redunden en la satisfacción de sus clientes (Hair, Ortinau, y Harrison, 2020, pág. 105). Con referencia a lo anterior se puede observar que el fin de la investigación de mercado es buscar información para que sirva de base para tomar las decisiones que favorezcan el desarrollo del comercio al satisfacer adecuadamente al cliente.

Asimismo, la investigación de mercado se refiere al proceso objetivo y sistemático para obtener información para ser considerada a la hora de tomar de decisiones de mercadeo (Benzo, Mohsen, y Fourali, 2017, pág. 78). Como se puede evidenciar el objeto de la

investigación de mercadeo consiste en la búsqueda de información para ser tomada en cuenta por el personal directivo, gerente o socios, cuando tomen decisiones de mercadeo, hay que señalar que la información debe cumplir con un proceso, que implica establecer un método para recabar la información, la forma como se administrara y la ejecutara la recopilación de datos, como será analizado obteniendo de ellos los resultados, y por último como serán comunicados sus hallazgos.

Toda investigación de mercados presenta las siguientes ventajas: permite reducir los riesgos, hace que puedan visualizarse las oportunidades, permite mejorar los resultados y maximiza la rentabilidad de que se obtienen de las inversiones (Matthew, y Oliver, 2016, pág. 79). Tal como se ha precisado, realizar una adecuada investigación de mercadeo, el resultado redundara en el beneficio de la empresa, favoreciéndola con los beneficios descritos.

Además, así como todo método de investigación, en la investigación de mercados se deben cumplir un conjunto de pasos de planificación y su ejecución metódica, que básicamente consta de la definición del problema, profundizar claramente el problema, diseñar la investigación a realizar, recopilar los datos, preparar y realizar el análisis objetivo de los datos obtenidos y efectuar el reporte de la información con sus respectivas conclusiones y posibles aportes o propuestas (Kumar, y David, 2018, pág. 205). Es evidente entonces que es significativo que las empresas, realicen una investigación de mercado, para tomar correctamente sus decisiones, fundamentados en información que cumpla efectivamente con una metodología adecuada, que le permita precisar los datos que son de vital importancia.

Planeamiento a largo plazo, planeación o planteamiento, es el proceso realizado por una persona donde debe tomar de decisiones importantes para lograr los objetivos deseados, debiendo tener en cuenta la situación real y actual, los factores internos y externos que influyen en logro de los objetivos (Bermúdez y Mejías, 2018, pág. 318). Según se ha citado, planificar consiste en tomar las decisiones que permitan lograr los objetivos esperados, pero para ello, el gerente debe contar con los datos necesarios como el contexto donde se desenvuelve, conociendo todos aquellos factores que favorecen y desfavorecen en el logro de sus objetivos.

Para Díaz (2018) planificar consiste en aquella acción que consiste en elaborar un plan para manejar determinada situación o contingencia (Díaz, 2018, pág. 50). Precizando de una vez, que la planificación es una herramienta fundamental para tomar las decisiones

que permitirán enfrentar situaciones difíciles, y que tendrán un impacto tanto positivo como negativo en la empresa, por lo que es un proceso que no debe ser tomado a la ligera, sino que es un asunto serio que permitirá superar una contingencia o enfrentar un suceso inesperado.

Por ello todas las empresas deben realizar la planificación a largo plazo, donde serán reflejadas todas aquellas acciones que deben ser realizadas para que la empresa logre grandes objetivos en un largo periodo de tiempo (Cruz, Blandón, y Cruz, 2018, pág. 52). Con referencia a lo anterior, se puede destacar que la planificación no solo es utilizada para las contingencias, sino que también, con la planificación a largo plazo, se establecerán metas mucho más ambiciosas que serán aquellas que llevaran la dirección de la empresa para un objetivo, como por ejemplo cuando se habla que la pequeña empresa planifico que para dentro de unos diez años se convertirá en una gran empresa, debiendo realizar las actividades que los gerentes describirán.

En la planificación a largo plazo, se deberá efectuar el análisis de las mejoras que deberán realizarse a la empresa en el mercado, como lo es el lanzamiento de productos nuevos, realizar inversiones en grandes cantidades de dinero para mejorar la producción, el gasto en recursos humanos, entre otros (Pérez, 2018, pág. 284-303). En este mismo orden y dirección se puede añadir que el proceso de planificación implicara determinar específicamente los objetivos de la empresa a largo plazo, para ello se debe ser realista, también debe hacerse un análisis de la realidad interna de la empresa, estudiando los medios que dispone la empresa y aquellos que se necesitan adquirir, sin dejar por fuera el análisis de los problemas existentes; igualmente se deberá analizar la realidad del mercado, donde entran los hábitos de consumo y su evolución, considerando el estado actual de la competencia; luego se procederá a establecer el proceso de Administración estratégica lograr la meta, detallándose lo que hay que hacer y cómo debe realizarse.

Otro de los factores que se consideraran en la planificación es el tiempo, fijándose un periodo de tiempo prudencial para lograr las metas, y en último lugar, se debe fijar el presupuesto que dispondrá la empresa para a hacer frente a esos retos.

Corrupción informalidad, en otro orden de ideas se encuentra la corrupción, que según lo señalado por Gutiérrez (2016), proviene del vocablo corruptio, y está compuesto por el prefijo con, que significa junto; por el verbo rumpere, que se traduce en hacer pedazos; y finalmente con el sufijo tio, que es acción y efecto; de lo cual significa la acción y efecto de hacer pedazos o de echar a perder a alguien, que puede ser por medio del soborno (pág.

101). Según se ha citado la corrupción consiste en una acción que tiene la finalidad de dañar a alguien.

El concepto de corromper que da Real Academia Española (2016), es que aquella acción que consiste utilizar abusivamente el poder o un cargo para beneficio propio, saliéndose de los límites legales establecidos.

Cabe destacar que todos los cargos que están ocupados en una empresa, tiene claramente sus funciones definidas, que cada empleado, socio o gerente debe cumplir a cabalidad, sin embargo, la corrupción es un elemento que debe ser combatido y evitado en las empresas, porque si se corrompen los empleados, no cumplirían los objetivos organizacionales, sino que buscarían sus propios beneficio, y tal comportamiento generaría que la empresa sufriera grandes pérdidas.

La informalidad laboral o el trabajo informal abarca todo aquel grupo de ocupaciones, y maneras de producción, que se realizan sin cumplir las condiciones laborales mínimas, y que no están reguladas por un marco legal (Canavire, Urrego, y Saavedra, 2017, pág. 57 - 75). De acuerdo al autor citado, todo trabajo informal está siendo realizado en contravención con el ordenamiento jurídico que regula el empleo, por ende no cumplen con las condiciones laborales mínimas para su funcionamiento.

Por lo que el trabajo informal abarca todas las ocupaciones y maneras de producción, que son realizadas recibiendo ingresos sin que posean las condiciones de trabajo establecidas en la ley (Ramírez et al, 2016, pág. 130). Así las cosas, toda actividad económica que se realiza que no cumple con el proceso adecuado de formalización, está siendo realizada de manera ilegal, y ninguna empresa debe encontrarse en esta condición.

Entonces, se puede visualizar que la informalidad laboral es otro elemento interno que perjudica el buen funcionamiento de la empresa, ya que, como en el caso de la corrupción impide que se logren los objetivos empresariales; también el trabajo informal ocasiona un daño, pero a la persona, ya que no puede acceder a beneficios laborales como lo es la seguridad social.

Factores externos, Según la real academia española (2016), lo externo se refiere a lo que está en la parte de fuera de una cosa y separado o diferenciado de ella. Según esta definición lo externo es lo que está afuera. De igual manera Pérez (2016), coincide con esa definición al afirmar que es aquello que se manifiesta o es desarrollado desde el exterior o afuera (pág. 105). Por lo que los autores citados describen claramente que el factor externo

se refiere a todo aquello que se encuentra fuera, o aquella actividad que se realiza fuera de la empresa, o que tiene la capacidad de influir desde afuera.

La tecnología proviene del griego *téchnē*, que significa arte u oficio, y la palabra *logía* que significa tratado o estudio, por lo que significa aquella aplicación del arte o de un oficio para estudiar resolviendo problemas concretos, por lo también se constituye en aquellos instrumentos, métodos y técnicas que son diseñados para solucionar un problema (Soca, 2016, pág. 305). Después de lo anterior expuesto se puede evidenciar que el significado originario de la palabra tecnología está referido a la utilización de un arte o de un oficio para resolver los problemas, a los fines de mejorar la calidad de vida de las personas.

Cabe destacar que la actividad tecnológica tiene su influencia en progreso social y económico de toda nación, pero aplicándose comercialmente, donde su orientación está dada en satisfacer los deseos de los más prósperos y no a resolver las necesidades esenciales de los más necesitados (Romero, Pertuz, y Orozco, 2020, pág. Pág. 21-32). Según se ha citado, la tecnología ha influido significativamente en la vida social del hombre, y también las empresas han sido beneficiadas por esos avances, ya que hoy en día, todos debemos utilizar herramientas tecnológicas que nos benefician, como lo es el caso del teléfono celular que permite que se dé la comunicación a distancia, pudiendo llegarse a acuerdos comerciales, sin la presencia física de las partes, posibilitando que el ahorro de tiempo y dinero.

Cabe destacar que las tecnologías han servido para cubrir necesidades esenciales del ser humano, como lo es alimentación, vivienda, vestimenta, entre otros, ya que con los avances tecnológicos se ha facilitado considerablemente la producción incrementándola significativamente (Borja et al, 2018, pág. 445). De acuerdo a las consideraciones que se han venido presentando la tecnología como un factor externo permite que se facilite, la productividad de las empresas, ya que utilizándose adecuadamente se puede lograr una productividad incrementaría el nivel de producción de forma significativa, reduciendo al máximo los gastos.

La competencia es el enfrentamiento o a la contienda que se lleva a cabo por dos o más sujetos para obtener algo, esta rivalidad surge debido a que procuran conseguir un mismo objetivo; esta realidad vivida diariamente por las empresas que constantemente luchan por posicionarse en el mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio, (Bruno, y Peinado, 2012, pág. 609-623). Este otro factor, que se denomina competencia, es un elemento externo, ya únicamente es conformado por empresas que buscan su

posicionamiento en el mercado, día a día se puede ver claramente que las empresas están en esta constante batalla, que implica la planificación estratégica de todos los movimientos que se realizarán para favorecer su posicionamiento en el mercado.

El término competencia, se utiliza para referirse a ciertos contextos en los que dos empresas se relacionan en un mismo medio e intentan superar una a la otra (Leyva, Arroyo, y Espejel, 2018). De lo anterior se desprende que se considera competencia a aquella empresa que estando en un mismo medio busca posicionarse por encima de las otras que están a su alrededor.

Existen muchas empresas que tienen una competencia saludable porque le ofrecen al cliente los mismos servicios, con la misma calidad al más bajo costo, pero también tienen otras formas de combatir, como lo es creando falsas informaciones donde buscan mal poner a otra, para que los clientes se desplacen, por lo que todo empresario debe estar alerta, en constante estudio de su contexto, para poder identificar estas estrategias, neutralizándola con tácticas que le permitan bloquear la acción de la competencia y mantenerse en el lugar donde se encuentran o en su defecto resultar favorecido (Becerra y Cortes 2018). En ese mismo sentido, se puede observar que la competencia la asume aquella empresa que ofreciendo los mismos productos y servicios busca, a través de la oferta posicionarse en el mercado desplazando a otra.

El estado es la situación o la condición en la que se encuentran las personas, empresas, entidades o contextos en un momento dado (Beltrán, Sansores, y Gómez, 2020, pág. 54). Precisando de una vez, que el estado es aquella realidad en la que está una empresa en determinado momento, por ejemplo, cuando una empresa es productiva encontrándose en ejercicio pleno de sus actividades económicas y que está funcionando con toda normalidad, podemos decir que está en un estado productivo.

El Estado es la organización política de la sociedad, que tiene establecida sus normas legales, que está constituido por cuatro elementos: la población, el territorio, la soberanía y el reconocimiento internacional. Este se encarga de organizar toda la sociedad, de esa realidad no escapan las empresas, que también deben sujetarse a su autoridad, debiendo cumplir con todas las exigencias que le realice, y con todas las normas que esta establezca derivado de un régimen legal que está compuesto desde Constitución Política del Estado (Marchena, 2018, pág. 03). Es evidente entonces, que el estado interviene como factor externo, con su función controladora y reguladora a través de sus funcionarios quienes hacen cumplir las normas legales establecidas, y toda empresa debe cumplir las leyes vigentes para

que pueda funcionar, ya que en caso de que no cumpla las normas, esta puede ser sancionada desde la imposición de multas hasta la disolución de la persona jurídica.

Motivación de terceros, la motivación es el estado interno que dirige y condiciona el comportamiento de una persona, pudiéndola dirigir hacia metas establecidas; es ese impulso interno que moviliza a la persona a ejecutar ciertas acciones y continuar realizándolas hasta finalizar (Turienzo, 2016, pág. 5). Precizando de una vez que la motivación es un estado del ser humano, que tiene la capacidad de hacer que realice asuma determinado comportamiento, cabe destacar que aunque muchas veces existen factores externos, el estado o la sensación que genera en el individuo es de manera interna, ya que esos procesos ocurren dentro del ser humano.

La motivación también se define como la fijación interna que ocurre en la persona que hace que busque determinado medio para satisfacer su necesidad, generando en su interior un impulso que puede incrementar, que hace que la persona obre realizando determinada acción, o que deje de realizarla (González, 2020, pág. 19). Así las cosas, se puede precisar que la motivación tiene dos sentidos uno positivo que consiste en que la persona realice determinado comportamiento, pero también la motivación puede hacer que en forma negativa se abstenga de efectuar la acción, creando una inactividad en la persona, todo dependerá de la percepción y del impacto que genera en el individuo la motivación. Un claro ejemplo de ello es cuando la persona manifiesta que no está motivado a realizar una actividad.

El motivo o la razón es lo que conlleva realizar o no realizar una actividad. Se basa en un componente del área psicológica que guía, mantiene estático y fija la conducta de una persona. La palabra motivo proviene del latino *motivus* (movimiento) y del sufijo *ción* (acción o efecto) (Tracy, 2016, pág. 25). Según se ha citado, la palabra motivación proviene de la palabra latina (*motivus*, (movimiento) y del sufijo *ción* (acción o efecto), es la acción con la que se define la acción de hacer una actividad, el un componente psicológico que previene, orienta y delimita la acción del ser humano.

La motivación laboral es el factor que interviene en las actividades diarias que realiza un empleado, las cuales se ponen en manifiesto cuando se le asigna una labor en específico, difícilmente esta labor se puede cuantificar ya que en este caso intervienen las habilidades y destrezas de la persona, las labores más efectivas se logran en un ambiente pacífico, armonioso, para que sea proactivo y productivo (Ferro, 2020, pág. 205). En el marco de lo anterior descrito, se entiende por motivación laboral aquel ambiente donde surge una gran

productividad y pro actividad por parte del empleado, aunque pocas veces se pueda cuantificar su labor si se notaran las cualidades y destrezas manifestada por el mismo, dicha situación se lleva a cabo en un ambiente laboral armonioso y tranquilo.

También se puede definir la motivación laboral como aquella que está relacionada con el ámbito laboral, entendiéndose por ello toda aquella remuneración o incentivo económico que pueda percibir el empleado, los días de goce y disfrutes bien sea por motivo vacacionales o por días laborados, la posición social, el cargo que ocupa. Es por ello la importancia para el encontrar y para la empresas otorgar factores que impulsen a la persona a realizar satisfactoriamente una actividad laboral (Whitmore, 2016, pág. 35). Es evidente entonces que para que exista un favorable ambiente de trabajo donde el trabajador explote al máximo su potencial se deben crear los factores más favorables como sean posible para él, ya que siempre el trabajador va a necesitar compartir con su familia es por ello que necesita el goce y disfrute de sus días libres y periodos vacacionales; sentirse a gusto con la labor que realice, donde se sienta respetado y valorado como persona; dignificado en el cargo que ocupa; poder tener un lugar dentro de la sociedad, todo esto es logrado gracias a los beneficios que las empresas puedan ofrecer.

Por último se puede definir la motivación laboral como la capacidad que tiene una empresa para mantener a los empleados involucrados y comprometidos con el crecimiento de la empresa, esta manera lograr cumplir con los objetivos de la empresa marcados por la organización, que son ofrecer productos de calidad, eficiencia y eficacia en atención y productos; aunado a lo anterior la motivación laboral puede manifestarse de dos maneras motivación intrínseca y extrínseca (Medina, 2018, pág. 16). Precizando de una vez, la intervención de la empresa es importante, en cuanto a motivar al personal para que este cumpla de manera eficiente sus labores, debido exaltar las actividades del personal; en el ámbito laboral influyen dos motivaciones, cuando la motivación es generada por factores internos, en decir cuando el empleado se siente complacido con la labor que está realizando; también se puede dar una motivación laboral desde un factor externo al sujeto, que pueden ser remuneraciones salariales favorables para el empleado, actos de reconocimientos por labores realizadas, esto motivaría al trabajador a realizar con mucho más esfuerzo la labor debido al estímulo que recibirá

Factores personales, La palabra personal proviene del latín *personālis*, haciendo referencia a lo relativo a la persona como individuo, este término se emplea generalmente para nombrar algo que es propio o muy íntimo del individuo (Gutiérrez, 2016, pág. 750).

Precisando de una vez que cuando se dice que algo es personal se está referido, a una cosa que es íntima de un individuo que no comparte con otras y en caso de hacerlo, solo lo realiza con un grupo muy selecto, también este término suele ser referido a algo que es exclusivo de alguien, ósea personal.

Los factores personales son aquellos que se refieren al individuo, que son inherentes a la persona misma, y cuyas interrelaciones se producen en función de variables sociales, subjetivas e institucionales, dentro de ellos se encuentra el área académica, cultura, valores y principios (Blanco, Prado, y Mercado, 2016). En ese mismo sentido y dirección se aprecia que cuando se habla de factores personales, se está refiriendo a lo que conforma el ser humano como individuo, que tiene su propia visión de lo que acontece a su alrededor, y que está íntimamente ligado a una persona en concreto.

La educación es definida como el proceso que consiste en materializar la socialización de las personas, que al educarse, intercambien saberes, donde una persona asimila y adquiere conocimientos nuevos, mientras que la otra es la encargada de coadyuvar el aprendizaje; cabe destacar que la educación abarca los aspectos culturales y conductuales que adquieren las personas (Gubareva, Kovalenko, y Kovalenko, 2018, pág. 60-62). De acuerdo al autor citado, la educación que forma parte importante de la vida del ciudadano, se encarga de formar los valores, principios, creando conciencia ciudadana, a través de la socialización de los conocimientos adquiridos, que además marcan la vida del ser humano, dotándolos de capacidades que podrán ser utilizadas en cualquier área donde se desempeñen.

Con la educación se forma al individuo de manera metodológica y sistemática desde que la misma niñez, siendo un proceso por medio del cual se usa para dotar de herramientas y conocimientos básicos y elementales para que lo pongan en práctica en las actividades de la vida diaria; como se indicó esta formación comienza desde la misma infancia de la persona, cuando son llevados a instituciones educativas (Da Silva et al, 2018, pág. 780). Así las cosas, la educación como herramienta de capacitación del individuo, lo dota desde la misma infancia de todos aquellos conocimientos indispensables para realizar actividades cotidianas, que en la medida que va incrementando su conocimiento, y avanzando en el estudio, va a ir adquiriendo saberes muy específicos de áreas que requerirán mayores capacidades.

La experiencia es una de las maneras como el ser humano aprende, que generalmente se le denomina conocimiento empírico, donde utiliza habilidades provenientes de la observación, participación y de la vivencia (Carassale et al, 2016, pág. 34). Cabe destacar que todos los seres humanos poseemos experiencia, aunque no en las mismas áreas, cada

quien de acuerdo a su perspectiva y lo vivido en su historia de vida, ira construyendo un conocimiento que se le llama experiencia, y que sirve para tomar decisiones.

La experiencia laboral se realiza del día a día en el empleo, donde se adquieren conocimientos prácticos de la labor que se realiza, permitiendo que la persona genere actitudes frente a determinadas situaciones según lo vivido. Esta experiencia es de mucha importancia porque permite perfeccionar las técnicas que se utilizan en la realización de determinada actividad y generando un mejor desempeño laboral (Nieto, 2019, pág. 109). . Comúnmente, la experiencia laboral se mide por los años que una persona tiene en determinada actividad específica, indicando que ya tiene la suficiente madurez para dar una explicación coherente, clara y bien fundamentada de la labor que realiza, es de destacar que la experiencia laboral no solo se refiere al trabajo en concreto, sino a lo que la persona aprendió una vez realizada la misma labor con el transcurso del tiempo.

De esta manera, se formuló el problema general: ¿Cuál es el nivel de la formalización de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019? Además, se consideró los problemas específicos: a) ¿Cuál es el nivel de factores administrativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019?, (b) ¿Cuál es el nivel de factores operativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019?, (c) ¿Cuál es el nivel de factores estratégicos en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019?, (d) ¿Cuál es el nivel de factores externos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019? y (e) ¿Cuál es el nivel de factores personales de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019?

La presente investigación se justifica por los siguientes puntos mencionados: Desde el punto de vista teórico, se podrá ver al estudio como un documento de la situación actual del distrito de Santa Anita, y tomar mucha conciencia que las Mypes de mercado mayorista, Mercado ficus, mercado productores de Santa Anita, necesitan de conocimientos sobre estos temas, esta investigación permitirá entender sobre la formalización y a la vez conocer más a fondo de los diferentes tipos de formalización que existen.

Implicaciones prácticas, se espera que la siguiente investigación sea de ayuda como material de consulta en el país, con el propósito de mejorar y ayudar a los contribuyentes Mypes para que puedan desarrollarse y crecer correctamente.

Relevancia social, la presente investigación aportará a que se logren resolver muchos de los problemas tanto económicos como sociales, el cual afecta a las Mypes Comercializadoras de los mypes.

Se consideró la hipótesis general: Existe diferencia en la formalización de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019. Además, se detalló las hipótesis específicas: a) Existe diferencia en los factores administrativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019, (b) Existe diferencia en los factores operativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019, (c) Existe diferencia en los factores estratégicos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019, (d) Existe diferencia en los factores externos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019 y (e) Existe diferencia en los factores personales de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Además, se precisó el objetivo general: Comparar el nivel de la formalización de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019. Además, se detalló las hipótesis específicas: a) Comparar el nivel de los factores administrativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019, (b) Comparar el nivel de los factores operativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019, (c) Comparar de los factores estratégicos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019, (d) Comparar de los factores externos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019 y (e) Comparar de los factores personales de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de la investigación

Tipo de investigación

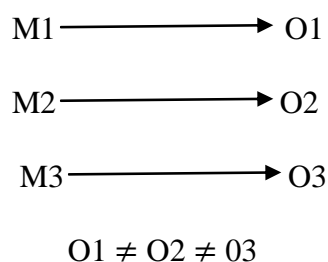
La presente investigación fue de tipo básica. Valderrama (2017) precisó: se busca teorías, ideas para lograr conocimiento científico. Es decir, se enriquece el conocimiento de acuerdo a la realidad al campo científico. (p. 39). De acuerdo con lo anterior, basa su estudio en analizar características de cualquier fenómeno que estudie.

Diseño de la investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo. Según, Hernández, Fernández y Baptista (2014) indica que la metodología cuantitativa utiliza la recolección de información para probar suposiciones o conjeturas que dependen de la estimación numérica y la interpretación estadística, a fin de implantar modelos de conducta y demostrar hipótesis. Es decir, se realizó en la presente investigación la medición de la variable y se mostraron los resultados de la medición en valores numéricos y el análisis estadístico para prevalecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Nivel de investigación

La siguiente investigación es no experimental de corte transversal, ya que de ninguna forma se realizó la manipulación de la variable (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.155). Es de nivel descriptivo comparativo porque este diseño parte de la consideración de dos o más investigaciones descriptivas simples; esto es, recolectar información relevante en varias muestras con respecto a un mismo fenómeno o aspecto de interés y luego caracterizar este fenómeno en base a la comparación de los datos recogidos, pudiendo hacerse esta comparación en los datos generales o en una categoría de ellos (Alva, 2007, p.3).



Donde M1, M2 y M3, representan a cada una de las muestras; O1, O2 y O3 la información (observaciones) recolectada en cada una de dichas muestras.

≠ Diferencia o semejanza de la formalización de mypes entre O1, O2 y O3

La investigación presente usó el método hipotético deductivo, consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de la hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis deduciendo de ellas conclusiones generales que debe confrontarse con los hechos antes de constituirse en teorías. (Bernal, 2016, p. 71)

2.2 Operacionalización de variables

Según Bernal (2016) preciso que es definirla, para calificar que se entiende por ella y operacionalizar una variable significa traducir la variable a indicadores es decir traducir los conceptos hipotéticos a unidades de medición.

Definición conceptual

La formalización es una técnica organizacional que aparece naturalmente cuando las organizaciones crecen, sea por factores: Administrativos, Operativos, Estratégicos, Externos, personales (Avolio, Mesones y Roca, 2016)

Definición operacional

Para su medición se ha dividido en 4 dimensiones los cuales son: Administrativos, Operativos, Estratégicos, Externos, personales

Tabla 1
Matriz de operacionalización de la formalización de las mypes

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	indicadores	ítems	Escala y valores	Niveles y rangos
la formalización es una técnica organizacional que aparece naturalmente cuando las organizaciones crecen, sea por factores: Administrativos, Operativos, Estratégicos, Externos, personales (Avolio, Mesones y Roca, 2016)	Para su medición se ha dividido en 4 dimensiones los cuales son: Administrativos, Operativos, Estratégicos, Externos, personales	Administrativos,	Gestión de recursos humanos	1,2	1 Nunca 2 casi nunca 3 algunas veces 4 casi siempre 5 siempre	1 bajo 2 medio 3 alto
			Temas contables y financieros	3		
		Operativos.	Gestión administrativa	4,5		
			Capacitación	6		
			Estrategias de marketing	7		
			Establecimiento de precios	8,9		
			Producción	10,11		
			Control de inventarios	12		
			Proveedores	13		
			Acceso a capital	14,15		
			Investigación de mercados	16,17		
			Planeamiento a largo plazo	18,19		
		Externos.	Corrupción/informalidad	20,21		
			Tecnología	22,23		
			Competencia	24,25		
			Estado	26,27		
		Personales.	Motivación de terceros	28,29		
			Educación	30,31		
			Experiencia	32,33		

2.3. Población y muestra

Población

Según Hernández y Mendoza (2018) precisaron que la población es el “Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.199). La población considerada para la investigación estuvo compuesta por 105 comerciantes de los tres mercados.

Muestra censal

Se consideró la **población censo**, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) definieron: “es un conjunto de habitantes de toda la población de los mercados” (p. 173). Es decir, se consideró una población de 105 comerciantes de los tres mercados. Por esta razón, no se cuenta con una población representativa.

Muestreo

No se realiza muestreo porque se trabajó con toda la población del estudio.

Criterios de inclusión

Se consideró a los comerciantes de los tres mercados, ubicados dentro de los límites del distrito de Santa Anita, que dan servicio a los usuarios.

Criterios de exclusión

Se excluye de la investigación a los comerciantes que no son de la zona que no estén registrados.

Tabla 2
Cantidad de comerciantes

Nº	Comerciantes	Cantidad de comerciantes
1	Mercado mayorista Santa Anita	35
2	Mercado los ficus de Santa Anita	35
3	Mercado productores de Santa Anita	35
	Total	105

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

Se utilizó como técnica de encuesta según Carrasco (2016, p.318) es el instrumento de recopilación de datos que se indaga mediante preguntas directas o indirectas en este caso a los comerciantes. Es decir, se aplicó las hojas llenado de preguntas a los comerciantes informales de los tres mercados quienes realizaron el 15 minuto.

El instrumento fue de tipo cuestionario, es el método para recopilar información y se puede realizar mediante formularios o pruebas de conocimiento o escalas de actitudes, como Likert. (Valderrama, 2016, p. 195). Son las hojas elaborada con las preguntas que se realiza para aplicar a los comerciantes.

Se entiende por la validez se da cuando los tres expertos corroboran los instrumentos para verificar si es aplicable. Asimismo, se tendrá en cuenta para cada ítem, la validez de contenido y para tal efecto se considerarán tres aspectos: pertinencia, relevancia y claridad. (Valderrama, 2016, p. 209). Fueron los docentes de dicha institución quienes certificaron como aplicable después de revisar los tres criterios como: relevancia, pertinencia y claridad, para luego aplicar una prueba piloto.

Se entiende por confiabilidad a un grado de aplicación repetida a un mismo individuo u objeto produciendo los mismos resultados (Hernández, Fernández y Baptista 2014) se realizó la prueba de Alfa de Cronbach, para corroborar si la prueba es confiable. Consiste en aplicar mínimamente a veinte comerciantes de otros mercados informales que tengan las mismas características a la muestra de la presente investigación. Luego se aplicó en el programa SPSS obteniendo como resultado alta confiabilidad.

Tabla 3.
Validación de juicio de expertos

N°	Experto	Aplicable
Experto 1	Mg. Oscar Augusto Burgos Vera	Aplicable
Experto 2	Mg. Alfredo Suasnabar Ugarte	Aplicable
Experto 3	Mg. Luis Alberto Flores Bolívar	Aplicable

Según, Sánchez y Reyes (2016) la confiabilidad es el grado de consistencia de los puntajes obtenidos por un mismo grupo de sujetos en una serie de mediciones tomadas con el mismo test. Es la estabilidad y constancia de los puntajes logradas en un test.

Por lo tanto, Hernández, Fernández y Baptista (2014), la confiabilidad consiste en el "grado en que un instrumento produce resultado consistente y coherente" (p.211).

Coefficiente Alfa Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

- K:** El número de ítems
 $\sum S_i^2$: Sumatoria de Varianzas de los ítems
 S_T^2 : Varianza de la suma de los ítems
 α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

La escala de valores que determina la confiabilidad está dada por los siguientes valores:

Tabla 4

Niveles de confiabilidad

Valores	Nivel
De -1 a 0	No es confiable
De 0,01 a 0,49	Baja confiabilidad
De 0,5 a 0,75	Moderada confiabilidad
De 0,76 a 0,89	Fuerte confiabilidad
De 0,9 a 1	Alta confiabilidad

La escala de valores que determina la confiabilidad está dada por los siguientes valores (Hogan, 2004).

Tabla 5

Fiabilidad de la variable formalización de mypes

Alfa de Cronbach	Nº de ítems
0.966	33

según Alfa de Cronbach en el cuestionario de la variable formalización de mypes que permitió conocer la estabilidad de los ítems, ya que logra tener un nivel de confiabilidad alta.

2.5 Procedimiento

Una vez determinado al problema de investigación fue identificado la variable para poder dimensionar de acuerdo el autor base y se realizó la operacionalización de la variable para construir el instrumento y validarlo mediante juicio de experto para determinar la confiabilidad del instrumento, obteniendo mediante Alfa de Cronbach percibiendo que tenga el acercamiento hacia la unidad y de esta manera se obtiene una alta confiabilidad. Luego, desmostar la parte descriptivo e inferencial para realizar con tablas y figuras y en la parte inferencial en la que se demuestra la hipótesis mediante el Prueba de Kruskal-Wallis.

2.6 Métodos de análisis de datos

Los datos adquiridos mediante la encuesta, fueron incorporados en la base de datos del programa Microsoft Office Excel 2016 y también se ingresará al programa de IBM SPSS Statistics 25, donde serán analizadas las variables, por último, han sido sometidas a la validación de datos. Asimismo, la prueba es no paramétrica. Es decir, en la parte descriptiva se demuestra los resultados en tablas y figura y en la parte inferencial se da respuesta a la hipótesis planteada mediante Prueba de Kruskal-Wallis por contar con tres muestras diferentes.

2.7 Aspectos éticos

La presente investigación fue evaluada por el programa de Turnitin para la comprobación de similitud y evitar cualquier tipo de plagio de otra investigación, y así demostrar veracidad y originalidad en su realización.

III. RESULTADOS

3.1 Resultado descriptivo de la investigación

Tabla 6

Ejecución formalización de las mypes.

Formalización de las mypes	Mercado productores		Mercado ficus		Mercado mayorista	
	f	%	f	%	f	%
Bajo	11	20%	19	54,3%	7	31,4%
Medio	18	48,6%	12	34,3%	17	51,4%
Alto	6	31,4%	4	11,4%	11	17,1%
Total	35	100%	35	100%	35	100%

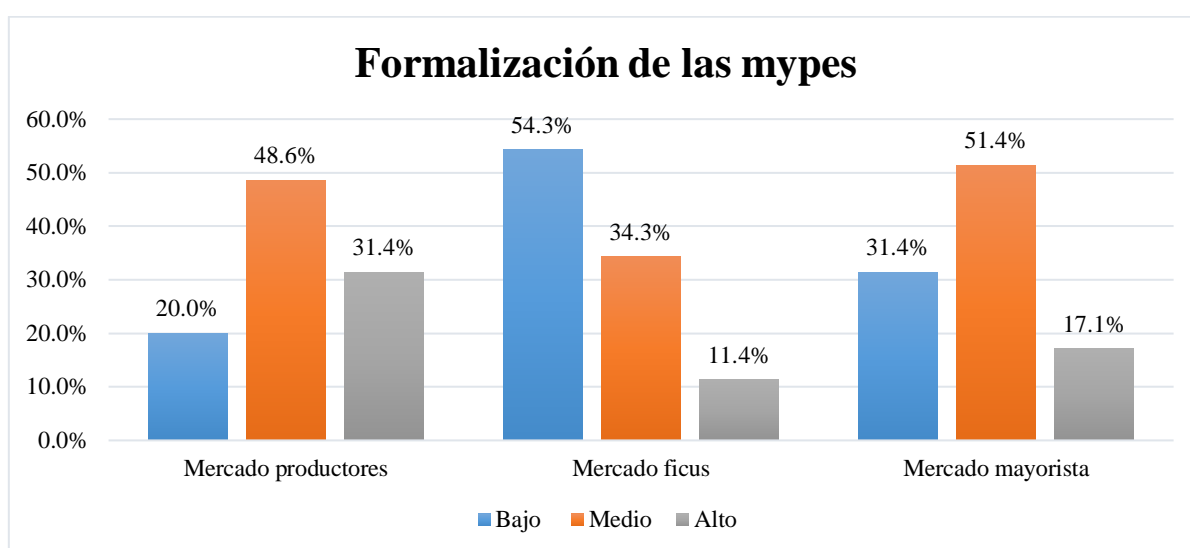


Figura 1. Percepción de formalización de las mypes.

En la tabla 6 y la figura 1, se visualiza a la variable formalización de las mypes, donde el 48,6% de los comerciantes manifiesta que la formalización de las mypes del mercado productores se encuentra en el nivel medio, el 31,4% manifiesta que la formalización de las mypes es alto en el mercado productores y el 20% exhibe que la formalización de las mypes es bajo. Asimismo, el 54,3% los comerciantes manifiestan que la formalización de las mypes del mercado ficus es bajo, el 34,3% los comerciantes revelan que se encuentra en el nivel medio y el 11,4% de los comerciantes señala que es alto. Finalmente, el 51,4% de los comerciantes del mercado mayorista señala que la formalización de las mypes se encuentra en el nivel medio, el 31,4% manifiesta que es bajo y el 17,1% de los comerciantes relevan que la formalización de las mypes es alto en el mercado mayorista.

Tabla 7
Ejecución factores administrativos.

Factores administrativos	Mercado productores		Mercado ficus		Mercado mayorista	
	f	%	f	%	f	%
Bajo	12	34,3%	13	37,1%	13	37,1%
Medio	20	57,1%	16	45,7%	17	48,6%
Alto	3	8,6%	6	17,1%	5	14,3%
Total	35	100%	35	100%	35	100%

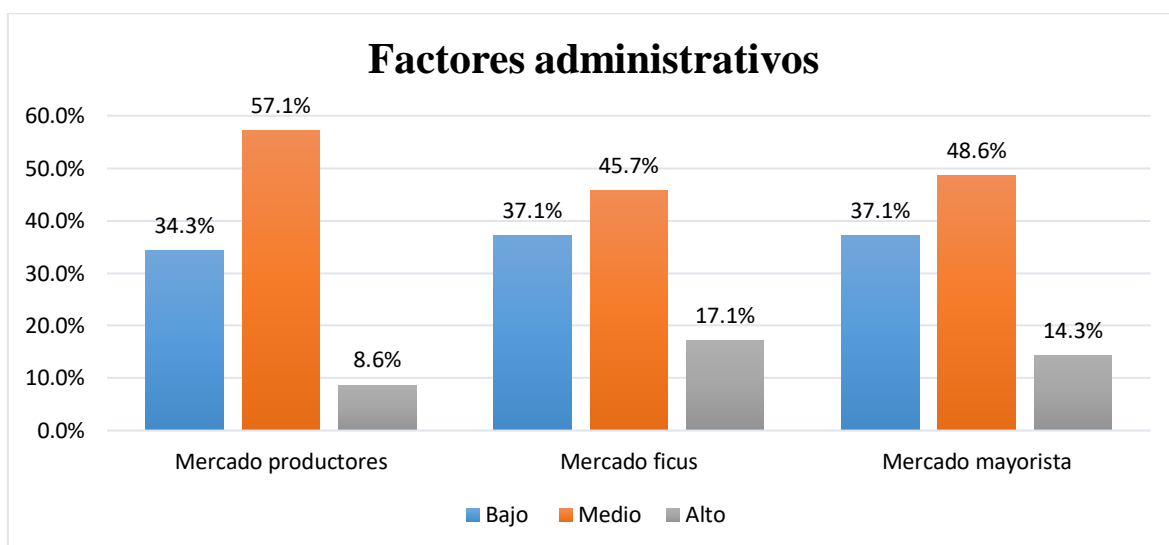


Figura 2. Percepción de factores administrativos.

En la tabla 7 y la figura 2 se visualiza a la dimensión factores administrativos, donde el 57,1% de los comerciantes manifiesta que los factores administrativos del mercado productores se encuentran en el nivel medio, el 34,3% manifiesta que el factor administrativo es bajo en el mercado productores y el 8,6% exhibe que el factor administrativo es alto. Asimismo, el 45,7% los comerciantes manifiestan que los factores administrativos del mercado ficus se encuentra en el nivel medio, el 37,1% los comerciantes revelan que es bajo y el 17,1% de los comerciantes señala que es alto. Finalmente, el 48,6% de los comerciantes del mercado mayorista señala que los factores administrativos se encuentran en el nivel medio, el 37,1% manifiesta que es bajo y el 14,3% de los comerciantes relevan que los factores administrativos son altos en el mercado mayorista.

Tabla 8
Ejecución factores operativos.

Factores operativos	Mercado productores		Mercado ficus		Mercado mayorista	
	f	%	f	%	f	%
Bajo	5	14,3%	12	34,3%	13	37,1%
Medio	18	57,4%	19	54,3%	17	48,6%
Alto	12	34,3%	4	11,4%	5	14,3%
Total	35	100%	35	100%	35	100%

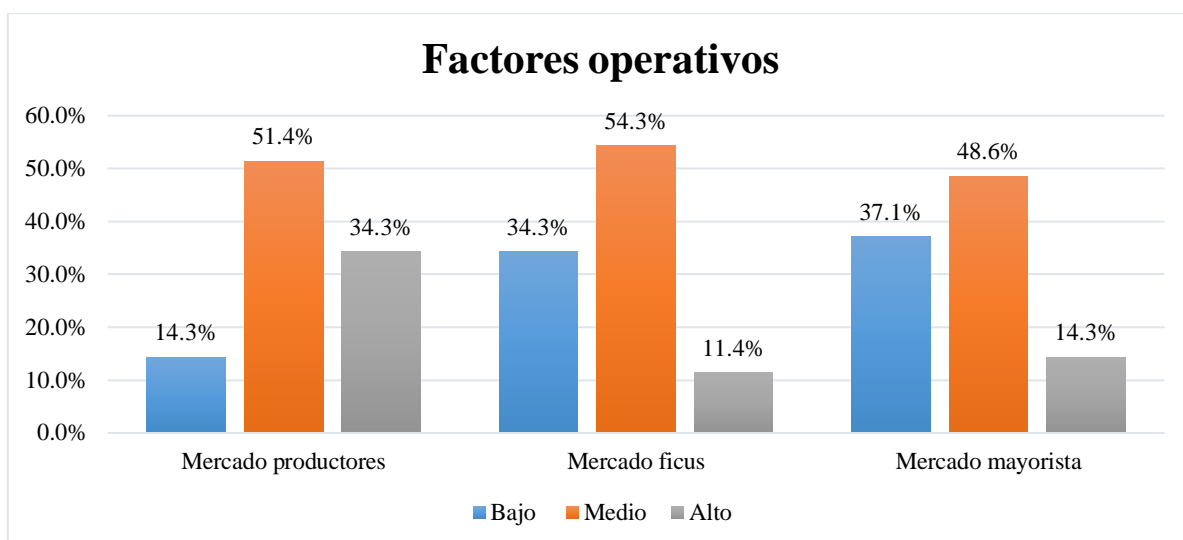


Figura 3. Percepción de factores operativos.

En la tabla 8 y la figura 3, se percibe a la dimensión factores operativos, donde el 51,4% de los comerciantes manifiesta que los factores operativos del mercado productores se encuentran en el nivel medio, el 34,3% manifiesta que el factor operativo es alto en el mercado productores y el 14,3% exhibe que el factor operativo es bajo. Asimismo, el 54,3% los comerciantes manifiestan que los factores operativos del mercado ficus se encuentra en el nivel medio, el 34,3% los comerciantes revelan que es bajo y el 11,4% de los comerciantes señala que es alto. Finalmente, el 48,6% de los comerciantes del mercado mayorista señala que los factores operativos se encuentran en el nivel medio, el 37,1% manifiesta que es bajo y el 14,3% de los comerciantes relevan que los factores operativos son altos en el mercado mayorista.

Tabla 9
Ejecución factores estratégicos.

Factores estratégicos	Mercado productores		Mercado ficus		Mercado mayorista	
	f	%	f	%	f	%
Bajo	13	37,1%	18	51,4%	6	17,1%
Medio	18	51,4%	11	31,4%	17	48,6%
Alto	4	11,4%	6	17,1%	12	34,3%
Total	35	100%	35	100%	35	100%

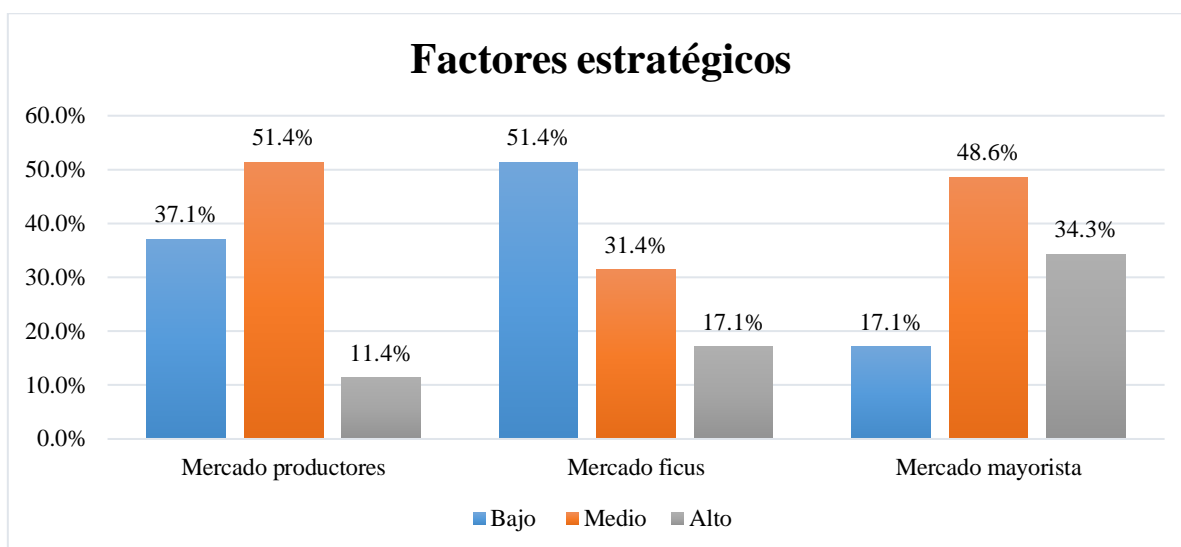


Figura 4. Percepción de factores estratégicos.

En la tabla 9 y la figura 4, se visualiza a la dimensión factores estratégicos, donde el 51,4% de los comerciantes manifiesta que los factores estratégicos del mercado productores se encuentran en el nivel medio, el 37,1% manifiesta que el factor estratégico es bajo en el mercado productores y el 11,4% exhibe que el factor estratégico es alto. Asimismo, el 51,4% los comerciantes manifiestan que los factores estratégicos del mercado ficus es bajo, el 31,4% los comerciantes revelan que se encuentra en el nivel medio y el 17,1% de los comerciantes señala que es alto. Finalmente, el 48,6% de los comerciantes del mercado mayorista señala que los factores estratégicos se encuentran en el nivel medio, el 34,3% manifiesta que es alto y el 17,1% de los comerciantes relevan que los factores estratégicos son bajos en el mercado mayorista.

Tabla 10
Ejecución factores externos.

Factores externos	Mercado productores		Mercado ficus		Mercado mayorista	
	f	%	f	%	f	%
Bajo	8	22,9%	12	34,3%	6	17,1%
Medio	16	45,7%	17	48,6%	16	45,7%
Alto	11	31,4%	6	17,1%	13	37,1%
Total	35	100%	35	100%	35	100%

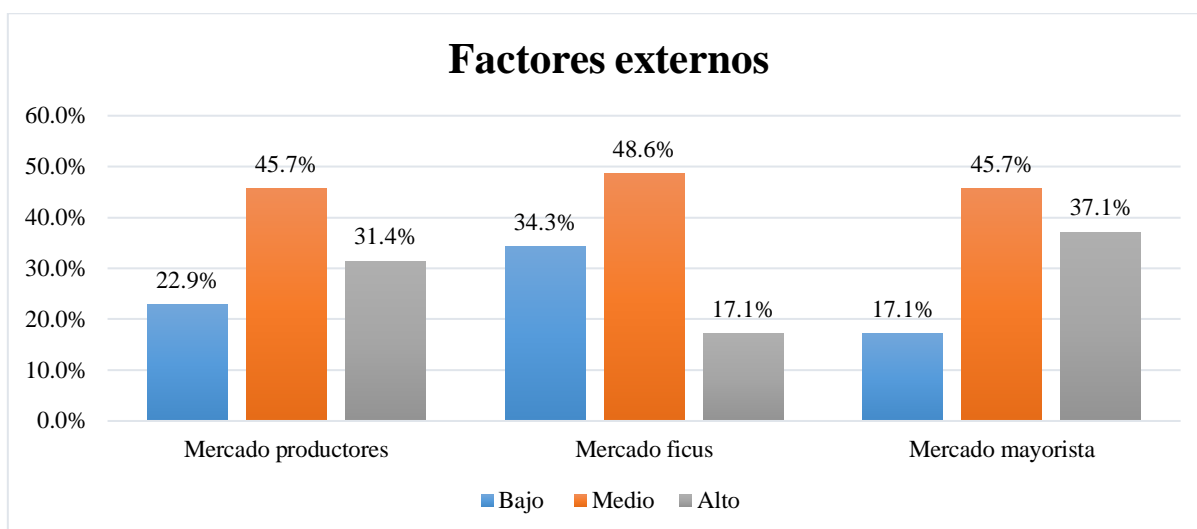


Figura 5. Percepción de factores externos.

En la tabla 10 y la figura 5, se visualiza a la dimensión factores externos, donde el 45,7% de los comerciantes manifiesta que los factores externos del mercado productores se encuentran en el nivel medio, el 31,4% manifiesta que el factor externo es alto en el mercado productores y el 22,9% exhibe que el factor externo es bajo. Asimismo, el 48,6% los comerciantes manifiestan que los factores externos del mercado ficus es medio, el 34,3% los comerciantes revelan que es bajo y el 17,1% de los comerciantes señala que es alto. Finalmente, el 45,7% de los comerciantes del mercado mayorista señala que los factores externos se encuentran en el nivel medio, el 37,1% manifiesta que es alto y el 17,1% de los comerciantes relevan que los factores externos son bajos en el mercado mayorista.

Tabla 11
Ejecución factores personales.

Factores personales	Mercado productores		Mercado ficus		Mercado mayorista	
	f	%	f	%	f	%
Bajo	10	28,6%	12	34,3%	6	17,1%
Medio	19	54,3%	17	48,6%	18	51,4%
Alto	6	17,1%	6	17,1%	11	31,4%
Total	35	100%	35	100%	35	100%

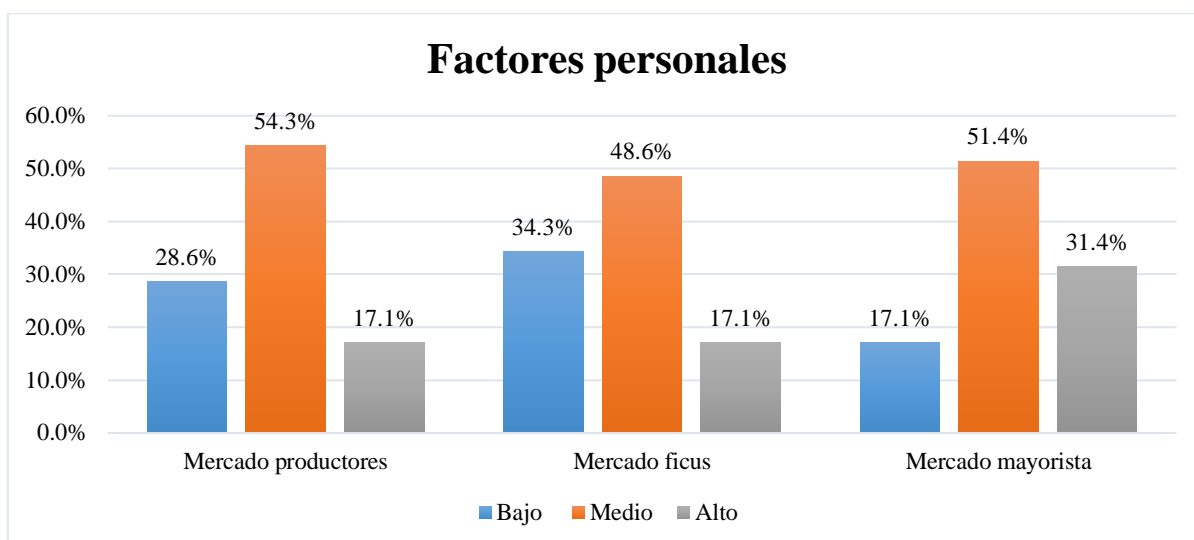


Figura 6. Percepción de factores personales.

En la tabla 11 y la figura 6, se percibe a la dimensión factores personales, donde el 54.3% de los comerciantes manifiesta que los factores personales del mercado productores se encuentran en el nivel medio, el 28,6% manifiesta que el factor personal es bajo en el mercado productores y el 17,1% exhibe que el factor externo es alto. Asimismo, el 48,6% los comerciantes manifiestan que los factores personales del mercado ficus se encuentra en el nivel medio, el 34,3% los comerciantes revelan que es bajo y el 17,1% de los comerciantes señala que es alto. Finalmente, el 51,4% de los comerciantes del mercado mayorista señala que los factores personales se encuentran en el nivel medio, el 31,4% manifiesta que es alto y el 17,1% de los comerciantes relevan que los factores personales son bajos en el mercado mayorista.

3.2. Contraste de hipótesis

Hipótesis general: Diferencia de la formalización de Mypes

H₀: No existen diferencia en la formalización de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

H₁: Existe diferencia en la formalización de las mypes del mercado Santa Anita distrito de Santa Anita Lima 2019.

En estadística, la prueba de Kruskal-Wallis (de William Kruskal y W. Allen Wallis) es un método no paramétrico para probar si un grupo de datos proviene de la misma población. Intuitivamente, es idéntico al ANOVA con los datos reemplazados por categorías. Es una extensión de la prueba de la U de Mann-Whitney para 3 o más grupos.

Tabla 12

Comparación de la percepción de la formalización de las mypes, según Prueba de Kruskal-Wallis.

	Grupo	N	Rango promedio
Formalización de las Mypes	Mercado productores Santa Anita	35	60.85
	Mercado los Ficus de Santa Anita	35	160.61
	Mercado mayorista de Santa Anita	35	140.04
	Total	105	

Estadísticos de contraste^{a,b}

	Formalización de las Mypes
Chi-cuadrado	92,215
gl	2
Sig. asintótica	,000

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: Grupo

Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.000 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de la formalización de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 60.85, 160.61 y 140.04 respectivamente. Estos resultados obtenidos para un nivel de confianza del 95% arrojan una significancia de 0.000, ante estas evidencias estadísticas presentadas se toma la decisión de rechazar la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa. Por tanto: Existe diferencia en

la formalización de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Hipótesis específica 1: Diferencia de factores administrativos de Mypes

H₀: No existen diferencia en los factores administrativos en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

H₁: Existe diferencia en los factores administrativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Tabla 13

Comparación de la percepción de los factores administrativos, según Prueba de Kruskal-Wallis.

	Grupo	N	Rango promedio
Factores administrativos de las Mypes	Mercado productores Santa Anita	35	63,08
	Mercado los Ficus de Santa Anita	35	157,35
	Mercado mayorista de Santa Anita	35	141,08
	Total	105	

Estadísticos de prueba^{a,b}

	Factores administrativos de las Mypes
Chi-cuadrado	92,215
gl	2
Sig. asintótica	,000

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Grupo

Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.000 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de factores administrativos de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 63.08, 157.35 y 141.08. Por tanto: Existe diferencia en los factores administrativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Hipótesis específica 2: Diferencia de factores operativos de Mypes

H₀: No existen diferencia en los factores operativos de las mypes del mercado Santa Anita distrito de Santa Anita Lima 2019.

H₁: Existe diferencia en los factores operativos de las mypes del mercado Santa Anita distrito de Santa Anita Lima 2019.

Tabla 14

Comparación de la percepción de los factores operativos, según Prueba de Kruskal-Wallis.

	Grupo	N	Rango promedio
Factores administrativos de las Mypes	Mercado productores Santa Anita	35	65,13
	Mercado los Ficus de Santa Anita	35	167,58
	Mercado mayorista de Santa Anita	35	128,79
	Total	105	

Estadísticos de prueba^{a,b}

	Factores operativos de las Mypes
Chi-cuadrado	89,181
gl	2
Sig. asintótica	,000

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Grupo

Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.000 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de factores operativos de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 65.13, 167.58 y 128,79. Por tanto: Existe diferencia en los factores operativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Hipótesis específica 3: Diferencia de factores estratégicos de Mypes

H₀: No existen diferencia en los factores estratégicos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

H₁: Existe diferencia en los factores estratégicos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Tabla 15

Comparación de la percepción de los factores estratégicos, según Prueba de Kruskal-Wallis.

	Grupo	N	Rango promedio
Factores estratégicos	Mercado productores Santa Anita	35	43,39
	Mercado ficus Santa Anita	35	62,97
	Mercado mayorista Santa Anita	35	52,64
	Total	105	

Estadísticos de prueba^{a,b}

	Factores estratégicos
Chi-cuadrado	7,384
gl	2
Sig. asintótica	,025

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Grupo

Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.025 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de factores operativos de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 43,39, 62,97 y 52,64. Por tanto: Existe diferencia en los factores estratégicos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Hipótesis específica 4: Diferencia de factores externos de Mypes

H₀: No existen diferencia en los factores externos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

H₁: Existe diferencia en los factores externos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Tabla 16

Comparación de la percepción de los factores externos, según Prueba de Kruskal-Wallis.

	Grupo	N	Rango promedio
Factores externos	Mercado productores Santa Anita	35	62,93
	Mercado ficus Santa Anita	35	56,94
	Mercado mayorista Santa Anita	35	39,13
	Total	105	

Estadísticos de prueba^{a,b}

	Factores externos
Chi-cuadrado	11,705
gl	2
Sig. asintótica	,003

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Grupo

Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.003 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de factores externo de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 62,93, 56,94 y 39,13. Por tanto: Existe diferencia en los factores externos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Hipótesis específica 5: Diferencia de factores personales de Mypes

H₀: No existen diferencia en los factores personales de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

H₁: Existe diferencia en los factores personales de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Tabla 17

Comparación de la percepción de los factores personales, según Prueba de Kruskal-Wallis.

	Grupo	N	Rango promedio
Factores personales	Mercado productores Santa Anita	35	66,23
	Mercado ficus Santa Anita	35	35,17
	Mercado mayorista Santa Anita	35	57,60
	Total	105	

Estadísticos de prueba^{a,b}

	Factores personales
Chi-cuadrado	20,666
gl	2
Sig. asintótica	,000

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Grupo

Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.000 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de factores personales de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 66,23, 33,17 y 57,60. Por tanto: Existe diferencia en los factores personales de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

IV. DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados de la investigación se resolvió lo que a continuación se describe:

Primero:

En cuanto al objetivo general el cual dice comparar el nivel de la formalización de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019. Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.000 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de la formalización de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 60.85, 160.61 y 140.04 respectivamente. Estos resultados obtenidos para un nivel de confianza del 95% arrojan una significancia de 0.000, ante estas evidencias estadísticas presentadas se toma la decisión de rechazar la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alternativa. Por tanto: Existe diferencia en la formalización de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

En este sentido, Rodríguez K, (2018), realizó un estudio titulado el problema del acceso al financiamiento de las pymes. El objetivo de la investigación fue analizar las limitaciones que tienen las pymes para acceder al financiamiento y el impacto que esto produce en sus proyectos, en el periodo 2015 -2016. Para optar el título de contador público, presentado en la universidad del este. La temática se desarrolló a partir de una investigación con método hipotético deductivo. El investigador llegó a la conclusión que Las Pymes Industriales es la principal fuente que impulsa el desarrollo económico del país, por lo que debe ser impulsado y brindarle todo el apoyo, ya que constituyen un gran fuente de empleo; los aportes dados fue que recomendó que se debían estimular el desarrollo de las mypes con la utilización de estímulos fiscales, realizando los procesos más sencillos y flexibles, donde se genere una nueva herramienta de fondeo que posea tasas competitivas, con plazos más cómodos y flexibles.

Por ende, al invertir su dinero asumen riesgos financieros. Si dejan empleos seguros, arriesgan su carrera. La tensión y el tiempo que se requiere para comenzar un negocio también pueden poner en peligro a su familia. Y los empresarios que se identifican muy

estrechamente con aventuras empresariales específicas enfrentan riesgos psicológicos ante la posibilidad del fracaso.

Segundo:

Para dar respuesta al primer objetivo específico comparar el nivel de los factores administrativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019. Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.000 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de factores administrativos de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 63.08, 157.35 y 141.08. Por tanto: Existe diferencia en los factores administrativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Juárez et al (2018), realizó un estudio titulado análisis del desarrollo de las microempresas del departamento de la paz hasta el año 2014. El objetivo de la investigación fue conocer los factores que inciden en el desarrollo de las microempresas del departamento de La Paz hasta el año 2014. Para optar el título de licenciado/a en administración de empresas, presentado en la universidad del Salvador. La temática se desarrolló a partir de una investigación con método hipotético deductivo, basado a la teoría de Ameconi (2004) quien manifestó que las microempresas abarcan tres sectores importantes: sector primario, sector secundario y sector terciario. El investigador llegó a la conclusión que en su investigación existe suficientes evidencias para rechazar la hipótesis nula (H_0): debido a que los factores políticos-legales no son acordes con el desarrollo microempresarial, que arrojo tener un nivel de significancia del 5%, por lo que se acepta la hipótesis alternativa (H_1): que los factores políticos-legales inciden tanto positivamente como de manera negativa en el desarrollo del sector microempresarial; los aportes dados fue que recomendó al gobierno que realizara la creación de un reglamento para operativizar la Ley MYPE donde realmente se apoye al sector microempresarial específicamente en los procesos de compras públicas, donde se garantice la rapidez para los procesos de pago y licitación de las microempresas, además de que realice acciones efectivas para combatir la delincuencia y garantizar la seguridad del sector empresarial.

La conclusión de la investigación realizada por Ameconi tiene relación con el objetivo comparar el nivel de los factores administrativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019. debido a que se debe crear leyes que permitan para operativizar al sector microempresarial específicamente en los procesos de compras públicas.

Tercero:

En cuanto al objetivo específico comparar el nivel de los factores operativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019. Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.000 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de factores operativos de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 65.13, 167.58 y 128,79. Por tanto: Existe diferencia en los factores operativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Obando (2018), realizó un estudio titulado análisis sectorial de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) de la provincia del guayas, periodo 2011 - 2013. El objetivo de la investigación fue analizar la participación de la MIPYMES en los procesos de producción y generación de empleo y su vinculación en el sector financiero de la economía, periodo 2011 -2013. Para optar el título de magíster en finanzas y proyectos corporativos, presentado en la universidad de Guayaquil. La temática se desarrolló a partir de una investigación cuantitativa utilizando la técnica de estadística descriptiva, basado a la teoría de CONAMYPE (2014) quien afirmo que el funcionamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas siempre han tenido y aún lo tienen un papel importante en el desarrollo económico de los países del mundo. El investigador llegó a la conclusión que las MIPYMES para el año 2011 estaban representadas por el 84,3 % del total de establecimientos, mientras que la gran industria el 15,7 %; además las MIPYMES poseían el 37,7 % de los trabajadores y mientras que la gran industria al 62.3 %; respecto al Producto Interno Bruto las MIPYMES aportaban el 13 % mientras que el aporte de la gran industria fue 87 %; los aportes dados por el autor fue su recomendación al Gobierno Nacional, de que promueva la creación de nuevas micro, pequeña y medianas empresas, MIPYMES, para que de esta manera aporten al Producto Interno Bruto del país, contribuyan con las exportaciones y generen empleo.

Cuarto:

En cuanto al objetivo específico comparar de los factores estratégicos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019. Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.025 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de factores operativos de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 43,39, 62,97 y 52,64. Por tanto: Existe diferencia en los factores estratégicos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Pájaro et al (2018), realizó un estudio titulado impacto de las políticas de apoyo a la creación de empresas en Cartagena de Indias, Colombia 2014-2015. El objetivo de la investigación fue evaluar el impacto de las políticas públicas de apoyo a la creación de microempresas formales. Para optar el título de maestría en gestión de empresas: pymes y economía social, presentado en la universidad internacional de Andalucía. Se apoyo en la teoría de Sánchez (2013) manifestó que los factores económicos están determinados por la coyuntura económica de cada país, región o municipio en el que actúa la empresa. La temática se desarrolló a partir de una investigación cuali-cuantitativo. El investigador llegó a la conclusión las políticas públicas relacionada con la creación MYPE, no ha tenido mayor impacto para la creación de nuevas empresas, ya que no cuentan con un medio efectivo de difusión de información que estimule que las personas aprovechen los incentivos para las micro y pequeñas empresas, existiendo una notable falta de articulación con las demás instituciones público privadas, lo que ha generado que estas políticas públicas que incentivan la creación de microempresas formales, se pierdan por falta de información; los aportes dados fue que recomendó al gobierno local y nacional, que realizara de manera urgente un mecanismo de divulgación y control de todas aquellos beneficios que ofrecen a los futuros empresarios, para que exista una coherencia entre lo ofrecido y lo aprovechado, abarcando a mayor cantidad de población y que realmente se dé el incremento de la creación de nuevas empresas.

Quinto:

En cuanto al objetivo específico comparar de los factores externos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.003 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de factores externo de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 62,93, 56,94 y 39,13. Por tanto: Existe diferencia en los factores externos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Alves S, y Barbaran C, (2017), realizaron un estudio titulado factores asociados a la formalización de microempresas en la ciudad de Iquitos. El objetivo de la investigación fue determinar los factores asociados a la formalización de las MYPE informales en la ciudad de Iquitos durante el año 2012. Para optar el título de licenciada en administración, presentado en la Universidad científica del Perú. Se apoyo en la teoría de Lombardi (2004) que menciona que en las regiones no existe una clara ubicación del espacio de promoción de las MYPES en la estructura del gobierno regional. La temática se desarrolló a partir de una investigación explicativa y descriptiva bajo el paradigma cuantitativo. El investigador llegó a la conclusión que las MYPES en Perú son la principal fuente de empleo, estando representa por el 98% de las empresas en el país, dentro de las cuales funcionan de manera informal un 55%, debido a que existen muchas trabas burocráticas que dificultan que las personas puedan realizar la formalización de la empresas; los aportes dados fue que recomendó que a los fines de estimular la formalización, al aplicarse dos medidas tributarias: primero, conceder un período de gracia para las nuevas empresas constituidas y, segundo, establecer impuestos escalonados, que se adecuen a la proporcionalidad, donde a mayor volumen de ventas mayor sea el pago, ya que pretender que MYPE pague la misma cantidad de impuesto que una empresa más grande desestimula a su formalización.

Sexto:

En cuanto al objetivo específico comparar de los factores personales de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019. Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.000 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de factores personales de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 66,23, 33,17 y 57,60. Por tanto: Existe diferencia en los factores personales de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

Alves S, y Barbaran C, (2017), realizaron un estudio titulado factores asociados a la formalización de microempresas en la ciudad de Iquitos. El objetivo de la investigación fue determinar los factores asociados a la formalización de las MYPE informales en la ciudad de Iquitos durante el año 2012. Para optar el título de Licenciada en administración, presentado en la Universidad científica del Perú. Se apoyo en la teoría de Lombardi (2004) que menciona que en las regiones no existe una clara ubicación del espacio de promoción de las MYPES en la estructura del gobierno regional. La temática se desarrolló a partir de una investigación explicativa y descriptiva bajo el paradigma cuantitativo. El investigador llegó a la conclusión que las MYPES en Perú son la principal fuente de empleo, estando representa por el 98% de las empresas en el país, dentro de las cuales funcionan de manera informal un 55%, debido a que existen muchas trabas burocráticas que dificultan que las personas puedan realizar la formalización de la empresas; los aportes dados fue que recomendó que a los fines de estimular la formalización, al aplicarse dos medidas tributarias: primero, conceder un período de gracia para las nuevas empresas constituidas y, segundo, establecer impuestos escalonados, que se adecuen a la proporcionalidad, donde a mayor volumen de ventas mayor sea el pago, ya que pretender que MYPE pague la misma cantidad de impuesto que una empresa más grande desestimula a su formalización.

V. CONCLUSIÓN

De acuerdo a los objetivos planteados y la contratación de hipótesis en la investigación surgen las siguientes conclusiones:

Primera: Se concluye que, si existe diferencia en la formalización de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019. Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.000 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de la formalización de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 60.85, 160.61 y 140.04 respectivamente. Estos resultados obtenidos para un nivel de confianza del 95% arrojan una significancia de 0.000, ante estas evidencias estadísticas presentadas se toma la decisión de rechazar la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alterna.

Segunda: Se concluye que, si existe diferencia en los factores administrativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019. Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.000 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de factores administrativos de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 63.08, 157.35 y 141.08.

Tercera: Se concluye que, si existe diferencia en los factores operativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019. Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.000 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de factores operativos de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 65.13, 167.58 y 128,79.

Cuarta: Se concluye que, si existe diferencia en los factores estratégicos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019. Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.025 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de factores

operativos de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 43,39, 62,97 y 52,64.

Quinta: Se concluye que, si existe diferencia en los factores externos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019. Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.003 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de factores externo de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 62,93, 56,94 y 39,13.

Sexta: Se concluye que, si existe diferencia en los factores personales de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019. Siendo el nivel de significancia bilateral de la prueba de Kruskal-Wallis y $p=0.000 < 0.05$. Se observa que la diferencia de rangos de factores personales de las Mypes es diferente por ser la misma cantidad de muestra, el rango promedio fue de 66,23, 33,17 y 57,60.

VI. RECOMENDACIÓN

Primera: Se recomienda a los comerciantes que deben solicitar asesoramiento para capacitar en los temas de formalización para que puedan tener acceso al sistema financiero formal, deben buscar ayuda del estado mediante programas para las mypes. A la vez, buscar orientación de personas especializadas y entidades reguladoras para que entiendan la importancia de pagar sus impuestos y por ende podrán contar con beneficios sociales.

Segunda: Se recomienda a los responsables de la Municipalidad que ayuden a crear conciencia a los microempresarios de importancia de la formalización esto ayudará al crecimiento económico del distrito y del comerciante realizando capacitaciones apoyando en ferias estacionales como: día de la madre, navidad, campaña escolar entre otras.

Tercera: Se recomienda a los comerciantes que deben manejar el control de inventario mediante un sistema de compras y ventas simple o básico de tal manera que el comerciante lo pueda trabajar. Sobre todo, pedir apoyo para capacitación y acompañamiento para el manejo y sistemas informáticos. De esta manera, a los clientes les ayudará a que sus ventas puedan realizar mediante medios de pago.

Cuarta: Se recomienda a los empresarios contar con la misión y visión de su negocio, sabe a dónde direcciones para cumplir con los objetivos establecidos. Solicitar a las entidades financieras `prestamos que puedan cubrir sus necesidades como la del capital de trabajo o activo fijo que sientan los microempresarios que los bancos están pendiente de su crecimiento.

Quinta: Se recomienda que los comerciantes deben saber que el pagar de sus tributos e impuestos tener licencia incrementaran sus oportunidades de crecimiento. Los cuales, permitirán poder trabajar con el estado, bajo modalidad de licitaciones y también aportan un crecimiento a la economía del país. Es decir, que no consideren al estado como una amenaza o una traba. También, considerar la posibilidad que los microempresarios busquen ayuda en entidades del gobierno

como lo programas para las micro, pequeña y mediana empresa (PYMMES) para lograr apoyo y así de esta manera poder salir adelante, con esfuerzo, constancia, responsabilidad en sus diversas actividades.

Sexta: Se recomienda a los comerciantes una capacitación personal donde se puedan motivar para hacerle sentir todo lo que pueda llevar hacer en su negocio. Asimismo, se recomienda que estos comerciantes para el proyecto que quieren emprender deben formar una asociación y estén representados por un presidente para que lleven un mejor control del requerimiento que puedan necesitar. Para el financiamiento de loa créditos lo podemos trabajar de manera atomizada con el respaldo de aval de la asociación.

Referencias

- Aemark, (2016). *XXVIII Congreso de Marketing. AEMARK 2016 León*. Editorial ESIC
- Agudelo B. (2019). *Formación del talento humano y la estrategia organizacional en empresas de Colombia*. Revista *Entramado ciencias sociales*, vol. 15, no. 1, pág. 116-137, <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v15n1/1900-3803-entra-15-01-116.pdf>
- Albisetti R. (2018). *Finanza empresarial: Estrategia, mercados y negocios estructurados*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana
- Alves S. y Barbaran C. (2017). *Factores asociados a la formalización de microempresas en la ciudad de Iquitos*. [tesis presentada en cumplimiento de los requerimientos para el grado académico de licenciado en administración], <http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/172/ALVES-BARBARAN-1-Trabajo-Factores.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Amor F. (2017). *El Problema del Acceso al Financiamiento de las pymes*. [tesis presentada en cumplimiento de los requerimientos para el grado académico de Contador público], https://repositorio.utdt.edu/bitstream/handle/utdt/11134/MBA_2017_Amor.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arellano O et al. (2017). *Estudio de la Aplicación del Método de Costos ABC en las Mypes del Ecuador*. Revista de investigación *Altoandín*, vol. 19 núm. 1, pág. 33-46, <http://www.scielo.org.pe/pdf/ria/v19n1/a04v19n1.pdf>
- Armijos F. Bermúdez A. y Mora N. (2019). *Gestión de administración de los recursos humanos*. Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos Universidad y Sociedad, vol. 11, núm. 4, pág. 163-170, <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n4/2218-3620-rus-11-04-163.pdf>
- Avolio, B. Mesones, A. y Roca, E. (2016). *Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas empresas en el Perú (Mypes)*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Batu K. Yüceyılmaz H. y Çilesiz A. (2020). *In emerging economies, the effect of excessive credit growth and non - performing loans on banking crisis*. Revista *Contaduría y Administración*, vol. 65, núm. 1, pág. 1-21, <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v65n1/0186-1042-cya-65-01-e161.pdf>
- Baylis J. Wirtz J. y Gra C. (2016). *Strategy in the Contemporary World: An Introduction to Strategic Studies*. Editorial Oxford University Press.
- Bayón J. (2019). *Fundamentos de estrategia*. Editorial Elearning, S.L

- Becerra M. y Cortes E. (2018). *Factores de permanencia empresarial de las microempresas del sector comercio de Puerto Vallarta, Jalisco*. Revista iberoamericana, Vol. 9, Núm. 17, pág. <http://www.scielo.org.mx/pdf/ride/v9n17/2007-7467-ride-9-17-865.pdf>
- Beltrán R. Sansores E. y Gómez G. (2020). *Reflexiones sobre la gestión de la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina*. Editorial Página Seis
- Benzo R., Mohsen M, y Fourali C, (2017). *Marketing Research: Planning, Process, Practice*. Editorial SAGE
- Bermúdez Y. y Mejías A. (2018). *Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas*. Revista Ingeniería Industrial, Vol. XXXIX, Numero 3, pág. 315-325, <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v39n3/1815-5936-rii-39-03-315.pdf>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación* (3 ed.). Bogotá D.C.: Pearson Educación.
- Blanco A. Prado A. Mercado C. (2016). *Introducción al marketing y la comunicación en la empresa* 2ª edición, editorial ESIC
- Borja et al. (2018). *Competitividad y eficiencia en la producción de frijol en condiciones de temporal con tecnología tradicional y recomendada*. Revista Fitotec. Mexvol.41 no.4, pág. 443 – 450, <http://www.scielo.org.mx/pdf/rfm/v41n4/0187-7380-rfm-41-04-443.pdf>
- Boyd C. Mathuria A. y Stebila D. (2019). *Protocols for Authentication and Key Establishmen*. Editorial Springer Nature.
- BPP Learning Media (2017). *ACCA P3 Business Analysis*. Editorial BPP Learning Media
- Brijs B. (2016). *Business Analysis for Business Intelligence*. Editorial CRC Press
- Bruno R. y Peinado J. (2012). *Estratégia, competências e desempenho em empresas de pet shop: evidências de um levantamento em Curitiba*. Revista São Paulo v.47, n.4, p.609-623 <https://www.scielo.br/pdf/rausp/v47n4/a08v47n4.pdf>
- Camacho A. y Machado E. (2017). *Optimización de los niveles de inventario con enfoque colaborativo en una cadena de suministros de servicios turísticos*. Revista Retos de la Dirección, volumen 11 numero 2, pág. 158-176, <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v11n2/rdir10217.pdf>
- Canavire G. Urrego J. y Saavedra F. (2017). *Informality and Mobility in the Labor Market: A pseudopanel's approach*. Revista LAJED, volumen 27, numero 1, pág. 57 – 75, http://www.scielo.org.bo/pdf/rlde/n27/n27_a04.pdf

- Carassale et al. (2016). *La experiencia como hecho social: Ensayos de sociología cultural*. Editorial FLACSO
- Carrasco (2014). *Metodología de la investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos. 1(2), 12-34.
- Cotrim D. y da Silva L. (2020). *Ações do Governo Federal no combate à coronacrise: limites, insuficiências e escassos acertos*. Revista de Saúde Coletiva, Rio de Janeiro, vol. 30, núm. 2, pág. 1-22, <https://www.scielo.br/pdf/physis/v30n2/0103-7331-physis-30-02-e300225.pdf>
- Cruz J. (2018). *La calidad de vida laboral y el estudio del recurso humano: una reflexión sobre su relación con las variables organizacionales*. Revista pensamiento y gestión, Vol. 1, núm. 45, pág. 45, <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n45/2145-941X-pege-45-58.pdf>
- Cruz J. Blandón A. y Cruz D. (2018). *Pertinencia de los instrumentos de desarrollo empresarial ofertados por entidades que conforman la comisión regional de competitividad e innovación del departamento del Quindío*. Revista tendencias, Volumen XIX Numero 1, pág. 46-68 <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v19n1/2539-0554-tend-19-01-00046.pdf>
- Da Silva et al. (2018). *Formação do empreendedor social e a educação formal e não formal: um estudo a partir de narrativas de história de vida*. Revista aval. pol. públ. Educ., Rio de Janeiro, v. 26, n. 99, p. 471-504, <https://www.scielo.br/pdf/ensaio/v26n99/1809-4465-ensaio-S0104-403620180026000960.pdf>
- Díaz C. (2017). *Estrategias para la formalización de las mypes en el distrito de Pimentel 2016*, [tesis presentada en cumplimiento de los requerimientos para el grado académico de licenciado en administración], <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/4588>
- Díaz D. (2018). *La línea estratégica de mitigación del riesgo en los planes de manejo de los sitios de Patrimonio Mundial: propuesta de un sistema de indicadores y su aplicación en Italia*. Revista Intervención, volumen 9, numero 17, pág. 48-64, <http://www.scielo.org.mx/pdf/inter/v9n17/2007-249X-inter-9-17-48.pdf>
- Farazmand A. (2019). *Handbook of Comparative and Development Public Administration*. Editorial CRC Press.
- Fernández E. (2019). *Innovar para competir*. Editorial Ediciones Pirámide.

- Fernando G. (2016). *Dirección y contabilidad financiera*. Editorial Universidad de Navarra SA, EUNSA
- Ferro J. (2020). *Curso monográfico de Inteligencia Emocional Aplicada a la esfera personal y laboral*. Editorial José Manuel Ferro Veiga
- García G. (2018). *Casos de investigación. Una práctica empresarial*. Editorial ESIC
- Giesecke M. (2017). *Estrategia de segmentación del mercado de una empresa*. Editorial GRIN Verlag
- Gómez N. y González E. (2018). *Gestión del talento humano en las plazas de mercado en Colombia, ¿un proceso exiguo o en construcción?* Revista Aletheia, vol. 10, núm. 1, pág. 148-169, <http://www.scielo.org.co/pdf/aleth/v10n2/2145-0366-aleth-10-02-148.pdf>
- González D. (2020). *Psicología de la Motivación: ¡¡MOTIVATE a Leerlo!* Editorial Independently Published
- Gubareva A. Kovalenko E. y Kovalenko N. (2018). *La educación como factor líder en el desarrollo de la sociedad*. Revista pedagógica de la Universidad de Cienfuegos, Volumen 14, Número 62, pág. 60-62, <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v14n62/rc106218.pdf>
- Gutiérrez J. (2016). *Enciclopedia de Lingüística Hispánica, Volumen I*. Editorial ilustrada
- Guyora B. (2016). *The Oxford Introductions to U.S. Law Income Tax Law*. Editorial Oxford University Press
- Hair J. Ortinau D. y Harrison D. (2020). *Leaf for Essentials of Marketing Research*. Editorial McGraw-Hill Education
- Hernández W. (2019). *Género en el Perú: Nuevos enfoques, miradas interdisciplinarias*. Editorial Fondo editorial Universidad de Lima.
- Hernández, Fernández y Baptista (2014). *Metodología de la investigación*, México: Mac Graw Hill: Interamericana.
- Hernández, R y Mendoza. C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*. México. Edición McGraw-Hill Educación.
- Juárez et al. (2015). *Análisis del desarrollo de las microempresas del departamento de la paz hasta el año 2014*. [tesis presentada en cumplimiento de los requerimientos para el grado académico de licenciado/a en administración de empresas], <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/8369/1/TESIS-FINAL.pdf>

- Jurburg D. Tanco M. (2017). *Análisis de los factores operativos que afectan la productividad en Pymes*. Revista Dialnet, núm. 15, pág. 7-23, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6296077>
- Kumar R. y David G. (2018). *Day Marketing Research*. Editorial Wiley
- Leyva A. Arroyo J. y Espejel J. (2018). *Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes*. Revista Contaduría y Administración, volumen 63, numero 3, pág. 1-21 <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v63n3/0186-1042-cya-63-03-00003.pdf>
- Luciani L. Zambrano A. y González A. (2019). *MIPYMES ecuatorianas: Una visión de su emprendimiento, productividad y competitividad en aras de mejora continua*. Revista COODES, Vol. 7, No. 3, pág. 313-332, <http://scielo.sld.cu/pdf/cod/v7n3/2310-340X-cod-7-03-313.pdf>
- Marchena J. (2018). *Origen, crisis empresarial y privatización encubierta de la Central Azucarera del Tempisque (CATSA), Guanacaste, Costa Rica (1975-1990)*. Revista Rupturas, volumen 8, numero 1, pág. 1-39, <https://www.scielo.sa.cr/pdf/rup/v8n1/2215-2989-rup-8-01-1.pdf>
- Mark L. (2020). *Organizing Corporate and Other Business Enterprises*. Editorial Lexis Nexis
- Márquez L. (2020). *El capital inmobiliario-financiero y la producción de la ciudad latinoamericana hoy*. Revista Artigo, vol. 22, núm. 49, pág. 665-682, <https://www.scielo.br/pdf/cm/v22n49/2236-9996-cm-22-49-0665.pdf>
- Matthew J. y Oliver P. (2016). *Market Research in Practice: An Introduction to Gaining Greater Market Insight*. Editorial Kogan Page
- Medina N. (2018). *Manual. Gestión de equipos eficaces: influir y motivar (ADGD120PO). Especialidades formativas*. Editorial CEP
- Mendoza C. y Ortiz O. (2016). *Contabilidad financiera para contaduría y administración*. Editorial Universidad del Norte.
- Mittal M. y Shah N. (2016). *Optimal Inventory Control and Management Techniques*. Editorial IGI Global.
- Montoya C. y Boyero M. (2016). *El Recurso Humano como elemento Fundamental para la gestión de calidad y la Competitividad Organizacional*. Revista visión futuro, Vol. 20, núm. 2, http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082016000200001&lang=es

- Narváez J. Hidalgo W. y Coca J. (2019). *Estudio empírico del compromiso con el trabajo*. Revista Universidad y Sociedad, vol. 10, núm. 6, pág. 372-376, <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n2/2218-3620-rus-11-02-372.pdf>
- Nicola L. (2015). *Análisis sectorial de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) de la provincia del guayas, periodo 2011 – 2013*. [Tesis presentada en cumplimiento de los requerimientos para el Grado Académico magíster en finanzas y proyectos corporativos], <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8956/1/TESIS%20MIPYMES.pdf>
- Nieto C. (2019). *El trabajo social. Desde lo académico a la intervención social. Una mirada desde la perspectiva de la práctica profesional y experiencia laboral*. Editorial Midac, SL
- Owen J. (2018). *How to Manage: The definitive guide to effective management*. Editorial Pearson UK.
- Pájaro, J. (2015). *Impacto de las políticas de apoyo a la creación de empresas en Cartagena de Indias Colombia 2014-2015* (Tesis de maestría). Universidad Internacional de Andalucía, España. Recuperada de: http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/80/0058_Pajaro.pdf?sequence=1
- Parraguez et al. (2017). *El estudio y la investigación documental: Estrategias metodológicas y herramientas TIC*. Editorial Gerardo Chunga Chinguel
- Pawlowski E. et al. (2020). *O meme como estratégia de marketing institucional em redes sociais digitais*. Revista ARTIGOS, vol. 20, núm. 36, pág. 73-92, <http://www.scielo.mec.pt/pdf/mj/v20n36/v20n36a05.pdf>
- Pérez J. (2016). *Diccionario enciclopédico de la vieja escuela*. Editorial Grupo Planeta Spain
- Pérez K. (2018). *El vana como plataforma para la planeación financiera estratégica en las empresas cubanas*. Revista Cofín Habana, volumen 12, número 1, pág. 284-303, <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v12n1/cofin19118.pdf>
- Peters B. Pierre J. (2017). *The Next Public Administration: Debates and Dilemmas*. Editorial SAGE.
- Pieper J. (2017). *New Private Sector Providers in the Welfare State*. Editorial Springer.
- Quispe G. Arellano O. y Dante A. (2016). *Aplicación de la Auditoría en las MyPEs del Ecuador: Un estudio de la demanda*. Revista de investigación Altoandin, vol. 18 núm. 4, pág. 483-496, <http://www.scielo.org.pe/pdf/ria/v18n4/a12v18n4.pdf>

- Ramírez et al. (2016). *Informalidad laboral en los departamentos de Norte de Santander, Nariño, La Guajira y Cesar*. volumen 35 - Numero 62, pág. 125-145
<http://www.scielo.org.co/pdf/cenes/v35n62/v35n62a05.pdf>
- Ramos D. (2017). *La incidencia de los determinantes de informalidad de las mypes textiles de gamarra y su acceso al financiamiento bancario y no bancario 2016*. [tesis presentada en cumplimiento de los requerimientos para el grado académico de licenciado en administración],
http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2879/1/2017_Ramos_La-incidencia-de-los-determinantes-de-informalidad.pdf
- Real Academia Española. (2016). *Diccionario de la lengua Española*. Vigésimotercera edición, editorial Grupo Planeta Spain
- Ríos V. (2018). *Investigación de mercados. Aplicación al marketing estratégico empresarial*. Editorial ESIC
- Rodríguez K. (2018). *Financiamiento de Pymes industriales y dificultades en el acceso al crédito*. [tesis presentada en cumplimiento de los requerimientos para el grado académico de Contador público],
<http://dspace.biblio.ude.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/20/Rodriguez%20-%20Financiamiento%20de%20Pymes%20industriales%20y%20dificultades%20en%20el%20acceso%20al%20credito.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Rodríguez R. y Rosenstiehl J. (2018). *Gestión de operaciones y talento humano: un modelo de elección discreta*. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Vol. XIX, No. 2, Pág. 92-112,
<http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v19n2/2539-0554-tend-19-02-00092.pdf>
- Romero D. Pertuz V. y Orozco E. (2020). *Factores determinantes de competitividad e integración organizacional: revisión sistemática exploratoria*. Revista Información Tecnológica, Vol. 31, numero 5, pág. 21-32,
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v31n5/0718-0764-infotec-31-05-21.pdf>
- Sánchez y Reyes (2016). *Metodología y diseños en la investigación científica* (5ta. ed.). Perú: Business Support Aneth S.R.L.
- Soca R, (2016). *El origen de las palabras: diccionario etimológico ilustrado*. Editorial Rey Naranjo
- Tarziján J. (2018). *Fundamentos de estrategia empresarial: Quinta edición*. Editorial UC

- Tracy B. (2016). *Motivación*. Editorial Grupo Nelson
- Turienzo R. (2016). *El pequeño libro de la motivación*. Editorial Grupo Planeta
- Valderrama. S (2017). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Editorial San Marcos.
- Vásquez C. Wendlandt T. y López M. (2016). *La formalización administrativa de la pequeña y mediana empresa industrial alimentaria de ciudad obregón, sonora, México*. Revista Global de Negocios, Vol. 4, No. 2, pág. 33-44, <https://www.theibfr.com/download/rgn/2016-rgn/rgn-v4n2-2016/RGN-V4N2-2016-3.pdf>
- Vergaray F. (2018). *Factores de crecimiento y desarrollo de la micro y pequeña empresa en el distrito de Pomabamba, 2016*. [tesis presentada en cumplimiento de los requerimientos para el grado académico de contador público], <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2609>
- Vílchez C. et al. (2020). *Capacitación, remuneración promedio e impuestos como factores que explican la actitud hacia la regulación laboral en contextos de informalidad*, revista *Contaduría y Administración*. vol. 65, núm. 1, pág. 1-30, <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v65n1/0186-1042-cya-65-01-e152.pdf>
- Whitmore J. (2016). *Coaching: El método para mejorar el rendimiento de las personas*. editorial Grupo Planeta Spain
- Wise J. Hopkin D. y Garland D. (2016). *handbook of aviation human factors*. Editorial CRC Press.

Anexo 1: Instrumentos

Cuestionario sobre formalización de las mypes

Estimado empresario les saludamos cordialmente y agradecemos tu colaboración para responder esta encuesta, que brindará información importante a una investigación. Le rogamos un máximo de sinceridad y objetividad.

A continuación, marque con un aspa o una cruz sobre la alternativa que consideres correcta según la siguiente escala.

1	2	3	4	5
nunca	raramente	Ocasionalmente	frecuentemente	Muy frecuente
Totalmente en desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo
Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	importante	Muy importante

	Ítems	1	2	3	4	5
1	¿Su mype realiza gestión de recursos humanos?					
2	¿considera de importancia de su personal sea tratado bien?					
3	¿Manejan la contabilidad, balances contables y financieros como herramienta para la toma de decisiones?					
4	¿Se ha implementado una política de gestión administrativa para su empresa?					
5	¿Considera de importancia asistir a una capacitación de gestión de mypes?					
6	¿Se realizan capacitaciones periódicas para todo su personal?					
7	¿Cuentan con estrategias de marketing?					
8	¿Se manejan criterios técnicos para el establecimiento de los precios de sus productos					
9	Si quiero vender más , mis precios de ser más bajos de los demás					
10	¿tiene conocimiento de la magnitud de la producción de su negocio?					
11	¿La producción de su negocio tiene metas?					
12	¿se realizan un control de inventarios en forma periódica?					
13	¿Cuenta con un registro de proveedores?					
14	¿Cuenta con una línea de crédito en una institución bancaria?					
15	¿Es importante la ayuda de un banco para impulsar su negocio?					
16	¿Se realizan algún estudio de mercados para su negocio?					
17	¿Crees que los datos del mercadeo te son útiles?					
18	¿Cuenta con un plan de gestión de recursos humanos a largo plazo?					
19	¿Cuentas con un plan de crecimiento a largo plazo?					
20	¿Su negocio es víctima de algún acto de corrupción?					
21	¿Su negocio es afectados por la informalidad de sus proveedores?					
22	¿Su negocio cuenta con tecnología moderna en alguna área?					
23	¿Utiliza el internet o redes sociales para buscar clientes o proveedores?					
24	¿Tienes la capacidad para competir en el rubro que manejas?					
25	¿ha realizado un estudio de la competencia?					
26	¿Conoce si el estado le brinda alguna facilidad legal o tributaria como mype?					
27	¿Considera importante la facilidad que brinda el estado?					

28	¿Recibe alguna motivación por parte de personas que no tiene que ver en su negocio?					
29	¿Es importante recibir algún tipo de motivación?					
30	¿Posee una preparación académica para manejar su negocio?					
31	¿Asiste a alguna charlas sobre mypes?					
32	¿Tiene experiencias sobre administración de mypes?					
33	¿A tenido alguna experiencia en manejo de personal?					

Gracias por su colaboración

Anexo 2: Matriz de consistencia

TÍTULO: Formalización de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita

AUTORA: Alicia Francesca Bazo Mendoza

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
Problema general. ¿Cuál es el nivel de la formalización de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019	Objetivo general. Comparar el nivel de la formalización de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.	Hipótesis general. Existe diferencia en la formalización de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.	Variable : Formalización de las mypes			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores
			Factores administrativos	Gestión de recursos humanos Temas contables y financieros Gestión administrativa Capacitación	1,2,3,4,5,6	Nunca Casi nunca Algunas veces Casi siempre siempre
Problemas específicos. ¿Cuál es el nivel de factores administrativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019?	Objetivos específicos. Comparar el nivel de los factores administrativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019,	Hipótesis específicas. Existe diferencia en los factores administrativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019	factores operativo	Estrategia de marketing Establecimiento de préstamos. Producción Control de inventarios Proveedores	7,8,9,10,11,12,13	
¿Cuál es el nivel de factores operativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019?,	Comparar el nivel de los factores operativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019	Existe diferencia en los factores operativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019	factores estratégicos	Acceso capital Investigación de mercados Planeamiento a largo plazo	14,15,16,17,18,19	
¿Cuál es el nivel de factores estratégicos en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019?	Comparar de los factores estratégicos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.	Existe diferencia en los factores estratégicos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019,	factores externos	Corrupción/informalidad Tecnología Competencia Estado	20,21,22,23,24,25,26,27	
¿Cuál es el nivel de factores externos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019?	Comparar de los factores externos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019	Existe diferencia en los factores externos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019	Factores personales		28,29,30,31,32,33	
				Motivación de terceros Educación Experiencia		
¿Cuál es el nivel de factores personales de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y	Comparar de los factores personales de las mypes en	Existe diferencia en los factores personales de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y				

mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019?

mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019.

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

TIPO: Básica

Es también llamada empírica, eficaz o dinámica, y se encuentra directamente unido a la investigación básica, ya que depende de su revelación y aportes teóricos para poder producir mejora y confort a la sociedad Valderrama (2017) **DISEÑO:**

no experimental de corte transversal, ya que no se manipuló ni se sometió a prueba la variable de estudio. Es transversal porque se mide las variables en un espacio y tiempo único. “Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.155).

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población: Censal, es decir, constituida por 105 comerciantes.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

TÉCNICA:

Encuesta

INSTRUMENTOS:

Cuestionario con escala de actitudes LIKERT, de acuerdo a la siguiente Siempre (5)

Casi siempre (4)

A veces (3)

Casi nunca (2)

Nunca (1)

ESTADÍSTICA A UTILIZAR

DESCRIPTIVA:

Análisis descriptivo comparativo

- Presentación en tablas de frecuencia y figuras
- Interpretación de los resultados
- Análisis inferencial para prueba de hipótesis mediante Kruskal Wallis

Anexo 3: Tabla de especificaciones

Variable	Dimensiones	%	Nº Ítems	Indicadores	Ítems
Formalización de las Mypes	Factores administrativos	20%	6	Gestión de recursos humanos	Su mype realiza gestión de recursos humanos considera de importancia de su personal sea tratado bien
				Temas contables y financieros	Manejan la contabilidad, balances contables y financieros como herramienta para la toma de decisiones
				Gestión administrativa	Se ha implementado una política de gestión administrativa para su empresa considera de importancia asistir a una capacitación de gestión de mypes
				Capacitación	Se realizan capacitaciones periódicas para todo su personal
	Factores operativo	20%	7	Estrategias de marketing	Cuentan con estrategias de marketing
				Establecimiento de precios	Se manejan criterios técnicos para el establecimiento de los precios de sus productos Si quiero vender más, mis precios deben ser más bajos que los demás
				Producción	Tiene conocimiento de la magnitud de la producción de su negocio La producción de su negocio tiene metas
				Control de Inventarios	Se realizan un control de inventarios en forma periódica
				Proveedores	Cuenta con un registro de proveedores
	Factores estratégicos	20%	6	Acceso a capital	Cuenta con una línea de crédito en una institución bancaria Cuenta con un registro de proveedores
				Investigación de mercados	Se realizan algún estudio de mercados para su negocio Crees que los datos en el mercado te son útiles
				Planeamiento a largo plazo	Cuenta con un plan de gestión de recursos humanos a largo plazo Cuenta con un plan de crecimiento a largo plazo
	Factores externos	20%	8	Corrupción/informalidad	Su negocio es víctima de algún acto de corrupción Su negocio es afectado por la informalidad de sus proveedores
				Tecnología	Su negocio cuenta con tecnología moderna en alguna área Utiliza internet o redes sociales para buscar clientes o proveedores
				Competencia	Tienes la capacidad para competir en el rubro que manejas Ha realizado un estudio de la competencia
				Estado	Conoce si el estado le brinda alguna facilidad legal o tributaria como mype Considera importante la facilidad que brinda el estado
	Factores personales	20%	6	Motivación de terceros	Recibe alguna motivación por parte de personas que no tiene que ver en su negocio Es importante recibir algún tipo de motivación
				Educación	Posee una preparación académica para manejar su negocio Asiste a alguna charla sobre las mypes
Experiencia				Tiene experiencias sobre administración de mypes A tenido alguna experiencia en manejo de personal	

Anexo 4: Validaciones de juicio de expertos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Cuestionario sobre formalización de las mypes

Estimado empresario les saludamos cordialmente y agradecemos tu colaboración para responder esta encuesta, que brindará información importante a una investigación. Le rogamos un máximo de sinceridad y objetividad. A continuación, marque con un aspa o una cruz sobre la alternativa que consideres correcta según la siguiente escala.

1	2	3	4	5
nunca	raramente	Ocasionalmente	frecuentemente	Muy frecuente
Totalmente en desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo
Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	importante	Muy importante

Ítems	1	2	3	4	5
1 ¿Su mype realiza gestión de recursos humanos?		✓			
2 ¿considera de importancia de su personal sea tratado bien?					✓
3 ¿Manejan la contabilidad, balances contables y financieros como herramienta para la toma de decisiones?				✓	
4 ¿Se ha implementado una política de gestión administrativa para su empresa?				✓	
5 ¿Considera de importancia asistir a una capacitación de gestión de mypes?					✓
6 ¿Se realizan capacitaciones periódicas para todo su personal?.				✓	
7 ¿Cuentan con estrategias de marketing?			✓		
8 ¿Se manejan criterios técnicos para el establecimiento de los precios de sus productos			✓		
9 Si quiero vender más , mis precios de ser más bajos de los demás				✓	
10 ¿tiene conocimiento de la magnitud de la producción de su negocio?				✓	
11 ¿La producción de su negocio tiene metas?				✓	
12 ¿se realizan un control de inventarios en forma periódica?			✓		
13 ¿Cuenta con un registro de proveedores?		✓			
14 ¿Cuenta con una línea de crédito en una institución bancaria?				✓	
15 ¿Es importante la ayuda de un banco para impulsar su negocio?					✓
16 ¿Se realizan algún estudio de mercados para su negocio?			✓		
17 ¿Crees que los datos del mercadeo te son útiles?					✓
18 ¿Cuenta con un plan de gestión de recursos humanos a largo plazo?				✓	
19 ¿Cuentas con un plan de crecimiento a largo plazo?			✓		
20 ¿Su negocio es víctima de algún acto de corrupción?				✓	
21 ¿Su negocio es afectados por la informalidad de sus proveedores?				✓	
22 ¿Su negocio cuenta con tecnología moderna en alguna área?		✓			

23 ¿Utiliza el internet o redes sociales para buscar clientes o proveedores?				✓	
24 ¿Tienes la capacidad para competir en el rubro que manejas?				✓	
25 ¿ha realizado un estudio de la competencia?		✓			
26 ¿Conoce si el estado le brinda alguna facilidad legal o tributaria como mype?		✓			
27 ¿Considera importante la facilidad que brinda el estado?					✓
28 ¿Recibe alguna motivación por parte de personas que no tiene que ver en su negocio?					✓
29 ¿Es importante recibir algún tipo de motivación?		✓			
30 ¿Posee una preparación académica para manejar su negocio?					✓
31 ¿Asiste a alguna charlas sobre mypes?				✓	
32 ¿Tiene experiencias sobre administración de mypes?				✓	
33 ¿A tenido alguna experiencia en manejo de personal?				✓	

Gracias por su colaboración



Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Flores Beltrán Luján Alberto DNI: 10352413

Especialidad del validador: Mg. Gestión Pública

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de 10 del 2019

Firma del Experto Informante.
Especialidad



Cuestionario sobre formalización de las mypes

Estimado empresario les saludamos cordialmente y agradecemos tu colaboración para responder esta encuesta, que brindará información importante a una investigación. Le rogamos un máximo de sinceridad y objetividad. A continuación, marque con un aspa o una cruz sobre la alternativa que consideres correcta según la siguiente escala.

1	2	3	4	5
nunca	raramente	Ocasionalmente	frecuentemente	Muy frecuente
Totalmente en desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo
Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	importante	Muy importante

Items	1	2	3	4	5
1 ¿Su mype realiza gestión de recursos humanos?		✓			
2 ¿considera de importancia de su personal sea tratado bien?					✓
3 ¿Manejan la contabilidad, balances contables y financieros como herramienta para la toma de decisiones?				✓	
4 ¿Se ha implementado una política de gestión administrativa para su empresa?				✓	
5 ¿Considera de importancia asistir a una capacitación de gestión de mypes?					✓
6 ¿Se realizan capacitaciones periódicas para todo su personal?.				✓	
7 ¿Cuentan con estrategias de marketing?			✓		
8 ¿Se manejan criterios técnicos para el establecimiento de los precios de sus productos			✓		
9 Si quiero vender más , mis precios de ser más bajos de los demás				✓	
10 ¿tiene conocimiento de la magnitud de la producción de su negocio?				✓	
11 ¿La producción de su negocio tiene metas?				✓	
12 ¿se realizan un control de inventarios en forma periódica?			✓		
13 ¿Cuenta con un registro de proveedores?		✓			
14 ¿Cuenta con una línea de crédito en una institución bancaria?				✓	
15 ¿Es importante la ayuda de un banco para impulsar su negocio?					✓
16 ¿Se realizan algún estudio de mercados para su negocio?			✓		
17 ¿Crees que los datos del mercadeo te son útiles?					✓
18 ¿Cuenta con un plan de gestión de recursos humanos a largo plazo?				✓	
19 ¿Cuentas con un plan de crecimiento a largo plazo?			✓		
20 ¿Su negocio es víctima de algún acto de corrupción?				✓	
21 ¿Su negocio es afectados por la informalidad de sus proveedores?					✓
22 ¿Su negocio cuenta con tecnología moderna en alguna área?		✓			

23 ¿Utiliza el internet o redes sociales para buscar clientes o proveedores?				✓	
24 ¿Tienes la capacidad para competir en el rubro que manejas?				✓	
25 ¿ha realizado un estudio de la competencia?			✓		
26 ¿Conoce si el estado le brinda alguna facilidad legal o tributaria como mype?			✓		
27 ¿Considera importante la facilidad que brinda el estado?					✓
28 ¿Recibe alguna motivación por parte de personas que no tiene que ver en su negocio?					✓
29 ¿Es importante recibir algún tipo de motivación?			✓		
30 ¿Posee una preparación académica para manejar su negocio?					✓
31 ¿Asiste a alguna charlas sobre mypes?				✓	
32 ¿Tiene experiencias sobre administración de mypes?				✓	
33 ¿A tenido alguna experiencia en manejo de personal?				✓	

Gracias por su colaboración

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: OSCAR AUGUSTO BURGOS VERA DNI: 10673756

Especialidad del validador: ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

11 de 10 del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.



Cuestionario sobre formalización de las mypes

Estimado empresario les saludamos cordialmente y agradecemos tu colaboración para responder esta encuesta, que brindará información importante a una investigación. Le rogamos un máximo de sinceridad y objetividad. A continuación, marque con un aspa o una cruz sobre la alternativa que consideres correcta según la siguiente escala.

1	2	3	4	5
nunca	raramente	Ocasionalmente	frecuentemente	Muy frecuente
Totalmente en desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo
Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	importante	Muy importante

Ítems	1	2	3	4	5
1 ¿Su mype realiza gestión de recursos humanos?		✓			
2 ¿considera de importancia de su personal sea tratado bien?					✓
3 ¿Manejan la contabilidad, balances contables y financieros como herramienta para la toma de decisiones?				✓	
4 ¿Se ha implementado una política de gestión administrativa para su empresa?				✓	
5 ¿Considera de importancia asistir a una capacitación de gestión de mypes?					✓
6 ¿Se realizan capacitaciones periódicas para todo su personal?.				✓	
7 ¿Cuentan con estrategias de marketing?			✓		
8 ¿Se manejan criterios técnicos para el establecimiento de los precios de sus productos			✓		
9 Si quiero vender más , mis precios de ser más bajos de los demás				✓	
10 ¿tiene conocimiento de la magnitud de la producción de su negocio?				✓	
11 ¿La producción de su negocio tiene metas?				✓	
12 ¿se realizan un control de inventarios en forma periódica?			✓		
13 ¿Cuenta con un registro de proveedores?		✓			
14 ¿Cuenta con una línea de crédito en una institución bancaria?				✓	
15 ¿Es importante la ayuda de un banco para impulsar su negocio?					✓
16 ¿Se realizan algún estudio de mercados para su negocio?			✓		
17 ¿Crees que los datos del mercadeo te son útiles?					✓
18 ¿Cuenta con un plan de gestión de recursos humanos a largo plazo?				✓	
19 ¿Cuentas con un plan de crecimiento a largo plazo?			✓		
20 ¿Su negocio es víctima de algún acto de corrupción?				✓	
21 ¿Su negocio es afectados por la informalidad de sus proveedores?					✓
22 ¿Su negocio cuenta con tecnología moderna en alguna área?		✓			

23 ¿Utiliza el internet o redes sociales para buscar clientes o proveedores?				✓	
24 ¿Tienes la capacidad para competir en el rubro que manejas?				✓	
25 ¿ha realizado un estudio de la competencia?			✓		
26 ¿Conoce si el estado le brinda alguna facilidad legal o tributaria como mype?			✓		
27 ¿Considera importante la facilidad que brinda el estado?					✓
28 ¿Recibe alguna motivación por parte de personas que no tiene que ver en su negocio?					✓
29 ¿Es importante recibir algún tipo de motivación?			✓		
30 ¿Posee una preparación académica para manejar su negocio?					✓
31 ¿Asiste a alguna charlas sobre mypes?				✓	
32 ¿Tiene experiencias sobre administración de mypes?				✓	
33 ¿A tenido alguna experiencia en manejo de personal?				✓	

Gracias por su colaboración



Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: F. ALFREDO SANCHEZ V. DNI: 09078471

Especialidad del validador: Proyectos - Finanzas

.....de..... del 201...

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.
Especialidad



Cuestionario sobre formalización de las mypes

Estimado empresario les saludamos cordialmente y agradecemos tu colaboración para responder esta encuesta, que brindará información importante a una investigación. Le rogamos un máximo de sinceridad y objetividad. A continuación, marque con un aspa o una cruz sobre la alternativa que consideres correcta según la siguiente escala.

1	2	3	4	5
nunca	raramente	Ocasionalmente	frecuentemente	Muy frecuente
Totalmente en desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo
Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	importante	Muy importante

Ítems	1	2	3	4	5
1 ¿Su mype realiza gestión de recursos humanos?					
2 ¿considera de importancia de su personal sea tratado bien?					
3 ¿Manejan la contabilidad, balances contables y financieros como herramienta para la toma de decisiones?					
4 ¿Se ha implementado una política de gestión administrativa para su empresa?					
5 ¿Considera de importancia asistir a una capacitación de gestión de mypes?					
6 ¿Se realizan capacitaciones periódicas para todo su personal?.					
7 ¿Cuentan con estrategias de marketing?					
8 ¿Se manejan criterios técnicos para el establecimiento de los precios de sus productos					
9 Si quiero vender más , mis precios de ser más bajos de los demás					
10 ¿tiene conocimiento de la magnitud de la producción de su negocio?					
11 ¿La producción de su negocio tiene metas?					
12 ¿se realizan un control de inventarios en forma periódica?					
13 ¿Cuenta con un registro de proveedores?					
14 ¿Cuenta con una línea de crédito en una institución bancaria?					
15 ¿Es importante la ayuda de un banco para impulsar su negocio?					
16 ¿Se realizan algún estudio de mercados para su negocio?					
17 ¿Crees que los datos del mercadeo te son útiles?					
18 ¿Cuenta con un plan de gestión de recursos humanos a largo plazo?					
19 ¿Cuentas con un plan de crecimiento a largo plazo?					
20 ¿Su negocio es víctima de algún acto de corrupción?					
21 ¿Su negocio es afectados por la informalidad de sus proveedores?					
22 ¿Su negocio cuenta con tecnología moderna en alguna área?					
23 ¿Utiliza el internet o redes sociales para buscar clientes o proveedores?					
24 ¿Tienes la capacidad para competir en el rubro que manejas?					
25 ¿ha realizado un estudio de la competencia?					
26 ¿Conoce si el estado le brinda alguna facilidad legal o tributaria como mype?					
27 ¿Considera importante la facilidad que brinda el estado?					
28 ¿Recibe alguna motivación por parte de personas que no tiene que ver en su negocio?					
29 ¿Es importante recibir algún tipo de motivación?					
30 ¿Posee una preparación académica para manejar su negocio?					
31 ¿Asiste a alguna charlas sobre mypes?					
32 ¿Tiene experiencias sobre administración de mypes?					
33 ¿A tenido alguna experiencia en manejo de personal?					

Gracias por su colaboración

Anexo 6: Evidencias

Artículos científicos (revista *ProQuest*) – Formalización

Año, País	Título	Paráfrasis
2015 Perú	Análisis Estructural de las MYPEs y PYMEs)	El tamaño de la informalidad en el Perú es del 38.1 por ciento del producto bruto interno (PBI), mucho de esa informalidad se atañen a las micro y pequeñas empresas, estas a nivel nacional se concentran principalmente en actividades extractivas (agropecuaria y pesca).
2018 Perú	La Formalización, Financiamiento, Capacitación, Competitividad y la Rentabilidad en las Micro y Pequeñas Empresas, Chimbote, 2015-2018”.	formalización les proporciona ventajas como obtención de créditos, aumento de sus ventas y ayudándoles a posesionarse en el mercado, en el financiamiento las Mype han solicitado créditos de 1 a 5 veces, pagando una tasa de más del 20% anual, invirtiéndolo en capital de trabajo, en la capacitación las Mype consideran a que está es una inversión, y ha capacitado a su personal más de una vez en Marketing y atención al cliente, en la competitividad , la mayoría de las Mype cuenta con un plan estratégico
2016 Perú	CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y EL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO AGENCIAS DE TURISMO DE LA PLAZA DE ARMAS	Como instrumentos para promover la formalidad, se pueden identificar determinados beneficios tributarios otorgados según niveles de ingresos, concedidos por el Estado peruano para favorecer la formalización y promoción de la micro y pequeña empresa (MYPE). En el Perú la tasa de informalidad de las microempresas alcanza la cifra de 74.3% y 72.6% en 2004 y 2006, respectivamente, de lo que podemos desprender claramente que la disminución de los índices de informalidad es prácticamente nula. El grado de informalidad de las microempresas es muy significativo a pesar de los beneficios tributarios y otros incentivos que se les otorga y, por ello, el problema que abordamos radica en la irrelevancia de los beneficios tributarios en la decisión de los microempresarios de formalizar su negocio, y, por ende, en la ineficacia de dichos beneficios para estimular la incorporación de las microempresas al sistema formal, planteándonos como objetivo

	DEL DISTRITO DE LA MERCED, PROVINCIA CHANCHAMAYO, DEPARTAMENTO DE JUNÍN, AÑO 2015	principal determinar el impacto de dichos beneficios en la mencionada decisión, formulando, a su vez, como hipótesis principal el hecho de que no tienen impacto en ella
2017 Perú	La informalidad en los sectores económicos y la evasión tributaria en el Perú	El Perú es uno de los países de Latinoamérica que presenta mayores índices de informalidad empresarial lo cual conlleva a un alto grado de evasión tributaria. La actividad económica en condiciones de informalidad que existe en nuestro país se le atribuye, entre sus principales causas, el costo de la legalidad, las restricciones legales y actividades de fiscalización establecida por ley. El tema es importante porque pretende señalar la relación que existe entre la economía informal y la evasión tributaria, las cuales se enumeran, clasifican e informa aspectos relacionados con la realidad nacional. Desarrolla un marco teórico de los sectores económicos, la informalidad y evasión tributaria, analiza causas y consecuencias y por último presenta las conclusiones y recomendaciones con la finalidad de mejorar la recaudación tributaria en nuestro país.
2019 Perú	1. La gestión de calidad, la formalización, la competitividad, el financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las MYPES de la provincia de Satipo, 2017	objetivo determinar en qué medida el financiamiento y la rentabilidad se relacionan con el desarrollo de las micro y pequeñas empresas del cercado del distrito, provincia de Satipo, periodo 2016- 2017. La investigación fue de tipo cuantitativo, Nivel Descriptivo, se utilizó una población muestral de 20 MYPES a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 24 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: Respecto a los empresarios y la MYPES, el 85% de los representantes de las MYPES son dueños, el 35% tiene entre 36 y 45 años, el 55% es de género masculino, el 75% tiene grado de instrucción de prócer técnico, el 45% de la MYPES tiene de 11 años a más de presencia en el mercado, 90% tiene de 1 a 2 trabajadores, 100% son formales como persona natural, 85% están en régimen único simplificado y el 100% cuenta con equipo anti- incendio. Respecto al financiamiento de las

MYPES: el 80% ha solicitado préstamo, 40% solicito de una institución bancaria, el monto del crédito fue de S/. 7,500.00 soles a más, se pagó por un periodo no mayor a 12 meses. Respecto a la Rentabilidad de la MYPES: el 100% de los representantes legales encuestados manifestaron que el financiamiento si mejoro la rentabilidad de la empresa, el 50% se encuentran en el nivel de rentabilidad de 21% a 31%. Finalmente se concluye que las MYPES se consideran que el financiamiento ha incidido en la rentabilidad de las MYPES.

Anexo 7: Matriz de evidencia

Matriz de evidencias externas para la discusión

Variables: Empoderamiento Toma de Decisiones		
Autor (año)	Hipótesis	Prueba estadística
Ramos (2017)	factores administrativos de las mypes en mercado productores, mercado los Ficus y mercados mayorista distrito Santa Anita, 2019, es decir presenta un nivel de significativo, $p=0.000 < 0.05$. Es decir, no cuentan con un departamento administrativos, necesitan el apoyo de consultores o asesores y asesoría contables para que puedan acceder una facilidad crediticia.	Kruskal-Wallis Significancia bilateral $p=0.000 < 0.05$
Vivanco (2017)	Existe diferencia significativa con la tesis .en el nivel de formalización Hay una semejanza con la tesis de Vivanco (2017) quien concluyó que existe un clima de desorden comercial, esto como consecuencia de la falta de mejoramiento y modernización del Mercado, así como también la existencia de pequeños comerciantes informales no permanentes al entorno de dicho centro comercial.	Kruskal-Wallis Significancia bilateral $p=0.000 < 0.05$

Anexo 8: Detalle de confiabilidad

Base de dato de la prueba piloto de la formalización

	Formalización de las mypes																																	
	Factores administrativos						Factores operativos							Factores estratégicos						Factores externos							Factores personales							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	
1	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	5	3	1	5	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	3	3	5	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	
6	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	
7	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	1	1	1	5	5	1	1	1	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
8	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
9	5	3	3	3	3	5	5	3	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	
10	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	
11	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	
12	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
15	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	5	3	1	5	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	5	3	3	
16	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
19	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	5	3	1	5	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	5	3	3	
20	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	

Resultado de la prueba piloto de la variable la formalización

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,966	33

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	115,9000	639,779	,811	,964
VAR00002	116,0000	637,895	,862	,964
VAR00003	116,5000	657,211	,664	,965
VAR00004	116,5000	657,211	,664	,965
VAR00005	115,7000	639,695	,813	,964
VAR00006	115,6000	641,516	,789	,964
VAR00007	115,6000	641,516	,789	,964
VAR00008	115,7000	639,695	,813	,964
VAR00009	115,6000	647,411	,556	,965
VAR00010	115,6000	647,411	,556	,965
VAR00011	117,0000	635,579	,514	,966
VAR00012	117,3000	632,958	,661	,965
VAR00013	117,9000	656,200	,487	,965
VAR00014	116,5000	614,684	,697	,965
VAR00015	116,8000	612,379	,793	,964
VAR00016	117,6000	618,779	,822	,963
VAR00017	117,9000	617,042	,840	,963
VAR00018	117,9000	643,568	,735	,964
VAR00019	115,2000	671,326	,251	,966
VAR00020	115,2000	671,326	,251	,966
VAR00021	115,9000	639,779	,811	,964
VAR00022	116,0000	637,895	,862	,964
VAR00023	116,5000	657,211	,664	,965
VAR00024	116,5000	657,211	,664	,965
VAR00025	115,7000	639,695	,813	,964
VAR00026	115,6000	641,516	,789	,964
VAR00027	115,6000	641,516	,789	,964
VAR00028	115,7000	639,695	,813	,964
VAR00029	115,6000	647,411	,556	,965
VAR00030	115,6000	647,411	,556	,965
VAR00031	115,7000	639,695	,813	,964
VAR00032	115,6000	647,411	,556	,965
VAR00033	115,6000	647,411	,556	,965

Declaratoria de Autenticidad

Yo ALICIA FRANCESCA BAZO MENDOZA, identificado con D.N.I N°42707444 estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, sede Lima Este; manifestamos que el producto académico que lleva como título “FORMALIZACION DE LAS MYPES EN MERCADO PRODUCTORES, MERCADO LOS FICUS Y MERCADOS MAYORISTA DISTRITO SANTA ANITA” para alcanzar el título profesional de licenciado en administración.

Por ende, pasamos a informar:

1. He referenciado todas las fuentes utilizadas en el presente trabajo de investigación, además se ha procedido adecuadamente en la transcripción de las citas textuales y parafraseo, en el marco de los preceptos de redacción preestablecidas.
2. No empleo ninguna fuente diferente a aquellas que se evidencian en el presente trabajo intelectual.
3. El trabajo de investigación mencionado nos ha servido de precedente de manera completa ni parcial para obtener otro grado académico o título profesional.
4. Tengo conocimiento de que la investigación puede ser inspeccionada de manera electrónica para rastrear plagios.
5. De hallar el empleo de información ajeno sin la adecuada identificación de su origen o autor, nos sujetamos a las penas que decretan el proceder disciplinario.

Lima, 11 DICIEMBRE 2019



ALICIA FRANCESCA BAZO MENDOZA

DNI N° 42707444