

UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZÁN”

HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS



**“EFECTOS DE LA INFORMALIDAD EN VENTAS DE
ABARROTES, EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL DISTRITO DE HUÁNUCO - 2015”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO**

TESISTAS: CHAPARRO CÁRDENAS, Diana Carolina
RODRIGUEZ SANCHEZ, Jenit Florencia
RUIZ HUETE, Rudy Noemi

ASESOR: Mg. AREVALO RIOS, Guillermo

HUÁNUCO – PERÚ

2017

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios por su amor incondicional y cuidarme en todo momento. A mis padres quienes han sido parte importante en mi formación profesional por brindarme su apoyo y consejos para poder lograrlo. Y en especial a mi hermano Ángel porque me enseña cada día que a pesar de las limitaciones hay que sonreírle a la vida.

DIANA CAROLINA CHAPARRO CÁRDENAS

A Dios: por permitirme tener la fuerza para terminar mi carrera.

A mi familia: por el apoyo incondicional brindado a lo largo de mi vida y por ser la razón de mí existir. Sin ellos la fuerza de levantarme cada día para ser mejor persona no sería una realidad.

JENIT FLORENCIA RODRIGUEZ SANCHEZ

A mi papa Klever por cuidarme y guiarme por el buen camino.

A mi mamita Ruth por su infinito amor, sacrificio continuo y por motivarme siempre a la superación.

A mi esposo Nemias como muestra de mi amor.

A mi hijo Adrian y hermanos por su apoyo incondicional.

RUDY NOEMI RUIZ HUETE

AGRADECIMIENTO

Agradecemos en primer lugar, a Dios, por ser nuestra fortaleza y nuestro guía en todos los momentos importantes de nuestras vidas. A nuestras familias por su comprensión, confianza e inculcarnos valores que han sido pilares fundamentales en nuestra superación profesional. A nuestro asesor y jurados, quienes nos han brindado su confianza, apoyo y paciencia para la realización de la presente. A la Universidad Nacional “Hermilio Valdizan”, por ser el centro que me brindo el saber para mi desarrollo profesional.

LOS AUTORES

ÍNDICE

	Pág.
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
INTRODUCCIÓN.....	vi

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del Problema.....	8
1.2 Formulación del Problema.....	11
1.2.1 Problema General.....	11
1.2.2 Problemas Específicos.....	11
1.3 Objetivos.....	12
1.3.1 Objetivo General.....	12
1.3.2 Objetivo Específico.....	12
1.4 Justificación e Importancia.....	12
1.4.1 Justificación.....	12
1.4.2 Importancia.....	13
1.5 Limitaciones.....	14
1.6 Hipótesis.....	15
1.6.1 Hipótesis General.....	15
1.6.2 Hipótesis Específicos.....	15
1.7 Variables, Dimensiones e Indicadores.....	16

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes de Estudios Realizados.....	17
2.2 Bases Teóricas.....	20
2.3 Definición de Términos Básicos.....	61

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1	Tipo de Investigación.....	68
3.2	Métodos	68
3.3	Diseño y Esquema de la Investigación.....	69
3.4	Población.....	70
3.5	Muestra.....	70
3.6	Técnicas de Recolección y Tratamiento de Datos.....	72
3.7	Instrumentos de Recolección de Datos.....	72
3.8	Procesamiento y Presentación de Datos.....	73
3.8.1.	Procesamiento.....	73
3.8.2.	Presentación de Datos.....	74

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1	Trabajo de Campo: evidencias.....	75
4.2	Resultados Variable Independiente.....	75
4.3	Resultados Variable Dependiente.....	91

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1	Contrastación de los Resultados.....	107
5.2	Prueba de Hipótesis	110

CONCLUSIONES.....116

RECOMENDACIONES.....118

BIBLIOGRAFÍA.....120

ANEXOS.....123

NOTA BIOGRAFICA.....151

INTRODUCCIÓN

Esta investigación surge a consecuencia de la observación diaria de nuestra realidad, en la que vemos que las micro y pequeñas empresas se incrementan convirtiéndose en la mayor fuente de empleo y de mayores ingresos económicos de nuestra región, lo cual nos lleva a investigar a que se debe el mismo, teniendo una visión más amplia de nuestra realidad podemos decir que el crecimiento de este sector deriva del aumento de la población y de la migración del campo hacia la ciudad que es cada día mayor, dando lugar así al surgimiento y aumento del sector comercio, pues los nuevos pobladores necesitan satisfacer sus necesidades básicas y a la vez crearse un ingreso para sobrevivir, originándose los pequeños negocios de manera informal en su mayoría, ya que éstos no tienen el suficiente capital, ni tiempo para realizar los trámites burocráticos y el pago de diversas tasas que la ley exige, lo que trae como consecuencia que dichos negocios sean informales.

Es debido a ello, que se quiere investigar los efectos que origina la Informalidad en ventas de abarrotes en las Micro y Pequeñas Empresas del distrito de Huánuco en el periodo 2015 a efectos de determinar su índice y cuáles son los factores que determinan la informalidad.

Esta investigación se encuentra integrado por el Planteamiento del Problema, en el que realiza la descripción del problema, formulación del problema general y específico; Objetivo general y específicos; justificación e importancia; limitaciones; Hipótesis general y específicos; variables;

dimensiones e indicadores. Posteriormente en el Marco Teórico se realiza la descripción de algunos conceptos que podrían traer confusión en el desarrollo de la tesis. Por otro lado, se hace referencia a los antecedentes de otros trabajos referidos al problema de investigación, en el Marco Metodológico se hace referencia a las Técnicas e Instrumentos que se utilizarán para el análisis de las variables, indicando la ubicación espacial y temporal, las unidades de estudio, el universo y la muestra que se tomará para el desarrollo de la investigación. Respecto a los Resultados del trabajo de campo se consignan los cuadros y gráficos basados en los resultados que se han obtenido de la aplicación del instrumento de investigación, principalmente de los cuestionarios así como su respectivo análisis e interpretación. En cuanto a la Discusión de los Resultados, se presenta la contratación de la hipótesis general y específica. Finalmente, se indican cuáles han sido las referencias bibliográficas que han servido para desarrollar el presente proyecto y se acompañan como anexos la nota biográfica de los investigadores, así como la encuesta a aplicar.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad las Micro y Pequeñas Empresas (MyPEs) en el Perú son de vital importancia para el impulso de nuestra economía, tanto por la concentración numérica de sus unidades empresariales como por lo que le generan a la misma. Sin embargo, la relevancia de éstas se ha encontrado siempre cuestionada puesto que su desarrollo ha sido comúnmente asociado a aspectos de ineficiencia en el manejo de temas tributarios, desmereciendo su presencia dentro del mercado. Las Micro y Pequeñas Empresas (MyPES), tiene una importancia destacada y trascendental en nuestro país, tanto desde el punto de vista económico y social como bajo una perspectiva jurídica, aunque en este último caso se pueden resaltar las deficiencias en materia legislativa y aún doctrinaria. Las Micro y Pequeñas Empresas han sido entendidas por quienes han abordado su análisis y problemática como un fenómeno secundario, subordinado al tema de la gran empresa, la cual deviene un modelo cerrado cuyas características necesariamente deben ser adoptadas por las MYPES. No olvidemos que este sector empresarial ocupa al menos el 60% de la Población Económicamente Activa del país y genera el 40% del Producto Bruto Interno. Asimismo, según cálculos gubernamentales, alrededor del

98% de las empresas nacionales son MYPES. Agréguese a estos datos estadísticos la cantidad de familias peruanas que dependen del trabajo y producción de estos negocios. Las cifras son contundentes y demuestran la necesidad de otorgar a las MYPES la importancia que realmente tienen. Sin embargo, la cuestión esencial en éste tema tiene que ver con el factor informalidad, que lamentablemente caracteriza a la micro y pequeña empresa; informalidad que se revela a través de las cifras proporcionadas por el propio Ministerio de Producción, según el cual el número de MYPES en el Perú asciende a un total de 5.5 millones al cierre del 2015. La gran mayoría son informales (83%), ya que no están registradas en la SUNARP como personas jurídicas y a su vez, no cumplen con las formalidades. El otro 17% está conformado por MYPES formales, específicamente en Huánuco las micro y pequeñas han tenido en el 2015 un crecimiento de 1.4% y tienen una participación de 0.9% en el PBI.

Se ha notado un alto grado de informalidad en el distrito de Huánuco, que asciende al 93.6%, a causa del desconocimiento de los requisitos para la formalización, el alto grado burocrático respecto a las formalidades del papeleo y tal vez los costos elevados. Muchos de los empresarios operan en el mercado sin pagar, generando una competencia desleal con los empresarios que si son formales y muchos de ellos se ven afectados a aceptar esta forma de trabajo.

El capital es un factor que limita el desarrollo de las MyPES, los bancos les brindan accesos a créditos pero estos después no los

acompañaron en su crecimiento. Para obtener su primer crédito no tuvieron problema pero posteriormente conforme fueron aumentando sus necesidades de financiamiento, así como de productos más sofisticados las entidades financieras podían atenderlos con montos limitados. Para mayores montos les exigían garantías reales y para acceder a otra banca tendrían que formalizarse y declarar el 100% de sus ventas. Esto genera a su vez que no puedan demostrar ante las entidades financieras su movimiento real y no puedan acceder a mejores condiciones crediticias en tasa y mayores montos. La informalidad avanza en distintos sectores de la economía del distrito de Huánuco, como el comercio, transporte y la construcción, lo que limita el crecimiento de la región debido a la millonaria evasión de impuestos. La informalidad en el sector de abarrotes del Distrito de Huánuco trae consigo, problemas económicos, venta de productos de baja calidad, sin control sanitario o sin dar boletas y/o facturas por las ventas, lo que lleva a una fuerte evasión tributaria.

La problemática de la informalidad hace que el desarrollo económico se vea afectado ya que al evadir impuestos las MyPEs generan un debilitamiento en las finanzas públicas provocando menos inversión del Estado en el distrito de Huánuco y afectando a los sectores más necesitados quienes se les niega la posibilidad de mejorar su calidad de vida accediendo a servicios básicos como el de educación, vivienda y atención médica.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema General: para el presente proyecto de investigación se utilizara el siguiente problema general que queda planteado de la forma siguiente:

- ¿Cuál es el efecto de la informalidad en ventas de abarrotes, en el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas del Distrito de Huánuco en el año 2015?

1.2.2. Problema Especifico

1. ¿Cómo el nivel de informalidad impide el crecimiento empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas del Distrito de Huánuco?
2. ¿De qué manera la evasión tributaria de las Micro y Pequeñas Empresas obstaculiza el crecimiento de la actividad económica del distrito de Huánuco 2015?
3. ¿Cómo la falta de financiamiento puede incidir en el crecimiento económico de la MyPEs del distrito de Huánuco 2015?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

- Identificar y describir cuáles son los efectos de la informalidad en ventas de abarrotes, en el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas del Distrito de Huánuco en el año 2015.

1.3.2. Objetivo Especifico

1. Determinar y describir como el nivel de informalidad impide el crecimiento empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas del distrito de Huánuco.
2. Determinar de qué manera la evasión tributaria de las Micro y Pequeñas Empresas obstaculiza el crecimiento de la actividad económica del distrito de Huánuco.
3. Evaluar las distintas fuentes de financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el distrito de Huánuco y determinar su impacto en el crecimiento económico de estas empresas.

1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

1.4.1. Justificación

En este trabajo se aplicó la metodología científica; que consiste en identificar el problema, para después de analizar las teorías,

formular soluciones a través de la hipótesis; así como identificar los objetivos que orientan de la investigación. Todo esto mediante la aplicación de todos los elementos metodológicos correspondientes.

La informalidad de las MYPES, requiere la correspondiente solución, la misma que viene mediante la aplicación de documentos normativos, políticas, estrategias, acciones, metas, objetivos, evaluaciones y todo lo necesario que incida en el formalidad de las MYPES. El Estado por su parte promueve la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPES y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los gobiernos nacionales, regionales y locales; y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo a una oferta de servicios empresariales destinado a mejorar los niveles de organización, administración y articulación productiva y comercial de las MYPES.¹

1.4.2. Importancia

Es importante porque permite plasmar los conocimientos y experiencias sobre la informalidad de las MyPEs. Además porque permite aplicar el proceso de investigación científica.

También porque da importantes aportes para la formalidad de

¹ T.U.O de la Ley de Impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial D.S N°013-2013-PRODUCE

las Micro y Pequeñas empresas porque al estar formalizados no solo tendrán más oportunidad de vender sus productos, si no también estarán actuando con ética, ayudando así y dando ejemplo a quienes interactúen comercial y personalmente con ellos.²

1.5. LIMITACIONES

Se ha podido percibir que conforme se valla consolidado el tema y por su grado de dificultad se presentarán obstáculos que limitaran la viabilidad de la investigación, así se puede mencionar:

- ✓ Información: inexistencia de información acerca de los efectos de la informalidad en ventas de abarrotes en el Distrito de Huánuco.
- ✓ Falta de colaboración por parte de la SUNAT.
- ✓ La presente investigación en el tiempo sólo alcanza o comprende el año 2015.
- ✓ La investigación se limita a los aspectos de la informalidad de las MyPES y los efectos que traen consigo.
- ✓ Solo podemos dedicar 4 horas diarias a la investigación.

² CASTILLO GUZMAN, Jorge; BUENO VASQUEZ, Antonio; BENITES RAMIREZ, Junior; "Manual de la Micro y Pequeña Empresa-MYPE"; 1ra Edición; San Borja – Lima –Perú; Editorial Tinco S.A.; 2008; Pag.20

1.6. HIPÓTESIS

1.6.1. Hipótesis General

La informalidad en ventas de abarrotes se reducirá en la medida que los comerciantes tomen conciencia de la importancia, los beneficios y ventajas de la formalización; entonces las micro y pequeñas empresas tendrán un mayor crecimiento económico.

1.6.2. Hipótesis Específicas

1. Si el nivel de informalidad de las Micro y Pequeñas Empresas dedicadas a la venta de abarrotes disminuye, entonces habrá un mayor crecimiento empresarial en el distrito de Huánuco.
2. Si identificamos las causas de la evasión tributaria entonces intentaremos conocer de qué manera obstaculiza el crecimiento de la actividad económica del distrito de Huánuco.
3. Si las Micro y Pequeñas Empresas optan por un financiamiento para desarrollar sus actividades comerciales entonces tendrán un crecimiento económico que les permita salir de la informalidad.

1.7. VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES

CUADRO N° 01

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<u>V. INDEPENDIENTE</u> INFORMALIDAD DE LAS MYPES EN VENTAS DE ABARROTES	1. NIVEL DE INFORMALIDAD	1. BUROCRACIA 2. COSTOS DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESA 3. PASOS PARA LA FORMALIZACIÓN 4. NORMAS TRIBUTARIAS 5. CORRUPCIÓN
	2. EVASION TRIBUTARIA	6. PAGO DE IMPUESTOS 7. CULTURA TRIBUTARIA 8. POLÍTICA TRIBUTARIA 9. CONTROL Y REGISTRO DE CONTRIBUYENTES 10. ORIENTACIÓN AL CONTRIBUYENTE
	3. FINANCIAMIENTO	11. CRÉDITOS FINANCIEROS 12. CAPACIDAD DE PAGO 13. TASAS DE INTERÉS 14. INSTITUCIONES FINANCIERAS 15. LIMITACIÓN EN LOS PRESTAMOS
<u>V. DEPENDIENTE</u> CRECIMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE VENTAS DE ABARROTES	A) CRECIMIENTO EMPRESARIAL	a) RENTABILIDAD b) COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL c) ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL d) REMYPE e) OFERTA LABORAL
	B) ACTIVIDAD ECONÓMICA	f) TIPO DE EMPRESA g) ACTIVIDAD COMERCIAL h) CONOCIMIENTO DE COMPETIDORES i) INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA j) COMERCIO INFORMAL
	C) CRECIMIENTO ECONOMICO	k) SITUACIÓN ECONÓMICA l) BIENESTAR SOCIAL m) INGRESOS ECONÓMICOS n) EFICIENCIA DE LOS NEGOCIOS o) CALIDAD DE VIDA

FUENTE: Elaboración Propia

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE ESTUDIOS REALIZADOS

Efectuando la búsqueda de trabajos de investigación relacionados al tema se encontró lo siguiente:

Antecedente Local

- a) **SEGURA FLORES, Fredy Félix;** tesis “LOS REGIMES TRIBUTARIOS DE LA MYPES Y SU INCIDENCIA EN LA FORMALIZACION COMO CONTRIBUYENTE EN LA REGION DE HUANUCO – 2012”; concluye en lo siguiente:

El trabajo de investigación tuvo como objetivo demostrar que el imperio de las normas legales en los regímenes tributarios han incidido en la formalización de las micro y pequeñas empresas como contribuyentes en la en la región de Huánuco. Las MYPES del sector comercial y productivo, viene promoviendo su desarrollo al mejorar sus niveles de competitividad.

Las MYPES tiene facilidad para poder obtener créditos formalmente y otras pequeñas MYPES informales no tienen éxito en el campo comercial.³

³ **Segura Flores, Fredy Félix;** Tesis “ Los Regímenes Tributarios de las Mypes y su incidencia en la formalización como contribuyente en la Región de Huánuco – 2012”; Huánuco; 2012; Pag.76.

Antecedente Nacional

b) CARDENAS DAVILA, NELLY LUZ; Tesis: “INFLUENCIA DE LA INFORMALIDAD EN LA COMPETITIVIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN LA REGIÓN AREQUIPA 2010”, se refiere a lo siguiente:

Se observar que el crecimiento de la ciudad se debe no solo porque la tasa de natalidad es alta sino porque la migración del campo hacia la ciudad es cada día mayor, dando lugar así al surgimiento y aumento del comercio y la prestación de servicios, pues los nuevos pobladores necesitan satisfacer sus necesidades y a la vez crearse un ingreso para sobrevivir, originándose los pequeños negocios de manera informal en su mayoría, ya que éstos no tienen el suficiente capital, ni tiempo para realizar los burocráticos tramites y el pago de diversas tasas que la ley exige, lo que trae como consecuencia que dichos negocios sean no competitivos, pudiendo por lo tanto establecer si las MYPEs siendo informales pueden ser competitivas.⁴

c) Br. Rengifo Romero, Christian Freddy; Br. Vigo Montoya, Ana Claudia; Tesis: “INCIDENCIA DE LAS INFRACCIONES TRIBUTARIAS EN LA SITUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

⁴ **CARDENAS DAVILA, Nelly Luz;** Tesis: “influencia de la informalidad en la competitividad de la micro y pequeña empresa en la región Arequipa 2010”, Universidad Católica de Santa María.-Arequipa

DE LAS MYPES DEL SECTOR CALZADO APIAT – AÑO 2013”;
se refiere a lo siguiente:

Las MYPES del sector calzado de APIAT en la ciudad de Trujillo, constantemente incurren en infracciones tributarias contenidas en el artículo 174º del Texto Único Ordenado del Código Tributario, por desconocimiento de temas vinculados con infracciones y sanciones contenido Texto Único Ordenado del Código Tributario y los tributos que gravan sus actividades⁵

Antecedente Internacional

d) González González, Ivon Carolina; Tesis: “ANÁLISIS DEL SECTOR MIPE EN CHILE Y PROPUESTAS DE SEGMENTACIÓN PARA ENTREGA DE RECURSOS MÁS EFICIENTE”; En este trabajo, la autora presenta a la gestión efectiva de las inversiones y el financiamiento como la solución para que las empresas del sector comercio obtengan eficiencia, eficacia, economía; productividad, mejoramiento continuo y competitividad en los sub-sectores en los cuales llevan a cabo sus actividades empresariales.⁶

⁵ **Br. Rengifo Romero, Christian Freddy; Br. Vigo Montoya, Ana Claudia;** Tesis: “Incidencia de las infracciones tributarias en la situación económica y financiera de las mypes del sector calzado apiat – año 2013”, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Julio del 2014, pag.68

⁶ **GONZÁLEZ GONZÁLEZ, Ivon Carolina;** Tesis: “análisis del sector MYPE en Chile y propuestas de segmentación para entrega de recursos más eficiente” Universidad de Chile , - Santiago de Chile -2013, pag.108

2.2. BASES TEÓRICAS

INFORMALIDAD

Guillermo Cabanellas define como informal, aquello que no observa las formalidades o reglas establecidas e informalidad como el desentendimiento de las formas. Rebeldía frente a la formalidad.⁷

Abado (2013) Menciona que: 8 de cada 10 emprendimientos que se crean al año, deciden ser informales y de cada 100 que optan por ser formales, 20 lo hacen acogiéndose al Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) que permite tener acceso a un régimen laboral más barato que el régimen general, una tasa de impuesto a la renta reducida y poder acceder a otros beneficios que ofrece el estado.

El problema en la práctica no es si se acogen o no al REMYPE, sino porque optan por quedarse como informales.

El 99 % de las unidades formales que existen son micro y pequeñas empresas y no tienen incentivos para crecer.⁸

LA INFORMALIDAD DE LAS MYPES EN EL PERÚ

Lombardi (2004) menciona que en las regiones no existe una clara ubicación del espacio de promoción de las MYPES en la estructura del gobierno regional.

⁷ CABANELLAS, Guillermo; "Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual", Tomo II (21va Edición); Buenos Aires – Argentina; Editorial Heliasta S.R.L. ; 2008; p. 719.

⁸ Dr. RUIZ GARCIA, Abado D., Manual de MYPES para la Constitución de todo Tipo de Empresas. Editorial MV FENIX E.I.R.L. Lima – Perú, 2013, pag.108

Para algunos gobiernos regionales la promoción de las MYPES se ubica en la gerencia de desarrollo económico, que lo heredan de las antiguas gerencias de promoción de inversiones, que a su vez tenían bajo su responsabilidad a PROMPYME; siendo su énfasis el de la competitividad y el crecimiento.

En otros, se ubican en la gerencia de desarrollo social, tal como lo establece la ley de los gobiernos regionales y le dan un énfasis en el aspecto promocional de la actividad empresarial, más vinculada a los programas de empleo e ingreso; donde se empata con la dirección de empleo de la dirección regional de trabajo y promoción del empleo.

El tema MYPE, en general, se transita entre lo social y lo económico. Lo social viene dado por su contribución al empleo y lo económico, vinculado a la mejora de la competitividad y productividad para generar mayores excedentes y mejorar ingresos. Por ello, en realidad el liderazgo del tema MYPE queda en el sector que toma la iniciativa de impulsarlas y promoverlas.

En todas las regiones los gobiernos locales (provinciales y distritales) dicen o muestran preocupación por programas de promoción de MYPES. Pero estos están aún en la perspectiva de MYPES de sobrevivencia vinculadas a programas sociales (comedores, club de madres, discapacitados, etc.) en los que desarrollan algún tipo de capacitación empresarial o técnica.

La otra dimensión de su trabajo con las MYPES está vinculada con la regulación del comercio ambulatorio, los mercados de abastos y las licencias de funcionamiento; pero estas aún no son asumidas en una dimensión de promoción empresarial o desarrollo económico local.

En este tema, los municipios en general establecen muy pocas relaciones con los gobiernos regionales y las direcciones regionales. Solo en algunos casos hay una relación operativa con PRODAME, Perú Emprendedor o PROMPYME.

MTPE (2004) sostiene que a partir del año 2001, el Gobierno del Presidente Alejandro Toledo dio una serie de acciones destinadas a otorgar prioridad al fomento y desarrollo de la competitividad de las MYPES en atención a su importancia como base del desarrollo económico local, regional y nacional. Así se gestó la transformación institucional del ministerio del trabajo con la creación del Viceministerio de Promoción del Empleo y la MYPE y posteriormente, con la creación de la DNMYPE.

Con la promulgación de la ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la MYPE, se ratifica como función especial del estado a la promoción de la competitividad y productividad de las microempresas ya existentes, así como el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales.

Sandoval (2005) sostiene que en el Perú aún existe una marcada limitación para conocer con certeza la composición, organización y grado de desarrollo de la MYPE, dada sus características heterogéneas, autogestionaria, cambiante y muchas veces informal, lo que necesariamente impide saber de manera sostenida en principio su número, su evolución y particularidades. Esta falta de información no brinda señales claras para estructurar soluciones competentes (más aun cuando el aparato estatal no cumple cabalmente sus funciones). Las características más próximas de las MYPES son:

- Unidades productivas pequeñas, de propiedad y gestión familiar.
- Flexibles, que se adecuan a las características del entorno.
- Dependientes de actividades intensivas en materias primas y servicios básicos.
- Con bajo costo de mano de obra.
- Escasa división del trabajo.
- Incipiente uso de tecnologías de avanzada y programas de capacitación.
- Escasa participación en conglomerados.
- Dedicadas principalmente a actividades comerciales y de servicio.
- Deficiente estructura empresarial individual.

Actualmente la MYPE se norma bajo la Ley de Promoción y Formalización de la MYPE (Ley 28015), La misma que reemplaza a la

Ley General de la Pequeña y Microempresa (Ley N° 27268, 27 de mayo del 2000).

Los procesos administrativos para crear una empresa en el Perú son burocráticos, complejos y algunos innecesarios y poco predecibles. Las acciones y medidas de las distintas agencias del gobierno peruano no están coordinadas y sus mandatos se cruzan y confunden entre unas y otras.

Miranda (2005) menciona que en el año 2003 el gobierno promulgó la Ley de Promoción y Formalización de la MYPE (Ley N° 28015) y su Reglamento (Decreto Supremo N° 009-2003-TR), donde nuevamente se establecen dos variables para clasificar una MYPE: número de trabajadores y niveles de ventas anuales.

SUNAT (2006) menciona que en el Perú, las MYPES representan el 98% del total de empresas existentes en el país (94% micro y 4% pequeña), pero el 74% de ellas opera en la informalidad.

Según reportes del BM (2006) empezar un negocio en el Perú toma el doble del tiempo que hacerlo en otros países de la región. Además, de acuerdo con datos proporcionados por el INDECOPI, un 74% de las denuncias por barreras burocráticas presentadas a la comisión de acceso al mercado son contra autoridades municipales.

✓ CAUSAS DE LA INFORMALIDAD

Se puede decir que como primera causa fundamental es el alto costo en el proceso de registro y también lo que va a costar estando dentro de la formalización ya que se tiene que cumplir con una serie de pagos,

"La informalidad surge cuando los costos de circunscribirse al marco legal y normativo de un país son superiores a los beneficios que ello conlleva. La formalidad involucra costos tanto en términos de ingresar a este sector (largos, complejos y costosos procesos de inscripción y registro) como en términos de permanecer dentro del mismo (pago de impuestos, cumplir las normas referidas a beneficios laborales y remuneraciones, manejo ambiental, salud, entre otros. Algunos se centran en el insuficiente sistema legal y normativo y en la debilidad del estado) lo que se refleja en corrupción. NORMAN, Loayza (et al: 50)

Si el costo es la causa principal entonces lo que el estado tendría que hacer es reducir el costo para registrarse y las empresas ya no evadirán los impuestos que tanto mal le hacen al Perú, es por eso que más se centra en lo legal y normativo, en la debilidad del estado.

✓ **CONSECUENCIAS DE LA INFORMALIDAD**

“Acceso restringido o la falta de participación social a organizaciones que representen adecuadamente a los empresarios y los trabajadores, la perpetuación de la pobreza, la corrupción, la pérdida de ingresos por parte del gobierno y autoridades locales, el uso ineficaz de los recursos, lo que desemboca en menores ganancias, mala calidad del capital humano y capital social. Existen consecuencias globales relacionadas con repercusiones negativas sobre las tasas de crecimiento nacional, resultados económicos y sociales globales, la tasa de cambio frente a economías complementarias o competitivas, unas condiciones de trabajo relativamente insuficientes, falta de acceso a capital, al crédito y la tecnología y bajos niveles de productividad”.⁹

LA INFORMALIDAD COMO MOTIVO DE PREOCUPACIÓN PARA LA ESTABILIDAD ECONÓMICA

La informalidad es la forma distorsionada con la que una economía excesivamente reglamentada responde tanto a los choques que enfrenta como a su potencial de crecimiento. Se trata de una respuesta distorsionada porque la informalidad supone una asignación de recursos deficiente que conlleva la pérdida, por lo menos parcial, de las ventajas que ofrece la legalidad: la protección

⁹ La razón, economía-sub desarrollo económico, abril del 2011, pag.13

policial y judicial, el acceso al crédito formal, y la capacidad de participar en los mercados internacionales. Por tratar de eludir el control del estado, muchas empresas informales siguen siendo empresas pequeñas con un tamaño inferior al óptimo, utilizan canales irregulares para adquirir y distribuir bienes y servicios, y tienen que utilizar recursos constantemente para encubrir sus actividades o sobornar a funcionarios públicos y cincha no es la excepción. Por otra parte, la informalidad induce a las empresas formales a usar en forma más intensiva los recursos menos afectados por el régimen normativo. En los países en desarrollo en particular, esto significa que las empresas formales tienen un uso menos intensivo de mano de obra de la que les correspondería tener de acuerdo a la dotación de recursos del país. Además, el sector informal genera un factor externo negativo que se agrega a su efecto adverso sobre la eficiencia: las actividades informales utilizan y congestionan la infraestructura pública sin contribuir con los ingresos tributarios necesarios para abastecerla. Puesto que la infraestructura pública complementa el aporte del capital privado en el proceso de producción, la existencia de un sector informal de gran tamaño implica un menor crecimiento de la productividad. En comparación a lo que sería la respuesta económica óptima, la expansión del sector informal a menudo representa un crecimiento económico distorsionado e insuficiente. Esta afirmación requiere ser aclarada: la informalidad está por debajo del nivel óptimo de respuesta que puede encontrarse en el mejor

escenario de una economía sin una excesiva reglamentación y una adecuada provisión de servicios públicos. No obstante, es preferible la informalidad en lugar de una economía plenamente formal pero esclerótica e incapaz de evitar las rigideces que genera la normatividad. La implicancia que esto tiene en términos de políticas es incuestionable: el mecanismo de la formalización es sumamente importante por las consecuencias que tiene en el empleo, la eficiencia y el crecimiento económico. Si la formalización se sustenta exclusivamente en hacer que se cumplan las normas, lo más probable es que ello genere desempleo y un bajo crecimiento¹⁰. Si por el contrario el proceso de formalización se sostiene mediante mejoras tanto del marco legal como de la calidad y disponibilidad de los servicios públicos, generará un uso más eficiente de los recursos y un mayor crecimiento. Desde una perspectiva empírica, el efecto ambiguo de la formalización pone de manifiesto una importante dificultad para evaluar el impacto que tiene la informalidad sobre el crecimiento económico: dos países pueden tener el mismo nivel de informalidad, pero si las causas subyacentes que lo explican son distintas, las tasas de crecimiento de dichos países podrán ser notoriamente distintas también. A los países en los que se controla la informalidad mediante una drástica imposición de normas les irá menos bien que a aquellos países que tienen un bajo nivel de informalidad debido a que cuentan con normas más suaves y

¹⁰ <http://www.mef.gob.pe/mayo,del 2011>

servicios públicos adecuados. A continuación se presenta un análisis de regresión simple sobre el efecto que tiene la informalidad sobre el crecimiento económico. Como se sugirió anteriormente, dicho análisis debe contemplar el aspecto relativo al nivel de cumplimiento de las leyes y una forma directa de hacerlo, aun cuando pueda debatirse al respecto, es incluir una variable que represente la capacidad total del estado como variable de control de la regresión. Para ello, probamos dos variables sustitutas: el nivel de PBI per cápita y la proporción del gasto de gobierno en relación al PBI. La primera variable sustituta tiene la ventaja de explicar además la convergencia condicional y la segunda tiene la ventaja de que refleja más cercanamente el tamaño del estado. Se seleccionó un periodo de 20 años para calcular la tasa de crecimiento promedio a fin de lograr un equilibrio entre el crecimiento meramente cíclico, de corto plazo (que no sería afectado por la informalidad) y un crecimiento de muy largo plazo (que en realidad puede causar informalidad, en lugar de que esto ocurra a la inversa).¹¹

LA INFORMALIDAD DE LAS MYPES EN EL PERÚ RELACIONADO CON PAÍSES DEL MUNDO

MTPE (2006) afirma que desde mediados de la década de los 80, en nuestro país se vienen planteando diversos enfoques y propuestas sobre la pequeña y micro empresa por parte de los organismos

¹¹ <http://www.inei.gob.pe/-mayo 2011>

públicos, la cooperación internacional, los gremios y las instituciones privadas de desarrollo. No obstante, no es sino hasta 1990 que se hace visible ante el conjunto del país el aporte de las MYPES a la economía y el desarrollo nacional.

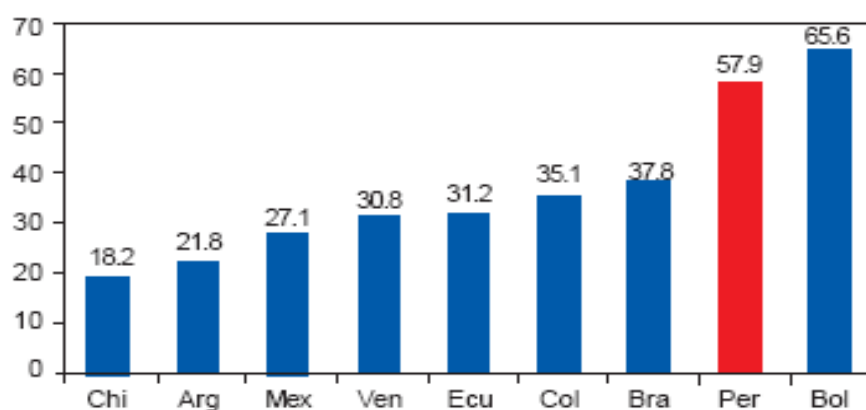
Hasta ese entonces, éstas sólo eran consideradas como parte de una estrategia de sobre vivencia de los sectores populares para generarse algunos ingresos ante las políticas de ajuste macroeconómico y como tal, reducidas a políticas de carácter asistencialista. Es más, entonces, eran tratadas de manera genérica sector informal. Como se conoce, la economía informal constituye un desafío de grandes dimensiones en el país. Una señal positiva es que la tendencia al aumento del sector informal se ha detenido en los últimos años, aún cuando sigue siendo la segunda economía más informal de América Latina.

Países como Francia y México, o instituciones como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Small Business Administración de Estados Unidos, manejan criterios diferentes a lo propuesto por la Ley N° 28015. A nivel internacional tenemos también una gama de criterios para identificar las características de las MIPYMES, como se observa en la siguiente figura¹²:

¹² Norman Loayza, "The Economics of the Informal Sector" e Instituto Peruano de Economía.

GRAFICO N° 01

Tamaño del sector informal (% del PBI)



FUENTE: Norman Loayza, "The Economics of the Informal Sector" e Instituto Peruano de Economía.

EVASION TRIBUTARIA

Según Demetrio Giraldo Jara: Se entiende que existe evasión tributaria cuando una empresa o persona infringiendo la ley, deja de pagar todo o una parte de un impuesto al que está obligado. La evasión tributaria, es cualquier hecho comisivo u omisivo, del sujeto pasivo de la imposición que contravenga o viole una norma fiscal y en virtud del cual una riqueza imponible, en cualquier forma, resulte sustraída total o parcialmente el pago del tributo previsto por la ley.¹³

La evasión tributaria constituye un fin y los medios para lograrlo vienen a ser todos los actos dolosos utilizados para pagar menos o no

¹³ Mg. CPC. Demetrio Giraldo Jara ; Diccionario para Contadores; Lima - Perú; Edición 1ra; Editora FECAT E.I.R.L.; 2005; Pág. 199

pagar. En nuestra legislación, estos actos constituyen infracciones vinculadas con la evasión fiscal y existe un caso mayor, el de la defraudación tributaria, tipificado por la Ley Penal Tributaria.¹⁴

Es importante indicar que la elusión es un concepto diferente. Es aquella acción que, sin infringir las disposiciones legales, busca evitar el pago de tributos mediante la utilización de figuras legales atípicas.

➤ **Causas**

Entre los factores que pueden originar la evasión, tenemos:

- El egoísmo natural de la persona para desprenderse de una parte de sus ingresos en beneficio del bien común, lo que demuestra una escasa formación cívico-tributaria.
- La existencia de un desequilibrio entre la carga tributaria y la capacidad económica de los contribuyentes.
- El aumento de las tasas de los impuestos. Los estudios sobre la materia revelan que a mayores tasas, mayores son los niveles de evasión.
- El establecimiento de exoneraciones para algunos sectores económicos o zonas geográficas que son utilizadas de manera incorrecta. Además, algunas experiencias demuestran que estas herramientas no han tenido los resultados esperados.

¹⁴ En el Decreto Legislativo N° 813, publicado el 20 de abril de 1996.

- La desconfianza sobre el acierto con que el Estado administra los recursos.
- La emisión de normas tributarias complicadas y complejas, lo que atenta contra la simplicidad y la neutralidad en la aplicación de los tributos.
- La inestabilidad tributaria originada por la modificación constante de las normas.
- La falta de conciencia tributaria. Un ejemplo es la no exigencia del comprobante de pago para obtener una rebaja en el precio o simplemente porque le resulta indiferente; otro es la obtención de ganancias ilícitas, sorprendiendo la buena fe de la Administración Tributaria mediante la simulación de actividades y documentos a favor de terceros.

➤ **Consecuencias**

La evasión afecta al Estado y a la colectividad de diversas formas:

1. No permite que el Estado cuente con los recursos necesarios para brindar los servicios básicos a la población, especialmente a la de menores recursos.
2. Influye en la generación de un déficit fiscal, que origina nuevos tributos, mayores tasas o créditos externos.
3. La creación de más tributos o el aumento de las tasas de los tributos ya existentes afectan a los que cumplen con sus

obligaciones, cuando lo lógico sería ampliar la base contributiva con respecto a los que poco o nada tributan.

4. De otro lado, por los préstamos externos hay que pagar intereses, lo que significa mayores gastos para el Estado; es decir, toda la sociedad debe hacer un esfuerzo para pagar los gastos ocasionados por quienes no cumplieron con sus obligaciones tributarias.
5. Perjudica al desarrollo económico del país, no permitiendo que el Estado pueda redistribuir el ingreso a partir de la tributación.

En suma, la evasión tributaria nos perjudica a todos. Por este motivo, quienes formamos parte de la sociedad debemos hacer lo que esté a nuestro alcance para erradicarla. El primer paso es tomar conciencia de que el pago de impuestos no es simplemente una disminución de nuestros ingresos, sino un aporte al desarrollo de nuestro país y la posibilidad para que las mayorías empobrecidas tengan la oportunidad de mejorar su calidad de vida.

Por su parte, las instituciones representativas del Estado deben manejar adecuadamente y en forma transparente los recursos, de modo que los contribuyentes puedan conocer en qué forma éstos son invertidos y acepten la carga tributaria que les corresponde de acuerdo con su capacidad contributiva

FINANCIAMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

- **Acceso al financiamiento**

El Estado promueve el acceso de las MYPE al mercado financiero y al mercado de capitales, fomentando la expansión, solidez y descentralización de dichos mercados.

El Estado promueve el fortalecimiento de las instituciones de micro finanzas supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros. Asimismo, facilita el acercamiento entre las entidades que no se encuentran reguladas y que puedan proveer servicios financieros a las MYPE y la entidad reguladora, a fin de propender a su incorporación al sistema financiero.¹⁵

- **Participación de COFIDE**

El Estado, a través de la Corporación Financiera de Desarrollo - COFIDE, promueve y articula integralmente el financiamiento, diversificando, descentralizando e incrementando la cobertura de la oferta de servicios de los mercados financiero y de capitales en beneficio de las MYPE.

Los intermediarios financieros que utilizan fondos que entrega COFIDE para el financiamiento de las MYPE, son los considerados en la Ley N° 26702 - Ley General del Sistema

¹⁵ Artículo 30° del T.U.O de la Ley de Impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial D.S N°013-2013-PRODUCE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa

Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros y sus modificatorias, y utilizan la metodología, los nuevos productos financieros estandarizados y nuevas tecnologías de intermediación a favor de las MYPE, diseñadas o aprobadas por COFIDE.

COFIDE procura canalizar prioritariamente sus recursos financieros a aquellas MYPE que producen o utilizan productos elaborados o transformados en el territorio nacional.¹⁶

- **Funciones de COFIDE en la gestión de negocios MYPE**

La Corporación Financiera de Desarrollo - COFIDE, ejercerá las siguientes funciones:

Diseñar metodologías para el desarrollo de Productos Financieros y tecnologías que faciliten la intermediación a favor de las MYPE, sobre la base de un proceso de estandarización productiva y financiera, posibilitando la reducción de los costos unitarios de la gestión financiera y generando economías de escala de conformidad con lo establecido en el numeral 44 del artículo 221 de la Ley N° 26702 y sus modificatorias.

Predeterminar la viabilidad financiera desde el diseño de los Productos Financieros Estandarizados, los que deben estar adecuados a los mercados y ser compatibles con la necesidad de

¹⁶ Artículo 31° del T.U.O de la Ley de Impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial D.S N°013-2013-PRODUCE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa

financiamiento de cada actividad productiva y de conformidad con la normatividad vigente.

Implementar un sistema de calificación de riesgos para los productos financieros que diseñen en coordinación con la Superintendencia de Banca y Seguro.

CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Al hablar de crecimiento empresarial la definición más precisa sería la que lo considera como el proceso de mejora de una compañía que la impulsa a alcanzar determinadas cotas de éxito. El crecimiento del negocio puede lograrse de dos formas distintas: bien aumentando los ingresos percibidos por la organización gracias a un aumento del volumen de venta de sus productos o un incremento de los ingresos percibidos por sus servicios; bien mediante el incremento de la rentabilidad de las operaciones, que es el que se consigue al reducir de forma efectiva los costes.¹⁷

✓ TIPOS DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Hay dos tipos principales de crecimiento empresarial, definición que puede extraerse del modo a través del que este impulso es obtenido. Así, puede diferenciarse entre:

1. Crecimiento interno u orgánico: es la modalidad que implica un proceso más lento. Suele ser el modo inicial de crecimiento,

¹⁷ <http://www.eaeprogramas.es/internacionalizacion/crecimiento-empresarial-definicion-y-modalidades/>

que acompaña a las organizaciones en sus primeros pasos, desde su aparición. Requiere de mucho esfuerzo y una cuidada planificación para surtir los efectos deseados.

- Mediante el aumento de financiación por parte de los accionistas, que optan por contribuir con más capital.
- Por reinversión de beneficios en el negocio.

La principal desventaja de este enfoque es la inversión en tiempo que requiere, un plazo que deja vía libre a los principales competidores para ampliar y obtener ventajas competitivas. Sin embargo, al margen de este inconveniente, esta modalidad de crecimiento del negocio cuenta con importantes beneficios. El más significativo es el hecho de que permite a la empresa ser capaz de mantener una situación económica saludable. Debido a que no se está acumulando deudas externas, que suelen llevar implícito el pago de intereses, este tipo de empresas se hallan en mejores condiciones para mantener un crecimiento solvente. Además, el control de la empresa no excede sus fronteras.

2. Crecimiento externo o estratégico: es el que implica fusiones y adquisiciones. El crecimiento empresarial, por definición cuando es externo puede llevarse a cabo de distintas formas, aunque las más habituales son:

- Mediante la búsqueda de financiación externa.

- A través de fusiones y adquisiciones.

Ambos enfoques tienden a confiar en traer la financiación externa en el negocio con el fin de hacer realidad la expansión, una estrategia que puede llevar a una posición de apalancamiento, sobre todo si se tiene en cuenta que uno de sus principales aspectos negativos es que el control de la compañía puede quedar en manos de accionistas ajenos a la organización.

Cuando se produce como resultado de una fusión, implica que la empresa se ha unido a otra. En estas circunstancias, normalmente una empresa emitirá acciones a cambio de acciones de otra sociedad. Ambas entidades ostentan posiciones más equilibradas que cuando se formaliza una adquisición. En estos casos se produce una toma de control, al adquirir una empresa participaciones de control en otra, lo que implica que ha comprado, al menos, el 50% de las acciones de la otra empresa.

Estas modalidades de crecimiento empresarial externo permiten la expansión rápida de un negocio pero conllevan una serie de problemas, entre los que destacan:

- La diferencia cultural entre las dos empresas que se unen.
- La posible aparición de desacuerdos entre los gerentes que están acostumbrados a trabajar con diferentes prácticas y sistemas.

- El aumento de complejidad en la gestión de recursos humanos que se produce como resultado del cambio en los negocios.¹⁸

ACTIVIDAD ECONOMICA

✓ **TIPO DE EMPRESA**

Los criterios más habituales para establecer una tipología de las empresas, son los siguientes:

- **Según el Sector de Actividad:**

- *Empresas del Sector Primario:* También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.¹⁹.
- *Empresas del Sector Secundario o Industrial:* Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.²⁰

¹⁸ <http://www.eaeprogramas.es/internacionalizacion/crecimiento-empresarial-definicion-y-modalidades/>

¹⁹ Del libro: «Introducción a la Administración de Organizaciones», Segunda Edición, de De Zuani Rafael Elio, Editorial Maktub, 2003, Págs. 82 al 86.

²⁰ IDEM

- *Empresas del Sector Terciario o de Servicios*: Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc. ²¹

- **Según el Tamaño**: Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en:
 - *Grandes Empresas*: Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales. ²²

 - *Medianas Empresas*: En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos

²¹ IDEM

²² Del libro: «Negocios Exitosos», de Jack Fleitman, Mc Graw Hill Interamericana Editores, 2000, Págs. 22 y 23.

hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.²³

- *Pequeñas Empresas*: En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.²⁴
 - *Microempresas*: Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente.²⁵
- **Según el Ámbito de Actividad**: Esta clasificación resulta importante cuando se quiere analizar las posibles relaciones e interacciones entre la empresa y su entorno político,

²³ IDEM

²⁴ Del artículo publicado en la web: La Pequeña Empresa, obtenido el 27 de diciembre del 2007, en: <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>

²⁵ Del libro: «Negocios Exitosos», de Jack Fleitman, Mc Graw Hill Interamericana Editores, 2000, Págs. 22 y 23.

económico o social.²⁶ En este sentido las empresas se clasifican en:

- *Empresas Locales*: Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio.
- *Empresas Provinciales*: Aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país.
- *Empresas Regionales*: Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones.
- *Empresas Nacionales*: Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación.
- *Empresas Multinacionales*: Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país

²⁶ Del libro: «Economía», Decimoséptima Edición, de Samuelson Paul y Nordhaus William, Mc Graw Hill, 2002, Págs. 102 y 103.

Tipos De Societarios Según La Ley General de Sociedades N° 26887:



FUENTE: MANUAL DE MYPES PARA LA CONSTITUCION DE TODO TIPO DE EMPRESAS

CRECIMIENTO ECONOMICO

Según Demetrio Giraldo jara: crecimiento es expansión económica de un país que se refleja a través de las variables cuantitativas, que miden la producción nacional, nivel de precios y comercio exterior.²⁷

Se entiende como crecimiento económico a la variación porcentual (positiva) del Producto Bruto Interno (PBI) de una economía en un periodo determinado. Debido a que parte de este crecimiento puede deberse al incremento de la población, se sugiere utilizar la variación

²⁷ Mg. CPC. Demetrio Giraldo Jara ; Diccionario para Contadores; Lima - Perú; Edición 1ra; Editora FECAT E.I.R.L.; 2005; Pag. 144

del PBI per cápita como medida del crecimiento económico. Cabe mencionar que el PBI per cápita solo aproxima el grado de desarrollo económico de una economía; sin embargo, dada la información disponible, es una de las herramientas más eficaces para medir el estándar de vida de los países.

El crecimiento económico es una de las metas de toda sociedad y el mismo implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad. Existen muchas maneras o puntos de vista desde los cuales se mide el crecimiento de una sociedad, se podría tomar como ejes de medición la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento. Y este crecimiento requiere de una medición para establecer que tan lejos o que tan cerca estamos del desarrollo.

El Perú está retomando la senda del crecimiento, aunque mantiene una economía vulnerable a los vaivenes de la economía internacional y una marcada desigualdad en la distribución del ingreso. Consolidar un crecimiento sostenible requiere, entre otras medidas, ampliar el mercado nacional pero sobre todo impulsar el desarrollo de las miles de micro y pequeñas empresas (MYPE) que generan empleo para la mayor parte de los peruanos. Y esa es una tarea que debe ser asumida por las diversas organizaciones e instituciones del país. Por

el Estado, formulando e impulsando políticas de promoción, dirigidas a levantar barreras de acceso al mercado, proveer información y tecnología e incentivar el desarrollo de sus capacidades. El programa de compras estatales ha sido un avance, pero no es suficiente. La promoción a la MYPE debe ser una política transversal al conjunto del Estado. Por los gobiernos regionales y municipales que deben asumir el desarrollo económico local impulsando las iniciativas económicas de su ámbito con perspectivas y sinergias territoriales. El proceso electoral en ciernes debiera ser un espacio para discutir políticas locales para la promoción de la micro y pequeña empresa. Las organizaciones privadas de empresarios tienen un papel fundamental que jugar, tanto en la forja de una cultura empresarial con responsabilidad social y el impulso a la asociatividad, así como organizarse para formular propuestas de políticas para el desarrollo de los microempresarios.²⁸

✓ **Desarrollo Económico**

El desarrollo económico va de la mano de la calidad de vida ambas términos se van a familiarizar ya que si dentro de un país, provincia, distrito existe un desarrollo económico entonces la calidad de vida será satisfactoria para las personas, "En la calidad de vida se encuentra la satisfacción de las necesidades básicas como tener acceso a la atenciones

²⁸ Boletín de Emprendimiento Económico, "Empresarios en Acción", Pag. N°1

médicas, educación, vivienda que cuenten con empleos y así vivir mejor", TORRES, Luis (2009: 13) para tener calidad de vida nuestro país tendrá que está bien económicamente y con un desarrollo sostenible y que exista una adecuada distribución de las riquezas y que llegue a cada rincón del país par al menos satisfacer las necesidades básicas.

Podría pensarse al desarrollo económico como el resultado de los saltos cualitativos dentro de un sistema económico facilitado por tasas de crecimiento que se han mantenido altas en el tiempo y que han permitido mantener procesos de acumulación del capital. Evidentemente que los saltos cualitativos no se dan exclusivamente si se dan acumulaciones cuantitativas de una única variable, pues los saltos pueden ser incluso de carácter externo y no solo depender de las condiciones internas de un país.¹ Se conoce el estudio del desarrollo económico como la economía del desarrollo.

La política pública generalmente apunta al crecimiento continuo y sostenido económico, y la extensión de la economía nacional de modo que "los países en vía de desarrollo" se hagan "países desarrollados". El proceso de desarrollo económico supone ajustes legales e institucionales que son hechos para

dar incentivos para fomentar innovaciones e inversiones con el propósito de crear un eficiente sistema de producción y un sistema de distribución para los bienes y los servicios. Para entender por qué ahora solo 1/5 del mundo se considera "desarrollado"(principalmente Japón, Europa, Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, y pocos más), se debe tener en cuenta que el mundo, desde el punto de vista de un país desarrollado, es un mundo de pobreza y escasez y por lo tanto es fundamental el reconocimiento de que no es que los otros 4/5 del mundo están retrasados, es más bien que el primer mundo ha tenido el "milagro" del desarrollo industrial-capitalista que se originó en Gran Bretaña hacia el fin del s. XVIII y el comienzo del s. XIX y después se difundió a otros países del Primer Mundo.

MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

El Artículo 4º del T.U.O de la Ley de Impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial D.S N°013-2013-PRODUCE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa, a la letra dice:

- Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto

desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios²⁹

Es importante resaltar que, la microempresa no necesita constituirse como persona jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. Las características que debe reunir una MYPE son las siguientes:

CUADRO N° 01

CARACTERISTICAS	NUMERO DE TRABAJADORES	NIVELES DE VENTAS ANUALES
MICROEMPRESA	De 1 hasta 10	El monto máximo de 150 UIT
PEQUEÑA EMPRESA	De 1 hasta 100	El monto máximo 1700 UIT

FUENTE: INTERNET

"El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas cada dos (2) años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido período.

Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea

²⁹ Artículo 4º del T.U.O de la Ley de Impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial D.S N°013-2013-PRODUCE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa

que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector."

Por otro lado se consideran como características generales en cuanto al comercio y administración de las MYPES las siguientes:

- Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños.
- Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local.
- Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión.
- Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas. Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.
- Su actividad no es intensiva en capital pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable.
- Disponen de limitados recursos financieros.
- Tienen un acceso reducido a la tecnología.
- Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios.
- Tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad.

IMPORTANCIA

Las MYPE son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 80% de la población económicamente activa se

encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI). En resumidas cuentas la importancia de las MYPE como la principal fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza se debe a:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.³⁰

CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES

Las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

b) El número total de trabajadores:

- La microempresa abarca de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
- La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta cincuenta (50) trabajadores inclusive.

c) Niveles de ventas anuales:

³⁰<http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru>.

- La microempresa: hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.
- La pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.
- La mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.³¹

DEL ACCESO A LOS MERCADOS Y LA INFORMACIÓN

- **Mecanismos de facilitación**

Se establece como mecanismos de facilitación y promoción de acceso a los mercados: la asociatividad empresarial, las compras estatales, la comercialización, la promoción de exportaciones y la información sobre las MYPE.³²

- **Asociatividad empresarial**

Las MYPE, sin perjuicio de las formas societarias previstas en las leyes sobre la materia, pueden asociarse para tener un mayor acceso al mercado privado y a las compras estatales.

³¹ Artículo 4º del T.U.O de la Ley de Impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial D.S N°013-2013-PRODUCE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa

³² Artículo 17º del T.U.O de la Ley de Impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial D.S N°013-2013-PRODUCE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa

Todos los beneficios y medidas de promoción para que las MYPE participen en las compras estatales incluyen a los Consorcios que sean establecidos entre las MYPE.³³

- **Compras estatales**

Las MYPE participan en las contrataciones y adquisiciones del Estado, de acuerdo a la normatividad correspondiente. Prompyme facilita el acceso de las MYPE a las compras del Estado.

En las contrataciones y adquisiciones de bienes y servicios, las entidades del Estado, prefieren a los ofertados por las MYPE, siempre que cumplan con las especificaciones técnicas requeridas.

En los contratos de suministro periódico de bienes o de prestación de servicios de ejecución periódica, distintos de los de consultoría de obras; que celebren las MYPE, éstas podrán optar, como sistema alternativo a la obligación de presentar la garantía de fiel cumplimiento, por la retención de parte de las Entidades de un porcentaje de un diez por ciento (10%) del monto total del contrato.

³³ Artículo 18º del T.U.O de la Ley de Impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial D.S N°013-2013-PRODUCE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa

La retención de dicho monto se efectuará durante la primera mitad del número total de pagos a realizarse, de forma prorrateada, en cada pago, con cargo a ser devuelto a la finalización del mismo.

Sin perjuicio de la conservación definitiva de los montos referidos, el incumplimiento injustificado por parte de los contratistas beneficiados con la presente disposición, que motive la resolución del contrato, dará lugar a la inhabilitación temporal para contratar con el Estado por un período no menor de un (1) año ni mayor a dos (2) años.

Los procesos de selección se pueden llevar a cabo por etapas, tramos, paquetes o lotes. La buena pro por cada etapa, tramo, paquete o lote se podrá otorgar a las MYPE distintas y no vinculadas económicamente entre sí, lo que no significará un cambio en la modalidad del proceso de selección. Asimismo, las instituciones del Estado deben separar no menos del 40% de sus compras para ser atendidas por las MYPE, en aquellos bienes y servicios que éstas puedan suministrar, de no hacerlo los representantes de las MYPE hacen valer su derecho observando las bases del proceso de selección.

Si la entidad no acoge la observación presentada se sigue el mismo procedimiento aplicable para las observaciones establecido en el TUO de la Ley de Contrataciones y Adquisiciones del Estado.

Se dará preferencia a las MYPE regionales y locales del lugar donde se realizan las compras estatales.³⁴

REGÍMENES TRIBUTARIOS PARA MYPES

La normatividad vigente establecen que las MyPES pueden acogerse a cualquiera de los tres regímenes tributarios establecidos: Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS), Régimen Especial de Renta (RER) ó Régimen General de Renta (RGR); dependiendo del nivel de ingreso bruto anual, el valor de sus activos fijos y el número de trabajadores.

A continuación se presenta en forma resumida la información de los tres regímenes:

1) Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS)

- Comprende a las: personas naturales, sucesiones indivisa (rentas de 3era. categoría) y personas naturales no profesionales (4ta. categoría-oficios).
- Pueden acogerse las personas antes mencionadas que cumplan con lo siguiente: tengan ingresos brutos anuales = ó < a S/360 mil, desarrollen actividades en un solo establecimiento, el valor total de sus activos fijos sea = ó < a S/70 mil (exceptuados predios y vehículos), y hayan

³⁴ Artículo 22º del T.U.O de la Ley de Impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial D.S N°013-2013-PRODUCE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa

efectuado adquisiciones anuales por un valor = ó < a S/360 mil.

- Comprobantes de pago que pueden emitir: Boleta de venta, ticket o cinta (máquina registradora).
- Libros de contabilidad legalizados: no están obligados a llevar.
- Tributos a los que están afectos: pago de cuota mensual tomando en cuenta para ubicarse en la categoría que le corresponda el límite de ingresos brutos y adquisiciones realizados; de acuerdo con el cuadro de categorías establecido.
- Medios para la declaración y pago: constancia de pago emitida por el banco o por internet.
- Presentación Declaración Jurada Anual de Impuesto a la Renta: no están obligados a presentar dicha declaración, debido a que realizan pagos mensuales con carácter definitivo.

2) Régimen Especial de Renta (RER)

- Comprende a las: personas naturales y sociedades conyugales, sucesiones indivisas y personas jurídicas que obtengan rentas de 3era. categoría. Provenientes de: actividades de comercio y/o industria y, de servicio.

- Pueden acogerse las personas antes mencionadas que cumplan con lo siguiente: que tengan ingresos netos anuales = ó < a S/525 mil, activos fijos = ó < a S/126 mil (excepto predios y vehículos) y trabajadores = ó < a 10 personas x turno.
- Comprobantes de pago que pueden emitir: factura, boleta de venta, ticket o cinta, guía de remisión (remitente, transportista), otros comprobantes autorizados.
- Libros de contabilidad legalizados: Registro de ventas y de compras. Nota: deben presentar anualmente una Declaración denominada "Inventarios valorizados de activos y pasivos".
- Tributos a los que esta afecto: Impuesto a la renta, pago mensual 1.5% de sus ingresos netos mensuales. IGV, 18%. Retenciones de IGV y Renta. EsSalud, 9% y ONP, 13%.
- Medios para la declaración y pago: a través de los Programas de Declaración Telemática (PDT): IGV-Renta, otras retenciones, Planilla electrónica.
- Presentación Declaración Jurada Anual del Impuesto a la Renta: No están obligados a presentar dicha Declaración.

3) Régimen General de Renta (RGR)

- A quienes comprende: Personas naturales y sociedades conyugales, sucesiones indivisas y personas jurídicas que obtengan rentas de 3era. categoría. Provenientes de: actividades de comercio y/o industria y, de servicio.
- Pueden acogerse: Todo tipo de empresas de cualquier volumen o tamaño, pues para estar comprendido, no se establecen requisitos ni límites en cuanto a volumen de ingresos y compras anuales y tampoco señala un mínimo en el monto de activos fijos y número de trabajadores.
- Comprobantes de pago que emiten: factura, boleta de venta, ticket o cinta, guía de remisión (remitente, transportista), otros comprobantes autorizados.
- Libros de contabilidad legalizados: Si ingresos brutos anuales no superan las 150 UIT (S/577,500) deberán llevar: registros de ventas y compras, además, libro diario de formato simplificado. En caso que sus ingresos brutos anuales fueran mayores a 150 UIT deberán llevar contabilidad completa.
- Tributos a los que esta afecto: impuesto a la renta, pagos a cuenta mensuales (coeficientes ó 2% ingresos netos); declaración anual y pago de regularización, 30% renta

neta imponible. ITAN. IGV. Retenciones IGV y Renta. EsSalud y ONP.

- Medios para la declaración y pago: a través de los Programas de Declaración Telemática (PDT), IGV-Renta, otras retenciones, planilla electrónica.
- Presentación Declaración Jurada Anual del Impuesto a la Renta: si están obligados a presentar.

4) Ventajas que ofrece cada régimen

- Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS): a) Pago de una cuota mensual de acuerdo a la categoría que le corresponda; b) No hay obligación de llevar libros contables; c) Pago simple a través de dos opciones: sistema pago fácil en ventanilla de banco o por la internet con formulario virtual.
- Régimen Especial de Renta (RER): a) Pago de una cuota mensual en el Impuesto a la Renta sobre los ingresos netos, el que tiene carácter definitivo. b) Se paga el IGV por las ventas, pero se puede deducir como crédito fiscal todo el IGV pagado en las compras relacionadas a la actividad. c) Se llevan solo dos (2) Registros: uno de Compras y otro de Ventas. En ambos casos legalizados. d) Se pueden emitir todo tipo de comprobantes de Pago (especialmente facturas y tickets

de máquina registradora) que dan derecho al crédito fiscal, identificando al adquirente con todos los datos que corresponda.

- Régimen General de Renta (RGR): a) Se pueden emitir todo tipo de comprobantes de pago, originados por la actividad que se desarrolla. b) Se paga el IGV por las ventas, pero se puede deducir como crédito fiscal, todo el IGV pagado en las compras. c) En caso tenga pérdidas económicas, en un ejercicio pueden arrastrarse y aplicarse contra rentas netas de cuatro ejercicios siguientes. d) Si se registra y se reconoce como Pequeña empresa a través del REMYPE, tiene beneficio de depreciación acelerada por 3 años por la compra de muebles, equipos y maquinarias nuevos a partir del ejercicio 2009, con lo que se paga un menor impuesto a la renta.

En principio las Micro Empresas podrían acogerse a cualquiera de los tres regímenes, dependiendo de sus características particulares. En cambio las pequeñas empresas necesariamente se acogerán al RGR. Como se ha mencionado cada régimen tiene sus ventajas, dependerá de cada empresario, micro o pequeño, el

seleccionar cuál de los regímenes es más conveniente para sus intereses empresariales.³⁵

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

❖ BUROCRACIA

Es la organización o estructura organizativa caracterizada por procedimientos explícitos y regularizados, división de responsabilidades y especialización del trabajo, jerarquía y relaciones impersonales.³⁶

❖ FORMALIZACIÓN

Se refiere o se deriva del modelo, estructura o reglas de organización, más bien que del contenido de una disertación, experiencia o procesos sociales.³⁷

❖ MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación,

³⁵ Emilio Door Jimeno, Consultor Principal, D & J asesores de empresas

³⁶ es.wikipedia.org/wiki/

³⁷ Diccionario para Contadores, Eric L. Kohler, Pag.261

producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.³⁸

❖ **PAGO DE IMPUESTOS**

Pago obligatorio de dinero que exige el Estado a los individuos o empresas que no están sujetos a contraprestación directa, con el fin de financiar los gastos propios de la administración del Estado y la provisión de bienes y servicios de carácter público, tales como administración de justicia, gastos de defensa, subsidios y muchos otros.³⁹

❖ **CULTURA TRIBUTARIA**

Por cultura tributaria entendemos el conjunto de rasgos distintivos de los valores, la actitud y el comportamiento de los integrantes de una sociedad respecto al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria.⁴⁰

❖ **POLITICA TRIBUTARIA**

Conjunto de directrices, orientaciones, criterios y lineamientos para determinar la carga impositiva directa e indirecta a efecto de financiar la actividad del Estado.⁴¹

³⁸ Manual de Micro y Pequeña Empresa- MYPE, Ediciones Caballero Bustamante, Año 2008, Pag.13

³⁹ Diccionario para Contadores, Mg. CPC. Demetrio Giraldo Jara, Pag. 240

⁴⁰ <http://culturatrim.blogspot.com/>

⁴¹ Diccionario para Contadores, Eric L. Kohler, Pag. 414

❖ CREDITOS FINANCIEROS

Capacidad de comprar u obtener un préstamo, respaldada por una promesa de pago dentro de un periodo, algunas veces vagamente especificado, después de la entrega.⁴²

❖ CAPACIDAD DE PAGO

Estimación de la capacidad de una empresa para hacer frente a los vencimientos de las deudas o créditos que mantiene. También es el potencial financiero que tiene la empresa para hacer frente al cumplimiento de sus obligaciones crediticias, y en concreto de la operación a estudiar en dicho momento.⁴³

❖ NORMAS TRIBUTARIAS

Son en conjunto de leyes y reglamentos que regulan las obligaciones de personas y empresas para con el estado por medio de impuestos. Las normas tributarias forman parte del conjunto de reglas que debe cumplir un individuo adulto en una cultura democrática.⁴⁴

❖ TIPO DE EMPRESA

Es una organización, institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer

⁴² Diccionario para Contadores, Eric L. Kohler, Pag. 153

⁴³ Diccionario para Contadores, Demetrio Giraldo Jara, Pag.104

⁴⁴ Diccionario para Contadores, Eric L. Kohler, Pag. 382

las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.⁴⁵

❖ **ACTIVIDAD COMERCIAL**

Se entiende por actividad comercial la destinada al expendio, compraventa o distribución de bienes o mercancía, tanto al por mayor como al por menor, y las demás definidas como tales en el Código de Comercio, siempre y cuando no estén consideradas por el mismo código.⁴⁶

❖ **CRECIMIENTO ECÓNOMICO**

El crecimiento económico es el aumento de la renta o valor de bienes y servicios finales producidos por una economía (generalmente de un país o una región) en un determinado período (generalmente en un año).⁴⁷

❖ **SITUACIÓN ECONOMICA**

El concepto de situación económica hace referencia al patrimonio de la persona, empresa o sociedad en su conjunto, es decir, a la cantidad de bienes y activos que posee y que les pertenecen.⁴⁸

⁴⁵ Diccionario para Contadores, Eric L. Kohler, Pag. 213

⁴⁶ <http://www.buenastareas.com/ensayos/Que-Es-La-Actividad-Comercial/>

⁴⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Crecimiento_economico

⁴⁸ <http://negocios.uncomo.com/articulo/diferencia-entre-situacion-economica-y-situacion-financiera>

❖ **COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL**

Se hace referencia a las diferentes estrategias y métodos que las diversas entidades comerciales llevan a cabo con tal de no sólo obtener los mejores resultados sino también de que esos resultados sean los mejores en el rubro. Así, las empresas realizan diferentes campañas en las que a través de elementos como publicidad, calidad del producto o servicio, confianza, efectividad o tradición apelan a diferentes clientes que pueden ya existir o que pueden generarse a partir del momento.⁴⁹

❖ **FINANCIAMIENTO**

Se denomina financiamiento al acto de hacer uso de recursos económicos para cancelar obligaciones o pagar bienes, servicios o algún tipo de activo particular. El financiamiento puede provenir de diversas fuentes, siendo el más habitual el propio ahorro. No obstante, es común que las empresas para llevar adelante sus tareas y actividades comerciales hagan uso de una fuente de financiamiento externa.⁵⁰

❖ **EVASION TRIBUTARIA**

"Es toda eliminación o disminución de un monto tributario producido dentro del ámbito de un país por parte de quienes están jurídicamente obligados a abonarlo y que logran tal resultado mediante conductas violatorias de disposiciones legales".⁵¹

⁴⁹ <http://www.definicionabc.com/negocios/competitividad-empresarial>.

⁵⁰ <http://definicion.mx/financiamiento/>

⁵¹ Villegas, Héctor. Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario.

❖ **DESARROLLO ECONOMICO**

El desarrollo económico se puede definir como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes.⁵²

❖ **COMERCIO**

El comercio entendido como actividad económica y definido como la prestación del servicio de distribución, canalización y venta de todo tipo de bien, sea a nivel nacional como internacional.⁵³

❖ **SUNAT**

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria más conocida como SUNAT es una Institución Pública descentralizada del Sector Economía y Finanzas, dotada de personería jurídica de Derecho Público, patrimonio propio y autonomía económica, administrativa, funcional, técnica y financiera.⁵⁴

❖ **INFORMALIDAD**

Se dice de informal según el diccionario de la real academia española a todo que no guarda las reglas y circunstancias prevenidas, que no guarda la conveniente gravedad y puntualidad.⁵⁵

⁵²http://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_economico

⁵³ JOSE ANGEL MENESES JIMENES-"TIPS PARA CONSEGUIR TRABAJO"-2010-EDICIONES CARPE

⁵⁴ <http://blog.conducetuempresa.com/>

⁵⁵ Diccionario De La Real Academia Española, Ed.2010

❖ TASA DE INTERES

La tasa de interés (o tipo de interés) es el precio del dinero o pago estipulado, por encima del valor depositado, que un inversionista debe recibir, por unidad de tiempo determinando, del deudor, a raíz de haber usado su dinero durante ese tiempo. Con frecuencia se le llama "el precio del dinero" en el mercado financiero, ya que refleja cuánto paga un deudor a un acreedor por usar su dinero durante un periodo.⁵⁶

❖ RENTABILIDAD

Relación existente entre un capital y los rendimientos netos obtenidos de la inversión, se expresa dicha relación en porcentaje.⁵⁷

❖ BIENESTAR SOCIAL

Es el acceso que tiene la población total de un país a los ingresos generados como resultados del crecimiento económico y los empleos creados; y, además, considerando los balances socioeconómicos que determinan el nivel y calidad de vida, tales como alimentación, salud, educación, vivienda, y dotación de servicios básicos.

⁵⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_interes

⁵⁷ Mg. C.P.C GIRALDO JARA, Demetrio (2013), Diccionario para Contadores (1ra Edición). Editorial FECAT E.I.R.L.Lima – Perú; 2008; Pag.367

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación aplicada; porque está relacionada con la generación de conocimientos en forma de teoría o métodos que se estima, en un periodo mediano se plantea resolver problemas, buscando la aplicación y utilización de los conocimientos y resultados que obtenemos a través de la investigación.

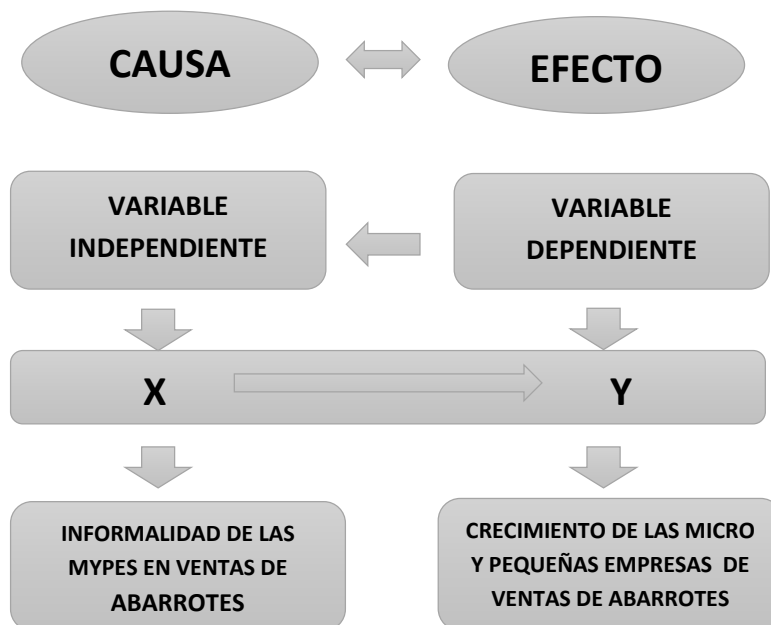
3.2. MÉTODOS

- **Descriptivo,** porque nos explica la razón o el porqué de la informalidad de las micro y pequeñas empresas de la Distrito de Huánuco en el año 2015.
- **Analítico,** Proceso de conocimiento que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad.
- **Comparativo.-** Permite la comparación de diferentes empresas para analizar y sintetizar sus diferencias así como sus similitudes.
- **Deductivo.-** Proceso de conocimiento que se inicia con la observación de hechos generales con el propósito de señalar las variedades particulares contenidas explícitamente en una situación general.

- **Inductivo.**-La inducción va de lo particular a lo general, de los hechos a las causas.

3.3. DISEÑO Y ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Reúne las características del diseño de investigación no experimental transaccional, ya que se realiza sin manipular las variables; es decir, se trata de una investigación donde no se hace variar intencionadamente las variables independientes ni dependiente y en donde los datos que son recolectados se dan en un determinado momento. Lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural.



LEYENDA:

- X → Variable Independiente: Informalidad de la MyPEs en Ventas de Abarrotos
- Y → Variable Dependiente: Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas de Ventas de Abarrotos

UNIVERSO/POBLACIÓN

La población de estudio lo constituyen las Micro y Pequeñas empresas dedicadas a la venta de abarrotes en el distrito de Huánuco del año 2015.

CUADRO N° 03

AÑO	MyPES
2015	156

FUENTE: Dirección Regional de la Producción- Huánuco

3.4. MUESTRA

Se realizó de manera probabilística aplicando la formula, obteniendo un resultado de contribuyentes que serán encuestados.

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población

Z= Limite de confianza

E= Máximo error permisible

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

$$n = \frac{(1.95)^2 \times (0.5 \times 0.5)^2 \times 156}{(156 - 1)(0.05)^2 + (0.5 \times 0.5) \times (1.95)^2}$$

$$n = 27.71$$

Dónde:

$$n = ?$$

$$N = 156$$

$$Z = 1.95$$

$$E = 0.05$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

Muestra corregida

$$n = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}}$$

$$n = \text{Valor de la muestra inicial} = 27.71$$

$$N = \text{población} = 156$$

$$n = \frac{27.71}{1 + \frac{27.71 - 1}{156}} = 23.66$$

Dónde:

$$n = 24$$

3.5. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS

CUADRO N° 04

TECNICAS	INSTRUMENTOS
Encuesta	- Cuestionario
Entrevista	-Guía de entrevista no estructurada o informal

FUENTE: Elaboración Propia

3.6. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

➤ **INSTRUMENTOS UTILIZADOS:**

- **Cuestionario.-** Este instrumento fue aplicado para obtener datos de las Micro y Pequeñas empresas de la Provincia de Huánuco, para luego convertirla en información del trabajo de investigación.
- **Guía de entrevista no estructurada o informal:** Instrumento que se trabaja con preguntas abiertas relacionados con el trabajo de investigación, sin un orden preestablecido, adquiriendo características de conversación. Esta técnica consiste en realizar preguntas de acuerdo a las respuestas que vayan surgiendo durante la entrevista.

➤ **FUENTES**

Para efectos del análisis, se ha realizado un análisis documental, recurriendo a la información de la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa Ley N° 28015, Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE Decreto Supremo N° 007-2008-TR, Código Tributario, la Ley del Impuesto a la Renta, así como otras bibliografías.

3.7. PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS

3.7.1. PROCESAMIENTO

Una vez realizada la recolección de datos a través de los cuestionarios, se clasificó los datos referentes a cada variable objetivo de estudio y su presentación conjunta. Se siguió 4 pasos para el análisis de datos.

1. Validación

Verificar que las entrevistas se hayan hecho de acuerdo a lo establecido.

2. Codificación

Agrupar o asignar códigos numéricos a las varias respuestas de unas preguntas determinadas.

3. Introducción de datos

Una vez que el cuestionario se ha validado, editado y codificado, se convierte la información a un formato electrónico como lo es la computadora. Este proceso requiere de un dispositivo para la introducción de datos, como una computadora, y un medio de almacenamiento como lo es un disco duro o un USB.

4. Tabulación y análisis estadísticos.

Los resultados de la encuesta se almacenan en un archivo de la computadora. El siguiente paso es tabular los resultados de la encuesta.

3.7.2. PRESENTACION DE DATOS

Se presenta en una gráfica circular de longitudes proporcionales al de los valores que representan los resultados de las encuestas.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1 TRABAJO DE CAMPO: EVIDENCIAS

La encuesta fue realizada en el Distrito de Huánuco, entre los Jr. Leoncio Prado, San Martín, Huánuco, Huallayco, Hermilio Valdizan, Dos de Mayo y Ayacucho cuyas fotografías que se encuentran en el ANEXO N° 06, confirman la veracidad de la información contenida en los cuestionarios.

4.1.1 Resultados Variable Independiente:

INFORMALIDAD DE LAS MYPES EN VENTAS DE ABARROTES

➤ **DIMENSIÓN:** Nivel de Informalidad

INDICADOR: Burocracia

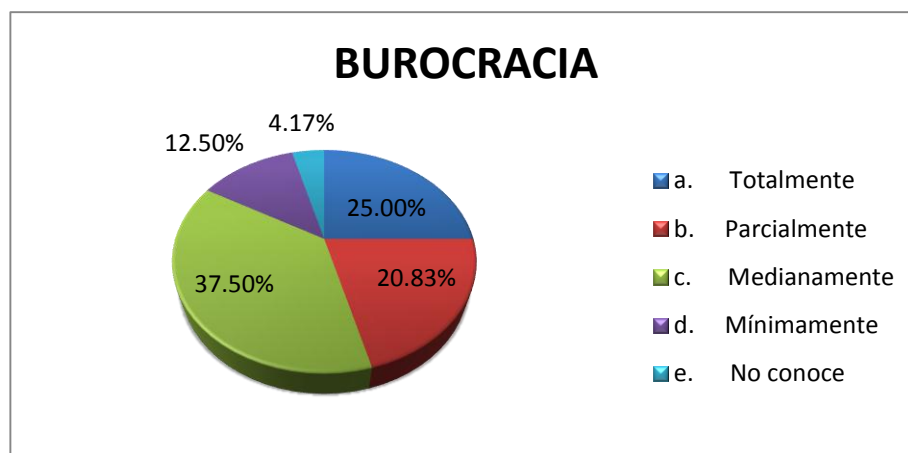
1. **PREGUNTA:** ¿Cree usted que la Burocracia obstaculiza en los procedimientos de formalización de una empresa?

CUADRO N° 01

BUROCRACIA

DIMENSIÓN: Nivel de Informalidad				
INDICADOR: Burocracia		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIII-I	6	25.00%
	b. Parcialmente	IIII	5	20.83%
	c. Medianamente	IIII-IIII	9	37.50%
	d. Mínimamente	III	3	12.50%
	e. No conoce	I	1	4.17%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 01

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación

Referido al esquema de la Burocracia el 25% de los encuestados indica que la aplicación de la burocracia es totalmente, el 20.83% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 37.50% de la población manifiesta que es medianamente, el 12.50% de los encuestados indica que la aplicación de la burocracia es mínimamente y mientras que al otro extremo el 4.17% no acepta o simplemente no opina.

➤ **DIMENSIÓN:** Nivel de Informalidad

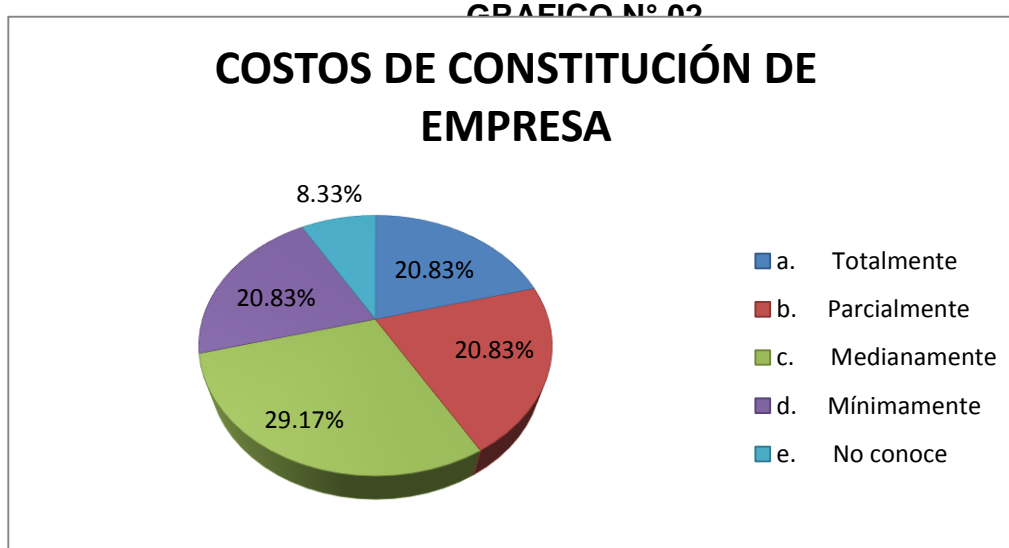
INDICADOR: Costos de Constitución de Empresa

2. PREGUNTA: ¿Cree usted que el costo de constituir una empresa influye al momento de formalizarla?

CUADRO N° 02**COSTOS DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESA**

DIMENSIÓN: Nivel de Informalidad				
INDICADOR: Costos de Constitución de Empresa		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIIIII	5	20.83%
	b. Parcialmente	IIIIII	5	20.83%
	c. Medianamente	IIIIII-II	7	29.17%
	d. Mínimamente	IIIIII	5	20.83%
	e. No conoce	II	2	8.33%
TOTAL			24	100.00%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 02

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación

Referido al esquema de costos de constitución de empresa el 20.83% de los encuestados indica de que la es totalmente, el 20.83% de los encuestados informan que es parcialmente, el 29.17% de los encuestados muestran que es medianamente, el 20.83% de los encuestados muestran que es mínimamente y el 8.33% indican que para poder constituir una empresa el costo es mínimamente.

- **DIMENSIÓN:** Nivel de Informalidad
INDICADOR: Pasos para la Formalización
3. **PREGUNTA:** ¿Conoce usted los pasos para la formalización de una Micro y Pequeña Empresa?

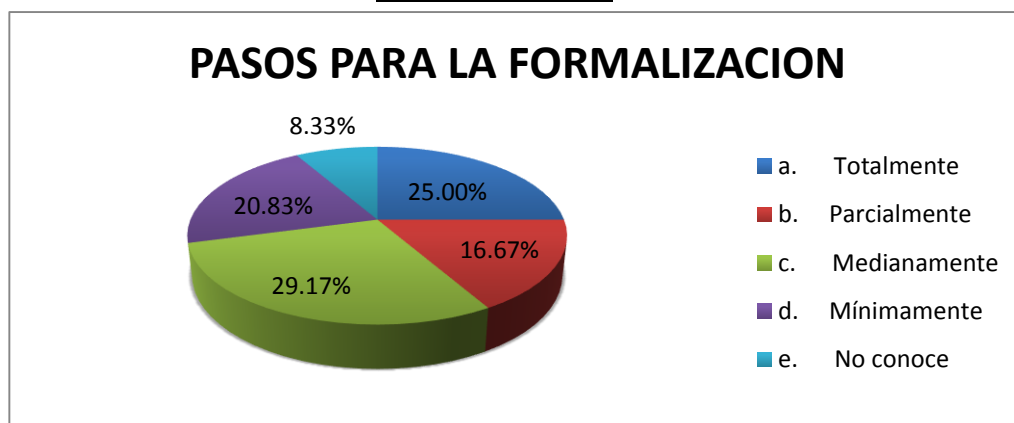
CUADRO N° 03

PASOS PARA LA FORMALIZACIÓN

DIMENSIÓN: Nivel de Informalidad				
INDICADOR: Pasos para la Formalización		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIII-I	6	25.00%
	b. Parcialmente	IIII	4	16.67%
	c. Medianamente	IIII-II	7	29.17%
	d. Mínimamente	IIII	5	20.83%
	e. No conoce	II	2	8.33%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 03



FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Del esquema de pasos para la formalización de una empresa el 25% de las personas encuestadas indican que la aplicación de los pasos para la formalización de una empresa constituyen totalmente, el 16.67% de los encuestados manifiesta que los pasos para formalizar una empresa es parcialmente, 29.17% de los encuestados

manifiestan que es medianamente, 20.83% de las personas encuestadas manifiestan que es mínimamente los que conocen los pasos para formalizar una empresa mientras que por el otro extremo el 8.33% no conoce los pasos para formalizar una empresa.

➤ **DIMENSIÓN:** Nivel de Informalidad

INDICADOR: Normas tributarias

4. **PREGUNTA:** ¿Está de acuerdo con las normas tributarias emitidas por la Administración Tributaria?

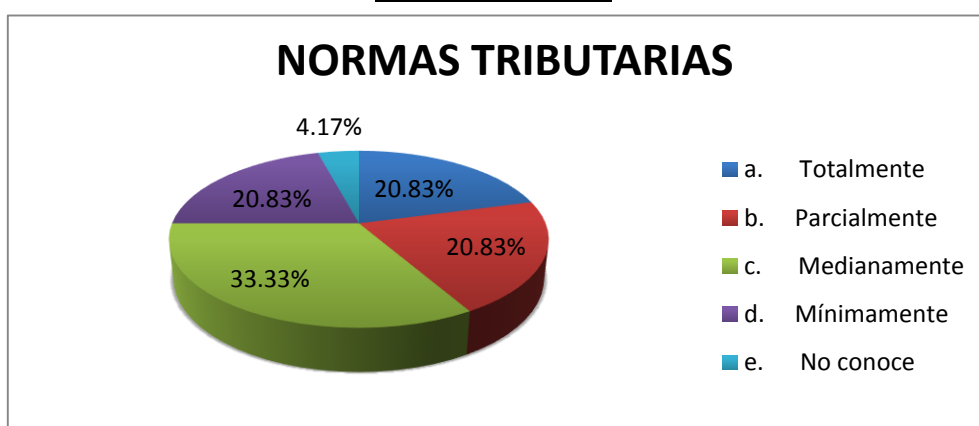
CUADRO N° 04

NORMAS TRIBUTARIAS

DIMENSIÓN: Nivel de Informalidad				
INDICADOR: Normas Tributarias		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIIII	5	20.83%
	b. Parcialmente	IIIII	5	20.83%
	c. Medianamente	IIIII-III	8	33.33%
	d. Mínimamente	IIIII	5	20.83%
	e. No conoce	I	1	4.17%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 04



FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Este grafico de normas tributarias manifiesta que el 20.83% de los encuestados informan que totalmente perjudica a la población empresarial, 20.83% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 33.33% de los encuestados manifiestan que es medianamente, el 20.83% de los encuestados manifiestan que es mínimamente y mientras que por el otro lado el 4.17% de los encuestados no aceptan o simplemente no opinan.

➤ **DIMENSIÓN:** Nivel de Informalidad

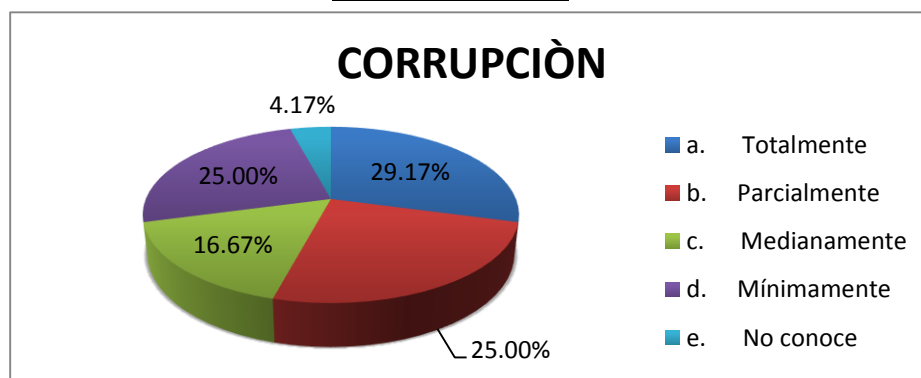
INDICADOR: Corrupción

5. **PREGUNTA:** ¿Cree usted que la Corrupción impide la iniciativa de trabajo de las empresas?

CUADRO N° 05**CORRUPCIÓN**

DIMENSIÓN: Nivel de Informalidad				
INDICADOR: Corrupción		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIII-II	7	29.17%
	b. Parcialmente	IIII-I	6	25.00%
	c. Medianamente	IIII	4	16.67%
	d. Mínimamente	IIII-I	6	25.00%
	e. No conoce	I	1	4.17%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 05

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Visto el esquema de la corrupción el 29.17% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, el 25% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 16.67% de los encuestados manifiestan que es medianamente, el 25% de los encuestados es mínimamente y mientras que por el otro extremo el 4.17% no conocen.

➤ **DIMENSIÓN:** Evasión Tributaria.

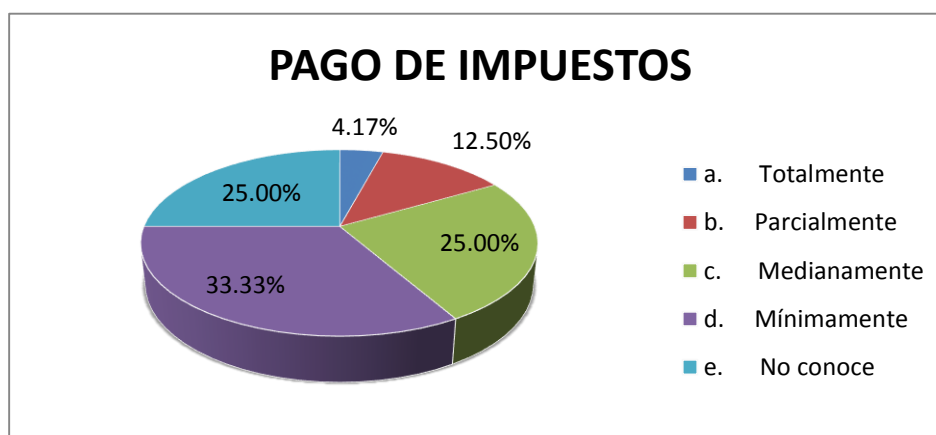
INDICADOR: Pago de Impuestos

6. **PREGUNTA:** ¿Está de acuerdo usted, en el pago de impuestos de acuerdo a las tasas establecidas por la SUNAT?

CUADRO N° 06**PAGO DE IMPUESTOS**

DIMENSIÓN: Evasión Tributaria				
INDICADOR: Pago de Impuestos		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	I	1	4.17%
	b. Parcialmente	III	3	12.50%
	c. Medianamente	IIII-I	6	25.00%
	d. Mínimamente	IIII-III	8	33.33%
	e. No conoce	IIII-I	6	25.00%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 06

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Referido al esquema de pago de impuestos el 4.17% de los encuestados indica que la aplicación es totalmente, el 12.50% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 25% indica que la aplicación de pago de impuestos es medianamente, el 33.33% de los encuestados es mínimamente mientras que por el otro extremo el 25% no conoce.

➤ **DIMENSIÓN:** Evasión Tributaria.

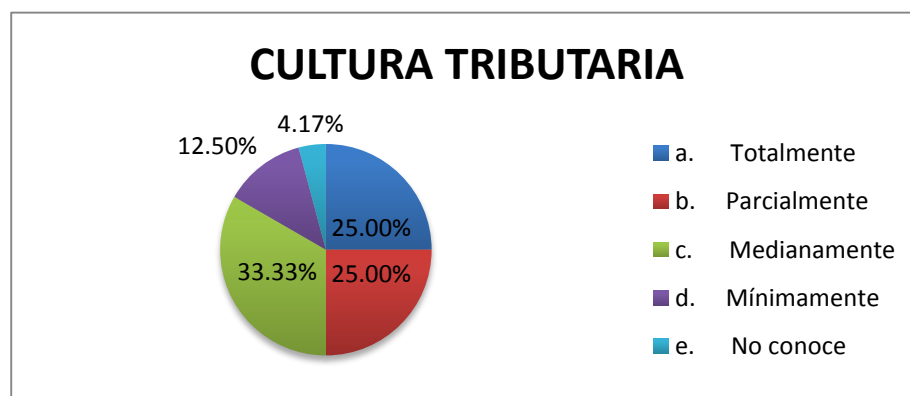
INDICADOR: Cultura Tributaria

7. **PREGUNTA:** ¿Cree usted, que la Cultura Tributaria es importante para el crecimiento de un negocio?

CUADRO N° 07**CULTURA TRIBUTARIA**

DIMENSIÓN: Evasión Tributaria				
INDICADOR: Cultura Tributaria		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIII-I	6	25.00%
	b. Parcialmente	IIII-I	6	25.00%
	c. Medianamente	IIII-III	8	33.33%
	d. Mínimamente	III	3	12.50%
	e. No conoce	I	1	4.17%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 07

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

El esquema de la cultura tributaria muestra que el 25% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, el 25% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 33.33% de los encuestados manifiestan que es medianamente, el 12.50% de los encuestados manifiestan que es mínimamente y que el 4.17% de los encuestados manifiestan que no conocen.

➤ **DIMENSIÓN:** Evasión Tributaria

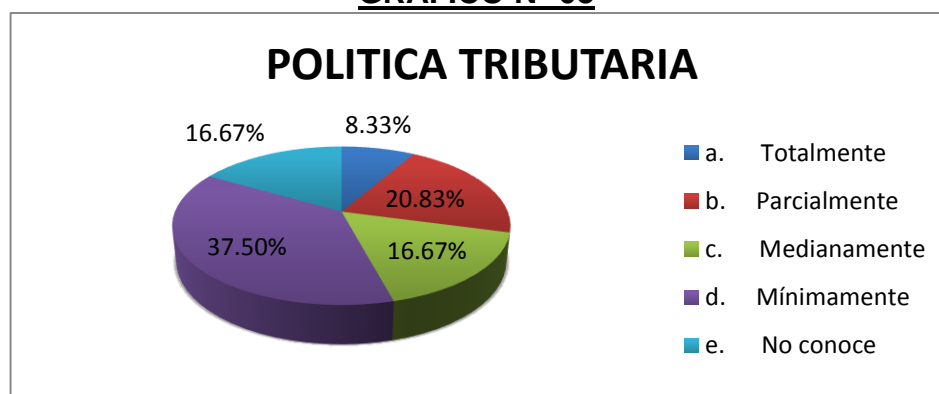
INDICADOR: Política Tributaria

8. **PREGUNTA:** ¿Cree usted que la Política Tributaria que aplica la SUNAT es la más adecuada para su negocio?

CUADRO N° 08**POLÍTICA TRIBUTARIA**

DIMENSIÓN: Evasión Tributaria				
INDICADOR: Política Tributaria		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	II	2	8.33%
	b. Parcialmente	IIII	5	20.83%
	c. Medianamente	IIII	4	16.67%
	d. Mínimamente	IIII-IIII	9	37.50%
	e. No conoce	IIII	4	16.67%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 08

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Referido al esquema de la política tributaria el 8.33% de los encuestados indica que la aplicación es totalmente, el 20.83% de la población encuestada manifiesta que es parcialmente, el 16.67% indica que la aplicación de la política tributaria es medianamente, el 37.50% de los encuestados indican que es mínimamente mientras que por el otro extremo el 16.67% no conoce o simplemente no opina.

➤ **DIMENSIÓN:** Evasión Tributaria

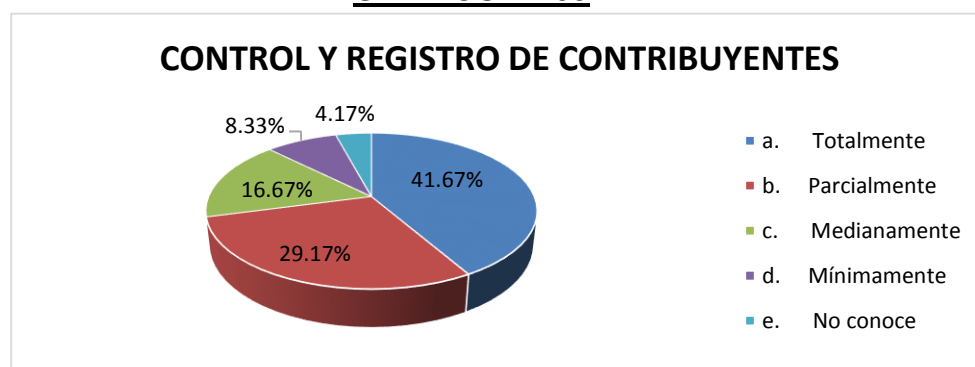
INDICADOR: Control y Registro de Contribuyentes

9. PREGUNTA: ¿Cree usted que la SUNAT debería realizar periódicamente un adecuado control y registro de contribuyentes con el fin de reducir la informalidad?

CUADRO N° 09**CONTROL Y REGISTRO DE CONTRIBUYENTES**

DIMENSIÓN: Evasión Tributaria				
INDICADOR: Control y Registro de Contribuyentes		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIII-IIII	10	41.67%
	b. Parcialmente	IIII-II	7	29.17%
	c. Medianamente	IIII	4	16.67%
	d. Mínimamente	II	2	8.33%
	e. No conoce	I	1	4.17%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 09

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Construido el esquema de control y registro de contribuyentes el 41.67% de los encuestados indica que la aplicación es totalmente, el 29.17% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 16.67% la población encuestada indica que medianamente, el 8.33% de los encuestados manifiestan que es mínimamente y que el 4.17% de los encuestados no conocen.

➤ **DIMENSIÓN:** Evasión Tributaria

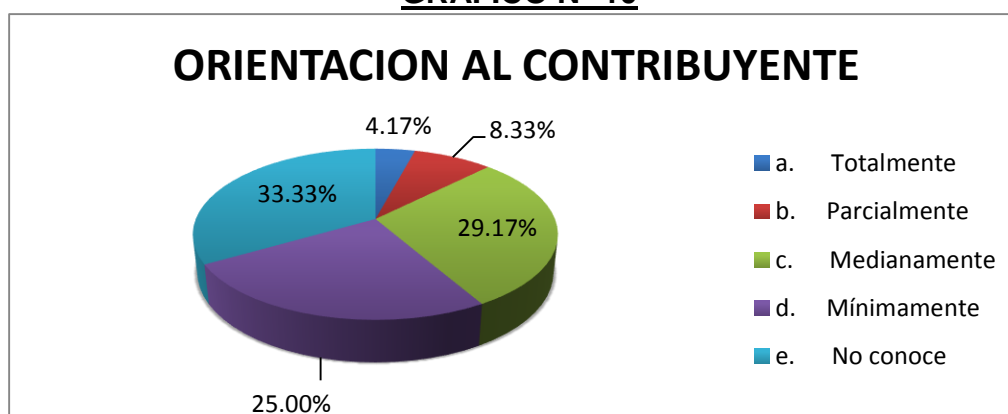
INDICADOR: Orientación al Contribuyente

10.PREGUNTA: ¿Está usted de acuerdo con la orientación que te brinda la SUNAT para el crecimiento de tu empresa?

CUADRO N° 10**ORIENTACIÓN AL CONTRIBUYENTE**

DIMENSIÓN: Evasión Tributaria				
INDICADOR: Orientación al Contribuyente		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	I	1	4.17%
	b. Parcialmente	II	2	8.33%
	c. Medianamente	IIII-II	7	29.17%
	d. Mínimamente	IIII-I	6	25.00%
	e. No conoce	IIII-III	8	33.33%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 10

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Referido al esquema de orientación al contribuyente 4.17% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, el 8.33% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 29.17% indica que la aplicación de la orientación al contribuyente es medianamente, 25% indica que es mínimamente y por el otro extremo el 33.33% no aceptan o simplemente no opinan.

➤ **DIMENSIÓN:** Financiamiento

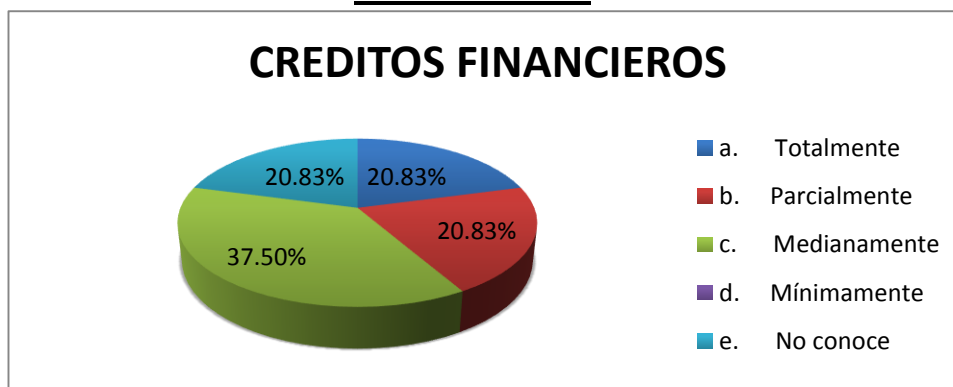
INDICADOR: Créditos Financieros

11.PREGUNTA: ¿Ha optado usted por algún crédito financiero para el financiamiento de su negocio?

CUADRO N° 11**CRÉDITOS FINANCIEROS**

DIMENSIÓN: Financiamiento				
INDICADOR: Créditos Financieros		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIII	5	20.83%
	b. Parcialmente	IIII	5	20.83%
	c. Medianamente	IIII-III	9	37.50%
	d. Mínimamente		0	0.00%
	e. No conoce	IIII	5	20.83%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 11

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Del esquema de créditos financieros el 20.83% de la población encuestada indica que la aplicación de créditos financieros es totalmente, el 20.83% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 37.50% de la población manifiesta que es medianamente y por el otro lado manifiesta que el 20.83% no conoce.

➤ **DIMENSIÓN:** Financiamiento

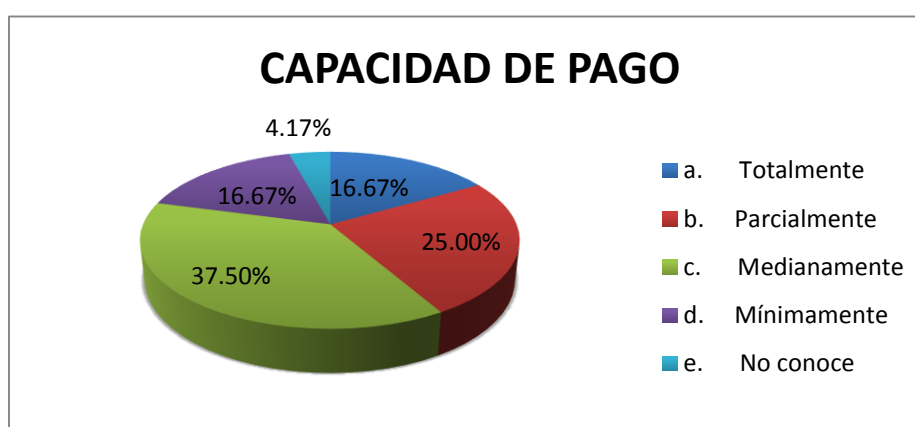
INDICADOR: Capacidad de Pago

12.PREGUNTA: ¿Tiene usted capacidad de pago para hacer frente a sus obligaciones?

CUADRO N° 12**CAPACIDAD DE PAGO**

DIMENSIÓN: Financiamiento				
INDICADOR: Capacidad de Pago		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIII	4	16.67%
	b. Parcialmente	IIIII-I	6	25.00%
	c. Medianamente	IIIII-IIII	9	37.50%
	d. Mínimamente	IIII	4	16.67%
	e. No conoce	I	1	4.17%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 12

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Referido al esquema de capacidad de pago el 16.67% de los encuestados indica que la aplicación de la capacidad de pago es totalmente, el 25% de la población encuestada manifiesta que es parcialmente, el 37.50% de los encuestados manifiestan que es medianamente, el 16.67% de los encuestados manifiestan que es mínimamente y por el otro extremo el 4.17% no aceptan o simplemente no opinan.

➤ **DIMENSIÓN:** Financiamiento

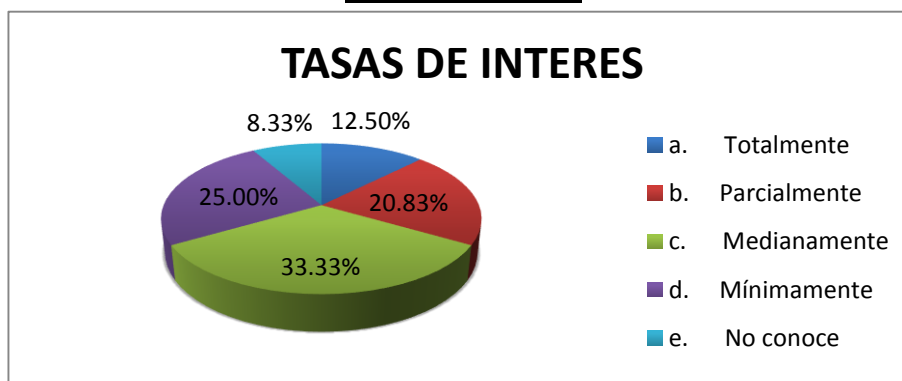
INDICADOR: Tasas de Interés

13.PREGUNTA: ¿Cree usted que la tasa de interés influye en el crecimiento económico de su negocio?

CUADRO N° 13**TASAS DE INTERÉS**

DIMENSIÓN: Financiamiento				
INDICADOR: Tasas de Interés		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	III	3	12.50%
	b. Parcialmente	IIII	5	20.83%
	c. Medianamente	IIII-III	8	33.33%
	d. Mínimamente	IIII-I	6	25.00%
	e. No conoce	II	2	8.33%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 13

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Referido al esquema de tasas de interés nos muestra que el 12.50% de las personas encuestadas manifiestan que es totalmente que influyen en el crecimiento de su empresa, el 20.83% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 33.33% de la población encuestada manifiesta que es medianamente, el 25% de los encuestados manifiestan que es mínimamente y por el otro extremo manifiestan que el 8.33% no conocen.

➤ **DIMENSIÓN:** Financiamiento

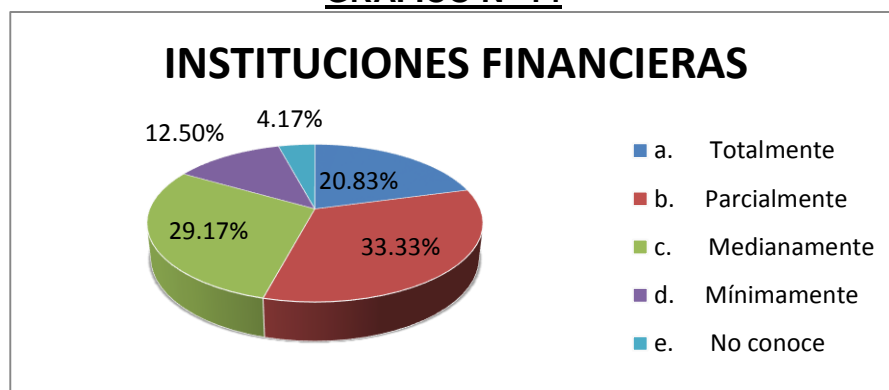
INDICADOR: Instituciones Financieras

14.PREGUNTA: ¿Cree usted que las instituciones financieras brindan facilidades para otorgar créditos financieros?

CUADRO N° 14**INSTITUCIONES FINANCIERAS**

DIMENSIÓN: Financiamiento				
INDICADOR: Instituciones Financieras		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIIII	5	20.83%
	b. Parcialmente	IIIII-III	8	33.33%
	c. Medianamente	IIIII-II	7	29.17%
	d. Mínimamente	III	3	12.50%
	e. No conoce	I	1	4.17%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 14

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Referido al esquema de instituciones financieras el 20.83% de los encuestados indican que la aplicación de las instituciones financieras es totalmente, el 33.33% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 29.17% indica que la aplicación de la instituciones financieras es medianamente, 12.50% de los encuestados manifiestan que es mínimamente y que el 4.17% manifiesta que no conoce.

➤ **DIMENSIÓN:** Financiamiento

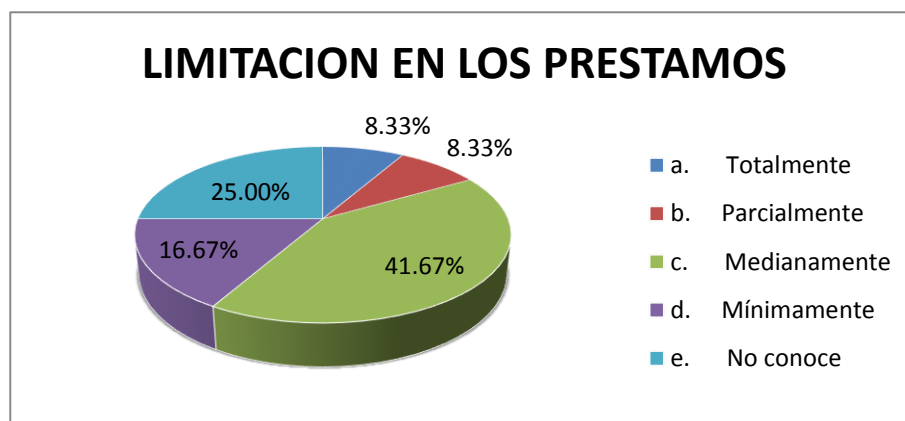
INDICADOR: Limitación en los Préstamos

15.PREGUNTA: ¿Conoce usted cuál es el límite del monto en los créditos que ofrece el sistema financiero?

CUADRO N° 15**LIMITACIÓN EN LOS PRÉSTAMOS**

DIMENSIÓN: Financiamiento				
INDICADOR: Limitación en los Préstamos		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	II	2	8.33%
	b. Parcialmente	II	2	8.33%
	c. Medianamente	IIII-IIII	10	41.67%
	d. Mínimamente	IIII	4	16.67%
	e. No conoce	IIII-I	6	25.00%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 15

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Del esquema de las limitaciones en los préstamos el 8.33% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, asimismo el 8.33% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 41.67% indica que la aplicación de la limitaciones en los préstamos es medianamente, el 16.67% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente y que el 25% manifiesta que no conoce o simplemente no opina.

4.1.2. Resultados Variable Dependiente:**CRECIMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE VENTAS DE ABARROTOS**

➤ **DIMENSIÓN:** Crecimiento Empresarial

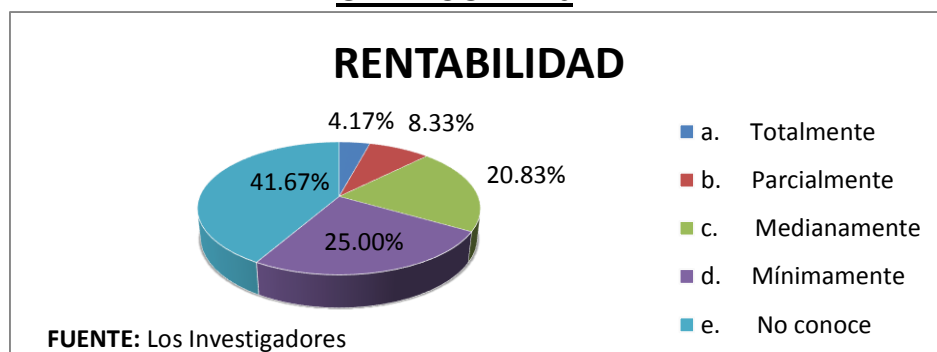
INDICADOR: Rentabilidad

16.PREGUNTA: ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio se incrementará acogiéndose a la formalización?

CUADRO N° 16**RENTABILIDAD**

DIMENSIÓN: Crecimiento Empresarial				
INDICADOR: Rentabilidad		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	I	1	4.17%
	b. Parcialmente	II	2	8.33%
	c. Medianamente	IIII	5	20.83%
	d. Mínimamente	IIII-I	6	25.00%
	e. No conoce	IIII-IIII	10	41.67%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 16

Interpretación:

El esquema de rentabilidad muestra que el 4.17% de los encuestados indica que la aplicación es totalmente, el 8.33% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 20.83% indican que la aplicación es medianamente, el 25% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente y el 41.67% manifiestan que no conoce o simplemente no opina.

➤ **DIMENSIÓN:** Crecimiento Empresarial

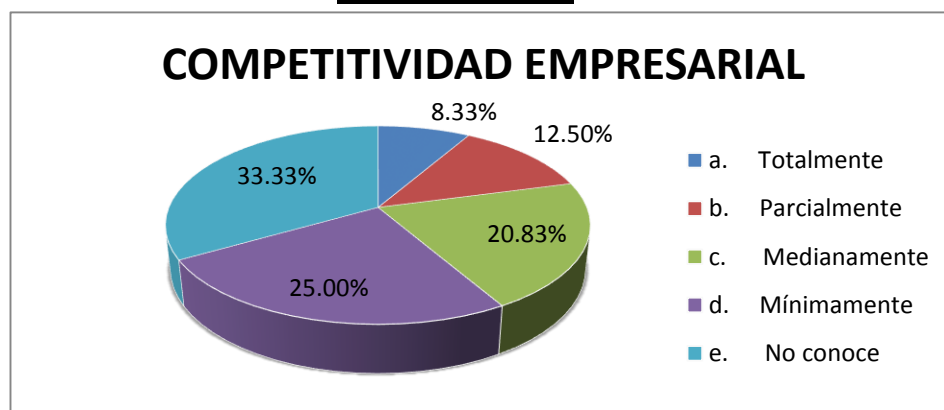
INDICADOR: Competitividad Empresarial

17.PREGUNTA: ¿Cree usted que la competitividad empresarial influye en el crecimiento económico del Distrito de Huánuco?

CUADRO N° 17**COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL**

DIMENSIÓN: Crecimiento Empresarial				
INDICADOR: Competitividad Empresarial		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	II	2	8.33%
	b. Parcialmente	III	3	12.50%
	c. Medianamente	IIII	5	20.83%
	d. Mínimamente	IIII - I	6	25.00%
	e. No conoce	IIII - III	8	33.33%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 17

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Del esquema de competitividad empresarial el 8.33% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, el 12.50% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 20.83% indica que la aplicación es medianamente, el 25% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente y que el 33.33% manifiesta que no conoce o simplemente no opina.

➤ **DIMENSIÓN:** Crecimiento Empresarial

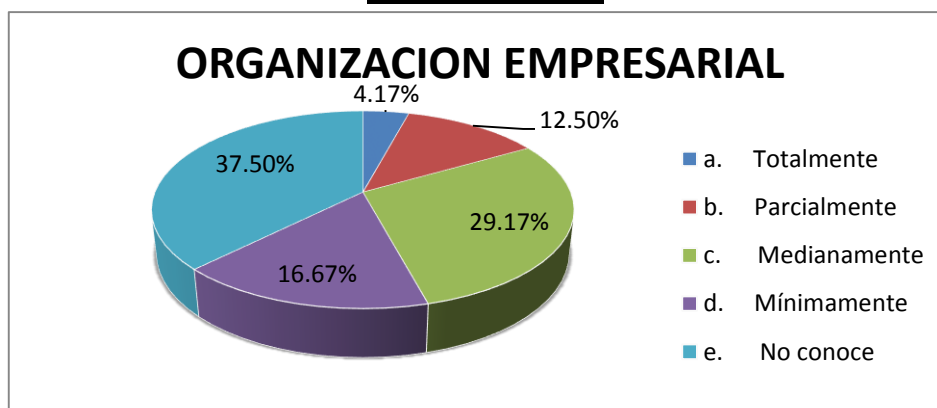
INDICADOR: Organización Empresarial

18.PREGUNTA: ¿Conoce usted las modalidades de organización empresarial que establece la ley general de sociedades?

CUADRO N° 18**ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

DIMENSIÓN: Crecimiento Empresarial				
INDICADOR: Organización Empresarial		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	I	1	4.17%
	b. Parcialmente	III	3	12.50%
	c. Medianamente	IIII-II	7	29.17%
	d. Mínimamente	IIII	4	16.67%
	e. No conoce	IIII-III	9	37.50%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 18

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Referido al esquema de organización empresarial el 4.17% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, el 12.50% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 29.17% indica que la aplicación es medianamente, el 16.67% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente y que el 37.50% manifiesta que no conoce o simplemente no opina.

➤ **DIMENSIÓN:** Crecimiento Empresarial

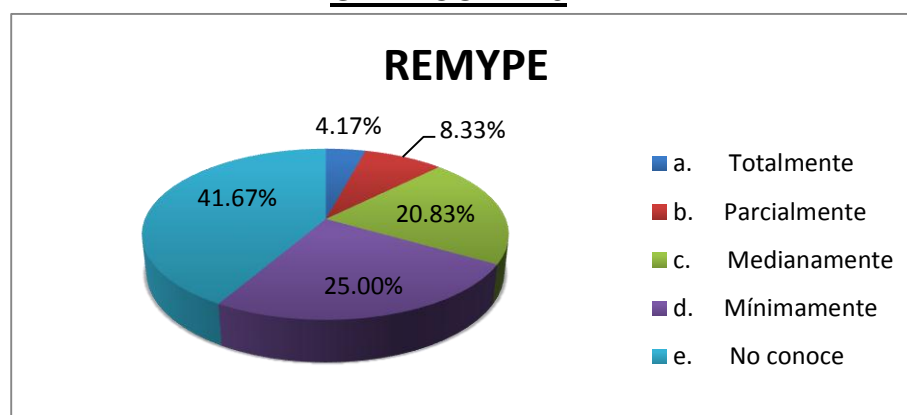
INDICADOR: REMYPE

19.PREGUNTA: ¿En su opinión estar inscrito en el Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) le brinda beneficios?

CUADRO N° 19**REMYPE**

DIMENSIÓN: Crecimiento Empresarial				
INDICADOR: REMYPE		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	I	1	4.17%
	b. Parcialmente	II	2	8.33%
	c. Medianamente	IIII	5	20.83%
	d. Mínimamente	IIII-I	6	25.00%
	e. No conoce	IIII-III	10	41.67%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRAFICO N° 19

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Referido al esquema de REMYPE el 4.17% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, el 8.33% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 20.83% indica que la aplicación es medianamente, el 25% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente y que el 41.67% manifiesta que no conoce o simplemente no opina.

➤ **DIMENSIÓN:** Crecimiento Empresarial

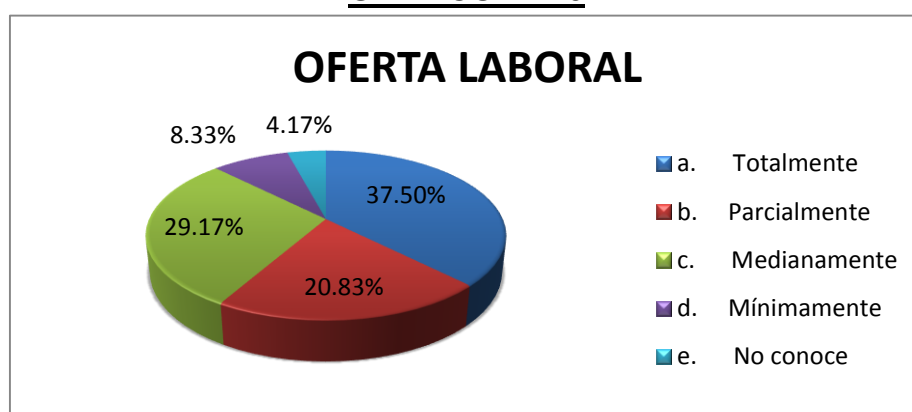
INDICADOR: Oferta Laboral

20.PREGUNTA: ¿Cree usted que la oferta laboral se incrementará en la medida que aumenten las empresas formales?

CUADRO N° 20**OFERTA LABORAL**

DIMENSIÓN: Crecimiento Empresarial				
INDICADOR: Oferta Laboral		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIII-IIII	9	37.50%
	b. Parcialmente	IIII	5	20.83%
	c. Medianamente	IIII-II	7	29.17%
	d. Mínimamente	II	2	8.33%
	e. No conoce	I	1	4.17%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRÁFICO N° 20

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Referido al esquema de Oferta Laboral el 37.50% de los encuestados indican que la aplicación de Oferta Laboral es totalmente, el 20.83% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 29.17% indica que la aplicación es medianamente, el 8.33% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente y que el 4.17% manifiesta que no conoce o simplemente no opina.

➤ **DIMENSIÓN:** Actividad Económica

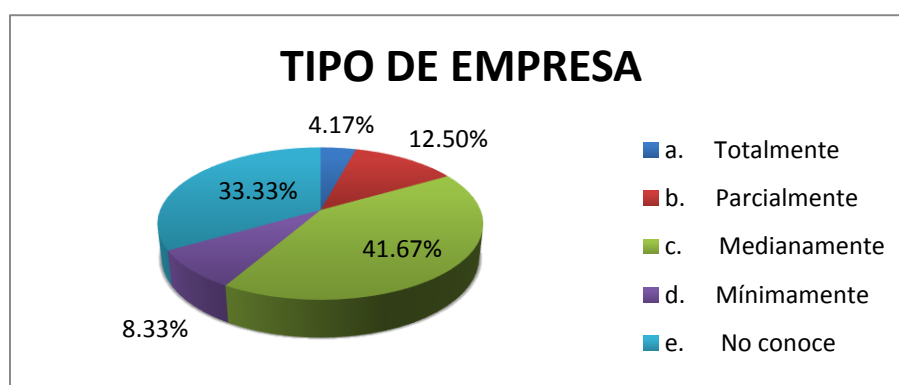
INDICADOR: Tipo de Empresa

21.PREGUNTA: ¿Está informado sobre los tipos de empresa existentes en el país?

CUADRO N° 21**TIPO DE EMPRESA**

DIMENSIÓN: Actividad Económica				
INDICADOR: Tipo de Empresa		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	I	1	4.17%
	b. Parcialmente	III	3	12.50%
	c. Medianamente	IIII-III	10	41.67%
	d. Mínimamente	II	2	8.33%
	e. No conoce	IIII-III	8	33.33%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRÁFICO N° 21

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Referido al esquema de tipo de empresa el 4.17% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, el 12.50% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 41.67% indica que la aplicación es medianamente, el 8.33% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente y que el 33.33% manifiesta que no conoce o simplemente no opina.

➤ **DIMENSIÓN:** Actividad Económica

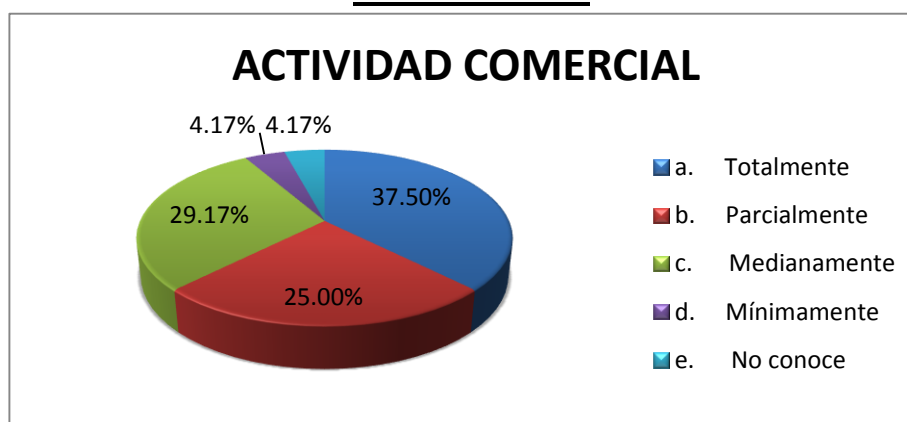
INDICADOR: Actividad Comercial

22.PREGUNTA: ¿Cree que la actividad comercial elegida por usted es la más rentable?

CUADRO N° 22**ACTIVIDAD COMERCIAL**

DIMENSIÓN: Actividad Económica				
INDICADOR: Actividad Comercial		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN N	a. Totalmente	IIIIII-IIII	9	37.50%
	b. Parcialmente	IIIIII-I	6	25.00%
	c. Medianamente	IIIIII-II	7	29.17%
	d. Mínimamente	I	1	4.17%
	e. No conoce	I	1	4.17%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRÁFICO N° 22

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Del esquema de actividad comercial el 37.50% de los encuestados indica que la aplicación es totalmente, el 25% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 29.17% indica que la aplicación es medianamente, el 4.17% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente y asimismo el 4.17% manifiesta que no conoce o simplemente no opina.

➤ **DIMENSIÓN:** Actividad Económica

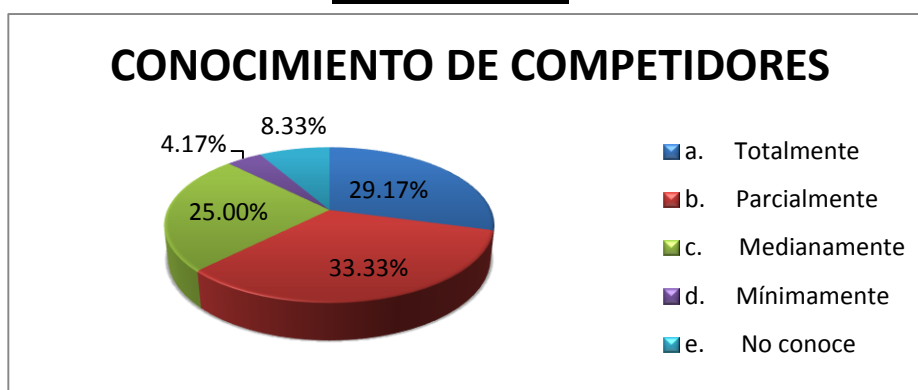
INDICADOR: Conocimiento de Competidores

23.PREGUNTA: ¿Tiene usted conocimiento de los competidores potenciales y del peligro que representan para su negocio?

CUADRO N° 23**CONOCIMIENTO DE COMPETIDORES**

DIMENSIÓN: Actividad Económica				
INDICADOR: Conocimiento de Competidores		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIII-II	7	29.17%
	b. Parcialmente	IIII-III	8	33.33%
	c. Medianamente	IIII-I	6	25.00%
	d. Mínimamente	I	1	4.17%
	e. No conoce	II	2	8.33%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRÁFICO N° 23

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

El esquema de conocimiento de competidores muestra que el 29.17% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, el 33.33% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 25% indica que la aplicación es medianamente, el 4.17% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente y el 8.33% manifiesta que no conoce o simplemente no opina.

➤ **DIMENSIÓN:** Actividad Económica

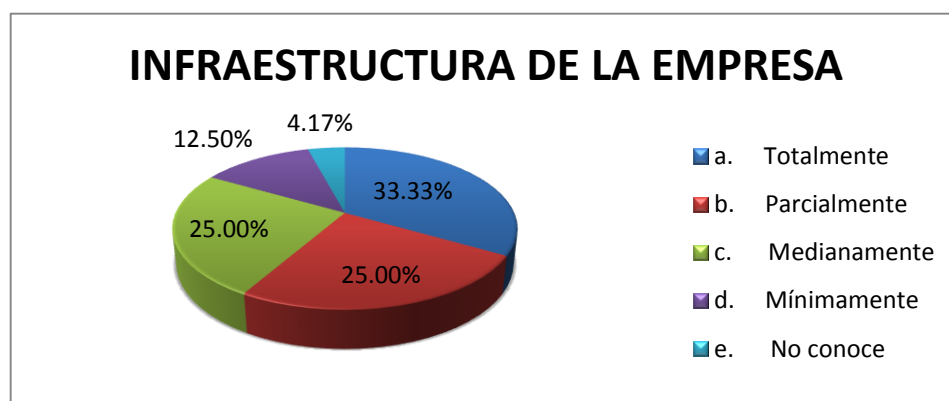
INDICADOR: Infraestructura de la Empresa

24.PREGUNTA: ¿Considera usted que la infraestructura de la empresa es un factor importante para su crecimiento?

CUADRO N° 24**INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA**

DIMENSIÓN: Actividad Económica				
INDICADOR: Infraestructura de la Empresa		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIIIII-III	8	33.33%
	b. Parcialmente	IIIIII-I	6	25.00%
	c. Medianamente	IIIIII-I	6	25.00%
	d. Mínimamente	III	3	12.50%
	e. No conoce	I	1	4.17%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRÁFICO N° 24

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Del esquema de la infraestructura de la empresa el 33.33% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, el 25% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, asimismo el 25% indica que la aplicación es medianamente, el 12.50% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente y que el 4.17% manifiesta que no conoce o simplemente no opina.

➤ **DIMENSIÓN:** Actividad Económica

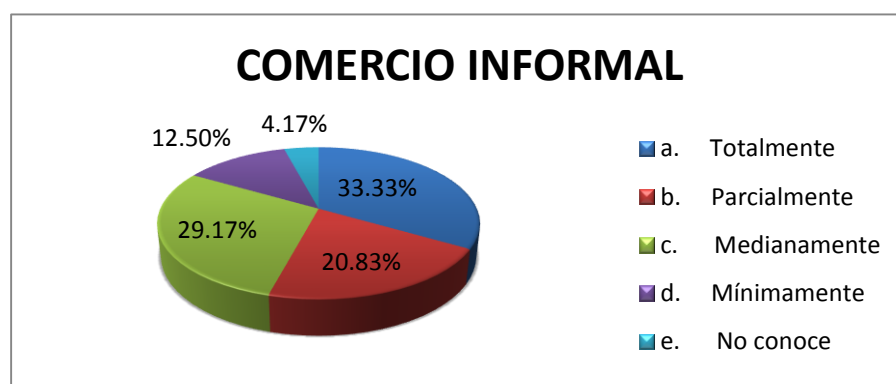
INDICADOR: Comercio Informal

25.PREGUNTA: ¿Cree usted que el comercio informal perjudica a los empresarios formales?

CUADRO N° 25**COMERCIO INFORMAL**

DIMENSIÓN: Actividad Económica				
INDICADOR: Comercio Informal		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIII-III	8	33.33%
	b. Parcialmente	IIII	5	20.83%
	c. Medianamente	IIII-II	7	29.17%
	d. Mínimamente	III	3	12.50%
	e. No conoce	I	1	4.17%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRÁFICO N° 25

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

El esquema de comercio informal muestra que el 33.33% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, el 20.83% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 29.17% indica que la aplicación es medianamente, el 12.50% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente y el 4.17% manifiesta que no conoce o simplemente no opina.

➤ **DIMENSIÓN:** Crecimiento Económico

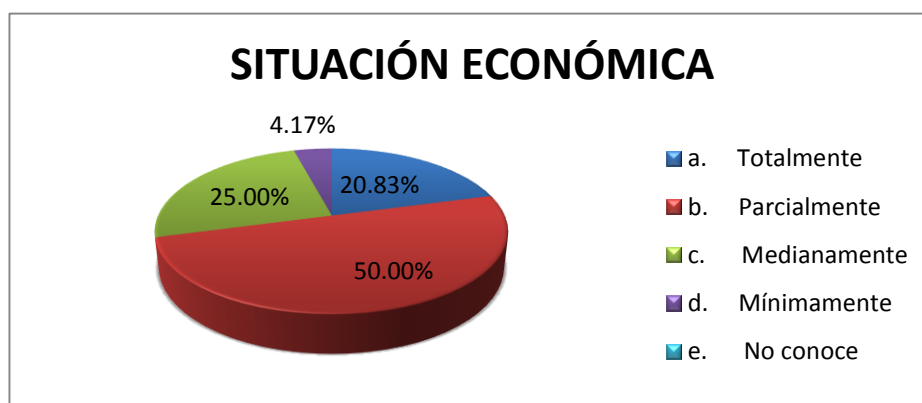
INDICADOR: Situación Económica

26.PREGUNTA: ¿Diga usted si su situación económica es estable?

CUADRO N° 26**SITUACIÓN ECONÓMICA**

DIMENSIÓN: Crecimiento Económico				
INDICADOR: Situación Económica		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIIIII	5	20.83%
	b. Parcialmente	IIIIII-IIIIII-II	12	50.00%
	c. Medianamente	IIIIII-I	6	25.00%
	d. Mínimamente	I	1	4.17%
	e. No conoce		0	0.00%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRÁFICO N° 26

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

El esquema de situación económica que es 20.83% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, el 50% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 25% indica que la aplicación es medianamente y el 4.17% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente.

➤ **DIMENSIÓN:** Crecimiento Económico

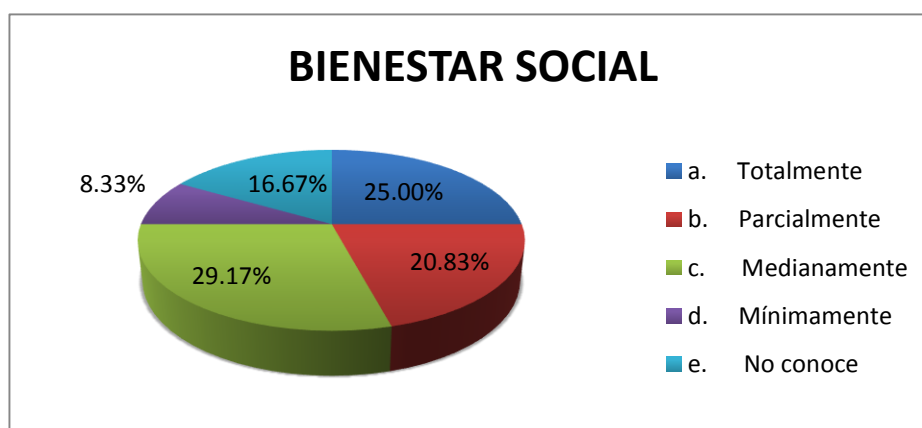
INDICADOR: Bienestar Social

27.PREGUNTA: ¿Cree usted que el bienestar social mejorará cuando haya mayor captación de ingresos por parte del Estado?

CUADRO N° 27**BIENESTAR SOCIAL**

DIMENSIÓN: Crecimiento Económico				
INDICADOR: Bienestar Social		Tabulación	Fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIII-I	6	25.00%
	b. Parcialmente	IIII	5	20.83%
	c. Medianamente	IIII-II	7	29.17%
	d. Mínimamente	II	2	8.33%
	e. No conoce	IIII	4	16.67%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Investigadores

GRÁFICO N° 27

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

El esquema de bienestar social muestra que el 25% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, el 20.83% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 29.17% indica que la aplicación es medianamente, el 8.33% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente y que el 16.67% manifiesta que no conoce o simplemente no opina.

➤ **DIMENSIÓN:** Crecimiento Económico

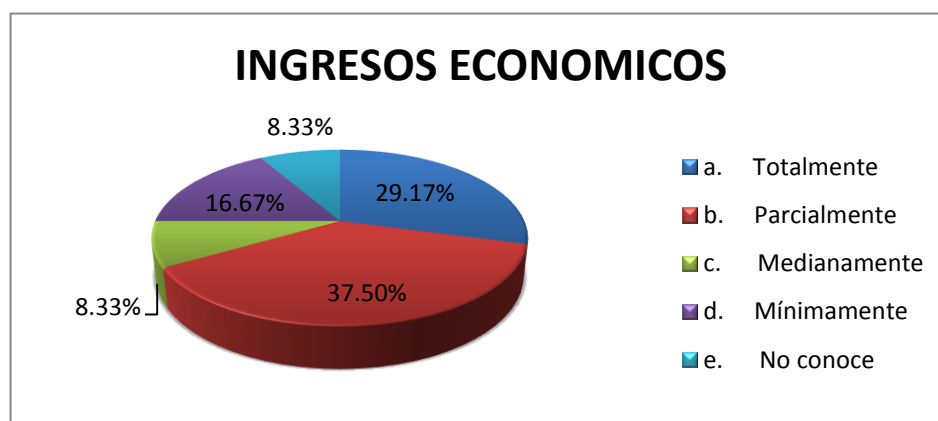
INDICADOR: Ingresos Económicos

28.PREGUNTA: ¿Con los ingresos económicos que usted posee, está en la capacidad de formalizarse?

CUADRO N° 28**INGRESOS ECONÓMICOS**

DIMENSIÓN: Crecimiento Económico				
INDICADOR: Ingresos Económicos		Tabulación	fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIIIII-II	7	29.17%
	b. Parcialmente	IIIIII-IIII	9	37.50%
	c. Medianamente	II	2	8.33%
	d. Mínimamente	IIII	4	16.67%
	e. No conoce	II	2	8.33%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRÁFICO N° 28

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Referida al esquema de ingresos económicos que es 29.17% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, el 37.50% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 8.33% indica que la aplicación es medianamente, el 16.67% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente y que el 8.33% manifiesta que no conoce o simplemente no opina.

➤ **DIMENSIÓN:** Crecimiento Económico

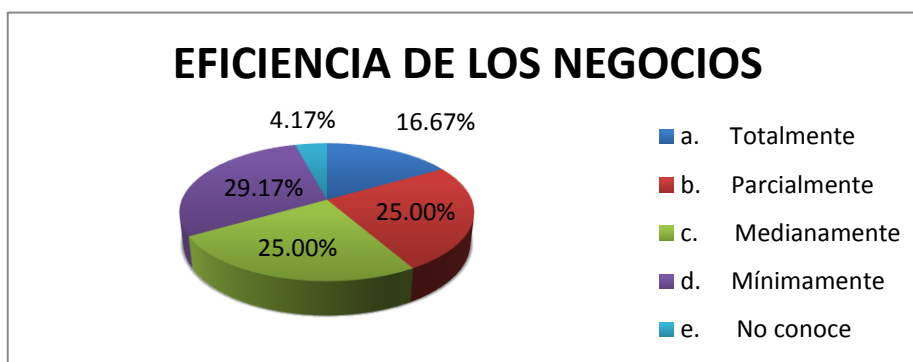
INDICADOR: Eficiencia de los Negocios

29.PREGUNTA: ¿Cree usted que la eficiencia de los negocios se incrementará en la medida que se reduzca la informalidad?

CUADRO N° 29**EFICIENCIA DE LOS NEGOCIOS**

DIMENSIÓN: Crecimiento Económico				
INDICADOR: Eficiencia de los Negocios		Tabulación	Fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIII	4	16.67%
	b. Parcialmente	IIIII-I	6	25.00%
	c. Medianamente	IIIII-I	6	25.00%
	d. Mínimamente	IIIII-II	7	29.17%
	e. No conoce	I	1	4.17%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRÁFICO N° 29

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Referido al esquema de eficiencia de los negocios que es 16.67% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, el 25% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 25% indica que la aplicación es medianamente, el 29.17% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente y que el 4.17% manifiesta que no conoce o simplemente no opina.

➤ **DIMENSIÓN:** Crecimiento Económico

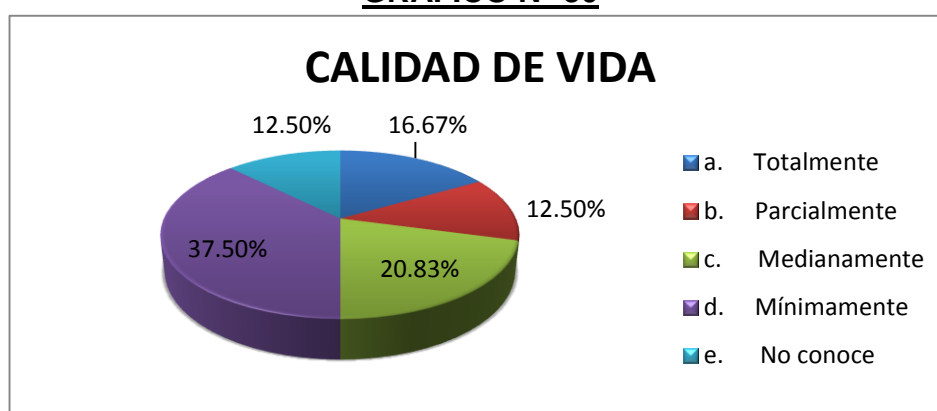
INDICADOR: Calidad de Vida

30.PREGUNTA: ¿Cree usted que la calidad de vida está relacionada con la informalidad de los negocios?

CUADRO N° 30**CALIDAD DE VIDA**

DIMENSIÓN: Crecimiento Económico				
INDICADOR: Calidad de Vida		Tabulación	Fi	%
VALORACIÓN	a. Totalmente	IIII	4	16.67%
	b. Parcialmente	III	3	12.50%
	c. Medianamente	IIIII	5	20.83%
	d. Mínimamente	IIIII-IIII	9	37.50%
	e. No conoce	III	3	12.50%
TOTAL			24	100%

FUENTE: Los Investigadores

GRÁFICO N° 30

FUENTE: Los Investigadores

Interpretación:

Referido al esquema de calidad de vida que es 16.67% de los encuestados indican que la aplicación es totalmente, el 12.50% de los encuestados manifiestan que es parcialmente, el 20.83% indica que la aplicación es medianamente, el 37.50% de los encuestados indican que la aplicación es mínimamente y que el 12.50% manifiesta que no conoce o simplemente no opina.

4.2 De la aplicación de la Guía de entrevista no estructurada o informal (ver Anexo: 03), se han obtenido los siguientes resultados:

La mayoría de las MYPEs manifiesta que el ingreso por la venta de abarrotes le permite cubrir sus deudas y que es un negocio rentable, mientras que el resto dice que solo les permite cubrir sus necesidades diarias. Así mismo en cuanto a los créditos financieros obtenidos afirman que accedieron a préstamos de las cajas municipales, y el resto cuenta con capital para financiarse. Por otro lado 19 MyPEs mencionan que formalizarse ocasiona más gastos en cuanto al pago de los impuestos, contador, trámites en registros públicos, licencia de funcionamiento y que desconocen de la existencia y los beneficios de la Ley MYPE y de la importancia de pertenecer al REMYPE.

Del mismo modo refieren que la calidad de vida no depende de la formalidad sino de cuanto logren vender y de cuanto recauden por dichas ventas; puesto que le corresponde al Estado velar por el bienestar de la población y que la informalidad de este sector influye mínimamente en el crecimiento económico de Huánuco.

CAPITULO V

DISCUSION DE RESULTADOS

5.1. CONTRASTACION DE LOS RESULTADOS

Abado (2013) Menciona que: *8 de cada 10 emprendimientos que se crean al año, deciden ser informales y de cada 100 que optan por ser formales, 20 lo hacen acogiéndose al Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) que permite tener acceso a un régimen laboral más barato que el régimen general, una tasa de impuesto a la renta reducida y poder acceder a otros beneficios que ofrece el estado. El problema en la práctica no es si se acogen o no al REMYPE, sino porque optan por quedarse como informales. El 99 % de las unidades formales que existen son micro y pequeñas empresas y no tienen incentivos para crecer.*⁵⁸

De nuestra investigación el 85.69% de la muestra consideran que los procedimientos administrativos son demasiados burocráticos por lo que origina confusión y desacierto al momento de formalizarse. Y por ende la informalidad en ventas de abarrotes en el distrito de Huánuco se reducirá en la medida que los comerciantes tomen conciencia de la importancia, los beneficios y ventajas de ser formales para así obtener un mayor crecimiento económico.

⁵⁸ Dr. RUIZ GARCIA, Abado D., Manual de MYPES para la Constitución de todo Tipo de Empresas. Editorial MV FENIX E.I.R.L. Lima – Perú, 2013, pag.108

Según Guillermo Cabanellas,....*se define como informal, aquello que no observa las formalidades o reglas establecidas e informalidad como el desentendimiento de las formas. Rebeldía frente a la formalidad.*⁵⁹

Y Al hablar de crecimiento empresarial la definición más precisa sería la que lo considera como el proceso de mejora de una compañía que la impulsa a alcanzar determinadas cotas de éxito. El crecimiento del negocio puede lograrse de dos formas distintas: bien aumentando los ingresos percibidos por la organización gracias a un aumento del volumen de venta de sus productos o un incremento de los ingresos percibidos por sus servicios; bien mediante el incremento de la rentabilidad de las operaciones, que es el que se consigue al reducir de forma efectiva los costes.⁶⁰

Según nuestra investigación podemos inferir que de la muestra tomada el 81.25% está de acuerdo que si el nivel de informalidad de las Micro y Pequeñas Empresas dedicadas a la venta de abarrotes disminuye, entonces habrá un mayor crecimiento empresarial en el distrito de Huánuco, ya que el nivel de informalidad no los deja crecer empresarialmente.

⁵⁹ CABANELLAS, Guillermo; "Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual", Tomo II (21va Edición); Buenos Aires –Argentina; Editorial Heliasta S.R.L. ; 2008; p. 719.

⁶⁰ <http://www.eaeprogramas.es/internacionalizacion/crecimiento-empresarial-definicion-y-modalidades/>

Según Demetrio Giraldo Jara: *Se entiende que existe evasión tributaria cuando una empresa o persona infringiendo la ley, deja de pagar todo o una parte de un impuesto al que está obligado. La evasión tributaria, es cualquier hecho comisivo u omisivo, del sujeto pasivo de la imposición que contravenga o viole una norma fiscal y en virtud del cual una riqueza imponible, en cualquier forma, resulte sustraída total o parcialmente el pago del tributo previsto por la ley.*⁶¹

De nuestra investigación referido a la evasión tributaria de las Micro y Pequeñas Empresas podemos decir que el 86.25% manifiesta que esta obstaculiza el crecimiento de la actividad económica del distrito de Huánuco, porque las MYPEs informales piensan que es la mejor forma de ganar dinero generando mayor carga tributaria al sector formal, competencia desleal, ineficiencia e improductividad, reduciendo en gran medida el desarrollo de este sector.

Artículo 30º del T.U.O de la Ley de Impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial D.S N°013-2013-PRODUCE. *..el Estado promueve el fortalecimiento de las instituciones de micro finanzas supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros. Asimismo, facilita el acercamiento entre las entidades que no se encuentran reguladas y que puedan proveer servicios financieros a*

⁶¹ Mg. CPC. Demetrio Giraldo Jara ; Diccionario para Contadores; Lima - Perú; Edición 1ra; Editora FECAT E.I.R.L.; 2005; Pág. 199

*las MYPE y la entidad reguladora, a fin de propender a su incorporación al sistema financiero.*⁶²

De nuestra investigación el 89.59% coincide en que dicho financiamiento tiene impacto en el crecimiento económico de estas empresas, puesto que el contar con un crédito financiero de cualquier entidad le permite crecer, hacer frente a sus obligaciones y lograr mayor rentabilidad.

5.2. PRUEBA DE HIPOTESIS

Método:

- **Descriptivo:** porque nos explica la razón o el porqué de la informalidad de la micro y pequeñas empresas del Distrito de Huánuco en el año 2015
- **Analítico:** Proceso de conocimiento que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad.
- **Comparativo:** Permite la comparación de diferentes empresas para analizar y sintetizar sus diferencias así como sus similitudes.
- **Deductivo:** Proceso de conocimiento que se inicia con la observación de hechos generales con el propósito de señalar las variedades particulares contenidas explícitamente en una situación general.

⁶² Artículo 30º del T.U.O de la Ley de Impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial D.S N°013-2013-PRODUCE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa

- **Inductivo:** La inducción va de lo particular a lo general, de los hechos a las causas.

Instrumento de Representación Gráfica de Datos

- **Campana de Gauss:** es una representación gráfica de la distribución normal de un grupo de datos. Éstos se reparten en valores bajos, medios y altos, creando un gráfico de forma acampanada y simétrica con respecto a un determinado parámetro.
- **Rangos de Aceptación y de Rechazo:**

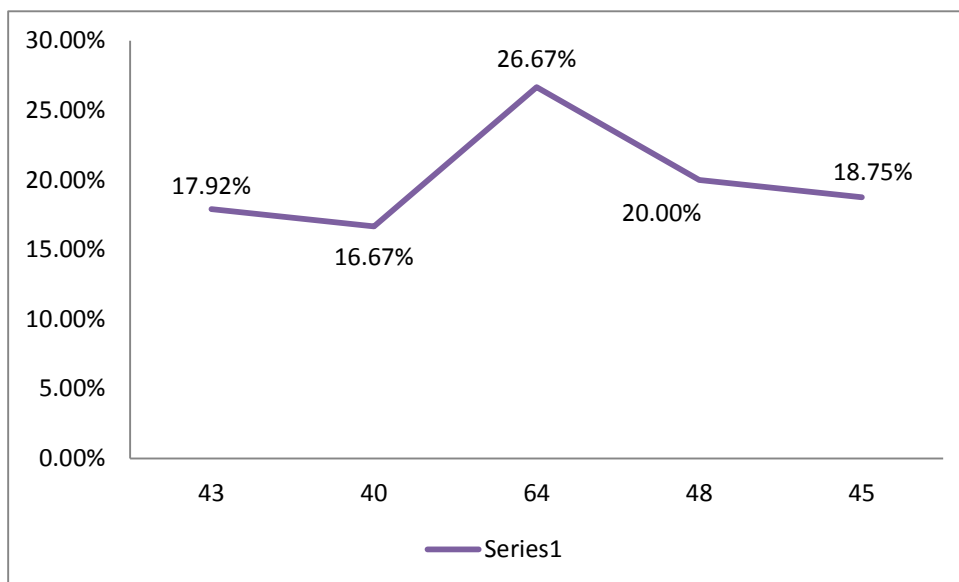
Aceptación : 95%

Rechazo: 5%

CUADRO N° 31
PRUEBA DE HIPÓTESIS "1"

INDICADORES		a	b	c	d	e
1	Burocracia	6	5	9	3	1
16	Rentabilidad	1	2	5	6	10
2	Costos de Constitución de Empresa	5	5	7	5	2
17	Competitividad Empresarial	2	3	5	6	8
3	Pasos para la Formalización	6	4	7	5	2
18	Organización Empresarial	1	3	7	4	9
4	Normas Tributarias	5	5	8	5	1
19	REMYPE	1	2	5	6	10
5	Corrupción	7	6	4	6	1
20	Oferta Laboral	9	5	7	2	1
TOTAL		43	40	64	48	45
%		17.92%	16.67%	26.67%	20.00%	18.75%

FUENTE: Investigadores

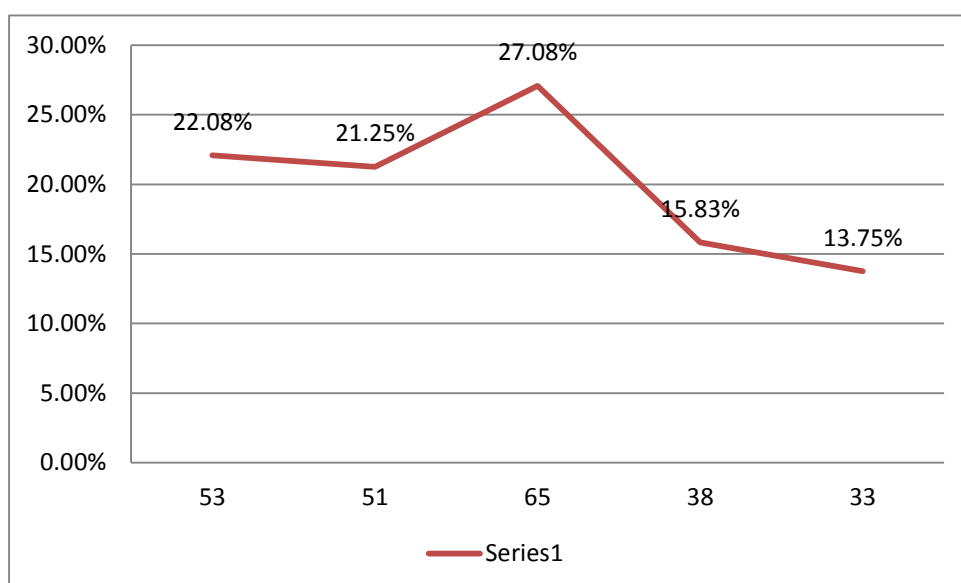
GRÁFICO N° 31**Prueba de Hipótesis "1"****Prueba de H "1" (Análisis)**

Referido al nivel de informalidad que influye en el crecimiento empresarial de las Micro y Pequeñas empresas. Podemos inferir que en la muestra tomada el 17.92% dice que está de acuerdo totalmente en que el nivel de informalidad no los deja crecer empresarialmente; mientras el nivel de aceptación general es del orden del 81.25% de la muestra y el nivel de rechazo es de 18.75%. Lo que podemos indicar que los rangos de aceptación y de rechazo no se están cumpliendo.

CUADRO N° 32**PRUEBA DE HIPÓTESIS "2"**

INDICADORES		a	b	c	d	e
6	Pago de Impuestos	1	3	6	8	6
21	Tipo de Empresa	1	3	10	2	8
7	Cultura Tributaria	6	6	8	3	1
22	Actividad Comercial	9	6	7	1	1
8	Política Tributaria	2	5	4	9	4
23	Conocimiento de Competidores	7	8	6	1	2
9	Control y Registro de Contribuyentes	10	7	4	2	1
24	Infraestructura de la Empresa	8	6	6	3	1
10	Orientación al Contribuyente	1	2	7	6	8
25	Comercio Informal	8	5	7	3	1
TOTAL		53	51	65	38	33
%		22.08%	21.25%	27.08%	15.83%	13.75%

FUENTE: Investigadores

GRÁFICO N° 32**Prueba de Hipótesis "2"**

Prueba de H "2" (Análisis)

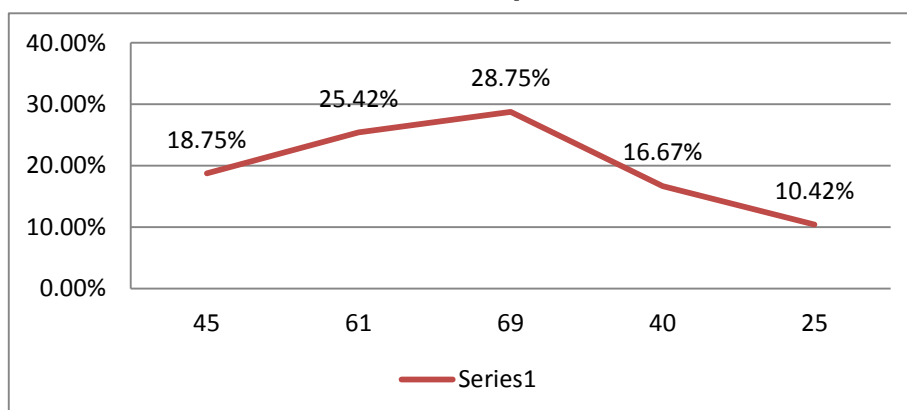
Referido a la evasión tributaria de las Micro y Pequeñas Empresas podemos inferir que en la muestra tomada el 22.08% manifiesta que obstaculiza totalmente el crecimiento de la actividad económica del distrito de Huánuco, mientras el nivel de aceptación general es del orden del 86.25% de la muestra y el nivel de rechazo es de 13.75%. Lo que podemos indicar que los rangos de aceptación y de rechazo no se están cumpliendo.

CUADRO N° 33
PRUEBA DE HIPÓTESIS "3"

INDICADORES		a	b	c	d	e
11	Créditos Financieros	5	5	9	0	5
26	Situación Económica	5	12	6	1	0
12	Capacidad de Pago	4	6	9	4	1
27	Bienestar Social	6	5	7	2	4
13	Tasas de Interés	3	5	8	6	2
28	Ingresos Económicos	7	9	2	4	2
14	Instituciones Financieras	5	8	7	3	1
29	Eficiencia de los Negocios	4	6	6	7	1
15	Limitación en los Préstamos	2	2	10	4	6
30	Calidad de Vida	4	3	5	9	3
TOTAL		45	61	69	40	25
%		18.75%	25.42%	28.75%	16.67%	10.42%

FUENTE: Investigadores

GRÁFICO N° 33
Prueba de Hipótesis "3"



Prueba de H "3" (Análisis)

Referido a las distintas fuentes de financiamiento de las MyPES podemos inferir que en la muestra tomada el 18.75% está de acuerdo totalmente en que dicho financiamiento tiene impacto en el crecimiento económico de estas empresas, mientras que el nivel de aceptación general es del orden del 89.58% de la muestra y el nivel de rechazo es de 10.42%. Lo que podemos indicar que los rangos de aceptación y de rechazo no se están cumpliendo.

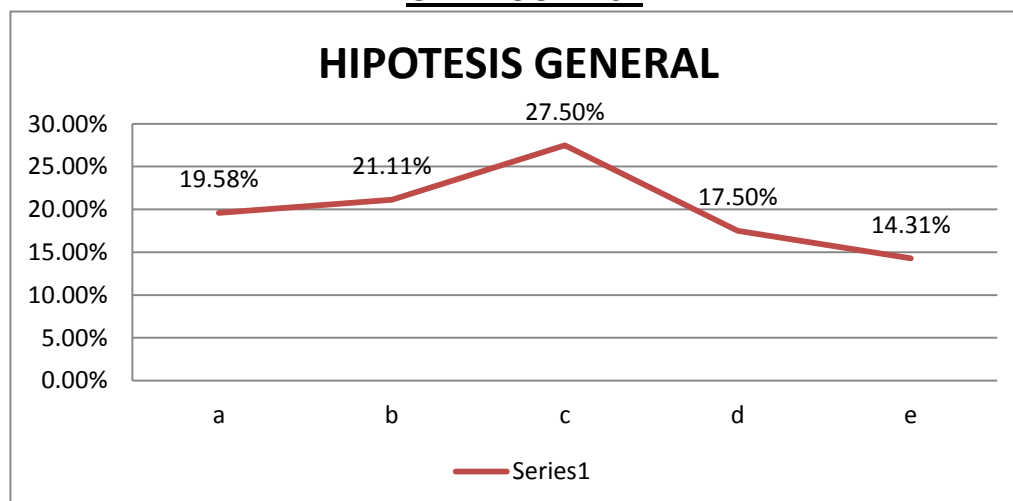
CUADRO N° 34

HIPOTESIS GENERAL

SUB HIPÓTESIS	ESCALA				
	a	b	c	d	E
Prueba de Hipótesis "1"	17.92%	16.67%	26.67%	20.00%	18.75%
Prueba de Hipótesis "2"	22.08%	21.25%	27.08%	15.83%	13.75%
Prueba de Hipótesis "3"	18.75%	25.42%	28.75%	16.67%	10.42%
TOTAL	58.75%	63.33%	82.50%	52.50%	42.92%
SUM. PROMEDIO	19.58%	21.11%	27.50%	17.50%	14.31%

FUENTE: Los Investigadores

GRÁFICO N° 34



CONCLUSIONES

De acuerdo a los cuadros estadísticos donde se muestra resultados de la encuesta realizada a la muestra comprendida por 24 MYPES del Distrito de Huánuco se concluye:

1. De los datos recogidos en la presente investigación la mayoría de la muestra consideran que los procedimientos administrativos son demasiados burocráticos por lo que origina confusión y desacierto para la formalización de las MyPEs dedicadas a la venta de abarrotes en el distrito de Huánuco. Así mismo los costos de formalización que se exigen a las MyPEs, al ser demasiado elevados, alejan a estas de ser formales, por ende impide el crecimiento económico del distrito de Huánuco.
2. Referido a la manera en como el nivel de informalidad impide el crecimiento empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas podemos decir que de la muestra tomada la mayoría indica que la Informalidad en ventas de abarrotes; influye negativamente en el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas formales, puesto que la informalidad trae consigo evasión masiva de impuestos, mayor carga tributaria al sector formal, competencia desleal, ineficiencia e improductividad, reduciendo en gran medida el desarrollo de este sector.

3. La mayoría de los empresarios no están de acuerdo con la política tributaria, la falta de información y orientación al contribuyente a cargo de los órganos administradores de tributos; además de que dicha entidad no realiza el control y registro adecuado de sus contribuyentes, así como no difundir el destino de la recaudación, crea la desconfianza de las MyPEs, originando la existencia de la evasión tributaria porque piensan que es la mejor forma de ganar dinero; por ende obstaculizan en cierto modo el crecimiento de la actividad económica del distrito de Huánuco.

4. En cuanto al financiamiento la mayoría de la muestra ha accedido a algún crédito financiero, tiene capacidad de pago para hacer frente a sus obligaciones y es consciente de que el financiamiento es fundamental para el crecimiento de su micro y pequeña empresa, mientras que solo una parte de la muestra encuestada no opina o no conoce que existen y que pueden acceder a las diversas formas de financiamiento a través de cajas municipales, Edpyme, cooperativas y bancos que ofrecen facilidades en cuanto a los requisitos, formas de pago y tasas de interés para lograr mayor rentabilidad en su negocio.

RECOMENDACIONES

Sobre la base de los resultados obtenidos en la presente investigación, se anuncian las siguientes recomendaciones:

1. El Estado a través de sus organismos debe generar acciones que pueden implementar los gobiernos regionales y/o locales para reducir la informalidad: promover la formalización de las empresas; aumentar la cobertura de la protección social; generar incentivos concretos para la formalización; estimular la formalización de trabajadores por cuenta propia; mejorar los mecanismos de control y articular la formalización con oferta de empleo.
2. Tanto las Instituciones Públicas y empresas privadas deben tomar medidas para recortar la burocracia y crear una cultura de acción eliminando siempre que sea posible el papeleo, conocer sus prioridades, recortar los procesos, no aplazar las decisiones, disponer de la información de manera inmediata porque de lo contrario no se podrá tomar decisiones correctamente, buscar personas orientados a la acción y recompensarlos por las medidas adoptadas para acelerar los trámites. Y de esa manera poder reducir la informalidad puesto que los empresarios consideran que los servicios públicos son deficientes y demoran mucho al momento de realizar los trámites para formalizarse.

3. Terminar con la evasión tributaria es una tarea compleja, por lo que el Estado en conjunto con la SUNAT deben implementar una reforma tributaria integral en la que todos los contribuyentes paguen de acuerdo a su verdadera capacidad económica. Este nuevo sistema tiene que ser sencillo y fácil de entender. Además, se debe implementar un plan operativo de verificación del cumplimiento de obligaciones tributarias que consiste en una fiscalización minuciosa de las personas que no declaran sus impuestos.
4. Los empresarios deben entender que un negocio sin recursos de financiamiento se moverá con dificultad, impidiendo en cierto modo su crecimiento, puesto que el financiamiento es el combustible con el cual marcha un negocio y por ende pueden tomar diferentes vías para conseguir financiamiento, a través de préstamos de las cajas municipales, Edpymes, cooperativas y bancos que ofrecen facilidades en cuanto a los requisitos, formas de pago y tasas de interés y así lograr un mayor crecimiento, y estas pueden ser usadas más de una opción.

BIBLIOGRAFÍA

DOCUMENTALES

1. **CABANELLAS, Guillermo:** Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, Tomo II (21va Edición); Buenos Aires –Argentina; Editorial Heliasta S.R.L.; 2008; pp 527.
2. **CARDENAS DAVILA, Nelly Luz;** Tesis: “influencia de la informalidad en la competitividad de la micro y pequeña empresa en la región Arequipa 2010”, Universidad Católica de Santa María.-Arequipa, pp 184.
3. **CASTILLO GUZMAN, Jorge; BUENO VASQUEZ, Antonio; BENITES RAMIREZ, Junio:** Manual de la Micro y Pequeña Empresa-MYPE, Ediciones Caballero Bustamante (1ra Edición); San Borja – Lima – Perú; Editorial Tinco S.A.; 2008; pp 218.
4. Decreto Legislativo N° 813, publicado el 20 de abril de 1996.
5. Diccionario De La Real Academia Española, Ed.2010
6. **FIGUEROA ESTREMADOYRO, Hernán:** Ley general de sociedades N°26887 Comentada; Lima – Perú; Editorial MV FENIX E.I.R.L; 2011 ; pp 336.
7. **FLEITMAN Jack:** Negocios Exitosos; México; Mc Graw Hill Interamericana Editores; 2000; pp 383.
8. **GIRALDO JARA, Demetrio:** Diccionario para Contadores (1ra Edición); Lima – Perú; Editorial FECAT E.I.R.L; 2013; pp 463.

9. **GONZÁLEZ GONZÁLEZ, Ivon Carolina;** Tesis: “análisis del sector MYPE en Chile y propuestas de segmentación para entrega de recursos más eficiente” Universidad de Chile , - Santiago de Chile - 2013, pp 136.
10. **KHOLER, Eric L.:** Diccionario para contadores; México; Editorial Unión Tipográfica; 1981; pp 717.
11. **NIÑO CUEVA ,Moisés Ronald; NIÑO CUEVA, Danés Carlos Enrique, Niño Pizarro, Orestes; Ventura Acuña, Liz Irma:** El Proyecto de Investigación; (1ra Edición); Lima – Perú; Editorial Grafica San Remo S.A.C; 2012; pp 146.
12. **Rengifo Romero, Christian Freddy; Br. Vigo Montoya, Ana Claudia;** Tesis: “Incidencia de las infracciones tributarias en la situación económica y financiera de las MyPEs del sector calzado Apiat – año 2013”, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Julio del 2014, pp 92.
13. **RUIZ GARCIA, Abado D. :** Manual de MYPES para la Constitución de todo Tipo de Empresas; Lima – Perú; Editorial MV FENIX E.I.R.L.2013; pp 427.
14. **SAMUELSON Paul y NORDHAUS William:** Economía ,(17va Edición); México; Mc Graw Hill Interamericana Editores,. 2002; pp 701.
15. **Segura Flores, Fredy Félix;** Tesis “Los Regimes Tributarios de las Mypes y su incidencia en la formalización como contribuyente en la Región de Huánuco – 2012”; Huánuco; 2012; pp 128.

16. **T.U.O de la Ley de impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial** D.S N° 013-2013-PRODUCE.
17. **ZUANI RAFAEL, Elio:** Introducción a la Administración de Organizaciones, (2da Edición); Salta – Argentina; Editorial Maktub; 2002; pp 466.

HEMEROGRÁFICAS

1. Boletín de Emprendimiento Económico, “Empresarios en Acción
2. La razón: Economía-sub desarrollo económico; p 13-abril del 2011
3. MENESES JIMENES; José Ángel; “TIPS PARA CONSEGUIR TRABAJO”; 2010-EDICIONES CARPE.
4. ROMERO Ricardo; Marketing; Editora Palmir E.I.R.L
5. VILLEGAS, Héctor; Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario.

DIRECCIONES ELECTRONICAS

1. <http://culturatrims.blogspot.com/>
2. <http://es.wikipedia.org/>
3. <http://negocios.uncomo.com>
4. <http://www.mef.gob.pe/>
5. <http://negocios.uncomo.com/>
6. <http://www.inei.gob.pe/>
7. <http://www.buenastareas.com/>
8. <http://blog.conducetuempresa.com/>

ANEXOS

ANEXO N° 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA																				
TITULO	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	POBLACION Y MUESTRA	METODOLOGIA												
"EFECTOS DE LA INFORMALIDAD EN VENTAS DE ABARROTES, EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO - 2015"	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	INDEPENDIENTE	V. DIRECTA	BUROCRACIA COSTOS DE CONSTITUCION DE EMPRESA PASOS PARA LA FORMALIZACION NORMAS TRIBUTARIAS CORRUPCIÓN	POBLACION: La poblacion de estudio lo constituyen las Micro y Pequeñas empresas de la Provincia de Huánuco con un total de 156	TIPO DE INVESTIGACION: Investigación aplicada ; porque se plantea resolver problemas, buscando la aplicación y utilización de los conocimientos y resultados que obtenemos a travez de la investigación.												
	¿Cuál es el efecto de la informalidad en ventas de abarrotos, en el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas del Distrito de Huánuco en el año 2015?	Identificar y describir cuáles son los efectos de la informalidad en ventas de abarrotos, en el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas del Distrito de Huánuco en el año 2015.	La informalidad en ventas de abarrotos se reducirá en la medida que los comerciantes tomen conciencia de la importancia, los beneficios y ventajas de la formalización; entonces las micro y pequeñas empresas tendrán un mayor crecimiento económico.	INFORMALIDAD DE LAS MYPES EN VENTAS DE ABARROTES	EVASION TRIBUTARIA	FINANCIAMIENTO			PAGO DE IMPUESTOS CULTURA TRIBUTARIA POLITICA TRIBUTARIA CONTROL Y REGISTRO DE CONTRIBUYENTES ORIENTACION AL CONTRIBUYENTE CREDITOS FINANCIEROS CAPACIDAD DE PAGO TASAS DE INTERES INSTITUCIONES FINANCIERAS LIMITACION EN LOS PRESTAMOS	NIVEL DE INVESTIGACION: será una investigación descriptiva porque busca explicar los motivos que llevaron a las MYPES a ser informales.										
									DEPENDIENTE		V. INDIRECTA									
									CRECIMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE VENTAS DE ABARROTES		CRECIMIENTO EMPRESARIAL	RENTABILIDAD COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL REMYPE OFERTA LABORAL TIPO DE EMPRESA	METODO: • Descriptivo ; porque nos explica la razón o el porque de la informalidad de la micro y pequeñas empresas del Distrito de Huánuco en el año 2015							
												ACTIVIDAD ECONOMICA		ACTIVIDAD COMERCIAL CONOCIMIENTO DE COMPETIDORES INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA COMERCIO INFORMAL						
														CRECIMIENTO ECONOMICO	SITUACION ECONOMICA BIENESTAR SOCIAL INGRESOS ECONOMICOS EFICIENCIA DE LOS NEGOCIOS CALIDAD DE VIDA					
												PROBLEMAS ESPECIFICOS		OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	INDEPENDIENTE			MUESTRA: se realizo de manera probabilística aplicando la fórmula, obteniendo un resultado de 24	<ul style="list-style-type: none"> • Analtico; Proceso de conocimiento que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad. • Comparativo; Permite la comparación de diferentes empresas para analizar y sintetizar sus diferencias así como sus similitudes. • Deductivo; Proceso de conocimiento que se inicia con la observación de hechos generales con el propósito de señalar las variedades particulares contenidas explícitamente en una situación general. • Inductivo; La inducción va de lo particular a lo general, de los hechos a las causas.
												1. ¿Cómo el nivel de informalidad impide el crecimiento empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas del Distrito de Huánuco?		1. Determinar y describir como el nivel de informalidad impide el crecimiento empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas del distrito de Huánuco.	1. Si el nivel de informalidad de las Micro y Pequeñas Empresas dedicadas a la venta de abarrotos disminuye, entonces habrá un mayor crecimiento empresarial en el distrito de Huánuco.	INFORMALIDAD	CRECIMIENTO EMPRESARIAL			
									DEPENDIENTE											
									2. ¿De qué manera la evasión tributaria de las Micro y Pequeñas Empresas obstaculiza el crecimiento de la actividad económica del distrito de Huánuco 2015?		2. Determinar de qué manera la evasión tributaria de las Micro y Pequeñas Empresas obstaculiza el crecimiento de la actividad económica del distrito de Huánuco.	2. Si identificamos las causas de la evasión tributaria entonces intentaremos conocer de qué manera obstaculiza el crecimiento de la actividad económica del distrito de Huánuco.	EVASION TRIBUTARIA	ACTIVIDAD ECONOMICA						
							DEPENDIENTE													
	3. ¿Cómo la falta de financiamiento puede incidir en el crecimiento económico de la MYPES del distrito de Huánuco 2015?	3. Evaluar las distintas fuentes de financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el distrito de Huánuco y determinar su impacto en el crecimiento económico de estas empresas.	3. Si las Micro y Pequeñas Empresas optan por un financiamiento para desarrollar sus actividades comerciales entonces tendrán un crecimiento económico que les permita salir de la informalidad.	FINANCIAMIENTO	CRECIMIENTO ECONOMICO															
						DEPENDIENTE														

ANEXO N° 2

CUESTIONARIO

CUESTIONARIO

Edad:

Sexo: (F) (M)

Cargo:

Tiempo de Servicio:



Estimado Empresario:

Conteste verazmente al cuestionario siguiente, la información que proporcione será usada con fines estadísticos en un proyecto de investigación y será de carácter confidencial. Es muy importante que conteste el cuestionario completo y con honestidad. Gracias.

Marque con un aspa (x) en el casillero que corresponda, según la siguiente escala:

Totalmente	Parcialmente	Medianamente	Mínimamente	No conoce
a	B	c	d	e

PREGUNTAS	a	b	c	d	e
1. ¿Cree usted que la Burocracia obstaculiza en los procedimientos de formalización de una empresa?					
2. ¿Cree usted que el costo de constituir una empresa influye al momento de formalizarla?					
3. ¿Conoce usted los pasos para la formalización de una Micro y Pequeña Empresa?					
4. ¿Está de acuerdo con las normas tributarias emitidas por la Administración Tributaria?					
5. ¿Cree usted que la Corrupción impide la iniciativa de trabajo de las empresas?					
6. ¿Está de acuerdo usted, en el pago de impuestos de acuerdo a las tasas establecidas por la SUNAT?					
7. ¿Cree usted, que la Cultura Tributaria es importante para el crecimiento de un negocio?					
8. ¿Cree usted que la Política Tributaria que aplica la SUNAT es la más adecuada para su negocio?					
9. ¿Cree usted que la SUNAT debería realizar periódicamente un adecuado control y registro de contribuyentes con el fin de reducir la informalidad?					
10. ¿Está usted de acuerdo con la orientación que te brinda la SUNAT para el crecimiento de tu empresa?					

11. ¿Ha optado usted por algún crédito financiero para el financiamiento de su negocio?					
12. ¿Tiene usted capacidad de pago para hacer frente a sus obligaciones?					
13. ¿Cree usted que la tasa de interés influye en el crecimiento económico de su negocio?					
14. ¿Cree usted que las instituciones financieras brindan facilidades para otorgar créditos financieros?					
15. ¿Conoce usted cuál es el límite del monto en los créditos que ofrece el sistema financiero?					
16. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio se incrementará acogiéndose a la formalización?					
17. ¿Cree usted que la competitividad empresarial influye en el crecimiento económico del Distrito de Huánuco?					
18. ¿Conoce usted las modalidades de organización empresarial que establece la ley general de sociedades?					
19. ¿En su opinión estar inscrito en el Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) le brinda beneficios?					
20. ¿Cree usted que la oferta laboral se incrementará en la medida que aumenten las empresas formales?					
21. ¿Está informado sobre los tipos de empresa existentes en el país?					
22. ¿Cree que la actividad comercial elegida por usted es la más rentable?					
23. ¿Tiene usted conocimiento de los competidores potenciales y del peligro que representan para su negocio?					
24. ¿Considera usted que la infraestructura de la empresa es un factor importante para su crecimiento?					
25. ¿Cree usted que el comercio informal perjudica a los empresarios formales?					
26. ¿Diga usted si su situación económica es estable?					
27. ¿Cree usted que el bienestar social mejorará cuando haya mayor captación de ingresos por parte del Estado?					
28. ¿Con los ingresos económicos que usted posee, está en la capacidad de formalizarse?					
29. ¿Cree usted que la eficiencia de los negocios se incrementará en la medida que se reduzca la informalidad?					
30. ¿Cree usted que la calidad de vida está relacionada con la informalidad de los negocios?					

ANEXO N° 3

**Guía de entrevista no
estructurada o informal**

GUÍA DE ENTREVISTA



MYPES COMERCIALIZADORAS DE ABARROTES DEL
DISTRITO DE HUÁNUCO 2015

1. ¿Ha optado usted por algún crédito financiero en alguna institución financiera del distrito de Huánuco?

De la muestra tomada el 75% afirman que accedieron a préstamos de las cajas municipales, mientras que el 25% no accedieron a préstamos, porque cuentan con capital para financiarse.

2. ¿En su opinión, acogerse a la formalización depende en gran medida de los ingresos económicos que posee?

De la muestra 19 MyPEs menciona que formalizarse ocasiona más gastos en cuanto al pago de los impuestos, contador, tramites en registros públicos, licencia de funcionamiento y otros derechos.

3. ¿Es rentable la venta de abarros y le permite cubrir sus deudas?

Más de la mitad de la muestra manifiesta que le permite cubrir sus deudas y que es un negocio rentable, mientras que el resto dice que solo le permite cubrir sus necesidades diarias.

4. ¿conoce usted de la existencia y los beneficios que ofrece el registro de micro y pequeñas empresas - REMYPE?

El 25% de la muestra conoce de la existencia y los beneficios de la Ley MYPE; por otro lado el 75% restante desconoce de la importancia de pertenecer al REMYPE.

5. ¿Cree usted que siendo formal mejorara su calidad de vida?

Los encuestados manifiestan que la calidad de vida no depende de la formalidad sino de cuanto logren vender y de cuanto recauden por dichas ventas.

6. ¿Cree usted que el bienestar social depende de cuánto logra recaudar el estado del pago de los impuestos?

Los encuestados manifiestan que le corresponde al Estado velar por el bienestar de la población y que la informalidad de este sector influye mínimamente en el crecimiento económico de Huánuco.

ANEXO N° 4

POBLACIÓN

REGISTRO DE EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO

N°	COD.	Actividad económica	Razón Social	RUC	Tipo	Dirección	#	Zona	Región	Provincia	Distrito	Régimen	Tamaño
1	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	RAMIREZ DE SOLANO HERMINIA	10224040801	JR.	SAN MARTIN	391		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
2	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	GARCILAZO SALAZAR FRANCISCO CIRO	10228625227	JR.	SAN MARTIN	670		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
3	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CHAVEZ ESPINOZA GRACIANO	10227171206	JR.	SAN MARTIN	672		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Micro
4	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	AYALA LINO AMADOR JAVIER	15170019498	JR.	SAN MARTIN	701		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
5	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CARHUAS Y CASTRO JESUS MANUEL	10224915778	JR.	SAN MARTIN	730		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Micro
6	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	COMERCIAL KEREN'S EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD	20489566029	JR.	SAN MARTIN	737		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Pequeña
7	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ESPIRITU TUCTO CANISA	10224875440	JR.	SAN MARTIN	829		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
8	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MORENO HERRERA BETZABETH CARMEN	10467781893	JR.	SAN MARTIN	965		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
9	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SALCEDO MEZA GAUDENCIA	10224154246	JR.	SAN MARTIN	1401		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro

10	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	GARCIA TAMARA MARIA	10108749089	JR.	SAN MARTIN	1536	C.U. HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
11	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	PRINCIPE CALDAS MARUJA EDITA	10224152626	JR.	SAN MARTIN	1644		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
12	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	AMANCIO SOLORIZANO GREGORIO	10225082354	JR.	HUANUCO	318		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
13	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ADAUTO TREJO MATILDE VICTORIA	10065447890	JR.	HUANUCO	323		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
14	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CONSORCIO ALVA E.I.R.L.	20489677017	JR.	HUANUCO	356		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Pequeña
15	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ROJAS NIEVES JULIA FELIPA	10224130959	JR.	HUANUCO	381		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Micro
16	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	HUERTO MORALES KLEVER	10224285049	JR.	HUANUCO	4		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
17	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	NODA BRAVO MAXIMO	10224044360	JR.	HUANUCO	756		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
18	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SUCESION INDIVISA JORGE TRUJILLO FELIX	10224264181	JR.	HUANUCO	887		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
19	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	FALCON MARIN GLORIA	10224141187	JR.	HUANUCO	915		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
20	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CUNYAS AVILEZ HUGO BRUNO	10200195766	JR.	ABTAO			HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
21	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MARTEL SERRANO YOYSI	10224265170	JR.	ABTAO	107		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro

22	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SALGADO CABRERA MARCELINA	10224367231	JR.	ABTAO	277		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Micro
23	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	LEIVA GINES DIANA MELISSA	10432336030	JR.	ABTAO	679		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
24	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	DISTRIBUIDORA DULCE PLAST SOCIEDAD COMERCIAL DE RE	20489414601	JR.	ABTAO	712		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Micro
25	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SOTO CASACHAGUA HERMELINDA SILVIA	10415235700	JR.	ABTAO	785		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
26	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	PARRA CERVANTES CESAR AUGUSTO	10228622431	JR.	ABTAO	1211		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
27	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	LOZANO LUCERO PEPA LUCIA	10224229688	JR.	LEONCIO PRADO	174		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
28	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CASTRO MORALES MIRIAM ELIA	10224157644	JR.	LEONCIO PRADO	266		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
29	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CABALLERO TRUJILLO BLANCA DELIA	10067561037	JR.	LEONCIO PRADO	299		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
30	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ROJAS GARCIA LUZ CATALINA	10072430501	JR.	LEONCIO PRADO	612		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
31	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SANTA ANA MULTISERVIS S.R.L.	20529145820	JR.	LEONCIO PRADO	652		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Micro
32	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	OBREGON ESTEBAN LIZETH CLARA	10410714731	JR.	LEONCIO PRADO	811		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RER	Micro

33	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	OBREGON ESTEBAN CYNTHIA LUZ	10435344149	JR.	LEONCIO PRADO	811		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
34	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	OBREGON ESTEBAN CYNTHIA LUZ	10435344149	JR.	LEONCIO PRADO	811		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
35	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CRUZ CELIS YOLANDA	10224352129	JR.	LEONCIO PRADO	1661		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
36	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ASTUQUIPAN SALINAS GERMAN	10224007936	JR.	LEONCIO PRADO	1613	LAS MORAS	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
37	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CELIS SEBASTIAN DE PEÑA VICTORIA	10224036197	JR.	LEONCIO PRADO	1675	LAS MORAS	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
38	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	BERNARDO DE RICAPA LUCY	10224158039	JR.	LEONCIO PRADO	1873		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
39	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ANCHANTE HIDALGO PABLO MANUEL	10224200990	JR.	HERMILIO VALDIZAN	173		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
40	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MARIN DE PADILLA ALICIA	10224098133	JR.	HERMILIO VALDIZAN	327		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
41	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	RAMIREZ RETIZ HILDA	10077161738	JR.	HERMILIO VALDIZAN	400		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
42	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ZEVALLS AMPUDIA EDIT ELIZABET	10224227774	JR.	HERMILIO VALDIZAN	425		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
43	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CORPORACION DE NEGOCIOS SAC	20489418267	JR.	HERMILIO VALDIZAN	519		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Pequeña
44	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CLAUDIO BALDEON JUAN HERNAN	10231453569	JR.	HERMILIO VALDIZAN	545		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro

45	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CRESPO RODRIGUEZ BERTILA CHRIS	10408583255	JR.	HERMILIO VALDIZAN	545		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Pequeña
46	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	TUPIA CORREA JULIO CESAR	10224771784	JR.	HERMILIO VALDIZAN	670		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
47	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	DISTRIBUIDORA DE INFORMACION Y SERVICIOS JURÍDICOS	20528967117	JR.	HERMILIO VALDIZAN	877		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RER	Micro
48	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CALERO SIMON OSWALDO	10224250202	JR.	28 DE JULIO	598		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
49	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CHAVEZ DELGADO NORA MELANIA	10224078272	JR.	28 DE JULIO	706		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
50	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	HIDALGO TOLENTINO VICTOR AUGUSTO	10224083403	JR.	28 DE JULIO	1023		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
51	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	FLORES PABLO VDA DE SEGUNDO MARIONILA	10224054021	JR.	28 DE JULIO	1316		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
52	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CLEMENTE TRINIDAD GERMAN	10224185117	JR.	28 DE JULIO	1563		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
53	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	GUERRA SANCHEZ CESARIO	10224069184	JR.	DOS DE MAYO	355		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
54	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	LLANOS FLORES MANUEL ELMER	10224258351	JR.	DOS DE MAYO	399		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
55	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	FERNANDEZ ORIA ISOLINA	10224266672	JR.	DOS DE MAYO	516		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
56	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	HERRERA DE FLORES ROSA	10224366332	JR.	DOS DE MAYO	731		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro

57	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SEGURA DE GARNELO MARGARITA VICTORIA	10225177134	JR.	2 DE MAYO	790		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
58	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	EMPTTEL INTEGRA AYR S.A.C.	20528994785	JR.	DOS DE MAYO	1048		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Micro
59	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	LINDEROS ECOLOGICOS S.R.L.	20404717821	JR.	DOS DE MAYO	1296		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Pequeña
60	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ROJAS DE ROLANDO MARIA JESUS	10224131491	JR.	DOS DE MAYO	1304		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
61	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	YABAR DE PEREZ JUANA INOCENTA	10224185435	JR.	DOS DE MAYO	1609		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
62	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	RETTIS DE RAMOS YOLANDA NORA	10224595544	JR.	DOS DE MAYO	1880	LAS MORAS	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
63	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	VALDIZAN CORDERO BELISARIO	10224030865	JR.	JUNIN	382		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
64	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ALVARADO CORNELIO MARIA ANTONIETA	10224641015	JR.	JUNIN	386		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
65	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SUAREZ Y MORALES EDITH CORINA	10224184501	JR.	JUNIN	601		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
66	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	TEJADA FLORES MARIA LUISA	10224214249	JR.	CRESPO CASTILLO	153		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
67	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SANTAMARIA CHOCANO GIOMAR ANGEL	10415304965	JR.	CRESPO CASTILLO	330		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
68	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MELENDEZ ARCAYO CLARA	17132893284	JR.	CRESPO CASTILLO	487		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro

69	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	GUIBO DE ECHEVARRIA BERTHA YOSHICO	10224204057	JR.	CRESPO CASTILLO	899		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
70	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CAMPOS CHAVEZ MARCELINA	10224126749	JR.	TARMA	142		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
71	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	DE LA CRUZ VARA MARIA LUZ	10224695930	JR.	TARMA	175		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
72	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MALDONADO DE JUSTO YOLANDA	10224143775	JR.	TARAPACA	113		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
73	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	BERRIOS ESPINOZA MARCELINO	10225151640	JR.	TARAPACA	122		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
74	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SANCHEZ ESPINOZA ALESSANDRA MADAI	10450315821	JR.	TARAPACA	470		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
75	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SUPERMERCADO MIX S.R.L.	20362427798	JR.	TARAPACA	550		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Mediana
76	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SANCHEZ CANGAHUALA SANDRA DOMENICA	10224764699	JR.	TARAPACA	624		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RER	Micro
77	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ADVINCULA Y PULIDO MIREYA	10224127699	JR.	HUALLAYCO	301		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
78	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ININSA S.R.L.	20404652355	JR.	HUALLAYCO	686		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Micro
79	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MORY GONZALES VIA JUAN ALBERTO	10224900533	JR.	HUALLAYCO	696		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Pequeña
80	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CUEVA AGUIRRE WALDEMAR	10224942201	JR.	HUALLAYCO	730	C.U HUANO CO	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RER	Micro

81	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CAMPOS ESPINOZA WILDER YONE	10407661805	JR.	HUALLAYCO	737		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Pequeña
82	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	DOMINGUEZ ALVINO JHON	10414166038	JR.	HUALLAYCO	836		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RER	Micro
83	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	LOZANO DE PALMA LUZ LUCI	10224267261	JR.	HUALLAYCO	988		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
84	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	LAMBRUSCHINI MALPARTIDA LUIS POMPEYO	10224075699	JR.	HUALLAYCO	1249		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
85	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	BERROSPI FIGUEROA ROSA ISABEL	10224758885	JR.	HUALLAYCO	1411		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
86	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	DAVID DORIA SARA ANTOLINA	10231761298	JR.	HUALLAYCO	1435		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
87	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	RIVERA CLOUD CIRO SADY	10224065171	JR.	HUALLAYCO	1499		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
88	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	VACA DE CHUNG LUZ ANGELICA	10224233251	JR.	HUALLAYCO	1504		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
89	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	BRAVO CELIS MERY	10224009220	JR.	HUALLAYCO	1520		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
90	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	BERAUN QUINONEZ LUIS AURELIO	10224600327	JR.	HUALLAYCO	1611		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Pequeña
91	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	VILLODAS Y ROSALES ROSA ZENAIDA	10224907783	JR.	HUALLAYCO	1789		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
92	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	VILLAFUERTE VALENCIA NAURA	10224917312	JR.	HUALLAYCO	1907		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro

93	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	TENA ESTEBAN YOVANNA	10720225226	JR.	AYACUCHO	220		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
94	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	HUAMAN PASCUAL LUCY	10428320471	JR.	AYACUCHO	226		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
95	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	FLORES PEREZ AGRIPINA	10225087089	JR.	AYACUCHO	255		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
96	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	GARCIA CHAVEZ ELENA MADELEINE	10404299773	JR.	AYACUCHO	625		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RER	Micro
97	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	VENANCIO PEREZ TEODORA	10224628221	JR.	AGUILAR	182		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
98	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CALDERON SORIA RAFAEL ALBERTO	10224029433	JR.	AGUILAR	322		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
99	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	VIDAL VILLANUEVA BETTY IRAIDA	10224217906	JR.	AGUILAR	436		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
100	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	VILLANUEVA SEBASTIAN SEVERIANO	10224303292	JR.	AGUILAR	778	JR AGUILAR	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Micro
101	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	RICAPA MORALES JULIA GRIMANESA	10224037797	JR.	GENERAL PRADO	540		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
102	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ZEVALLS CALDERON JULIA AMALIA	10224060047	JR.	GENERAL PRADO	805		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
103	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	DERENZIN VIDURIZAGA VICTORIA ZENAI DA	10224116115	JR.	GENERAL PRADO	1092		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
104	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CORCINO DE FERNANDEZ BERTHA	10224122743	JR.	INDEPENDENCIA	630		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro

105	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CORCINO DE TAPIA ELVA	10224072711	JR.	INDEPENDENCIA	641		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
106	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	HUERTO CASTRO MARIA	10224611337	JR.	INDEPENDENCIA	1153		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
107	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ROSALES DE ASTUQUIPAN GREGORIA	10224130215	JR.	INDEPENDENCIA	1544		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
108	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ZEVALLS BARRUETA FLAVIO AGAPITO	10224150691	JR.	AYANCOCHA	401		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
109	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MARIN RAMIREZ MARIO	10224034615	JR.	AYANCOCHA	798		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
110	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MARTEL DUEÑAS CARMEN ROSA	10225066731	JR.	CONSTITUCION	101		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
111	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	COOPERATIVA DE CONSUMO BAZAR MAGISTERIAL LTDA	20108743787	JR.	CONSTITUCION	467		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Micro
112	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	VAREA PALOMINO EULOGIO	10224095649	JR.	CONSTITUCION	953		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
113	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SANTIAGO TUCTO NESTOR	10224151662	JR.	SEICHI IZUMI	130		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
114	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	HILARIO DE BARTOLO CASILDA	10225104935	JR.	SEICHI IZUMI			HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
115	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	TACUCHI SANTA CRUZ ASTRID ARICELY	10460466143	CAL.	LA MERCED	138		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
116	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CASIMIRO CAJAHUANCA JOSE JUAN	10040007887	CAL.	LA MERCED	154	MERCA DO VIEJO	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Micro

117	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	RIOS CASTILLO LUIS ENRIQUE	10423049869	CAL.	LA MERCED	160		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
118	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	GUERRERO TORRES JUAN CARLOS	10224194523	JR.	MAYRO	352		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
119	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	NEGOCIACIONES BERROSPI E.I.R.L.	20542561832	JR.	MAYRO	689		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RER	Micro
120	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ROSAS HERRERA MARIA JUANA	10404625727	AV.	ALAMEDA DE LA REPUBLICA	101		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
121	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CABIA ALEJO MARIO	10225123506	AV.	ALAMEDA DE LA REPUBLICA	218		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
122	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	FLORES DE QUIÑONES ANA	10224036472	----	ALAMEDA DE LA REPUBLICA	260		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
123	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	TUCTO BORROMEO HERMILIO	10225142152	----	ALAMEDA DE LA REPUBLICA	279		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
124	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	QUIÑONES VDA.DE BELGRANO VICTORIA ROMUALDA	17134610077	AV.	ALAMEDA DE LA REPUBLICA	370		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
125	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ESPINOZA M DE MOLINA MAGNA	10225087607	AV.	ALAMEDA DE LA REPUBLICA	555	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
126	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	RODIL MELGAREJO DE TUCTO JUSTINA	10224186181	----	MERCADO MODELO	48		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
127	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	TUCTO RODIL HUGO	10224047270		MERCADO MODELO	315		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
128	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	DOMINGUEZ VALDEZ MARCELINO	10224238946	----	MERCADO MODELO	782		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro

129	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ORTEGA DE MALLQUI SILVERIA	10224136906	----	PUESTO EXTERIOR	997		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
130	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MARTINEZ DE CISNEROS LUISA	10224188043	BL.	HUALLAYCO INT MERCADO M.	23		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
131	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ZEVALLOS ALVARADO JULIO CESAR	10062125859	JR.	DAMASO BERAUN	827		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
132	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MALPARTIDA DE EGOAVIL YOLANDA	10224038394	JR.	BOLIVAR			HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
133	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	DUENAS DE DURAND ELIZABETH	10226401941	JR.	PROGRESO	298		HUANUCO	AMBO	AMBO	RUS	Micro
134	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CARDOZA LAMADRID ROSANA	10257579358	JR.	PEDRO PUELLES	186		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RER	Micro
135	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CUEVA MARTINEZ YAQUELINE YOLI	10225023111	JR.	LIBERTAD	309		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
136	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	RONQUILLO DE NACION DELFINA	10224103129	----	PROLOG HUALLAYCO	154	LA QUINTA	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
137	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SANCHEZ ALMERCO SATURNINA	10224196313	----	PROLONGACION HUALLAY			HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
138	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MAGUINA ALVARADO MARIA JUDITH	10224103668	----	PROLONG DEL JR HUALLAYCO			HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
139	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MALPARTIDA RIVERA JUAN DE DIOS	10231400163	PJ.	LAMBAYEQUE	189	LAS MORAS	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
140	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	BONIFACIO MARTINEZ PRUDENCIO	15132901306				SAN FELIPE-LAS	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro

								MORAS					
141	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	DIAZ DE AGUIRRE TEOFISTA	10224161030	----	PROLOG 14 DE AGOSTO	224	LAS MORAS	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
142	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SALAZAR CANO GERMAN ALFREDO	10224088766	MLC.	CENTENARIO LEONCIO PRADO	1103	LAS MORAS	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
143	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MARCHAN RAMIREZ VENERANDA	10225130936	----	PROLONG. INDEPENDENCIA	229		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
144	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	VILLAVICENCIO HUETE GETULIO	10224064620	----	PROLONG.BOLIVAR	122		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
145	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	VICTORIO BONIFACIO LEONA	10224623785	AV.	ALFONSO UGARTE	303		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
146	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MELGAREJO DONATO ANTONIO	10224093131	PJ.	SANTA CLARA	173		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
147	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MELGAREJO ORTEGA ROSSI GLORIA	10224980308	JR.	14 DE AGOSTO	297		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
148	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ENCARNACION ISLA EMILIO	10224033732	JR.	LOS CEDROS	175	SEÑOR DE PUELLES	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
149	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	RODRIGUEZ MELGAREJO MICHEL ELVEZ	10225214960	JR.	VIÑA DEL RIO	216		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
150	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	COLCA DE RODRIGUEZ EUSEBIA	10225149301	JR.	LEON DE HUANUCO	180		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
151	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	DIAZ DE MAUTINO MARGARITA JULIA	10225152948	JR.	JOSE VARELLANOS	164		HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro

152	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	VELASQUEZ DE ROJAS LUISA	10224081664				APARICIO POMARES	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
153	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	LIVIAS SOLIS DE FONSECA ESDRAS SERAFINA	10224939006				LA QUINTA	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
154	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CASTANEDA MOTTA CIRILA	10224125718					HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
155	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SANCHEZ USURIAGA VICTOR	10089030736				LAS FLORES	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
156	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	IBANEZ VERGARA MAMERTO	10229710350				LOS LAURELES	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro

ANEXO N° 5

MUESTRA

REGISTRO DE EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO

N°	COD.	Actividad económica	Razón Social	RUC	Tipo	Dirección	#	Región	Provincia	Distrito	Régimen	Tamaño
1	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	GARCILAZO SALAZAR FRANCISCO CIRO	10228625227	JR.	SAN MARTIN	670	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
2	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CHAVEZ ESPINOZA GRACIANO	10227171206	JR.	SAN MARTIN	672	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Micro
3	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	AYALA LINO AMADOR JAVIER	15170019498	JR.	SAN MARTIN	701	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
4	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CARHUAS Y CASTRO JESUS MANUEL	10224915778	JR.	SAN MARTIN	730	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Micro
5	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	COMERCIAL KEREN'S EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD	20489566029	JR.	SAN MARTIN	737	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Pequeña
6	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ADAUTO TREJO MATILDE VICTORIA	10065447890	JR.	HUANUCO	323	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
7	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	Comercial Richard E.I.R.L	20489677017	JR.	HUANUCO	326	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Pequeña
8	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	FALCON MARIN GLORIA	10224141187	JR.	HUANUCO	915	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
9	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	LEIVA GINES DIANA MELISSA	10432336030	JR.	ABTAO	679	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
10	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SOTO CASACHAGUA HERMELINDA SILVIA	10415235700	JR.	ABTAO	785	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
11	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ROJAS GARCIA LUZ CATALINA	10072430501	JR.	LEONCIO PRADO	612	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
12	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ANCHANTE HIDALGO PABLO MANUEL	10224200990	JR.	HERMILIO VALDIZAN	173	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro

REGISTRO DE EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO

13	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	RAMIREZ RETIZ HILDA	10077161738	JR.	HERMILIO VALDIZAN	400	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
14	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ZEVALLOS AMPUDIA EDIT ELIZABET	10224227774	JR.	HERMILIO VALDIZAN	425	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
15	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	TUPIA CORREA JULIO CESAR	10224771784	JR.	HERMILIO VALDIZAN	670	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
16	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	LINDEROS ECOLOGICOS S.R.L.	20404717821	JR.	DOS DE MAYO	1296	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Pequeña
17	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	ROJAS DE ROLANDO MARIA JESUS	10224131491	JR.	DOS DE MAYO	1304	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
18	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	SUPERMERCADO MIX S.R.L.	20362427798	JR.	TARAPACA	550	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Mediana
19	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	MORY GONZALES VIA JUAN ALBERTO	10224900533	JR.	HUALLAYCO	696	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	GEN	Pequeña
20	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CUEVA AGUIRRE WALDEMAR	10224942201	JR.	HUALLAYCO	730	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RER	Micro
21	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	DOMINGUEZ ALVINO JHON	10414166038	JR.	HUALLAYCO	836	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RER	Micro
22	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	LOZANO DE PALMA LUZ LUCI	10224267261	JR.	HUALLAYCO	988	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
23	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	CALDERON SORIA RAFAEL ALBERTO	10224029433	JR.	AGUILAR	322	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro
24	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido de alimentos, bebidas y tabaco	VIDAL VILLANUEVA BETTY IRAIDA	10224217906	JR.	AGUILAR	436	HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	RUS	Micro

ANEXO N° 6

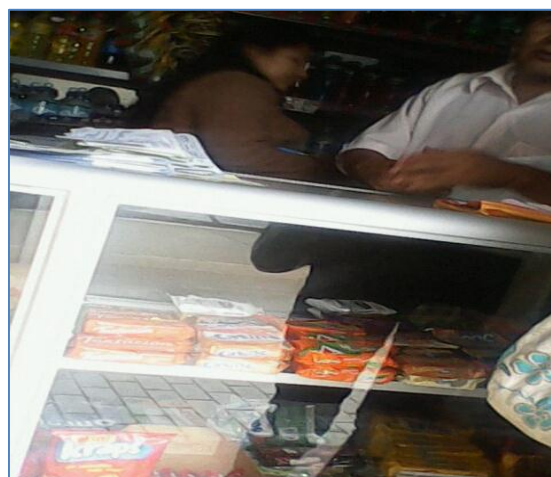
TRABAJO DE

CAMPO:

EVIDENCIAS

TRABAJO DE CAMPO: EVIDENCIAS

MYPES COMERCIALIZADORAS DE ABARROTES DEL DISTRITO
DE HUÁNUCO 2015



NOTA BIOGRAFICA

DIANA CAROLINA CHAPARRO CÁRDENAS

I. DATOS PERSONALES:

NACIONALIDAD : Peruana
FECHA DE NACIMIENTO : 04-01-1992
GRADO ACADEMICO : BACHILLER EN CIENCIAS CONTABLES
Y FINANCIERAS (Año 2016)

II. ESTUDIOS REALIZADOS:

- ✓ **NIVEL SUPERIOR:** Universidad Nacional "Hermilio Valdizan"-
Huánuco.

**Escuela Académico Profesional de Ciencias Contables y
Financieras**

Especialidad : Ciencias Contables y Financieras.

- ✓ **NIVEL SECUNDARIO:** Institución Educativa Particular "LA
INMACULADA CONCEPCIÓN" - Huánuco

JENIT FLORENCIA RODRIGUEZ SÁNCHEZ

III. DATOS PERSONALES:

NACIONALIDAD : Peruana
LUGAR DE NACIMIENTO : Tomay-Kichwa – Ambo - Huánuco
FECHA DE NACIMIENTO : 11 de Agosto de 1985
GRADO ACADEMICO : BACHILLER EN CIENCIAS CONTABLES
Y FINANCIERAS (Año 2015)

IV. ESTUDIOS REALIZADOS:

- ✓ **NIVEL SUPERIOR:** Universidad Nacional “Hermilio Valdizan” - Huánuco.

Escuela Académico Profesional de Ciencias Contables y Financieras

Especialidad : Ciencias Contables y Financieras.

- ✓ **NIVEL SECUNDARIO:** Colegio Nacional “Cesar Vallejo” - Amarilis - Huánuco.

RUDY NOEMI RUIZ HUETE

I. DATOS PERSONALES:

NACIONALIDAD : Peruana
FECHA DE NACIMIENTO : 25-01-1991
GRADO ACADEMICO : BACHILLER EN CIENCIAS CONTABLES
Y FINANCIERAS (Año 2015)

II. ESTUDIOS REALIZADOS:

✓ **NIVEL SUPERIOR:** Universidad Nacional "Hermilio Valdizan"-
Huánuco.

**Escuela Académico Profesional de Ciencias Contables y
Financieras**

✓ **Especialidad** : Ciencias Contables y Financieras.

✓ **NIVEL SECUNDARIO:** Colegio Nacional "TRES DE MAYO"- Baños -
Lauricocha - Huánuco