



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE
CONTABILIDAD**

TESIS

**INCIDENCIA DE LA INFORMALIDAD EN EL
CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO 28 DE JULIO,
JAEN 2017.**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PUBLICO**

Autor:

Bach. Rafael Paz Frida Fabiola

Asesor:

Mg. Vidaurre García Wilmer Enrique

Línea de Investigación:

Tributación

Pimentel – Perú

2019

**INCIDENCIA DE LA INFORMALIDAD EN EL CRECIMIENTO
EMPRESARIAL DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 28 DE
JULIO, JAEN 2017**

Aprobación del informe de investigación

Asesor

Presidente del jurado de tesis

Secretario del jurado de tesis

Vocal del jurado de tesis

DEDICATORIA

A Dios, por ser nuestro creador, amparo y fortaleza, cuando más lo necesitamos, y por hacer palpable su amor a través de cada uno de los que nos rodean.

A mis padres, por su amor y apoyo económico y por la confianza que han depositado en mi y a los docentes por su aprendizaje y servicio que me han brindado.

A la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN y en especial a la ESCUELA DE CONTABILIDAD, por permitirme ser parte de una generación de triunfadores y gente productiva para el país.

AGRADECIMIENTO

Realmente no hay palabras suficientes que puedan expresar la gran satisfacción del logro alcanzado, que es el producto del esfuerzo, dedicación y constancia a lo largo de este tiempo de estudio. Ahora, sólo me queda decir:

Gracias a Dios y a todas aquellas personas, que directa o indirectamente, contribuyeron a la realización de este proyecto.

Gracias a mi familia, que me dieron la oportunidad de realizar mis estudios y depositaron su confianza en mi; sin duda alguna, a aquellos amigos que nunca me dejaron abandonar mis metas y me ayudaron a alcanzarlas, a ellos que sin su ayuda no hubiese sido posible llegar hasta aquí.

De igual forma, agradezco a los DOCENTES que me dieron la orientación necesaria para llevar a cabo el desarrollo y culminación de este proyecto de investigación.

RESUMEN

El presente proyecto de exploración denominado: INCIDENCIA DE LA INFORMALIDAD EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO 28 DE JULIO, JAÉN 2017. Pretende conocer la incidencia de la informalidad propiamente dicha en el crecimiento empresarial de los comerciantes del mercado modelo 28 de julio, en el 2017. Para ello se realizó un diagnóstico al entrevistar a los comerciantes de dicho mercado para conocer su contexto referente a la informalidad y a su crecimiento empresarial, ya que sabiendo de forma a priori la informalidad es latente en la mayoría de comerciantes.

El tipo de investigación es de tipo cuantitativa, descriptiva, correlacional con diseño no experimental, ya que vamos a estudiar la problemática con respecto a la informalidad y la incidencia en el crecimiento empresarial de los comerciantes del mercado 28 de julio. Para ello se aplicó un cuestionario a la muestra, que lo constituyeron, 90 comerciantes escogidos de forma aleatoria del mercado 28 de julio, cumpliendo los criterios de exclusión de la muestra; asimismo para la obtención de resultados se utilizaron técnicas como la encuesta, los datos se procesaron a través de la estadística descriptiva.

PALABRAS CLAVE: La informalidad, Crecimiento Empresarial, Tributación

ABSTRACT

The present work of Investigation denominated: INCIDENCE OF THE INFORMALITY IN THE BUSINESS GROWTH OF THE TRADERS OF THE MARKET JULY 28, JAÉN 2017. It pretends to know the incidence of the informality proper in the business growth of the merchants of the market model July 28, in 2017. For this purpose, a diagnosis was made by interviewing the merchants of this market to know their context regarding informality and their business growth, since knowing in advance a priori informality is latent in most traders.

The type of research is quantitative, descriptive, correlational with non-experimental design, since we are going to study the problem with regard to informality and the impact on the business growth of the market traders July 28. For this, a questionnaire was applied to the sample, which was constituted by 90 traders randomly chosen from the market July 28, meeting the exclusion criteria of the sample; also to obtain results were used techniques such as the survey, the data were processed through descriptive statistics.

KEYWORDS: Informality, Business Growth, Taxation

Dedicatoria	¡Error! Marcador no definido.
Agradecimiento	¡Error! Marcador no definido.
Resumen	¡Error! Marcador no definido.
Abstract	¡Error! Marcador no definido.
Índice	¡Error! Marcador no definido.
I. INTRODUCCIÓN	¡Error! Marcador no definido.
1.1. Realidad Problemática	¡Error! Marcador no definido.
1.2. Antecedentes del estudio	¡Error! Marcador no definido.
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	¡Error! Marcador no definido.
1.4. Formulación del problema.....	¡Error! Marcador no definido.
1.5. Justificación e importancia de la investigación	¡Error! Marcador no definido.
1.6. Hipótesis	¡Error! Marcador no definido.
1.7. Objetivos.....	¡Error! Marcador no definido.
II. MATERIAL Y MÉTODOS	¡Error! Marcador no definido.
2.1. Tipo y Diseño de investigación	¡Error! Marcador no definido.
2.2. Población y muestra.....	¡Error! Marcador no definido.
2.3. Variables - Operacionalización	¡Error! Marcador no definido.
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de Información;	¡Error! Marcador no definido.
2.5. Procedimientos de análisis de datos	¡Error! Marcador no definido.
2.6. Criterios éticos.....	¡Error! Marcador no definido.
2.7. Criterios de rigor científico.....	¡Error! Marcador no definido.
III. RESULTADOS	¡Error! Marcador no definido.
3.1. Resultados en Tablas y figuras	¡Error! Marcador no definido.
3.2. Discusión de resultados	¡Error! Marcador no definido.
3.3. Aporte práctico	¡Error! Marcador no definido.
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..	¡Error! Marcador no definido.
REFERENCIAS	¡Error! Marcador no definido.
ANEXOS.....	¡Error! Marcador no definido.

INTRODUCCIÓN

La presente exploración se hace con el propósito de definir la incidencia de la informalidad en el crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado 28 de julio, porque la informalidad y la evasión tributaria está afectando el progreso de los pueblos, y por lo tal es necesario contrarrestar esta situación, pero primeramente hay que identificarla, y en esta ocasión se ha planteado en los comerciantes 28 de Julio, ya que es uno de los mercados más concurridos por la ciudadanía Jaenés, y se desea conocer la situación tributaria en este mercado, en sus diferentes aspectos, producción, servicio y créditos y ahorro.

Cabe señalar que la presente Investigación se encuentra desarrollado en capítulos y son:

El primer apartado narra el problema de investigación, establecemos la disposición discutible, enunciación del dilema, demarcación, exculpación y significación, restricción y finalmente las metas generales y específicas.

Segundo apartado se expresan los antecedentes de estudios, estado del arte, bases teóricas científicas y finalmente la definición de la terminología.

Tercer apartado se da a conocer el marco metodológico, tipo y diseño de la investigación, población y muestra, hipótesis, variables, operacionalización, métodos, etc.

Cuarto apartado se describe el análisis e interpretación de los resultados, resultados de tablas y gráficos, y finalmente discusión de efectos.

Quinto apartado narra las terminaciones, sugerencias, referencias bibliográficas y finalmente los anexos.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Situación problemática

A nivel internacional.

(Ortiz, 2006). El crecimiento empresarial en la **Unión Europea**, ha sido uno de los temas más estudiados en la literatura empresarial desde finales de los años cincuenta. De entre las diferentes aproximaciones teóricas que estudian esta cuestión, la Dirección Estratégica ha analizado los procesos de toma de decisiones estratégicas, estableciendo que, cuando la empresa decide crecer, primero tendrá que analizar hacia donde quiere hacerlo, es decir qué estrategia corporativa le permite alcanzar sus objetivos (expansión o diversificación) a través de alguno de estos tres métodos de crecimiento empresarial: crecimiento interno, crecimiento externo-fusiones adquisiciones y los acuerdos de cooperación.

(Reporte de Economía y Desarrollo, 2013). **América Latina** el bajo nivel de crecimiento empresarial, radica en primer lugar al reducido tamaño de las empresas y su pobre dinámica de crecimiento, la falta de acceso al crédito, políticas impositivas del Estado, la informalidad entre otros; pues no se debe a que la región carezca de individuos con aptitudes o talento empresarial; el problema radica, en parte, en el hecho de que ante la falta de oportunidades de empleo en el sector productivo formal.

Una importante porción de individuos con relativo bajo talento empresarial deciden abrir pequeños negocios que no solo les generan ingresos bajos e inestables, sino que les impiden acumular capacidades y aptitudes laborales, por lo que el potencial de transitar hacia un empleo en el sector formal se reduce con el tiempo; gran cantidad de microempresas se convierten en un importante obstáculo para el surgimiento de nuevas empresas transformadoras y el crecimiento de las ya existentes. Finalmente, dado este

diagnóstico de los determinantes de la empresarialidad en América Latina y sus efectos sobre la productividad, las políticas públicas que buscan favorecer el emprendimiento deben tener un enfoque multidimensional, es decir, deben abarcar aspectos como: desarrollo del talento humano, promoción de la innovación, acceso al financiamiento y capacitación del personal.

(Terán, 2015). En **Guayaquil - Ecuador**, expresa que el crecimiento empresarial debe reflejarse en todas las zonas comunitarias, pero no es así, la mayoría de la población no puede someterse al método porque las organizaciones tanto públicas como privadas son demasiado exigentes al momento de reclutar personal, además, buscan personas con algún título que los respalden, experiencia y edad promedio. En Guayaquil, personas informales realizan dichas actividades para obtener algún sustento y así poder progresar en la vida, sin embargo, no se dan cuenta que aumentan el porcentaje de informalidad, repercutiendo en el progreso del país.

(Bustamante & Feijóo, 2015). En el Cantón Piñas, de la Provincia **El Oro - Ecuador**, los avances tecnológicos y la creación de otras empresas en las ciudades aledañas han venido afectando el crecimiento de Gráficas Feijóo, estas otras empresas ofrecen sus productos a precios más bajos, provocando que la competencia sea más fuerte, por lo que se propuso unas estrategias de marketing para lograr que la institución se acople a las variaciones que se presentan en el sector industrial.

A nivel nacional

(Delgado & Mendieta, 2015). En **Acobamba – Huancavelica**, el crecimiento empresarial se ve limitado debido a que, la intervención del Estado como ente promotor al desarrollo y crecimiento de las MYPEs es nula, notándose que el 93.90% de los microempresarios nunca han recibido una capacitación que les permita tener conocimiento sobre las bondades beneficios que le puede significar ser formales, sugiriéndose desarrollar con mayor criterio, técnicas

para el proceso de formalización, teniendo presente las diferencias significativas encontradas en los componentes del sistema empresarial.

(González, 2015). La industria metalmecánica, instalada en **Villa El Salvador - Lima** durante el 2009 disminuyó su aporte al crecimiento empresarial, particularmente al sector producción (16,7%), desde el 19,5% alcanzado en el 2008, como consecuencia del frágil medra miento de zonas como: construcción, minería e hidrocarburos, así como el declive de la manufactura; como efecto de las dificultades mundiales en lo que con respecta a la financiero, por lo que, el gobierno ha estado impulsando el desarrollo de las MYPES, a través del planteamiento de ejemplares desde distintas áreas que constituyen dicho sector, para que su situación vaya mejorando paulatinamente.

(González, 2014). Expresa que en Gamarra, **La Victoria - Lima**, de una muestra de 240 empresas del sector textil no se han percatado que existe la Ley N° 28015, por lo que, las actividades que realizan son incompletas e ineficientes, peor aún, no les permite medrar en el rubro; tampoco ser competitivos, ni afrontar circunstancias en lo que con respecta a las exportaciones y financiamiento. Por otro lado, no cuentan con información pertinente, tecnología, logística y la informalidad es lo que prima.

A nivel local

(Pérez, 2016). En la Región **Lambayeque**, la falta de infraestructura para la exportación del café perjudica su crecimiento empresarial, sin embargo la dotación de una diversidad de bienes naturales sólo aporta el 2.7 % del PBI nacional, mostrando una frágil organización entre las primordiales zonas económicas con mayor dinamismo como son la pesca, comercio, transportes, servicios de hotelería y restaurantes, siendo necesario potenciar las carreteras e interconectarlas para gestar mayor comercio para la región y creando un flujos de mercancías.

(Pingo, 2012). En la Región **Lambayeque**, el crecimiento empresarial muestra un poco avance en el sector **turismo**, por lo que solo el 5% de visitantes son extranjeros, siendo necesario elaborar estrategias de marketing de gran importancia para resolver dicho problema, con estándares internacionales y destacando lo fundamental de la realidad del mercado, basándose en la relación oferta-demanda turística.

(Paz, 2016). En el distrito de **Mórrope**, las productoras de las empresas familiares, en casi su totalidad, son artesanas que han transferido el trabajo de generación en generación, creando en ambientes rústicos, sin embargo, esto no genera actividad, por lo que el conocimiento tiene un tope y la comercialización es nula, y por ende el crecimiento económico, ya que venden principalmente en ferias artesanales o en sus casas restringiendo sus márgenes de comercialización.

Las artesanías elaboradas con algodón nativo en este distrito comprenden artículos como monederos, carteras, adornos navideños, etc.; no obstante, no se obtiene producir una oferta diversa, surgiendo el trabajo en equipo como un factor primordial donde las instituciones buscan pugnar por alcanzar el lucro más allá de lo individual.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera la informalidad incide en el desarrollo empresarial de los comerciantes del Mercado 28 de julio, Jaén 2017?

1.3 Delimitación de la investigación

La reciente exploración se ejecuto: Mercado 28 de Julio, perteneciente a la ciudad de Jaén, Región Cajamarca. Por lo que, considerando subsanar este problema se debe optar por la formalización y asimilar una visión empresarial para el manejo de los negocios pudiendo traer efectos como la mejora del aspecto económico de los mismos y de sus familias. De esta manera se

señala que la informalidad no solo sería un problema que afecta a este grupo de comerciantes sino también afecta la recaudación tributaria ya que el pago de impuestos es la principal fuente de recaudación del estado para poder satisfacer las necesidades públicas.

1.4 Justificación e importancia

Justificación

El presente estudio se divide en económico, social, tecnológico y ambiental:

a) Económico: El presente estudio se realiza para buscar determinar que el crecimiento empresarial establece indicadores bastante acordes con la posición económica de nuestro país en el ciclo de crecimiento actual, pero además busca impulsar un gran número de nuevas iniciativas empresariales (Observatorio de la PYME, 2011).

b) Social: En el momento que la exploración va solucionar dilemas comunitarios que dañan a un conjunto colectivo (individuos). Además, actúa como un factor importante que impulsa el crecimiento de la institución (Aguilera & Puerto, 2012).

c) Tecnológico: Esta investigación se justifica al punto de vista tecnológico, porque la optimización de los recursos tecnológicos para el aumento de las ventas y finalmente la obtención de la rentabilidad a largo plazo (Universia México, 2013).

d) Ambiental: Este estudio empresarial está muy ligado al concepto de crecimiento sostenible por la necesidad de armonizar el crecimiento económico con el bienestar de nuestro medio ambiente, estableciendo como meta la garantía del bienestar de las comunidades con el mínimo efecto negativo para el medio ambiente (Sodexo, 2013).

Importancia

El presente estudio es importante porque solucionará la problemática (informalidad) que existe hoy en el Mercado 28 de Julio de la ciudad de Jaén. Además, la investigación espera ser modelo a seguir para futuras investigaciones. Por otro lado, la investigación da pautas en su contenido, que el crecimiento empresarial va de la mano con la formalidad, pues permite que la empresa sea visible para el Estado, empresarios y entidades tanto públicas como privadas, mediante el acceso a líneas de crédito, apoyo técnico, capacitación, estudios de mercado, etc. (Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, 2011).

1.5 Limitación de la investigación

- Poco tiempo para la elaboración y aplicación de tácticas y herramientas de investigación.
- Cooperación escasa en la entrega de información en la realización de la toma de datos de las investigaciones.
- Carencia de fuentes de información y referencias.

1.6 Objetivos de la investigación

1.6.1 Objetivo general.

Determinar la informalidad y su incidencia en el crecimiento empresarial de los comerciantes del Mercado 28 de Julio, Jaén 2017.

1.6.2 Objetivo específicos.

- Determinar la situación de informalidad de los comerciantes del Mercado 28 de Julio.
- Determinar el crecimiento de los comerciantes en su dimensión de producción.

- Determinar el crecimiento de los comerciantes en su dimension de servicio.
- Determinar el crecimiento de los comerciantes en su dimension de Créditos y Ahorros.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de estudios

Nivel Internacional

Ripollés & Menguzzato (2001), expresa en su artículo de investigación, de criterio cuantitativo – cualitativo, de nivel descriptivo, analizan el crecimiento de las pymes de cerámicas españolas de la provincia de Castellón – **España** y reconocen que las actitudes y habilidades del empresario para dirigir el crecimiento de sus pymes son factores claves para el desarrollo. Seleccionaron como su población de investigación a un total de 66 PYMEs que cumplieran tanto el criterio cuantitativo como los cualitativos, de las cuales 48 contestaron el cuestionario, quedando seleccionadas 43 empresas para el proceso; comprobándose que la relevancia del análisis de dirección como factor fundamental del crecimiento, está basado en los principios de la enfoque táctico.

Nivel Nacional

Delgado & Mendieta (2015) en su tesis tipo Correlacional, de nivel descriptivo, indica que su población motivo de estudio está conformado por la totalidad de las MYPES del distrito de **Acobamba**, tanto formales e informales, considerando a las 49 micro y pequeñas empresas, entre centros comerciales, restaurantes, etc., que operan en el Distrito de Acobamba, Promover continuamente desde las organizaciones del estado y particulares el empleo de materiales e instrumentos informáticos existentes en el mercado para dinamizar la participación masiva de las MYPES en los diferentes espacios de comercialización dentro del mercado Local, Regional y Nacional, ofreciendo oportunidades de crecimiento y desarrollo al Micro y Pequeño Empresario.

Chacaltana (2016) en su tesis de tipo cuasi experimental-diacrónica, se acoge a la oportunidad brindada por la historia del **Perú** en un periodo de reducción del empleo informal, entre el 2002 y el 2012, donde concurrieron procesos como un alto y excepcional crecimiento empresarial y económico, así como intentos concretos de formalización a partir de medidas de reducción del costo laboral para las MYPES y

un mayor énfasis en la fiscalización; manifestando que debe recordarse siempre que la formalización no es el objetivo de las políticas laborales, sino la mejora de las condiciones de trabajo y la inclusión de los trabajadores en los regímenes de protección social. Finalmente, el estudio señala que la mayor parte de las políticas de formalización ha estado orientada a la formalización de micro y pequeñas empresas (MYPES).

Salazar (2012), sustenta que su investigación la realizó mediante un enfoque cuali-cuantitativo, de nivel exploratorio, considerándose como unidad de exploración los funcionarios y trabajadores de la Empresa Constructora SSK, de la Ciudad de **Lima**, con un universo de 26 personas, que lo constituyen la muestra; mientras que la unidad de investigación de profesionales afines a la generación de proyectos inmobiliarios es de 140 entre ingenieros y arquitectos, con una muestra de 100 personas; en tanto que la unidad de investigación de empresas constructoras de proyectos inmobiliarios, son 06 empresas, constituyéndose el 100 % de la muestra.

La realización del presente estudio investigativo, determinó que para el crecimiento empresarial es necesario diseñar una estratégica para empresas generadoras de proyectos inmobiliarios en relación con las necesidades económicas y sociales.

Nivel Local

Gonzales (2015) sustenta en su estudio de investigación de tipo ex post facto, que en **Chiclayo**, de una población aproximada de 4101, se escogió una muestra de 251 empresas del **sector manufacturero**, entre micro y pequeñas empresas (MYPES), las cuales están divididas según el tipo de producto fabricado: productos alimenticios, elaboración de bebidas, fabricación de prendas de vestir, fabricación de productos textiles, etc.), esta división es gracias a la ayuda del IV Censo Nacional Económico 2008.

La investigación determinado que: el 98% de las empresas se encuentran debidamente registradas en su régimen laboral, el 53% de los trabajadores tienen contrato, el 50.2% de las empresas laboran sin seguro social. En relación al acta

de constitución como empresa jurídica encontraron un aspecto positivo en las empresas que se encuentran constituidas como S.A. y S.A.A., debido a que en su gran mayoría respetan el derecho de un contrato laboral y las horas de trabajo, puesto a qué medida que los trabajadores aumentan su productividad se va disminuyendo las horas extras.

Orrillo & Ramos (2012) manifiestan en su tesis de tipo descriptivo y propositivo, que para que, el **Hotel Embajador — Chiclayo** crezca empresarialmente, debe tener claro su objetivo institucional, donde es fundamental tener un programa de tácticas de marketing operativo, lo cual va a permitir incrementar sus ventas; pues esta empresa se destina a brindar prestación de hospedaje, siendo su plaza latente turistas locales y extranjeros.

La población estuvo conformada por 136 huéspedes y se utilizó la táctica de la encuesta y la entrevista. Se concluyó, que para medrar en el rubro, la institución debe implementar un plan de estrategia de marketing para elevar las transacciones donde se debe crear promociones como son el taxi gratuito y descuentos de alojamiento, etc.

Paz (2013) en su trabajo de investigación de tipo descriptiva y correlativa, para estudiar el crecimiento empresarial en los **microempresarios** de los sectores de **comercio y de servicios** (Chiclayo), visualiza el obstáculo de senda a créditos, por la pérdida de documentos necesarios que sirven como garantía, agravándose más aún que los establecimientos en ese sector empresarial frecuentemente son informales, agravándose más la situación frente a la posibilidad de obtener financiación por parte de instituciones micro-financieras formales.

Para ello se delimitó la investigación en el **Mercado Central de Chiclayo**, contando con una población de 350 puestos de trabajo y se usó el muestreo estratificado de 61 puestos de trabajo. Se utilizó un cuestionario de 31 preguntas, cuyos resultados muestran que solo el 44% de microempresarios utilizaron eficientemente los microcréditos solicitados.

2.2 Estado del arte

El crecimiento empresarial en la **Unión Europea**, fue fundamental e importante a finales de los años cincuenta, a través de tres procedimientos: crecimiento interno, crecimiento externo-fusiones adquisiciones y los acuerdos de cooperación (Ortiz, 2006).

América Latina el dilema reside, en la falta de oportunidades que existe hoy en día en todos los países de la región, particularmente en el sector productivo formal, por lo que, algunos empresarios deciden abrir pequeños negocios, con poco conocimiento en el tema, lo que les genera poca rentabilidad, e impiden acumular capacidades y estrategias organizacionales (Reporte de Economía y Desarrollo, 2013).

En Ecuador la informalidad prima en la Ciudad de Guayaquil, donde los pequeños negocios buscan obtener ingresos en lugares muy visitados por la población, lo que les permite vender sus productos y a la vez llevar sustento a sus familias, sin embargo, no cuentan con permisos otorgados por los municipios en este tipo de circunstancias (Terán, 2015).

A nivel nacional el crecimiento empresarial se ve limitado debido a que, la intervención del Estado como ente promotor al desarrollo y crecimiento de las MYPES es nula, notándose que el 93.90% de los microempresarios nunca han recibido una capacitación que les permita tener conocimiento sobre las bondades beneficios que le puede significar ser formales (Delgado & Mendieta, 2015).

En la Región **Lambayeque**, la falta de infraestructura para la exportación del **café** perjudica su crecimiento empresarial, sin embargo la dotación de una variedad de recursos naturales y poseer grandes potencialidades, sólo aporta el 2.7 % del PBI nacional, mostrando una débil articulación entre los principales sectores económicos con mayor dinamismo como son la pesca, el comercio, transportes, y los servicios de hotelería y restaurantes, siendo necesario potenciar las pistas, tecnología y aumentar el comercio (Pérez, 2016).

En la Región **Lambayeque**, el crecimiento empresarial muestra un poco avance en el sector **turismo** receptivo, dado que solo el 5% son personas externas, lo que cual se configura como un aspecto que hay que resolver a través de la implementación de tácticas en dicha materia.

2.3 Base teórica científicas

2.3.1 Informalidad

(González, 2011, pág. 8). “Informalidad es conjunto de actividades económicas que se desarrollan en incumplimiento de la ley comercial, laboral y tributaria, afectando todos los índices de empleo creando un desequilibrio social que se refleja en la urbe con dificultades de desarrollo industrial”. Por lo que, en palabras escuetas, la informalidad va contra todas las normas en materia de tributaria, permisos, seguro social, descansos, etc.

Alter (2012). Expresa que la economía informal se ha materializado en **cuatro escuelas de pensamiento dominantes, estas son:**

1) Escuela dualista: Fundamentan que los negocios informales están excluidos de todo acontecimiento innovador debido a desequilibrios entre las tasas de crecimiento de la población y el empleo industrial moderno, y a un desfase entre las capacidades de los individuos y el modelo de las oportunidades lucrativas modernas.

2) Escuela estructuralista: Expresan que el capitalismo impulsa la informalidad: específicamente, los intentos de las empresas formales de reducir los costos laborales y aumentar la competitividad, así como la reacción de las empresas formales ante el poder de los trabajadores sindicados, las regulaciones del estado, la competencia a nivel global, etc.

3) Escuela legalista: Argumentan que un sistema legal hostil lleva a los colaboradores que dependen de sí mismos a trabajar informalmente, con sus propias normas extrajudiciales. Esta escuela se centra en las empresas informales y el marco regulatorio formal, que en buena parte deja de lado a los trabajadores asalariados informales y a la economía formal per se.

4) Escuela voluntarista: Dan a conocer que los establecimientos que están apartados de la norma optan por este camino por fundamentalmente considerar que más opciones de lucro obtienen a través del no pago de impuestos. Además, son de la opinión de que los negocios informales crean competencia desleal para las empresas formales.

2.3.2 El Empleo Informal

Alter (2012) menciona que existen organizaciones como: Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Grupo de Delhi (expertos en estadísticas sobre el sector informal) y Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando (WIEGO) que trabajan en su conjunto para erradicar la informalidad a través de ciertas estrategias, utilización de herramientas, conceptos y definiciones e incorporación de ciertos tipos de empleo informal que no estaban incluidos en definiciones y conceptos previos de sector informal.

Las **subcategorías** son las siguientes del empleo informal del independiente:

- **Empleo independiente informal:** Comprenden tanto empresas como trabajadores (en empresas informales y formales), etc.
- **Empleo asalariado informal:** Comprenden los empleados contratados por empresas formales o informales sin contribuciones de protección social o contratada como trabajadores remunerados en hogares.

2.2.3 Mercado informal

Se constituye como mercado informal a todas aquellas actividades y operaciones con fines de intercambio de productos y servicios que pueden consolidarse de manera física o virtual con obtención de rentabilidad propia de las tareas ilegales, evadiendo los impuestos, falta de control, etc.

2.3.4 Situación actual de informales

La Unión Europea (2010,pag.1) explica los acontecimientos que están pasando hoy en día: la existencia de crisis financiera, económica y social global, la cual está provocando un fuerte impacto en la economía, la calidad de vida de los ciudadanos, el cambio climático, recursos naturales, las migraciones, el declive y variabilidad estadístico, etc.

2.2.5 Características del sector informal

Estas son algunas:

- Son pequeñas empresas familiares.
- Trabajadores con escasa capacidad de liderazgo.
- Realizan sus actividades en las calles.
- No respetan las normas legales.
- Carecen de financiamiento bancario.
- Exceso en los horarios de trabajo.
- Estudios no culminados.
- Realizan actividad de venta ambulante

2.2.6 Funciones operativas de los informales

(Heizer, 2012, pág. 9). Son las tareas que comprenden la innovación de productos y servicios los cuales se venden en el mercado, comercializan, financian y producen mediante convenios necesarios para aumentar el lucro u rentabilidad. No obstante, los trabajos del sector informal se orientan a poder ofertar de manera coordinada en el proceso de elaboración, con una gestión adecuada para elaborar conocimientos a través de habilidades y destrezas informales de obtener recursos financieros coherentes.

2.2.7 Teorías y enfoques del Crecimiento empresarial

Según Rodríguez & Martínez (2011), el Enfoque contingente, enfatiza la importancia del entorno y su influencia sobre el diseño organizativo, considera que: i) no existe una forma óptima de organizar; ii) cualquier forma de organizar no es igualmente eficiente; y iii) la mejor forma de organizar depende de la naturaleza del entorno con el que la naturaleza interactúa (Menguzzato & Renau, 19911).

Por lo que según, (Kast & Rosenzweig, 1974; Lawrence & Losch, 1976). Expresa que el enfoque de contingencias intenta constituir las primordiales interrelaciones que existen entre una empresa, sus ingredientes y el medio en que se inscriben, para así llegar a definir bocetos empresariales y operaciones directivas concordantes a cada circunstancia.

Rodríguez & Martínez (2011), expresa que la **Teoría de la Agencia** suministra una aclaración a la realidad de las organizaciones, que son identificadas como nexo de contratos entre los factores de producción.

De esta forma, se consigue sustituir los contratos multilaterales entre todos los propietarios de factores por diferentes contratos bilaterales con el administrador o gestor.

Teoría de los Costes de Transacción (Cuervo, 1994). Son aquellos en los que se incurre al planificar, adaptar y supervisar la realización de los trabajos mediante estructuras de gobierno variadas (Williamson, 1985). Estos incluirían, además de los costes de producción, costes relacionados con el acceso a la información y la posibilidad de comportamiento oportunista en los agentes.

Teoría de Recursos y Capacidades de la Empresa. Considera que cada organización es distinta en función a sus recursos, y sobre éstos puede sostener una ventaja competitiva; la heterogeneidad puede nutrirse a lo largo del tiempo, lo que hará que la ventaja competitiva sea concisa (Grant, 1991 y Fernández & Suárez, 1996).

La **escuela de la planificación** es una escuela de carácter prescriptivo y, como tal, analiza la forma en que debieran elaborarse nuevas tácticas. Ansoff (1965) es uno de sus máximos exponentes, y en su libro *Corporate Strategy*, publicado en 1965, describe lo que, a su juicio, son los cuatro componentes de la estrategia, a saber: el ámbito de actuación, el vector de crecimiento, la ventaja competitiva y la sinergia. Finalmente La **escuela cultural**, expresa que el eje central es el uso de la cultura como argumento base para la formación de la estrategia.

2.2.7.1 Empresas, concepto e importancia

(Guerra, 2013, pág. 2). Ser considerado empresa es el primer paso para acogerse a la condición de PYME. Según la nueva definición, una empresa es «una entidad que ejerce una actividad económica, independientemente de su forma jurídica». En efecto, lo determinante son las actividades económicas, no la forma jurídica. En atención al modelo económico o a su clasificación, diversas son las definiciones que existen sobre el concepto empresa por ello se han seleccionado las siguientes: La empresa es definida como “una unidad integrada de funciones que utiliza determinada combinación de factores para producir de manera racional un bien o servicio”.

2.2.7.2 El crecimiento empresarial, según Santiago Martínez (2010)

Según Martínez (2010). El medra miento empresarial está dado por la dimensión una institución entre dos periodos; su medición puede estar dada en función del número de empleados o en función de los activos; si se trata de la pequeña o mediana empresa, se establecerá los criterios sobre los efectivos, volumen del negocio o balance general; de este modo el crecimiento empresarial se observa con el aumento o disminución de empleo y el volumen de negocio entre dos periodos de tiempo.

Según el enfoque de producción Jordi Canals Margalef, 2000 citado por Ingeniero Tomás Fucci (2010) expresa: “El crecimiento no es más que el resultado del ajuste de la empresa a un supuesto tamaño óptimo” (pág. 2)

Finalmente, La ingeniera industrial Aguilera (2010), define crecimiento empresarial como: “Un proceso dinámico que genera cambios positivos para las empresas” (pág. 13).

2.2.7.3 El crecimiento empresarial en otros países. Casos

En los países desarrollados se vive cada vez mejor estos tienen características en común que alcanzan a cubrir las necesidades como: salud, alimento, educación, económico, tecnología, cultural y otras satisfacciones. Además del poder económico también, poder militar entre ellos los países de Japón, la Unión Europea y Estados Unidos. La globalización también es cultural, en la forma de vestir, comer y el crimen organizado, armas nucleares prostitución, el lavado de dinero, y la evasión de impuestos. Algunos países tienen desventajas el alto costo político de parte de los gobernantes no están dispuestos a asumir. El 80% de la población mundial vive en el subdesarrollo.

2.4 Definición de términos básicos

Informal. - Lo constituyen quienes realizan actividades que no están encadenadas a la producción económica. (OIT, 2013) Informal son aquellas personas o instituciones que no se sujetan a las normas establecidas por la ley.

Estos se forman por cuenta propia, entre amigos o compañeros que no siguen un orden legal, para realizar alguna actividad comercial o mercantil incumpliendo con las normas legales al iniciar un trabajo como son entre empleado y empleador. Son personas que se unen libremente con el fin de intercambiar ideas sin contar con lugares de trabajos y desempeñar funciones no previstas por la organización formal esta son llamados comerciantes informales.

Microempresa. Se le llama microempresa a los establecimientos que realizan una actividad comercial, de servicio que consta de no más de diez trabajadores con la finalidad de obtener ingresos para sus familias. Es decir son negocios que surgen de ideas de personas que buscan independencia propia e inician un emprendimiento de baja capital para su funcionamiento por lo general el mismo dueño lo administra y sus ventas constan de pequeñas cantidades.

Mercado es el lugar donde se reúnen las personas para ofrecer, vendedores y existen demandantes que son los compradores intercambiando bienes y servicios llamándose el intercambio comercial o trueque una de las personas recibe dinero y el otro el bien y/o servicio.

Crecimiento económico. El crecimiento económico es el valor adicional de un bien o servicio elaborados en un país y determinado periodo. Esto quiere decir incremento a los productos y mejorando la calidad del mismo, estas mejoras hacen que la economía sea favorable en la calidad de vida de la población. Se establece: crecimiento como el bienestar socio económico por tener disponibles bienes materiales económicos y de otra índole para mejoras del país, las empresas, y los ciudadanos.

Desempleo. Son las personas que estando en edad productiva, no alcanzan lucrarse a través de un vínculo de trabajo. (OIT, 2012) El desempleo son quienes estando con las facultades mentales, físicas e intelectuales no ejercen una labor productiva independientemente y en un trabajo formal otorgando beneficios para la sociedad. Es falta de plazas de trabajo en un país generando pobreza y otras circunstancias conllevan proliferar problemas sociales en la comunidad por la falta de oportunidades en empresas privadas y públicas.

Subempleo. Se entiende por subempleo aquellas personas que no se encuentran capacitadas para elaborar determinado cargo u ocupación en una institución, escogiendo trabajos de menos ingresos económicos. En las empresas existen trabajadores que inician por un trabajo de menor responsabilidad y con el tiempo se las capacita sin embargo ellas vuelven a realizar el mismo trabajo desde que iniciaron. Por lo consiguiente se conoce como sub desempleo a quienes realizan actividades de forma informal como los vendedores ambulantes, locales que no cuentan con los requisitos con los documentos necesarios.

Formales. Son todos los requisitos y normas necesarias que se establecen dentro de acuerdo entre dos partes, instituciones, país, empresa que cumplen sus obligaciones y compromisos para poder llevar un objetivo específico ambas partes participan saliendo mutuamente beneficiados.

También formal se les aplica a las personas que se ajustan a la forma de las normas aprobadas por medio de su comportamiento y acciones dentro de un país, el hogar, e institución que cumplen con las condiciones pactadas conforman compromisos serios, responsable, de cumplidor de sus objetivos en cualquier lugar que se propone.

Economía. Es el arte y la ciencia de emplear los ingresos para la satisfacción de las necesidades y la distribución de la riqueza. (Suárez & Poveda, 2013). Es la disciplina que explora la conducta de las actuaciones de las personas al

momento en administrar bien los recursos económicos con el fin de mejorar el fin de crecer los bienes materiales y de consumo e incrementar un valor agregado al mismo.

Competitividad. Es la capacidad que tiene una persona o cosa que luchan entres otros para poder conseguir el mismo fin: existe mucha competitividad entre empresas con productos, precios, calidad, para tener mayor rentabilidad. Es la capacidad utilizar los recursos humanos, naturales, materiales y de capital que tiene un país para fabricar productos semejantes o mejorados para la compra y venta en un mercado de competencia, logrando crecimiento económico, la productividad, el trabajo, para el beneficio en común.

CAPÍTULO III
MARCO METODOLOGICO

3.1 Tipo y diseño de investigación

Según Hernandez Batista y Fernandez (2005) se desarrollará una investigación no experimental, donde el diseño metodológico será transaccional tipo descriptiva correlacional.

El esquema quedaría expresado de la siguiente manera:

$$V_i \xrightarrow{r} V_d$$

Dónde:

V = Observación.

i = Informalidad

d = Crecimiento empresarial

r = Relación.

3.2 Población y muestra

Poblacion

Está conformada por 600 comerciantes del mercado 28 de Julio del Distrito de Jaén-2017.

Muestra

La muestra se ha calculado mediante la fórmula de la población finita.

$$n = \frac{N * Z^2 p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Índice de confiabilidad 1.64

p = Proporción favorable 0.5

q = Proporción desfavorable 0.5

e = Error permisible 0.08

N = Tamaño de la población conocida 600 Comerciantes

n = 90 Comerciantes

3.3 Hipótesis.

La informalidad incide en el crecimiento empresarial de los comerciantes informales del mercado 28 de julio, Jaén 2017

3.4 Variables

Variable Independiente

Incidencia de la Informalidad

Variables Dependientes

Crecimiento de los comerciantes

3.5 Operacionalización

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIÓN	INDICADOR	Item	Instrumento
Incidencia de la Informalidad	Registro del negocio	Establecimiento o negocio registrado en sunat.	<p>¿El negocio o establecimiento que ud. Dirige se encuentra registrado como:</p> <p>Persona Natural con negocio propio con RUC?.....1</p> <p>Persona Natural con negocio propio y Registro Unico Simplificado (R.U.S.)?.....2</p> <p>Persona Natural con negocio propio y Regimen Especial de Impuestos a la Renta (R.E.I.R.)?.....3</p> <p>Persona Juridica como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)?.....4</p> <p>Otras personerias Juridicas?.....5</p> <p>No esta registrado?.....6</p>	Cuestionario
	Establecimiento del negocio	Desempeño su negocio o actividad en base a las normas del estado.	<p>¿Ud. Desempeño su negocio o actividad:</p> <p>¿Cómo ambulante?.....1</p> <p>¿En el domicilio de los clientes?.....2</p> <p>¿En vehiculo para transporte de personas o mercaderias?.....3</p> <p>¿En puesto improvisado en la via publica?.....4</p> <p>¿En puesto improvisado en mercado publico?.....5</p>	

		<p>¿En puesto fijo en la via publica?.....6</p> <p>¿En local fijo en mercado Publico (Tienda, stand?.....7</p> <p>¿En taller, tienda, restaurante, hotel, etc.?.....8</p> <p>¿En su taller comercial dentro de su vivienda y en una habitacion de uso exclusivo?.....9</p> <p>¿Dentro de las habitaciones de su vivienda?.....10</p> <p>¿Otro?.....11</p> <p style="text-align: center;">(Especifique)</p> <p>¿Ud. Realiza su negocio o actividad en un local:</p> <p>Propio?(Propietario).....1</p> <p>Alquilado?.....2</p> <p>Prestado?.....3</p> <p>Otro?.....4</p> <p style="text-align: center;">(Especifique)</p> <p>¿Su local o establecimiento cuenta con: (Acepte una o mas alternativas)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th rowspan="2">SI</th> <th rowspan="2">NO</th> <th colspan="2">ES DE USO</th> </tr> <tr> <th>¿EXCL USIVO ?</th> <th>¿COM PARTI DO?</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.Agua Potable?..</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>2.Desague?....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>3.Electricidad..</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>4.Telefono?....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>		SI	NO	ES DE USO		¿EXCL USIVO ?	¿COM PARTI DO?	1.Agua Potable?..	1	2	1	2	2.Desague?....	1	2	1	2	3.Electricidad..	1	2	1	2	4.Telefono?....	1	2	1	2	
	SI	NO				ES DE USO																								
			¿EXCL USIVO ?	¿COM PARTI DO?																										
1.Agua Potable?..	1	2	1	2																										
2.Desague?....	1	2	1	2																										
3.Electricidad..	1	2	1	2																										
4.Telefono?....	1	2	1	2																										
		<p>Realizacion del negocio en local.</p> <p>Establecimiento con servicios en base a las normas del estado.</p>																												

	<p>Actividades del negocio</p>	<p>Motivo de la creacion del negocio.</p> <p>Tiempo del negocio.</p> <p>Ingresos y gastos registrados.</p> <p>Realizacion de la actividad registrada.</p>	<p>¿Cuáles son los motivos por las que inicio este negocio o actividad? No encuentro trabajo asalariado.....1 Obtiene mayores ingresos.....2 Quiere ser independiente.....3 Por tradicion familiar.....4 Por necesidad.....5 Otro _____ 6 (Especifique)</p> <p>¿Cuánto tiempo trabaja ud. En su negocio o establecimiento?</p> <table border="1" data-bbox="1440 596 1720 676"> <tr> <td>AÑOS</td> <td></td> </tr> <tr> <td>MESES</td> <td></td> </tr> </table> <p>¿Ud. Lleva las cuentas de su negocio o actividad: Por medio de libros o Sistema de Contabilidad (utiliza los servicios de un profsional?.....1 Por medio de libros de Ingresos y Gastos exigidos por SUNAT?.....2 Por medio de apuntes, registros o anotaciones personales?.....3 Otro _____ 4 (Especifique)</p> <p>NO LLEVA CUENTAS.....5</p> <p>La semana pasada, ¿Qué tipo de actividad realizo en su negocio o establecimiento? Produccion de algun bien.....1 Compra y venta de mercaderias.....2 Prestacion de servicios.....3</p>	AÑOS		MESES		
AÑOS								
MESES								

VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIÓN	INDICADOR	Item	Instrumento
Crecimiento de los comerciantes	Producción	<p>Nivel de ventas de su empresa en agosto de 2016 en comparación con agosto 2017</p> <p>Nivel de consumo en su hogar de los bienes/servicios que usted produce en agosto de 2016 en comparación con agosto 2017</p> <p>Nivel de gastos en de su empresa en agosto de 2016 en comparación con agosto 2017</p> <p>Nivel de gastos en impuestos y obligaciones tributarias de su empresa en agosto de 2016 en comparación con agosto 2017</p> <p>Nivel de ingresos de su empresa en agosto de 2016 en comparación con agosto 2017</p>	<p>¿El nivel de ventas de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?</p> <p>¿El nivel de consumo en su hogar de los bienes/servicios que usted produce en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?</p> <p>¿El nivel de gastos en de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?</p> <p>¿El nivel de gastos en impuestos y obligaciones tributarias de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?</p> <p>¿El nivel de ingresos de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?</p>	Cuestionario

		Nivel de utilidad de su empresa en agosto de 2016 en comparación con agosto 2017	¿El nivel de utilidad de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?	
	Servicios	<p>Nivel de gasto en local de su empresa en agosto de 2016 en comparación con agosto 2017</p> <p>Nivel de gasto en agua de su empresa en agosto de 2016 en comparación con agosto 2017</p> <p>Nivel de gasto en luz de su empresa en agosto de 2016 en comparación con agosto 2017</p> <p>Nivel de gasto en vigilante de su empresa en agosto de 2016 en comparación con agosto 2017</p> <p>Nivel de gasto en pasajes de su empresa en agosto de 2016 en comparación con agosto 2017</p>	<p>¿El nivel de gasto en local de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?</p> <p>¿El nivel de gasto en agua de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?</p> <p>¿El nivel de gasto en luz de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?</p> <p>¿El nivel de gasto en vigilante de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?</p> <p>¿El nivel de gasto en pasajes de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?</p>	

	Créditos y ahorro	<p>Su empresa en el 2016 realizo un préstamo o crédito en comparación con agosto 2017</p> <p>Nivel de gasto en cuotas de préstamo de su empresa en agosto de 2016 en comparación con agosto 2017</p> <p>Nivel de ahorro en insumos de su empresa en agosto de 2016 en comparación con agosto 2017</p>	<p>¿Su empresa en el 2016 realizo un préstamo o crédito mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?</p> <p>¿El nivel de gasto en cuotas de préstamo de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?</p> <p>¿El nivel de ahorro en insumos de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?</p>	

3.6 Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1 Abordaje metodológica.

Investigación descriptiva

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014). Dicho estudio planteado es de tipo descriptiva, en el enfoque cuantitativo se realizará el análisis descriptivo de la realidad de la incidencia de la informalidad en el crecimiento empresarial de los comerciantes del mercado 28 de julio, Jaén.

Encuesta

Según Bernal (2010). Es “una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas” (p.194), la encuesta “se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas” (Bernal, 2010, p.194).

3.6.3 Instrumentos de recolección de datos.

Cuestionario

Ñaupas, Mejía, Novoa & Villagómez (2013), narran que el cuestionario es una particularidad de la técnica de la encuesta, la cual reside en enunciar un conglomerado sistemático de interrogantes escritas, en una cédula, que están relacionadas a la hipótesis.

3.7 Procedimiento para la recolección de datos

Ñaupas, Mejía, Novoa & Villagómez (2013), manifiestan: SPSS, es un es un paquete computacional diseñado por estadísticos, ingenieros de sistemas, etc. Las iniciales corresponden a StatisticPackage Social Sciences que significa paquete estadístico para ciencias sociales. Para recolectar los datos se seguirán los siguientes pasos:

Proceso uno: Selección de la población y muestra, en este caso se procedió a Seleccionar los comerciantes del mercado 28 de julio, Jaén 2017 y que serán encuestados. La aplicación del instrumento se realizará en distintos horarios y distintos días para obtener información confiable y necesaria para la investigación.

Proceso dos: Calcular la fiabilidad empleada en el método del Alfa de Cronbach.

Proceso tres: Elección de las técnicas e instrumentos seleccionar un programa de análisis; se empleará el programa estadístico Statical Packageforthe Social Sciense (SPSS) y Microsoft Excel 2013 para la tabulación y obtención de tablas y gráficos.

Proceso cuatro: Verificación y tabulación de la información. Consiste en explorar los datos; luego de aplicar el instrumento a la muestra se ejecutará el programa de análisis respectivo (SPSS 20), se exportará los datos extraídos del programa SPSS a un formato Excel para obtener los gráficos respectivos.

Proceso cinco: Interpretación de la información que se obtendrán de la aplicación del instrumento de recolección de datos.

En efecto, la presente investigación utiliza el software SPSS versión 21 y Microsoft Excel. Además de ello, la información se presenta en cuadros y esquemas estadísticos, finalmente se ha realizado un análisis para la obtención del alfa de Cronbach.

3.8 Análisis estadístico e interpretación de los datos

La información se presentó en tablas estadísticas, en cumplimiento a los objetivos planteados, juntamente con sus análisis. En la exploración se utilizaron formulas estadísticas descriptivas fabricadas desde los Programas SPSS y Excel.

Los procesos estadísticos a seguir son los siguientes:

La estadística descriptiva: donde se consideran las siguientes medidas

Media aritmética. Medida aplicada para obtener el promedio de los resultados de la encuesta aplicada a los colaboradores independientes del mercado.

Moda. Es el valor de una serie que se da con mayor frecuencia entre los miembros de un colectivo.

Mediana. Es el valor que ocupa el lugar central de una distribución ordenada de valores, habitualmente en orden ascendente.

Estadística inferencial: donde se consideran las siguientes medidas de dispersión

Desviación estándar: (S). Esta medida indica el grado en que los datos numéricos tienden a extenderse alrededor del valor promedio.

Coefficiente de variabilidad (C.V.). Esta norma servirá para definir la homogeneidad del colectivo en estudio que se evalúa.

3.9 Principios éticos

Criterios éticos de la investigación.

CRITERIOS	CARACTERÍSTICAS ÉTICAS DEL CRITERIO
Consentimiento informado	Aceptación de los competidores con ser informantes y reconocieron sus derechos y obligaciones.
Confidencialidad	Se les informó la seguridad y protección de su identidad como informantes valiosos de la investigación.
Observación participante	Los averiguadores actuaron con prudencia durante el proceso de acopio de los datos asumiendo su responsabilidad ética.

Fuente: Elaborado en base a: Noreña, A.L.; Alcaraz-Moreno, N.; Rojas, J.G.; y Rebolledo-Malpica, D. (2012). *Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa.* *Aquichan*, 12(3). 263-274.

3.10 Criterios de rigor científico

Criterios de rigor científico en la investigación.

CRITERIOS	CARACTERÍSTICAS DEL CRITERIO	PROCEDIMIENTOS
Credibilidad mediante el valor de la verdad y autenticidad	Resultados de las variables observadas y estudiadas	1. Los frutos reportados son reconocidos como verdaderos. 2. Se realizó la observación de las variables en su propio escenario, etc.
Transferibilidad y aplicabilidad	Resultados para la generación del bienestar organizacional mediante la transferibilidad	1. Se realizó la descripción detallada del contexto y de los participantes en la investigación. 2. La recogida de los datos se determinó mediante el muestreo teórico.
Consistencia para la replicabilidad	Resultados obtenidos mediante la investigación mixta	1. La triangulación de la información (datos, investigadores y teorías) permitiendo el fortalecimiento del reporte de la discusión. 2. El cuestionario empleado para el recojo de la información fue certificado por evaluadores externos para autenticar la pertinencia y relevancia del estudio por ser datos de fuentes primarias, etc.

Confirmabilidad y neutralidad	Los resultados de la investigación tienen veracidad en la descripción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los resultados fueron contrastados con la literatura existente. 2. Los hallazgos de la investigación fueron contrastados con investigaciones de los contextos internacional, nacional y regional, etc.
Relevancia	Permitió él logró de los objetivos planteados obteniendo un mejor estudio de las variables	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se llegó a la comprensión amplia de las variables estudiadas. 2. Los resultados obtenidos tuvieron correspondencia con la justificación.

Fuente: Elaborado en base a: Noreña, A.L.; Alcaraz-Moreno, N.; Rojas, J.G.; y Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3). 263-274. Disponible <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/article/view/1824/pd>

CAPITULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Nivel de incidencia de la informalidad en los comerciantes del mercado 28 de Julio de Jaén.

Dimensión de registro del negocio en los comerciantes del mercado 28 de Julio.

Tabla 1

¿El Negocio O Establecimiento Que Usted Dirige Se Encuentra Registrado Como?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
R.U.C.	47	52,2
R.U.S.	30	33,3
R.E.I.R.	2	2,2
E.I.R.L.	4	4,4
NO ESTA REGISTRADO	7	7,8
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

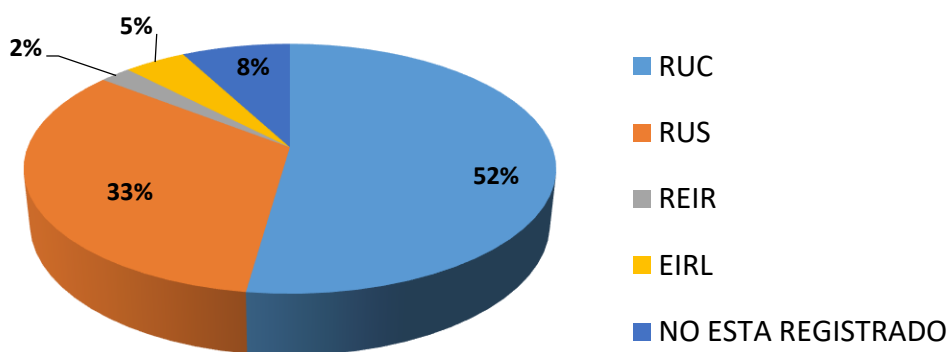


Figura 1

¿El Negocio O Establecimiento Que Usted Dirige Se Encuentra Registrado Como?

INTERPRETACION: En la tabla 1 y la figura 1, del total de los comerciantes, el 52% se encuentran registrados con R.U.C., el 33% se encuentran registrados con R.U.S., EL 8% no está registrado, el 5% se encuentra registrado con E.I.R.L. y el 2% está registrado como R.E.I.R.

Dimensión establecimiento del negocio en los comerciantes del mercado 28 de Julio.

Tabla 2

Usted desempeña su negocio o actividad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
¿COMO AMBULANTE?	50	55,6
¿EN EL DOMICILIO DE LOS CLIENTES?	2	2,2
¿EN PUESTO IMPROVISADO EN LA VIA PUBLICA?	11	12,2
¿EN LOCAL FIJO EN MERCADO PUBLICO?	27	30,0
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia.

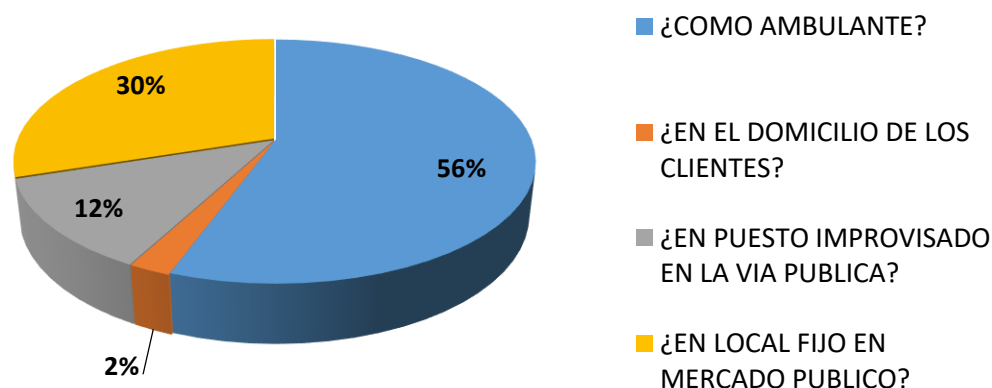


Figura 2

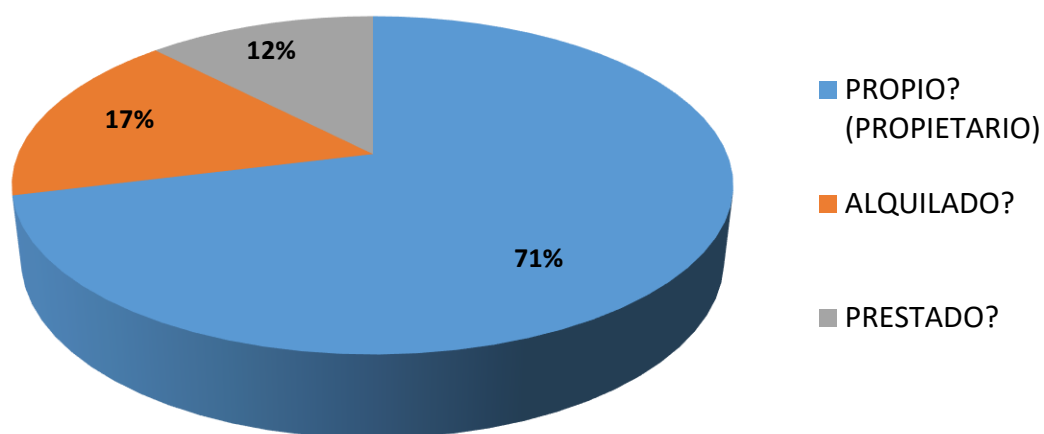
Usted desempeña su negocio o actividad.

INTERPRETACION: En la tabla 2 y la figura 2, del total de los comerciantes, el 56% desempeña su negocio COMO AMBULANTE, el 30% desempeña su negocio EN LOCAL FIJO EN MERCADO PUBLICO, el 12% desempeña su negocio IMPROVISANDO EN LA VIA PUBLICA y solo el 2% desempeña su negocio EN EL DOMICILIO DE LOS CLIENTES.

Tabla 3

¿Usted Realiza Su Negocio O Actividad En Un Local?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PROPIO? (PROPIETARIO)	64	71,1
ALQUILADO?	15	16,7
PRESTADO?	11	12,2
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia**Figura 3**

¿Usted Realiza Su Negocio O Actividad En Un Local?

INTERPRETACION: En la tabla 3 y la figura 3, del total de los comerciantes, el 71% realiza su negocio en un local propio, el 17% en un local alquilado y el 12% en un local prestado.

Tabla 4
¿Su Local O Establecimiento Cuenta Con?

ALTERNATIVA		FRECUENCIA	PORCENTAJE
AGUA POTABLE	SI	8	8,9
	NO	82	91,1
	TOTAL	90	100,0
ES DE USO	¿EXCLUSIVO?	6	75,0
	¿COMPARTIDO?	2	25,0
	TOTAL	8	100
DESAGUE	SI	10	11,1
	NO	80	88,9
	TOTAL	90	100,0
ES DE USO	¿EXCLUSIVO?	2	20,0
	¿COMPARTIDO?	8	80,0
	TOTAL	10	100
ELECTRICIDAD	SI	86	95,6
	NO	4	4,4
	TOTAL	90	90
ES DE USO	¿EXCLUSIVO?	46	53,5
	¿COMPARTIDO?	40	46,5
	TOTAL	86	100
TELEFONO	SI	16	17,8
	NO	74	82,2
	TOTAL	90	90
ES DE USO	¿EXCLUSIVO?	6	37,5
	¿COMPARTIDO?	10	62,5
	TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

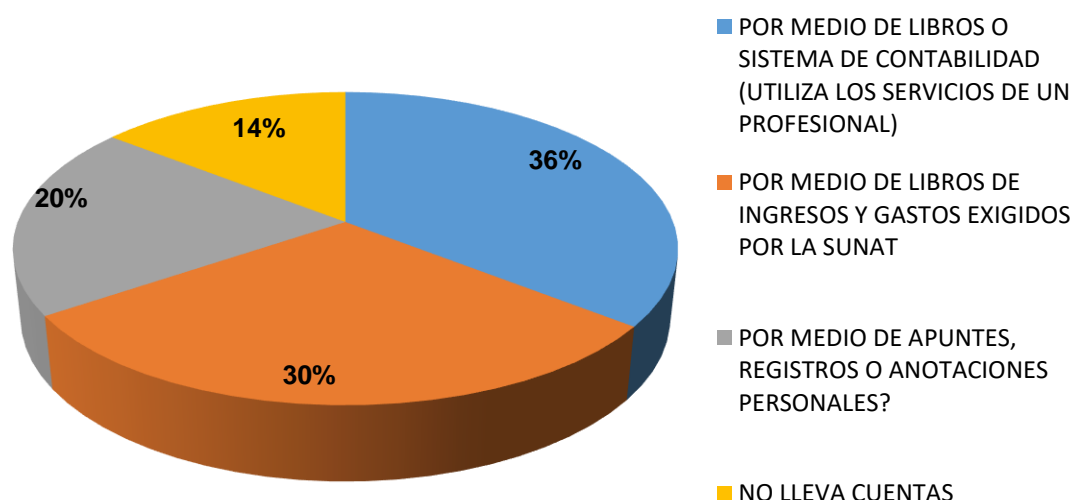
INTERPRETACION: En la tabla 4, del total de los comerciantes sus locales cuentan con servicios de AGUA, el 91,1% no cuenta con el servicio de agua potable, y del 8,9% que si tiene agua potable, el 75% lo tiene de uso exclusivo y el 25% de uso compartido. Cuentan con servicio de DESAGUE, el 88,9% si cuenta con este servicio y de estos el 80% lo tiene de uso compartido, y el 20% de uso exclusivo; y solo el 11,1% NO cuenta con este servicio de desagüe. Cuentan con servicio de ELECTRICIDAD, el 95,6% cuenta con este servicio, de los cuales el 53,5% lo tiene de uso exclusivo y el 46,5% de uso compartido; y solo el 4,4% de los comerciantes, sus locales no tienen este servicio. Cuentan con el servicio de TELEFONO, el 82,2% no cuentan con este servicio y el 17,8% cuentan con este servicio, de los cuales el 62% lo tiene de uso compartido y solo el 6% lo tiene de uso exclusivo.

Tabla 5

¿Usted Lleva Las Cuentas De Su Negocio O Actividad?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
POR MEDIO DE LIBROS O SISTEMA DE CONTABILIDAD (UTILIZA LOS SERVICIOS DE UN PROFESIONAL)	32	35,6
POR MEDIO DE LIBROS DE INGRESOS Y GASTOS EXIGIDOS POR LA SUNAT	27	30,0
POR MEDIO DE APUNTES, REGISTROS O ANOTACIONES PERSONALES?	18	20,0
NO LLEVA CUENTAS	13	14,4
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

**Figura 4**

¿Usted Lleva Las Cuentas De Su Negocio O Actividad?

INTERPRETACION: En la tabla 5 y la figura 4, del total de los comerciantes, el 36% lleva sus cuentas por medio de libros o sistema de contabilidad, el 30% lleva sus cuentas por medio de libros de ingresos y gastos, el 20% lleva sus cuentas por medio de apuntes, registros o anotaciones personales y solo el 14% no lleva cuentas.

Tabla 6

La Semana Pasada, ¿Qué Tipo De Actividad Realizó En Su Negocio O Establecimiento?

ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRODUCCION DE ALGUN BIEN	2	2,2
COMPRA Y VENTA DE MERCADERIAS	88	97,8
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

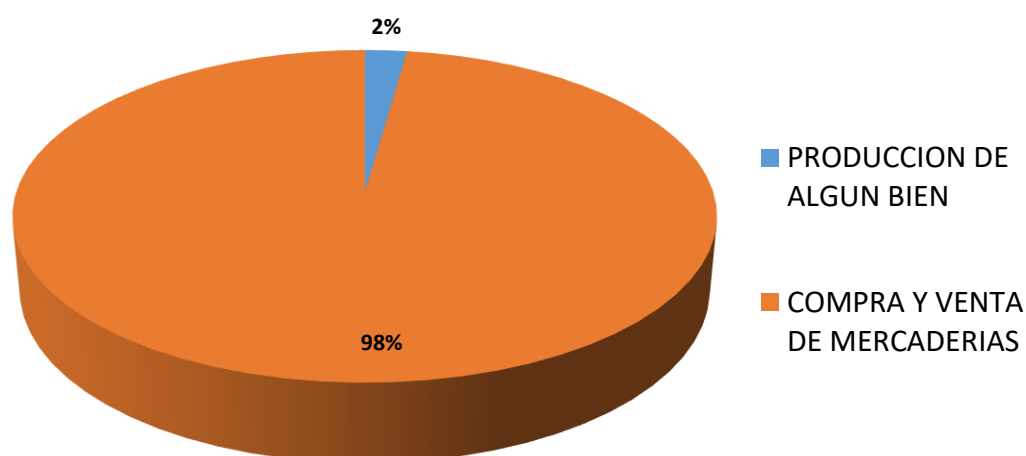


Figura 5

La Semana Pasada, ¿Qué Tipo De Actividad Realizó En Su Negocio O Establecimiento?

INTERPRETACION: En la tabla 6 y la figura 5, del total de los comerciantes, el 98% realizo en su negocio la actividad de compra y venta de mercaderías y el 2% realizo en su negocio la actividad de producción de algún bien

Tabla 7

¿El Nivel De Ventas De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

SITUACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR	21	23,3
IGUAL	26	28,9
MENOR	43	47,8
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

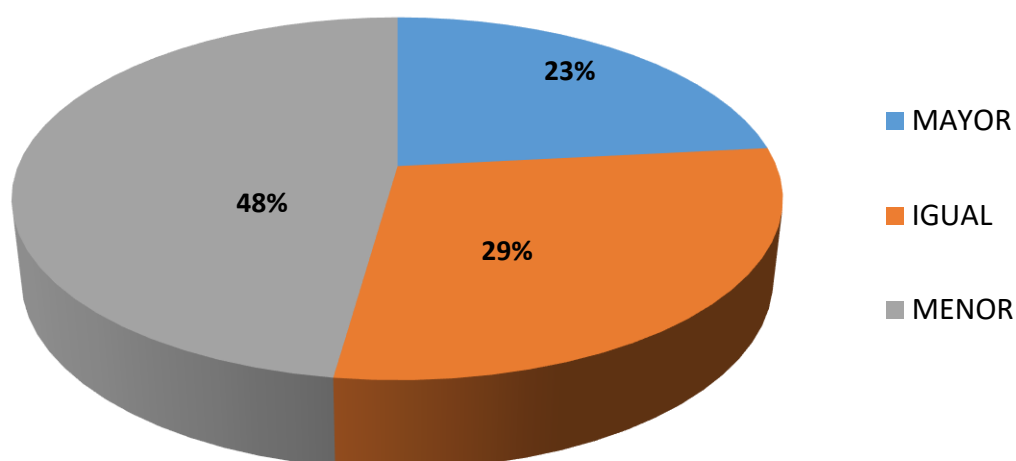


Figura 6

¿El Nivel De Ventas De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

INTERPRETACION: En la tabla 7 y la figura 6, del total de los comerciantes, el 48% indica que el nivel de ventas es MENOR, el 29% indica que el nivel de ventas es IGUAL Y el 23% indica que el nivel de ventas es MAYOR.

Tabla 8

¿El Nivel De Consumo En Su Hogar De Los Bienes/Servicios Que Usted Produce En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

SITUACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR	10	11,1
IGUAL	76	84,4
MENOR	4	4,4
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

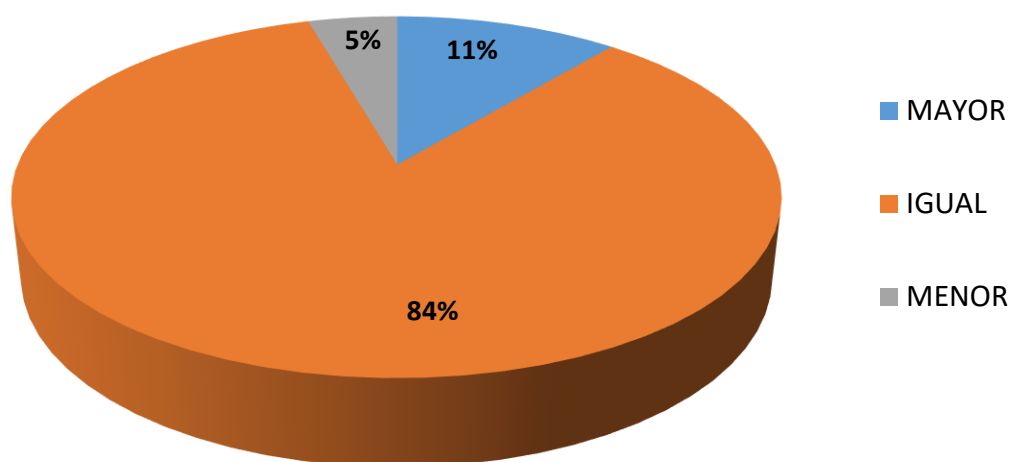


Figura 7

¿El Nivel De Consumo En Su Hogar De Los Bienes/Servicios Que Usted Produce En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

INTERPRETACION: En la tabla 8 y la figura 7, del total de los comerciantes, el 84% indica que el nivel de consumo de los bienes y servicios que se producen fue IGUAL, el 11% indica que el nivel de consumo fue MAYOR, y el 5% indica que el nivel de consumo fue MENOR.

Tabla 9

¿El Nivel De Gastos De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

SITUACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR	23	25,6
IGUAL	58	64,4
MENOR	9	10,0
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

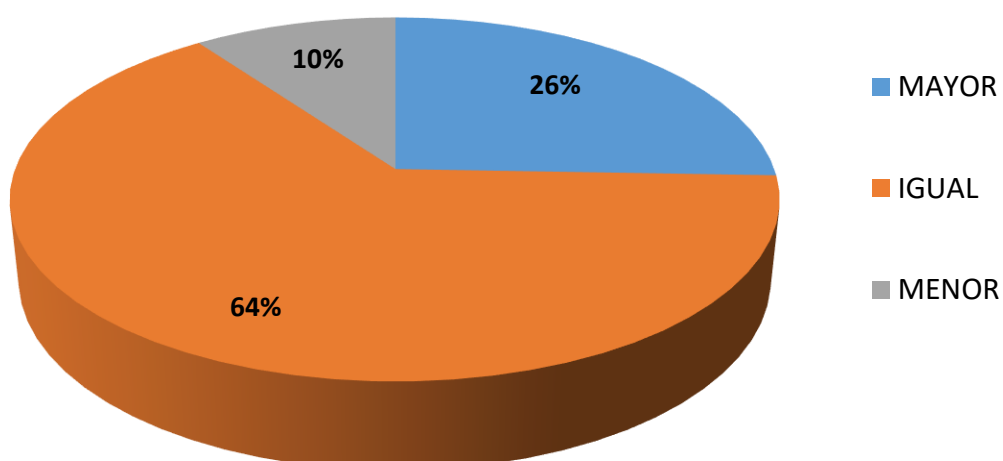


Figura 8

¿El Nivel De Gastos De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

INTERPRETACION: En la tabla 9 y la figura 8, del total de los comerciantes, el 64% indicó que el nivel de gastos de la empresa fue IGUAL, el 26% indicó que el nivel de gastos de la empresa fue MAYOR y el 10% restante indicó que el nivel de gastos de la empresa fue MENOR.

Tabla 10

¿El Nivel De Gastos En Impuestos Y Obligaciones Tributarias De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

SITUACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR	14	15,6
IGUAL	41	45,6
MENOR	35	38,9
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

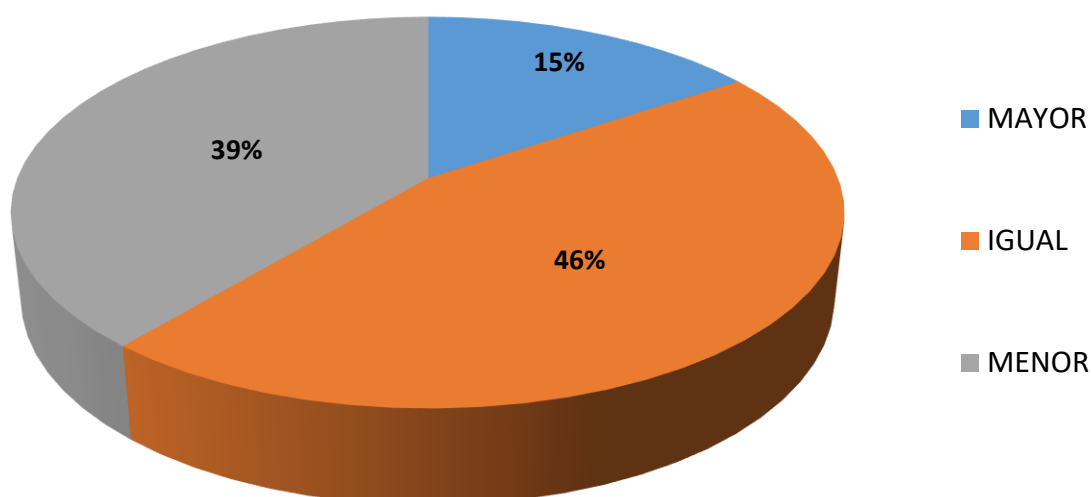


Figura 9

¿El Nivel De Gastos En Impuestos Y Obligaciones Tributarias De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

INTERPRETACION:

En la tabla 10 y la figura 9, del total de los comerciantes, el 46% indica que el nivel de gastos en impuestos y obligaciones tributarias de su empresa fueron IGUALES, el 39% indica que el nivel de gastos en impuestos y obligaciones tributarias de su empresa fueron MENORES y el 15% indicó que el nivel de gastos en impuestos y obligaciones tributarias de su empresa fueron MAYORES.

Tabla 11

¿El Nivel De Ingresos De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

SITUACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR	6	6,7
IGUAL	36	40,0
MENOR	48	53,3
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

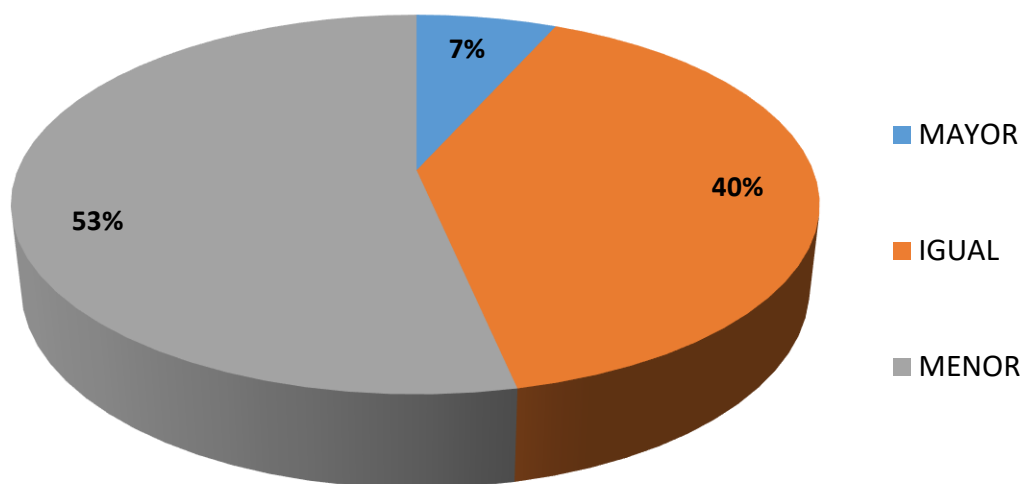


Figura 10

¿El Nivel De Ingresos De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

INTERPRETACION:

En la tabla 11 y la figura 10, del total de los comerciantes, el 53% indicó que el nivel de ingresos de su empresa fue MENOR, el 40% indicó que el nivel de ingresos de su empresa fue IGUAL y el 75 indicó que el nivel de ingreso fue MAYOR.

Tabla 12

¿El Nivel De Utilidad De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

SITUACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR	9	10,0
IGUAL	33	36,7
MENOR	48	53,3
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

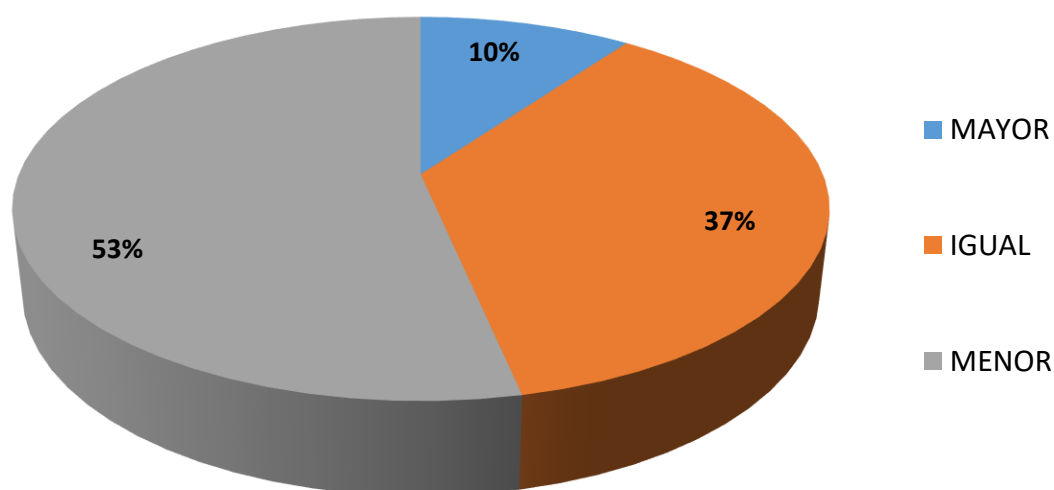


Figura 11

¿El Nivel De Utilidad De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

INTERPRETACION: En la tabla 12 y la figura 11, del total de los comerciantes, el 53% indicó que el nivel de utilidad de su empresa fue MENOR, el 37% indicaron que el nivel de utilidad en su empresa fue IGUAL y el 10% indicaron que el nivel de utilidad de su empresa fue MAYOR.

**NIVEL DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO 28 DE JULIO.**

Tabla 13

¿El Nivel De Gasto En Local De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

SITUACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR	14	15,6
IGUAL	60	66,7
MENOR	16	17,8
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

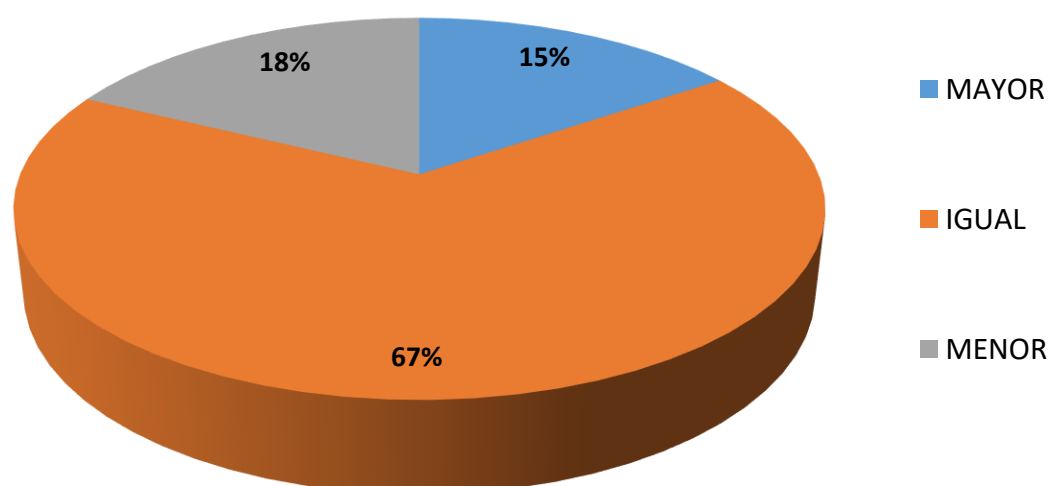


Figura 12

¿El Nivel De Gasto En Local De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

INTERPRETACION: En la tabla 13 y la figura 12, del total de los comerciantes, el 67% de los encuestados indicó el nivel de gastos en local de su empresa fue IGUAL, el 18% de los encuestados indicó que el nivel de gasto en local de su empresa fue MENOR y el 15% de los encuestados indicó que el nivel de gastos en local de su empresa fue MAYOR.

Tabla 14

¿El Nivel De Gasto En Agua De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

SITUACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR	18	20,0
IGUAL	48	53,3
MENOR	24	26,7
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

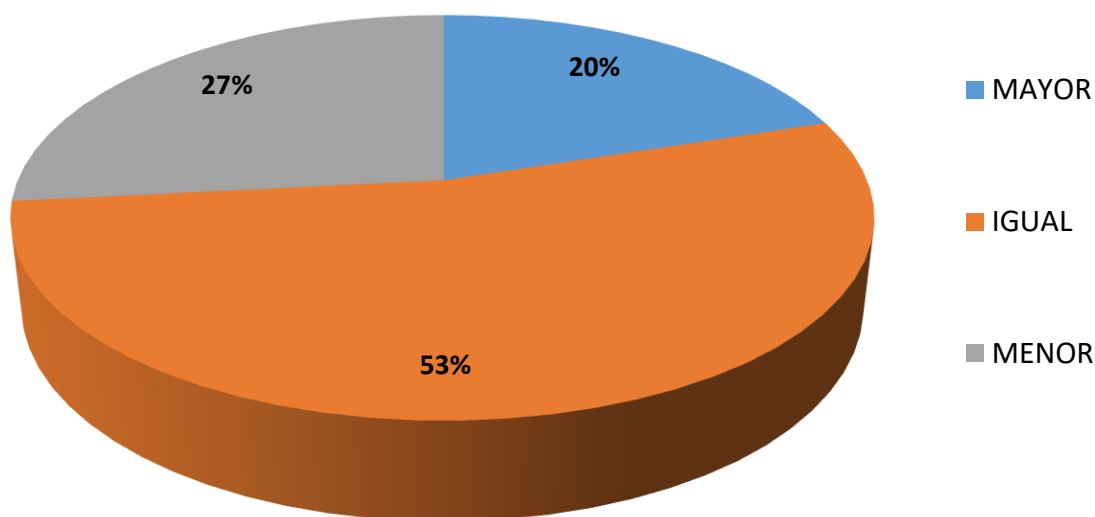


Figura 13

¿El Nivel De Gasto En Agua De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

INTERPRETACION: En la tabla 14 y la figura 13, del total de los comerciantes, el 53% de los encuestados indicó que el nivel de gastos en agua de su empresa fue IGUAL, el 27% de los encuestados indicó que el nivel de gastos en agua de su empresa fue MENOR y el 20% de los encuestados indicó que el nivel de gastos en agua de la empresa fue MAYOR.

Tabla 15

¿El Nivel De Gasto En Luz De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

SITUACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR	46	51,1
IGUAL	37	41,1
MENOR	7	7,8
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

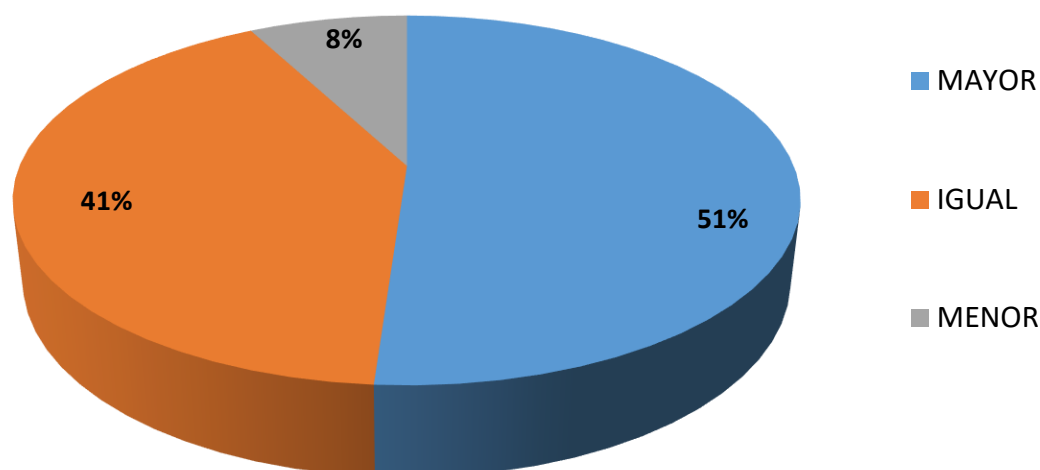


Figura 14

¿El Nivel De Gasto En Luz De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

INTERPRETACION: En la tabla 15 y la figura 14, del total de los comerciantes, el 51% de los encuestados indicó que el nivel de gastos en luz de su empresa fue MAYOR, el 41% de los encuestados indicó que el nivel de gastos en agua de su empresa fue IGUAL y el 8% de los encuestados indicó que el nivel de gastos en agua de la empresa fue MENOR.

Tabla 16

¿El Nivel De Gasto En Vigilante De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

SITUACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR	5	5,6
IGUAL	72	80,0
MENOR	13	14,4
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

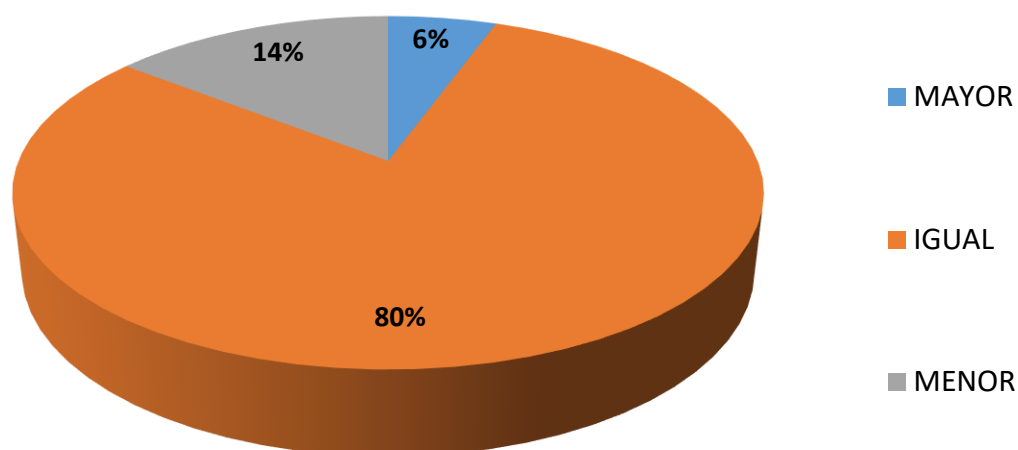


Figura 15

¿El Nivel De Gasto En Vigilante De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

INTERPRETACION: En la tabla 16 y la figura 15, del total de los comerciantes, el 80% de los encuestados indicó que el nivel de gasto en vigilante de su empresa fue IGUAL, el 14% de los encuestados indicó que el nivel de gastos en agua de su empresa fue MENOR y el 6% de los encuestados indicó que el nivel de gastos en agua de la empresa fue MAYOR.

Tabla 17

¿El Nivel De Gasto En Pasajes De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

SITUACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR	36	40,0
IGUAL	43	47,8
MENOR	11	12,2
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

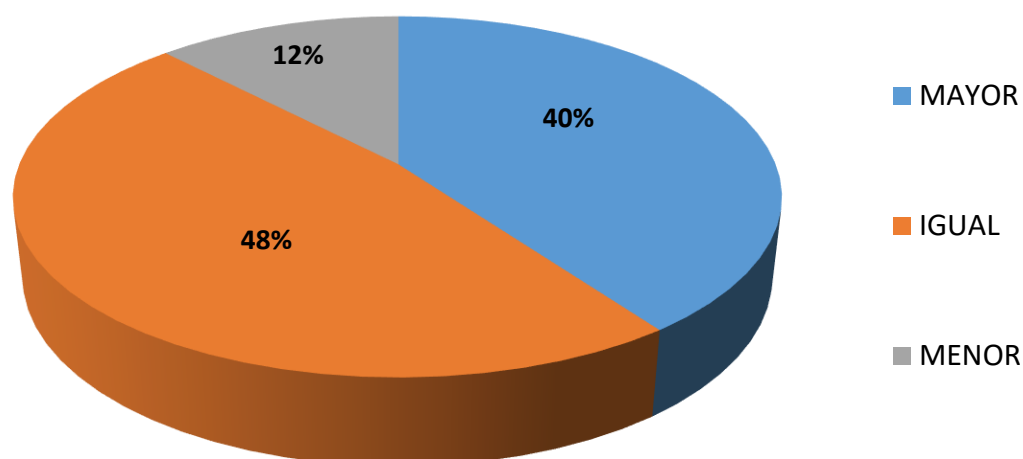


Figura 16

¿El Nivel De Gasto En Pasajes De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

INTERPRETACION: En la tabla 17 y la figura 16, del total de los comerciantes, el 48% de los encuestados indicó que el nivel de gastos en pasajes de su empresa fue IGUAL, el 40% de los encuestados indicó que el nivel de gastos en agua de su empresa fue MAYOR y el 12% de los encuestados indicó que el nivel de gastos en agua de la empresa fue MENOR.

Tabla 18

¿Su Empresa En El 2016 Realizo Un Préstamo O Crédito Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

SITUACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR	8	8,9
IGUAL	28	31,1
MENOR	54	60,0
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

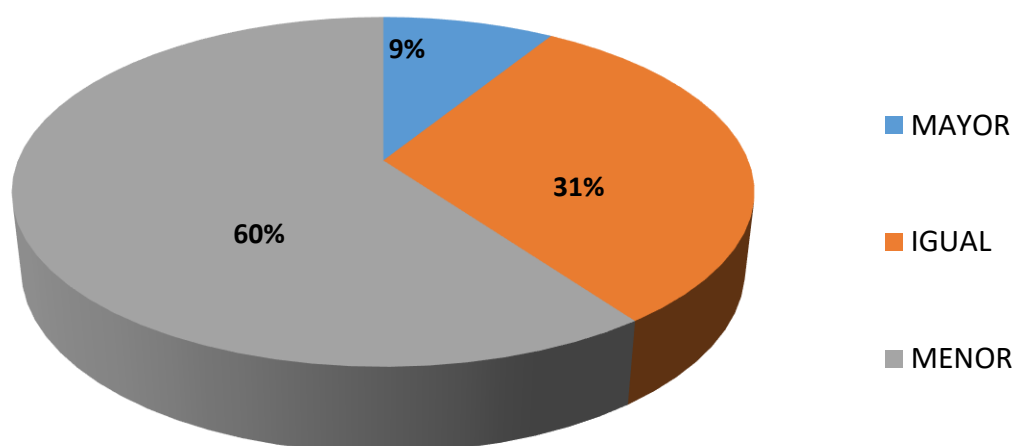


Figura 17

¿Su Empresa En El 2016 Realizo Un Préstamo O Crédito Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

INTERPRETACION: En la tabla 18 y la figura 17, del total de los comerciantes, el 60% de los encuestados indicó que su empresa realizó un préstamo o crédito MENOR, el 31% de los encuestados indicó que su empresa realizó un préstamo o crédito IGUAL y el 9% de los encuestados indicó que su empresa realizó un préstamo o crédito MAYOR.

Tabla 19

¿El Nivel De Gasto En Cuotas De Préstamo De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

SITUACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR	15	16,7
IGUAL	22	24,4
MENOR	53	58,9
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

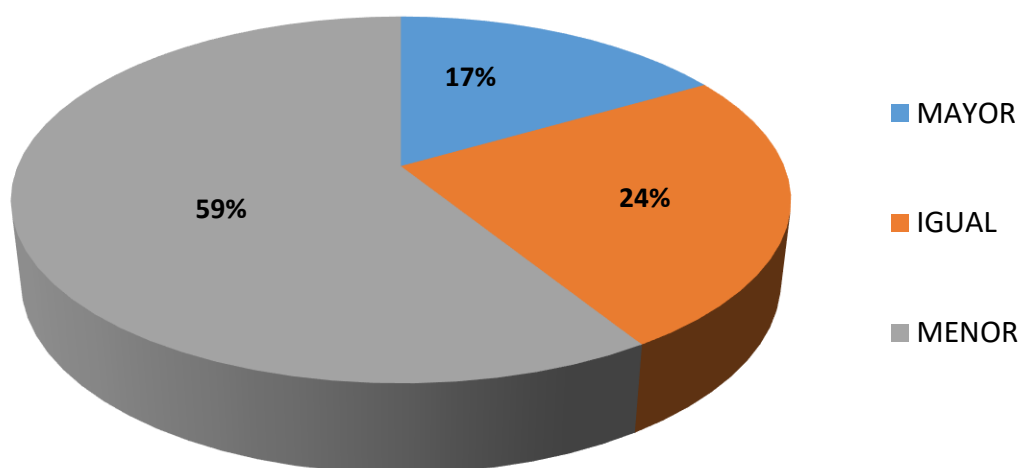


Figura 18

¿El Nivel De Gasto En Cuotas De Préstamo De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

INTERPRETACION: En la tabla 19 y la figura 18, del total de los comerciantes, el 59% de los encuestados indicó que el nivel de gastos en cuotas de préstamo de su empresa fue MENOR, el 24% de los encuestados indicó que el nivel de gastos en CUOTAS DE PRESTAMOS de su empresa fue IGUAL y el 17% de los encuestados indicó que el nivel de gastos en cuotas de préstamo de la empresa fue MAYOR.

Tabla 20

¿El Nivel De Ahorro En Insumos De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

SITUACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOR	14	15,6
IGUAL	50	55,6
MENOR	26	28,9
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

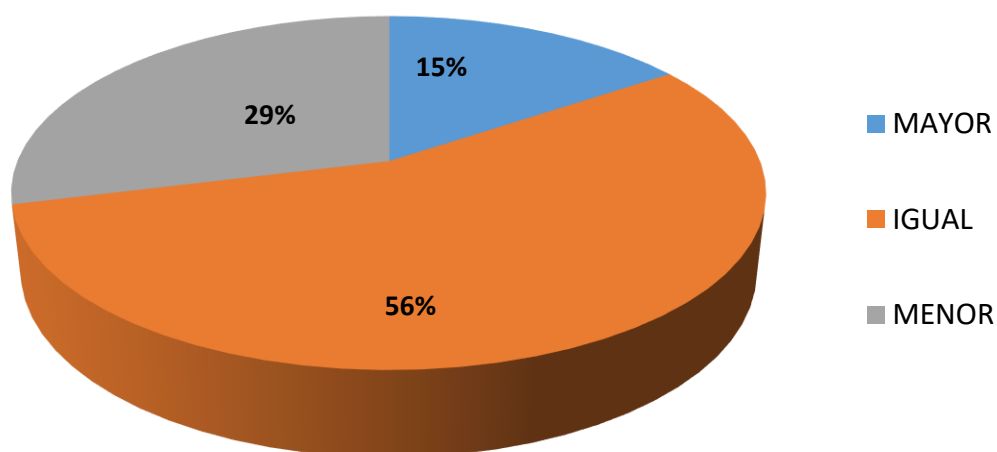


Figura 19

¿El Nivel De Ahorro En Insumos De Su Empresa En Agosto De 2016 Fue Mayor, Igual O Menor En Comparación Con Agosto 2017?

INTERPRETACION: En la tabla 20 y la figura 19, del total de los comerciantes, el 56% de los encuestados indicó que el nivel de ahorros en insumos de su empresa fue IGUAL, el 29% de los encuestados indicó que el nivel de ahorros en insumos de su empresa fue MENOR y el 15% de los encuestados indicó que el nivel de ahorros en insumos de su empresa fue MAYOR.

Tabla 21

Coeficiente de alfa de Cronbach del nivel de crecimiento empresarial en el mercado 28 de Julio.

Categorización	Valores	Cualidad
Coeficiente alfa	> 0.9 - 1	“Es excelente”
	> 0.8	“Es bueno”
	> 0.7	“Es aceptable”
	> 0.6	“Es cuestionable”
	> 0.5	“Es pobre”
	< 0.5	“Es inaceptable”

Fuente: George y Mallery (2003)

INTERPRETACION: Según la tabla 10, se observa que los mayores valores de categorización en alfa de Cronbach se encuentran en la categoría de aceptable, bueno y excelente, por lo que se queda confirmado que el instrumento de la presente investigación es confiable.

Tabla 22

Estadística del nivel de crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado 28 de Julio.

Variable Independiente	Alfa de Cronbach	N° de elementos
Crecimiento Empresarial	0,881	15

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACION: Al observar la tabla 11, estadística del nivel de crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado 28 de Julio, se puede apreciar que la variable cultura financiera es 88,1%, tienen el más alto alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados, es decir que se encuentran en la apreciación BUENO.

Tabla 23

Nivel de Informalidad de los comerciantes del mercado 28 de Julio.

INFORMALIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BAJA	41	45,6
MEDIA	28	31,1
ALTA	21	23,3
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

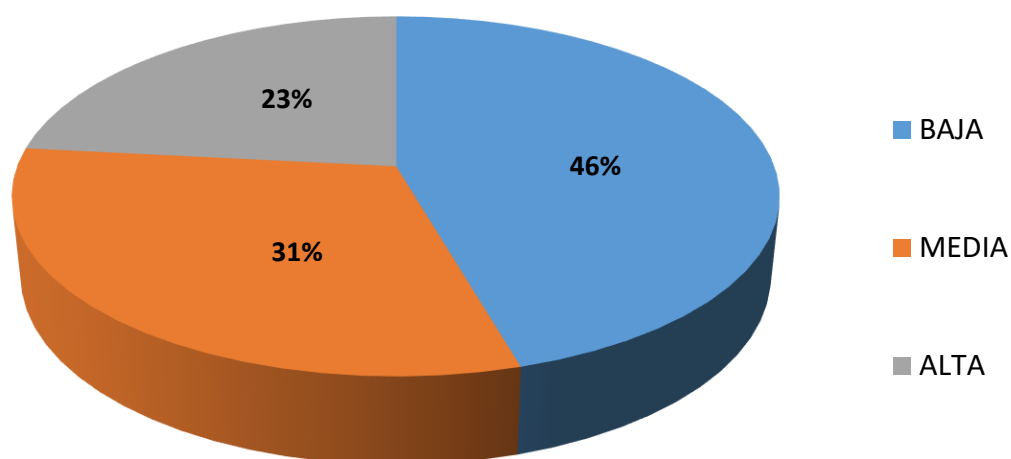


Figura 20

Nivel de Informalidad de los comerciantes del mercado 28 de Julio.

INTERPRETACION: De la Tabla 12 y de la figura 6; del total de los comerciantes, el 46% tienen nivel de informalidad BAJA, el 31% tienen nivel de informalidad MEDIA y solo 23 % tienen nivel de informalidad ALTA.

Tabla 24

Estadística del nivel de crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado 28 de Julio

CRECIMIENTO EMPRESARIAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BAJO	20	22,2
MEDIO	36	40,0
ALTO	34	37,8
TOTAL	90	100,0

Fuente: Elaboración propia

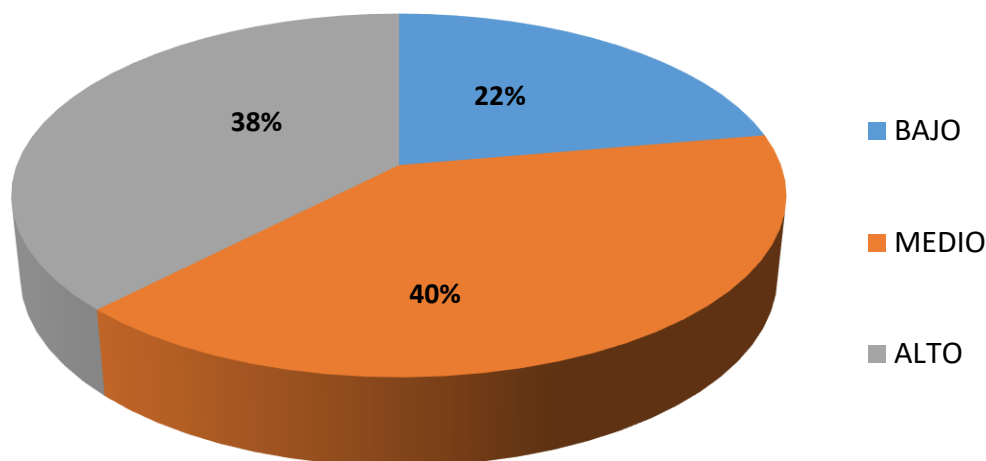


Figura 21

Estadística del nivel de crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado 28 de Julio.

INTERPRETACION: De la Tabla 13 y de la figura 7; del total de los comerciantes, el 40% tienen un nivel de crecimiento empresarial MEDIO, el 38% tienen un nivel de crecimiento empresarial ALTO y el 22% tienen un nivel de crecimiento empresarial BAJO.

CONTRASTACION DE HIPÓTESIS

i. Planteamiento de Hipótesis

H₀: La informalidad y el crecimiento empresarial de los comerciantes del Mercado 28 de Julio, son independientes.

H₁: Incide la informalidad en el crecimiento empresarial de los comerciantes del Mercado 28 de Julio.

ii. Nivel de significancia:

$$\alpha = 0,05$$

iii. Estadístico para la prueba

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,600 ^a	4	,107
Razón de verosimilitudes	7,768	4	,100
Asociación lineal por lineal	5,756	1	,016
N de casos válidos	90		

a. 1 casillas (11,1 %) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,67.

iv. Regla de decisión

Si p o la significancia es menor al valor de $\alpha = 0,05$, la hipótesis nula se rechaza.

v. Conclusión

El nivel de significancia es mayor al nivel de confianza, por lo tal se expulsa la hipótesis nula, y se finiquita que NO HAY incidencia de la informalidad en el Crecimiento Empresarial de los comerciantes del Mercado 28 de Julio, Jaén 2017.

4.2 Discusión de resultados

En el diagnóstico, del nivel de incidencia de la informalidad en los comerciantes del mercado 28 de Julio, el 52% de los establecimientos se encuentran registrados como persona natural con negocio propio con RUC, seguido de un 8% se encuentran registrados como Personas Jurídicas (E.I.R.L), así mismo con el 33% están registrados con Registro Único Simplificado RUS, además el 8% de los comerciantes no se encuentran registrados en ningún de estos de regímenes.

Así mismo el desempeño del negocio o actividad de los comerciantes del mercado 28 de Julio, lo realizan como ambulante con el 56%, en local fijo en mercado público desempeña sus actividades un 30%, con el 2% los trabajadores desempeñan sus labores en el domicilio de los clientes y en puesto improvisado en la vía pública, con un 12% como ambulante, según se puede observar en el presente estudio. Además, los comerciantes del mercado 28 de Julio ejercen su negocio o actividad en un local alquilado con el 17%, seguido de un 71% ejercen sus actividades en local propio y con un 12% realizan sus actividades laborales en un local prestado, según se puede observar en el presente estudio.

Finalmente el local o establecimiento donde se desarrollan laboralmente los comerciantes del mercado 28 de Julio el 91,1% no cuenta con agua potable y el 8,9% si lo cuenta así mismo este servicio es de uso exclusivo el 75% y de uso compartido el 25%, seguidamente el 88,9% si cuentan con el servicio de desagüe y el 11,1% no cuenta así mismo, el 80% lo tiene de uso compartido, el 20% este servicio es de su uso exclusivo; también el 95,6% de los puestos si cuentan con el servicio de electricidad y el 4,4% no lo cuenta donde el 53% es de su uso exclusivo y el 46,5% es de uso compartido y finalmente el 82,2% de los comerciantes no cuentan con el servicio telefónico y el 17,8% si lo cuenta, siendo de los que cuentan, el 62% lo tiene de uso compartido y el 6% es de su uso exclusivo.

En el diagnóstico, del nivel de crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado 28 de Julio la dimensión de producción en los comerciantes del mercado

28 de Julio es medio con el 40%, seguido de un 37,8% es alto y finalmente con el 22,2% es bajo.

Así mismo la dimensión de servicios en los comerciantes del mercado 28 de Julio es medio con el 50%, seguido de un 39% es alto y finalmente con el 1% la dimensión de servicios en los comerciantes es bajo.

Finalmente la dimensión de créditos y ahorros en los comerciantes del mercado 28 de Julio es medio con un 54%, seguido de un 34% es alto y finalmente con un 2% dimensión de créditos y ahorros en los comerciantes es bajo.

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- No hay incidencia de la informalidad en el crecimiento empresarial de comerciantes del mercado 28 de Julio; el indicador estadístico da un margen mayor al nivel de confianza, y por lo tal no se rechaza la hipótesis de independencia.
- El crecimiento empresarial, en su dimensión Producción indica que el 77,8% de los comerciantes tienen un crecimiento medio y mayor al promedio de crecimiento empresarial.
- El crecimiento empresarial, en su dimensión Servicios indica que el 89% de los comerciantes tienen un crecimiento medio y mayor al promedio de crecimiento empresarial.
- El crecimiento empresarial, en su dimensión Créditos y Ahorros indica que el 88% de los comerciantes tienen un crecimiento medio y mayor al promedio de crecimiento empresarial.

5.2 Recomendaciones

- Al no haber incidencia de la informalidad en el crecimiento empresarial se recomienda por lo tal, tomar otras iniciativas para que se pueda con las mismas, dicho de este modo, fortalecer la formalidad, para incidir en el crecimiento empresarial.
- Fortalecer el nivel de Producción de las empresas, ya que este incide en un 77,8% con el promedio del crecimiento empresarial.
- Fortalecer el nivel de Servicios de las empresas, ya que este incide en un 89% con el promedio del crecimiento empresarial.
- Fortalecer el nivel de los Créditos y Ahorros de las empresas, ya que este incide en un 88% con el promedio del crecimiento empresarial.

Referencias

- Abancens, A. (1994)). *Organización Empresarial*. San Sebastián: Donostiarra.
Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8554/1/TESIS%20CRECIMIENTO%20EMPRESARIAL%20-%20%20MARGIE%20TERAN.pdf>
- Aguilera, A. (2010). Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación. *Pensamiento & gestión*, pp. 85-106. Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8554/1/TESIS%20CRECIMIENTO%20EMPRESARIAL%20-%20%20MARGIE%20TERAN.pdf>
- Alchian, A. &. (1972)). Production, Information Cost and Economic Organization. *American Economic Review*, volumen 62, número 5, pp. 777-795. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf
- Alter, M. (2012). La economía informal: definiciones, teorías y políticas. *Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando*, 1-27. Obtenido de <http://www.wiego.org/sites/default/files/publications/files/Chen-Informal-Economy-Definitions-WIEGO-WP1-Espanol.pdf>
- Alter, M. (2013). La economía informal: definiciones, teorías y políticas. *Este País, tendencias y opiniones*, pár. 8. Obtenido de <http://archivo.estepais.com/site/2013/la-economia-informal/>
- Ansoff, H. (1965). *Corporate Strategy*. Nueva York: , McGraw Hill. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf
- Arruñada, B. (1996). Análisis contractual de la empresa: una introducción aplicada. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, pp. 41-56. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales* (3 ed.). Colombia: Pearson Educación. doi:ISBN: 978-958-699-128-5

- Bustamante, B. &. (2015). *Formulación de estrategias de crecimiento empresarial para imprenta gráficas Feijóo*. Tesis pregrado (Universidad Politécnica Salesiana) Cuenca - Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7838/1/UPS-CT004684.pdf>
- Castells, M. &. (1989). *Mundo subyacente: los orígenes, la dinámica y los efectos de la economía informal*. Baltimore: John Hopkins University Press. Obtenido de <https://translate.google.com.pe/translate?hl=es&sl=en&u=http://wiego.org/publications/world-underneath-origins-dynamics-and-effects-informal-economy&prev=search>
- Chacaltana. (2016). *Formalización en el Perú. Tendencias y políticas a inicios del siglo 21*. Tesis de grado (Pontificia Universidad Católica del Perú): Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/7971/CHACALTANA_JANAMPA_JUAN_FRANCISCO_FORMALIZACI%C3%93N.pdf?sequence=1
- Coase, R. (1937). *La naturaleza de la empresa*. Madrid,: Ediciones Pirámide. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf
- Comité de Análisis Económico de las Cámaras de Comercio de Colombia. (2011). *Informe de formalización en Colombia*. Informe de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio: Colección Cuadernos de Análisis Económico.
- Cuervo, A. (1994). *Introducción a la administración de empresas*. Madrid.: Civitas. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf
- De Soto, H. (2000). *The Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere*. Nueva York: Basic Books. Obtenido de <http://www.wiego.org/sites/default/files/publications/files/Chen-Informal-Economy-Definitions-WIEGO-WP1-Espanol.pdf>
- Delgado, F. &. (2015). *"La Informalidad y el crecimiento económico de las mypes en el distrito de Acobamba*. Tesis de pregrado (Universidad Nacional de

- Huancavelica): Universidad Nacional de Huancavelica. Obtenido de <http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/53/TP%20-%20UNH%20ADMIN.%200051.pdf?sequence=1>
- Departamento de Salud, Educación y Bienestar de los Estados Unidos. (1979). *Principios éticos y pautas para la protección de los seres humanos en la investigación*. Estados Unidos: Comisión nacional para la protección de los sujetos humanos de investigación biomédica y del comportamiento .
- Dirección de Investigaciones Socioeconómicas de CAF. (2013). *Emprendimientos en America Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva*. Bogota, Colombia: Corporación Andina de Fomento. Obtenido de http://publicaciones.caf.com/media/33191/red_2013.pdf
- Europea, U. (2010). *Regeneracion Urbana Integrada*. España: Presidencia Española. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8554/1/TESIS%20CRECIMIENTO%20EMPRESARIAL%20-%20%20MARGIE%20TERAN.pdf>
- Fernández, Z. &. (1996). La estrategia de la empresa desde una perspectiva basada en los recursos. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, pp. 73-92. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf
- Fucci, T. (2010). *La gestión del crecimiento de la empresa*. Madrid:: Mc Graw Hill. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8554/1/TESIS%20CRECIMIENTO%20EMPRESARIAL%20-%20%20MARGIE%20TERAN.pdf>
- Gonzáles, C. (2015). *Propuesta de un modelo de Gestión Estratégica del Pedido en una asociación mediante consorcio de Mypes del sector metalmeccánico de Villa El Salvador para la mejora de la competitividad y un crecimiento sostenido*. Proyecto de Investigación de pregrado (Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas): Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Obtenido de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/552168/1/Tesis+Gonzales+Flores.pdf>

- Gonzales, J. (2014). *Gestión Empresarial y competitividad en las Mypes del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - año 2013*. Tesis de pregrado (Universidad San Martín de Porres): Universidad San Martín de Porres. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf
- González, J. (2015). *Tamaño de la empresa e informalidad: Un análisis para las Micro y Pequeñas empresas del Sector Manufacturero de Chiclayo*. Tesis de pregrado (Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo): Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/20/1/TL_GonzalesJimenezGiancarloMiguel.pdf
- Gonzalez, J. (2011). *Informe de Gestion Camara de Comercio Cuccuta*. p, 8: Camara de Comercio Cuccuta. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8554/1/TESIS%20CRECIMIENTO%20EMPRESARIAL%20-%20%20MARGIE%20TERAN.pdf>
- Grant, R. (1991). The Resource-Based Theory of Competitive Advantages: Implications for Strategy Formulation. *California Management Review*, primavera, pp, 114-135. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf
- Guerra, P. (2013). Sobre el concepto de empresa. Bases para la comprensión de formatos económicos solidarios. *Observatorio Iberoamericano del desarrollo local y la economía social*, pp. 1-18. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8554/1/TESIS%20CRECIMIENTO%20EMPRESARIAL%20-%20%20MARGIE%20TERAN.pdf>
- Hart, K. (Marzo de 1973.). Oportunidades informales de ingresos y empleo urbano en Ghana. *El Diario de Estudios Africanos Modernos*, vol. 11, núm. 1,. Obtenido de <https://translate.google.com.pe/translate?hl=es&sl=en&u=http://wiego.org/publications/informal-income-opportunities-and-urban-employment-ghana-journal-modern-african-studies&prev=search>

- Heizer, J. (2012). *Principios de la Administración de Operaciones*. México: Pearson Educación de México. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8554/1/TESIS%20CRECIMIENTO%20EMPRESARIAL%20-%20%20MARGIE%20TERAN.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A.
- Hill, M. G. (2015). *La empresa y su organización*. España: Interamericana de España SL. Obtenido de https://www.google.com.pe/search?q=quien+es+Mc+Graw+Hill&oq=quien+es+Mc+Graw+Hill&gs_l=psy-ab.3..33i22i29i30k1l4.14392.21176.0.21611.48.19.0.0.0.0.266.2424.0j12j1.13.0....0...1.1.64.psy-ab..40.1.265.vhYHWgDWt1o
- Jensen, M. &. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Capital Structure. *Journal of Financial Economics*, pp. 305-360. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf
- Kast, F. &. (1974). *Organization and Management: A Systems Approach*. Nueva York: McGraw Hill,. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf
- Lawrence, P. &. (1967). *Organization and Environment. Managing Differentiation and Integra*. Cambridge, Massachusetts.: Harvard University Press. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf
- Lawrence, P. &. (1967). *Organization and Environment. Managing Differentiation and Integration*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf
- Martínez, S. (2010). *Competitividad, innovación y empresas de alto crecimiento*. Madrid, España: División de Información, Documentación y Publicaciones. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8554/1/TESIS%20CRECIMIENTO%20EMPRESARIAL%20-%20%20MARGIE%20TERAN.pdf>

- Menguzzato, M. &. (1991). *La dirección estratégica de la empresa. Un enfoque innovador del managemen*. Barcelona.: Editorial Ariel. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf
- Mexico, U. (15 de Febrero de 2013). *¿Cómo utilizar la tecnología para el crecimiento empresarial?* Obtenido de <http://noticias.universia.net.mx/empleo/noticia/2013/02/13/1004770/utilizar-tecnologia-crecimiento-empresarial.html>
- Moser, C. (1978). Informal Sector or Petty Commodity Production: Dualism or Independence in Urban Development. *World Development*, pag 1041-1064. Obtenido de <http://www.wiego.org/sites/default/files/publications/files/Chen-Informal-Economy-Definitions-WIEGO-WP1-Espanol.pdf>
- Orrillo, L. &. (2017). *Plan de estrategias de marketing operativo para el incremento de ventas en Hotel Embajador - Chiclayo*. Tesis de pregrado (Universidad Señor de Sipán): Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/xmlui/handle/uss/2984?show=full>
- Ortiz, M. (2006). *Factores determinantes de la elección del método de crecimiento empresarial: una aplicación a la Unión Europea, durante el período 2000-2004*. Tesis doctoral (Universidad Rey Juan Carlos) Madrid: Universidad Rey Juan Carlos. Obtenido de <https://eciencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/5978/tesisOrtizdeUrbinaCria.do.pdf?sequence=1>
- Paz, I. (2016). *La asociatividad como estrategia empresarial e incremento del nivel competitivo de los pequeños productores artesanales de algodón nativo del distrito de Mórrope – Lambayeque, 2014*. Tesis de pregrado (Universidad de Lambayeque): Universidad de Lambayeque. Obtenido de <http://repositorio.udl.edu.pe/bitstream/UDL/46/1/Tesis%20Nadir%20Paz%20Sarria.pdf>
- Paz, J. (2013). *La utilización de productos microfinancieros como herramienta para el desarrollo del segmento microempresarial, sectores de comercio y de servicios, en el distrito de Chiclayo, 2013*. Tesis de pregrado (Universidad Señor de Sipán): Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/xmlui/handle/uss/2987>

- Pérez, A. &. (2016). *“Las exportaciones de café y su impacto en el crecimiento del PBI en la región Lambayeque 2001 – 2013*. Tesis de pregrado (Universidad Señor de Sipán): Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/863/1/P%C3%89REZ%20VEL%C3%81SQUEZ%20ANTHONY%20WILLIAMS%20y%20QUICIO%20BALLA%20DARES%20REBECA%20CORALY.pdf>
- Pingo, R. (08 de noviembre de 2012). Marketing región de Lambayeque: mejorando el turismo receptivo. Universidad Particular de Chiclayo, Lambayeque, Perú. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/2816/281624914008.pdf>
- PYME, O. d. (2011). *Informe sobre el crecimiento empresarial*. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa (Gobierno de España): Ministerio de industria, turismo y comercio. Obtenido de <http://www.ipyme.org/publicaciones/informecrecimientoempresarial.pdf>
- Ripollés, M. &. (2001). La importancia del empresario en el crecimiento de las PYMES: una aplicación al sector de la cerámica española. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 87-98. Obtenido de <file:///C:/Users/CORDOVA%20-%20PC/Downloads/Dialnet-LaImportanciaDelEmpresarioEnElCrecimientoDeLasPYME-187789.pdf>
- Rodriguez, S. &. (2011). Teorías del Crecimiento de la Empresa. *Tendencias y nuevos desarrollos de la Teoría Económica*, pág 134-135. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf
- Salazar. (2012). *Planificación estratégica para empresas generadoras de proyectos inmobiliarios: caso empresa constructora ssk montajes e instalaciones sac*. Tesis de grado (Universidad Nacional de Ingeniería): Universidad Nacional de Ingeniería. Obtenido de http://cybertesis.uni.edu.pe/bitstream/uni/1225/1/salazar_pm.pdf
- Schein, E. (1985). *Organization Culture and Leader-ship*. , San Francisco.: Jossey-Bass Publishers. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf

- Seth, A. &. (1994). Theories of the Firm: Implications for Strategy Research. *Journal of Management Studies*, pp, 165-191. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf
- Sethuraman, S. (1976). The Urban Informal Sector: Concept, Measurement and Policy. *International Labour Review*, vol. 114, núm. 1,. Obtenido de <http://archivo.estepais.com/site/2013/la-economia-informal/>
- Sodexo. (2013). *Importancia de la ecología en el ámbito empresarial*. Obtenido de <http://www.vidaprofesional.com.ve/blog/importancia-de-la-ecologia-en-el-ambito-empresarial.aspx>
- Terán, M. (2015). *Crecimiento empresarial mediante el mejoramiento del control de actividades operativas en el sector informal de guayaquil*. Tesis de maestría (Universidad de Guayaquil) Ecuador: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8554/1/TESIS%20CRECIMIENTO%20EMPRESARIAL%20-%20%20MARGIE%20TERAN.pdf>
- Tokman, V. (1978). An exploration into the Nature of the Informal-Formal Sector Relationship. *World Development*, vol. 6, núm. 9-10,. Obtenido de <http://archivo.estepais.com/site/2013/la-economia-informal/>
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, pp. 171-178. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf
- Williamson, O. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism. Firms, Markets, Relational Contracting*. Nueva York: The Free Press. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_133-144__07D1CCFB9C02ED5E7F09C31A3C5AF13A.pdf

ANEXOS

Anexo 1. Instrumentos de aplicación

ENCUESTA DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL

El siguiente cuestionario forma parte de una investigación cuyo objetivo es recabar información necesaria para determinar el crecimiento empresarial de los comerciantes del Mercado 28 de Julio, Jaén; al respecto, se solicita que en las preguntas que a continuación se detalla, elegir la alternativa que considere correcta, marcar con un aspa (X) al lado derecho, su aporte será de mucho interés para dicho trabajo de investigación, por lo que de antemano agradecemos su colaboración.

1	2	3
Menor	Igual	Mayor

DIMENSIÓN	ÍTEM	1	2	3
Producción	¿El nivel de ventas de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?			
	¿El nivel de consumo en su hogar de los bienes/servicios que usted produce en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?			
	¿El nivel de gastos en de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?			
	¿El nivel de gastos en impuestos y obligaciones tributarias de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?			
	¿El nivel de ingresos de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?			
	¿El nivel de utilidad de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?			
Servicios	¿El nivel de gasto en local de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?			

	¿El nivel de gasto en agua de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?			
	¿El nivel de gasto en luz de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?			
	¿El nivel de gasto en vigilante de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?			
	¿El nivel de gasto en pasajes de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?			
Créditos y ahorro	¿Su empresa en el 2016 realizó un préstamo o crédito mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?			
	¿El nivel de gasto en cuotas de préstamo de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?			
	¿El nivel de ahorro en insumos de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?			

ENCUESTA DE INFORMALIDAD

El siguiente cuestionario forma parte de una investigación cuyo objetivo es recabar información necesaria para diagnosticar a los comerciantes del Mercado 28 de Julio, Jaén 2017; al respecto, se solicita que en las preguntas que a continuación se detalla, elegir la alternativa que considere correcta, marcar con un aspa (X) al lado derecho, su aporte será de mucho interés para dicho trabajo de investigación, por lo que de antemano agradecemos su colaboración.

<p>¿El negocio o establecimiento que ud. Dirige se encuentra registrado como:</p> <p>Persona Natural con negocio propio con RUC?.....1</p> <p>Persona Natural con negocio propio y Registro Unico Simplificado (R.U.S.)?.....2</p> <p>Persona Natural con negocio propio y Regimen Especial de Impuestos a la Renta (R.E.I.R.)?.....3</p> <p>Persona Juridica como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)?.....4</p> <p>Otras personerias Juridicas?.....5</p> <p>No esta registrado?.....6</p>	<p>¿Cuáles son los motivos por las que inicio este negocio o actividad?</p> <p>No encontro trabajo asalariado.....1</p> <p>Obtiene mayores ingresos.....2</p> <p>Quiere ser independiente.....3</p> <p>Por tradicion familiar.....4</p> <p>Por necesidad.....5</p> <p>Otro.....6</p> <p style="text-align: center;">(Especifique)</p>																											
<p>¿Ud. Desempeño su negocio o actividad:</p> <p>¿Cómo ambulante?.....1</p> <p>¿En el domicilio de los clientes?.....2</p> <p>¿En vehiculo para transporte de personas o mercaderias?.....3</p> <p>¿En puesto improvisado en la via publica?.....4</p> <p>¿En puesto improvisado en mercado publico?.....5</p> <p>¿En puesto fijo en la via publica?.....6</p> <p>¿En local fijo en mercado Publico (Tienda,stand?.....7</p> <p>¿En taller, tienda, restaurante, hotel, etc.?.....8</p> <p>¿En su taller comercial dentro de su vivienda y en una habitacion de uso exclusivo?.....9</p> <p>¿Dentro de las habitaciones de su vivienda?.....10</p> <p>¿Otro?.....11</p> <p style="text-align: center;">(Especifique)</p>	<p>¿Cuánto tiempo trabaja ud. En su negocio o establecimiento?</p> <table border="1" style="margin: 10px auto; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="padding: 5px;">AÑOS</td> <td style="width: 50px; height: 20px;"></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">MESES</td> <td style="width: 50px; height: 20px;"></td> </tr> </table>	AÑOS		MESES																								
AÑOS																												
MESES																												
<p>¿Ud. Realiza su negocio o actividad en un local:</p> <p>Propio?(Propietario).....1</p> <p>Alquilado?.....2</p> <p>Prestado?.....3</p> <p>Otro?.....4</p> <p style="text-align: center;">(Especifique)</p>	<p>¿Ud. Lleva las cuentas de su negocio o actividad:</p> <p>Por medio de libros o Sistema de Contabilidad (utiliza los servicios de un profsional?.....1</p> <p>Por medio de libros de Ingresos y Gastos exigidos por SUNAT?.....2</p> <p>Por medio de apuntes, registros o anotaciones personales?.....3</p> <p>Otro.....4</p> <p style="text-align: center;">(Especifique)</p> <p>NO LLEVA CUENTAS.....5</p>																											
<p>¿Su local o establecimiento cuenta con: (Acepte una o mas alternativas)</p> <table border="1" style="margin: 10px auto; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th rowspan="2">SI</th> <th rowspan="2">NO</th> <th colspan="2">ES DE USO</th> </tr> <tr> <th>¿EXCLUSIVO?</th> <th>¿COMPAR TIDO?</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Agua Potable?..</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>2. Desague?.....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>3. Electricidad?...</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>4. Telefono?.....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>		SI	NO	ES DE USO		¿EXCLUSIVO?	¿COMPAR TIDO?	1. Agua Potable?..	1	2	1	2	2. Desague?.....	1	2	1	2	3. Electricidad?...	1	2	1	2	4. Telefono?.....	1	2	1	2	<p>La semana pasada, ¿Qué tipo de actividad realizo en su negocio o establecimiento?</p> <p>Produccion de algun bien.....1</p> <p>Compra y venta de mercaderias.....2</p> <p>Prestacion de servicios.....3</p>
				SI	NO	ES DE USO																						
	¿EXCLUSIVO?	¿COMPAR TIDO?																										
1. Agua Potable?..	1	2	1	2																								
2. Desague?.....	1	2	1	2																								
3. Electricidad?...	1	2	1	2																								
4. Telefono?.....	1	2	1	2																								
OBSERVACIONES																												

Anexo 2. Confiabilidad del Instrumento

Tabla 25
Estadísticos de Confiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,870	25

Tabla 26
Estadísticos total - elemento

ITEMS	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
¿EL NIVEL DE VENTAS DE SU EMPRESA EN AGOSTO DE 2016 FUE MAYOR, IGUAL O MENOR EN COMPARACIÓN CON AGOSTO 2017?	50,00	30,000	-,083	,814
¿EL NIVEL DE CONSUMO EN SU HOGAR DE LOS BIENES/SERVICIOS QUE USTED PRODUCE EN AGOSTO DE 2016 FUE MAYOR, IGUAL O MENOR EN COMPARACIÓN CON AGOSTO 2017?	50,26	31,316	-,337	,842
¿EL NIVEL DE GASTOS DE SU EMPRESA EN AGOSTO DE 2016 FUE MAYOR, IGUAL O MENOR EN COMPARACIÓN CON AGOSTO 2017?	50,47	28,374	,211	,836
¿EL NIVEL DE GASTOS EN IMPUESTOS Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE SU EMPRESA EN AGOSTO DE 2016 FUE MAYOR, IGUAL O MENOR EN COMPARACIÓN CON AGOSTO 2017?	49,95	26,497	,386	,832
¿EL NIVEL DE INGRESOS DE SU EMPRESA EN AGOSTO DE 2016 FUE MAYOR, IGUAL O MENOR EN COMPARACIÓN CON AGOSTO 2017?	49,68	28,228	,268	,836
¿EL NIVEL DE UTILIDAD DE SU EMPRESA EN AGOSTO DE 2016 FUE MAYOR, IGUAL O MENOR EN COMPARACIÓN CON AGOSTO 2017?	49,63	28,246	,167	,837
¿EL NIVEL DE GASTO EN LOCAL DE SU EMPRESA EN AGOSTO DE 2016 FUE MAYOR, IGUAL O MENOR EN COMPARACIÓN CON AGOSTO 2017?	50,26	28,427	,224	,836
¿EL NIVEL DE GASTO EN AGUA DE SU EMPRESA EN AGOSTO DE 2016 FUE MAYOR, IGUAL O MENOR EN COMPARACIÓN CON AGOSTO 2017?	50,05	30,386	-,120	,841

¿EL NIVEL DE GASTO EN LUZ DE SU EMPRESA EN AGOSTO DE 2016 FUE MAYOR, IGUAL O MENOR EN COMPARACIÓN CON AGOSTO 2017?	50,89	25,988	,611	,830
¿EL NIVEL DE GASTO EN VIGILANTE DE SU EMPRESA EN AGOSTO DE 2016 FUE MAYOR, IGUAL O MENOR EN COMPARACIÓN CON AGOSTO 2017?	50,11	27,322	,505	,833
¿EL NIVEL DE GASTO EN PASAJES DE SU EMPRESA EN AGOSTO DE 2016 FUE MAYOR, IGUAL O MENOR EN COMPARACIÓN CON AGOSTO 2017?	50,68	27,673	,245	,835
¿SU EMPRESA EN EL 2016 REALIZO UN PRÉSTAMO O CRÉDITO MAYOR, IGUAL O MENOR EN COMPARACIÓN CON AGOSTO 2017?	49,79	28,953	,049	,839
¿EL NIVEL DE GASTO EN CUOTAS DE PRÉSTAMO DE SU EMPRESA EN AGOSTO DE 2016 FUE MAYOR, IGUAL O MENOR EN COMPARACIÓN CON AGOSTO 2017?	49,84	27,585	,192	,836
¿EL NIVEL DE AHORRO EN INSUMOS DE SU EMPRESA EN AGOSTO DE 2016 FUE MAYOR, IGUAL O MENOR EN COMPARACIÓN CON AGOSTO 2017?	49,84	28,363	,194	,836
¿EL NEGOCIO O ESTABLECIMIENTO QUE USTED DIRIGE SE ENCUENTRA REGISTRADA COMO?:	50,53	28,819	,052	,839
¿USTED REALIZA SU NEGOCIO O ACTIVIDAD?:	48,37	26,246	-,152	,762
¿USTED REALIZA EN SUS NEGOCIO O ACTIVIDAD EN UN LOCAL?	50,84	25,363	,598	,829
¿SU LOCAL O ESTABLECIMIENTO CUENTA CON: AGUA POTABLE	50,37	29,801	,003	,839
¿SU LOCAL O ESTABLECIMIENTO CUENTA CON: DESAGUE?	50,37	29,579	,057	,838
¿SU LOCAL O ESTABLECIMIENTO CUENTA CON: ELECTRICIDAD?	51,21	29,953	0,000	,839
ES DE USO?	50,74	28,316	,252	,836
¿SU LOCAL O ESTABLECIMIENTO CUENTA CON: TELEFONO?	50,37	30,690	-,211	,841
¿CUALES SON LOS MOTIVOS POR LAS QUE INICIO ESTE NEGOCIO O ACTIVIDAD?	48,58	28,035	,069	,839
¿USTED LLEVA LAS CUENTAS DE SU NEGOCIO O ACTIVIDAD?	49,95	24,164	,291	,831
LA SEMANA PASADA, ¿QUE TIPO DE ACTIVIDAD REALIZO EN SU NEGOCIO O ESTABLECIMIENTO?	50,26	29,427	,190	,838

Anexo 3. Datos de la encuesta.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AA
1		NUM_ENC	PROD_001	PROD_002	PROD_003	PROD_004	PROD_005	PROD_006	SERV_001	SERV_002	SERV_003	SERV_004	SERV_005	CREDYAH_001	CREDYAH_002	CREDYAH_003	INF_001	INF_002	INF_003	INF_003A	INF_004A1	INF_004A2	INF_004B1	INF_004B2	INF_004C1	INF_004C2	INF_004D1	INF_004D2	INF_005	INF_005A	INF_006	INF_006A	INF_007	INF_007A	INF_008	
2		1	1	2	2	2	3	3	2	1	1	3	3	2	2	3	1	7	2		2		2		1	1	2		2				5		2	
3		2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1		2		2		1	1	2		2		20	4	2		2	
4		3	3	2	3	3	3	3	2	2	1	2	1	3	3	2	1	1	1		2		2		1	2	2		5		10	2	1		2	
5		4	2	2	1	2	2	2	2	3	1	2	1	3	3	2	2	1	1		2		2		1	1	2		3		5	6	2		2	
6		5	3	2	2	3	3	3	2	3	1	2	1	3	3	2	2	1	1		2		2		1	2	2		3		7	3	2		2	
7		6	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	1	3	3	2	2	1	1		2		2		1	2	2		5		5	10	2		2	
8		7	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	1	7	3		2		2		1	2	1	2	4				5		2	
9		8	3	2	1	3	3	3	2	2	1	2	1	3	3	3	2	1	2		1	1	1	1	1	1	2		5		20	6	2		2	
10		9	1	2	2	1	2	1	2	3	2	1	2	2	2	3	1	7	1		2		1	2	1	2	1	1	3		30		3		2	
11		10	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	3	3	3	2	5	1		2		2		1	1	2		3		6		2		2	
12		11	3	2	2	3	3	3	2	2	1	2	1	1	1	2	1	7	1		2		2		1	1	2		3		6	3	1		2	
13		12	3	1	2	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	2	1	5	3		2		2		1	1	2		5		20	5	1		2	
14		13	3	2	1	2	3	3	2	3	1	2	1	3	3	2	2	1	1		2		2		1	2	2		5		2	5	2		2	

Figura 22
 Datos de la encuesta - Parte 1

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ
1		NUM_ENC	PROD_001	PROD_002	PROD_003	PROD_004	PROD_005	PROD_006	SERV_001	SERV_002	SERV_003	SERV_004	SERV_005	CREDYAH_001	CREDYAH_002	CREDYAH_003	INF_001	INF_002	INF_003	INF_003A	INF_004A1	INF_004A2	INF_004B1	INF_004B2	INF_004C1	INF_004C2	INF_004D1	INF_004D2	INF_005	INF_005A	INF_006	INF_006A	INF_007	INF_007A	INF_008	
15		14	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	3	3	2	1	1	1		1	1	2		1	1	2		3		11	6	1		2	
16		15	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	7	1		1	1	2		1	1	2		3		15	6	1		2	
17		16	2	2	1	2	3	3	2	2	1	2	1	2	2	3	2	1	1		2		2		1	2	2		5		3	7	2		2	
18		17	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	1	6	4	3		2		2		2		2		1				5		2	
19		18	1	2	1	2	2	3	3	2	1	2	1	2	1	3	1	7	1		2		2		1	1	1	1	3				1		1	
20		19	1	2	2	2	2	1	3	3	2	3	2	1	2	3	3	5	2		2		2		1	2	2		3				5		2	
21		20	1	1	2	1	2	3	1	2	1	2	3	2	1	2	1	7	1		2		1	2	1	2	2		4				3		2	
22		21	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	7	1		2		1	2	1	1	2		4				3		2	
23		22	1	2	1	2	1	2	2	2	3	3	3	2	2	3	1	7	2		2		2		1	1	2		3				3		2	
24		23	1	2	2	1	1	2	3	3	2	2	2	2	3	3	1	7	2		2		2		1	2	1	2	5				1		2	
25		24	1	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	1	7	2		2		2		1	1	1	1	3				3		2	
26		25	3	3	1	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1		2		2		1	1	2		3		9	4	1		2	
27		26	3	2	2	2	3	1	1	1	2	3	2	2	3	2	1	7	1		2		2		1	1	2		3				3		2	

Figura 23
 Datos de la encuesta - Parte 2

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	A
1		NUM_ENC	PROD_001	PROD_002	PROD_003	PROD_004	PROD_005	PROD_006	SERV_001	SERV_002	SERV_003	SERV_004	SERV_005	CREDYAH_001	CREDYAH_002	CREDYAH_003	INF_001	INF_002	INF_003	INF_003A	INF_004A1	INF_004A2	INF_004B1	INF_004B2	INF_004C1	INF_004C2	INF_004D1	INF_004D2	INF_005	INF_005A	INF_006	INF_006A	INF_007	INF_007A	INF_008	
28		27	2	2	2	2	3	3	1	3	1	2	3	2	2	1	6	2	3		2		2		2		2		5				5		2	
29		28	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	4	1	1		1	2	1	2	1	1	2		5		3	6	1		2	
30		29	3	2	2	3	3	3	2	2	1	2	1	3	3	2	1	1	1		2		2		1	1	2		5		3	2	1		2	
31		30	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	1	3	3	3	2	1	1		2		2		1	2	2		2		4	7	2		2	
32		31	3	2	2	3	3	3	2	2	1	2	1	3	3	2	2	1	1		2		2		1	2	2		2		6	3	2		2	
33		32	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1		2		2		1	2	2		5		2	6	1		2	
34		33	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	1	1	1		2		2		1	2	2		2		4	2	1		2	
35		34	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2		2		2		1	2	2		3		1	4	2		2	
36		35	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	5	1		2		2		1	1	2		3		5	2	2		2	
37		36	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1		2		2		1	1	2		5		6	9	1		2	
38		37	2	1	2	1	2	2	3	1	1	2	1	3	2	1	1	1	1		2		2		1	2	2		3				5		2	
39		38	1	2	1	1	2	1	2	1	3	1	2	2	1	2	1	7	3		2		2		1	1	1	2	3				3		2	
40		39	3	1	2	2	2	2	3	1	1	3	3	3	3	1	6	1	1		2		2		1	1	1	2	4				3		2	

Figura 24
 Datos de la encuesta - Parte 3

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ
1		NUM_ENC	PROD_001	PROD_002	PROD_003	PROD_004	PROD_005	PROD_006	SERV_001	SERV_002	SERV_003	SERV_004	SERV_005	CREDYAH_001	CREDYAH_002	CREDYAH_003	INF_001	INF_002	INF_003	INF_003A	INF_004A1	INF_004A2	INF_004B1	INF_004B2	INF_004C1	INF_004C2	INF_004D1	INF_004D2	INF_005	INF_005A	INF_006	INF_006A	INF_007	INF_007A	INF_008	
41		40	3	2	3	2	3	3	2	1	1	2	2	3	3	2	2	1	1		2		2		1	2	2		3		10	6	1		2	
42		41	1	2	2	2	3	3	2	1	1	3	3	2	2	3	1	7	2		2		2		1	1	2		2				5		2	
43		42	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1		2		2		1	1	2		2		20	4	2		2	
44		43	3	2	3	3	3	3	2	2	1	2	1	3	3	2	1	1	1		2		2		1	2	2		5		10	2	1		2	
45		44	2	2	1	2	2	2	2	3	1	2	1	3	3	2	2	1	1		2		2		1	1	2		3		5	6	2		2	
46		45	3	2	2	3	3	3	2	3	1	2	1	3	3	2	2	1	1		2		2		1	2	2		3		7	3	2		2	
47		46	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	1	3	3	2	2	1	1		2		2		1	2	2		5		5	10	2		2	
48		47	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	1	7	3		2		2		1	2	1	2	4				5		2	
49		48	3	2	1	3	3	3	2	2	1	2	1	3	3	3	2	1	2		1	1	1	1	1	1	2		5		20	6	2		2	
50		49	1	2	2	1	2	1	2	3	2	1	2	2	2	3	1	7	1		2		1	2	1	2	1	1	3		30		3		2	
51		50	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	3	3	3	2	5	1		2		2		1	1	2		3		6		2		2	
52		51	3	2	2	3	3	3	2	2	1	2	1	1	1	2	1	7	1		2		2		1	1	2		3		6	3	1		2	
53		52	3	1	2	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	2	1	5	3		2		2		1	1	2		5		20	5	1		2	

Figura 25
 Datos de la encuesta - Parte 4

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ
1		NUM_ENC	PROD_001	PROD_002	PROD_003	PROD_004	PROD_005	PROD_006	SERV_001	SERV_002	SERV_003	SERV_004	SERV_005	CREDYAH_001	CREDYAH_002	CREDYAH_003	INF_001	INF_002	INF_003	INF_003A	INF_004A1	INF_004A2	INF_004B1	INF_004B2	INF_004C1	INF_004C2	INF_004D1	INF_004D2	INF_005	INF_005A	INF_006	INF_006A	INF_007	INF_007A	INF_008	
54		53	3	2	1	2	3	3	2	3	1	2	1	3	3	2	2	1	1		2		2		1	2	2		5		2	5	2		2	
55		54	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	3	3	2	1	1	1		1	1	2		1	1	2		3		11	6	1		2	
56		55	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	7	1		1	1	2		1	1	2		3		15	6	1		2	
57		56	2	2	1	2	3	3	2	2	1	2	1	2	2	3	2	1	1		2		2		1	2	2		5		3	7	2		2	
58		57	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	1	6	4	3		2		2		2		2		1				5		2	
59		58	1	2	1	2	2	3	3	2	1	2	1	2	1	3	1	7	1		2		2		1	1	1	1	3				1		1	
60		59	1	2	2	2	2	1	3	3	2	3	2	1	2	3	3	5	2		2		2		1	2	2		3				5		2	
61		60	1	1	2	1	2	3	1	2	1	2	3	2	1	2	1	7	1		2		1	2	1	2	2		4				3		2	
62		61	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	7	1		2		1	2	1	1	2		4				3		2	
63		62	1	2	1	2	1	2	2	2	3	3	3	2	2	3	1	7	2		2		2		1	1	2		3				3		2	
64		63	1	2	2	1	1	2	3	3	2	2	2	2	3	3	1	7	2		2		2		1	2	1	2	5				1		2	
65		64	1	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	1	7	2		2		2		1	1	1	1	3				3		2	
66		65	3	3	1	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1		2		2		1	1	2		3		9	4	1		2	

Figura 26
 Datos de la encuesta - Parte 5

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ
1		NUM_ENC	PROD_001	PROD_002	PROD_003	PROD_004	PROD_005	PROD_006	SERV_001	SERV_002	SERV_003	SERV_004	SERV_005	CREDYAH_001	CREDYAH_002	CREDYAH_003	INF_001	INF_002	INF_003	INF_003A	INF_004A1	INF_004A2	INF_004B1	INF_004B2	INF_004C1	INF_004C2	INF_004D1	INF_004D2	INF_005	INF_005A	INF_006	INF_006A	INF_007	INF_007A	INF_008	
67		66	3	2	2	2	3	1	1	1	2	3	2	2	3	2	1	7	1		2		2		1	1	2		3				3		2	
68		67	2	2	2	2	3	3	1	3	1	2	3	2	2	1	6	2	3		2		2		2		2		5				5		2	
69		68	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	4	1	1		1	2	1	2	1	1	2		5		3	6	1		2	
70		69	3	2	2	3	3	3	2	2	1	2	1	3	3	2	1	1	1		2		2		1	1	2		5		3	2	1		2	
71		70	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	1	3	3	3	2	1	1		2		2		1	2	2		2		4	7	2		2	
72		71	3	2	2	3	3	3	2	2	1	2	1	3	3	2	2	1	1		2		2		1	2	2		2		6	3	2		2	
73		72	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1		2		2		1	2	2		5		2	6	1		2	
74		73	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	1	1	1		2		2		1	2	2		2		4	2	1		2	
75		74	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2		2		2		1	2	2		3		1	4	2		2	
76		75	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	5	1		2		2		1	1	2		3		5	2	2		2	
77		76	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1		2		2		1	1	2		5		6	9	1		2	
78		77	2	1	2	1	2	2	3	1	1	2	1	3	2	1	1	1	1		2		2		1	2	2		3				5		2	

Figura 27
 Datos de la encuesta - Parte 6

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	
1		NUM_ENC	PROD_001	PROD_002	PROD_003	PROD_004	PROD_005	PROD_006	SERV_001	SERV_002	SERV_003	SERV_004	SERV_005	CREDYAH_001	CREDYAH_002	CREDYAH_003	INF_001	INF_002	INF_003	INF_003A	INF_004A1	INF_004A2	INF_004B1	INF_004B2	INF_004C1	INF_004C2	INF_004D1	INF_004D2	INF_005	INF_005A	INF_006	INF_006A	INF_007	INF_007A	INF_008		
79	78	1	2	1	1	2	1	2	2	1	3	1	2	2	1	2	1	7	3		2		2		1	1	1	2	3				3		2		
80	79	3	1	2	2	2	2	3	1	1	3	3	3	3	3	1	6	1	1		2		2		1	1	1	2	4				3		2		
81	80	3	2	3	2	3	3	2	1	1	2	2	3	3	2	2	1	1		2		2		1	2	2		3	10	6	1		2				
82	81	3	2	2	3	3	3	2	2	1	2	1	3	3	2	2	1	1		2		2		1	2	2		2	6	3	2		2				
83	82	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1		2		2		1	2	2	5	2	6	1		2				
84	83	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1		2		2		1	2	2	2	4	2	1		2				
85	84	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2		2		2		1	2	2	3	1	4	2		2				
86	85	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	5	1		2		2		1	1	2	3	5	2	2		2				
87	86	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1		2		2		1	1	2	5	6	9	1		2				
88	87	2	1	2	1	2	2	3	1	1	2	1	3	2	1	1	1	1	1		2		2		1	2	2	3				5		2			
89	88	1	2	1	1	2	1	2	1	3	1	2	2	1	2	1	7	3		2		2		1	1	1	2	3				3		2			
90	89	3	1	2	2	2	2	3	1	1	3	3	3	3	3	1	6	1	1		2		2		1	1	1	2	4				3		2		
91	90	3	2	3	2	3	3	2	1	1	2	2	3	3	2	2	1	1		2		2		1	2	2		3	10	6	1		2				

Figura 28
 Datos de la encuesta - Parte 7

Anexo 4. Instrumento Aplicado



ENCUESTA DE INFORMALIDAD

El siguiente cuestionario forma parte de una investigación cuyo objetivo es recabar información necesaria para diagnosticar a los comerciantes del Mercado 28 de Julio, Jaén; al respecto, se solicita que en las preguntas que a continuación se detalla, elegir la alternativa que considere correcta, marcar con un aspa (X) al lado derecho, su aporte será de mucho interés para dicho trabajo de investigación, por lo que de antemano agradecemos su colaboración.

<p>¿El negocio o establecimiento que ud. Dirige se encuentra registrado como:</p> <p>Persona Natural con negocio propio con RUC?..... X 1</p> <p>Persona Natural con negocio propio y Registro Unico Simplificado (R.U.S.)?..... 2</p> <p>Persona Natural con negocio propio y Regimen Especial de Impuestos a la Renta (R.E.I.R.)?..... 3</p> <p>Persona Jurídica como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)?..... 4</p> <p>Otras personerías Jurídicas?..... 5</p> <p>No esta registrado?..... 6</p> <p>¿Ud. Desempeño su negocio o actividad:</p> <p>¿Cómo ambulante?..... X 1</p> <p>¿En el domicilio de los clientes?..... 2</p> <p>¿En vehiculo para transporte de personas o mercaderías?..... 3</p> <p>¿En puesto improvisado en la via publica?..... 4</p> <p>¿En puesto improvisado en mercado publico?..... 5</p> <p>¿En puesto fijo en la via publica?..... 6</p> <p>¿En local fijo en mercado Publico (Tienda, stand?..... 7</p> <p>¿En taller, tienda, restaurante, hotel, etc.?..... 8</p> <p>¿En su taller comercial dentro de su vivienda y en una habitacion de uso exclusivo?..... 9</p> <p>¿Dentro de las habitaciones de su vivienda?..... 10</p> <p>¿Otro?..... 11</p> <p>(Especifique)</p> <p>¿Ud. Realiza su negocio o actividad en un local:</p> <p>Propio?(Propietario)..... X 1</p> <p>Alquilado?..... 2</p> <p>Prestado?..... 3</p> <p>Otro?..... 4</p> <p>(Especifique)</p> <p>¿Su local o establecimiento cuenta con: (Acepte una o mas alternativas)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th rowspan="2">SI</th> <th rowspan="2">NO</th> <th colspan="2">ES DE USO</th> </tr> <tr> <th>¿EXCLUSIVO?</th> <th>¿COMPARTIDO?</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Agua Potable?..</td> <td>1</td> <td>X</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>2. Desague?.....</td> <td>1</td> <td>X</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>3. Electricidad?....</td> <td>X</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>4. Telefono?.....</td> <td>1</td> <td>X</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table> <p>OBSERVACIONES</p>		SI	NO	ES DE USO		¿EXCLUSIVO?	¿COMPARTIDO?	1. Agua Potable?..	1	X	1	2	2. Desague?.....	1	X	1	2	3. Electricidad?....	X	2	1	X	4. Telefono?.....	1	X	1	2	<p>¿Cuáles son los motivos por las que inicio este negocio o actividad?</p> <p>No encontro trabajo asalariado..... 1</p> <p>Obtiene mayores ingresos..... 2</p> <p>Quiere ser independiente..... 3</p> <p>Por tradicion familiar..... 4</p> <p>Por necesidad..... X 5</p> <p>Otro..... 6</p> <p>(Especifique)</p> <p>¿Cuánto tiempo trabaja ud. En su negocio o establecimiento?</p> <table border="1"> <tr> <td>AÑOS</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>MESES</td> <td>6</td> </tr> </table> <p>¿Ud. Lleva las cuentas de su negocio o actividad:</p> <p>Por medio de libros o Sistema de Contabilidad (utiliza los servicios de un profesional?..... X 1</p> <p>Por medio de libros de Ingresos y Gastos exigidos por SUNAT?..... 2</p> <p>Por medio de apuntes, registros o anotaciones personales?..... 3</p> <p>Otro..... 4</p> <p>(Especifique)</p> <p>NO LLEVA CUENTAS..... 5</p> <p>La semana pasada, ¿Qué tipo de actividad realizo en su negocio o establecimiento?</p> <p>Produccion de algun bien..... 1</p> <p>Compra y venta de mercaderías..... X 2</p> <p>Prestacion de servicios..... 3</p>	AÑOS	2	MESES	6
				SI	NO	ES DE USO																										
	¿EXCLUSIVO?	¿COMPARTIDO?																														
1. Agua Potable?..	1	X	1	2																												
2. Desague?.....	1	X	1	2																												
3. Electricidad?....	X	2	1	X																												
4. Telefono?.....	1	X	1	2																												
AÑOS	2																															
MESES	6																															

Figura 29
Encuesta aplicada parte 1.

ENCUESTA DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL


El siguiente cuestionario forma parte de una investigación cuyo objetivo es recabar información necesaria para determinar el crecimiento empresarial de los comerciantes del Mercado 28 de Julio, Jaen; al respecto, se solicita que en las preguntas que a continuación se detalla, elegir la alternativa que considere correcta, marcar con un aspa (X) al lado derecho, su aporte será de mucho interés para dicho trabajo de investigación, por lo que de antemano agradecemos su colaboración.

1	2	3
MENOR	IGUAL	MAYOR

DIMENSIÓN	ÍTEM	1	2	3
Producción	¿El nivel de ventas de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?		X	
	¿El nivel de consumo en su hogar de los bienes/servicios que usted produce en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?		X	
	¿El nivel de gastos en de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?		X	
	¿El nivel de gastos en impuestos y obligaciones tributarias de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?		X	
	¿El nivel de ingresos de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?		X	
	¿El nivel de utilidad de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?		X	
Servicios	¿El nivel de gasto en local de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?		X	
	¿El nivel de gasto en agua de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?		X	
	¿El nivel de gasto en luz de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?		X	
	¿El nivel de gasto en vigilante de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?		X	
	¿El nivel de gasto en pasajes de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?		X	
Créditos y ahorro	¿Su empresa en el 2016 realizo un préstamo o crédito mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?	X		
	¿El nivel de gasto en cuotas de préstamo de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?	X		
	¿El nivel de ahorro en insumos de su empresa en agosto de 2016 fue mayor, igual o menor en comparación con agosto 2017?		X	

Figura 30
Encuesta aplicada parte 2.

Anexo 5. Validación de instrumentos por Juicio De Expertos



**UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN**

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

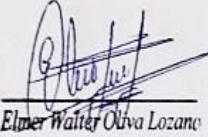
- Apellidos y Nombres del experto:
OLIVA LOZANO ELMER WALTER
- Grado Académico:
CONTADOR PÚBLICO - MAGISTER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
- Institución donde labora:
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO - TRUJILLO
- Dirección: Av. Condorcanqui 2125 – La Esperanza Teléfono: 947858564 Email: ol_contadores@hotmail.com
- Autor (es) del Instrumento:
Frida, Fabricio, Rafael Paz

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Nº	INDICADORES	Deficiente	Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1	El instrumento considera la definición conceptual de la variable					X
2	El instrumento considera la definición procedimental de la variable					X
3	El instrumento tiene en cuenta la operacionalización de la variable					X
4	Las dimensiones e indicadores corresponden a la variable					X
5	Las preguntas o ítems derivan de las dimensiones e indicadores					X
6	El instrumento persigue los fines del objetivo general					X
7	El instrumento persigue los fines de los objetivos específicos					X
8	Las preguntas o ítems miden realmente la variable					X
9	Las preguntas o ítems están redactadas claramente					X
10	Las preguntas siguen un orden lógico					X
11	El Nº de ítems que cubre cada indicador es el correcto					X
12	La estructura del instrumento es la correcta					X
13	Los puntajes de calificación son adecuados					X
14	La escala de medición del instrumento utilizado es la correcta					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

.....
SI ES APLICABLE.....



Elmer Walter Oliva Lozano
CONTADOR PÚBLICO
N° MAT 02-4069

Nombre y firma del Experto Validador
DNI N° 18126257
Fecha: 28/09/2017

Figura 31
Ficha de validación de experto 1

Figura 32

Ficha de validación de experto 2

I. DATOS GENERALES

- Apellidos y Nombres del experto:
DIESTRA GOICOCHEA NELSON TOMAS
- Grado Académico:
CONTADOR PÚBLICO - MAGISTER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
- Institución donde labora:
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO - TRUJILLO
- Dirección: Calle Santa María 470 – La Merced Teléfono: 975389134 Email: nelsondiestra@hotmail.com
- Autor (es) del Instrumento:
Frieda Fabiola Rafael Paz

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Nº	INDICADORES	Deficiente	Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1	El instrumento considera la definición conceptual de la variable					X
2	El instrumento considera la definición procedimental de la variable					X
3	El instrumento tiene en cuenta la operacionalización de la variable					X
4	Las dimensiones e indicadores corresponden a la variable					X
5	Las preguntas o ítems derivan de las dimensiones e indicadores					X
6	El instrumento persigue los fines del objetivo general					X
7	El instrumento persigue los fines de los objetivos específicos					X
8	Las preguntas o ítems miden realmente la variable					X
9	Las preguntas o ítems están redactadas claramente					X
10	Las preguntas siguen un orden lógico					X
11	El Nº de ítems que cubre cada indicador es el correcto					X
12	La estructura del instrumento es la correcta					X
13	Los puntajes de calificación son adecuados					X
14	La escala de medición del instrumento utilizado es la correcta					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

.....
..... SI ES APLICABLE


 Nelson Tomas Diestra Goicochea
 CONTADOR PÚBLICO C O B L E G A D O
 Nº MAT 80-0443

Nombre y firma del Experto Validador

DNI Nº 17861201

Fecha: 28/09/2017

Figura 33
Ficha de validación de experto 3

Anexo 5. EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



Figura 34
Fotografía de aplicación de encuesta a un comerciante de ropa interior.



Figura 35
Fotografía de aplicación de la encuesta a un comerciante de ropa para dama.



Figura 37
Fotografía de aplicación de la encuesta a un comerciante de locería.



Figura 36
Fotografía de aplicación de la encuesta a un comerciante de ropa para varón.