



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LA FORMALIZACIÓN Y EL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES,
DEL SECTOR COMERCIO - RUBRO VENTA DE LENCERIAS, DEL
MERCADO DE HUAMANTANGA, DISTRITO DE PUENTE PIEDRA,
LIMA 2018**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN ADMINISTRACION**

AUTORA:

SOFIA MARIANELA VILLANUEVA BALDEON

ASESOR:

MG. LIC. ADM. SIMON POMA ANCCASI

LIMA – PERÚ

2019

Hoja de Firma de Jurado y Asesor

Dr. Salinas Gamboa, José German
Presidente

Dra. Zenozaín Cordero, Carmen Rosa
Miembro

Lic. Adm. Espinoza Otoyá, Víctor Hugo
Miembro

Mgtr. Poma Anccasi, Simón
Asesor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, doy gracias a Dios por permitirme tener tan buena experiencia dentro de mi universidad por permitirme convertirme en ser una profesional, a cada maestro que hizo parte de este proceso integral de formación, y como recuerdo y prueba viviente en la historia; esta tesis, que perdura dentro de los conocimientos y desarrollo de las demás generaciones que están por llegar.

Finalmente agradezco a quien lee este apartado y más de mi tesis, por permitir a mis experiencias, investigación y conocimiento, incurrir dentro de su repertorio de información mental.

DEDICATORIA

A Dios por darme la Oportunidad de vivir y a mis hijos Luz Shirley y Jericó Fabrizio por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mí camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo: Determinar las principales características de la formalización y el financiamiento en las MYPES del sector comercio rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018. El diseño es no experimental, transversal y descriptivo, porque es un estudio que se realizó sin manipular deliberadamente a las variables de formalización y financiamiento conforme se presenta dentro de las Micro y pequeñas empresas en estudio sin modificar la realidad. De una población compuesta por 18 Mypes del sector comercio - rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018. Obteniendo como resultados: La mayoría (83%) son dirigidos por el sexo femenino, y el (50%) de las edades oscilan entre 18 y 30 y son solteros y la mayoría (50%) han estudiado solo secundaria completa y quienes a la vez señalan (89%) que son administradores por experiencia y no por los años de estudio. El tiempo de funcionamiento de estos negocios el 100% son empresas jóvenes entre 0 y 3 años, quienes cuentan con 1 a 3 trabajadores entre varones y mujeres, además se encuentran en su mayoría (67%) bajo el régimen laboral como trabajadores permanentes. Asimismo, el 100% de las empresas son formales bajo la modalidad de persona natural con negocio y personas jurídicas, predominando en (72%) el tipo de persona natural con negocio, asimismo, estas emiten (89%) boletas de ventas a sus clientes y se acogieron al Régimen único Simplificado (RUS). Quienes a su vez solicitaron financiamiento, en gran medida (83%) de una entidad bancaria, pero el (67%) considera que las Cajas municipales son las instituciones que mejores fuentes de financiamiento ofrecen, sin embargo, muchos (83%) indican que tuvieron problemas al momento de acceder a un crédito por el mal récord que manejan, considerando que estos (61%) solicitan créditos que ascienden a más de S/. 1000.00, para pagarlo en 1 año, con la finalidad de invertir en su mayoría en (56%) en la compra de mercaderías y de esta manera mejorar la situación del negocio. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de representantes de las Mypes del sector comercio - rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018, tienen financiamiento externo y se encuentran formalizadas como persona natural.

Palabras Clave: formalización, Financiamiento, MYPE.

ABSTRACT

The objective of this research work was to: Determine the main characteristics of the formalization and financing in the MYPES of the trade sector, lingerie sales, of the Huamantanga market, Puente Piedra district, Lima 2018. The design is non-experimental, transversal and descriptive, because it is a study that was carried out without deliberately manipulating the formalization and financing variables as it is presented within the micro and small companies under study without changing the reality. From a population composed of 18 Mypes from the commerce sector - lingerie sales, from the Huamantanga market, Puente Piedra district, Lima 2018. Obtaining as results: The majority (83%) are run by the female sex, and the (50 %) of the ages oscillate between 18 and 30 and are single and the majority (50%) have studied only complete secondary and those who at the same time point out (89%) that they are administrators by experience and not by the years of study. The operating time of these businesses 100% are young companies between 0 and 3 years, who have 1 to 3 workers between men and women, in addition they are mostly (67%) under the labor regime as permanent workers. Likewise, 100% of the companies are formal under the modality of natural person with business and legal entities, predominating in (72%) the type of natural person with business, likewise, they issue (89%) sales tickets to their clients and they accepted the Simplified Single Regime (RUS). Those who in turn requested financing, to a large extent (83%) from a bank, but (67%) consider that the municipal savings banks are the institutions that offer the best sources of financing; however, many (83%) indicate that they had problems when accessing a credit for the bad record they handle, considering that these (61%) request credits amounting to more than S /. 1000.00, to pay in 1 year, with the purpose of investing mostly in (56%) in the purchase of goods and thus improve the business situation. Finally, the conclusions are: Most representatives of the Mypes of the trade sector - lingerie sales, from the Huamantanga market, Puente Piedra district, Lima 2018, have external financing and are formalized as a natural person.

Keywords: formalization, financing, MYPE.

1. Contenido

Hoja de Firma de Jurado y Asesor.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
1. Contenido	vii
I. Introducción	11
II. Revisión de literatura.....	16
III. Hipótesis	60
IV. Metodología.....	61
4.1 Diseño de la investigación	61
4.2 Tipo de investigación.....	61
4.3 Nivel de investigación.....	61
4.4 El Universo y Población	62
4.5 Definición y operacionalización de variables	62
4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	64
4.7 Plan de análisis.....	64
4.8 Matriz de consistencia.....	66
4.9 Principios éticos.....	67
V. Resultados.....	68
5.1 Resultados:	68
1 CARACTERÍSTICAS DE LA MYPE EN ESTUDIO	74
Régimen de tributación	82
5.2 Análisis de Resultado.....	93

VI. Conclusiones.....	100
2. Referencias	103
3. Anexos.....	107

Índice de tablas y figuras.

Figuras

Figura 1. Margen de edad de los representantes.....	68
Figura 2. Género de los representantes.....	69
Figura 3. Estado civil.....	70
Figura 4. Nacionalidad de los representantes	71
Figura 5. Nivel de instrucción de los representantes	72
Figura 6. Profesión de los representantes	72
Figura 7. Tiempo de funcionamiento del negocio.....	74
Figura 8. Cantidad de trabajadores en el negocio.....	75
Figura 9. Cantidad de varones	76
Figura 10. Cantidad de mujeres.....	77
Figura 11. Tipo de trabajadores.....	78
Figura 12. Situación de su empresa.....	79
Figura 13. Razón Social del negocio.....	80
Figura 14. Tipo de comprobante.....	81
Figura 15. Régimen de tributación	82
Figura 16. Motivo de afiliación algún régimen	83
Figura 17. Causas de informalidad.....	84
Figura 18. Solicitud para financiamiento	85
Figura 19. Fuente de financiamiento	86
Figura 20. Mejor fuente de financiamiento	87
Figura 21. Mejor fuente de financiamiento	88
Figura 22. Monto de crédito solicitado.....	89
Figura 23. Tiempo de pago del préstamo	90
Figura 24. Inversión del financiamiento.....	91
Figura 25. Situación del negocio, posterior a la inversión del crédito	92

Tablas

Tabla 1. Ventajas de la formalización y desventajas de la informalidad	32
Tabla 2. Requisitos adicionales para el trámite de una tercera persona	38
Tabla 3. Edad de los representantes.....	68
Tabla 4. Genero de los representantes de las MYPE.....	69
Tabla 5. Estado civil de los representantes.....	69
Tabla 6. Nacionalidad de los representantes	70
Tabla 7. Nivel de instrucción de los representantes	71
Tabla 8. Profesión de los representantes	72
Tabla 9. Tiempo funcionamiento del negocio.....	74
Tabla 10. Cantidad de trabajadores en el negocio.....	74
Tabla 11. Cantidad de varones	75
Tabla 12. Cantidad de mujeres	76
Tabla 13. Tipo de trabajadores	77
Tabla 14. Formalización de la empresa.....	79
Tabla 15. Razón Social está constituida su empresa	80
Tabla 16. Tipo de comprobante que emite su empresa	80
Tabla 17. Régimen al que pertenece su empresa.....	81
Tabla 18. Motivo por el que no está afiliado a algún régimen	82
Tabla 19. Causas de informalidad	83
Tabla 20. Solicitud para financiamiento.....	85
Tabla 21. Fuente de financiamiento	86
Tabla 22. Mejor fuente de financiamiento.....	87
Tabla 23. Los problemas al acceder a un crédito	88
Tabla 24. Monto de crédito solicitado	88
Tabla 25. Tiempo de pago del préstamo.....	89
Tabla 26. Inversión del financiamiento	90
Tabla 27. Situación del negocio, posterior a la inversión del crédito.....	91

I. Introducción

La historia de la lencería se remota a orígenes ancestrales, la lencería o ropa interior es una prenda de vestir para hombres y mujeres que comenzaron a utilizar por razones de higiene y abrigos. La ropa interior es típicamente hecha de materiales como el nylon, poliéster, raso, encaje y seda. Así como su uso estético es de corregir y modelar la figura femenina, hasta convertirse en la actualidad en un arma de seducción que está cobrando mucha importancia en el mundo de la moda y fuente de fantasía sexual y erótica.

En la actualidad las Micro y pequeñas empresas idealizado para el sector textil, dedicada exclusivamente al diseño y comercialización de ropa interior femenina. Está buscando reconocimiento en el mercado, espera satisfacer constantemente a sus clientes con producto de valor agregado por su innovación de diseño.

Esta investigación tiene como objetivo general de determinar las principales características de la formalización y financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ventas de lencerías, del mercado Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, y así mejorar la calidad entre los proveedores y consumidores, como proveer información a los empresarios que les permitan tomar decisiones, y a los estudiantes para que inicien una investigación o estudios a futuro. Para la cual se utilizará un cuestionario debidamente estructurado a fin de recabar la información necesaria para las conclusiones de la investigación.

Los emprendedores tienen visión, pasión, determinación, persistencia, saben lo que quieren y van en busca de ello. Actualmente, en el Perú, los micros y pequeñas empresas aportan, aproximadamente, el 40% del Producto Bruto Interno, son una de las mayores potenciadoras del crecimiento económico del país. En conjunto, las MYPES genera el 47% del empleo en América Latina, siendo esta una de las características más rescatables de este tipo de empresas.

Según el Índice Global de Emprendimiento 2018, la calidad del ecosistema emprendedor latinoamericano está mejorando, sin embargo, los países aún presentan niveles muy dispares

de crecimiento. Con un 59%, Chile supera al resto de la región, seguido por Colombia con un 38%, continuando con Perú, México y Argentina muy parejos con un 28%, 26% y 24% respectivamente. Ante esto la Asociación de Emprendedores de Latinoamérica, Asela, ha identificado que dentro de las principales problemáticas a las que se enfrentan los emprendedores latinoamericanos es el bajo acceso a financiamiento, donde menos de un 20% de las Mypes puede acceder al sistema financiero, sin considerar a las microempresas, cuyo acceso es prácticamente cero. (ASEP 2018).

En el Perú las MYPES tienen las siguientes características:

- Nivel educativo, el 33,4% de los propietarios de las mype tienen secundaria completa, el 23,0% superior universitaria completa, el 16,2% superior no universitaria completa, el 8,4% superior universitaria incompleta (INEI 2014).
- Asociatividad. El 5,4%, de las MyPE formaban parte de alguna organización o agrupación con fines empresariales (INEI 2014).
- Capacitación. El 56,0% de conductores de las MyPE declararon que habían accedido o participado en cursos o eventos de capacitación (INEI 2014).
- Gestión empresarial. El 19,0% de conductores de MyPE declararon que habían participado en cursos o eventos de capacitación relacionados con la gestión empresarial (INEI 2014).

Los problemas presentes En general, más del 60% de las MyPE dejan de operar entre los dos y tres años. Las MyPE formales registran evidentes limitaciones en su gestión y desarrollo, como deficiencias en organización, en producción, en finanzas y mercados, así como no se evidencia innovación (producción, proceso, marketing, organización y modelo de negocio). En términos financieros las mype no hacen planificación financiera, están enfocadas en el corto plazo, además que no tienen las herramientas y técnicas del caso. Pensemos ahora en las condiciones de las MyPE informales. (Huerta,2016:1)

Estudiar el mercado Resulta importante para las MyPE de inicio tener claro cuál es su modelo de negocio (es más difícil de imitar), y hacer al menos un sondeo de mercado (y/o un estudio de mercado cuando sea posible y deseable) antes de ingresar a operar, así la oferta se estructura en función de la demanda. Hay buen espacio para una intervención más eficiente y eficaz por parte del gobierno, que signifique una mejor performance de las MyPE formales en el mercado, así como para una adecuada formalización de las informales. (Huerta,2016 p.1)

Es decir, pertenecían a instituciones que se crearon con la finalidad de negociar con proveedores, acceder a nuevos mercados, acceder a servicios financieros, obtener información y asistencia técnica, entre otros.

Los temas de mayor interés a los que asistieron los conductores a capacitarse fueron, ofertas que ofrece el sistema financiero (40,9%), gestión empresarial (19,0%), nuevas tecnologías para mejorar productos o procesos productivos (15,7%), información y comunicación (7,8%) y nuevas tecnologías para la gestión empresarial (6,5%). Los conductores de las MYPE manifestaron que los cursos de capacitación preferidos, fueron marketing (19,0%), calidad (10,2%), exportaciones (10,1%), formalización (9,7%) y atención al cliente (7,7%), entre los principales.

En el distrito de Puente Piedra, específicamente en el mercado de Huamantanga, existen numerosos establecimientos conocidos como micro y pequeñas empresas, dedicadas a la venta de lencerías, de los cuales se desconoce las formas de Financiamiento y si estas se encuentran formalizados, motivo por el cual se plantea el siguiente enunciado:

¿Cuáles son las principales características de la formalización y el financiamiento de las MYPES del sector comercio - rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018?

Con la finalidad de lograr el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la formalización y el financiamiento en las MYPES del sector comercio rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018 y como objetivos específicos:

- Determinar las características de los representantes de las Micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018.
- Determinar las características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro de lencerías del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018.
- Determinar las características de la formalización de la Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro en ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, Lima 2018.
- Determinar las características del financiamiento de la Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro en ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018.

El proyecto de investigación se justifica desde el punto de vista teórico, permitió conocer las principales características de la formalización y el financiamiento en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, permitiendo al mismo tiempo determinar las características de los empresarios de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio -

rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, además las características de las MYPES, si son formales y como esto influye en las necesidades de financiamiento.

Desde el punto de vista práctico, porque generará reflexión y discusión sobre el conocimiento existente, además permitirá conocer las características de la formalización de las MYPE del rubro en estudio, mostrando nuevas alternativas para generar rentabilidad y sostenibilidad, sirviendo como referencia para la toma de decisiones de la gerencia y autoridades gubernamentales sobre los beneficios que pueden acceder las MYPE formales.

Desde el punto metodológico, esta investigación servirá como referente para futuras investigaciones, encontrándose instrumentos de metodología, como el resultado de base de datos sobre la información obtenida sobre la problemática existente.

Y por último esta investigación, se realiza con la finalidad de brindar información verídica a la sociedad civil y estudiantes acerca de las características de la formalización y financiamiento en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima.

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

Se han efectuado consultas en diversas bibliotecas especializadas en administración y se logró encontrar los siguientes estudios similares o que han tratado el tema de manera genérica, en el caso de la ciudad de Lima se encontró en el rubro de textilería en general, más no de lencería.

A nivel internacional

Luzuriaga (2016), en su investigación: “Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa comercializadora de lencería para damas baby doll y su distribución en el Cantón Puyango provincia de Loja”, cuyo objetivo principal fue Realizar un estudio factibilidad para la implementación de una empresa comercializadora de lencería para damas baby doll y su distribución en el Cantón Puyango provincia de Loja concluye que:

- La empresa será constituida como unipersonal y girará bajo la razón social NOELIA LENCERIA BABY DOLL.
- La inversión requerida para emprender el negocio es de \$ 12,475.08; valor que se financiara de la siguiente forma: Capital propio \$ 7,485.05 que corresponde al (60%) y \$ 4,990.03 que corresponde al 40% con crédito en Banco de Fomento al 10% de interés anual a 3 años plazo.
- De acuerdo al resultado podemos concluir que el VAN es de 80,850.59 que es positivo por lo tanto se realiza la inversión.
- El capital se recupera en 2 años, 11 meses y 23 días.
- Se acepta el proyecto por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero (10%) La misma que es del 100.59%

Santillan y Tagua (2013), en su investigación: Proyecto de Estudio de Factibilidad para la creación de Factibilidad para la creación de una Empresa Comercializadora de Lencería para mujeres embarazadas en la ciudad de Milagro, Ecuador, cuyo objetivo principal del proyecto para la creación de una empresa comercializadora de lencerías de mujeres embarazadas en la ciudad de Milagro está enfocado a solucionar problemas relacionados con la salud y el autoestima de la mujer en estado de gestación. Llegando a las siguientes conclusiones:

- Se comprueba la existencia de un mercado potencial para estos productos que pretende introducir la empresa a través de su comercialización.
- Los principales indicadores financieros que han sido proyectados, indican claramente que la empresa es variable toda vez que su cuantificación y tendencia se enmarcan dentro de los postulados financieros actuales.

Padilla y Fenton (2013), en el artículo de investigación: “Financiamiento de la banca comercial para las micro, pequeñas y medianas empresas en México”, este artículo tiene por objetivo estudiar la estrategia de otorgamiento de créditos a las Mipymes por parte de la banca comercial en México, así como examinar los factores que la incentivan o la obstaculizan, se desarrolló mediante una encuesta detallada entre los bancos comerciales que operan en el país.

La cual llegó a la siguiente conclusión:

- 11 de los 15 bancos entrevistados existe un área de negocios destinado a estas y una estrategia especializada en este tipo de empresas.
- El 73% de las instituciones encuestadas ofrecen a las Mipymes cinco o más productos distintos, con el propósito de brindar soluciones completas y reducir asimetrías de información; existe una práctica generalizada de dar crédito a empresas que comprueben

por lo menos dos años de operaciones, por lo que no hay créditos a emprendedores; el producto de crédito más común es la línea revolvente sobre capital de trabajo.

A nivel Nacional

Huangal, Huamani y Canales (2016), en su tesis: “Formalización de las Mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra para el acceso a los programas de apoyo empresarial ejecutados por el estado”, cuyo objetivo principal fue determinar si la formalización de las Mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra se relaciona con el acceso a programas de apoyo empresarial brindados por el Estado, teniendo en cuenta que estos empresarios pueden no saber de dichos programas, ya que sus actividades las realizan generalmente de manera empírica. Ha obtenido los siguientes resultados:

De la formalización

- 89.91% de las pequeñas empresas Mypes declaran sus impuestos ante la Sunat, mientras que un 10.09% de las pequeñas empresas Mypes no declaran sus ingresos.
- 74.31% de la mypes encuestadas están registradas en la Sunarp. Asimismo, un 25.69% no han sido registradas.
- 79.82% de los empresarios que conducen las mypes no saben si cumplen con algunos de los requisitos para acceder a contratar con el estado. Un 20.18% sí cumple con lo necesario para poder licitar al Estado.
- 59.63% de las pequeñas empresas cumplen con los requisitos para exportar. Un 40.37% están indecisos si pueden exportar y/o no saben si cumplen con los requisitos para exportar.

- 69.72% de las pequeñas empresas que no elevó sus ventas al formalizarse. Asimismo, un 20.18% si elevó sus ventas, y un 10.89% de sus empresarios encuestados no sabe si incrementó sus ventas.
- 89.91% de las pequeñas empresas encuestas tienen RUC vigente y un 10.09 % de las pequeñas empresas tienen el RUC vencido.
- 49.54% de las pequeñas empresas en las que se considera que los trámites para formalizar son engorrosos, mientras que un 21.10% no saben si son engorrosos y un 29.36% manifiesta que desconocen.

Del Financiamiento

- el 10.09% de las mypes de la encuesta se cree que el Estado estimula la competitividad, mientras que un 89.91% de las mypes no sabe.
- l 90.83% desconoce que instituciones brindan capacitaciones legal y financiera a las mypes y un 9.17% no sabe.
- l 9.17% de las pequeñas empresas encuestadas a participado en ferias para ofrecer sus productos, mientras que un 90.83%
- l 9.17% de las pequeñas empresas encuestadas a participado en ferias para ofrecer sus productos, mientras que un 90.83%.
- Las Mypes del Emporio Comercial de Gamarra, de acuerdo a los datos estadísticos en un 89.91% que presentan oportunamente sus declaraciones juradas ante la Sunat. Sin embargo, se evidencia que existe un porcentaje del 10.09% de las mypes que no declaran sus ingresos ante la Sunat.
- Solo el 20% de los empresarios mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra del distrito de La Victoria, cuentan con estudios superiores o de especialización en

administración de empresas y el 80% de empresarios Mypes textil no cuenta con estudios técnicos o superiores solo se deben a su capacidad empírica desconociendo que el ser empresario implica enfrentar una serie de desafíos para lo que no están preparados y puedan contar con sostenibilidad en el tiempo.

Landeo (2014), en su Tesis: “Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro comercialización de lencería del mercado modelo, Chimbote 2014”, tuvo como objetivo general determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro comercialización de lencería del mercado Modelo, Chimbote 2014. Obtuvo los siguientes resultados:

Características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.

- El 60% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen una edad de entre 30 a 50 años.
- El 80% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas son de género femenino.
- El 60% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas cuentan con estudios secundarios.
- El 80% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas encuestadas son dueños y el 20% son administradores.
- El 50% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 7 a más años laborando en el cargo, el 30% de los representantes lleva 3 años, y solo un 20% entre 4 y 6 años.

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas

- El 90% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 7 a más años de antigüedad en el rubro las micro y pequeñas empresas.
- El 80% de las micros y pequeñas empresas encuestadas son formales.
- El 60%, de las micros y pequeñas empresas encuestadas tienen como objetivo de generar ganancias para las Micro y pequeñas empresas.
- El 80% de las micros y pequeñas empresas encuestadas cuentan de 1 a 3 trabajadores en su empresa.

Referente al tiempo en el mercado:

- La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro comercialización de lencería del mercado modelo, Chimbote, 2014. Están representadas por personas adultas entre 30 a 50 años, son de sexo femenino, han culminado sus estudios secundarios y son dirigidos por sus propios dueños y vienen desempeñándose en el cargo de 7 años a más.
- La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro comercialización de lencería del mercado modelo, Chimbote, 2014, tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro, son formales, se crearon para generar ganancias para las Micro y pequeñas empresas y cuentan de 1 a 3 trabajadores en su empresa.
- La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro comercialización de lencería del mercado modelo, Chimbote, 2014, no tienen conocimiento sobre gestión de calidad y no cuentan con un plan estratégico, sin embargo, la mayoría enfatiza en diferenciarse mediante sus productos de calidad.

Cruzado (2013), en su investigación: Propuesta de modelo de gestión de mantenimiento enfocado en la gestión por procesos para la mejora de la productividad y la competitividad en una asociatividad de MYPES del sector textil, cuyo objetivo principal fue recoger información real y actual del Mypes del sector textil ubicados en la zona comercial de Gamarra y su desarrollo de la gestión del mantenimiento. Y obtuvo los siguientes resultados:

Formalización

- La informalidad: El problema no es solo laboral, sino de tipo regulatorio y tributario. El primero por los engorrosos trámites que tienen que cumplimentar para formalizarse frente a las trabas burocráticas que existen y el segundo por la falta de beneficios e incentivos fiscales para su desarrollo. A pesar de que las Mypes tienen bajo su responsabilidad al 62% del empleo productivo en el país y sean un elemento clave para el desarrollo económico y social, aún sufren de problemas financieros y no han superado los problemas de la informalidad.
- Del total de las Mypes en el Perú solo 0,20% exportan, y el problema radica principalmente, en que se desconocen los beneficios de la formalización y no se cuenta con los recursos financieros necesarios.
- Las Mypes textiles que fueron encuestadas consideran que la falta de financiamiento y la falta de capacitación impiden que desarrollen su actividad exportadora.
- El 58% de estas están constituidas como empresas formales. La alta tasa de informalidad en el Perú se debe a varios factores, entre ellos la falta de políticas públicas que generen incentivos para la formalización.

Financiamiento

- Impedimento que poseen las Mypes para acceder a créditos para su financiamiento afecta directamente al aumento de su productividad y competitividad. Algunas Mypes que asumen tasas de 35 – 40% para sus préstamos pierden competitividad en el mercado internacional.
- El 55,80% de los empresarios afirma no tener acceso a financiamiento para su empresa, mientras que el 44,20% afirma contar con mecanismos de financiamiento. De estos últimos, el 56,70% afirma contar con el apoyo de los Bancos, mientras que un 34,80% de ahorros de familiares o amigos.

A Nivel Local.

Suárez (2018), en su tesis, “*Impactos del Financiamiento para las Mypes en el Sector Comercio en el Perú: Caso; Negocios del Valle Service Express S.A.C.*”, (tesis de Pregrado), Universidad Privada de Piura, Lima, Perú, la investigación se usó una metodología cualitativa con diseño no experimental, descriptivo, bibliográfico, documental, aplicando técnicas de revisión bibliográfica, y entrevista al gestor del negocio de donde se obtuvieron resultados que confirman que las empresas se financian a través de Bancos y Cajas Rurales y entidades financieras varias formales con tasas (TEA) entre el 19% y 33%, accediendo a líneas de crédito de corto plazo para atender necesidades de capital de trabajo, compra de activos fijos, pagos de planillas y otros gastos corrientes. De acuerdo a los relatos del gestor y jefe de finanzas podemos determinar que hay una necesidad latente de acceso al financiamiento para poder continuar con las actividades que demanda el negocio. La carencia de liquidez en muchas ocasiones obliga a las empresas a adquirir préstamos caros para poder seguir operando

pese a las condiciones crediticias que imponen las entidades financieras, las cuales se verán a lo largo del desarrollo de la investigación, se concluye, La Mype Negocios del Valle Express S.A.C. puede acceder a los siguientes créditos en el Banco de Crédito del Perú: Línea revolvente de capital de trabajo, pagaré electrónico para pago a proveedores carterizados en el BCP, leasing vehicular, tarjeta de crédito empresarial y línea de sobregiros para desfases puntuales de caja; lo que permitirá que el empresario pueda realizar su actividad comercial con mayor flexibilidad para lograr el crecimiento del negocio de modo que llegue a cumplir los objetivos planteados al inicio de su ejercicio.

Vargas (2018), en sus tesis, “Evasión tributaria y su incidencia en el desarrollo económico de las empresas comerciales del distrito de Comas – Lima Metropolitana, periodo 2015 -2016”, (tesis de Posgrado), Universidad Nacional Federico Villareal, Lima, Perú, de un nivel descriptivo explicativo-correlacional, utilizándose los métodos descriptivo, inductivo, deductivo, histórico y comparativo. En cuanto al diseño corresponde al no experimental. Asimismo la población estuvo delimitada por 100 personas y la muestra por 80 personas, aplicándose el muestreo probabilístico. También se utilizaron como técnicas de recopilación de datos a las encuestas, como instrumento al cuestionario. Las técnicas de análisis de información utilizadas estuvieron conformadas por: análisis documental, indagación, conciliación de datos, tabulación y comprensión de gráficos, como técnicas de procesamiento de datos tenemos: ordenamiento y clasificación, registro manual, proceso computarizado con Excel y proceso computarizado con SPSS. Se concluyó, que el 98% de los encuestados admite que la evasión tributaria incide en la crisis económica de los resultados relacionados a la liquidez de las empresas

comerciales del distrito de Comas, debido a que es generada por la falta de conciencia social y la informalidad.

Sánchez y Montoya (2017), en sus tesis, “Limitaciones que tienen las Micro y Pequeñas Empresas de Lima Norte, para acceder a un crédito en el sistema financiero”, (tesis de Pregrado), Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú, Se realizó encuestas a los cinco principales bancos de Lima Norte donde se da a conocer las razones por las cuales los bancos rechazan los créditos solicitados por las micro y pequeñas empresas, debido a factores tales como la elusión tributaria, el apalancamiento financiero, las garantías, el historial crediticio y por no cumplir con todos los requisitos que el sistema financiero solicita para otorgar un crédito. Por otro lado, también se encuestó a micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de comercio al por mayor y menor en Lima Norte, se ha podido observar que estas han solicitado un crédito financiero y efectivamente sí han cumplido con todos los requisitos y estándares solicitados por los bancos, sin embargo, los analistas de riesgos han tomado en consideración otros aspectos que dieron motivo al rechazo y que se explicarán a lo largo de la investigación realizada. De la misma manera, se muestran los resultados de la investigación a través de una serie de gráficos y tablas en base a las encuestas realizadas, en donde se exponen las razones por las cuales los bancos rechazan los créditos solicitados por las Mypes, por tal motivo brindarán a estas la información necesaria para que cumplan con todos los requisitos establecidos por cada entidad bancaria y que se vean beneficiadas por el acceso a un crédito para cualquier propósito que los empresarios requieran, se concluye, la elusión tributaria por parte de las Mypes si tiene incidencia en el acceso de los crédito como ya hemos mencionado, el 80% de los Bancos (BCP, BANBIF, INTERBANK y BBVA) indican que es motivo de

rechazo que las empresas sean informales, es decir, que exista omisión de sus ventas reales, dado que estas instituciones financieras no consideran otros documentos que no existan dentro de los puntos mencionados en sus requisitos (libros de ventas internos, anotaciones u otros) y que a su vez no hayan sido declarados ante la Sunat. Así mismo el BANCO SCOTIABANK indica que no tiene mayor relevancia que las empresas sean informales debido a que estas deben contar con otros documentos que son importantes y primordiales para el banco como son las garantías.

2.1 Bases teóricas de la investigación

Concepto de las MYPE:

Según SUNAT, (2018) define a la MYPE como:

“La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”.

Según SUNAFIL, (2018), menciona que las características de la MYPE son los siguientes:

La MYPE es una persona jurídica que tiene ventas anuales hasta 150 UIT, lo cual asumiendo por el valor actual de la UIT, sería S/ 622,500.00 y la pequeña empresa son aquellas que superan las 150 UIT, y un máximo de 1700 UIT que equivalente en 7 005,000.00 por lo cual el estado a creado un régimen especial de la MYPE.

La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS:

Las MYPES deben reunir las siguientes características recurrentes:

MICROEMPRESA	
Número de trabajadores	De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
ventas anuales	Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

Fuente: SUNAT (2018)

PEQUEÑA EMPRESA	
Número de trabajadores	De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.
ventas anuales	Hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

Fuente: SUNAT (2018)

(*) Monto de la UIT para el 2018 es de S/. S/ 4 150,00 nuevos soles.

Importancia de las MYPES

Como lo menciona Sánchez, (2018) son “las microempresas fabricantes, proveedoras de servicios y minoristas que constituyen una parte integral de la economía, como compradores y vendedores. No solo generan empleos, sino que además contribuyen al crecimiento económico de América Latina”

Ahora bien, en el Perú las MYPES hacen su aparición a partir de la década del ochenta; sin embargo, ellas se han venido gestando desde los años cincuenta como solución al problema del desempleo y bajos ingresos, sobre todo en la capital, a consecuencia, de las olas de inmigración que empezaron a llegar del interior del país. (Vasquez, 2013)

En la actualidad las MYPES representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas. Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPES brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú. (Vasquez, 2013)

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

Sector Textil en el Perú

Respecto a su evolución histórica, la producción de textiles y confecciones en Perú destaca desde la época de las culturas preíncas, gracias a la variedad de fibras naturales disponibles en el territorio nacional, especialmente de fibra de camélidos, pero no fue hasta el inicio de la era republicana que el sector textil empezó a cobrar mayor relevancia en la economía nacional, a causa del aumento progresivo del cultivo de algodón. Ello se consolidó en mayor medida tras la Guerra del Pacífico con la aparición de un nuevo aparato productivo orientado a la exportación, la consolidación de las fábricas de tejidos de lana e hilanderías, y el descubrimiento de nuevas variedades de algodón en el valle de Pisco y de Piura. Entre los años 50 y 60, el precio de las materias primas se incrementó, especialmente en el caso del algodón peruano, el cual se convirtió en uno de los principales productos de exportación. El auge del algodón permitió el avance del sector textil y confecciones, gracias a la mejora de prácticas y transferencia técnica desde Europa. Los clientes internacionales identificaron que las fibras de algodón y de camélidos constituían productos de bandera para la economía peruana que podían ser utilizados en prendas de vestir para estratos socioeconómicos altos. Sin embargo, a finales de los años sesenta, la reforma agraria afectó a la mayoría de haciendas algodonerías debido a la fragmentación de tierras y a la baja inversión en capital de trabajo y tecnología, lo que terminó por afectar toda la cadena productiva del algodón (Muñoz, 2006). De manera similar, las expropiaciones de las haciendas en la sierra y su respectivo ganado terminaron por menguar la producción de lana de camélidos. Tras ello, la recuperación del sector textil y confecciones se dio de forma paulatina

hasta el 2002, año en el que la inserción de la economía peruana en el mercado internacional cobró mayor relevancia gracias a la firma de los TLC y el aumento de los precios de los textiles y prendas de vestir. El buen crecimiento de las principales economías industrializadas a nivel mundial permitió dinamizar las exportaciones del sector hasta el desplome de las principales economías por la crisis financiera en 2009. Tras ello, las exportaciones del sector se mostraron muy volátiles en el último quinquenio. Desde el 2012, estas exportaciones continuaron cayendo, lo que se atribuye principalmente a la pérdida de la competitividad en fibras textiles y confecciones. (Ministerio de la Producción, 2015)

2.1.1. Formalización de empresa.

“La formalización es el proceso que llevan a cabo las empresas para incorporarse a la economía formal” (ILO, 2017, p.1).

En el momento en que tengo una empresa como persona natural o jurídica y tengo mi registro como contribuyente (RUC), tengo un establecimiento determinado y tengo capacidad de emitir facturas, me he insertado en todo el proceso económico como una entidad que finalmente actúa de manera organizada. (PorInversión, 2012, p.19)

Para los gobiernos y la sociedad, la formalización de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas guarda una estrecha correlación con un entorno empresarial propicio, el crecimiento económico y la mejora de las condiciones de trabajo. (...) Las empresas formales se benefician de los procesos de formalización, porque con ellos se reduce la competencia desleal que representan las empresas informales. Las empresas formalizadas tienen acceso a financiación, servicios y tecnologías de desarrollo

empresarial, y se exponen en menor medida a sanciones gubernamentales. (ILO, 2017, p3).

“Es necesario pensar en la formalización como un tránsito desde una economía informal, en la que se enfrenta un elevado nivel de vulnerabilidad, hacia una economía formal, en la que se aprecian indicadores de desarrollo sostenible” (Infante y Chacaltana, 2014 p.175).

La informalidad no se da únicamente en el ámbito tributario, sino que también se presenta en el ámbito laboral. Si bien la empresa puede estar legalmente constituida ante los registros públicos y tributar de manera oportuna, puede registrar en planilla a menos trabajadores de los que efectivamente contrata o incumplir con las normas que regulan la relación laboral. (Infante y Chacaltana, 2014 p.194).

Se muestra la evolución de la participación de las micro y pequeñas empresas formales e informales en el sector de las mypes desde el punto de vista tributario. Dado que el aumento del número de mypes registradas en la SUNAT ha sido mucho más rápido que el del número total de mypes, el porcentaje de micro y pequeñas empresas formales, en la dimensión tributaria, muestra una tendencia continuamente creciente. El porcentaje de mypes formales se incrementó del 24% al 40% entre 2004 y 2011. Visto de manera complementaria, la participación de las micro y pequeñas empresas informales en el sector de las mypes muestra una tendencia continuamente decreciente, ya que se redujo del 76% en 2004 al 60% en 2011. Infante y Chacaltana (2014)

2.1.1.2. Beneficios de la formalización.

Lo fundamental para la decisión de formalizar la empresa no son tanto los costos

previstos sino los beneficios derivados de la formalización. Los empresarios comparan los costos con los beneficios de gestionar una empresa formal. }

Si los beneficios superan los costos, los empresarios pueden considerar formalizar sus actividades (véase también la tabla 2). (ILO, 2017 p.2)

2.1.1.3. Ventajas de la formalización y desventajas de la informalidad.

Tabla 1: Ventajas de la formalización y desventajas de la informalidad

Ventajas	Desventajas
Mayores probabilidades de acceder a nuevos Mercados, no teniendo ninguna limitación para realizar negocios con otras empresas y competir tanto en el mercado nacional como internacional.	No puede expandirse más allá de su mercado local.
Contar con facilidades para el acceso al sistema Financiero formal y de los inversionistas privados.	No se puede acceder a financiamiento o, en su defecto, lo hace, pero con costos financieros más altos por el mayor riesgo que esto implica.
Tener posibilidades de obtener créditos y otros Beneficios con los proveedores.	Sus posibilidades son casi nulas para establecer alianzas estratégicas con sus proveedores.
Participar en concursos públicos, licitaciones y adjudicaciones como proveedores de bienes y/o servicios (incluyendo las compras del Estado).	Su situación le dificulta significativamente contratar con otras empresas. En el caso con el Estado lo inhabilita, siendo este un agente con gran capacidad de demandar sus productos o servicios
Cumple con el pago de tributos y, por tanto, Aporta al desarrollo del país.	Se beneficia de la sociedad, pero no deja nada a cambio.
Tiene el reconocimiento y el respaldo de la seriedad de la empresa, tiene mayor aceptación y genera más confianza.	Presenta dificultad para ser reconocida como empresa, los agentes lo ven con desconfianza y saben que existe riesgo.

En casos fortuitos (pérdidas), la empresa (en Caso de ser personas jurídicas) responde a sus obligaciones frente a terceros sólo por el valor del capital aportado.	Deudas afectan patrimonio personal de los socios o activos familiares.
Puede hacer uso del crédito fiscal.	No goza de beneficio tributario.

Fuente: Pinilla (2007) Guía de Constitución y Formalización de Empresas de la Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa

2.1.1.4. Características de las MYPES.

Atahuaman (2013, p2) En ese sentido, todos los micros, pequeñas y medianas empresas deberán determinar la categoría empresarial que les corresponde en función de sus niveles de ventas anuales:

- a) Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- b) Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

2.1.1.5. Tipos de Organización Empresarial.

Atendiendo a las formas que puede tener una organización empresarial o negocio, podemos clasificarla en dos grupos:

1. **Persona Natural con negocio:** Requiere inscripción en el RUC., denominación legal que el código civil otorga como personas capaces de adquirir derechos, deberes y obligaciones. Como persona natural puedo ejercer cualquier actividad económica, de darse este supuesto, seré el conductor del negocio y seré responsable de su manejo. Puedo tener trabajadores a mi cargo, en dicha situación deberé declararlos en el

programa de declaración telemática (P.D.T) correspondiente. (Pinilla Cisneros 2007, p.11)

Ventajas de iniciarme como persona natural: (Pinilla Cisneros 2007, p.12)

- Desde el punto de vista legal, este tipo de negocio puedo crearlo y liquidarlo fácilmente.
- Tengo unidad de mando y acción, porque la propiedad, el control y la administración de la empresa está sólo en mi persona.
- Tengo flexibilidad para reaccionar rápidamente en caso de cambios bruscos en el mercado que puedan afectar a la empresa.
- Hay un mínimo de regulaciones a las que debo hacerles frente.

Limitaciones de iniciarme como persona natural:

- Pinilla 2007, (p-12), “Mi responsabilidad en este caso se extenderá a todo mi patrimonio. Es decir, ante cualquier compromiso o deuda, que por una situación imprevista no pueda pagar, respondo no sólo con los bienes destinados al funcionamiento del negocio sino, también, con mi patrimonio personal (terrenos, casas, electrodomésticos, medios de transporte, cuentas privadas, etcétera)”
 - Dispongo de un capital limitado: El capital generalmente está limitado a lo que yo pueda invertir. Esto puede representar serios problemas al crecimiento futuro de mi empresa.
 - Una enfermedad o accidente que me impidiera participar activamente en el manejo del negocio puede significar una interrupción en las operaciones.
- (Pinilla Cisneros 2007, p.12)

2. Persona jurídica: (MEP,2015) La modalidad de Persona Jurídica representa a una organización con responsabilidad limitada y que tiene como objetivo social realizar actividades económicas. Bajo la legislación peruana existen varias modalidades de las cuales te recomendamos cuatro para iniciar tu negocio:

- Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.), Sociedad
- Anónima (S.A.), Sociedad
- Anónima Cerrada (S.A.C.) y
- Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.). (p.3)

2.1.2. Formalización Jurídica.

Un primer paso para la constitución de la empresa es la incorporación en el registro de empresas. (...) Un paso previo al registro es la consulta para verificar que el nombre propuesto para la empresa sea único en el país o en la región. Dependiente de las regulaciones nacionales o subnacionales y la forma jurídica escogida para la empresa, los países pueden pedir diferentes tipos de formularios, la escritura pública de la sociedad firmada ante notario o con firma electrónica, un comprobante de depósito bancario del capital requerido mínimo y una cuota de inscripción, entre otros requerimientos. Con el registro de la empresa se crea una entidad que puede interactuar legalmente con entidades públicas y privadas. (Deelen, 2015 p. 55)

2.1.3. Formalización tributaria.

Una vez registrada la empresa, el empresario debe avisar a las autoridades tributarias competentes del inicio de actividades y presentar la información pertinente. Revisada esta información, la autoridad tributaria asigna a la empresa un código de

identificación fiscal que permite a la empresa emitir facturas o boletas. (Deelen, 2015, p. 55)

Existen regímenes que se crearon con la finalidad de contribuir con la formalización, como menciona Infante y Chacaltana (2014) El nuevo Régimen Único Simplificado (RUS) como el Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) buscan ampliar la cobertura tributaria en el país a través de mecanismos simplificados para el pago de impuestos. Ambos regímenes se aplican solamente a las microempresas y a personas naturales con actividades empresariales. El RUS está dirigido a personas naturales y permite el pago de una cuota fija, con lo que se evita declarar y pagar el impuesto a la renta, el impuesto general a las ventas (IGV) y el impuesto de promoción municipal. Asimismo, exonera a las microempresas de llevar todos los libros contables. Esta medida es interesante pues, además del pago de impuestos, otro obstáculo a la formalización es la complejidad que implica la declaración de impuestos y la contabilidad.(p. 217)

El RUS solo permite otorgar boletas de venta, con lo que se restringe la clientela a personas naturales, puesto que las empresas tienen que sustentar todo costo o gasto con una factura. Como todo régimen de excepción, tiene incentivos sobre otras empresas más grandes para adecuarse a este régimen mediante subdivisiones o la subdeclaración del volumen de ventas, por ejemplo. Sin embargo, el hecho de no poder emitir facturas es una limitante, puesto que las empresas formales requieren facturas para recuperar el impuesto al valor agregado (IVA) de sus gastos. (p. 218)

El RER si permite la emisión de facturas y también busca la simplificación del pago de impuestos mediante una tasa fija mensual sobre los ingresos netos mensuales bastante menor del 30% sobre la utilidad que pagan las empresas de tercera categoría. En este régimen no se excluye el pago del IGV y también se deben llevar libros contables. La idea con la disminución del pago de impuesto a la renta es fomentar la formalización y ampliar la base tributaria. (Infante y Chacaltana 2014, p. 248)

2.1.3.2. Inscripción al RUC – Empresas

SUNAT, (2018) Es un padrón en el que deben registrarse los contribuyentes respecto de los tributos que administra la SUNAT y constituye una base de datos cuya información es actualizada permanentemente por los contribuyentes y por la misma SUNAT.

Este registro permite otorgar a cada persona, entidad o empresa un RUC que consta de 11 dígitos que es de carácter permanente y de uso obligatorio en todo trámite ante la SUNAT.

Para obtener su número de RUC deberá acercarse a cualquier Centro de Servicios al Contribuyente cercano a su domicilio fiscal y presentar los siguientes documentos:

Requisitos de inscripción para empresas		
Persona natural con negocio		Persona jurídica
Si la dirección que va a registrar es la misma que figura en el DNI	Si la dirección que va a registrar no es la misma que figura en el DNI	DNI del Representante Legal
	Exhibir el original	Ficha o partida electrónica

Exhibir el original del DNI	del DNI	certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario
	Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.	

Fuente: SUNAT (2018) Registro Único de Contribuyentes – RUC,

Si el trámite lo realiza una tercera persona, deberá presentar, adicionalmente:

Tabla 2: Requisitos adicionales para el trámite de una tercera persona

Requisitos adicionales	
Carta Poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de SUNAT, que lo autorice expresamente a realizar el trámite de inscripción en el RUC.	Presentar los siguientes formularios correctamente llenados y firmados por el titular:
	<ul style="list-style-type: none"> - Formulario N° 2119: Solicitud de Inscripción o comunicación de afectación de tributos. -Formulario 2054 “Representantes Legales, directores, Miembros Del Consejo Directivo

Fuente: SUNAT (2018) Registro Único de Contribuyentes – RUC,

Si la persona autorizada presenta una carta poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de la SUNAT, facultándola a realizar el trámite de inscripción en el RUC, no será necesario exhibir el documento de identidad original del titular del RUC o de su representante legal, ni presentar la copia.

Los contribuyentes deben comunicar cualquier cambio que ocurra en los datos que figuran en su RUC, dentro de los plazos legales señalados en las normas respectivas.

Recuerde que debe registrar o actualizar en el RUC sus datos de:

- Correo electrónico
- Número de teléfono celular

Plazos para modificar/actualizar datos del RUC:

El plazo para comunicar la modificación de domicilio fiscal es de un (1) día hábil.

El plazo para modificar o actualizar los demás datos registrados en el RUC de cinco (5) días hábiles de producidos los hechos.

La SUNAT podrá solicitar a los contribuyentes, con carácter general o particular y en las condiciones y plazos que ésta determine, la actualización total de los datos contenidos en el RUC.

Adicionalmente las entidades de la Administración Pública deben actualizar la información relativa a sus representantes legales con una periodicidad anual, salvo que los mandatos se hubiesen recortados a un tiempo inferior al mencionado por alguna circunstancia excepcional.

Recuerde que: Para toda modificación o actualización de datos en el RUC los representantes legales deberán identificarse con alguno de los siguientes documentos según corresponda:

- Documento Nacional de Identidad (DNI)
- Carné de Extranjería
- Cédula Diplomática de Identidad
- Pasaporte

2.1.4. Formalización laboral.

Si el empresario contempla la contratación de trabajadores, el siguiente trámite obligatorio es la inscripción en la seguridad social de la empresa recién constituida. La complejidad de este paso depende del nivel de coordinación entre los administradores de los distintos subsistemas de la seguridad social. En algunos países la inscripción se hace con un solo procedimiento digital, mientras que en otros países es necesario acudir a cinco o seis diferentes oficinas para la afiliación de los empleados con los administradores del seguro de salud, cesantía, pensiones, accidentes laborales y otros, según la legislación vigente. (Deelen,2015:55)

Según el decreto supremo N° 007-2008-tr sobre el régimen laboral de la micro y pequeña empresa:

- El Régimen de Promoción y Formalización de las MYPES se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, que presten servicios en las Micro y Pequeñas Empresas, así como a sus conductores y empleadores.
- Los trabajadores contratados al amparo de la legislación anterior continuarán rigiéndose por las normas vigentes al momento de su celebración.
- No están incluidos en el ámbito de aplicación laboral los trabajadores sujetos al régimen laboral común, que cesen después de la entrada en vigencia del Decreto Legislativo N° 1086 y sean inmediatamente contratados por el mismo empleador, salvo que haya transcurrido un (1) año desde el cese.

- Créase el Régimen Laboral Especial dirigido a fomentar la formalización y desarrollo de las Micro y Pequeña Empresa, y mejorar las condiciones de disfrute efectivo de los derechos de naturaleza laboral de los trabajadores de las mismas.

Incluye los siguientes derechos:

Derechos en la micro y pequeña empresa

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

Fuente: DS N° 007-2008-TR (2008) Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE

2.1.5. Formalización sectorial.

Dependiente de las regulaciones vigentes y del rubro, las empresas pueden estar legalmente obligadas a obtener diferentes certificados, licencias y permisos para poder operar. Estos documentos normalmente tienen relación con el lugar físico de operación calificaciones ocupacionales, estándares de salud y seguridad y el cuidado del medio ambiente. Algunos de los permisos y licencias son emitidos por las municipalidades y otros por los diferentes servicios públicos competentes. En muchos casos la obtención de estos documentos es un requerimiento inicial, que requiere una inspección *in situ* antes de que la empresa pueda iniciar operaciones. Generalmente los permisos y licencias tienen un costo que puede variar según el tamaño de la empresa, el rubro y la jurisdicción. (Deelen,2015:56)

2.1.6. Formalización Municipal.

Para un negocio con atención al público será obligatorio que solicites una Licencia Municipal de Funcionamiento. Dependiendo del municipio puedes elegir dos tipos de licencia. La licencia temporal (tiene una duración de un año) y la licencia definitiva (de duración indefinida). En la mayoría de los casos la licencia temporal requiere menos trámites y es ligeramente menos costosa que la licencia definitiva. Recientemente la tendencia en muchos municipios es la de solo otorgar licencias definitivas. (Escalante Ramos 2016)

2.1.7. Financiamiento

“El financiamiento es la obtención de recursos de fuentes internas y externas, a corto, mediano o largo plazo, que requiere para su operación normal y eficiente una empresa pública o privada, social o mixta” (Perdomo, 1998, p.207).

Ccaccya (2015) Menciona que el financiamiento son aquellos mecanismos o modalidades en los que incurre la empresa para proveerse de recursos, sean bienes o servicios, a determinados plazos y que por lo general tiene un costo financiero. Las principales causas que generan estas necesidades de financiamiento son:

- Para la operación normal (compras, gastos de operación, etc.)
- Para la adquisición de activos
- Para pago de deudas o refinanciamiento
- Necesidades de expansión, crecimiento o desarrollo
- Para iniciar un nuevo negocio

El objetivo de todo financiamiento es obtener los suficientes fondos para el desarrollo de las actividades empresariales en un periodo, de forma segura y eficiente. (p. 1)

2.1.7.2. Acceso al financiamiento.

(DS N° 007-2008-TR 2008) Acceso al financiamiento El Estado promueve el acceso de las MYPE al mercado financiero y al mercado de capitales, fomentando la expansión, solidez y descentralización de dichos mercados. El Estado promueve el fortalecimiento de las instituciones de microfinanzas supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros y Administradoras de Fondos de Pensiones - SBS. Asimismo, promueve la incorporación al sistema financiero de las entidades no reguladas que proveen servicios financieros a las MYPE. Artículo 28.- Participación de las entidades financieras del Estado La Corporación Financiera de Desarrollo - COFIDE, el Banco de la Nación y el Banco Agrario promueven y articulan integralmente a través de los intermediarios financieros el financiamiento a las

MYPE, diversificando, descentralizando e incrementando la cobertura de la oferta de servicios de los mercados financieros y de capitales. Son intermediarios financieros elegibles para utilizar los recursos de las entidades financieras del Estado para el financiamiento a las MYPE, los considerados en la Ley N° 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros y Administradoras de Fondos de Pensiones y sus modificatorias.

2.1.7.3. COFIDE en la gestión de negocios MYPE

(DS N° 007-2008-TR 2008) La Corporación Financiera de Desarrollo - COFIDE, en el marco de la presente Ley, ejercerá las siguientes funciones:

- a) Diseñar metodologías para el desarrollo de Productos Financieros y tecnologías que faciliten la intermediación a favor de las MYPE, sobre la base de un proceso de estandarización productiva y financiera, posibilitando la reducción de los costos unitarios de la gestión financiera y generando economías de escala de conformidad con lo establecido en el numeral 44 del artículo 221 de la Ley N° 26702 y sus modificatorias.
- b) Predeterminar la viabilidad financiera desde el diseño de los Productos Financieros Estandarizados, los que deben estar adecuados a los mercados y ser compatibles con la necesidad de financiamiento de cada actividad productiva y de conformidad con la normatividad vigente.
- c) Implementar un sistema de calificación de riesgos para los productos financieros que diseñen en coordinación con la SBS.

- d) Gestionar la obtención de recursos y canalizarlos a las Empresas de Operaciones Múltiples consideradas en la Ley N° 26702 - Ley General del Sistema Financiero, para que destinen dichos recursos financieros a las MYPE.
- e) Colaborar con la SBS en el diseño de mecanismos de control de gestión de los intermediarios.
- f) Coordinar y hacer el seguimiento de las actividades relacionadas con los servicios prestados por las entidades privadas facilitadoras de negocios, promotores de inversión, asesores y consultores de las MYPE, que no se encuentren reguladas o supervisadas por la SBS o por la Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores - CONASEV, para efectos del mejor funcionamiento integral del sistema de financiamiento y la optimización del uso de los recursos. COFIDE adopta las medidas técnicas, legales y administrativas necesarias para fortalecer su rol de fomento en beneficio de las MYPE para establecer las normas y procedimientos relacionados con el proceso de estandarización de productos financieros destinados a los clientes potenciales y de conformidad con la normatividad vigente

2.1.7.4. El problema de acceso al crédito para las Microempresas

“Una de las principales se basa en la existencia de fallas en el funcionamiento de los mercados de créditos, esencialmente, por la insuficiente información con que cuentan. Los bancos para realizar las evaluaciones de riesgo” (Ferraro y otros, 2011, p.11).

Las microempresas, por su parte, tienen enormes dificultades para cumplir con los requisitos que les son exigidos. Por una parte, muestran falencias técnicas asociadas a la presentación de las solicitudes de préstamo ante los bancos; esto incluye el armado del

proyecto, el diseño de una estrategia y la capacidad de reunir la documentación pertinente. Por otra, tienen dificultades que se centran en la falta de garantías suficientes, lo que constituye uno de los impedimentos más relevantes que enfrentan las empresas. (Ferraro y otros,2011, p.11)

Los problemas en el funcionamiento de los mercados de crédito constituyen un obstáculo para el crecimiento económico de los países, y afectan, particularmente, a las pequeñas y medianas empresas, no sólo a las que se encuentran en actividad sino también a las que están por crearse. La importancia de esto justifica la intervención de los gobiernos para atenuar las fallas en los mercados y potenciar el desarrollo productivo mediante el fortalecimiento de este tipo de agentes. (Ferraro y otros,2011, p.12).

2.1.7.5. Importancia del acceso al crédito

El acceso al financiamiento del sistema financiero permite a las MYPE tener una mayor capacidad de desarrollo, realizar nuevas y más eficientes operaciones, ampliar el tamaño de sus operaciones y acceder a créditos en mejores condiciones (de tasa y plazo, entre otras).

En el Estudio Global Entrepreneurship Monitor (2008) realizado por London Business School, el Perú ocupa el primer lugar en nivel actividad empresarial en fase inicial Siendo este un indicador del gran potencial de la inicial. MYPE en el país. (BCR. 2009 p.4)

2.1.7.6. Coyuntura de los créditos MYPES

El mercado de financiamiento a las MYPES se ha vuelto más competitivo, con más participantes en todas las regiones del país. Así, desde el 2011 los bancos y financieras

aumentaron su presencia en este importante segmento del mercado a través del otorgamiento de créditos, considerando que este sector concentra más del 99% de unidades productivas en el país, el 86% de la PEA Ocupada del sector privado, aproximadamente el 45% de la producción nacional, y su gran potencial de crecimiento en el acceso al crédito. Así, a agosto 2015, el 68% de la cartera de créditos a las MYPES fue de bancos y financieras, y 32% de microfinancieras, porcentajes que, en agosto 2011, 4 años atrás, eran 65% y 35%; respectivamente. (Morisaki,2015:1)

En esa coyuntura de menor crecimiento de créditos y desaceleración de la economía, y particularmente de los sectores comercio y servicios, en los cuales se encuentran concentradas la mayor parte de las mypes, la calidad de la cartera de los préstamos mypes se deterioró. Se debe considerar que, en el actual contexto de menor dinamismo productivo del país, es natural el aumento de la morosidad, sobre todo del segmento mype, dado que los menores ingresos impactan la capacidad de pago de sus deudas de manera más fuerte que otros segmentos empresariales. Adicionalmente, el menor crecimiento económico del país y la mayor incertidumbre lleva a que los préstamos otorgados sean menores, lo que influye en la ratio de morosidad, tomando en cuenta que este indicador tiene en el denominador como componente a la cartera total, y el menor aumento de ésta genera un efecto estadístico. Morisaki,2015 p.2)

2.1.7.7. Instituciones que brindan servicios financieros

En el Perú las MYPE cuentan con distintas fuentes de financiamiento, tanto reguladas como no reguladas.

Clasificación de Fuentes de Financiamiento

Reguladas por la SBS	Bancos	Banca múltiple, Banco de la Nación, Banco Agropecuario
	Entidades no Bancarias	CRAC, CMAC, Caja Metropolitana, EDPYME, Cooperativas de Ahorro y Crédito autorizadas a captar depósitos del público y Empresas Financieras
No Reguladas por la SBS	Privado	ONG.
		Casa Comercial, Camal, Agroindustria, Empresa Comercializadora, entre otras.
	Público	Banco de Materiales (BANMAT).
	Prestamistas	Transportistas, mayoristas, proveedores, otros comerciantes, habilitador informal, tienda o bodega familiar, amigo o vecino, préstamo individual, entre otros.
	Junta o Pandero	

Fuente: Alvarado, Portocarrero y Trivelli (2008) El financiamiento informal en el Perú: Lecciones de tres sectores"

Yamakawa, y otros (2010, p.60), señaló que “Los servicios financieros que se brindan a la mype pueden ser de distintos tipos: créditos, depósitos, garantías y fondos de capital de riesgo. Las instituciones que brindan servicios financieros a la mype se agrupan en dos tipos: las que lo hacen directamente y aquellas que funcionan como entidades de segundo piso, es decir, brindan sus servicios a través de terceros”.

Yamakawa, y otros (2010, p.60), concluye que “Los servicios financieros ofrecidos a las mype provienen del sector formal y del sector no regulado. Dentro del sector formal se encuentran aquellas instituciones que están reguladas por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), como los bancos, las financieras, las cajas municipales de ahorro y crédito (CMAC), las cajas rurales de ahorro y crédito

(CRAC) y las edpymes. Dentro del sector no regulado se pueden encontrar diversas fuentes de crédito, como algunas ONG que tienen programas de microcréditos, prestamistas individuales, asociaciones de ahorro y crédito (mecanismos grupales como juntas o panderos), proveedores y empresas.”

Yamakawa, y otros (2010. p.60), concluye:

Las instituciones que brindan crédito a la MYPE pueden clasificarse en banca múltiple, cajas municipales, cajas rurales y edpymes. Debido a consideraciones de rentabilidad y riesgo, las MYPE no eran consideradas parte del mercado objetivo de la banca múltiple, con excepción de Mi Banco y el Banco del Trabajo (ahora Crediscotia). Entre los demás bancos, algunos están desarrollando líneas o servicios de crédito a las mype. Las CMAC son instituciones microfinancieras no bancarias y descentralizadas que se caracterizan, en términos generales, por tener un adecuado manejo de cartera y una eficiente gestión institucional”.

2.1.7.7.1. Instituciones financieras de segundo piso.

Yamakawa y otros (2010, p.60), sostiene que “actúan tres entidades: la Corporación Financiera de Desarrollo (Cofide), el Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (Copeme) y la Development Credit Authority (DCA). Cofide es una empresa de economía mixta cuyo capital pertenece en 98.5% al Estado peruano. Forma parte del sistema financiero nacional, desempeña funciones de banco de desarrollo de segundo piso y canaliza los recursos que administra únicamente a través de instituciones supervisadas por la SBS”.

2.1.7.7.2. Instituciones financieras que otorgan garantías.

Yamakawa, y otros (2010, p.63), concluye:

Además de las instituciones que ofrecen algunos de sus servicios de manera directa y las entidades de segundo piso, también existe la Fundación Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Industria (Fogapi), una entidad privada y sin fines de lucro que forma parte del sistema financiero. Facilita garantías para el acceso al crédito de las MYPE y, en tal sentido, su objetivo es apoyar, promover y asesorar su desarrollo mediante operaciones de afianzamiento que les permita acceder al crédito de las instituciones financieras y de proveedores, participar en licitaciones”.

2.1.7.7.3. Instituciones que brindan servicios de desarrollo empresarial.

Yamakawa, y otros (2010, p.64), sostiene que “dentro de las instituciones que brindan servicios de desarrollo empresarial (SDE) están Prompyme, Copeme, el Programa Perú Emprendedor, las CIT E y el Instituto de Desarrollo del Sector Informal (Idesi), entre otros. Prompyme es la principal institución estatal de promoción a la MYPE. Se constituye como una instancia de promoción, coordinación y concertación de las acciones necesarias para contribuir con el incremento de la competitividad en los diferentes mercados en los que esta participa”.

2.1.7.7.4. El Programa Perú Emprendedor que promueve el MYPE.

Yamakawa, y otros (2010, p.65) concluye que “es un programa integral cuya finalidad es apoyar el desarrollo de la MYPE y las iniciativas empresariales; de esta manera contribuye a la generación de empleo digno y la mejora de las condiciones de vida de la población en las regiones de Áncash, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca,

Huánuco, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Moquegua, Piura, Puno, San Martín y Tacna.”

Yamakawa, y otros (2010, p.66) establece que “los componentes de este programa son el Bono Pyme, el Bono Emprende, el Bono Gremio, Supérate, el Bono Propoli y la línea de crédito PrestaMype-Fondemi. El Bono Pyme se ofrece a los empresarios mype de las 14 regiones donde funciona el programa y permite obtener descuentos en los SDE que requieran. El Bono Emprende apoya con cofinanciamiento a los jóvenes con iniciativas empresariales para que pongan en marcha.”

2.1.7.7.5. La línea de crédito PrestaMype-Fondemi.

Yamakawa, y otros (2010, p.67) sostiene que “es una línea administrada por Cofide y canalizada por IFI dirigida a empresarios MYPE que puede ser utilizada para capital de trabajo o activos fijos. Dentro de la política de innovación tecnológica que promueve el Produce, uno de los instrumentos principales lo constituyen los CITE, cuyo ámbito de acción abarca diferentes cadenas productivas con potencial de desarrollo.”

Yamakawa, y otros (2010. p.67) concluye:

Para la MYPE, los CITE son un socio tecnológico que les puede permitir reducir las barreras de acceso al conocimiento, incorporar nuevas tecnologías, incrementar su capacidad de innovación, generar productos con mayor valor agregado y producir con mayor eficiencia, de modo tal que puedan competir en un mercado cada vez más global y competitivo. Los servicios que brindan son de distinto tipo como capacitación y asistencia técnica en temas productivos y tecnológicos; ensayos de laboratorio para poder probar la calidad de los insumos y los productos

terminados, lo que resulta especialmente útil para aquellos pequeños empresarios que participan en licitaciones en las que se exigen altos estándares de control de calidad; diseño y seriado asistido por computadora; plantas piloto demostrativas, bajo el concepto de «aprender haciendo».

2.1.7.7.6. El Fondo de Compensación y Desarrollo Social (Foncodes)

Yamakawa, y otros (2010, p.68), concluye:

Pertenece al Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (Mimdes) tiene 4 programas centrales dirigidos a la MYPE: el Programa Emprendimientos Rurales dirigido a organizaciones sociales de base, que se considera proveedores de SDE a personal especializado de empresas con las cuales se busca articular su producción; el programa PAME financiado con un fondo colocado en diversas instituciones cuyos intereses anuales serán destinados a un sistema de bonos de capacitación y asistencia técnica; el programa Desarrollo del Corredor Puno-Cusco, en el cual se han elaborado 1200 planes de negocios; y el programa Manejo de Recursos Naturales en la Sierra Sur (Marenass) que comprende a Arequipa, Moquegua y Tacna con un presupuesto de 21 millones de dólares para 6 años.

2.1.7.7.7. También concurren al apoyo a la microempresa los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE)

Yamakawa, y otros (2010, p.68), concluye:

Promovidos por diversas entidades de cooperación internacional, miembros de la Mesa de Coordinación Mype del Perú y el ex Ministerio de Industria. Estas entidades, que brindan servicios de consultoría, asesoría, capacitación e información

a las empresas, se especializan por subsectores económicos y atienden al estrato de la pequeña y la microempresa que trabaja de manera autosostenible a la que brindan servicios en distintas regiones y ciudades del Perú. Su estrategia es lograr la sostenibilidad, entendida como la capacidad de los centros para mantenerse operativos en el mercado al término del apoyo; lo que supone alcanzar una real consolidación institucional a través de dos condiciones: aceptación en el mercado y autofinanciamiento.

2.1.7.7.8. Instituciones que facilitan y promueven la formalización

Yamakawa, y otros (2010, p.68), concluye:

Resulta claro que la agenda relacionada con la eliminación de trabas y obstáculos que las empresas en general, y las mypes en particular, tienen para su formalización va mucho más allá de las limitaciones que desde el ámbito municipal pueden generarse a la expedición de las licencias de funcionamiento. El proyecto más relevante que se ha aplicado en este aspecto es el Programa de Autoempleo y Microempresa (Prodame) del MTPE, el cual tiene como objetivo fomentar la generación de empleo a partir de la creación o la formalización de empresas con personería jurídica, facilitándoles el acceso a los mercados, los SDE y los recursos financieros del sistema formal.

Yamakawa, y otros (2010, p.69), sostiene:

“Los servicios que brinda el Prodame son asesoría técnica y legal personalizada para la constitución o la formalización de empresas, asociaciones u otras formas asociativas en forma gratuita; elaboración de la minuta de constitución de empresas, asociaciones y otras formas societarias; adecuación a la nueva Ley

General de Sociedades; un servicio de información para las mype respecto de licencias municipales, permisos especiales para los diferentes sectores, servicios de desarrollo empresarial y financieros; y servicio de capacitación a través del desarrollo de seminarios y talleres en temas laborales, tributarios y de gestión empresarial.

2.1.8. ¿Qué es una inversión en activos?

Briceño (2009, p.18), Es una inversión en bienes físicos o intangibles que la empresa necesita para ampliar su capacidad de producción, mejorar sus procesos productivos (por ejemplo, comprando una máquina más eficiente que la que actualmente posee) o reemplazar equipos obsoletos. Sin embargo, también se considera como una inversión en activos a la adquisición de terrenos e inmuebles o la edificación de obras civiles. En un sentido amplio, la inversión en activos también incluye la compra de equipo de oficina, mobiliario, equipos informáticos y de comunicaciones, así como el software que utilizan las computadoras. De todo esto podemos deducir que si una empresa desea realizar una inversión en activos, será necesario que consiga dinero.

2.1.9. ¿Y qué es el capital de trabajo?

Aunque es un concepto que muchos creen conocer bien, requiere una explicación. Se denomina así a los recursos que necesita cualquier negocio para seguir produciendo mientras cobra los productos que vende. El dinero necesario para que la empresa siga operando en forma continua proviene de los fondos que ésta tiene. (Lira, 2009,p. 19)

En realidad, el capital de trabajo no está compuesto solamente de efectivo, sino también comprende las inversiones que la empresa tiene en cuentas por cobrar e inventarios. Es por eso que se le define formalmente como el conjunto de inversiones que una empresa mantiene en activos corrientes para financiar un ciclo productivo.

2.1.10. Empresa de lencería

La empresa que se dedica a la venta de lencería es aquella que brinda todos los productos relacionados a ello y se especializa en su venta, así como en su cliente. (Zurita, 2017)

Se entiende por lencería a todas aquellas prendas que componen la ropa interior de la vestimenta, pero que además presentan como principal característica la delicadeza y elegancia en sus diseños. A diferencia de la ropa interior en general, el término de lencería suele ser utilizado para describir las prendas femeninas y también para hacer referencia a aquellas que cuentan con un elevado nivel de sensualidad, femineidad y delicadeza. (Urbina, 2015)

Podemos decir que la lencería es un elemento muy reciente de la moda y de la indumentaria si tenemos en cuenta que la misma, como tal, se desarrolla recién en el siglo XIX y sobre todo en el XX. Si bien ya existían modelos de ropa interior delicada en épocas del estilo Rococó, la misma no poseía la importancia que tiene hoy en día la lencería. Por un lado, el desarrollo de la lencería tiene que ver con factores tecnológicos que están relacionados con la perfección de los materiales y del diseño de indumentaria. Por otro lado, un factor central para su desarrollo fue el incremento del rol de la mujer en la sociedad y la aparición del concepto de sensualidad en la vestimenta. En este sentido, la progresiva liberación de la mujer a lo largo del siglo XX permitió entender la sensualidad femenina con mayor comprensión y aceptación, fenómeno para el cual la lencería jugó un importante rol. (Koontz, Weihrich y Cannice, 2012)

Cuando hablamos de lencería no hablamos de cualquier tipo de indumentaria si no de prendas que demuestran una mayor delicadeza, femineidad y sensualidad que otras. Esto puede lograrse a partir de varios elementos. Uno de ellos tiene que ver con los

materiales ya que la lencería no suele estar hecha de telas de uso básico como el lino o el algodón si no que se suele realizar con telas más delicadas y vistosas como la seda, el raso, los tules, los encajes, etc. Por otro lado, la lencería cuenta con diseños más sensuales y atrevidos que el resto de las prendas y si bien cubre las partes erógenas del cuerpo femenino, dependiendo de la circunstancia, puede ser más o menos reveladora y más o menos atrevida.(Pereira, 2012).

Marco conceptual

Formalización: La formalización implica una serie de requisitos que un empresario necesita cumplir para ser tomado en cuenta como tal y el Estado ha venido realizando diferentes programas y acciones de acompañamiento a empresas de los diferentes sectores para que incrementen sus niveles de formalidad y productividad.

Una de las principales razones por las que las MYPE no se formalizan es por la complejidad del proceso en sí, procedimientos largos y muy complicados, muchas instituciones a las cuales se debe acudir para obtener licencias y permisos, generándoles altos costos por el tiempo que tienen que invertir en informarse, acudir a cada institución para hacer los trámites necesarios. Todo ello las desalienta ya que no perciben los beneficios ante tales esfuerzos, es decir, el cumplimiento de los requisitos para la formalización distrae al pequeño inversionista, restándole competitividad y, lo que es peor, ganas de formalizarse. (Ilo, 2017)

Financiamiento: Para que una empresa cualquiera permanezca en el mercado, necesita acceder a fuentes de financiamiento, lo cual permitirá incrementar su capacidad de trabajo y su competitividad en el mercado. Es precisamente el financiamiento, uno de los principales problemas con la que se encuentra una MYPE, debido a que las instituciones financieras exigen garantías patrimoniales, y formalidad. (Perdomo, 1998).

MYPE: Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que desarrolla actividades de: extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ley N° 28015, Art.2)

Lencería: (Carter, Alison 1992). Son prendas que son parte de la ropa femenina interior, la diferencia es que la principal característica le da delicadeza y están compuestos de diseños sofisticados que complementan la sensualidad y femineidad, generando elegancia y mostrando atractiva a la mujer. Una mujer jamás descuida los detalles y siempre los tiene en cuenta cuando se trata de la ropa íntima. Estas prendas suelen revelar la personalidad, el estado de ánimo y hasta las pretensiones, por eso hay líneas para todo los gustos.

Lencería deportiva y cómoda,

Prendas suaves de algodón, tan cómodas que ni se sienten. Son las favoritas para el día a día, y destacan en telas unicolores o con estampados discretos. Necesitan menos cuidados cuando se lavan, en comparación con otros materiales.

En lo que se refiere a los cortes, los sujetadores suelen ser prácticos, funcionales y tamaño medio. Los favoritos son aquellos con tiros intercambiable, ya que se las puede quitar para vestir prendas strapless (sin tirantes).

Lencería sensual

Nadie escapa de desear desbordar sensualidad con un provocativo conjunto íntimo. Tanto los tejidos como los materiales de encaje, seda y lazos dan forma a cortes reveladores que buscan favorecer la silueta femenina.

Los cortes van desde el clásico baby doll, pasando por prendas transparentes, corsés, encajes y ligeros. Las opciones son tantas como la creatividad lo permita.

Lencería casera sugestiva

Es una combinación entre la moda deportiva y la sensual. Diseñada para las mujeres que desean lucir “poco arregladas”, estar cómodas y descartar lo mejor de su figura.

Sobresalen en esta tendencia sujetadoras de algodón con bordados externos, semihilos también con bordados y detalles en pedrería, entre otros.

Lencería comestible

(Lee Brady, 1992). La lencería sexy comestible, es ropa interior que está hecha de dulces y se utiliza en juegos sexuales, su fin es despertar todo los sentidos de tu pareja; el gusto, tacto, el olfato.

Este tipo de prenda para juegos sexuales fueron creados en el año 1975 por Lee Brady y David Sanderson, su primer nombre comercial fue Candy pants (calzones de caramelo).

III. Hipótesis

Hipótesis general

Las características de la formalización tienen relación positiva con el financiamiento en la MYPES del sector comercio rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018.

- Variable independiente, formalización.
- Variable dependiente, financiamiento

IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

No experimental: “Estudios que se realizó sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”

(Hernández y Baptista, 2014, p.152).

Trasversal: “El propósito fue describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (Hernández y Baptista, 2014, p.154).

4.2 Tipo de investigación

“Cuantitativa porque se utilizó la recolección de datos y se aprobó la hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. (Hernández y Baptista, 2014, p.4).

La investigación Cualitativa trata de indentificar la naturaleza profunda de las realidades

4.3 Nivel de investigación

Descriptivo: “Porque se pretendió medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas” (Hernández y Baptista, 2014, p.92).

Correlacional: Cuya finalidad fue conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, también se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables. Para evaluar el grado de asociación. (Hernández y Baptista, 2014, p.93).

4.4 El Universo y Población

La población estuvo conformado por 18 Micro y pequeñas empresas, por ser una población pequeña de ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima.

Muestra

La muestra estuvo constituida por el cien por ciento de la población, es decir 18 MYPE, del sector comercio – Rubro venta de lencerías, del mercado Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima. Teniendo una extensión de 71,18 kilómetros cuadrados y una población estimada superior a los 200,000 habitantes. Puente Piedra ubicado en la zona norte de Lima

4.5 Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición operacional:	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Formalización	En el momento en que tengo una empresa como persona natural o jurídica y registro como contribuyente (RUC), tengo un establecimiento determinado y tiene capacidad de emitir facturas. (Pro Inversión, 2012, p.19)	Características del Representante legal	Edad del encuestado	Ordinal: Numérico
			Sexo del encuestado	Nominal: a. Masculino. b. Femenino.
			Estado civil	Nominal: a. Casado. b. Soltero
			Nacionalidad	Nominal: a. Peruano b. Extranjero
			Nivel de instrucción	Nominal: a. Primaria b. Secundaria c. Técnico d. Universitario
			Profesión del encuestado	Nominal: a. Profesional b. No profesional
			Ocupación dentro de la empresa del encuestado	Nominal: a. Gerente b. Empleado
			Cargo dentro del negocio	Nominal: a. Administrador

				b. Dueño
			Tiempo de funcionamiento del negocio	Ordinal: Numérico
			Cantidad de trabajadores	Nominal: a. 1 a 10. b. 11 a 20. c. 20 a mas
		Características de la formalización de la MYPE	Formalización empresa	Nominal: a. Si b. No
			Razón de constitución del negocio	Nominal: a) Natural b) Jurídica c) Ninguno
			Comprobante emitido por negocio	Nominal: a. Boleta b. Factura
			Régimen de Tributación por negocio	Nominal a. Si b. No
			Motivo de no afiliación a pago de impuesto	Nominal: a. Formal b. Informal
			Causa de informalidad del negocio	Nominal
		Financiamiento	El financiamiento es la obtención de recursos de fuentes internas y externas, a corto, mediano o largo plazo, que requiere para su operación normal y eficiente una empresa pública o privada, social o mixta	Características del financiamiento
Fuente de financiamiento	Nominal: a) Familiar b) Bancario c) Edpyme d) Prestamista			
Tuvo problema de financiamiento	Nominal: a. Si b. No			
Tipo de problema al acceder a un crédito	Nominal: a. Apto b. No apto			
Monto solicitado en el	Ordinal: a. 1,000			

	(Perdomo, 1998, p.207).		crédito	b. 1,001 a 5,000 c. 5,001 a mas
--	-------------------------	--	---------	------------------------------------

4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Se utilizó la técnica de encuesta de 27 preguntas, preguntas que se encuentran enfocadas a conocer sobre la informalidad y el acceso al financiamiento de las empresas.)

Instrumentos

El instrumento que se utilizó con la finalidad de obtener datos e información es el cuestionario, con preguntas cerradas, utilizando la escala de Likert y acordes con la hipótesis y el planteamiento del problema. Hernandez, R., Collado, F., Baptista, L. (2014).

Además, la guía de entrevista y análisis documentas.

- 7 preguntas con respecto a los representantes legales de las empresas
- 5 preguntas con respecto a las características de la MYPES en estudio.
- 6 preguntas con respecto a la formalización de la MYPES.
- 9 preguntas con respecto al financiamiento de la MYPES.

4.7 Plan de análisis

Preparación de datos: De acuerdo a la naturaleza de las preguntas, se empleó la preparación computarizada con el software estadístico SPSS 22. Luego de realizar la encuesta respectiva a los representantes de las MYPE del sector comercio - rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, año 2018.

Técnica estadística: Que determino el grado de confiabilidad utilizando Alpha de Cronbach y para corroborar la hipótesis se empleará Coeficiente de Pearson. Para lograr

el cumplimiento de los objetivos, se utilizará técnicas estadísticas de medidas y correlación.

Tipo de análisis: En la investigación se empleó el análisis cuantitativo y cualitativo, de corte transversal, bivariado. Los datos se presentarán en tablas de distribución de porcentaje y gráfico de histogramas.

El análisis de confiabilidad del instrumento, el cual fue validado mediante Alpha de Cronbach.

4.8 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología	Instrumento y Procedimiento
<p>¿Cuáles son las principales características de la formalización y financiamiento en las MYPES del sector comercio - rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, año 2018?</p>	<p>Objetivo General -Determinar las principales características de la formalización y financiamiento de las micro y pequeña empresa del sector comercio - rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>-Determinar las características de los representatantes de las micro y pequeña empresas del sector comercio - rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018.</p> <p>-Determinar las características de las micro y pequeña empresas del sector comercio rubro de lencerías del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018.</p> <p>-Determinar las características de la formalización de las micro y pequeña empresas del sector comercio - rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018.</p> <p>-Determinar las características del financiamiento de las micro y pequeña empresas del sector comercio - rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018.</p>	<p>independiente: Formalización</p> <p>dependiente: Financiamiento</p>	<p>Población:</p> <p>La población está conformado por 18 Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ventas de lencerías del mercado Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018</p> <p>Muestra:</p> <p>La muestra estará constituida por el cien por ciento de la población, del sector comercio – Rubro venta de lencerías, del mercado Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima.</p>	<p>Método:</p> <p>- Tipo: Cuantitativo Cualitativo</p> <p>- Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental. Porque se realizó sin la manipulación deliberada de las variables, formalización y financiamiento, se observara el fenómeno según se encuentre dentro de su contexto.</p> <p>Transversal. La investigación se realizó en un tiempo oportuno</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

4.9 Principios éticos

El presente estudio que se realizó, tiene la finalidad de dar a conocer al emprendedor sus derechos y obligaciones de las empresas dedicadas al rubro en ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, se realizó bajo los parámetros de ética que menciona las normas de la ULADECH, en el reglamento de investigación versión 11 del artículo respetando las metodologías de la investigación científica, bajo el comportamiento ético del investigador. (Domínguez, 2015).

V. Resultados

5.1 Resultados:

5.1.1 Resultado de las encuestas referente a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018.

Tabla 3

Edad de los representantes

	Cantidad	Porcentaje
18 a 30 años	9	50%
31 a 40 años	6	33%
41 a 50 años	2	11%
51 a más	1	6%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada.

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de lencerías del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018.

5.1.2 ¿Cuál es su margen de edad?

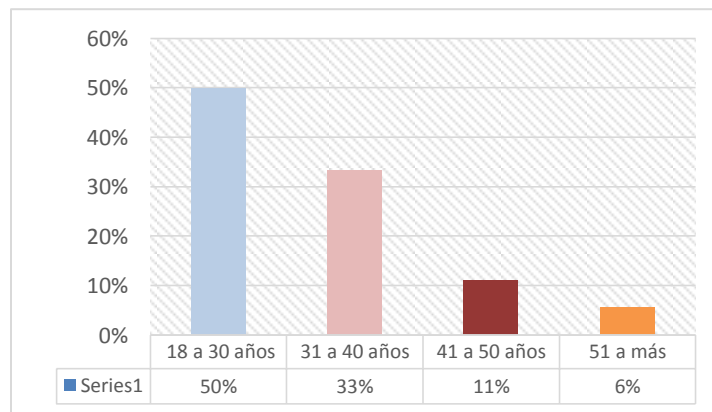


Figura 1: Margen de edad de los representantes

Interpretación de la tabla 3

En la tabla N°3, representa que el 50% de los encuestados tienen 18 a 30 años de edad, el 33% tienen 31 a 40 años de edad, el 11% tienen 41 a 50 años de edad y el 6% 51 a más.

5.1.2 ¿Cuál es su género?

Tabla 4

Genero de los representantes de las MYPE

	Cantidad	Porcentaje
Masculino	3	17%
Femenino	15	83%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

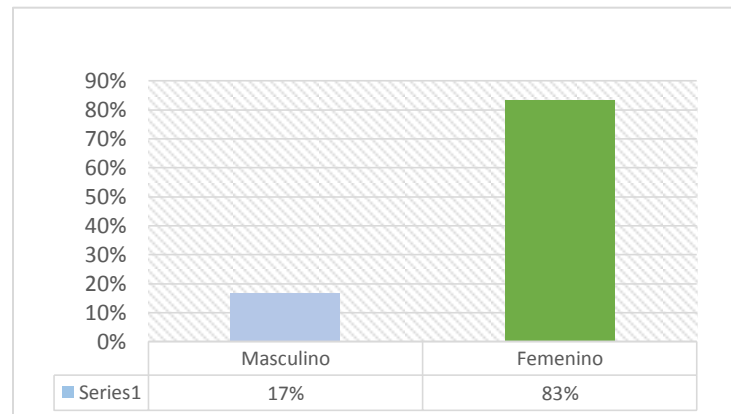


Figura 2:

Género de los representantes

Interpretación de la tabla 4

La tabla 4, representa que el 17% de los encuestados son de sexo masculino y el 83% de sexo femenino.

5.1.4 ¿Cuál es su estado civil?

Tabla 5

Estado civil de los representantes

	Cantidad	Presupuesto
Soltero	9	50%
Casado	6	33%
Divorciado	2	11%
Viudo	1	6%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

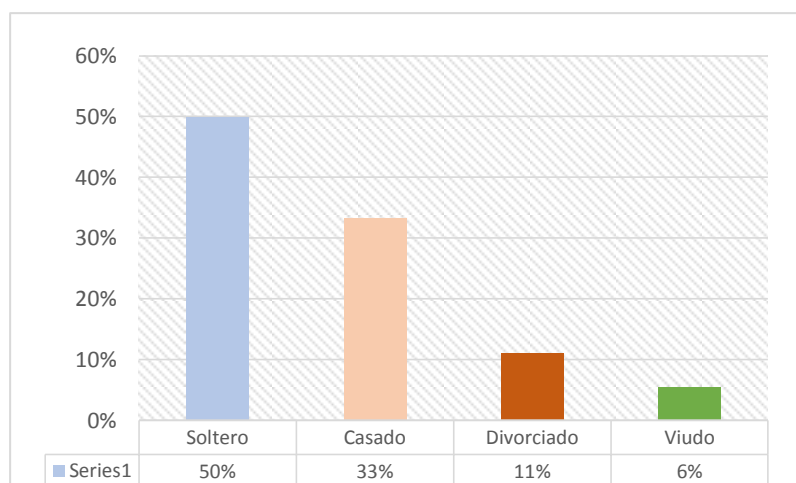


Figura 3:
Estado civil

Interpretación de la tabla 5

La tabla 5, representa 50% de los encuestados son solteros, el 33% son casados, el 11% divorciados y el 6% son viudos.

5.1.5 ¿Cuál es su nacionalidad?

Tabla 6

Nacionalidad de los representantes

	Cantidad	Porcentaje
Peruano	18	100%
Extranjero	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

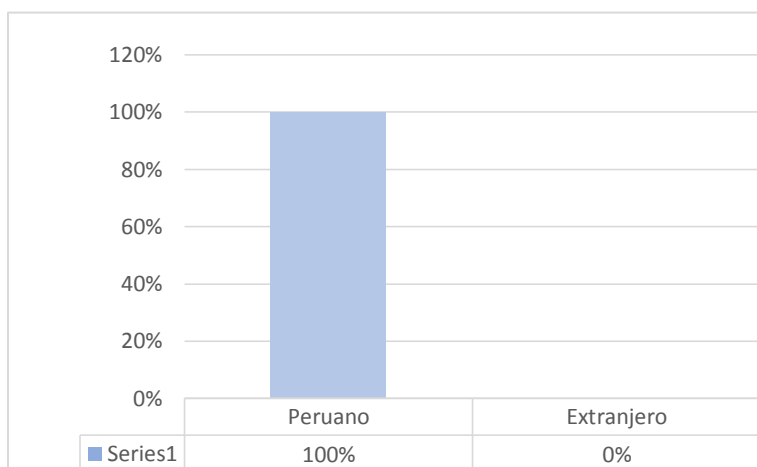


Figura 4:

Nacionalidad de los representantes

Interpretación de la tabla 6

Tabla 6, representa que el 100% de los encuestados son peruanos y el 0% extranjeros

5.1.6 ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Tabla 7

Nivel de instrucción de los representantes

	Cantidad	Porcentaje
No escolarizado	0	0%
Primaria	0	0%
Secundaria	9	50%
Instituto	5	28%
Universidad	4	22%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

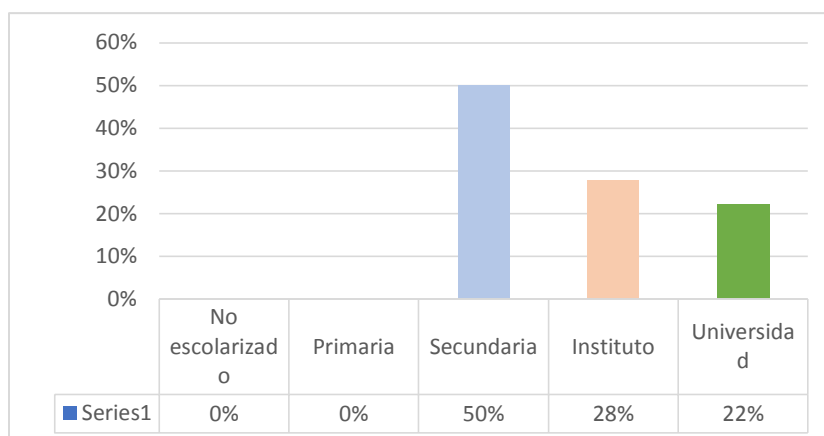


Figura 5: Nivel de instrucción de los representantes

Interpretación de la tabla 7

La tabla 7, representa que el 50% de los encuestados tienen un nivel de instrucción secundaria, el 28% instituto técnico, 22% estudios superiores universitario.

5.1.7 ¿Qué profesión ejerce?

Tabla 8:

Profesión de los representantes

Tabla 6: Profesión de los representantes

Administración	16	89%
Costura	0	0%
Diseño de moda	0	0%
Otros	2	11%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

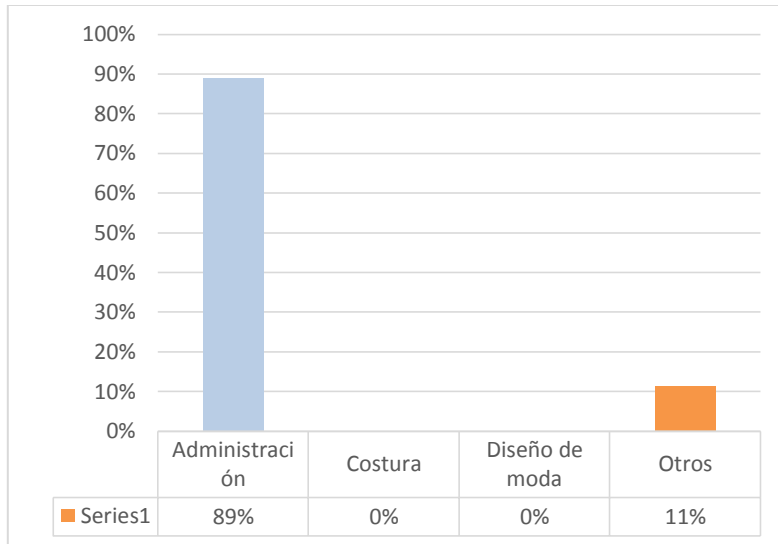


Figura 6:
Profesión de los representantes

Interpretación de la tabla 8

La tabla 8, nos muestra que el 89% de los encuestados tiene son administradores de la MYPE y el 11% son otras ocupaciones dentro de la MYPE

1 CARACTERÍSTICAS DE LA MYPE EN ESTUDIO

5.2. Resultado de las encuestas referente a las Características de las Micros y pequeñas empresas del sector comercio rubro de lencerías del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de lencerías del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018.

5.2.1 ¿Tiempo de funcionamiento del negocio?

Tabla 9:

Tiempo funcionamiento del negocio		
	Cantidad	Porcentaje
0 a 3 años	18	100%
4 a 10 años	0	0%
11 a 25 años	0	0%
26 años a más	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

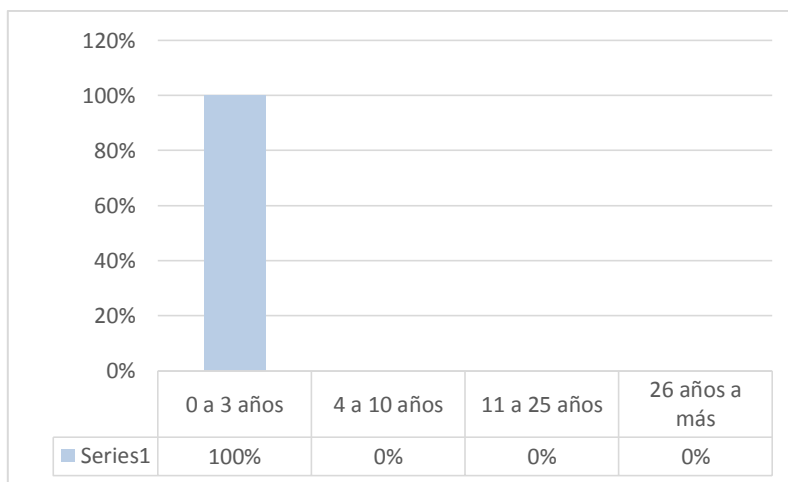


Figura 7:
Tiempo de funcionamiento del negocio

Interpretación de la tabla 9

La tabla 9, muestra que el 100% de los encuestados lleva de 0 a 3 años en el rubro de ventas en lencería.

5.2.2 ¿Cuántos trabajadores tiene en su negocio?

Tabla 10

Cantidad de trabajadores en el negocio

1 a 3	18	100%
4 a 5	0	0%
6 a más	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

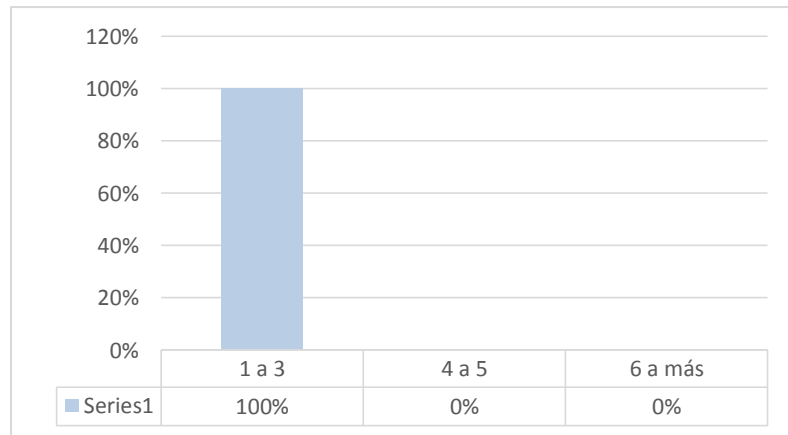


Figura 8:

Cantidad de trabajadores en el negocio

Interpretación de la tabla 10

La tabla 10, representa que el 100% de las MYPEs, tiene de 0 a 3 trabajadores.

5.2.3 Cantidad de Varones

Tabla 10

Cantidad de varones

	Cantidad	Porcentaje
0 a 3	18	100%
4 a 5	0	0%
6 a más	0	0%
Ninguno	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

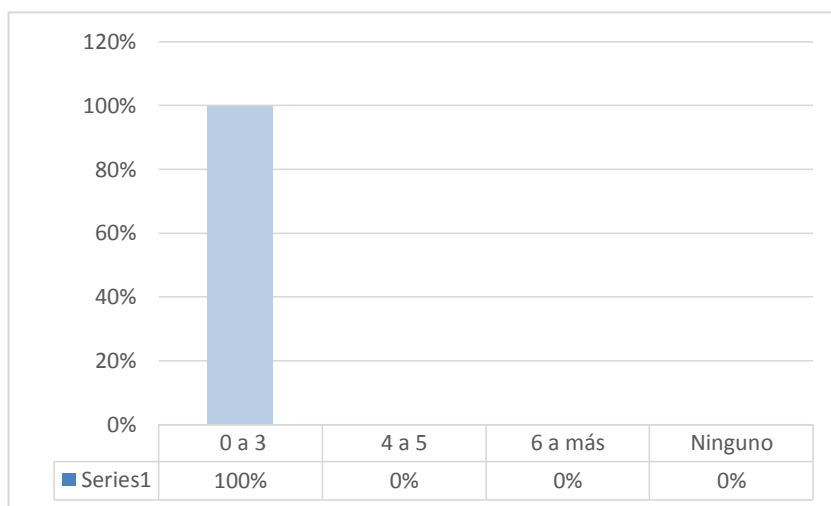


Figura 9:
Cantidad de varones

Interpretación de la tabla 11

En la tabla 11, podemos verificar que el 100% de los encuestados son de 0 a 3 varones

5.2.4 Cantidad de mujeres

Tabla 11

Cantidad de mujeres

	Cantidad	Porcentaje
0 a 3	18	100%
4 a 5	0	0%
6 a más	0	0%
Ninguno	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de encuesta realizada

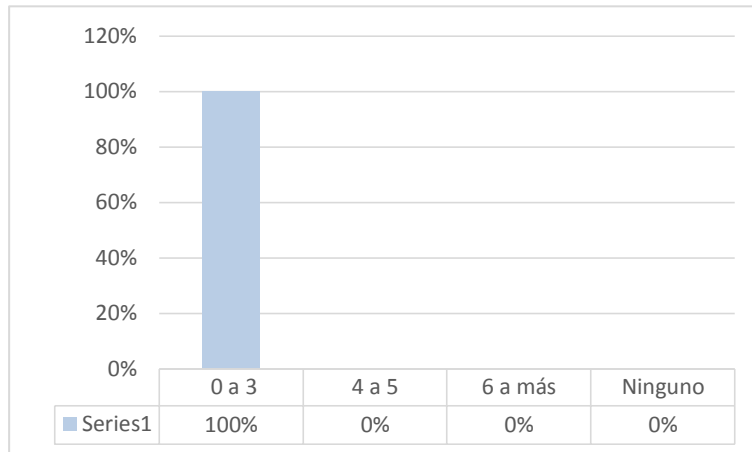


Figura 10:
Cantidad de mujeres

Interpretación de la tabla 12

En la tabla 12, podemos verificar que el 100% de los encuestados son mujeres

5.2.5 Tipo de trabajadores

Tabla 12

Tipo de trabajadores

	Cantidad	Porcentaje
Permanente	12	67%
Eventual	6	33%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

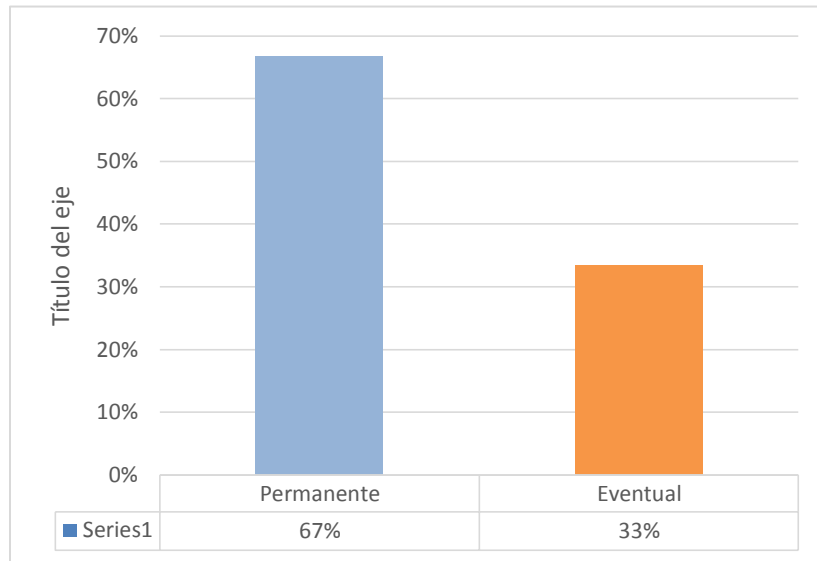


Figura 10:
Tipo de trabajadores

Interpretación de la tabla 13

La tabla 13, representa que el 67% de las MYPES tiene trabajadores permanentes y el 33% son eventuales.

CARACTERÍSTICAS DE LA FORMALIZACIÓN DE LA MYPE EN ESTUDIO

5.3. Características de la formalización de la Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro en ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, Lima 2018.

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de lencerías del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018.

5.3.1 ¿Su empresa es formal?

Tabla 13

Formalización de la empresa

	Cantidad	Porcentaje
Si	18	100%
No	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

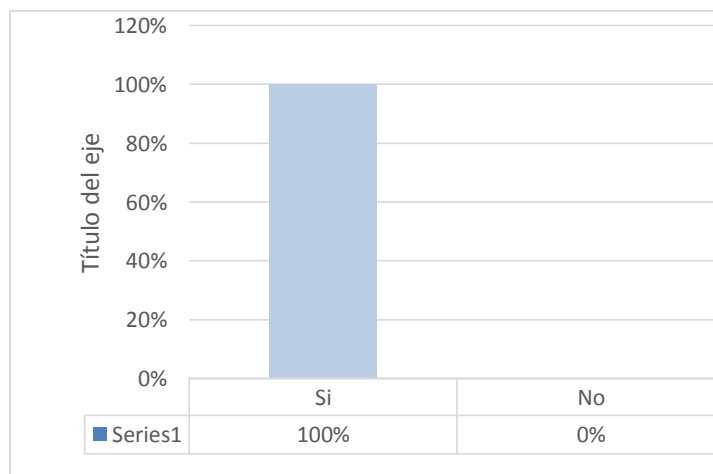


Figura 11:

Situación de su empresa

Interpretación de la tabla 14

La tabla 14, representa que el 100% de los encuestados son formales

5.3.2 ¿En qué Razón Social está constituida su negocio?

Tabla 14

Razón Social está constituida su empresa

	Cantidad	Porcentaje
Natural	13	72%
Jurídica	5	28%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

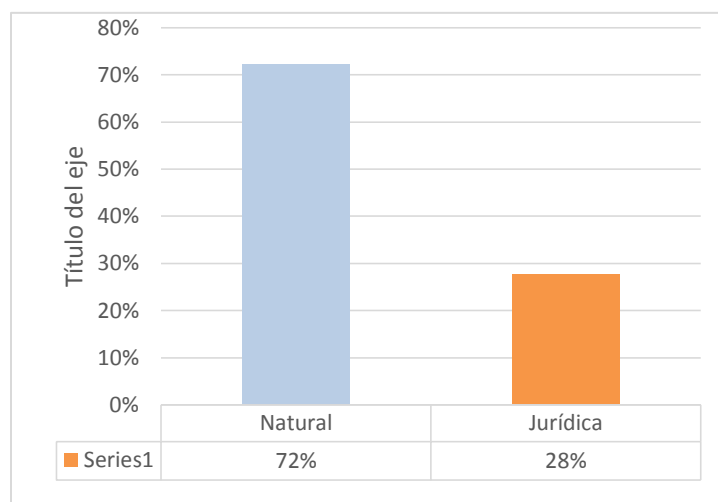


Figura 13:

Razón Social del negocio

Interpretación de la tabla 15

La tabla 15, representa que el 72% de los encuestados las MYPES son de razón social natural y el 28% son jurídicas

5.3.3 ¿Qué tipo de comprobante es emitido por su empresa?

Tabla 15

Tipo de comprobante que emite su empresa

	Cantidad	Porcentaje
Proforma de venta	0	0%
Boleta de venta	16	89%
Factura	0	0%
Todas las anteriores	2	11%
Ninguna	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

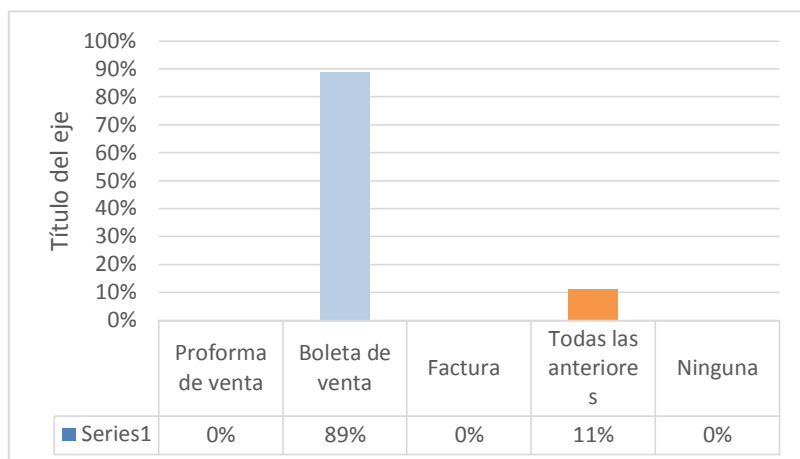


Figura 14:

Tipo de comprobante

Interpretación de la tabla 16

La tabla 16, representa 89% de los encuestados hacen la entrega de boleta de venta y el 2% todas las anteriores

5.3.4 ¿Cuál es el Régimen de Tributación?

Tabla 16

Régimen al que pertenece su empresa

	Cantidad	Porcentaje
Régimen Único Simplificado (RUS)	18	100%
Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)	0	0%
Régimen General del Impuesto a la Renta (RGR)	0	0%
Ninguno	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

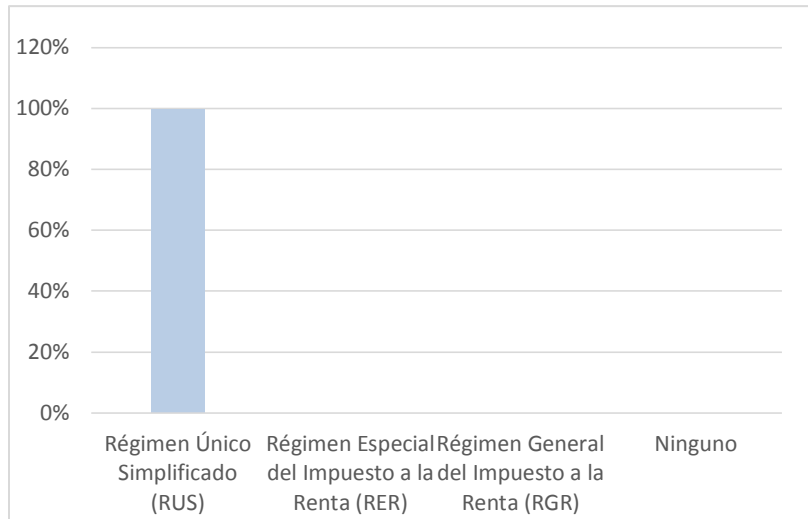


Figura 15:

Régimen de tributación

Interpretación de la tabla 17

En la tabla 17, representa que el 100% de las MYPES optan por el Régimen Único Simplificado

5.3.5 ¿Cuál es el motivo por el que no está afiliado?

Tabla 17

Motivo por el que no está afiliado a algún régimen

	Cantidad	Porcentaje
Pago de impuesto	0	0%
Desconoce del tema	0	0%
Requiere de capacitación	0	0%
Otros	0	0%
Ninguno	18	100%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

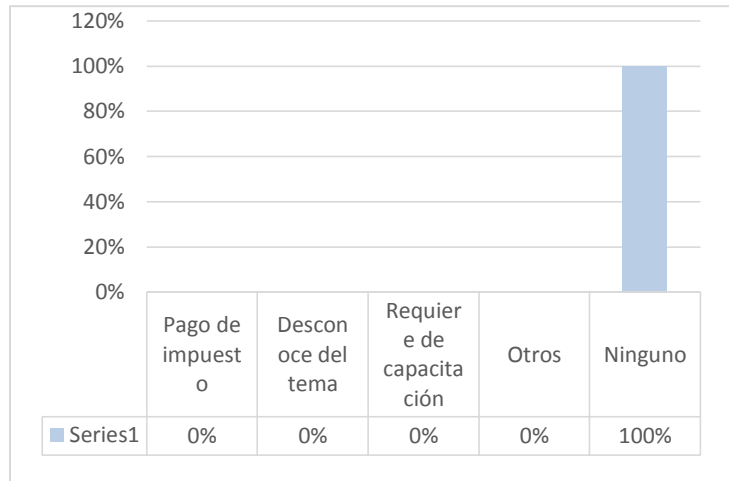


Figura 12:
Motivo de afiliación algún régimen

Interpretación de la tabla 18

En la tabla 16, representa que el 100% que no tienen ningún motivo

5.3.6 ¿Cuál es el motivo por el que no está afiliado?

Tabla 18

Causas de informalidad

	Cantidad	Porcentaje
Bajo ingreso económico	0	0%
Pagos excesivos de impuestos	0	0%
Poco apoyo legal para formaliza	0	0%
Desconocimiento del trámite	0	0%
Ninguno	18	100%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

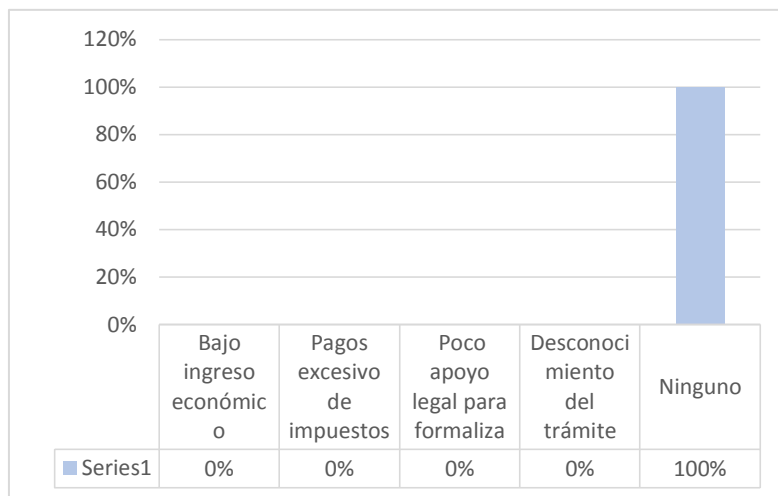


Figura 17:
Causa de informalidad

Interpretación de la tabla 19

En la tabla 19, representa que el 100% de los encuetados no son informales

CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO DE LA MYPE EN ESTUDIO

5.4 Características de financiamiento de la Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro en ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, Lima 2018.

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de lencerías del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018.

5.4.1 ¿Alguna vez solicitó financiamiento para su negocio?

Tabla 19

<i>Solicitud para financiamiento</i>		
	Cantidad	Porcentaje
Si	16	89%
No	2	11%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

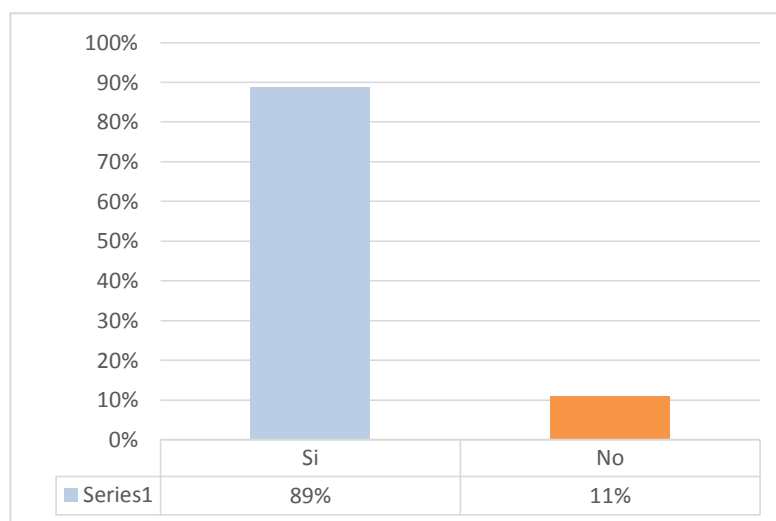


Figura 13:
Solicitud para financiamiento

Interpretación de la tabla 20

En la tabla 18, representa el 89% en los encuestados solicitan financiamiento para su negocio y el 11% no acuden al apoyo financiero.

5.4.2 ¿Cuál fue la fuente de su financiamiento?

Tabla 20

Fuente de financiamiento

Familiar	1	6%
Bancaria	15	83%
Edpyme	0	0%
Prestamista	2	11%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

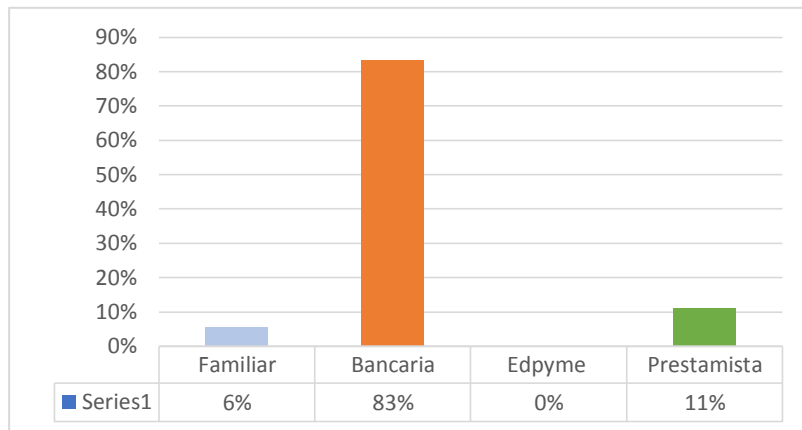


Figura 19:
Fuente de financiamiento

Interpretación de la tabla 21

En la tabla 19, representa el 6% de los encuestados algunas veces acuden al préstamo familiar, 83% bancaria y el 11% en prestamistas.

5.4.3 ¿Cuál es la mejor fuente de financiamiento?

Tabla 21

<i>Mejor fuente de financiamiento</i>	Cantidad	Porcentaje
Bancaria	1	6%
Financiera	3	17%
Caja municipal	12	67%
Edpyme	0	0%
Otros	1	6%
Ninguno	1	6%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

Figura 14: Mejor fuente de financiamiento

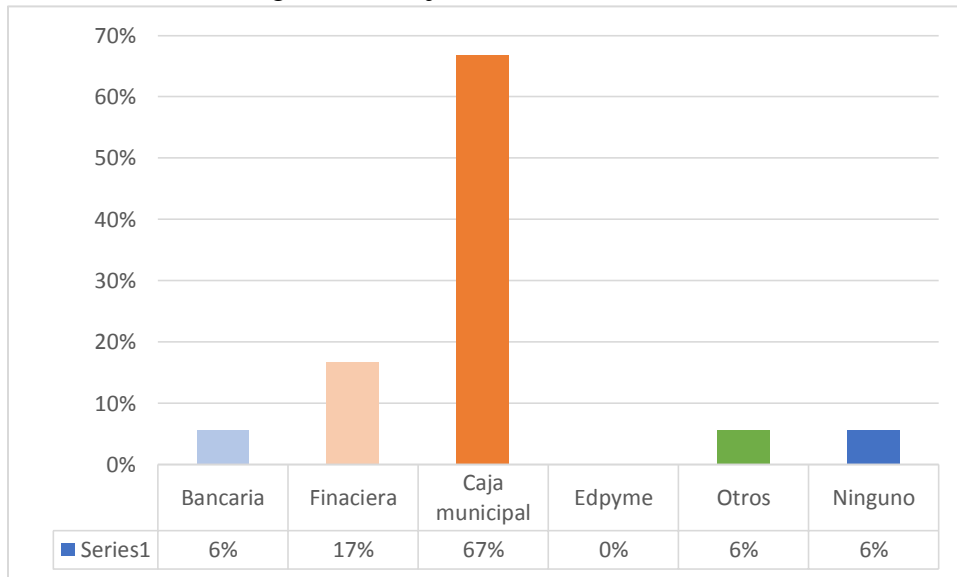


Figura 20:

Mejor fuente de financiamiento

Interpretación de la tabla 20

La tabla 20, representa el 6% de los encuestados en la entidad bancaria, el 17% en la entidad financiera, el 67% en caja municipal, el 6% en otras entidades y 6% en otros medios no financiero.

5.4.4 ¿Tuvo problemas para acceder al crédito?

Tabla 22

Los problemas al acceder a un crédito

	Cantidad	Porcentaje
Falta de requisitos	3	17%
Mal récord crediticio	15	83%
Informalidad	0	0%
Ninguno	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

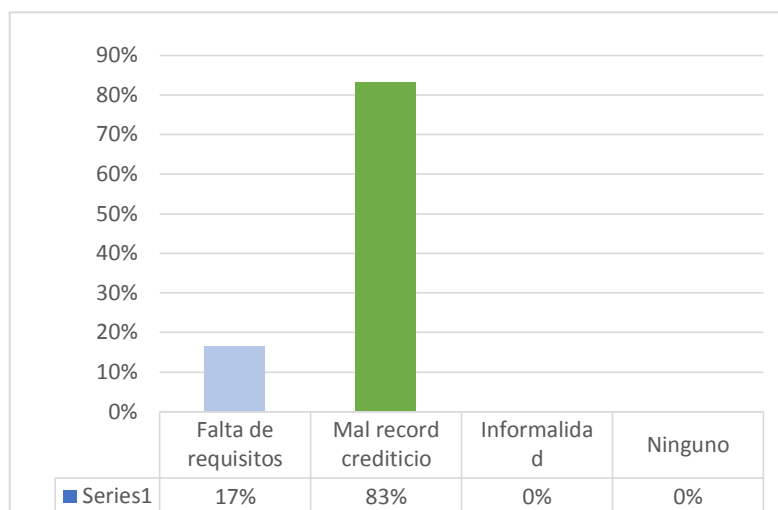


Figura 15:
Mejor fuente de financiamiento

INTERPRETACION DE LA TABLA 23

La tabla 21, representa 17% de los encuestados tuvieron problemas para acceder el préstamo, el 83% mal record crediticio.

5.4.5 ¿Cuál fue el monto solicitado en el crédito?

Tabla 23

Monto de crédito solicitado

	Cantidad	Porcentaje
Más de S/. 1000	1	6%

s/1,001 – s/2,500	1	6%
s/2,501 – s/5,000	3	17%
s/5,001 – 10,000	2	11%
10,000 a más	11	61%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

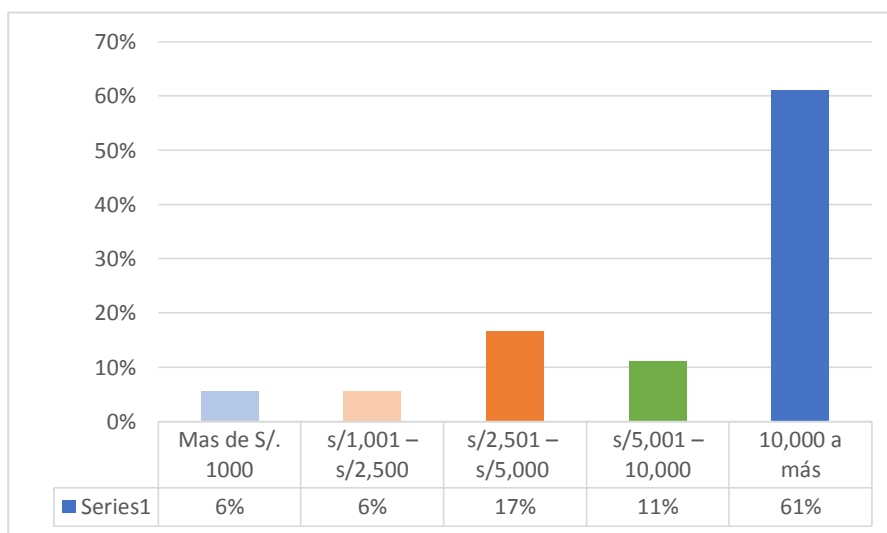


Figura 22:
Monto de crédito solicitado

Interpretación de la tabla 24

La tabla 24, representa que el 6% de los encuestados solicitan el monto más de S/.1.000, el 6% solicitan el monto de S/. 1,001 a 2,500, el 17% de S/. 2,500 a 5,000, el 11% solicitan el monto de S/. 5,001 a 10,000, y el 61% solicitan de S/. 10,000 a más

5.4.6 ¿Tiempo de pago del préstamo?

Tabla 24

Tiempo de pago del préstamo

	Cantidad	Porcentaje
Menor de 6 meses	4	22%
1 año	9	50%
2 años	4	22%
3 años a más	1	6%

Total

18

100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

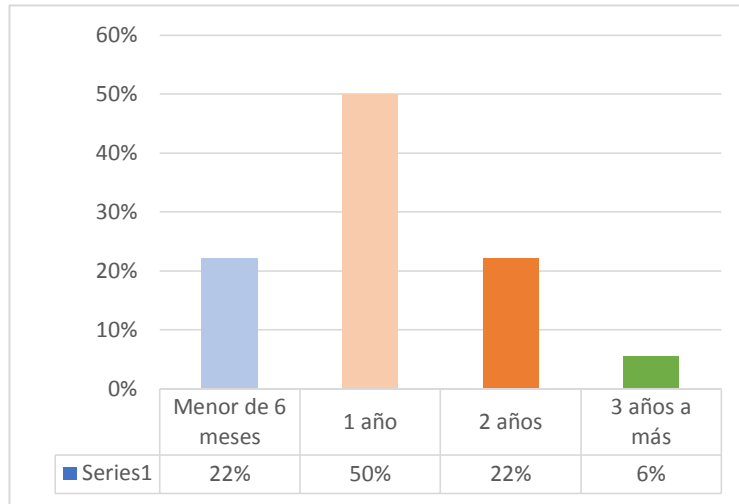


Figura 16:
Tiempo de pago del préstamo

Interpretación de la tabla 25

La tabla 25, representa que el 22% de los encuestados el tiempo de pago de préstamo en 6 meses, el 50% tiempo de pago 1 año, el 22% el de pago 2 años y el 6% de 3 a más.

5.4.7Cuál fue la inversión del financiamiento?

Tabla 25

Inversión del financiamiento

	Cantidad	Porcentaje
Mejorar e implementar el local	8	44%
Compra de mercadería	10	56%
Regularización de documentos	0	0%
Pago de deudas del negocio	0	0%
Publicidad	0	0%
Capacitación	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

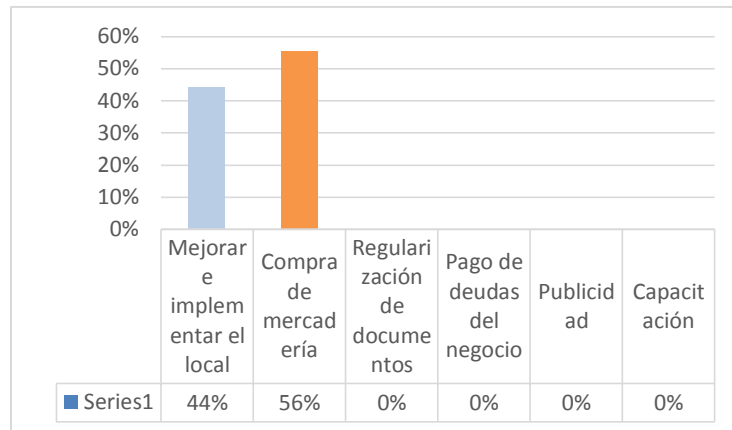


Figura 17:
Inversión del financiamiento

Interpretación de la tabla 26

En la tabla 24, representa que el 44% de los encuestados utilizan el financiamiento para la mejora e implementación del local y 56% para compra de mercadería.

5.4.8 ¿Considera que mejoró la situación del negocio, posterior a la inversión del crédito?

Tabla 26

Situación del negocio, posterior a la inversión del crédito

	Cantidad	Porcentaje
Si	18	100%
No	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Base de datos de la encuesta realizada

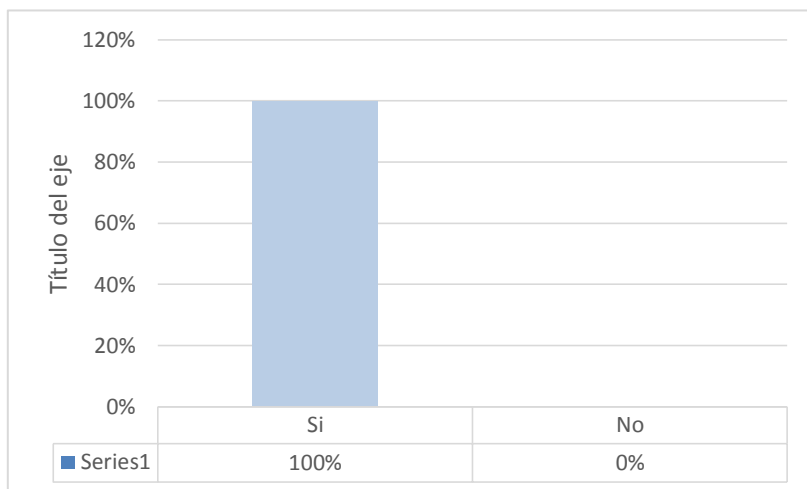


Figura 18:
Situación del negocio, posterior a la inversión del crédito

Interpretación de la tabla 27

La tabla 27, representa que el 100% de los encuestados la situación del negocio, posterior a la inversión del crédito.

5.2.1. Referente a las características de los representantes de las Micro y pequeñas.

Edad de los representantes

De acuerdo a la encuesta realizada, el 50% de los representantes legales está representado por el perfil de personas entre los 18 a 30 años, el 33% fluctúan entre la edad de 31 a 40 años, un 11% entre las edades de 42 a 50 años, y un menor porcentaje de 6% son personas mayores de 51 años. Podemos inferir que el negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, está conformada por personas jóvenes, diferente a lo señalado por Landeo (2014), donde afirma que El 60% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen una edad de entre 30 a 50 años, es decir son adultos mayores.

Genero de los representantes

De acuerdo a la encuesta realizada, del 100% de la muestra se observa que el 83% son de género femenino y el 17% corresponde al género masculino. Del mismo modo Landeo (2014) menciona que el 80% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas son de género femenino. Por lo tanto, en mayor porcentaje el negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, está conformada por mujeres la cual predomina ampliamente frente a los varones.

Estado civil de los representantes

De acuerdo a la encuesta realizada, del 100% de la muestra se observa que el 50% son solteros, un 33% son casados un 11% son casados y en menor porcentaje de 6% son viudos. Por lo tanto, en mayor porcentaje del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, está conformada por personas solteras.

Nacionalidad de los representantes

Con respecto a la nacionalidad de los representantes se tiene los siguientes resultados: el 100% son peruanos. Esto demuestra que la mayoría de representantes de las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, son peruanos.

Nivel de instrucción de los representantes

Con respecto al grado de instrucción de los representantes de las Micro y pequeña empresa: el 50% de los representantes encuestados de las Micro y pequeñas empresas

tienen secundaria, el 28% estudió instituto y el 22% estudió en una universidad. De igual manera Landeo (2014) menciona que el 60% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas cuentan con estudios secundarios. Esto demuestra que la mayoría de representantes de las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, han estudiado solo secundaria completa.

Profesión de los representantes

Con respecto al grado de instrucción de los representantes de las Micro y pequeña empresa: el 89% de los representantes encuestados de las Micro y pequeñas empresas son administradores, el 11% estudiaron otras carreras. Esto indica que la mayoría de representantes de las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, son administradores, pero por los años de experiencia.

5.2.2. Con respecto a las características de las Micros y pequeñas empresas del sector comercio rubro de lencerías del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018

Tiempo funcionamiento del negocio

El 100% de las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima tienen entre 0 y 3 años de funcionamiento en el mercado, difiere de los resultados obtenidos por Landeo (2014) donde menciona que el 50% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 7 a más años laborando en el cargo y el 90% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 7 a más años de antigüedad en el rubro las micro y pequeñas empresas. Se puede deducir que las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima son empresas jóvenes, la mayoría un están en etapa de despegue.

Cantidad de trabajadores en el negocio

Con respecto a la cantidad de trabajadores de las Micro y pequeña empresa: el 50% de los representantes encuestados de las Micro y pequeñas empresas tienen entre 1 y 3 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, tienen una cantidad mínima de trabajadores por su misma naturaleza y periodo de funcionamiento en el sector. Al igual que Landeo (2014) donde menciona que el 80% de las micros y pequeñas empresas encuestadas cuentan de 1 a 3 trabajadores en su empresa.

Cantidad de varones y mujeres

Con respecto a la cantidad varones y mujeres de las Micro y pequeña empresa: el 50% de los representantes encuestados de las Micro y pequeñas empresas tienen entre 0 y 3 trabajadores varones y mujeres. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas cuenta con una cantidad mínima de trabajadores entre hombre y mujeres en el negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima.

Tipo de trabajadores

Con respecto a los tipos de trabajadores de las Micro y pequeña empresa: el 67% de los encuestados de las Micro y pequeñas empresas tienen trabajadores permanentes y el 33% tienen trabajadores eventuales. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas cuenta con la mayoría de trabajadores permanentes, quienes conocen el rubro del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima.

5.2.3 Con respecto a las características de la formalización de la Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro en ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, Lima 2018.

Formalización de la empresa

Con respecto a la formalización de las Micro y pequeña empresa: el 100% de los encuestados manifiestan que se encuentran formalizados. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, se preocupan por la formalización ya que es un requisito importante para el desarrollo y continuidad de los mismos en el mercado.

Razón Social está constituida su negocio

Con respecto a la razón social de las Micro y pequeña empresa: del 100% de los encuestados, el 72% manifiestan que se encuentran formalizados como persona natural y un 28% como persona jurídica. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, se encuentran formalizados como persona natural, lo contrario a lo señalado por Huangal, Huamani y Canales (2016) donde mencionan que el 74.31% de la mypes encuestadas están registradas en la Sunarp, sin embargo es importante mencionar que las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima prefieren operar bajo la modalidad de persona natural con negocio.

Tipo de comprobante que emite su empresa

Con respecto tipo de comprobantes que emiten las Micro y pequeña empresa: del 100% de los encuestados, el 89% manifiestan que emiten boletas de venta y un 11% emiten, proforma de venta, boleta de venta y facturas. Esto confirma que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, emiten al menos un comprobante de pago y además se encuentran formalizados pero las ventas se realizan a personas naturales sin negocio o empresa, razón por la cual la mayoría emite solo boleta de venta.

Régimen al que pertenece su empresa

Con respecto al régimen que pertenecen las Micro y pequeña empresa: del 100% de los encuestados pertenecen al Régimen Único Simplificado (RUS). Se puede inferir que las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, pertenecen al Nuevo RUS es un régimen tributario creado para los pequeños comerciantes y productores, quienes pagan una cuota mensual fijada en función a sus compras y/o ingresos.

Motivo por el que no está afiliado a algún régimen

Con respecto a la afiliación algún régimen de las Micro y pequeña empresa, el 100% se encuentran afiliados algún régimen en este caso al RUS, por la naturaleza del negocio. Demostrando similitud con respecto a Huangal, Huamani y Canales (2016) donde menciona que las Mypes del Emporio Comercial de Gamarra, de acuerdo a los datos estadísticos en un 89.91% que presentan oportunamente sus declaraciones juradas ante la Sunat, por lo tanto se puede afirmar que si se encuentran formalizados bajo algún régimen.

Causas de informalidad

Con respecto a las causas de informalidad de las Micro y pequeña empresa: el 100% de los encuestados se encuentran formalizados y no encuentran problemas relacionados a formalizarse. Además, no relacionan causas de la informalidad el bajo ingreso económico, pagos excesivos de impuestos, poco apoyo legal para formaliza y desconocimiento del trámite. En consecuencia, las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías,

del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, se encuentran formalizados y no existen causas para la no formalización.

5.2.4 Respecto a las características de financiamiento de la Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro en ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, Lima 2018.

Solicitud para financiamiento

Con respecto a solicitud de financiamiento de las Micro y pequeña empresa: del 100% de los encuestados, el 89% si realizó solicitud para obtener un financiamiento y el 11% no realizó. En consecuencia, las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, si solicitan financiamiento, la mayoría son obtenidos de una entidad bancaria con 83% un 11% de prestamistas y 6% obtuvieron de un familiar. Además, los empresarios consideran en un 67% que las Cajas Municipales son la mejor fuente de financiamiento, asimismo un 17% considera que son las entidades financieras y un 6% considera que una entidad de sistema bancario y en igual porcentaje 6% consideran que ninguno s una buena fuente de financiamiento.

Con respecto a los problemas al acceder a un crédito las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, manifestaron un 83% que el mal récord crediticio es un problema para obtener un crédito, seguido por un 17% no cumple con los requisitos.

Los montos de crédito solicitado por las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima, el 61% manifestaron que solicitan de s/ 10,000, el 17% solicita entre 2,501 – s/5,000, y un menor porcentaje de 6% solicitan entre s/1,001 – s/2,500, asimismo el 6% solicita más de S/. 1000.

Los microempresarios de venta de lencería señalan el 50% que prefieren pagar el préstamo en 1 año, y un 22% prefiere pagar en menor de 6 meses en igual porcentaje en 2 años asimismo un 22% prefieren pagarlo en 3 años a más. Quienes realizan la inversión del financiamiento mayormente en compra de mercadería un 56% y un 44% prefiere mejorar e implementar el local 44%. Lo cual mejora la situación del negocio posterior a dicha inversión, coincidiendo el

100% que la situación del negocio mejoró posterior a la inversión del crédito, contrario a lo señalado por Huangal, Huamani y Canales (2016) quienes mencionaron que el 69.72% de las pequeñas empresas que no elevó sus ventas al formalizarse.

VI. Conclusiones

- Con respecto a las características formalización financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del negocio de la venta de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018, se puede afirmar que la mayoría se encuentran formalizadas como personal natural y obtienen financiamiento externo.
- La mayoría (83%) de representantes de las MYPES del sector comercio - rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018, son dirigidos por el sexo femenino, y la mayoría (50%) de las edades oscilan entre 18 y 30 y son solteros, la mayoría (50%) han estudiado solo secundaria completa y quienes a la vez señalan (89%) que son administradores por experiencia y no por los años de estudio. Se puede afirmar que son mujeres solteras con espíritu emprendedor y en su gran mayoría jóvenes. Emprendedores y que no tienen estudios superiores.
- El tiempo de funcionamiento de estos negocios el 100% son empresas jóvenes entre 0 y 3 años, quienes cuentan con 1 a 3 trabajadores entre varones y mujeres, además se encuentran en su mayoría (67%) bajo el régimen laboral como trabajadores permanentes. Asimismo, el 100% de las empresas son formales bajo la modalidad de persona natural con negocio y personas jurídicas, predominando en (72%) el tipo de persona natural con negocio, asimismo, estas emiten (89%) boletas de ventas a sus clientes y se acogieron al Régimen único Simplificado (RUS).
- La mayoría (89%) de representantes de las MYPES del sector comercio - rubro ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, distrito de Puente Piedra, Lima 2018 solicitaron financiamiento, en gran medida (83%) de una entidad bancaria, pero el (67%) considera que las Cajas municipales son las instituciones que mejores fuentes de financiamiento

ofrecen, sin embargo, muchos (83%) indican que tuvieron problemas al momento de acceder a un crédito por el mal récord que manejan, considerando que estos (61%) solicitan créditos que ascienden a más de S/. 1000.00, para pagarlo en 1 año, con la finalidad de invertir en su mayoría en (56%) en la compra de mercaderías y de esta manera mejorar la situación del negocio.

Recomendaciones

- Promover, difundir capacitaciones al empresariado sobre empresas jurídicas y sus ventajas con la finalidad de pasar a esta forma y que estas aprovechen sus posibilidades de acceder a créditos financieros (los bancos o entidades financieras suelen mostrar mayor disposición a conceder préstamos a Personas Jurídicas antes que a Personas Naturales).
- Formar una asociación y realizar convenios con las instituciones financieras, para que estas lleguen a impartir capacitaciones sobre los tipos de créditos y como el incumplimiento afecta en su récord crediticio.
- Los micro empresarios se deben informar sobre los productos financieros para generar crecimiento empresarial, ampliar su margen de ganancias y ofrecer mayor cantidad de productos en su stand. Además de educarse en atención al cliente, calidad, gestión financiera, innovación y nuevas tendencias de venta. Esto contribuirá al mejor desarrollo de las Mypes.

2. Referencias

- Alvarado, J. , F. Portocarrero, y C. Trivelli . *El financiamiento informal en el Perú: Lecciones de tres sectores*. Lima: Banco Central de Reserva del Perú, 2008.
- ASEP. *Asociación de Emprendedores del Perú*. 23 de Abril de 2018. <https://asep.pe/falta-financiamiento-la-gran-deuda-pendiente-los-emprendedores-latinoamericanos/> (último acceso: 6 de Mayo de 2018).
- Atahuaman Sumarán, C. *Ley N° 30056*. Lima: Actualidad Empresarial N° 285, 2013.
- Avellaneda, D. *Tis Pain*. 16 de octubre de 2014. <https://www.tispain.com/2014/10/el-desarrollo-de-la-lenceria-una.html> (último acceso: 5 de Mayo de 2018).
- Barrón Araoz, R. *Sistema De Financiamiento De Las Pymes –Lima*. Tesis de Pregrado, Lima: Universidad Nacional San Marcos, 2012.
- Barzola López, M. *La formalización y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del casco urbano de Villa Rica, distrito de Villa Rica, provincia de Oxapampa, departamento de Pasco, período 2015*. Tesis de Pre Grado, Villa Rica: Universidad los Angeles de Chimbote, 2015.
- BCR. *Importancia de facilitar el acceso al crédito a la micro y pequeña empresa*. Diapositiva, Lima: Banco Central de Resera del Perú, 2009.
- Castillo Salazar, R. *Consultoría Empresarial Castillo SAC*. 24 de Abril de 2018. <http://consultoriaempresarialcastillo.com/2018/04/24/el-empleo-sigue-cayendo-y-los-jovenes-no-se-oyen/> (último acceso: 5 de Mayo de 2018).
- Ccaccya Bautista, D. *Fuentes de financiamiento empresarial*. Informe Financiero, Lima: Actualidad Empresarial N.° 339, 2015.
- Cuattromo , J., y L.A. Serino. *Financiamiento y políticas de desarrollo Elementos para una regulación más eficaz del sistema financiero argentino*. Tesis de Pregrado, Buenos Aires: Fundación Friedrich Ebert, 2010.

- Cuellar, J. *Para Quitarse el Sombrero*. 18 de Enero de 2018. <http://www.pqs.pe/yo-contribuyente/retos-de-la-formalizacion-en-peru> (último acceso: 5 de Mayo de 2018).
- Deelen, L. *Políticas para la formalización de las micro y pequeñas empresas de América Latina: Experiencias, avances y desafíos*. Vitacura, Santiago de Chile: Organización Internacional del Trabajo, 2015.
- DS N° 007-2008-TR. *Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE*. Ley, Lima: Ministerio de Trabajo y Promoción del, 2008.
- Esacalante Ramos, E. *Escuela de emprendedores*. 24 de Septiembre de 2016. <https://mep.pe/constitucion-y-formalizacion-3/> (último acceso: 04 de Mayo de 2018).
- Ferraro, C., E. Goldstein, L. Zuleta, y C. Garrido. *Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina*. Santiago de Chile: Programa de Cooperación CEPAL-AECID., 2011.
- Hernández Sampieri, R., y P. Baptista Lucio. *Metodología de la Investigación, sexta edición*. Mexico: McGrae-Hill/Internamericana Editores, S.A de C.V., 2014.
- Huangal Espinal , R., N. Quispe Huamani, y J. Canales Atamirano. *Formalización de las Mypes textiles del emporio comercial de Gamarra para el acceso a los programas de apoyo empresarial ejecutado por el Estado*. Tesis de Pre Grado, Lima: Universidad Garcilao de la Vega, 2016.
- Huerta Benites, F. En el momento en que tengo una empresa como persona natural o jurídica y registro como contribuyente (RUC), tengo un establecimiento determinado y tiene capacidad de emitir facturas.sco . «Las MYPE en el Perú.» *Mundo MyPe*, 2016: 1.
- ILO, Organización Internacional del Trabajo. «La formalización de las empresas.» *EESE (entorno propicio para las empresas sostenibles)*, 2017: 10.
- INEI. *Resultados de la encuesta de micro y pequeña empresa*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2014.

- Infante, R., y J. Chacaltana. *Hacia un desarrollo inclusivo en caso del Perú*. Santiago de Chile: Naciones Unidas, 2014.
- Lira Briceño, P. *Finanzas y Financiamiento: Las herramientas de gestión que toda pequeña empresa debe conocer*. LIMA: Nathan Associates Inc. Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, 2009.
- MEP, Mi empresa Propia. *Constitución y Formalización; Manual del emprendedor*. Lima: Guía mi empresa propia, 2015.
- Morisaki, A. «MYPES: UN MERCADO POTENCIAL.» *Asociación de Bancos del Perú (Asbanc)*, 2015: 5.
- Padilla Pérez, R., y R. Ontañón. *Financiamiento de la banca comercial para las micro, pequeñas y medianas empresas en México*. Artículo, Mexico: CEPAL, 2013.
- Perdomo, M. *Planeación Financiera, cuarta edición*. México: ECAFSA, 1998.
- Pinilla Cisneros, S. *Guía de Constitución y Formalización de Empresas*. Lima: Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, 2007.
- PorInversión. *MYpequeña empresa crece: Guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa*. Lima: Agencia de Promoción de la Inversión Privada-Perú (ProInversión), 2012.
- Rubio B., J. Enos. *Características de formalización y financiamiento de las micro y pequeñas empresas del rubro panaderías, ciudad de Huamachuco - 2014*". Tesis de Pregrado, Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo, 2015.
- SUNAT. *Registro Único de Contribuyentes - RUC*. 04 de Mayo de 2018. <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas/3197-inscripcion-al-ruc-empresas> (último acceso: 04 de Mayo de 2018).

Torres , A., F. Guerrero, y M. Paradas. *Financiamiento Utilizado Por Las Pequeñas Y Medianas Empresas Ferreteras*. Tesis de Pregrado, Trujillo: Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín , 2017.

Vasquez , J. *Mypes Peruanas*. 24 de Setiembre de 2013.
<http://Mypesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
(último acceso: 05 de Mayo de 2018).

Yamakawa, P. , Del Castillo C., Baldeón, J., Espinoza L., Granda, J., y Vega, L. *Modelo tecnológico de integración de servicios para la mype peruana*. Lima: Universidad ESAN, 2010.

3. Anexos

Anexo 1: Cuestionario de preguntas

La presente encuesta tiene por finalidad obtener información para el logro de la tesis titulada, “La formalización y financiamiento en las micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro en ventas de lencerías, del mercado de Huamantanga, Distrito de Puente Piedra, Lima 2018.”

Encuesta. El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las micro y pequeñas empresas del sector y rubro en estudio, la misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominado.

Instrucciones. A continuación, se le presentan una serie de preguntas relacionadas con aspectos fundamentales de su negocio, dichos datos recolectados son de forma anónima y los resultados se manejarán de forma confidencial.

I. CARACTERÍSTICAS DEL REPRESENTANTE LEGAL

1.1. ¿Cuál es su margen de edad?

- a) 18 a 30 años b) 31 a 40 años c) 41 a 50 años d) 51 a más

1.2. Género: a) Masculino b) Femenino

1.3. ¿cuál es su Situación civil?

- a) Solterob) Casado c) divorciado d) viudo

1.4. ¿Cuál es su nacionalidad?

- a) peruano b) Extranjero

1.5. ¿Qué nivel de instrucción tiene?

- a) No escolarizado b) Primaria c) Secundaria d) Instituto e) Universidad

1.6. ¿Qué profesión ejerce?

- a) Administración b) Costura c) Diseño de moda d) otros
e) Ninguno

1.7.¿Qué cargo desempeña en el negocio?

- a) Administrador. b) dueño.

II. CARACTERÍSTICAS DE LA MYPE EN ESTUDIO

2.1. ¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene su negocio?

- a) 0 a 3 años b) 4 a 10 años c) 11 a 25 años d) 26 a más

2.2. ¿Cuántos trabajadores tiene en su negocio?

- a) 1 a 3 b) 4 a 5 c) 6 a más

2.3. ¿Cuántos varones?

- a) 0 a 3 b) 4 a 5 c) 6 a más d) Ninguno

2.4. ¿Cuántas mujeres?

- a) 0 a 3 b) 4 a 5 c) 6 a más d) Ninguno

2.5. Tipo de trabajadores:

- a) Permanente b) Eventual

III. CARACTERÍSTICAS DE LA FORMALIZACIÓN DE LA MYPE EN ESTUDIO

3.1. ¿Su empresa es formal?

- a) si b) no

3.2. ¿En qué Razón Social está constituida su negocio?

- d) Natural b) Jurídica c) Ninguno

3.3. ¿Qué tipo de comprobante es emitido por su empresa?

- a) Proforma de venta b) Boleta de venta c) Factura d) Todas las anteriores
e) Ninguna

3.4. ¿Cuál es el Régimen de Tributación?

- a) Régimen Único Simplificado (RUS)
b) Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)
c) Régimen General del Impuesto a la Renta (RGR)

d) Ninguno

3.5. ¿Cuál es el motivo por el que no está afiliado?

- a) Pago de impuesto b) Desconoce del tema c) Requiere de capacitación
d) otros e) Ninguno

3.6..¿Cuáles son las causas de su informalidad?

- a) Bajo ingreso económico b) Pagos excesivo de impuestos
c) Poco apoyo legal para formalizar d) Desconocimiento del trámite
e) Ninguno

IV. CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO DE LA MYPE EN ESTUDIO

4.1. ¿alguna vez solicitó financiamiento para su negocio?

- a) Si b) no

4.2. ¿Cuál fue la fuente de su financiamiento?

- e) Familiar b) Bancario c) Edpyme d) Prestamista

4.3. ¿Cuál es la mejor fuente de financiamiento?

- a) Bancaria b) Financiera c) Caja Municipal d) Edpyme
e) Otros f) Ninguno

4.4. ¿Tuvo problemas para acceder al crédito?

- b) Si b) No

4.5. ¿Qué tipo de problemas se presentó para acceder a un crédito?

- a) Falta de requisitos b) Mal record crediticio c) Informalidad d)
Ninguno

4.6. ¿Cuál fue el monto solicitado en el crédito?

- a) Menos de s/1,000 b) s/1,001 – s/2,500 c) s/2,501 – s/5,000 d) s/5,001 – 10,000
e) 10,000 a más

4.7. Tiempo de pago del préstamo:

- a) Menor de 6 meses b) 1 año c) 2 años d) 3 años a más

4.8.¿Cuál fue la inversión del financiamiento?

- a) Mejorar e implementar el local
 b) Compra de mercadería
 c) Regularización de documentos
 d) Pago de deudas del negocio
 e) Publicidad
 f) Capacitación

4.9.¿Considera que mejoró la situación del negocio, posterior a la inversión del crédito?

- a) Si b) No.

Gracias por su aporte.

Anexo 2:

Puestos de negocios de lencería en el mercado Huamantanga

Al ingreso del mercado existen los siguientes puestos:2

Nº	RAZON SOCIAL	PABELLON	DIRECCION	TAMAÑO
1	LENCERIA "LAS BELLISIMAS"	F-52	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
2	LENCERIA "ROCAN Y STEFANY"	F-44-45	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
3	LENCERIA "INTIMIDADES"	F-46	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
4	LENCERIA "JULELY"	A-20	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
5	LENCERIA "CHICA MODERNA"	A-28	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
6	LENCERIA "SEXY GLAMOUR"	A-36	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
7	LENCERIA "ELIZABETH"	A-41	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
8	LENCERIA "LUCERITO"	A-54	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
9	LENCERIA "EMA"	A-4-Puerta 3	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
11	LENCERIA "ALEXANDRA"	A-43	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
12	LENCERIA "DINET"	A-47	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
13	LENCERIA "FASHION WILT"	A-puesto 40	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
14	LENCERIA "AYME"	P-22	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
15	LENCERIA "YECA"	A-61	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
16	LENCERIA "ARIDAM"	Selva Oriental P-99	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
17	LENCERIA "KATE Y SANTY"	Sel va Oriental P-40	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE
18	LENCERIA "ALEXANDRA"	Selva Oriental P-90	MERCADO HUAMANTANGA	MYPE