

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

**FORMALIZACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS EMPRESARIOS DEL
MERCADO DE CASCAPARO DEL DISTRITO DE CUSCO - 2023**

PRESENTADO POR:

BACH. FRANK DIEGO SOLIS HUAMANI

BACH. JHOLEINS JUAN PAREJA GUTIERREZ

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

ASESOR:

Dr. ELIAS FARFAN GOMEZ

CUSCO – PERÚ

2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: FORMALIZACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA COMERCIALIZACION DE LOS EMPRESARIOS DEL MERCADO DE LASCAPARO DEL DISTRITO DE CUSCO - 2023

Presentado por: JHOLEINS JUAN PAREJA GUTIERREZ DNI N° 70377865

presentado por: FRANK DIEGO SOLÍS HUAMANI DNI N°: 7523.66.10

Para optar el título profesional/grado académico de CONTADOR PÚBLICO

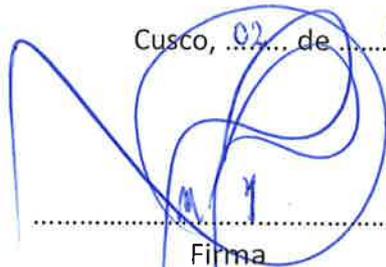
Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 01 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 10 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** las primeras páginas del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 02 de Abril de 2025


Firma

Post firma Elias Farfán Gómez

Nro. de DNI 2386.1243

ORCID del Asesor 0000-0001-7469-3485

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid: 27259:441335995

Se adjunta:

Reporte generado por el Sistema Antiplagio

LINK: <https://unsaac.turnitin.com/viewer/submissions/oid:27259:441335995?locale=es-MX>



BACH. FRANK DIEGO SOLÍS HUAMAN BACH. JHOL... FORMALIZACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS EMPRESARIOS DEL MERCADO ...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::27259:441335995

Fecha de entrega

21 mar 2025, 9:29 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

21 mar 2025, 9:44 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

REPOSITORIO - TESIS FINAL UNSAAC Formalización y su influencia en la comercialización de losdocx

Tamaño de archivo

1.3 MB

117 Páginas

28.680 Palabras

146.505 Caracteres



10% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text
- ▶ Cited Text
- ▶ Small Matches (less than 20 words)
- ▶ Crossref database

Exclusions

- ▶ 2 Excluded Sources
- ▶ 1 Excluded Match

Top Sources

- 8%  Internet sources
- 0%  Publications
- 8%  Submitted works (Student Papers)

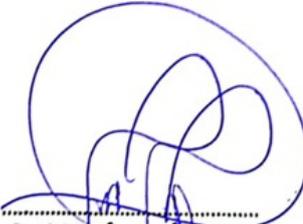
Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.



Dr. CPC. Elias Barba Gomez
ORCID: 0000-0001-7469-3485

DEDICATORIA

A Dios quien siempre estuvo y está presente en nuestras vidas apoyándonos y dándonos aliento para persistir

A mis padres Rolando Solis Casilla y Beronica Huamani Chancuaña, mi hermano y mi hermana, quienes siempre me apoyaron y son una alegría y una motivación en mi vida

A mis abuelos, mis tíos y a mis primos quienes siempre me guiaron, orientaron y alentaron

A mis padrinos quienes me impulsaron y apoyaron

A mis maestros quienes siempre fueron una motivación

Frank Diego Solis Huamani

A Dios que siempre ha estado a mi lado dándome fortaleza, sabiduría y guiándome para poder seguir adelante

A mis padres, Juan y Magdalena que me han sabido formar con paciencia, hábitos y valores, que me han permitido afrontar la vida. Valoro su apoyo constante e incansable que me han permitido a no temer a las dificultades.

A mis hermanas Shiermely, Gleni, Helen y a mi hermano Rey Jol por su ejemplo de superación y lucha, y por sus constantes palabras de aliento; así mismo a mis sobrinas Eymi y Eymilet por ser mi alegría en todo momento.

A mis padrinos quienes siempre confiaron en mi

A mis maestros quienes se esforzaron en enseñarme

Jholeins Juan Pareja Gutierrez

AGRADECIMIENTO

A dios por darnos salud, fortaleza en situaciones difíciles, sabiduría y apoyo incondicional.

Agradecer a nuestra Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco y a nuestra querida escuela profesional de Contabilidad por formarnos como profesionales Contadores.

Al Doctor Elias Farfan Gomez quien fue docente nuestro y asesor en la presente tesis.

A los comerciantes del mercado Cascaparo quienes fueron participes de la elaboración de este proyecto de investigación, quienes pudieron brindarnos la información respecto a sus diversas actividades y situaciones comerciales.

A nuestros maestros quienes fueron el pilar de toda nuestra formación profesional

A nuestras familias quienes fueron el soporte en nuestra formación educativa profesional.

Frank Diego Solis Huamani

Jholeins Juan Pareja Gutierrez

INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
INDICE GENERAL.....	III
LISTA DE CUADROS.....	V
LISTA DE FIGURAS.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	X
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Situación problemática.....	1
1.2. Formulación del problema.....	5
a. Problema general.....	5
b. Problemas específicos.....	5
1.3. Justificación de la investigación.....	5
a. Justificación teórica.....	5
b. Justificación técnica.....	5
c. Justificación metodológica.....	6
d. Justificación social.....	6
1.4. Objetivos de la investigación.....	7
a. Objetivo general.....	7
b. Objetivos específicos.....	7
II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	8
2.1. Bases teóricas.....	8
2.2. Marco conceptual.....	19
2.3. Antecedentes empíricos de la investigación (Estado del Arte).....	22
III. HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	30
3.1. Hipótesis.....	30
a. Hipótesis general.....	30
b. Hipótesis específicas.....	30
3.2. Identificación de variables e indicadores.....	30
3.3. Operacionalización de las variables.....	31
IV. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	32

4.1. Ámbito de estudio	32
4.2. Tipo y nivel de investigación.....	33
4.3. Unidad de análisis	35
4.4. Población de estudio	35
4.5. Tamaño muestra.....	35
4.6. Técnicas de selección de muestra	36
4.7. Técnicas de recolección de información.....	37
4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información	39
4.9. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de la hipótesis planteada	40
V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	41
5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados.....	41
5.2. Prueba de hipótesis	69
5.3. Discusión de resultados	75
CONCLUSIONES.....	83
RECOMENDACIONES	85
REFERENCIAS	87
ANEXOS.....	93

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1 Operacionalización de las variables.....	31
Cuadro 2 Prueba de confiabilidad de la variable 01 – Formalización.....	38
Cuadro 3 Prueba de confiabilidad de la variable 02 – Comercialización.....	39
Cuadro 4 Resultados del análisis del objetivo general	41
Cuadro 5 Resultados del análisis del objetivo específico 01.....	43
Cuadro 6 Resultados del análisis del objetivo específico 02.....	45
Cuadro 7 Resultados del análisis del objetivo específico 03.....	47
Cuadro 8 Impactado de la formalización en el incremento de ingresos.....	49
Cuadro 9 Relaciones comerciales con sus clientes.....	50
Cuadro 10 Acceso más fácil a líneas de crédito	51
Cuadro 11 Cumplimiento de obligaciones tributarias	52
Cuadro 12 Contribución de la asesoría contable en el cumplimiento de las obligaciones fiscales	53
Cuadro 13 Capacidad para acceder a descuentos por volumen de compra.....	54
Cuadro 14 Charlas informativas para promover una cultura de cumplimiento fiscal	55
Cuadro 15 Beneficios de la orientación tributaria para su negocio.....	56
Cuadro 16 Información tributaria en la identificación de posibles beneficios fiscales	57
Cuadro 17 Procedimientos legales en caso de recibir una sanción por informalidad	58
Cuadro 18 Procedimientos de compra de productos para su negocio	59
Cuadro 19 Comunicación con sus clientes durante el proceso de venta	60
Cuadro 20 Canales de distribución para transportar sus productos.....	61
Cuadro 21 Disponibilidad de opciones de financiamiento.....	62
Cuadro 22 Calidad de los servicios ofrecidos por su negocio.....	63
Cuadro 23 Cantidad de productos disponibles	64
Cuadro 24 Calidad de los productos que adquiere para su negocio	65
Cuadro 25 Diversidad de opciones que ofrece su negocio en comparación con la competencia	66
Cuadro 26 Demanda de productos en su mercado	67
Cuadro 27 Oferta de productos en su mercado.....	68
Cuadro 28 Resultados de la prueba de normalidad de las variables y dimensiones.....	69
Cuadro 29 Corroboración de la hipótesis general	70
Cuadro 30 Corroboración de la hipótesis específica 01	71

Cuadro 31 Corroboración de la hipótesis específica 02	72
Cuadro 32 Corroboración de la hipótesis específica 03	73

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Ventajas de la formalización.....	9
Figura 2 Sujetos comprendidos en el Nuevo régimen único simplificado – NRUS	11
Figura 3 Categorías del NRUS	12
Figura 4 Ventajas que ofrece este régimen tributario.....	13
Figura 5 Determinación del pago del RER.....	14
Figura 6 Ubicación geográfica del Mercado Ccasccaparo	32
Figura 7 Resultados del análisis del objetivo general.....	41
Figura 8 Resultados del análisis del objetivo específico 01	43
Figura 9 Resultados del análisis del objetivo específico 02	45
Figura 10 Resultados del análisis del objetivo específico 03	47
Figura 11 Impactado de la formalización en el incremento de ingresos	49
Figura 12 Relaciones comerciales con sus clientes.....	50
Figura 13 Acceso más fácil a líneas de crédito	51
Figura 14 Cumplimiento de obligaciones tributarias	52
Figura 15 Contribución de la asesoría contable en el cumplimiento de las obligaciones fiscales	53
Figura 16 Capacidad para acceder a descuentos por volumen de compra	54
Figura 17 Charlas informativas para promover una cultura de cumplimiento fiscal	55
Figura 18 Beneficios de la orientación tributaria para su negocio	56
Figura 19 Información tributaria en la identificación de posibles beneficios fiscales	57
Figura 20 Procedimientos legales en caso de recibir una sanción por informalidad.....	58
Figura 21 Procedimientos de compra de productos para su negocio	59
Figura 22 Comunicación con sus clientes durante el proceso de venta.....	60
Figura 23 Canales de distribución para transportar sus productos	61
Figura 24 Disponibilidad de opciones de financiamiento	62
Figura 25 Calidad de los servicios ofrecidos por su negocio	63
Figura 26 Cantidad de productos disponibles	64
Figura 27 Calidad de los productos que adquiere para su negocio	65
Figura 28 Diversidad de opciones que ofrece su negocio en comparación con la competencia	66
Figura 29 Demanda de productos en su mercado.....	67
Figura 30 Oferta de productos en su mercado.....	68

RESUMEN

La investigación titulada “Formalización y su influencia en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco – 2023”, donde tuvo como objetivo “Describir la influencia de la formalización en el proceso de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco -2023”. Para lograr esto, se empleó un marco metodológico de tipo básico, utilizando un nivel descriptivo, este enfoque fue implementado a través de un diseño no experimental de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 196 empresarios, además, la técnica e instrumento utilizados fueron la encuesta y el cuestionario, finalmente, los datos recopilados fueron procesados mediante el software estadístico SPSS-27.

Se concluye que la formalización influye significativamente en la comercialización, respaldado por los resultados obtenidos mediante la prueba Tau_b de Kendall. Esto enfatiza la importancia de implementar acciones destinadas a formalizar los negocios y aprovechar las oportunidades de crecimiento que esto ofrece. Estos hallazgos proporcionan una sólida base para el diseño de estrategias que fomenten el desarrollo económico y empresarial en Cascaparo. Además, los datos revelan una percepción mayoritariamente negativa hacia la formalización empresarial y deficiencias en la implementación de procedimientos de comercialización en el mercado local. Por lo tanto, se destaca la necesidad urgente de brindar información y apoyo adecuados a los empresarios, así como de promover una mayor comprensión sobre los beneficios de la formalización y mejorar las prácticas comerciales en la región.

Palabras clave

Formalización, beneficios, costos, conocimiento, comercialización, procedimientos, producto, precio.

ABSTRACT

The research titled "Formalization and its Influence on the Marketing of Entrepreneurs in the Cascaparo Market of the Cusco District - 2023" aimed to "Describe the influence of formalization on the marketing process of entrepreneurs in the Cascaparo market of the Cusco District - 2023." To achieve this, a basic methodological framework was employed, using a descriptive level. This approach was implemented through a non-experimental cross-sectional design. The sample consisted of 196 entrepreneurs, and the survey and questionnaire were the techniques and instruments used. Finally, the collected data were processed using the statistical software SPSS-27.

It is concluded that formalization significantly influences marketing, supported by the results obtained through the Kendall's Tau_b test. This emphasizes the importance of implementing actions aimed at formalizing businesses and taking advantage of the growth opportunities it offers. These findings provide a solid foundation for designing strategies that promote economic and entrepreneurial development in Cascaparo. Additionally, the data reveal a predominantly negative perception of formalization among entrepreneurs and deficiencies in the implementation of marketing procedures in the local market. Therefore, there is an urgent need to provide adequate information and support to entrepreneurs, as well as to promote a better understanding of the benefits of formalization and improve commercial practices in the region.

Keywords:

Formalization, benefits, costs, knowledge, marketing, procedures, product, price.

INTRODUCCIÓN

El objetivo general de esta investigación es “Describir la influencia de la formalización en el proceso de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco -2023”. Para lograr este propósito, se ha recurrido a una variedad de fuentes de información que han servido como pilares fundamentales para el desarrollo del estudio. La estructura de la investigación se organiza en cinco secciones distintas, cada una de las cuales desempeña un papel crucial en el análisis exhaustivo del tema en cuestión:

Capítulo I: Se aborda la formulación del problema, donde se describe de manera detallada la situación problemática actual, se identifican los problemas específicos que se abordarán en la investigación, se establecen tanto el objetivo general como los objetivos específicos del estudio, y se proporciona una justificación sólida que respalda la relevancia y pertinencia de la investigación.

Capítulo II: Se profundiza en el marco teórico, realizando una exhaustiva recopilación de información procedente de diversas fuentes a nivel internacional, nacional y local. A partir de esta información, se desarrolla un marco conceptual sólido y se formulan hipótesis tanto generales como específicas, basadas en la definición clara y precisa de las variables que serán objeto de estudio.

Capítulo III: Se detalla minuciosamente la metodología de investigación empleada en el estudio. Se describen aspectos clave como el enfoque, tipo, nivel, método y diseño del estudio, así como la población de estudio, el tamaño de la muestra y la unidad de análisis. Además, se presenta la técnica e instrumento utilizados para la recolección de datos, garantizando la rigurosidad y fiabilidad del proceso investigativo.

Capítulo IV: Se exponen los resultados obtenidos y se lleva a cabo una discusión profunda y crítica sobre los mismos. Se proporciona información detallada sobre la confiabilidad del estudio, se realizan pruebas de hipótesis para validar los hallazgos y se presentan las distribuciones de frecuencia que permiten una comprensión más clara y completa de los datos recopilados. Posteriormente, se procede a analizar y discutir minuciosamente los resultados obtenidos, teniendo en cuenta los antecedentes teóricos y empíricos que respaldan estos hallazgos.

Capítulo V: Se derivan las conclusiones y recomendaciones a partir del análisis de los resultados obtenidos en la investigación.

Se incorporan las referencias bibliográficas utilizadas como fuente para el desarrollo del estudio, garantizando la validez y credibilidad de los hallazgos. Además, se adjuntan los anexos correspondientes, los cuales ofrecen un respaldo adicional y apoyo a la investigación realizada, en resumen, esta estructura proporciona un marco sólido y coherente que guía el desarrollo y análisis de la investigación, asegurando la validez y relevancia de los resultados obtenidos.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática

La formalización en nuestro país o región es un tema controversial, ya que muchos comerciantes optan por operar de manera informal debido a diversos factores. Entre las principales razones se encuentran la complejidad y los costos asociados con la formalización, la falta de acceso a servicios financieros, y la percepción de que la informalidad es menos riesgosa o más conveniente. Este fenómeno tiene un impacto negativo significativo en la economía y la sociedad. Los negocios informales a menudo evaden sus obligaciones tributarias, lo que reduce la recaudación fiscal necesaria para financiar servicios públicos esenciales. Además, la informalidad genera competencia desleal, perjudicando a los negocios formalizados que sí cumplen con sus obligaciones fiscales. También provoca la falta de protección laboral y social para los trabajadores informales, quienes quedan vulnerables ante situaciones de riesgo y sin acceso a beneficios sociales. Por último, la informalidad dificulta el acceso a créditos y otros servicios financieros, limitando el crecimiento y desarrollo de los negocios.

Abordar la informalidad requiere de políticas integrales que promuevan la formalización, simplifiquen los procesos administrativos y reduzcan los costos asociados, al tiempo que se brinden incentivos para que los comerciantes operen de manera legal y contribuyan al desarrollo económico sostenible. En este contexto, el centro de abastos de "Cascaparo", un lugar muy frecuentado por los ciudadanos de la región de Cusco, se convierte en un caso de estudio importante. Muchos de estos ciudadanos son proveedores de empresas, municipios u organizaciones no gubernamentales (ONG). Para respaldar sus transacciones comerciales, como la venta de productos o servicios, es necesario contar con un sustento legal, como una boleta de venta o factura. Esto no solo garantiza la transparencia y legalidad de las operaciones, sino que también facilita el acceso a beneficios fiscales y financieros. Fomentar

la emisión de comprobantes de pago es esencial para integrar a estos comerciantes en la economía formal, contribuyendo así a una mayor recaudación fiscal, el fortalecimiento del tejido empresarial local y la protección de los derechos laborales y sociales de los trabajadores.

Sin embargo, la mayoría de estos comerciantes informales no cuentan con el sustento legal necesario para respaldar sus ventas. Esto puede deberse a diversos factores, como la falta de conocimiento sobre la importancia de la formalización, la complejidad de los trámites para obtener los documentos necesarios, o la percepción de que operar de manera informal es más fácil y menos costoso. Además, muchos comerciantes temen enfrentar mayores costos operativos o impuestos elevados una vez formalizados. Esta situación perpetúa la informalidad y sus consecuencias negativas, como la evasión fiscal, la competencia desleal, y la falta de acceso a beneficios y protecciones legales tanto para los comerciantes como para sus empleados. Abordar estos desafíos requiere no solo la simplificación de los procesos de formalización, sino también la educación y concientización sobre los beneficios a largo plazo de operar dentro del marco legal, así como la implementación de incentivos que hagan la formalización una opción atractiva y viable para todos los comerciantes.

Esta situación puede tener implicancias negativas tanto para los comerciantes informales como para los compradores y la economía en general. Los comerciantes informales enfrentan dificultades significativas para acceder a créditos y servicios financieros, lo que limita su capacidad de crecimiento y desarrollo empresarial. Además, al operar fuera del marco legal, les resulta más difícil cumplir con sus obligaciones tributarias y laborales, lo que puede acarrear sanciones y limitaciones legales. Por otro lado, los compradores se ven afectados al no contar con garantías de calidad y seguridad en los productos o servicios adquiridos, lo que puede llevar a experiencias negativas y pérdida de confianza. A nivel macroeconómico, la prevalencia de la informalidad resulta en una considerable pérdida de ingresos fiscales

para el Estado, reduciendo los recursos disponibles para inversiones públicas y servicios esenciales. Este ciclo perpetúa la desigualdad y obstaculiza el desarrollo económico sostenible, subrayando la necesidad urgente de políticas que promuevan la formalización y fortalezcan la economía formal.

Por tanto, es crucial implementar medidas que fomenten la formalización de estos comerciantes. Esto puede lograrse simplificando los procesos administrativos, brindando capacitación sobre la importancia de la formalización y ofreciendo incentivos para que opten por operar de manera legal. Tales incentivos podrían incluir beneficios fiscales, acceso a financiamiento y apoyo técnico. Estas acciones no solo mejorarán la situación de los comerciantes, sino que también contribuirán al desarrollo económico y social de la región. Según Osorio et al. (2020); la formalización empresarial es un proceso esencial para el desarrollo económico sostenible de un país, ya que implica que las empresas operen de manera legal, cumpliendo con todas las normativas y obligaciones establecidas por las autoridades. La formalización permite una mejor regulación, asegura el cumplimiento de las leyes laborales y tributarias, y facilita el acceso a mercados formales, lo que en última instancia fortalece la economía y promueve una competencia justa.

Por otro lado, Ferruzola y Tomala (2018); señalan que un negocio con gran potencial de aceptación indica una demanda significativa por parte de los clientes o usuarios. No obstante, para capitalizar este potencial y asegurar el éxito a largo plazo, es esencial disponer de una herramienta administrativa robusta, como un plan de negocios. Este plan no solo ayuda a definir los objetivos y estrategias del negocio, sino que también proporciona una hoja de ruta clara para alcanzar las metas establecidas. Además, un plan de negocios bien elaborado puede atraer inversores y facilitar la obtención de financiamiento, al demostrar que el negocio está bien pensado y tiene una proyección de crecimiento sostenible. Sin esta planificación, incluso las ideas de negocio más prometedoras pueden fracasar debido a la

falta de dirección y organización.

La formalización empresarial es un tema de gran relevancia en el ámbito económico y social, especialmente en mercados locales como el de Cascaparo en el distrito de Cusco. Este mercado, reconocido por su dinamismo y diversidad de productos, alberga a numerosos empresarios cuya operación y comercialización varían en función de su estatus legal. Sin embargo, la influencia de la formalización en las estrategias de comercialización de estos empresarios aún no ha sido exhaustivamente explorada.

En este contexto, surge la necesidad de investigar cómo la formalización empresarial impacta las estrategias de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo. Este problema adquiere relevancia en un contexto donde la formalidad se presenta como un factor determinante en el acceso a recursos, oportunidades y seguridad jurídica para los negocios. Asimismo, la dinámica del mercado y las demandas cambiantes de los consumidores pueden verse afectadas por el nivel de formalidad de los empresarios, lo que resalta la importancia de comprender esta relación.

Por lo tanto, es fundamental abordar este problema mediante un enfoque multidimensional que considere tanto los aspectos legales y administrativos de la formalización como las estrategias de comercialización empleadas por los empresarios en el Mercado de Cascaparo. A través de esta investigación, se busca proporcionar acciones relevantes que contribuyan a una comprensión más profunda de la influencia de la formalización empresarial en las dinámicas comerciales locales y, en última instancia, en el desarrollo económico y social del distrito de Cusco.

1.2. Formulación del problema

a. Problema general

¿Cómo la formalización influye en el proceso de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco - 2023?

b. Problemas específicos

- ¿Cómo los beneficios de la formalización influyen en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco - 2023?
- ¿Cómo los costos de la formalización influyen en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco - 2023?
- ¿Cómo el nivel de conocimientos influye en el proceso de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco - 2023?

1.3. Justificación de la investigación

a. Justificación teórica

Este estudio se fundamenta en un enfoque teórico contable, con el propósito de ampliar y profundizar en la comprensión de la relevancia de la formalización tributaria y su impacto en la comercialización. Se busca explorar la interrelación entre estas dos áreas y cómo pueden influenciarse mutuamente. El objetivo principal es optimizar el conocimiento existente y establecer una base sólida para comprender la importancia de estos temas, que serán objeto de estudio en la investigación.

b. Justificación técnica

La justificación técnica de este estudio se centra en argumentar y explicar los aspectos prácticos y metodológicos del proyecto de investigación. Se busca ofrecer fundamentos relacionados con los métodos, procedimientos, herramientas y técnicas que se emplearán

para llevar a cabo el estudio. Con una sólida base técnica, este trabajo pretende convertirse en una referencia importante para investigaciones posteriores sobre la formalización y su influencia en la comercialización de los empresarios del mercado de Cascaparo, en el distrito de Cusco, durante el año 2023. Asimismo, se espera que esta investigación sea de utilidad para estudiantes y profesionales interesados en profundizar en el tema, considerándola como un punto de partida para futuros estudios.

c. Justificación metodológica

La justificación metodológica proporciona una explicación detallada de las razones detrás de la selección de un enfoque y metodología específicos para el estudio. En este caso, la investigación se rigió por estas justificaciones, siguiendo las directrices y procedimientos de investigación establecidos por la universidad. Asimismo, se consideró el marco metodológico, que describe el tipo, nivel, enfoque, diseño, población, técnica e instrumento de investigación, respaldado por referencias de autores relevantes y en cumplimiento con las normas APA. Este enfoque metodológico garantiza la integridad y la validez del estudio, proporcionando una sólida base para obtener resultados confiables y significativos.

d. Justificación social

La justificación social es fundamental para explicar y argumentar los beneficios o la relevancia que una investigación, proyecto o intervención tiene para la sociedad en su conjunto. En este contexto, la investigación abordó una justificación de relevancia social al considerar el impacto que tuvo en el proceso de formalización de los empresarios del mercado de Cascaparo. Este estudio contribuyó al crecimiento empresarial al impulsar el proceso de formalización, lo que a su vez tuvo efectos positivos en la comunidad al generar empleo, aumentar la confianza en el mercado y mejorar las condiciones económicas locales.

1.4. Objetivos de la investigación

a. Objetivo general

Describir la influencia de la formalización en el proceso de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco -2023.

b. Objetivos específicos

- Describir la influencia de los beneficios de la formalización en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco – 2023.
- Describir la influencia de los costos de la formalización en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco – 2023.
- Describir la influencia del nivel de conocimientos en el proceso de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco – 2023.

II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Bases teóricas

2.1.1. *Formalización*

Rodriguez y Alvis (2018). La formalización debe dejar de ser vista como un único proceso legal; y los entes gubernamentales y gremiales deben propender con implementar una política de crecimiento y productividad donde las empresas sean el eje dinamizador de dicha política, con el fin de garantizar la formalización de las empresas.

Ramos (2020). Formalización, en esta investigación se determinó que los empresarios están encontrando trabas al momento de solicitar la licencia de funcionamiento. Por otro lado, se determinó que todos los empresarios tienen Registro Único del Contribuyente (RUC). Asimismo, se puede determinar que el formalizarse es un factor que favorece a la empresa, ya que le permite obtener beneficios que aportan a su crecimiento.

Jaramillo et al. (2020). La formalización integral empresarial, es beneficiosa para los microempresarios, porque mejora su potencial productivo, estimula la capacidad de innovación, resuelve problemas o necesidades existentes, previene sanciones y cierre de empresas de manera temprana, convirtiéndose en una herramienta vital para incrementar la competitividad y permanencia del negocio a través del tiempo.

2.1.1.1. *Componentes de la formalización*

A. Beneficios de la formalización

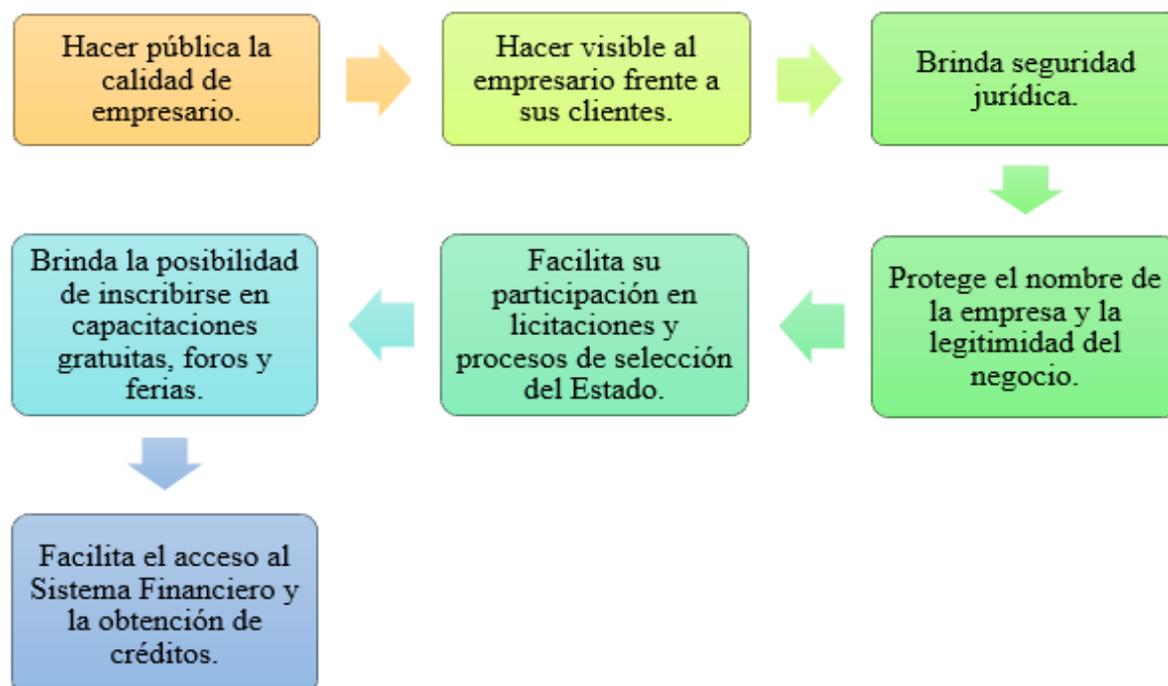
Maturana y Andrade. (2019) La formalización, entendida como el ejercicio de una actividad económica bajo el marco normativo del Estado, representa para nosotros un proceso crucial de inclusión económica. Este proceso no solo permite el crecimiento de la empresa, sino que también le brinda la oportunidad de convertirse en proveedor de otras empresas, expandirse hacia nuevos mercados, acceder a créditos financieros, aprovechar los diversos servicios de

fortalecimiento empresarial ofrecidos por las entidades gubernamentales y participar en programas financieros impulsados por el Gobierno.

Jaramillo et al. (2020) La Formalización empresarial genera beneficios para la sociedad, tales como la inserción de más trabajadores al sistema de aseguramiento social (sistema de seguridad social), un mayor cumplimiento de las normas sectoriales que buscan proteger la salud de los consumidores y mayores ingresos tributarios para la inversión pública. De igual manera, cuando una empresa decide ser informal su decisión genera costos para la sociedad más allá de los asumidos por la empresa, tales como la competencia desleal con empresas formales, ya que estas últimas asumen costos adicionales, por ejemplo, pago de registros, seguridad social e impuestos; y en ocasiones, la manera en que empresas informales evaden el control de los requisitos de formalidad podría desencadenar en actos ilegales.

Figura 1

Ventajas de la formalización



Nota: La figura representa las ventajas de la formalización

B. Costos de la formalización

Ayenza (2017). Es el valor de los consumos de los factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien, servicio o actividad. El coste, conocido también con la palabra gastos, engloba tanto el consumo como desgaste de una serie de factores productivos.

Casanova (2021). Señalan que costos, es el efectivo o equivalente de efectivo que se sacrifica para obtener bienes y servicios que se espera que aporten un beneficio actual o futuro para la organización.

C. Conocimientos de la formalización

Marín (2022) El conocimiento es la información y habilidades que los seres humanos adquieren a través de sus capacidades mentales. El conocimiento se adquiere a través de la capacidad que tiene el ser humano de identificar, observar y analizar los hechos y la información que le rodea. A través de sus habilidades cognoscitivas lo obtiene y lo usa para su beneficio. El conocimiento, como tal, es un término muy amplio, este puede ser práctico o teórico, además de existir numerosas ramas y áreas del mismo.

Rodriguez y Alvis (2018). La formalización debe dejar de ser vista como un único proceso legal; y los entes gubernamentales y gremiales deben propender con implementar una política de crecimiento y productividad donde las empresas sean el eje dinamizador de dicha política, con el fin de garantizar la formalización de las empresas.

2.1.1.2. Regímenes tributarios

A. Nuevo régimen único simplificado – NRUS

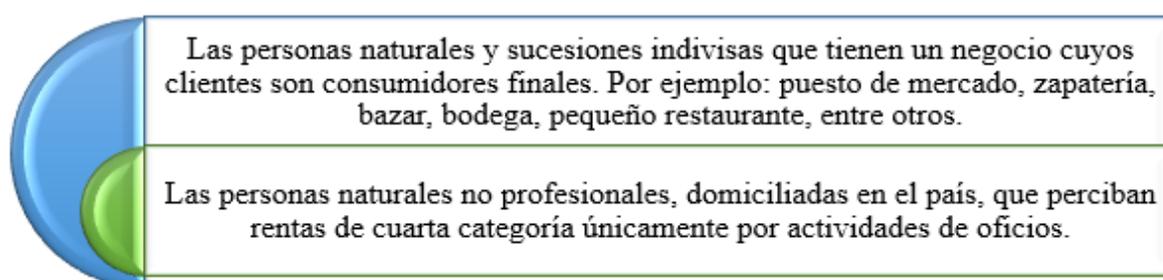
El Decreto Legislativo N°937 establece las disposiciones relacionadas con el régimen tributario aplicable a aquellos contribuyentes que poseen pequeños negocios, cuya clientela principal está compuesta por consumidores finales. Esta normativa busca regularizar la

situación fiscal de estos empresarios, que suelen operar en un contexto de menor escala y con un perfil de ventas dirigido principalmente al consumidor final. A través de esta regulación, se pretende simplificar las obligaciones tributarias y facilitar el cumplimiento fiscal para este segmento de contribuyentes, considerando las particularidades de sus actividades comerciales. El objetivo es brindar un marco normativo claro y adecuado que promueva la formalización de estos negocios, al mismo tiempo que garantice la equidad y transparencia en el sistema tributario.

A.1. Sujetos comprendidos

Figura 2

Sujetos comprendidos en el Nuevo régimen único simplificado – NRUS



Nota: La figura representa los sujetos comprendidos en el Nuevo régimen único simplificado – NRUS

A.2. Acogimiento

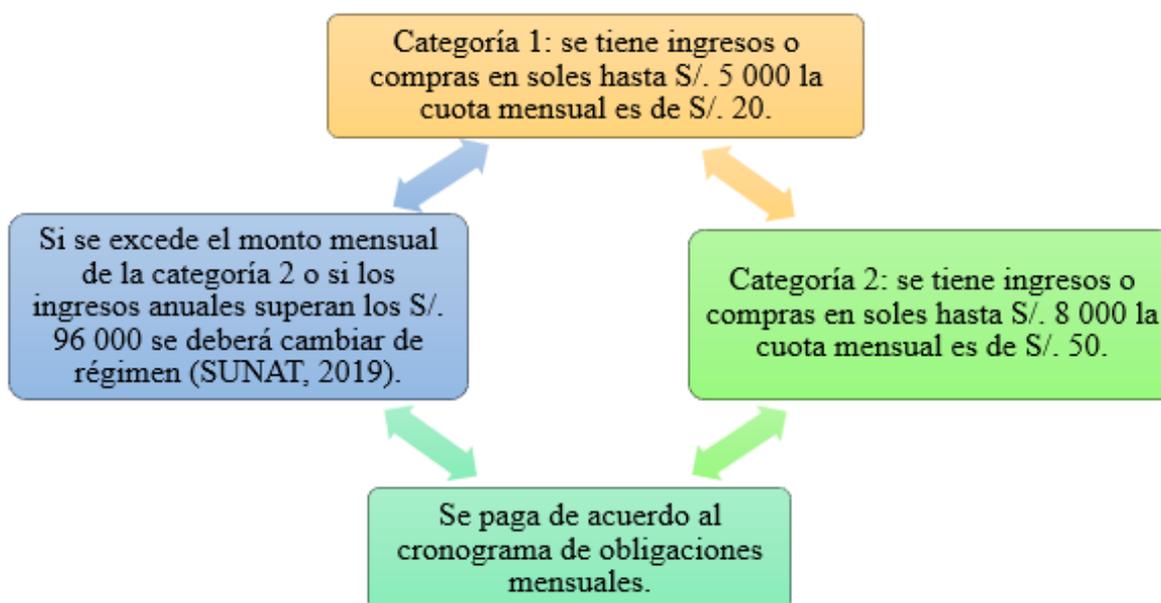
El proceso de acogimiento al régimen vigente se establece según los siguientes lineamientos: En el caso de contribuyentes que comiencen sus actividades durante el ejercicio fiscal, podrán optar por acogerse al régimen en el momento preciso de su inscripción en el registro único de contribuyentes. Este paso es fundamental para garantizar su cumplimiento tributario desde el inicio de sus operaciones. La disposición se orienta a garantizar una adhesión temprana y efectiva al régimen tributario correspondiente, brindando claridad y certeza jurídica tanto al contribuyente como a las autoridades fiscales. Esta medida busca promover un inicio transparente y ordenado en las obligaciones tributarias, fomentando así la formalización y el cumplimiento de las normativas establecidas.

A.3. Categorías del NRUS

Para determinar tu pago único mensual se deberá tomar en cuenta los ingresos o compras mensuales (el que resulte mayor) y ubicar la categoría que corresponde, los cuales son:

Figura 3

Categorías del NRUS



Nota: La figura representa las categorías del NRUS

A.4. Cómo pagar las cuotas del nuevo RUS

Para cumplir con el pago de obligaciones tributarias, existen dos modalidades disponibles:

- La primera es a través de internet, donde se accede al portal web oficial de la SUNAT utilizando el clave sol. Desde allí, se puede efectuar el pago utilizando una tarjeta de débito o crédito, o mediante débito en cuenta bancaria. Esta opción brinda comodidad y rapidez al contribuyente al poder realizar la transacción desde cualquier lugar con acceso a internet.
- La segunda modalidad es presencial, donde se acude a entidades bancarias o agentes autorizados con una guía de pago específica para el nuevo régimen único simplificado (Guía 1611). Esta alternativa ofrece una opción física para aquellos contribuyentes que prefieren realizar el pago en persona o que no tienen acceso a medios electrónicos.

Ambas modalidades garantizan la cumplimentación de las obligaciones tributarias de manera eficiente y segura, brindando opciones adaptadas a las preferencias y necesidades de los contribuyentes.

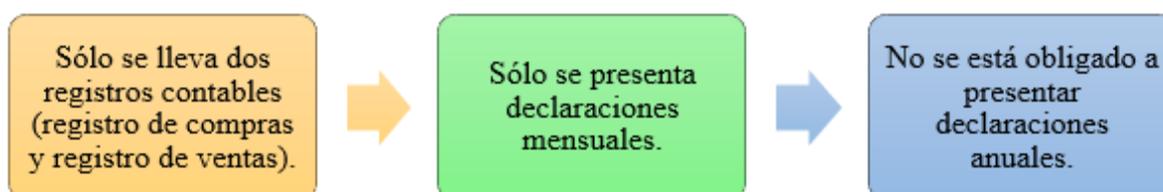
B. Régimen especial de renta – RER

El presente régimen está normado mediante el Decreto Supremo 179-2004-EF en el cual dice que en este régimen tributario se encuentran las personas con negocio y personas jurídicas que obtengan rentas provenientes de: Actividades de comercio y/o industria, entendiéndose por tales a la venta de los bienes que adquieran, produzcan o manufacturen, así como la de aquellos recursos naturales que extraigan, incluidos la cría y el cultivo y actividades de servicios (SUNAT, 2019).

B.1. Ventajas que ofrece este régimen tributario

Figura 4

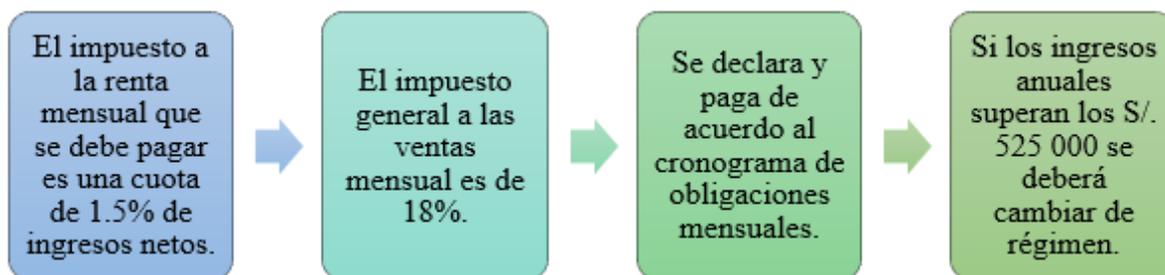
Ventajas que ofrece este régimen tributario



Nota: La figura representa las ventajas que ofrece este régimen tributario

B.2. Determinación del pago del RER

Para determinar los impuestos que deben ser declarados y pagados a la SUNAT en el régimen especial de renta (RER), es fundamental comprender los lineamientos establecidos por la normativa tributaria vigente. En este régimen, los contribuyentes deben considerar principalmente los ingresos brutos obtenidos por la venta de bienes o la prestación de servicios, los cuales son gravados con una tasa fija sobre los ingresos. Es importante identificar adecuadamente los conceptos gravables y no gravables, así como las deducciones permitidas por la ley para calcular correctamente la base imponible.

Figura 5*Determinación del pago del RER*

Nota: La figura representa la determinación del pago del RER

B.3. Acogimiento

- Inician actividades en el transcurso del régimen especial: con la declaración y el pago de la cuota, que corresponda al periodo del inicio de actividades declarado en el RUC, y siempre que se efectúen dentro de fecha de vencimiento
- Provenzan de otro régimen: los que provenga del régimen MYPE tributario o régimen general su acogimiento será con la declaración y pago del periodo de enero de cada año efectuado dentro de la fecha de vencimiento y aquellos que provengan del NRUS podrán acogerse en cualquier periodo del ejercicio.

C. Régimen general – RG

Normado mediante el Decreto Supremo 179-2004-EF y normas modificatorias, en este régimen tributario se encuentran las personas con negocio y personas jurídicas que desarrollan actividades que constituyan negocio habitual, tales como las comerciales, industriales y mineras; la explotación agropecuaria, forestal, pesquera o de otros recursos naturales; la prestación de servicios comerciales, financieros, industriales, transportes, etc. También se encuentran los agentes mediadores de comercio, tales como corredores de seguros y comisionistas mercantiles, los notarios, las asociaciones de cualquier profesión, arte, ciencia u oficio (SUNAT, 2019). No hay restricción de actividad cualquier tipo de actividad económica.

C.1. Ventajas que ofrece este régimen tributario:

- Se puede desarrollar cualquier actividad sin límite de ingresos.
- Se puede emitir todo tipo de comprobantes de pago.
- En caso se tengan pérdidas económicas en un año, se pueden descontar de las utilidades de los años posteriores, pudiendo llegar al caso de no pagar impuesto a la renta de regularización.
- Determinación del pago del RG

C.2. La manera es cómo determinar qué impuestos se deben declarar y pagar a la SUNAT es la siguiente:

- El impuesto a la renta es mensual el que resulte como coeficiente o el 1.5% según la ley del impuesto a la renta.
- El impuesto general a la venta mensual es un 18%.
- Se declara y paga de acuerdo al cronograma de obligaciones mensuales.
- Se presenta una declaración anual con la cual se paga una regularización del impuesto equivalente al 29.50% sobre la ganancia (SUNAT, 2019)

2.2.2. Comercialización

Burin (2018). “La comercialización es el conjunto de funciones que se desarrollan para que el producto llegue del productor al consumidor; sus funciones incluyen: comprar, vender, transportar, financiar y asumir riesgos, entre otros aspectos”.

Carrasco (2017). “La comercialización es la actividad humana consistente en satisfacer necesidades y deseos a través de procesos de intercambio de bienes y servicios. Es, por tanto, una de la principal actividad de relación entre los seres humanos”.

Ramírez (2015). “La comercialización consiste en acciones estructuradas y completamente planeadas que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con la mercadotecnia, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado”.

2.2.2.1. Componentes de comercialización

A. Procedimientos

Ucha (2022) Los procedimientos de comercialización se refieren al conjunto de pasos, actividades y acciones planificadas y coordinadas que una empresa o negocio lleva a cabo para poner a disposición de los consumidores finales sus productos o servicios. Estos procedimientos abarcan desde la identificación de la demanda del mercado hasta la entrega del producto o servicio al cliente, pasando por la fijación de precios, la promoción, la distribución y la gestión de ventas.

En esencia, los procedimientos de comercialización buscan satisfacer las necesidades y deseos del cliente de manera eficiente y rentable para la empresa. Esto implica estrategias específicas para la segmentación del mercado, la creación de una oferta atractiva, la comunicación efectiva con los clientes, la logística de distribución y la gestión de relaciones con los consumidores. Los procedimientos de comercialización son fundamentales para el éxito de cualquier empresa, ya que permiten posicionar sus productos o servicios en el mercado de manera competitiva y generar valor tanto para la empresa como para los clientes.

B. Producto

García(2016) Hace referencia a cualquier bien, servicio, idea o entidad que se encuentre en un mercado y que pueda ser adquirido, empleado o consumido para satisfacer una necesidad de los clientes.

Ramírez(2015) Es todo aquello (tangibile o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas.

C. Precio

Rosa et al. (2020) El precio puede definirse como la cantidad de dinero (también cabe la posibilidad de utilizar productos y servicios) que el comprador intercambia por producto y/o servicios recibidos del vendedor.

Fernández (2017) Hace referencia a los términos, monetarios o de otro tipo, de la transacción voluntaria de intercambio entre consumidor que desea adquirir un determinado producto o servicio y un oferente que desea venderlo.

2.2.2.2. Tipos de estrategias de comercialización

Entre las estrategias de lo que es la comercialización en una empresa podemos encontrar 4 que son las más comunes:

A. Estrategias de producto

Después de la creación del producto y su respectiva descripción, es fundamental abordar estrategias que delinee las acciones a seguir para promocionarlo y posicionarlo en el mercado. Estas estrategias están intrínsecamente ligadas a cómo destacar las ventajas del producto frente a la competencia, cómo incentivar su uso por parte de los clientes y cómo comunicar eficazmente sus beneficios. Se trata de un proceso estratégico que involucra desde la identificación de los puntos fuertes del producto hasta la implementación de tácticas efectivas para persuadir a los consumidores sobre su utilidad y valor. Es esencial enfocarse en destacar las características únicas del producto, su propuesta de valor y cómo resolverá las necesidades específicas de los clientes, lo que contribuirá a su éxito en el mercado.

B. Estrategias de precio

Estas estrategias se fundamentan en la premisa de que, previo a la fijación del precio de un producto, es imperativo realizar un análisis exhaustivo de elementos críticos como los costos variables, los costos de producción y los costos fijos, entre otros. Estos aspectos son determinantes para evaluar las ventajas y los ingresos que la empresa obtendrá con la comercialización del producto. Por ende, el diseño de estas estrategias debe contemplar un horizonte temporal específico con el propósito de comprender los ingresos significativos que generará la producción y venta del servicio o producto para la empresa. Este enfoque estratégico permite una planificación precisa y una toma de decisiones informada que maximiza el retorno de la inversión y asegura la rentabilidad a largo plazo.

C. Estrategias de distribución

En el ámbito de la comercialización empresarial y las estrategias de distribución, se reconoce que no basta con simplemente vender un producto; es crucial asegurar su accesibilidad para el consumidor. Por ello, estas estrategias se centran en determinar cómo se distribuirá el producto, considerando aspectos como las zonas geográficas a alcanzar, los costos de transporte, la viabilidad de la venta online, la posible utilización de servicios de distribución como Amazon, la contratación de mayoristas, la logística, entre otros. Este enfoque integral busca garantizar que el producto llegue de manera eficiente y efectiva a los consumidores, maximizando así su alcance y facilitando su adquisición.

D. Estrategias de comunicación

El plan de estrategias de comunicación se enfoca en transmitir el mensaje al cliente, resaltando los beneficios que el producto o servicio proporcionará, ya sea en un momento específico o como una herramienta útil en su vida diaria. Por lo tanto, las estrategias de comunicación aprovecharán la publicidad, las redes sociales y otros métodos disponibles

para dar a conocer el producto al público objetivo. Este enfoque integral busca no solo informar sobre las características del producto, sino también persuadir al cliente potencial sobre su valor y utilidad, creando así una conexión emocional que impulse la decisión de compra.

2.2.2.3. Niveles de la comercialización

Usualmente se distinguen dos niveles de comercialización, donde la micro comercialización se centra en las acciones de una empresa para satisfacer las necesidades específicas de sus clientes, abordando aspectos detallados del proceso de comercialización a nivel individual. Por otro lado, la macro comercialización abarca las dinámicas más amplias del mercado, considerando tanto las ofertas como las demandas de los productores y consumidores en el contexto del mercado interno de una sociedad o incluso a nivel globalizado. Mientras que la micro comercialización se enfoca en estrategias específicas para segmentos de mercado más pequeños, la macro comercialización contempla tendencias, patrones y fuerzas económicas a gran escala que impactan en el comportamiento del mercado en su conjunto.

2.2. Marco conceptual

- **Asesoría contable:** Dobaño (2023), la asesoría contable es el servicio profesional encargado de la gestión económica de la empresa, que se encarga tanto de la gestión de facturas como de los balances contables de la empresa. Su función, además, es monitorizar y analizar la situación económica del negocio, con el objetivo de optimizar su gestión.
- **Calidad:** Alcalde (2019) La calidad es lo adecuado que es el producto o servicio para el uso que se le pretende dar. Es decir que la calidad es la que desea el cliente.
- **Cantidad:** Reveles (2019). Artículos adquiridos y que se mantienen para ser vendidos.

- **Costos de sus compras:** Cárdenas (2022), los costos de compra son los precios de las adquisiciones más todos los gastos necesarios para contar con la materia prima en el almacén.
- **Charlas:** Aleph (2021), es una acción de conversación, que generalmente ostenta tintes amistosos e informales, y que uno mantiene con otro individuo o con varios, donde existen los interlocutores con el fin de comentar algún tema.
- **Clientes:** Quiroa (2019), un cliente es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa.
- **Comprar:** Coll (2020), la compra es la acción mediante la que un agente (el comprador), adquiere un bien o un servicio de otro agente (el vendedor), a cambio de una contraprestación monetaria o en especie.
- **Demanda:** RAE (2021) menciona que todo el conjunto de compras de bienes y servicios en un mercado realizados por una determinada asociación de personas es considerado demanda.
- **Financiamiento:** Chagerben et al. (2017) El financiamiento constituye en una organización la proveedora del dinero para el levantamiento de proyectos de inversión, en el caso de las microempresas son parte fundamental para la existencia de las mismas ya que proveen el flujo efectivo necesario para la adquisición de capital de trabajo como de activos de capital (activos fijos), y de esta manera se produzca el ciclo operativo del negocio generando renta y ganancias.
- **Ingresos:** Gil (2019) Los ingresos son todas aquellas ganancias que se suman al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal; es decir, los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo-ganancia.

- **Impuestos:** Según la SUNAT (2016) un impuesto es el tributo cuyo pago no origina por parte del Estado una contraprestación directa en favor del contribuyente.
- **Línea de crédito:** Westreicher (2018), una línea de crédito es un contrato por el cual la entidad financiera pone a disposición del usuario una cierta cantidad de dinero por un período determinado.
- **Orientación tributaria:** Gob.Perú (2020), Es la unidad orgánica encargada de atender y orientar, a los contribuyentes en forma personal, telefónica o vía web.
- **Oferta:** RAE (2021) indica que todo el conjunto de mercaderías, bienes y servicios que se venderán con los precios ya establecidos en el mercado se le conoce con el nombre de oferta.
- **Servicios:** Eslava (2017) Son todas las actividades que la empresa ha de realizar para ofrecer al cliente algo que le parezca más valioso que el esfuerzo que hace por conseguirlo y que luego le produzca satisfacción para volver a elegirlo (o sea, que sienta haber obtenido un beneficio igual o mayor que el que esperaba), es fundamental para que la empresa sea viable.
- **Sanciones:** Panta (2018) indica que la sanción tributaria es una consecuencia jurídica del incumplimiento de una obligación tributaria (consecuencias de las infracciones), se puede decir que se trata de “sanciones” aplicadas a los contribuyentes por infringir las normas tributarias (delitos fiscales).
- **Transportar:** Jara et al. (2018). Es el proceso por el cual el producto o servicio llega al mercado siendo accesible para el consumidor o cliente, quien puede ser comprador al por mayor o menor.
- **Tributos:** Crespo (2020) Se entiende como el pago de los ciudadanos al Estado para que realice la respectiva redistribución equitativa a la población. Son pagos que se realizan a

través de prestaciones monetarias, los tributos se dividen en impuestos, contribuciones y tasas.

- **Variedad:** García (2018) Es el conjunto total de referencias o productos que un establecimiento ofrece a sus clientes, esto genera la imagen del establecimiento y contribuyen a la motivación de compra por parte de los potenciales clientes, a la fidelización de los existentes y en definitiva al éxito en el negocio.
- **Venta:** Westreicher (2020), las ventas, en economía, son la entrega de un determinado bien o servicio bajo un precio estipulado o convenido y a cambio de una contraprestación económica en forma de dinero por parte de un vendedor o proveedor.

2.3. Antecedentes empíricos de la investigación (Estado del Arte)

2.3.1. Antecedentes internacionales

Betún (2017). En su tesis titulada “Tributos e impuestos como fuente de formalización en el mercado Caraguay de la Ciudad de Guayaquil”; objetivo: “Determinar los efectos de la formalización de los comerciantes con el pago de tributos e impuestos en aras de una cultura organizada en el mercado Caraguay de la ciudad de Guayaquil”; metodología: descriptivo donde se utilizó la encuesta, la entrevista y el método de la observación; concluye que la formalización es crucial para el desarrollo de los comerciantes, ya que proporciona compromiso y seguridad para sus negocios. Un comerciante legalmente formalizado tiende a ampliar sus expectativas comerciales, especialmente si pertenece a una agrupación orientada a su beneficio. Es fundamental proporcionarles conocimientos mediante capacitación e inducción en medidas tributarias existentes, para que cada uno, según su capacidad, pueda obtener su régimen impositivo simplificado y el respectivo RUC. Esto no solo fortalece la legalidad de su operación, sino que también abre nuevas oportunidades de crecimiento y sostenibilidad empresarial.

Quispe et al. (2018). En su artículo titulado “Causas del comercio informal y la evasión tributaria en ciudades intermedias”; objetivo: “Identificar las causas del comercio informal y su incidencia en la evasión tributaria”; metodología: deductivo y un enfoque cuantitativo y el nivel de investigación es descriptivo e interpretativo; concluye que el comercio informal es una característica distintiva de las ciudades intermedias, afectando directamente el desarrollo local. Factores determinantes como la migración, el desempleo, el crecimiento poblacional, la inversión de capital limitada, el desconocimiento de las normas tributarias y la regulación del uso público por parte de los municipios impulsan esta informalidad. El comercio informal se organiza en dos tipos principales: comerciantes con puesto fijo y comerciantes ambulantes. Además, se evidencia que el comercio informal contribuye significativamente a la evasión tributaria, afectando la economía local y los ingresos fiscales necesarios para el desarrollo urbano.

Castro y Torralba (2020). En su tesis titulada “La cultura tributaria como factor primario de la responsabilidad fiscal en negocios multinivel y comerciantes de Barrio en Bogotá”; objetivo: “Analizar los factores que influyen en la cultura tributaria de Bogotá por parte de los representantes de los negocios multinivel y comerciantes de barrio de las localidades de Kennedy y Bosa, para comprender el conocimiento que tienen actualmente sobre el cumplimiento de las responsabilidades tributarias”; metodología: descriptivo, el cual permitirá conocer a detalle la población de estudio seleccionada; concluye que los comerciantes de barrio y representantes de negocios multinivel tienen un conocimiento limitado sobre sus responsabilidades fiscales y no comprenden completamente el entorno de su actividad económica ni las obligaciones que conlleva. Aunque muchos declaran sus impuestos, no concretan el proceso tributario con el pago, resultando en un grupo de morosos. Esto genera sobrecostos para la ciudad debido a la gestión de cobro y los trámites adicionales que deben realizar los entes fiscalizadores para asegurar el pago. Además, la

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y la Secretaría Distrital de Hacienda no han implementado mecanismos eficaces para educar a la población sobre la cultura tributaria ni han generado la confianza necesaria para que los ciudadanos tributen adecuadamente.

Tenada et al. (2018). En su tesis titulado “El Comercio Informal Como Factor Predominante En La Economía Local”; objetivo: identificar en los comerciantes formales de los mercados de abastos de la ciudad, cómo la presencia de los comerciantes informales ha incidido en la cantidad de ventas realizadas en los puestos de productos orgánicos de las plazas y mercados de la ciudad de Ambato; metodología: cualitativos y cuantitativos, a través de cifras económicas y cualidades de factores socioeconómicos; concluye que el comercio informal impacta negativamente la economía de la provincia, especialmente perjudicando a la mano de obra que carece de garantías laborales y acceso a la seguridad social. A pesar de esto, muchos comerciantes informales prefieren mantenerse en esta situación debido a la percepción de obtener mayores beneficios económicos sin tener que cumplir con las regulaciones legales establecidas por los organismos de control. Además, valoran la autonomía de no tener jefes, lo que refuerza su resistencia a la formalización. Esta situación subraya la necesidad de implementar estrategias que no solo regulen, sino que también incentiven la formalización, ofreciendo beneficios tangibles y apoyo a estos trabajadores para mejorar su seguridad y bienestar económico.

Moreira (2020). En su tesis titulada “el comportamiento tributario de los contribuyentes en los mercados de abastos en el cantón Durán”; objetivo: “determinar que las instituciones del Estado como es el Servicio de Rentas Internas realicen”; metodología: exploratorio, descriptivo, interpretativo y evaluativo; concluye que los comerciantes del mercado de abastos poseen conocimientos básicos sobre la importancia de cumplir con sus obligaciones tributarias. Sin embargo, este conocimiento es superficial y limitado, lo que dificulta una comprensión completa y una aplicación efectiva de las normativas fiscales. Para promover

un cumplimiento tributario más robusto, es esencial proporcionar capacitación y recursos educativos que profundicen su comprensión y faciliten su acceso a herramientas de gestión fiscal. Esto no solo mejoraría el cumplimiento tributario, sino que también fortalecería la viabilidad y sostenibilidad de sus negocios a largo plazo.

2.3.2. Antecedentes nacionales

Torres (2015). En su tesis titulada “formalización de las micro y pequeñas empresas del mercado proveedores unidos del distrito de breña 2015”; objetivo: “formalizar las micro y pequeñas empresas del mercado Proveedores Unidos del distrito de Breña 2015”; metodología: descriptiva simple, en razón del análisis descriptivo; concluye que los microempresarios del mercado Proveedores Unidos en el Distrito de Breña tienen un entendimiento general sobre los pasos necesarios para formalizarse. Sin embargo, enfrentan una falta significativa de asesoramiento específico en este aspecto. Es crucial implementar campañas de información detalladas que aborden temas como la inscripción en registros públicos, el registro en el RUC y los procesos de formalización para las micro y pequeñas empresas (MYPES). Estas iniciativas son urgentes para brindar a los empresarios la orientación necesaria y facilitar el proceso de formalización, lo que a su vez contribuiría a mejorar su posición en el mercado y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Espinoza (2019). En su tesis titulada “Niveles de formalización en mercados de abastos de la ciudad de Tarapoto, año 2019”; objetivo: “determinar el nivel de formalización en mercados de abastos de la ciudad de Tarapoto, año 2019”; metodología: descriptivo, ya que se procedió a describir los niveles de formalización de los comerciantes de los diferentes mercados de la ciudad de Tarapoto; concluye que la mayoría de los comerciantes en los mercados de Tarapoto operan sin una formalización completa, lo que significa que carecen de regularidad en el cumplimiento de sus obligaciones y de conocimientos básicos sobre el control de inventario y registro de transacciones. Esta falta de formalidad limita sus

oportunidades de crecimiento y organización, ya que no pueden acceder a ciertos beneficios ni participar plenamente en el mercado formal. Es esencial abordar esta situación mediante programas de capacitación y asesoramiento que ayuden a los comerciantes a comprender la importancia de la formalización y los capaciten para llevar a cabo sus actividades comerciales de manera más eficiente y conforme a la normativa vigente.

Flores (2020). En su tesis titulada “Evasión tributaria y formalización de los comerciantes de abarrotes ubicados en los mercados central, nuevo oriente y santa Celia de la provincia de Cutervo, 2018”; objetivo: “determinó que la mayoría de los comerciantes de abarrotes aún no han formalizados sus negocios lo cual demuestra que tienen varios años infringiendo y evadiendo sus obligaciones tributarias”; metodología: cuantitativa, descriptiva; concluye que la evasión tributaria y la falta de formalización entre los comerciantes de abarrotes en los mercados de Cutervo se deben principalmente a la escasez de cultura y educación tributaria. La ausencia de información relevante, especialmente la falta de charlas proporcionadas por entidades como la SUNAT y la Municipalidad local, contribuye significativamente a esta situación. Es fundamental abordar estas deficiencias mediante la implementación de programas educativos y campañas de sensibilización dirigidas a los comerciantes, con el fin de aumentar su comprensión sobre la importancia de la formalización y el cumplimiento tributario. Además, se requiere una mayor coordinación entre las autoridades locales y nacionales para brindar el apoyo necesario y garantizar que los comerciantes tengan acceso a la información y los recursos adecuados para formalizar sus actividades comerciales de manera efectiva.

Hernández y Walter (2021). En su tesis titulada “Programa de cultura tributaria para aumentar la formalización de los comerciantes del mercado modelo sector ropa, Chiclayo 2019”; objetivo: “Se determina que los altos costos en los trámites de formalización incentivan a seguir en la informalidad, puesto que lo que obtienen de sus ventas no les

alcanza para cumplir con la obligación de pagar cada mes a la administración tributaria”; metodología: cuantitativo porque se va a recopilar información, cuantitativa debe ser lo más objetiva posible, de carácter descriptivo y analítico, considerando que la información que se obtuvo fue de manera directa y por observación, tomando una muestra a los negociantes informales de la sección ropa del Modelo; concluye que un alto nivel de desconfianza en las autoridades encargadas de administrar los recursos estatales, lo que incide en la preferencia por mantenerse en la informalidad. Esta falta de confianza puede estar motivada por percepciones de corrupción, ineficiencia en la gestión de los recursos públicos y falta de transparencia en el uso de los fondos recaudados. Como resultado, los individuos optan por evitar el sistema formal, prefiriendo operar en la economía informal donde perciben un mayor control sobre sus ingresos y una menor interferencia por parte de las autoridades gubernamentales. Para abordar esta situación, es crucial implementar medidas que restauren la confianza en las instituciones estatales, así como promover una mayor transparencia y rendición de cuentas en la gestión de los recursos públicos, lo que podría incentivar a los individuos a formalizar sus actividades comerciales.

Mamani (2019). En su tesis titulada “Factores de la formalización y su efecto financiero en las pymes mineras del distrito de mariano Nicolás Valcárcel - Camaná - Arequipa, 2018”; objetivo: “Determina la posibilidad de identificar los factores predominantes en las PYMES mineras del distrito de Mariano Nicolás Valcárcel –Camaná – Arequipa que obstruyen el avance de incorporación hacia el proceso de formalización, repercutiendo directamente en la rentabilidad y la información financiera distorsionada resultante, afectando el desarrollo de estas, por tanto, el crecimiento del sector”; metodología: será básicamente de tipo cuantitativo, para ello se desarrolló cuestionarios que se aplicaron en oportunidad cuando se brindaba capacitación y orientación sobre la obligación de emitir comprobantes electrónicos y en la unidad de análisis en sus diferentes oficinas ubicadas en la ciudad Arequipa como en

el Distrito de Mariano Nicolás Valcárcel; concluye que independientemente de las acciones tomadas para formalizar una actividad comercial, el impacto financiero puede permanecer relativamente constante. Es importante considerar que esta estabilidad en el efecto financiero puede atribuirse a la influencia de otros factores, como las condiciones económicas generales, la competencia en el mercado y las políticas gubernamentales relacionadas con la fiscalidad y la regulación empresarial. Estas observaciones resaltan la complejidad del proceso de formalización y la necesidad de evaluar cuidadosamente múltiples variables para comprender completamente su impacto en la salud financiera de un negocio.

2.3.3. Antecedentes Locales

Tacuri y Paucar (2018). En su tesis titulada “Comercio Informal Y Los Componentes Determinantes Para La Formalización De Los Comerciantes De La “Asociación De Comerciantes Feria Del Altiplano” Del Distrito De Wanchaq, Cusco Periodo 2016”; objetivo: “establecer cuáles son los componentes determinantes que contribuyen a la práctica del comercio informal de la “Asociación de comerciantes feria del altiplano” del distrito de Wanchaq Cusco periodo 2016”; metodología: cualitativo, corresponde al tipo de investigación-acción, puesto que propicia el cambio social; concluye que la falta de cultura tributaria desempeña un papel fundamental en la proliferación del comercio informal. La ausencia de conocimientos, valores y actitudes tributarias adecuadas entre los comerciantes contribuye significativamente a la evasión fiscal y otras prácticas ilegales. Esta situación refleja una actitud inmadura e inconsciente hacia la sociedad y el medio ambiente. Se destaca la responsabilidad de las autoridades fiscales, como la SUNAT, en la provisión insuficiente de información y orientación a los comerciantes que carecen de conocimientos tributarios. Esto subraya la importancia de fortalecer los programas de educación tributaria y mejorar la accesibilidad a recursos informativos para combatir el comercio informal y fomentar una cultura de cumplimiento tributario en la sociedad.

Aquino (2018). En su tesis titulada “formalización de los comerciantes en el mercado baratillo del distrito de Santiago cusco – periodo – 2017”; objetivo: “determina que la formalización de los comerciantes del mercado Baratillo respecto al registro y concesión de licencias por parte de las autoridades son la falta de un local propio, la falta de información, los trámites son muy costosos”; metodología: es de enfoque cuantitativo, porque utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación; concluye que la situación socioeconómica ejerce una influencia notable en el proceso de formalización de los comerciantes del mercado Baratillo en el Distrito de Santiago, Cusco. Se destaca que esta situación afecta especialmente al registro y la obtención de licencias por parte de las autoridades municipales. Los factores socioeconómicos, como el nivel de ingresos y las condiciones laborales, juegan un papel determinante en la capacidad de los comerciantes para cumplir con los requisitos formales establecidos por las autoridades locales. Esta situación resalta la necesidad de abordar las disparidades económicas y sociales que obstaculizan el proceso de formalización, así como de implementar políticas y programas que brinden apoyo y oportunidades equitativas para todos los comerciantes en su camino hacia la formalización empresarial.

III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

a. Hipótesis general

La formalización influye significativamente en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023.

b. Hipótesis específicas

- Los beneficios de la formalización influyen significativamente en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023.
- Los costos de la formalización influyen significativamente en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023.
- El nivel de conocimientos influye significativamente en el proceso de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023.

3.2. Identificación de variables e indicadores

Variable X: Variable independiente

Formalización

Variable Y: Variable dependiente

Comercialización

3.3. Operacionalización de las variables

Cuadro 1

Operacionalización de las variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
Formalización	Beneficios de formalización: Maturana y Andrade. (2019) “La formalización como el ejercicio de una actividad económica bajo las normas del Estado, para nosotros es un proceso de inclusión económica que le facilita a su empresa crecer, ser proveedor de otras empresas, llegar a otros mercados, etc.	Ingresos Clientes Línea de crédito Tributos
Ramos (2019). Indica que la formalización es un proceso que lleva a cabo el empresario para poder incorporarse a un mercado o a una economía formal, es parte de una decisión que se hace para encaminar su empresa bajo el marco de la ley.	Costos: (Ayensa Esparza, 2017). Es el valor de los consumos de los factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien, servicio o actividad.	Asesoría contable Costos de sus compras
	Conocimientos: Marín (2022) El conocimiento es la información y habilidades que los seres humanos adquieren a través de sus capacidades mentales.	Charlas Orientación tributaria Información tributaria Sanciones
Variable	Dimensiones	Indicadores
Comercialización	Procedimientos: Ucha (2022) Se llamará procedimiento administrativo a la serie de actos que se pondrán en práctica para concretar la actuación administrativa en cuestión y que tendrá como objetivo la concreción de algún fin inherente a su actividad, que se denomina formalmente como acto administrativo.	Comprar Vender Transportar Financiamiento
Carrasco (2017) La comercialización es la actividad humana consistente en satisfacer necesidades y deseos a través de procesos de intercambio de bienes y servicios. Es, por tanto, una de la principal actividad de relación entre los seres humanos, las empresas, entendidas como agrupaciones organizadas de personas para la consecución de unos objetivos, ofrecen al mercado bienes y servicios que serán adquiridos tanto por los consumidores finales como por otras empresas para integrarlos a su vez en sus propios procesos de comercialización.	Producto: García (2016). Hace referencia a cualquier bien, servicio, idea o entidad que se encuentre en un mercado y que pueda ser adquirido, empleado o consumido para satisfacer una necesidad de los clientes.	Servicios Cantidad Calidad Variedad
	Precio: Rosa et al. (2020) El precio puede definirse como la cantidad de dinero (también cabe la posibilidad de utilizar productos y servicios) que el comprador intercambia por producto y/o servicios recibidos del vendedor.	Demanda Oferta

Nota: El cuadro representa la operacionalización de las variables

IV. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

4.1. Ámbito de estudio

A. Localización política

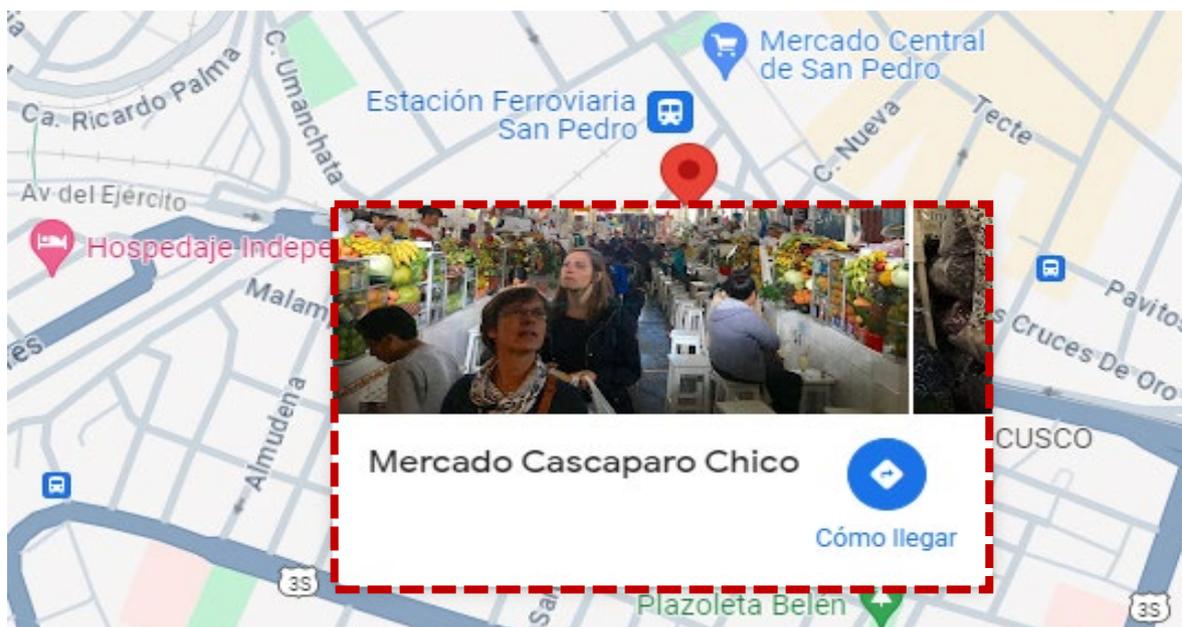
- **País:** Perú
- **Región:** Cusco
- **Departamento:** Cusco
- **Provincia:** Cusco
- **Distrito:** Cusco

El Mercado Ccasccaparo se encuentra situado a una altitud de 3438 metros sobre el nivel del mar (msnm), considerada como la Región Quechua, dentro del distrito de Cusco.

B. Localización geográfica

Figura 6

Ubicación geográfica del Mercado Ccasccaparo



Nota: La figura representa la ubicación geográfica del Mercado Ccasccaparo

4.2. Tipo y nivel de investigación

a. Tipo de investigación

Existen varios tipos de investigación, y la elección del tipo de investigación depende de los objetivos, la naturaleza de la pregunta de investigación y los métodos utilizados. El estudio se realizó a través del tipo básico; según Carrasco (2019) “solo busca ampliar y profundizar al caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad, su objetivo de estudio lo constituyen las teorías científicas, las mismas que las analiza para perfeccionar sus contenidos” (p.43). El tipo de investigación empleado en el estudio es de naturaleza básica, ya que el objetivo principal fue ampliar y profundizar los conocimientos sobre la formalización y su influencia en la comercialización. Este enfoque se centró en generar nuevas teorías y conceptos, en lugar de resolver problemas específicos o inmediatos. Al investigar de manera exhaustiva, se buscó comprender mejor cómo los procesos de formalización pueden impactar diversos aspectos del comercio, incluyendo la eficiencia operativa, el acceso a mercados formales y la percepción de los consumidores. La investigación básica es esencial para construir una base sólida de conocimiento que pueda servir como fundamento para estudios aplicados y futuros desarrollos en el campo.

b. Nivel de investigación

El nivel de investigación se refiere al grado de profundidad y complejidad con el que se aborda un problema o fenómeno en un estudio. Hernández et al (2014) sobre el nivel descriptivo menciona: “los diseños descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población.” (p, 155). El nivel de investigación del estudio es descriptivo, dado que su objetivo principal fue detallar y caracterizar el grado de influencia que la formalización ejerce sobre la comercialización. Además, la investigación descriptiva permitió establecer una base de conocimiento empírico

que puede ser utilizada para futuras investigaciones y para el diseño de estrategias comerciales más informadas y efectivas, con esta información, se pretende no solo describir, sino también generar un punto de partida para estudios más profundos y específicos en el área.

c. Diseño de investigación

Hernández et al (2014), señala que el diseño no experimental “podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables .es decir trata de estudios en los que hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables”. (p.154) La investigación adoptó un diseño no experimental, caracterizado por la ausencia de manipulación de variables, enfocándose en describir la situación real y analizar la influencia de la formalización en la comercialización. Este enfoque permitió observar y comprender las variables en su entorno natural, sin intervenciones deliberadas que pudieran alterar los resultados. Al mantener las condiciones tal como se presentan en la realidad, el objetivo fue obtener una representación auténtica y precisa de la situación, capturando fielmente la dinámica y la relación entre las unidades de estudio.

Hernández et al (2014), señalan que “los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. (p.154). Se eligió un diseño de investigación de corte transversal, adecuado para la naturaleza de la recolección de datos, que se llevó a cabo en un único momento y período específico, concretamente durante el año 2023. Este enfoque permitió capturar una instantánea precisa de las variables en estudio, proporcionando una visión detallada y contextualizada de cómo la formalización influye en la comercialización en ese periodo.

4.3. Unidad de análisis

Para llevar a cabo el trabajo de investigación, se seleccionó al empresario del mercado de Cascaparo, ubicado en el distrito de Cusco, como la unidad de análisis principal para el año 2023. Al centrarse en el empresario como la unidad de análisis, se pudo examinar detenidamente cómo las decisiones y acciones individuales influyen la formalización y la comercialización dentro del mercado.

4.4. Población de estudio

Hernández et al. (2014) “es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas específicas, así comenta al respecto una vez que se ha definido la unidad de análisis, se delimitara la población a estudiar y se generalizaran los resultados” (p.174). En el presente trabajo de investigación, se consideró como población a los 634 empresarios que realizan sus actividades comerciales en el mercado de Cascaparo, ubicado en el distrito de Cusco. Estos empresarios, al ser personas naturales, están inscritos en el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS). La elección de esta población específica permitió obtener una muestra representativa de comerciantes que operan bajo condiciones similares de formalización fiscal.

4.5. Tamaño muestra

Hernández et al. (2014) “la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, este deberá ser representativo de dicha población” (p.174). La muestra para el trabajo de investigación estuvo compuesta por 196 empresarios del mercado de Cascaparo, ubicado en el distrito de Cusco. Esta selección se realizó con el objetivo de obtener una representación significativa de la población total de comerciantes, permitiendo así un análisis detallado y preciso de las dinámicas de formalización y comercialización en este contexto específico.

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

N = población

n = muestra

z = nivel de confianza

p = población a favor

q = población en contra

e = error de muestra

Sacando la muestra de población:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 960}{0.10^2(960 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

N = 960

z = 1.96

p = 0.5

q = 0.5

e = 0.10

n = 196

4.6. Técnicas de selección de muestra

Hernández et al (2014) “el muestreo cualitativo es propositivo, las primeras acciones para elegir la muestra ocurren desde el planteamiento mismo y cuando seleccionamos el contexto, en el cual esperamos encontrar los casos que nos interesan” (p.176). En relación al tamaño de la muestra, se empleó un enfoque de muestreo probabilístico, lo que implica que la

selección de los 196 empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco se llevó a cabo mediante una fórmula estadística específica. Este método garantizó que cada empresario tuviera la misma probabilidad de ser incluido en la muestra, lo que aumenta la representatividad y la validez de los resultados obtenidos.

4.7. Técnicas de recolección de información

A. Técnica

Hernández et al (2014) señala que “las técnicas son los recursos de que dispone el investigador para su trabajo, las técnicas necesitan los instrumentos para su realización” (p.217). En esta investigación, se optó por utilizar la técnica de encuesta como método principal de recolección de datos, dado que esta herramienta ofreció la posibilidad de medir de manera precisa las variables de interés. La elección de la encuesta como técnica metodológica se basó en su capacidad para obtener información directa de los participantes, permitiendo recopilar datos cuantitativos sobre la formalización y su influencia en la comercialización en el Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco en el año 2023.

B. Instrumento

Hernández et al (2014) señala que el instrumento es cuando “en la investigación disponemos de múltiples tipos de instrumentos para medir las variables de interés y en algunos casos llegan a combinarse varias técnicas de recolección de los datos”. (p.217). En el desarrollo de esta investigación, se seleccionó el cuestionario como instrumento principal, el cual incluyó una serie de preguntas diseñadas para medir diversas variables relacionadas con la formalización y su impacto en la comercialización, para la medición de estas preguntas, se empleó la escala Likert. La elección de esta técnica permitió obtener datos cuantitativos que reflejan las opiniones, actitudes y percepciones de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco en el año 2023.

C. Confiabilidad

Hernández et al. (2014) La confiabilidad de este estudio se evaluó minuciosamente mediante diversos métodos estadísticos, siendo el método de Alfa de Cronbach el principal enfoque empleado. La fiabilidad, en este contexto, se refiere a la capacidad del instrumento de investigación para generar resultados consistentes al repetir la medición con la misma muestra. Este análisis se llevó a cabo utilizando el software estadístico SPSS 27, que facilitó el cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach y la evaluación de la consistencia interna de los datos recolectados. Este enfoque riguroso aseguró que los resultados obtenidos fueran confiables y que pudieran ser generalizados con confianza dentro del ámbito de estudio correspondiente. La aplicación de estas técnicas estadísticas fortaleció la validez de la investigación y proporcionó una base sólida para la interpretación y la conclusión de los hallazgos.

Confiabilidad de la variable 01 – Formalización

Cuadro 2

Prueba de confiabilidad de la variable 01 – Formalización

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.837	0.824	10

Nota: El cuadro representa la prueba de confiabilidad de la variable 01 – Formalización

Interpretación

La fiabilidad del estudio se evaluó mediante la prueba Alfa de Cronbach, obteniendo un resultado de (0.837) para la variable 01, centrada en la formalización. Este valor cercano a la unidad indica una alta consistencia en las respuestas de los participantes, lo que sugiere que el estudio es confiable y adecuado para su implementación. Este análisis refuerza la solidez de los resultados y la validez de las conclusiones obtenidas en la investigación.

Confiabilidad de la variable 02 – Comercialización

Cuadro 3

Prueba de confiabilidad de la variable 02 – Comercialización

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.893	0.890	10

Nota: El cuadro representa la prueba de confiabilidad de la variable 02 – Comercialización

Interpretación

Para garantizar la confiabilidad del estudio, se aplicó la prueba Alfa de Cronbach, arrojando un resultado de (0.893) para la variable 02, referente a la comercialización. Este valor cercano a la unidad valida la consistencia en las respuestas de los participantes, reforzando así la fiabilidad del estudio y su aptitud para su aplicación. Esta evaluación refuerza la solidez de los hallazgos y la validez de las conclusiones obtenidas en la investigación.

4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información

En el proceso de análisis de datos de esta investigación, se hizo uso del software SPSS 27, el cual facilitó la aplicación de diversas técnicas estadísticas para examinar detalladamente la información recopilada. Entre estas técnicas se incluyeron la generación de cuadros de frecuencia y figuras, que proporcionaron una representación visual clara y comprensible de los datos. Además, se llevó a cabo una evaluación minuciosa de la confiabilidad de los datos y la distribución de frecuencias, lo que contribuyó a garantizar la calidad y la validez de los resultados obtenidos. Estas actividades se integraron de manera integral en el proceso de recopilación y análisis de datos, permitiendo una comprensión profunda y rigurosa de la influencia de la formalización en la comercialización en el Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco en el año 2023.

4.9. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de la hipótesis planteada

Para validar tanto la hipótesis general como las específicas en esta investigación, se recurrió al empleo de pruebas estadísticas inferenciales, estas pruebas permitieron examinar de manera rigurosa y sistemática la influencia entre las variables estudiadas, así como determinar la validez de las afirmaciones planteadas. Al aplicar técnicas inferenciales como pruebas de significancia y análisis de correlación, se pudo evaluar la fuerza y la dirección de las asociaciones entre las variables, proporcionando una base sólida para la validación de las hipótesis planteadas. Este enfoque metodológico robusto aseguró la fiabilidad y la precisión de los resultados obtenidos, contribuyendo así a una comprensión más completa de la influencia de la formalización en la comercialización en el contexto del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco en el año 2023.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados

5.1.1 Resultados por objetivos

OG: Describir la influencia de la formalización en el proceso de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco -2023.

Cuadro 4

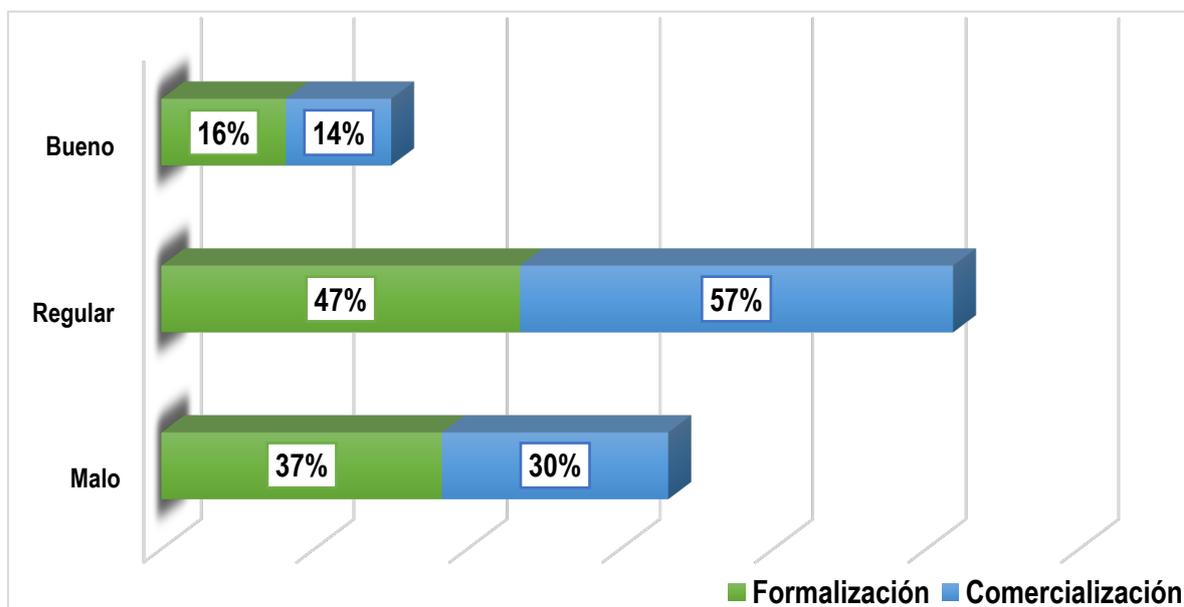
Resultados del análisis del objetivo general

Baremos del objetivo general			Formalización		Comercialización	
Variable 1	Variable 2	Niveles	fi	hi%	fi	hi%
25 – 32	24 – 30	Malo	72	37%	58	30%
33 – 40	31 – 37	Regular	92	47%	111	57%
41 – 50	38 – 44	Bueno	32	16%	27	14%
Total			196	100%	196	100%

Nota: El cuadro representa los resultados del análisis del objetivo general

Figura 7

Resultados del análisis del objetivo general



Nota: La figura representa los resultados del análisis del objetivo general

Interpretación

Para comprender con mayor profundidad el grado de cumplimiento del objetivo general de la investigación, se procedió a realizar un análisis exhaustivo de los datos recolectados a través del cuestionario distribuido entre los participantes. Estos datos fueron sometidos a un riguroso escrutinio utilizando un cuadro de baremos como herramienta de evaluación, lo que permitió identificar patrones y tendencias significativas. Los resultados de este análisis revelaron que un significativo 84% de los encuestados expresaron una percepción negativa sobre la formalización de sus negocios, clasificándola en un rango que va desde regular hasta malo. Esta tendencia sugiere que existe una falta generalizada de conocimiento sobre los beneficios inherentes a la formalización empresarial, así como una preocupación latente por los costos y trámites asociados con este proceso. Es probable que esta percepción negativa esté influenciada por una serie de factores, como la falta de acceso a información adecuada, la complejidad percibida de los procedimientos de formalización y las preocupaciones sobre el impacto financiero que podría tener en sus negocios. Estos hallazgos destacan la importancia de abordar las barreras y desafíos que enfrentan los empresarios en el proceso de formalización, así como de proporcionar recursos y apoyo para fomentar una mayor comprensión y participación en este aspecto fundamental del desarrollo empresarial.

En lo referente a la comercialización, un notable 87% de los empresarios encuestados expresaron una evaluación que varía entre regular y mala. Esta inclinación puede atribuirse a la observación de que muchos de estos empresarios no están llevando a cabo de manera adecuada los procedimientos de comercialización, lo que resulta en una vulnerabilidad tanto en la calidad de sus productos como en la fijación de precios. Es evidente que estos hallazgos subrayan la urgencia de proporcionar mayor información y apoyo a los empresarios en relación con los beneficios y procesos de formalización. Además, resaltan la importancia de mejorar las prácticas de comercialización para fortalecer la competitividad y sostenibilidad

de los negocios en el dinámico mercado de Cascaparo. Abordar estas deficiencias no solo impulsaría la eficacia de los empresarios en su labor comercial, sino que también podría fomentar un entorno más próspero y equitativo para el crecimiento económico de la región.

OE1: Describir la influencia de los beneficios de la formalización en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco – 2023.

Cuadro 5

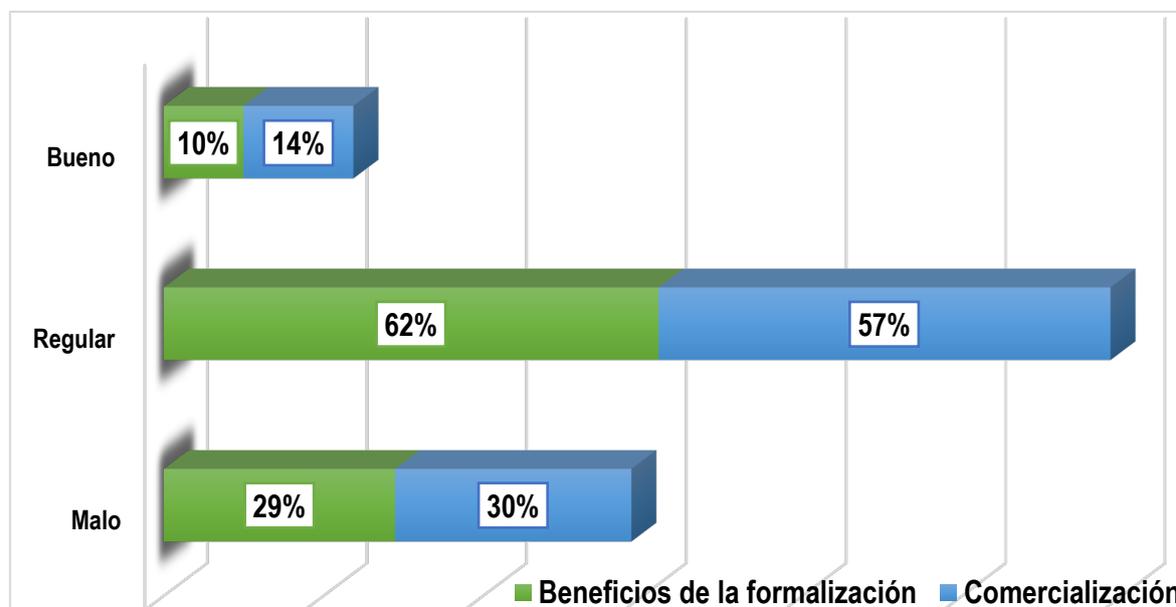
Resultados del análisis del objetivo específico 01

Baremos del objetivo específico 01			Beneficios de la formalización		Comercialización	
Dimensión 1	Variable 2	Niveles	fi	hi%	fi	hi%
11 – 15	24 – 30	Malo	56	29%	58	30%
16 – 20	31 – 37	Regular	121	62%	111	57%
21 – 25	38 – 44	Bueno	19	10%	27	14%
Total			196	100%	196	100%

Nota: El cuadro representa los resultados del análisis del objetivo específico 01

Figura 8

Resultados del análisis del objetivo específico 01



Nota: La figura representa los resultados del análisis del objetivo específico 01

Interpretación

Con el fin de evaluar el cumplimiento del objetivo específico 01, se llevó a cabo un análisis exhaustivo de los datos recopilados mediante el cuestionario distribuido entre los participantes. Estos resultados fueron sometidos a un minucioso escrutinio utilizando un cuadro de baremos como herramienta de evaluación. Los resultados obtenidos revelan que un significativo 91% de los encuestados percibe los beneficios de la formalización en un rango que va desde regular hasta malo. Esta percepción se fundamenta en la falta de conocimientos entre los comerciantes sobre los beneficios potenciales que podría brindarles la formalización en aspectos como el aumento de los ingresos, la expansión de su base de clientes, el acceso a líneas de crédito y el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias. Estos hallazgos resaltan la necesidad de abordar las brechas de conocimiento y proporcionar orientación adecuada a los comerciantes para que puedan tomar decisiones informadas sobre la formalización de sus negocios, lo que podría impulsar su crecimiento y sostenibilidad en el mercado de Casaparo.

En lo que respecta a la comercialización, un significativo 87% de los empresarios evaluaron su desempeño como regular o deficiente. Esta tendencia sugiere que una parte considerable de estos empresarios no está aplicando de manera efectiva los procedimientos de comercialización, lo que los deja vulnerables a posibles deficiencias en la calidad de sus productos y en la fijación de precios. Estos resultados resaltan la urgencia de proporcionar una mayor orientación y apoyo a los empresarios en aspectos clave como la formalización y la mejora de las prácticas de comercialización. Es fundamental promover la competitividad y el desarrollo sostenible de los negocios en el mercado de Casaparo mediante la implementación de estrategias que fortalezcan la capacidad de los empresarios para enfrentar los desafíos comerciales y aprovechar las oportunidades disponibles en el mercado. Esto podría lograrse a través de programas de capacitación, asesoramiento personalizado y acceso

a recursos que les permitan mejorar sus habilidades comerciales y adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio.

OE2: Describir la influencia de los costos de la formalización en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco – 2023.

Cuadro 6

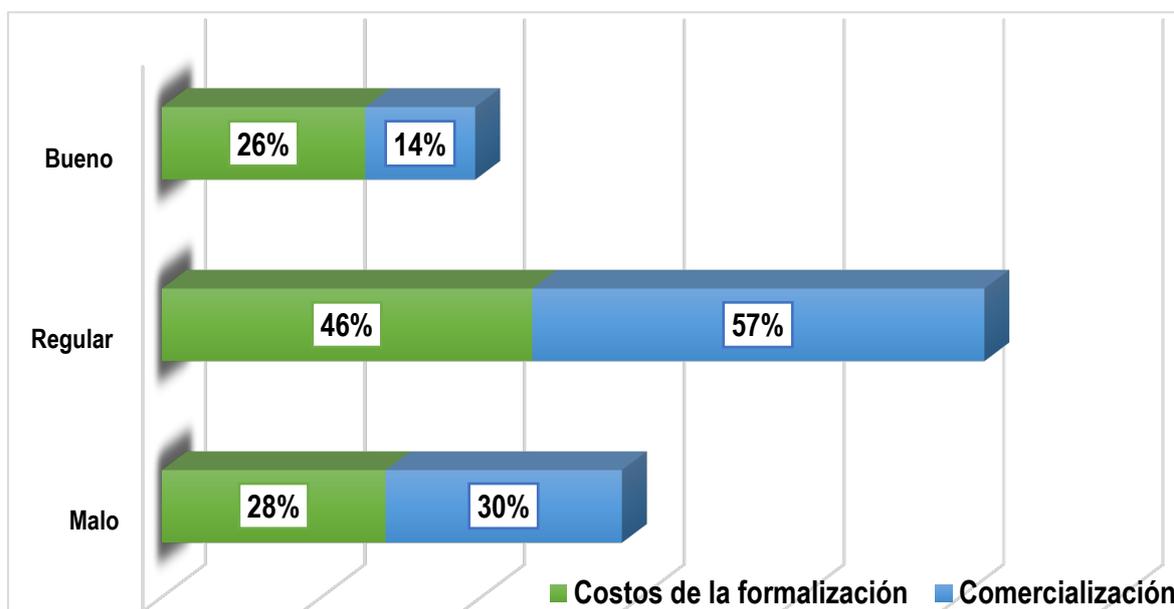
Resultados del análisis del objetivo específico 02

Baremos del objetivo específico 01			Costos de la formalización		Comercialización	
Dimensión 2	Variable 2	Niveles	fi	hi%	fi	hi%
12 – 15	24 – 30	Malo	55	28%	58	30%
16 – 19	31 – 37	Regular	91	46%	111	57%
20 – 25	38 – 44	Bueno	50	26%	27	14%
Total			196	100%	196	100%

Nota: El cuadro representa los resultados del análisis del objetivo específico 02

Figura 9

Resultados del análisis del objetivo específico 02



Nota: La figura representa los resultados del análisis del objetivo específico 02

Interpretación

Para evaluar el cumplimiento del objetivo específico 02, se llevó a cabo un análisis minucioso de los datos recopilados mediante el cuestionario, los cuales fueron sometidos a

un detallado escrutinio utilizando un cuadro de baremos como herramienta de evaluación. En este proceso analítico, se destacó que un considerable 74% de los encuestados percibe los costos de la formalización en un rango que va desde regular hasta malo. Esta percepción encuentra su raíz en la ausencia de asesoría contable entre los comerciantes, lo que dificulta la comprensión y gestión adecuada de los gastos asociados con sus operaciones comerciales. Además, se observa una gestión inadecuada de los costos relacionados con las compras, lo que sugiere una falta de planificación financiera y control en la gestión empresarial. Estos hallazgos resaltan la necesidad urgente de proporcionar orientación y apoyo adecuados en materia contable y financiera a los comerciantes en el mercado de Casaparo, con el objetivo de mejorar su capacidad para tomar decisiones financieras informadas y gestionar eficientemente los recursos disponibles.

En cuanto a la comercialización, un notable 87% de los empresarios que participaron en la encuesta expresaron una evaluación que va desde regular hasta mala. Esta tendencia puede atribuirse al hecho de que muchos de estos empresarios no están implementando de manera efectiva los procedimientos de comercialización, lo que los deja vulnerables a problemas relacionados con la calidad de sus productos y la fijación de precios. Este hallazgo destaca la necesidad urgente de ofrecer un mayor respaldo y capacitación a los empresarios en áreas tanto contables como de comercialización para potenciar su competitividad y sostenibilidad en el mercado de Casaparo. Es imperativo brindar herramientas y recursos que les permitan mejorar sus estrategias de comercialización, desde la promoción adecuada de sus productos hasta la gestión eficiente de precios, lo que podría contribuir significativamente a su éxito en un entorno empresarial competitivo. Además, una sólida comprensión de los aspectos contables les permitirá una mejor toma de decisiones financieras y una gestión más efectiva de sus recursos, fortaleciendo así su posición en el mercado y su capacidad para enfrentar los desafíos que puedan surgir.

OE3: Describir la influencia del nivel de conocimientos en el proceso de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco – 2023.

Cuadro 7

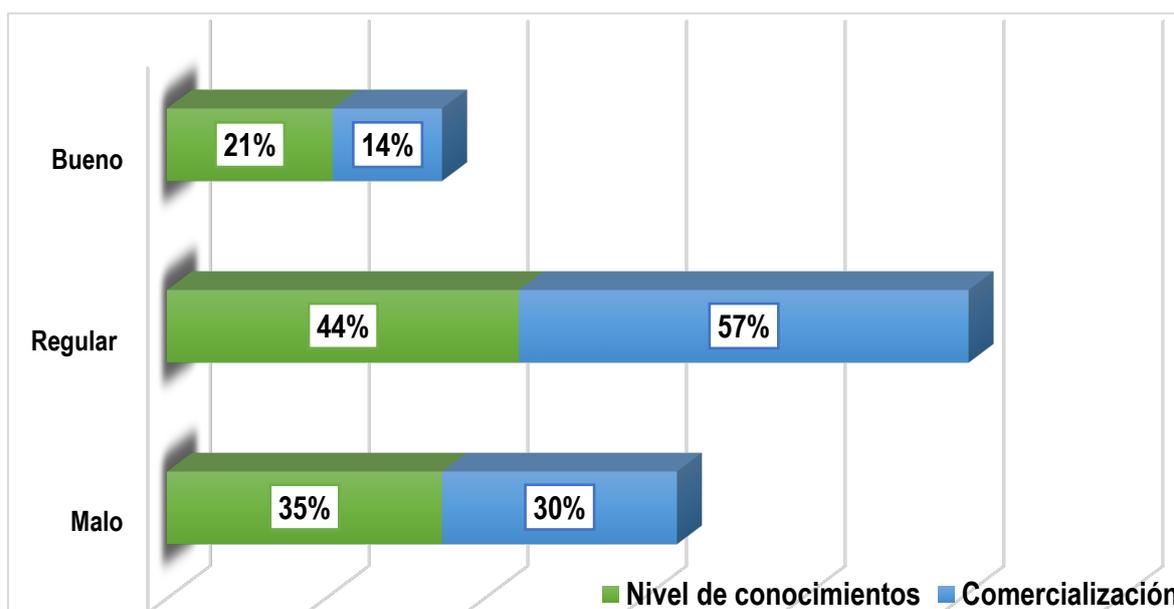
Resultados del análisis del objetivo específico 03

Baremos del objetivo específico 01			Nivel de conocimientos		Comercialización	
Dimensión 3	Variable 2	Niveles	fi	hi%	fi	hi%
11 – 14	24 – 30	Malo	68	35%	58	30%
15 – 18	31 – 37	Regular	87	44%	111	57%
19 – 23	38 – 44	Bueno	41	21%	27	14%
Total			196	100%	196	100%

Nota: El cuadro representa los resultados del análisis del objetivo específico 03

Figura 10

Resultados del análisis del objetivo específico 03



Nota: La figura representa los resultados del análisis del objetivo específico 03

Interpretación

Para evaluar el cumplimiento del objetivo específico 03, se realizó un análisis exhaustivo de los datos recolectados a través del cuestionario, los cuales fueron sometidos a un minucioso escrutinio utilizando un cuadro de baremos como herramienta de evaluación. Dentro de este análisis, resulta destacable que un significativo 79% de los encuestados percibe un nivel de

conocimientos sobre la formalización que va desde regular hasta malo. Esta percepción se fundamenta en la falta de participación en charlas informativas sobre formalización, así como en la carencia de orientación tributaria y de información detallada acerca de los procedimientos y beneficios de la formalización empresarial. La ausencia de esta información crucial obstaculiza la comprensión por parte de los empresarios sobre las posibles sanciones y consecuencias legales que podrían enfrentar por no formalizar sus negocios, lo que a su vez limita su capacidad para tomar decisiones informadas y estratégicas respecto a la gestión de sus empresas. Estos hallazgos resaltan la importancia crítica de ofrecer programas educativos y servicios de asesoramiento integral que aborden estas deficiencias en conocimiento y promuevan una mayor conciencia y cumplimiento de los requisitos legales en el mercado de Casaparo.

En relación con la comercialización, es notable que un 87% de los empresarios encuestados expresaron una evaluación que va desde regular hasta mala. Esta tendencia puede atribuirse al hecho de que muchos de estos empresarios no están llevando a cabo los procedimientos de comercialización de manera efectiva, lo que los expone a desafíos relacionados con la calidad de sus productos y la fijación de precios. Esta situación subraya la importancia de ofrecer una educación y orientación más sólidas sobre la formalización y las mejores prácticas de comercialización para fortalecer la competitividad y el éxito empresarial en el mercado de Casaparo. Es crucial proporcionar recursos y programas de capacitación que aborden las deficiencias en la gestión comercial, desde estrategias de promoción efectivas hasta una adecuada gestión de precios y distribución. Además, se deben ofrecer herramientas y asesoramiento que ayuden a los empresarios a comprender mejor las necesidades y expectativas del mercado, permitiéndoles adaptar sus estrategias comerciales de manera más efectiva y lograr un posicionamiento sólido en un entorno empresarial cada vez más competitivo.

5.1.2 Resultados por cada interrogante

P-01: ¿Cómo ha impactado la formalización en el incremento de ingresos para su negocio en el mercado de Cascaparo?

Cuadro 8

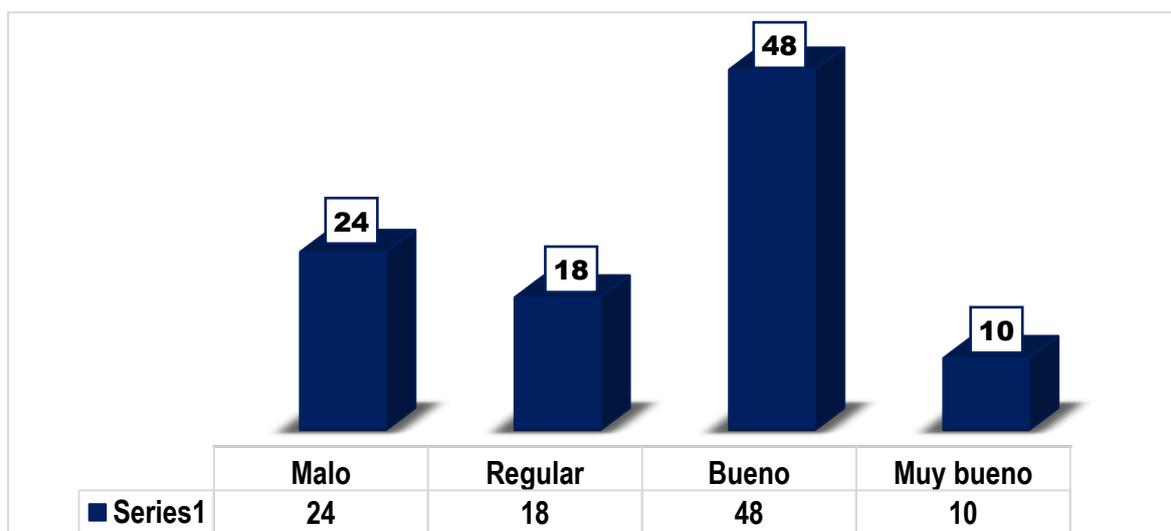
Impactado de la formalización en el incremento de ingresos

Esкала Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Malo	47	24	24
Regular	35	18	42
Válido Bueno	95	48	90
Muy bueno	19	10	100
Total	196	100	

Nota: El cuadro representa el impactado de la formalización en el incremento de ingresos

Figura 11

Impactado de la formalización en el incremento de ingresos



Nota: La figura representa el impactado de la formalización en el incremento de ingresos

Interpretación

Sobre P-01: ¿Cómo ha impactado la formalización en el incremento de ingresos para su negocio en el mercado de Cascaparo?; respondieron el 24% malo, el 18% regular, el 48% bueno y el 10% muy bueno.

P-02: ¿Ha observado una mejora significativa en las relaciones comerciales con sus clientes luego de formalizar su negocio en el mercado de Casaparo?

Cuadro 9

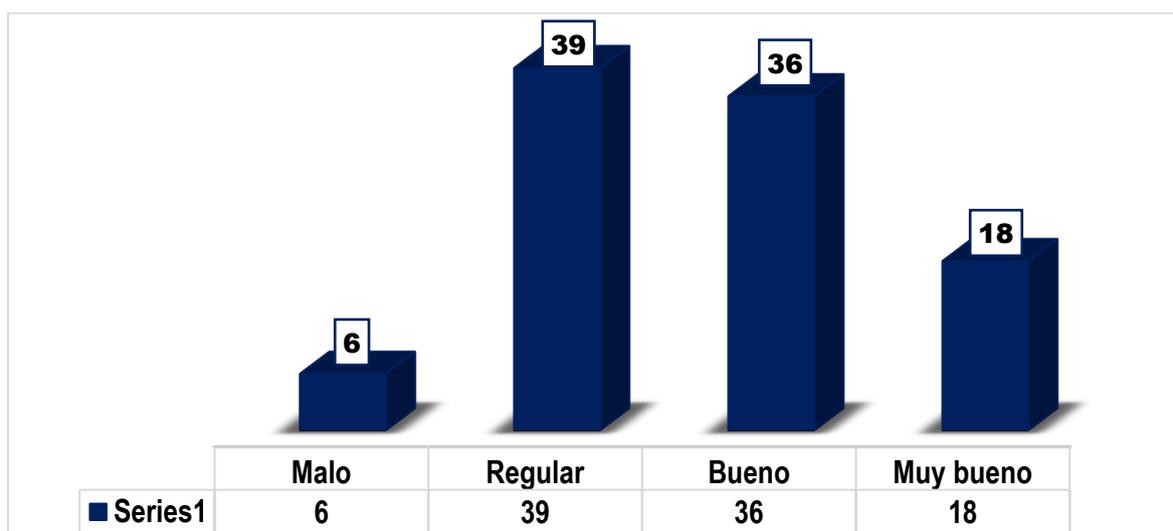
Relaciones comerciales con sus clientes

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Malo	12	6	6
	Regular	77	39	45
Válido	Bueno	71	36	82
	Muy bueno	36	18	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa las relaciones comerciales con sus clientes

Figura 12

Relaciones comerciales con sus clientes



Nota: La figura representa las relaciones comerciales con sus clientes

Interpretación

Sobre P-02: ¿Ha observado una mejora significativa en las relaciones comerciales con sus clientes luego de formalizar su negocio en el mercado de Casaparo?; respondieron el 6% malo, el 39% regular, el 36% bueno y el 18% muy bueno.

P-03: ¿Ha experimentado un acceso más fácil a líneas de crédito desde que formalizó su negocio en el mercado de Cascaparo?

Cuadro 10

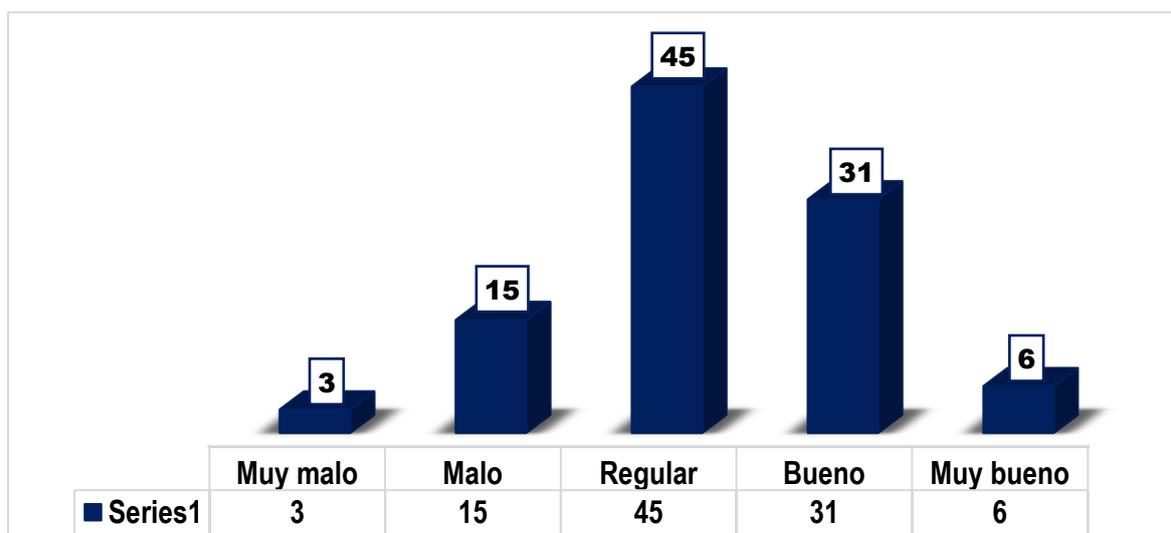
Acceso más fácil a líneas de crédito

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	6	3	3
	Malo	29	15	18
	Regular	89	45	63
	Bueno	60	31	94
	Muy bueno	12	6	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa el acceso más fácil a líneas de crédito

Figura 13

Acceso más fácil a líneas de crédito



Nota: La figura representa el acceso más fácil a líneas de crédito

Interpretación

Sobre P-03: ¿Ha experimentado un acceso más fácil a líneas de crédito desde que formalizó su negocio en el mercado de Cascaparo?; respondieron el 3% muy malo, el 15% malo, el 45% regular, el 31% bueno y el 6% muy bueno.

P-04: ¿Qué beneficios específicos ha encontrado en el cumplimiento de obligaciones tributarias tras formalizar su negocio en el mercado de Casaparo?

Cuadro 11

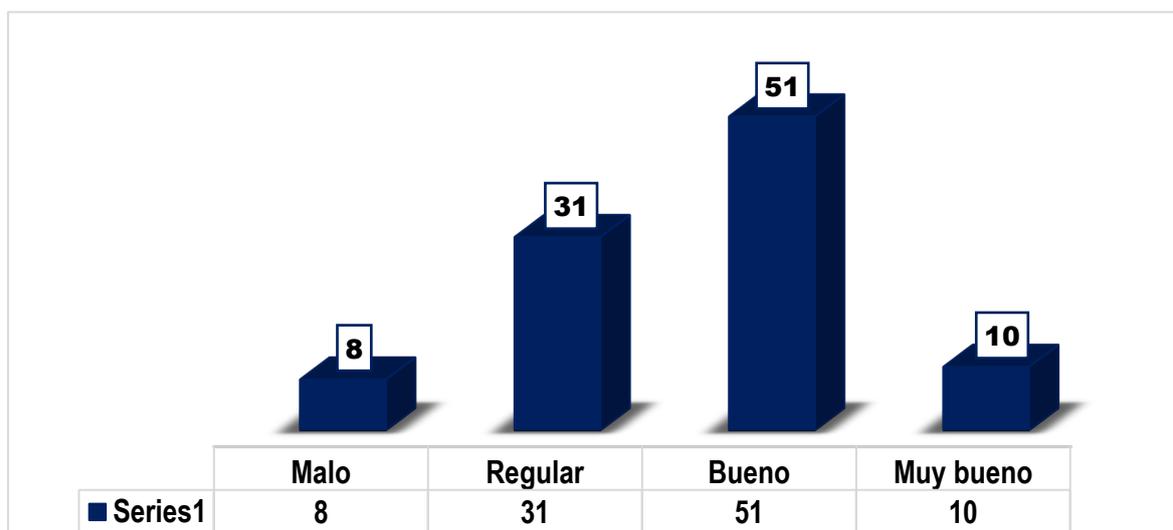
Cumplimiento de obligaciones tributarias

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Malo	16	8	8
	Regular	61	31	39
Válido	Bueno	99	51	90
	Muy bueno	20	10	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa el cumplimiento de obligaciones tributarias

Figura 14

Cumplimiento de obligaciones tributarias



Nota: La figura representa el cumplimiento de obligaciones tributarias

Interpretación

Sobre P-04: ¿Qué beneficios específicos ha encontrado en el cumplimiento de obligaciones tributarias tras formalizar su negocio en el mercado de Casaparo?; respondieron el 8% malo, el 31% regular, el 51% bueno y el 10% muy bueno.

P-05: ¿Cómo ha contribuido la asesoría contable en su comprensión y cumplimiento de las obligaciones fiscales y contables en el contexto del mercado de Casaparo?

Cuadro 12

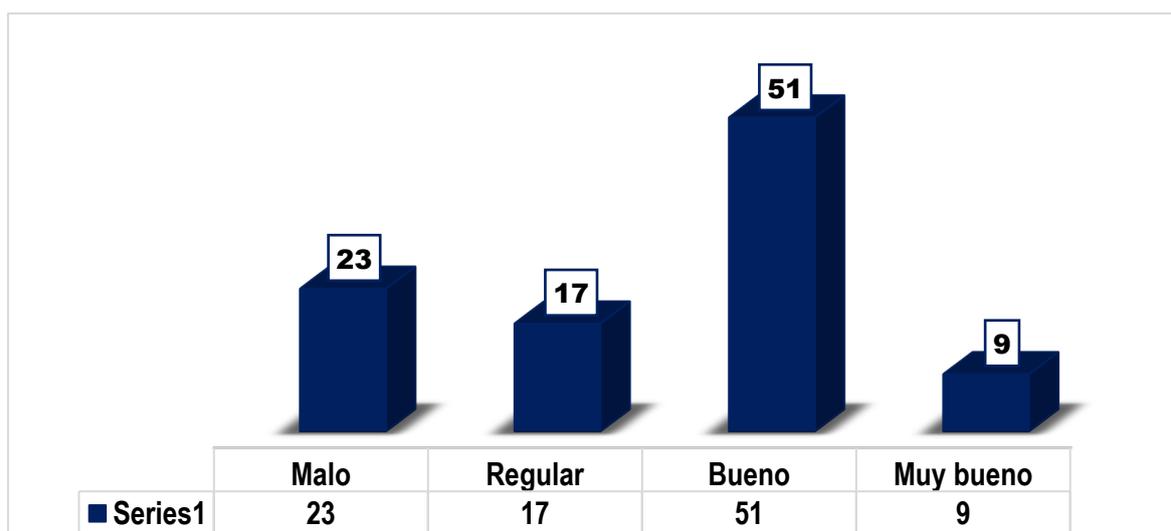
Contribución de la asesoría contable en el cumplimiento de las obligaciones fiscales

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	45	23	23
	Regular	34	17	40
	Bueno	99	51	91
	Muy bueno	18	9	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa la contribución de la asesoría contable en el cumplimiento de las obligaciones fiscales

Figura 15

Contribución de la asesoría contable en el cumplimiento de las obligaciones fiscales



Nota: La figura representa la contribución de la asesoría contable en el cumplimiento de las obligaciones fiscales

Interpretación

Sobre P-05: ¿Cómo ha contribuido la asesoría contable en su comprensión y cumplimiento de las obligaciones fiscales y contables en el contexto del mercado de Casaparo?; respondieron el 23% malo, el 17% regular, el 51% bueno y el 9% muy bueno.

P-06: ¿Cómo ha impactado la formalización en su capacidad para acceder a descuentos por volumen de compra en el mercado de Cascaparo y cuán beneficioso ha sido este acceso para su negocio?

Cuadro 13

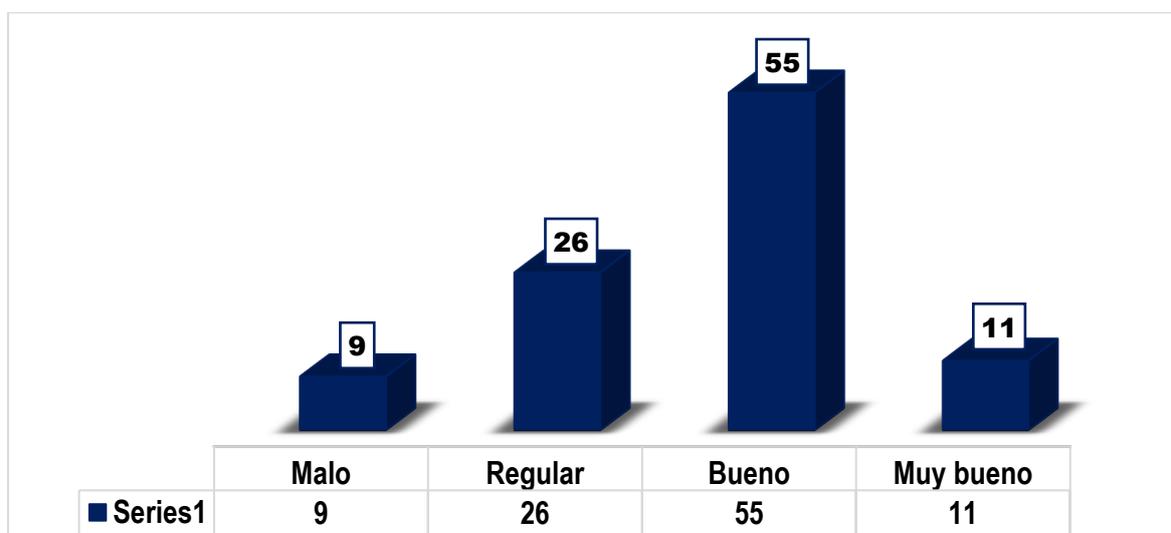
Capacidad para acceder a descuentos por volumen de compra

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Malo	17	9	9
	Regular	50	26	34
Válido	Bueno	107	55	89
	Muy bueno	22	11	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa la capacidad para acceder a descuentos por volumen de compra

Figura 16

Capacidad para acceder a descuentos por volumen de compra



Nota: La figura representa la capacidad para acceder a descuentos por volumen de compra

Interpretación

Sobre P-06: ¿Cómo ha impactado la formalización en su capacidad para acceder a descuentos por volumen de compra en el mercado de Cascaparo y cuán beneficioso ha sido este acceso para su negocio?; respondieron el 9% malo, el 26% regular, el 55% bueno y el 11% muy bueno.

P-07: ¿Ha percibido que las charlas informativas han contribuido de manera efectiva a promover una cultura de cumplimiento fiscal en su negocio dentro del mercado de Cascaparo?

Cuadro 14

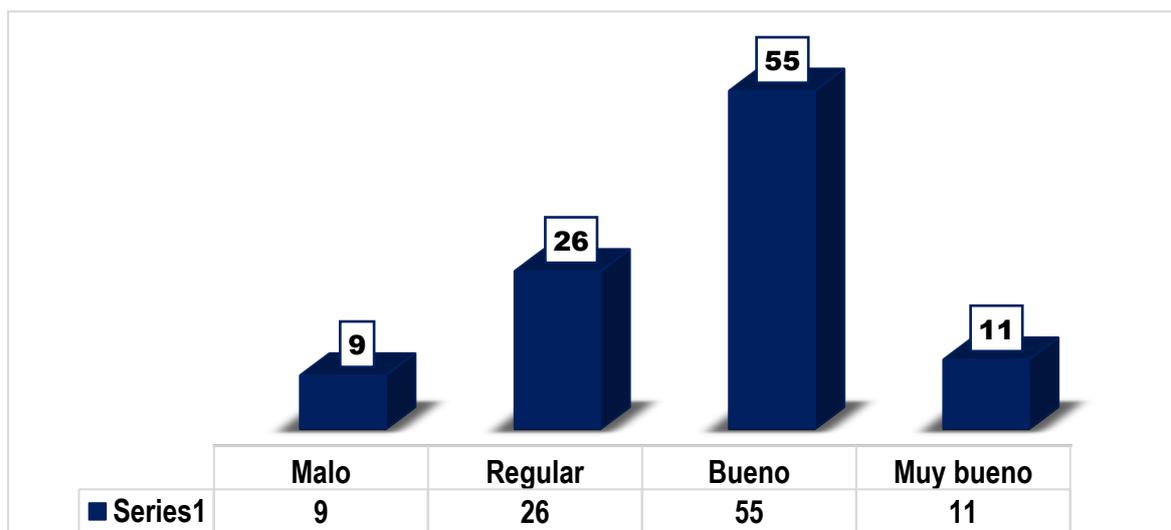
Charlas informativas para promover una cultura de cumplimiento fiscal

Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Malo	17	9	9
Regular	50	26	34
Válido Bueno	107	55	89
Muy bueno	22	11	100
Total	196	100	

Nota: El cuadro representa las charlas informativas para promover una cultura de cumplimiento fiscal

Figura 17

Charlas informativas para promover una cultura de cumplimiento fiscal



Nota: La figura representa las charlas informativas para promover una cultura de cumplimiento fiscal

Interpretación

Sobre P-07: ¿Ha percibido que las charlas informativas han contribuido de manera efectiva a promover una cultura de cumplimiento fiscal en su negocio dentro del mercado de Cascaparo?; respondieron el 9% malo, el 26% regular, el 55% bueno y el 11% muy bueno.

P-08: ¿En qué medida ha sido beneficiosa la orientación tributaria para su negocio en la identificación de estrategias para reducir la carga fiscal en el mercado de Casaparo?

Cuadro 15

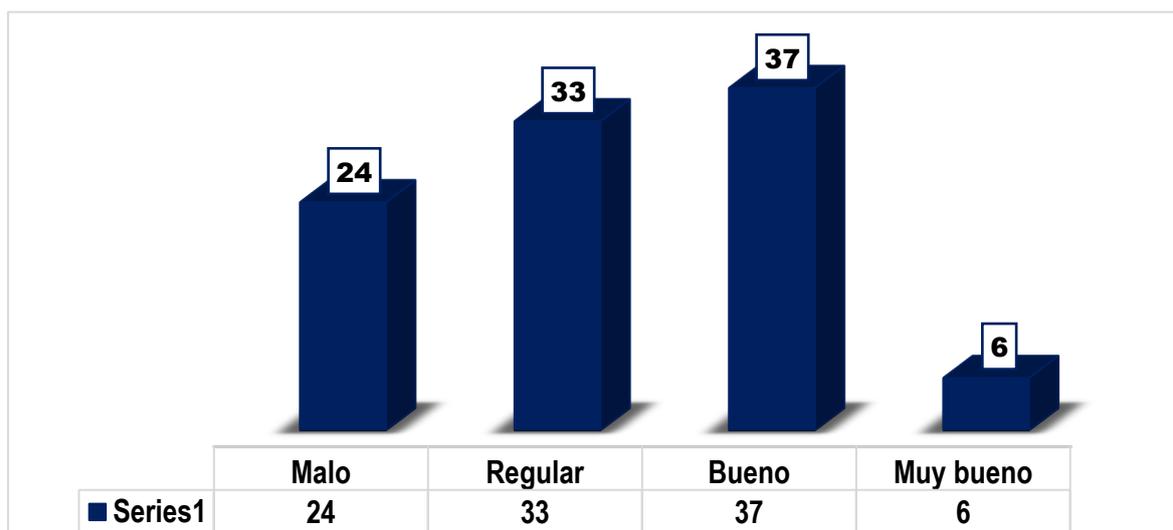
Beneficios de la orientación tributaria para su negocio

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Malo	48	24	24
	Regular	65	33	58
Válido	Bueno	72	37	94
	Muy bueno	11	6	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa los beneficios de la orientación tributaria para su negocio

Figura 18

Beneficios de la orientación tributaria para su negocio



Nota: La figura representa los beneficios de la orientación tributaria para su negocio

Interpretación

Sobre P-08: ¿En qué medida ha sido beneficiosa la orientación tributaria para su negocio en la identificación de estrategias para reducir la carga fiscal en el mercado de Casaparo?; respondieron el 24% malo, el 33% regular, el 37% bueno y el 6% muy bueno.

P-09: ¿Qué grado de utilidad ha tenido la información tributaria en la identificación de posibles beneficios fiscales para su negocio en el mercado de Casaparo?

Cuadro 16

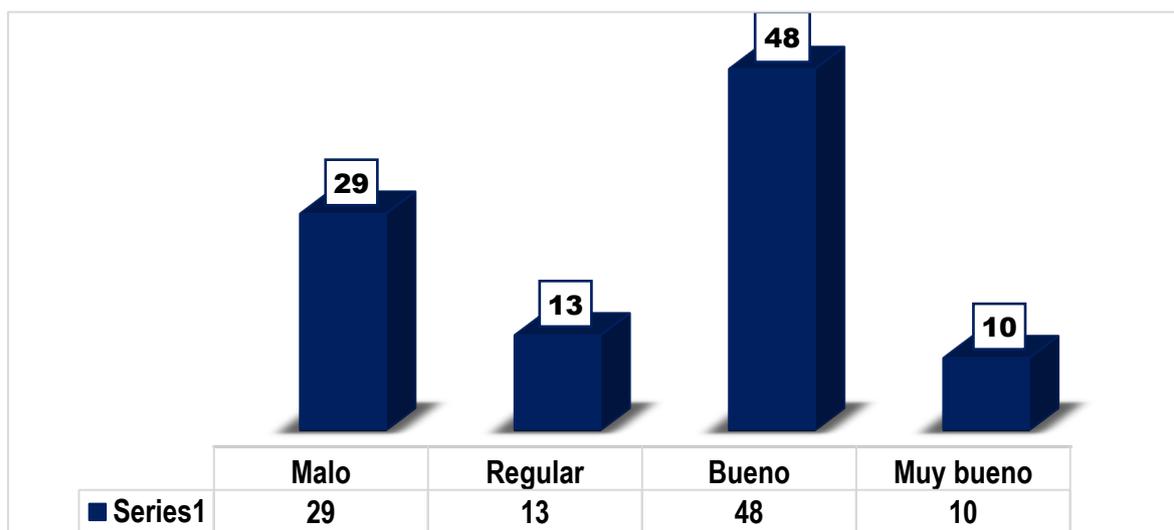
Información tributaria en la identificación de posibles beneficios fiscales

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Malo	57	29	29
	Regular	25	13	42
Válido	Bueno	95	48	90
	Muy bueno	19	10	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa la información tributaria en la identificación de posibles beneficios fiscales

Figura 19

Información tributaria en la identificación de posibles beneficios fiscales



Nota: La figura representa la información tributaria en la identificación de posibles beneficios fiscales

Interpretación

Sobre P-09: ¿Qué grado de utilidad ha tenido la información tributaria en la identificación de posibles beneficios fiscales para su negocio en el mercado de Casaparo?; respondieron el 29% malo, el 13% regular, el 48% bueno y el 10% muy bueno.

P-10: ¿Cuenta con información sobre los procedimientos legales en caso de recibir una sanción por informalidad en el mercado de Cascaparo?

Cuadro 17

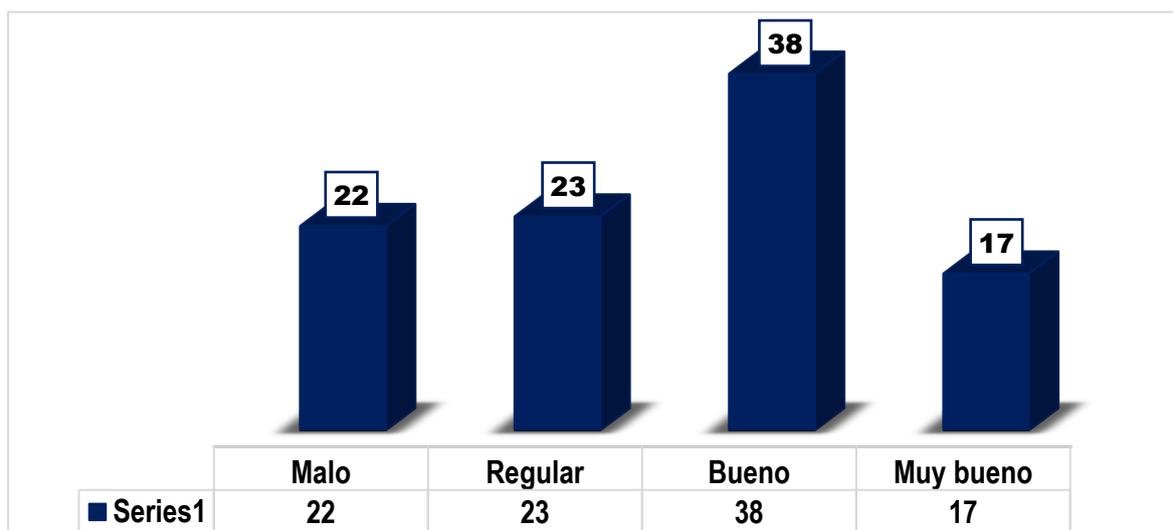
Procedimientos legales en caso de recibir una sanción por informalidad

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Malo	43	22	22
	Regular	45	23	45
Válido	Bueno	75	38	83
	Muy bueno	33	17	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa los procedimientos legales en caso de recibir una sanción por informalidad

Figura 20

Procedimientos legales en caso de recibir una sanción por informalidad



Nota: La figura representa los procedimientos legales en caso de recibir una sanción por informalidad

Interpretación

Sobre P-10: ¿Cuenta con información sobre los procedimientos legales en caso de recibir una sanción por informalidad en el mercado de Cascaparo?; respondieron el 22% malo, el 23% regular, el 38% bueno y el 17% muy bueno.

P-11: ¿Qué tan eficientes son los procedimientos de compra de productos para su negocio en el mercado de Cascaparo?

Cuadro 18

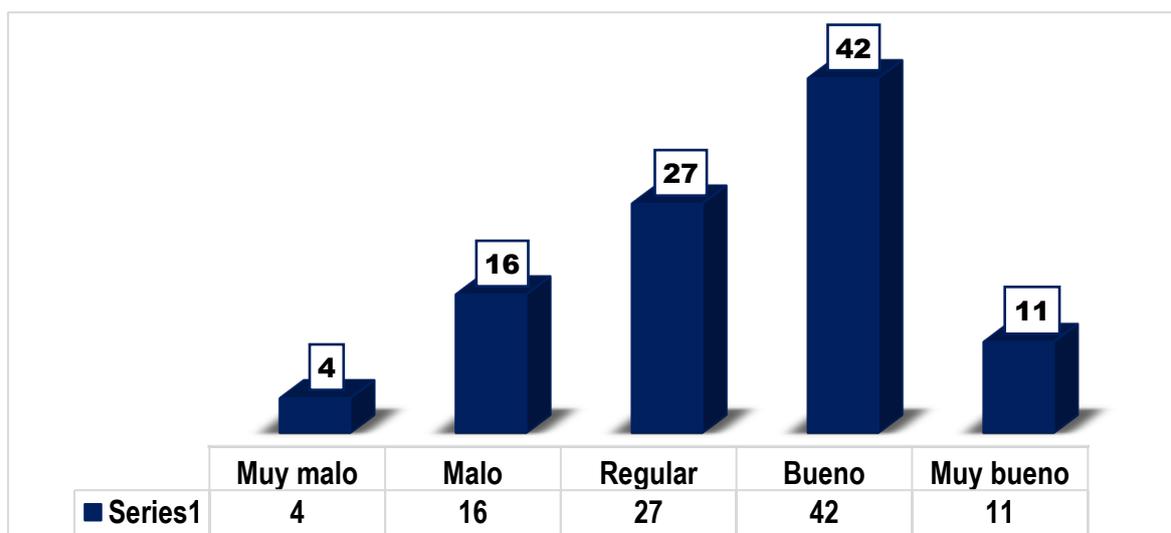
Procedimientos de compra de productos para su negocio

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	8	4	4
	Malo	32	16	20
	Regular	53	27	47
	Bueno	82	42	89
	Muy bueno	21	11	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa los procedimientos de compra de productos para su negocio

Figura 21

Procedimientos de compra de productos para su negocio



Nota: La figura representa los procedimientos de compra de productos para su negocio

Interpretación

Sobre P-11: ¿Qué tan eficientes son los procedimientos de compra de productos para su negocio en el mercado de Cascaparo?; respondieron el 4% muy malo, el 16% malo, el 27% regular, el 42% bueno y el 11% muy bueno.

P-12: ¿Cómo calificaría la comunicación con sus clientes durante el proceso de venta en el mercado de Cascaparo?

Cuadro 19

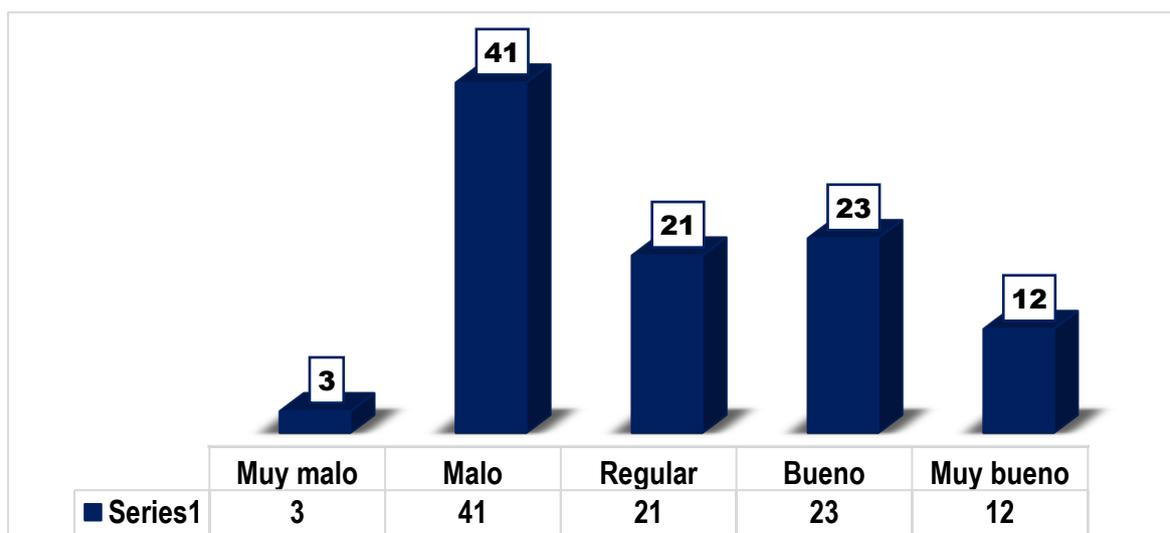
Comunicación con sus clientes durante el proceso de venta

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	5	3	3
	Malo	81	41	44
	Regular	41	21	65
	Bueno	45	23	88
	Muy bueno	24	12	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa la comunicación con sus clientes durante el proceso de venta

Figura 22

Comunicación con sus clientes durante el proceso de venta



Nota: La figura representa la comunicación con sus clientes durante el proceso de venta

Interpretación

Sobre P-12: ¿Cómo calificaría la comunicación con sus clientes durante el proceso de venta en el mercado de Cascaparo?; respondieron el 3% muy malo, el 41% malo, el 21% regular, el 23% bueno y el 12% muy bueno.

P-13: ¿Qué tan fácil es acceder a los canales de distribución para transportar sus productos en el mercado de Cascaparo?

Cuadro 20

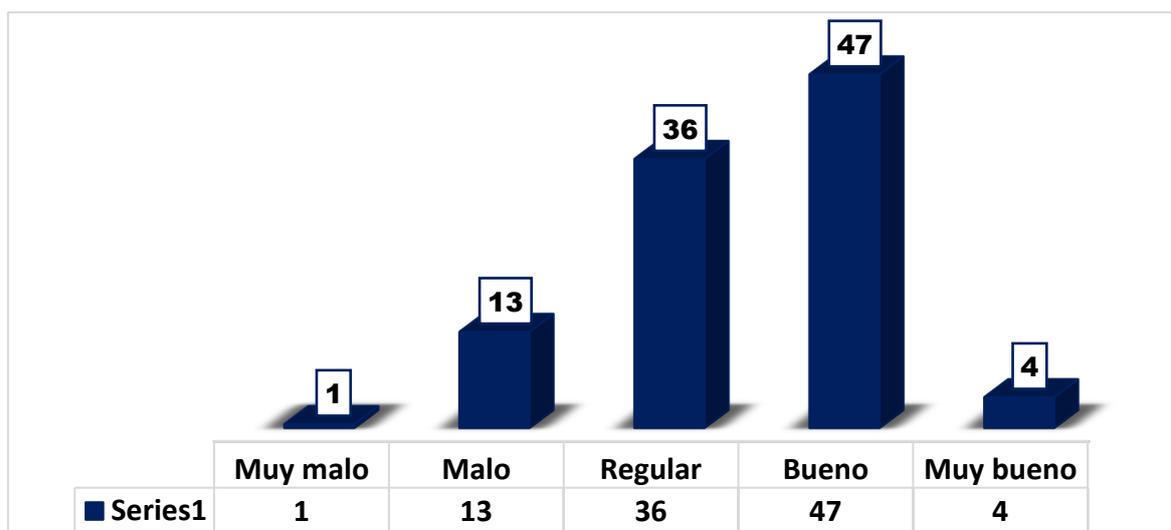
Canales de distribución para transportar sus productos

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	1	1	1
	Malo	25	13	13
	Regular	70	36	49
	Bueno	92	47	96
	Muy bueno	8	4	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa los canales de distribución para transportar sus productos

Figura 23

Canales de distribución para transportar sus productos



Nota: La figura representa los canales de distribución para transportar sus productos

Interpretación

Sobre P-13: ¿Qué tan fácil es acceder a los canales de distribución para transportar sus productos en el mercado de Cascaparo?; respondieron el 1% muy malo, el 13% malo, el 36% regular, el 47% bueno y el 4% muy bueno.

P-14: ¿Cuán satisfecho está con la disponibilidad de opciones de financiamiento para la expansión de su negocio en el mercado de Cascaparo?

Cuadro 21

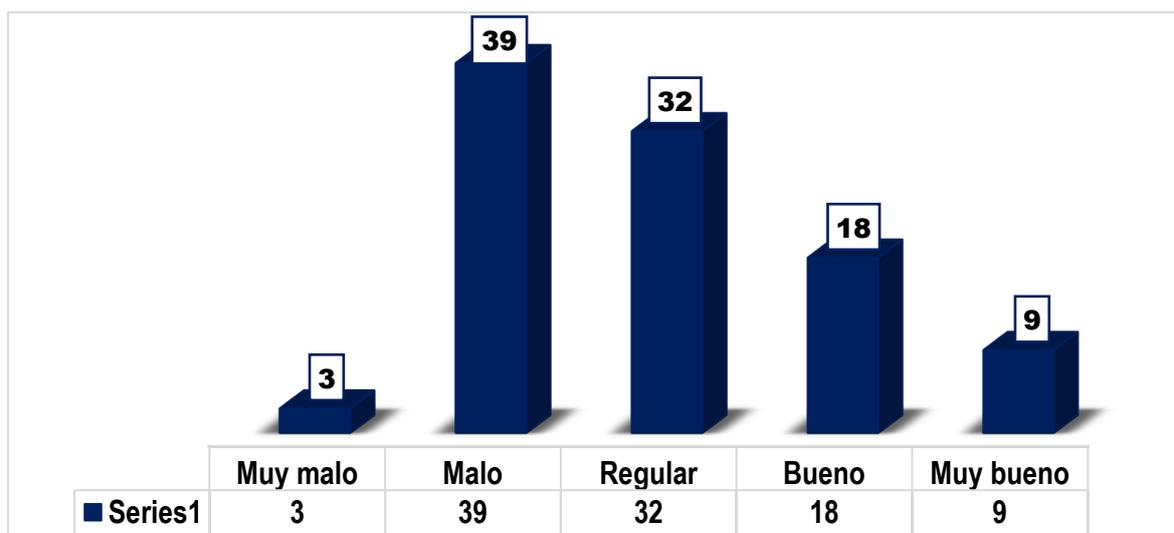
Disponibilidad de opciones de financiamiento

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	5	3	3
	Malo	76	39	41
	Regular	62	32	73
	Bueno	36	18	91
	Muy bueno	17	9	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa

Figura 24

Disponibilidad de opciones de financiamiento



Nota: La figura representa

Interpretación

Sobre P-14: ¿Cuán satisfecho está con la disponibilidad de opciones de financiamiento para la expansión de su negocio en el mercado de Cascaparo?; respondieron el 3% muy malo, el 39% malo, el 32% regular, el 18% bueno y el 9% muy bueno.

P-15: ¿Cómo calificaría la calidad de los servicios ofrecidos por su negocio en el mercado de Cascaparo?

Cuadro 22

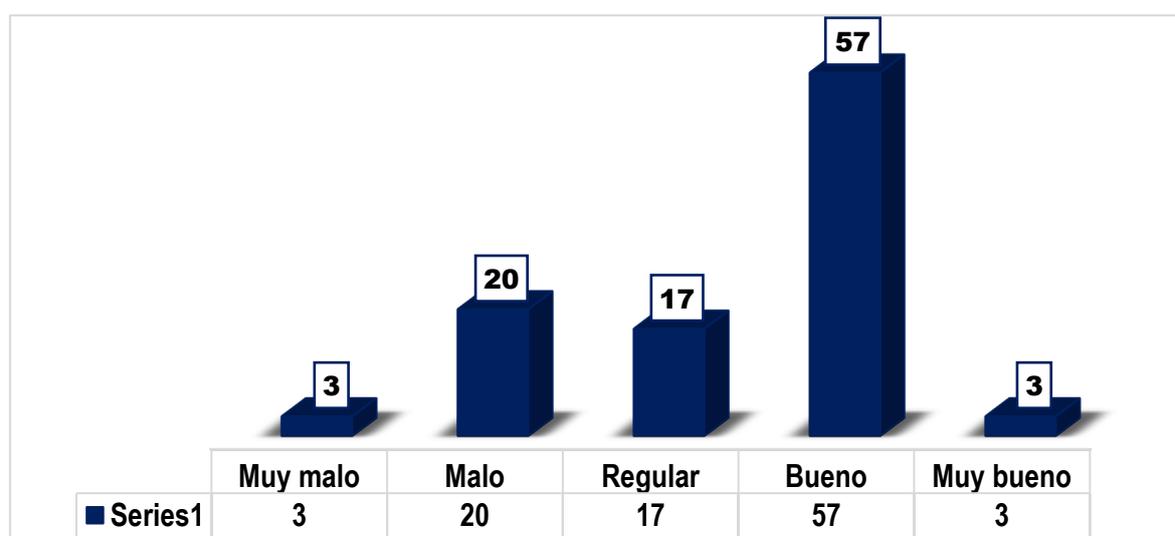
Calidad de los servicios ofrecidos por su negocio

Esкала Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy malo	6	3	3
Malo	39	20	23
Regular	33	17	40
Bueno	112	57	97
Muy bueno	6	3	100
Total	196	100	

Nota: El cuadro representa la calidad de los servicios ofrecidos por su negocio

Figura 25

Calidad de los servicios ofrecidos por su negocio



Nota: La figura representa la calidad de los servicios ofrecidos por su negocio

Interpretación

Sobre P-15: ¿Cómo calificaría la calidad de los servicios ofrecidos por su negocio en el mercado de Cascaparo?; respondieron el 3% muy malo, el 20% malo, el 17% regular, el 57% bueno y el 3% muy bueno.

P-16: ¿Considera que la cantidad de productos disponibles es adecuada para satisfacer la demanda de sus clientes en el mercado de Cascaparo?

Cuadro 23

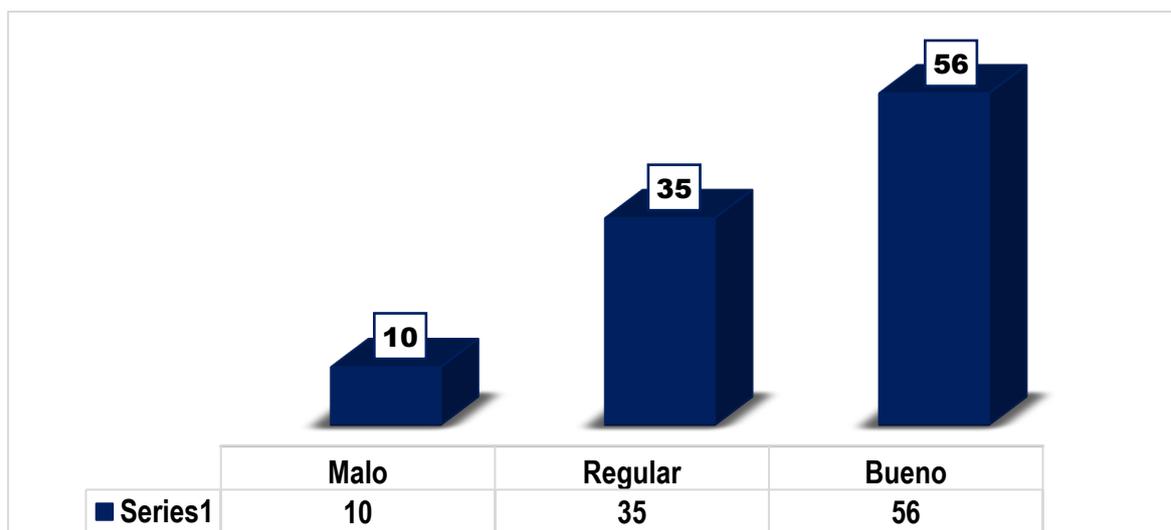
Cantidad de productos disponibles

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	19	10	10
	Regular	68	35	44
	Bueno	109	56	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa la cantidad de productos disponibles

Figura 26

Cantidad de productos disponibles



Nota: La figura representa la cantidad de productos disponibles

Interpretación

Sobre P-16: ¿Considera que la cantidad de productos disponibles es adecuada para satisfacer la demanda de sus clientes en el mercado de Cascaparo?; respondieron el 10% malo, el 35% regular y el 56% bueno.

P-17: ¿Cómo calificaría la calidad de los productos que adquiere para su negocio en el mercado de Cascaparo?

Cuadro 24

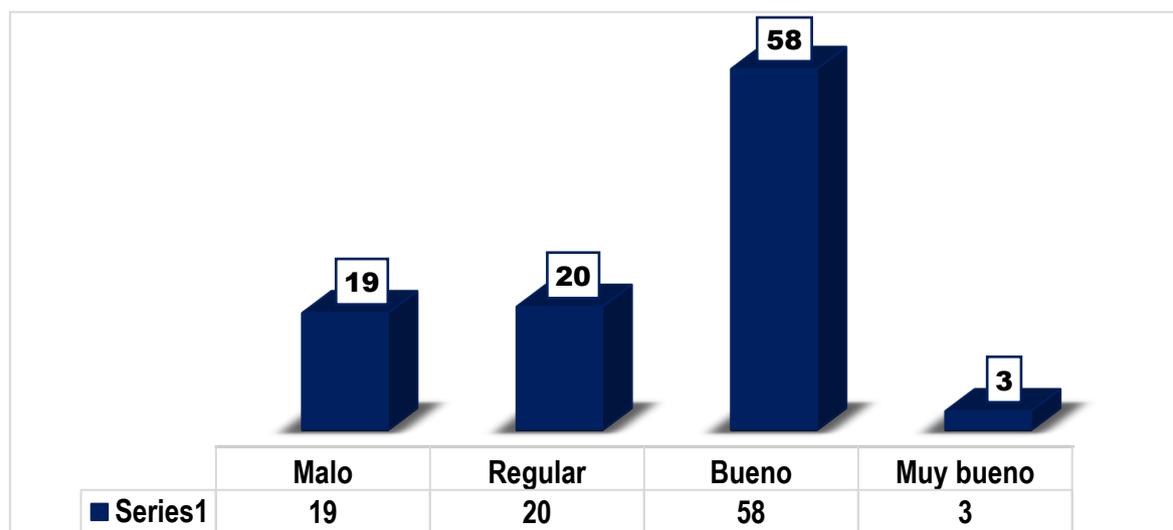
Calidad de los productos que adquiere para su negocio

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Malo	37	19	19
	Regular	39	20	39
Válido	Bueno	114	58	97
	Muy bueno	6	3	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa la calidad de los productos que adquiere para su negocio

Figura 27

Calidad de los productos que adquiere para su negocio



Nota: La figura representa la calidad de los productos que adquiere para su negocio

Interpretación

Sobre P-17: ¿Cómo calificaría la calidad de los productos que adquiere para su negocio en el mercado de Cascaparo?; respondieron el 19% malo, el 20% regular, el 58% bueno y el 3% muy bueno.

P-18: ¿Qué tan satisfecho está con la diversidad de opciones que ofrece su negocio en comparación con la competencia en el mercado de Cascaparo?

Cuadro 25

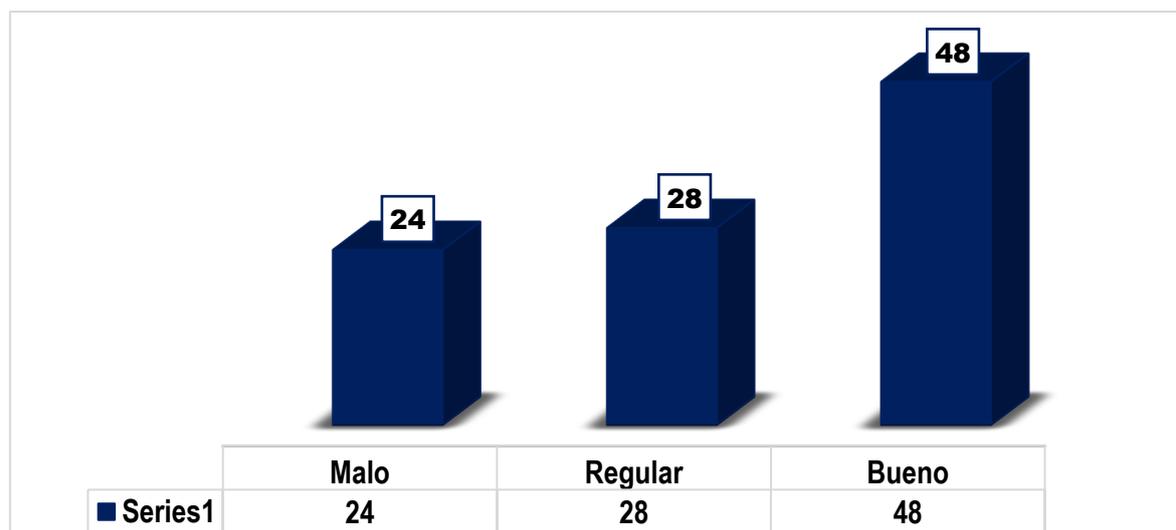
Diversidad de opciones que ofrece su negocio en comparación con la competencia

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	48	24	24
	Regular	54	28	52
	Bueno	94	48	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa la diversidad de opciones que ofrece su negocio en comparación con la competencia

Figura 28

Diversidad de opciones que ofrece su negocio en comparación con la competencia



Nota: La figura representa la diversidad de opciones que ofrece su negocio en comparación con la competencia

Interpretación

Sobre P-18: ¿Qué tan satisfecho está con la diversidad de opciones que ofrece su negocio en comparación con la competencia en el mercado de Cascaparo?; respondieron el 24% malo, el 28% regular y el 48% bueno.

P-19: ¿Considera que la demanda de productos en su mercado está influenciada por la percepción de los precios en el mercado de Cascaparo?

Cuadro 26

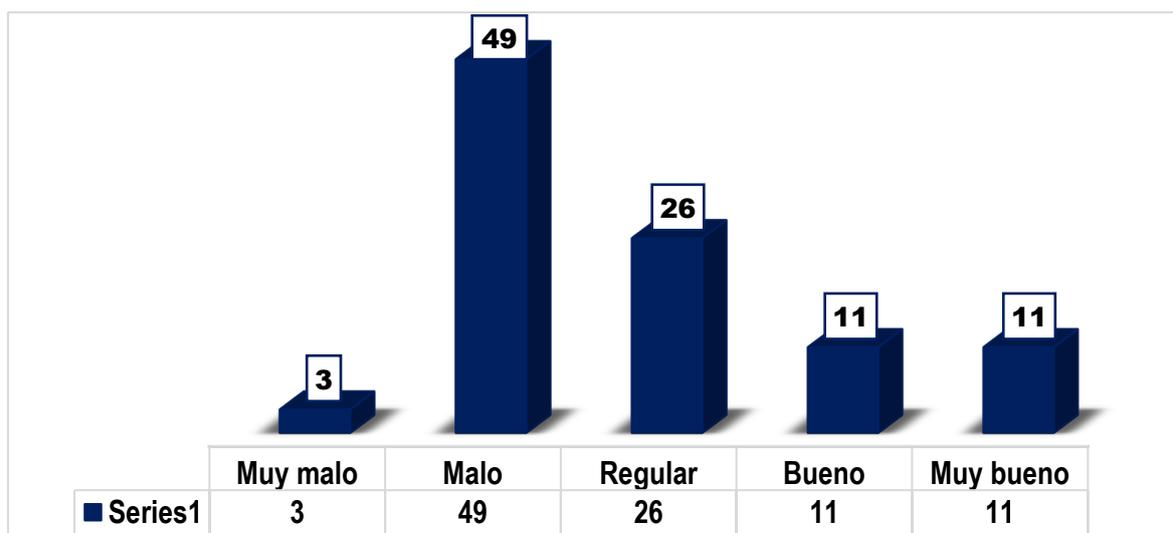
Demanda de productos en su mercado

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	6	3	3
	Malo	96	49	52
	Regular	50	26	78
	Bueno	22	11	89
	Muy bueno	22	11	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa la demanda de productos en su mercado

Figura 29

Demanda de productos en su mercado



Nota: La figura representa la demanda de productos en su mercado

Interpretación

Sobre P-19: ¿Considera que la demanda de productos en su mercado está influenciada por la percepción de los precios en el mercado de Cascaparo?; respondieron el 3% muy malo, el 49% malo, el 26% regular, el 11% bueno y el 11% muy bueno.

P-20: ¿Considera que la oferta de productos en su mercado es diversa en términos de precios y calidades en el mercado de Cascaparo?

Cuadro 27

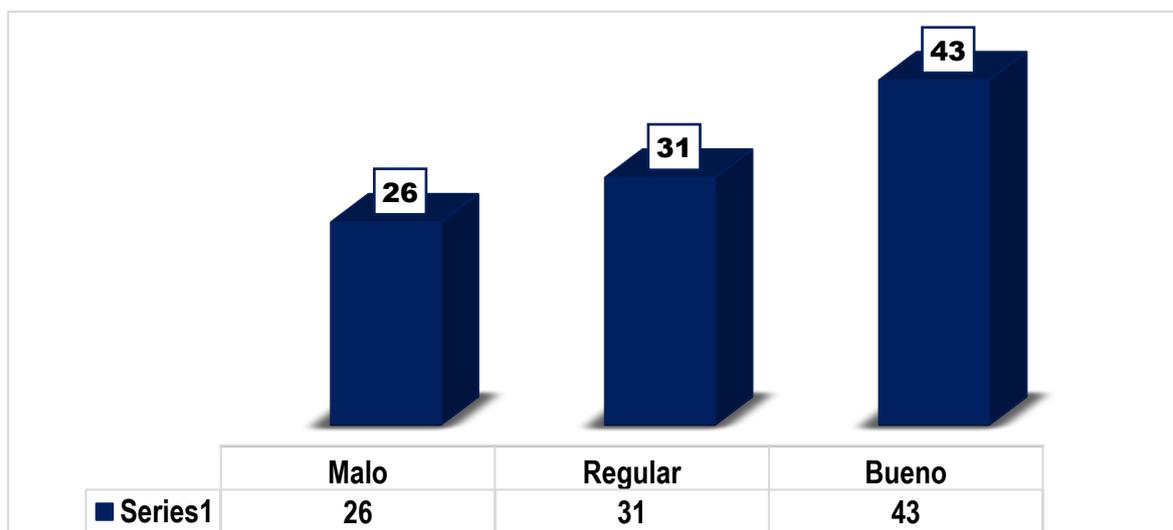
Oferta de productos en su mercado

	Escala Likert	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	50	26	26
	Regular	61	31	57
	Bueno	85	43	100
	Total	196	100	

Nota: El cuadro representa la oferta de productos en su mercado

Figura 30

Oferta de productos en su mercado



Nota: La figura representa la oferta de productos en su mercado

Interpretación

Sobre P-20: ¿Considera que la oferta de productos en su mercado es diversa en términos de precios y calidades en el mercado de Cascaparo?; respondieron el 26 % malo, el 31% regular y el 43% bueno.

5.2. Prueba de hipótesis

4.2.1 Resultados de la prueba de normalidad

Cuadro 28

Resultados de la prueba de normalidad de las variables y dimensiones

Variables y dimensiones	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Variable 01 – Formalización	0.247	196	0.000
Dimensión 01 – Beneficios de la formalización	0.340	196	0.000
Dimensión 02 – Costo de la formalización	0.233	196	0.000
Dimensión 03 – Nivel de conocimientos	0.333	196	0.000
Variable 02 – Comercialización	0.302	196	0.000
Dimensión 01 – Procedimientos	0.227	196	0.000
Dimensión 02 – Producto	0.216	196	0.000
Dimensión 03 – Precio	0.256	196	0.000

Nota: El cuadro representa los resultados de la prueba de normalidad por variables y dimensiones

Interpretación

Basándonos en los resultados extraídos del análisis estadístico mediante la prueba de normalidad aplicada tanto a las variables como a las dimensiones estudiadas en este trabajo, dado que la muestra supera los 50 datos, se optó por utilizar la prueba de Kolmogorov-Smirnov. A través de la significancia estadística (valor de sig.) menor a 0.05, se determinó que los datos obtenidos son no paramétricos, lo que indica que la distribución de los datos no sigue una distribución normal. En consecuencia, para validar la hipótesis y evaluar el nivel de influencia tanto a nivel general como específico, se empleó la prueba de la Tau_b de Kendall. Este enfoque metodológico permite una evaluación más precisa y rigurosa de las relaciones entre las variables y las dimensiones estudiadas, proporcionando una base sólida para la interpretación de los resultados y las conclusiones derivadas del análisis estadístico realizado.

4.2.2 Resultados por hipótesis

Para poder corroborar las hipótesis planteadas en primera instancia se debe considerar lo siguiente:

Regla de decisión para corroborar la hipótesis:

- a) El nivel de significancia límite es $5\% = 0.05$
- b) Si $P \text{ valor} > 05 =$ Se acepta la hipótesis nula (no influye significativamente)
- c) Si $P \text{ valor} < 05 =$ Se acepta la hipótesis alterna (influye significativamente)

HG: La formalización influye significativamente en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023.

Cuadro 29

Corroboración de la hipótesis general

		Formalización	Comercialización
Tau_b de	Formalización	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,744**
		N	196
Kendall	Comercialización	Coefficiente de correlación	,744**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	196

Nota: El cuadro representa la corroboración de la hipótesis general

Interpretación

Mediante la aplicación de la prueba de la Tau_b de Kendall, centrada en el análisis de la relación entre la formalización y la comercialización, se logra una conclusión reveladora. Al considerar la significancia bilateral, el resultado obtenido fue un valor de (0.000), el cual, al ser inferior al umbral de significancia ($Pv-0.05$), conduce a la aceptación de la hipótesis alternativa (H1). Esto indica de manera concluyente que la formalización ejerce una influencia significativa en la comercialización. Además, al examinar el coeficiente de correlación, se observa un valor de (0.744), lo que refleja una influencia positiva alta entre

las variables estudiadas. Este hallazgo sugiere que la formalización tiene el potencial de mejorar considerablemente la comercialización de los productos de los empresarios en el mercado de Cascaparo, ubicado en el distrito de Cusco. Estos resultados resaltan la importancia de fomentar la formalización empresarial como una estrategia efectiva para fortalecer la actividad comercial en esta región, lo que podría generar beneficios significativos tanto para los empresarios individuales como para el desarrollo económico local en general.

HE1: Los beneficios de la formalización influyen significativamente en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023.

Cuadro 30

Corroboración de la hipótesis específica 01

			Beneficios de la formalización	Comercialización
Tau_b de	Beneficios de la formalización	Coefficiente de correlación	1.000	,727**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	196	196
Kendall	Comercialización	Coefficiente de correlación	,727**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	196	196

Nota: El cuadro representa la corroboración de la hipótesis específica 01

Interpretación

A través del análisis mediante la prueba de la Tau_b de Kendall, enfocada en explorar la relación entre los beneficios de la formalización y la comercialización, se obtuvieron resultados significativos. Al examinar la primera hipótesis específica, se aplicó la prueba de significancia bilateral, revelando un valor de (0.000), el cual, al ser inferior al nivel de significancia establecido (Pv-0.05), conduce a la aceptación de la hipótesis alternativa (H1). Esto indica claramente que los beneficios derivados de la formalización ejercen una influencia significativa en la comercialización. Además, al evaluar el coeficiente de

correlación, se observó un valor de (0.727), lo que refleja una influencia positiva alta entre las variables estudiadas. Este hallazgo subraya la importancia crítica de los beneficios asociados con la formalización para mejorar la comercialización de los productos de los empresarios. Es fundamental destacar que los beneficios que obtienen los empresarios a través de la formalización, como el acceso a crédito, una mayor confianza del cliente y una gestión financiera más sólida, desempeñan un papel crucial en la promoción de una actividad comercial más exitosa y sostenible en el mercado de Cascaparo.

HE2: Los costos de la formalización influyen significativamente en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023.

Cuadro 31

Corroboración de la hipótesis específica 02

			Costos de la formalización	Comercialización
Tau_b	Costos de la formalización	Coefficiente de correlación	1.000	,760**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	196	196
Kendall	Comercialización	Coefficiente de correlación	,760**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	196	196

Nota: El cuadro representa la corroboración de la hipótesis específica 02

Interpretación

A través del análisis realizado mediante la prueba de la Tau_b de Kendall, la cual está centrada en la relación entre los costos de la formalización y la comercialización, se obtuvieron resultados esclarecedores. Al verificar la segunda hipótesis específica, se empleó la prueba de significancia bilateral, arrojando un valor de (0.000), el cual, al ser inferior al nivel de significancia establecido (Pv-0.05), condujo a la aceptación de la hipótesis alternativa (H1). Esto confirma de manera contundente que los costos asociados con la formalización ejercen una influencia significativa en la comercialización. Además, al

evaluar el coeficiente de correlación, se identificó un valor de (0.760), lo que indica una relación positiva alta entre las variables estudiadas. Esta relación resalta la importancia de que los empresarios tengan un conocimiento profundo sobre los costos que podrían surgir al formalizar sus negocios, ya que esto puede influir significativamente en su capacidad para mejorar sus estrategias de comercialización. La conciencia sobre estos costos no solo ayuda a los comerciantes a tomar decisiones más informadas, sino que también les permite planificar y gestionar mejor sus recursos para una transición exitosa hacia la formalización, lo que a su vez puede impulsar el éxito y la sostenibilidad de sus negocios en el mercado de Cascaparo.

HE3: El nivel de conocimientos influye significativamente en el proceso de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023.

Cuadro 32

Corroboración de la hipótesis específica 03

			Nivel de conocimientos	Comercialización
Tau_b de Kendall	Nivel de conocimientos	Coeficiente de correlación	1.000	,712**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	196	196
Kendall	Comercialización	Coeficiente de correlación	,712**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	196	196

Nota: El cuadro representa la corroboración de la hipótesis específica 03

Interpretación

Mediante el análisis realizado a través de la prueba de la Tau_b de Kendall, la cual explora la relación entre el nivel de conocimientos y la comercialización, se han obtenido resultados significativos. Al verificar la tercera hipótesis específica, se aplicó la prueba de significancia bilateral, revelando un valor de (0.000). Este valor, al ser inferior al nivel de significancia establecido ($P < 0.05$), condujo a la aceptación de la hipótesis alternativa (H1). Por lo tanto,

se confirma de manera concluyente que el nivel de conocimientos ejerce una influencia significativa en el proceso de comercialización. Además, al evaluar el coeficiente de correlación, se observó un valor de (0.712), lo que indica una relación positiva alta entre las variables estudiadas. Este hallazgo subraya la importancia crítica de que los comerciantes cuenten con un nivel adecuado de conocimientos sobre la importancia de la formalización para que puedan mejorar la comercialización de sus productos. Estos conocimientos no solo les permiten comprender mejor los beneficios y las implicaciones de la formalización, sino que también les proporcionan las herramientas necesarias para implementar estrategias de comercialización efectivas y adaptativas. En última instancia, esto contribuye a la viabilidad y al éxito a largo plazo de sus negocios en el mercado de Casaparo.

5.3. Discusión de resultados

La recopilación de datos se realizó a través de un cuestionario aplicado a 196 empresarios del Mercado de Cascaparo, del distrito de Cusco. Estos datos fueron procesados utilizando el sistema estadístico, donde se evaluó la fiabilidad mediante la prueba de Alfa de Cronbach, obteniendo valores de (0.837 y 0.893) para cada variable, indicativos de su aplicabilidad. Para determinar la distribución de los datos, se empleó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, confirmando la no parametricidad de los mismos con un valor de significancia menor a 0.05. Posteriormente, se aplicó la prueba de Tau_b de Kendall para corroborar las hipótesis y determinar el nivel de influencia tanto a nivel general como específico.

Para cumplir con el objetivo general, se realizó un análisis exhaustivo de los datos recopilados mediante el cuestionario distribuido, utilizando un cuadro de baremos para identificar patrones significativos. Los resultados revelaron que un notable 84% de los encuestados tenía una percepción negativa de la formalización empresarial, atribuyéndola a la falta de conocimiento sobre sus beneficios y preocupaciones por los costos asociados. En cuanto a la comercialización, un significativo 87% de los empresarios evaluaron su desempeño como regular o deficiente, posiblemente debido a la falta de implementación adecuada de los procedimientos de comercialización, lo que afecta la calidad de los productos y la fijación de precios. Estos hallazgos resaltan la necesidad de brindar más información y apoyo a los empresarios sobre la formalización y mejorar las prácticas de comercialización para fortalecer la competitividad y sostenibilidad de los negocios en el mercado de Cascaparo y para contrastar la hipótesis general se aplicó la prueba de la Tau_b de Kendall, donde el valor de significancia bilateral, fue de (0.000), el cual, al ser inferior al umbral de significancia ($P < 0.05$), conduce a la aceptación de la hipótesis alternativa (H1), esto indica de manera concluyente que la formalización influye significativamente en la

comercialización, además, al examinar el coeficiente de correlación, se observa un valor de (0.744), lo que refleja una influencia positiva alta entre las variables estudiadas.

Los resultados obtenidos son corroborados por: Hernández y Walter (2021) concluye que un alto nivel de desconfianza en las autoridades encargadas de administrar los recursos estatales, lo que incide en la preferencia por mantenerse en la informalidad. Esta falta de confianza puede estar motivada por percepciones de corrupción, ineficiencia en la gestión de los recursos públicos y falta de transparencia en el uso de los fondos recaudados. Como resultado, los individuos optan por evitar el sistema formal, prefiriendo operar en la economía informal donde perciben un mayor control sobre sus ingresos y una menor interferencia por parte de las autoridades gubernamentales. Para abordar esta situación, es crucial implementar medidas que restauren la confianza en las instituciones estatales, así como promover una mayor transparencia y rendición de cuentas en la gestión de los recursos públicos, lo que podría incentivar a los individuos a formalizar sus actividades comerciales. Moreira (2020) concluye que los comerciantes del mercado de abastos poseen conocimientos básicos sobre la importancia de cumplir con sus obligaciones tributarias. Sin embargo, este conocimiento es superficial y limitado, lo que dificulta una comprensión completa y una aplicación efectiva de las normativas fiscales. Para promover un cumplimiento tributario más robusto, es esencial proporcionar capacitación y recursos educativos que profundicen su comprensión y faciliten su acceso a herramientas de gestión fiscal. Esto no solo mejoraría el cumplimiento tributario, sino que también fortalecería la viabilidad y sostenibilidad de sus negocios a largo plazo. Betún (2017) concluye que la formalización es crucial para el desarrollo de los comerciantes, ya que proporciona compromiso y seguridad para sus negocios. Un comerciante legalmente formalizado tiende a ampliar sus expectativas comerciales, especialmente si pertenece a una agrupación orientada a su beneficio. Es fundamental proporcionarles conocimientos mediante capacitación e inducción en medidas

tributarias existentes, para que cada uno, según su capacidad, pueda obtener su régimen impositivo simplificado y el respectivo RUC. Esto no solo fortalece la legalidad de su operación, sino que también abre nuevas oportunidades de crecimiento y sostenibilidad empresarial.

Para cumplir con el objetivo específico 01, se analizaron los datos recopilados mediante un cuestionario, revelando que un significativo 91% de los encuestados percibe los beneficios de la formalización en un rango de regular a malo, debido a la falta de conocimientos sobre sus ventajas potenciales, como el aumento de ingresos y el acceso a créditos. Esta situación destaca la necesidad de proporcionar orientación adecuada a los comerciantes para que tomen decisiones informadas. Respecto a la comercialización, un 87% de los empresarios calificaron su desempeño como regular o deficiente, indicando una falta de aplicación efectiva de los procedimientos, lo que resalta la urgencia de brindar orientación y apoyo en áreas clave como la formalización y las prácticas de comercialización para promover la competitividad y sostenibilidad en el mercado de Casaparo y para contrastar la hipótesis específica 01 se aplicó la prueba de la Tau_b de Kendall, donde el valor de significancia bilateral, fue de (0.000), el cual, al ser inferior al umbral de significancia ($P < 0.05$), conduce a la aceptación de la hipótesis alternativa (H_1), esto indica de manera concluyente que los beneficios de la formalización influye significativamente en la comercialización, además, al examinar el coeficiente de correlación, se observa un valor de (0.727), lo que refleja una influencia positiva alta entre las variables estudiadas.

Los resultados obtenidos son corroborados por: Mamani (2019) concluye que independientemente de las acciones tomadas para formalizar una actividad comercial, el impacto financiero puede permanecer relativamente constante. Es importante considerar que esta estabilidad en el efecto financiero puede atribuirse a la influencia de otros factores, como las condiciones económicas generales, la competencia en el mercado y las políticas

gubernamentales relacionadas con la fiscalidad y la regulación empresarial. Estas observaciones resaltan la complejidad del proceso de formalización y la necesidad de evaluar cuidadosamente múltiples variables para comprender completamente su impacto en la salud financiera de un negocio. Quispe et al. (2018) concluye que el comercio informal es una característica distintiva de las ciudades intermedias, afectando directamente el desarrollo local. Factores determinantes como la migración, el desempleo, el crecimiento poblacional, la inversión de capital limitada, el desconocimiento de las normas tributarias y la regulación del uso público por parte de los municipios impulsan esta informalidad. El comercio informal se organiza en dos tipos principales: comerciantes con puesto fijo y comerciantes ambulantes. Además, se evidencia que el comercio informal contribuye significativamente a la evasión tributaria, afectando la economía local y los ingresos fiscales necesarios para el desarrollo urbano. Torres (2015) concluye que los microempresarios del mercado Proveedores Unidos en el Distrito de Breña tienen un entendimiento general sobre los pasos necesarios para formalizarse. Sin embargo, enfrentan una falta significativa de asesoramiento específico en este aspecto. Es crucial implementar campañas de información detalladas que aborden temas como la inscripción en registros públicos, el registro en el RUC y los procesos de formalización para las micro y pequeñas empresas (MYPES). Estas iniciativas son urgentes para brindar a los empresarios la orientación necesaria y facilitar el proceso de formalización, lo que a su vez contribuiría a mejorar su posición en el mercado y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Para cumplir con el objetivo específico 02, se analizó minuciosamente la data recolectada del cuestionario, observando que un considerable 74% de los encuestados percibe los costos de la formalización como regulares o malos, debido a la falta de asesoría contable y una gestión inadecuada de los gastos asociados con las operaciones comerciales. Esto resalta la urgencia de brindar orientación financiera adecuada a los comerciantes. En relación a la

comercialización, un notable 87% de los empresarios evaluaron su desempeño como regular o deficiente, indicando una falta de aplicación efectiva de los procedimientos, lo que destaca la necesidad de apoyarlos en áreas tanto contables como de comercialización para potenciar su competitividad y sostenibilidad en el mercado de Casaparo y para contrastar la hipótesis específica 02 se aplicó la prueba de la Tau_b de Kendall, donde el valor de significancia bilateral, fue de (0.000), el cual, al ser inferior al umbral de significancia ($P < 0.05$), conduce a la aceptación de la hipótesis alternativa (H1), esto indica de manera concluyente que los costos de la formalización influye significativamente en la comercialización, además, al examinar el coeficiente de correlación, se observa un valor de (0.760), lo que refleja una influencia positiva alta entre las variables estudiadas.

Los resultados obtenidos son corroborados por: Castro y Torralba (2020) concluye que los comerciantes de barrio y representantes de negocios multinivel tienen un conocimiento limitado sobre sus responsabilidades fiscales y no comprenden completamente el entorno de su actividad económica ni las obligaciones que conlleva. Aunque muchos declaran sus impuestos, no concretan el proceso tributario con el pago, resultando en un grupo de morosos. Esto genera sobrecostos para la ciudad debido a la gestión de cobro y los trámites adicionales que deben realizar los entes fiscalizadores para asegurar el pago. Además, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y la Secretaría Distrital de Hacienda no han implementado mecanismos eficaces para educar a la población sobre la cultura tributaria ni han generado la confianza necesaria para que los ciudadanos tributen adecuadamente. Espinoza (2019) concluye que la mayoría de los comerciantes en los mercados de Tarapoto operan sin una formalización completa, lo que significa que carecen de regularidad en el cumplimiento de sus obligaciones y de conocimientos básicos sobre el control de inventario y registro de transacciones. Esta falta de formalidad limita sus oportunidades de crecimiento y organización, ya que no pueden acceder a ciertos beneficios ni participar plenamente en el

mercado formal. Es esencial abordar esta situación mediante programas de capacitación y asesoramiento que ayuden a los comerciantes a comprender la importancia de la formalización y los capaciten para llevar a cabo sus actividades comerciales de manera más eficiente y conforme a la normativa vigente. Tacuri y Paucar (2018) concluye que la falta de cultura tributaria desempeña un papel fundamental en la proliferación del comercio informal. La ausencia de conocimientos, valores y actitudes tributarias adecuadas entre los comerciantes contribuye significativamente a la evasión fiscal y otras prácticas ilegales. Esta situación refleja una actitud inmadura e inconsciente hacia la sociedad y el medio ambiente. Se destaca la responsabilidad de las autoridades fiscales, como la SUNAT, en la provisión insuficiente de información y orientación a los comerciantes que carecen de conocimientos tributarios. Esto subraya la importancia de fortalecer los programas de educación tributaria y mejorar la accesibilidad a recursos informativos para combatir el comercio informal y fomentar una cultura de cumplimiento tributario en la sociedad.

Para cumplir con el objetivo específico 03, se analizó exhaustivamente la data recolectada del cuestionario, destacando que un significativo 79% de los encuestados posee un nivel de conocimientos sobre la formalización que va desde regular hasta malo. Esta percepción se fundamenta en la falta de acceso a charlas informativas y orientación tributaria sobre la formalización empresarial, lo que limita la comprensión de los empresarios sobre las posibles sanciones por no formalizar sus negocios. Estos hallazgos subrayan la importancia crítica de ofrecer programas educativos y servicios de asesoramiento integral para promover una mayor conciencia y cumplimiento de los requisitos legales en el mercado de Casaparo. En cuanto a la comercialización, es notable que un 87% de los empresarios evaluaron su desempeño como regular o deficiente, lo que destaca la necesidad de una educación más sólida sobre la formalización y las mejores prácticas de comercialización para fortalecer la competitividad y el éxito empresarial en la región y para contrastar la hipótesis específica 03

se aplicó la prueba de la Tau_b de Kendall, donde el valor de significancia bilateral, fue de (0.000), el cual, al ser inferior al umbral de significancia (Pv-0.05), conduce a la aceptación de la hipótesis alternativa (H1), esto indica de manera concluyente que el nivel de conocimientos influye significativamente en la comercialización, además, al examinar el coeficiente de correlación, se observa un valor de (0.712), lo que refleja una influencia positiva alta entre las variables estudiadas.

Los resultados obtenidos son corroborados por: Flores (2020) concluye que la evasión tributaria y la falta de formalización entre los comerciantes de abarrotes en los mercados de Cutervo se deben principalmente a la escasez de cultura y educación tributaria. La ausencia de información relevante, especialmente la falta de charlas proporcionadas por entidades como la SUNAT y la Municipalidad local, contribuye significativamente a esta situación. Es fundamental abordar estas deficiencias mediante la implementación de programas educativos y campañas de sensibilización dirigidas a los comerciantes, con el fin de aumentar su comprensión sobre la importancia de la formalización y el cumplimiento tributario. Además, se requiere una mayor coordinación entre las autoridades locales y nacionales para brindar el apoyo necesario y garantizar que los comerciantes tengan acceso a la información y los recursos adecuados para formalizar sus actividades comerciales de manera efectiva. Aquino (2018) concluye que la situación socioeconómica ejerce una influencia notable en el proceso de formalización de los comerciantes del mercado Baratillo en el Distrito de Cusco. Se destaca que esta situación afecta especialmente al registro y la obtención de licencias por parte de las autoridades municipales. Los factores socioeconómicos, como el nivel de ingresos y las condiciones laborales, juegan un papel determinante en la capacidad de los comerciantes para cumplir con los requisitos formales establecidos por las autoridades locales. Esta situación resalta la necesidad de abordar las disparidades económicas y sociales que obstaculizan el proceso de formalización, así como

de implementar políticas y programas que brinden apoyo y oportunidades equitativas para todos los comerciantes en su camino hacia la formalización empresarial. Tenada et al. (2018) concluye que el comercio informal impacta negativamente la economía de la provincia, especialmente perjudicando a la mano de obra que carece de garantías laborales y acceso a la seguridad social. A pesar de esto, muchos comerciantes informales prefieren mantenerse en esta situación debido a la percepción de obtener mayores beneficios económicos sin tener que cumplir con las regulaciones legales establecidas por los organismos de control. Además, valoran la autonomía de no tener jefes, lo que refuerza su resistencia a la formalización. Esta situación subraya la necesidad de implementar estrategias que no solo regulen, sino que también incentiven la formalización, ofreciendo beneficios tangibles y apoyo a estos trabajadores para mejorar su seguridad y bienestar económico.

CONCLUSIONES

- Se concluye que la formalización influye significativamente en la comercialización, respaldado por los resultados obtenidos mediante la prueba Tau_b de Kendall. Esto enfatiza la importancia de implementar acciones destinadas a formalizar los negocios y aprovechar las oportunidades de crecimiento que esto ofrece. Estos hallazgos proporcionan una sólida base para el diseño de estrategias que fomenten el desarrollo económico y empresarial en Casaparo. Además, los datos revelan una percepción mayoritariamente negativa hacia la formalización empresarial y deficiencias en la implementación de procedimientos de comercialización en el mercado local. Por lo tanto, se destaca la necesidad urgente de brindar información y apoyo adecuados a los empresarios, así como de promover una mayor comprensión sobre los beneficios de la formalización y mejorar las prácticas comerciales en la región.
- Se concluye que los beneficios de la formalización influyen significativamente en la comercialización, tal como se evidencia a través del análisis realizado mediante la Tau_b de Kendall. Esto subraya la importancia de implementar medidas concretas para fomentar la formalización empresarial y mejorar las estrategias comerciales en la región. Además, los datos revelan una percepción mayormente negativa hacia la formalización empresarial, principalmente debido a la falta de comprensión sobre sus ventajas potenciales, como el aumento de ingresos y el acceso a créditos. Esto destaca la necesidad urgente de proporcionar una orientación adecuada a los comerciantes para que puedan tomar decisiones informadas. En consecuencia, se resalta la importancia de ofrecer orientación y apoyo en áreas clave como la formalización y las prácticas comerciales para impulsar la competitividad y sostenibilidad en el mercado de Casaparo.

- Se concluye que los costos de la formalización influyen significativamente en la comercialización, esto se confirma a través de la Tau_b de Kendall, este hallazgo sugiere que la falta de asesoría contable y una gestión inadecuada de los gastos asociados con las operaciones comerciales impactan directamente en la percepción y ejecución de las estrategias comerciales. Por lo tanto, se destaca la importancia de proporcionar una orientación financiera adecuada para abordar estas deficiencias y ayudar a los comerciantes a comprender mejor los costos y beneficios de la formalización empresarial. Este apoyo no solo fortalecerá su capacidad para gestionar eficazmente sus finanzas, sino que también mejorará su competitividad y sostenibilidad en un mercado dinámico como el de Casaparo.
- Se concluye que el nivel de conocimientos influye significativamente en la comercialización, esto se confirma a través de la Tau_b de Kendall, Los hallazgos destacan la urgencia de implementar programas educativos integrales y servicios de asesoramiento para impulsar el cumplimiento de los requisitos legales y fortalecer las prácticas de comercialización en el mercado de Casaparo. Esta iniciativa es fundamental para mejorar la comprensión de los empresarios sobre las normativas tributarias y las ventajas de la formalización empresarial. Además, proporcionaría herramientas necesarias para que puedan tomar decisiones más informadas y estratégicas en la gestión de sus negocios. Estos programas podrían abordar específicamente las deficiencias identificadas en cuanto a la falta de conocimiento y orientación sobre la formalización y las mejores prácticas de comercialización, contribuyendo así al crecimiento sostenible y la competitividad en el mercado local.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar programas educativos y servicios de asesoramiento dirigidos a los empresarios del mercado de Casaparo, con el fin de promover una mejor comprensión sobre los beneficios de la formalización empresarial y mejorar las prácticas comerciales en la región. Estos programas deben abordar específicamente las deficiencias identificadas en cuanto a la falta de conocimiento sobre la formalización y las mejores prácticas de comercialización. Además, se sugiere establecer mecanismos para facilitar el acceso a información relevante y oportuna sobre los procesos de formalización y los beneficios asociados. Esto ayudará a fortalecer la competitividad y sostenibilidad de los negocios locales, contribuyendo así al desarrollo económico de Casaparo.
- Se recomienda implementar programas de capacitación y asesoramiento dirigidos a los empresarios del mercado de Casaparo, con el objetivo de mejorar su comprensión sobre los beneficios de la formalización empresarial y las estrategias comerciales efectivas. Es crucial proporcionar información clara y accesible sobre los procesos de formalización y sus ventajas, como el aumento de ingresos y el acceso a créditos. Además, se sugiere ofrecer apoyo en áreas clave como la gestión financiera y las prácticas comerciales para promover la competitividad y sostenibilidad de los negocios en la región. Esta iniciativa ayudará a impulsar el desarrollo económico local y a mejorar las condiciones comerciales en el mercado de Casaparo.
- Se recomienda implementar programas de asesoramiento contable y financiero dirigidos a los comerciantes del mercado de Casaparo, con el fin de abordar las deficiencias identificadas en la gestión de los costos asociados con la formalización empresarial. Estos programas ayudarán a los comerciantes a comprender mejor los aspectos financieros de la formalización, lo que les permitirá tomar decisiones más informadas sobre su negocio. Además, se sugiere proporcionar orientación sobre las estrategias comerciales efectivas

para mejorar la competitividad y sostenibilidad en el mercado local. Esta iniciativa contribuirá a fortalecer la posición financiera de los comerciantes y a mejorar su desempeño en un entorno comercial dinámico como el de Cascaparo.

- Se recomienda implementar programas educativos integrales y servicios de asesoramiento dirigidos a los empresarios del mercado de Cascaparo, con el objetivo de fortalecer su comprensión sobre las normativas tributarias y los beneficios de la formalización empresarial. Estas iniciativas proporcionarán a los empresarios las herramientas necesarias para tomar decisiones más informadas y estratégicas en la gestión de sus negocios, contribuyendo así al cumplimiento de los requisitos legales y al fortalecimiento de las prácticas de comercialización en la región. Es esencial abordar específicamente las deficiencias identificadas en cuanto a la falta de conocimiento y orientación sobre la formalización y las mejores prácticas de comercialización, lo que promoverá el crecimiento sostenible y la competitividad en el mercado local.

–

REFERENCIAS

- Alcalde San Miguel, P. (2019). *Calidad fundamentos, herramientas y gestión de la calidad para pymes. 3° Edición*. Madrid: Ediciones Paraninfo SA. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=sjqlDwAAQBAJ&lpg=PR5&ots=GTQ9HoV8xy&dq=libros%20sobre%20calidad%20&lr&hl=es&pg=PR4#v=onepage&q&f=false>
- Aleph. (08 de abril de 2021). *Charla*. Obtenido de aleph: <https://aleph.org.mx/que-es-una-charla-y-cuales-son-sus-caracteristicas>
- Aquino Santa Cruz, A. (2018). *Formalización de los comerciantes en el mercado baratillo del distrito de Santiago Cusco - periodo - 2017*. Cusco - Peru.: Universidad Andina del Cusco. Obtenido de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/2778/Amanda_Tesis_bachiller_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ayensa Esparza, A. M. (2017). *Operaciones administrativas de compraventa*. Madrid - España.: Paraninfo, SA. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=iAMoDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=operaciones+administrativas+de+compraventa&ots=T4agwRWt3o&sig=o8bv3_M3J2oCth6tw2nbB7Cpz7M#v=onepage&q=operaciones%20administrativas%20de%20compraventa&f=false
- Betún Guamán , A. (2017). *Tributos e Impuestos como fuente de Formalización en el Mercado Caraguay de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/24228>
- Burin, D. (2018). *El mercado y la comercialización*. Costa Rica: Instituto interamericano de cooperación para la agricultura - San Jose. Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf>
- Cardenas. (2022). Obtenido de <https://simpliroute.com/es/blog/costos-de-compras>
- Carrasco Fernandez, S. (2017). *Servicios de atención comercial*. Paraninfo, S.A. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=gAMoDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR9&dq=CARRASCO+FERNANDEZ+soledad,+comercializacion&ots=rsaOp5IL3r&sig=RJ-k75tu0CpDFe3lJhTDqsDaNJ4#v=onepage&q=CARRASCO%20FERNANDEZ%20soledad%2C%20comercializacion&f=false>

- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la Investigación Científica* (Vol. 2da Edición). Lima Peru: San Marcos.
- Casanova Villalba , C. I., Nuñez Liberio, R. V., Navarrete Zambrano, C. M., & Proaño Gonzalez, E. A. (2021). *Gestión y Costos de Producción: Balances y perspectivas*. Obtenido de [file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-GestionYCostosDeProduccion-7817700%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-GestionYCostosDeProduccion-7817700%20(5).pdf)
- Castro Garzón , L. A., & Torralba Marín , K. Y. (2020). *La cultura tributaria como factor primario de la responsabilidad fiscal en negocios multinivel y comerciantes de barrio en Bogotá*. Bogotá: Fundación Universitaria los Libertadores. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11371/3176>
- Chagerben Salinas , L., Yagual Velasteguí, A., & Hidalgo Arriaga, J. (2017). La importancia del financiamiento en el sector micro empresarial. *Dominio de las Ciencias*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=6326783>
- Coll Morales, F. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/compra.html>
- Crespo, E. (28 de Agosto de 2020). *Qué son los tributos y tipos: impuestos, contribuciones y tasas*. Obtenido de Bbva.com: <https://www.bbva.com/es/los-distintos-tipos-de-tributos-impuestos-contribuciones-y-tasas/>
- Dobaño, R. (2023). Obtenido de <https://getquipu.com/blog/que-es-y-por-que-tener-un-asesor-fiscal-contable/#:~:text=La%20asesor%C3%ADa%20contable%20es%20el,objetivo%20de%20optimizar%20su%20gesti%C3%B3n>.
- Eslava Sarmiento , L. A. (2017). *Caneles de distribución logístico-comerciales*. Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=6zOjDwAAQBAJ&lpg=PA19&ots=FnE5hBAWgF&dq=Un%20servicio%20podr%C3%ADa%20ser%20un%20conjunto%20de%200actividades%20que%20buscan%20satisfacer%20las%20necesidades%20de%20un%20cliente.%20Los%20servicios%20raramente%20incluyen%20u>
- Ezpinoza Tirado, M. (2019). *Niveles de formalización en mercados de abasto de la ciudad de Tarapoto, año 2019*. Tarapoto. Obtenido de <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/2139>
- Fernández-Villarán Ara, A. (2017). *Promoción y Comercialización de Productos y Servicios Turísticos Locales*. Paraninfo S.A. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=2Lo8DwAAQBAJ&lpg=PP1&ots=uL9uHWZCh>

p&dq=libros%20sobre%20la%20oferta%20de%20productos%20&lr&hl=es&pg=PR4#v=onepage&q&f=false

- Ferruzola Bravo , J. A., & Tomala Sanchez , J. A. (2018). *Plan de negocios para la formalizacion empresarial del restaurante "El Rey de la chuleta" de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil - Ecuador: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2298/1/T-ULVR-2095.pdf>
- Flores Carrasco, M. L. (2020). *Evasion tributaria y formalizacion de las comerciantes de abarrotes ubicado en los mercados central, nuevo oriente y santa celia de la provincia de cutervo, 2018*. Pimentel - Peru.: Universidad Señor de Sipan. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7345/Flores%20Carrasco%20Marita%20Lisbeth.pdf?sequence=1>
- García Prado , E. (2016). *Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales*. España: Paraninfo. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=zoi6DAAAQBAJ&lpg=PP1&dq=ventas%20&lr&hl=es&pg=PR9#v=onepage&q=ventas&f=false>
- García Prado , E., & Carrasco Fernández , S. (2018). *Gestión de productos y promociones en el punto de venta*. Madrid: Ediciones Paraninfo SA. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=LrlZDwAAQBAJ&lpg=PP1&ots=JyhckUKON6&dq=Se%20le%20llama%20surtido%20al%20conjunto%20de%20art%C3%ADculos%20que%20un%20establecimiento%20comercial%20ofrece%20a%20la%20venta.%20Se%20refiere%20a%20la%20variedad%20de%20art%C3%AD>
- Gil, S. (2019). *Ingreso* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ingreso.html>
- Gob.Perú. (2020). Obtenido de <https://www.gob.pe/42712-servicio-de-administracion-tributaria-de-trujillo-oficina-de-atencion-y-orientacion-al-contribuyente>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación Científica sexta edición*. México: Editorial Mc Graw Hill Education.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigacion 6TA Edicion*. Mexico: McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hernandez Silva , M. L., & Walter Juape, R. (2021). *Programa de cultura tributaria para aumentar la formalizacion de los comerciantes del mercado modelo sector ropa,*

- Chiclayo 2019*. Pimentel - Peru.: Universidad Señor de Sipan. Obtenido de repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8154/Hernández%20Silva%20María%20%26%20Walter%20Juape%20Rosmery.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jara , F., Jiménez , G., & Imbaquinga, M. (2018). Diseño de un sistema de costos para la producción y la comercialización de cuadernos personalizados. *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7144010>
- Jaramillo Ramirez, P. M., Perez Abril, N., Polania Andrade, C. R., & Villalba Rodriguez, W. J. (2020). Formalizacion integral para los microempresarios de Girardot y la Mesa. *Microempresas en Girardot*. Obtenido de [file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-FormalizacionIntegralParaLosMicroempresariosDeGira-7888279%20\(6\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-FormalizacionIntegralParaLosMicroempresariosDeGira-7888279%20(6).pdf)
- Mamani Arrosquipa, C. M. (2019). *Factores de la formalizacion y su efecto financiero en las PYMES mineras del distrito de Mariano Nicolas Valcarcel - Camana - Arequipa, 2018*. Arequipa - Peru.: Universidad Tecnologica del Peru. Obtenido de https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2645/Caleb%20Mamani_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=1
- Marín García, A. (2022). *economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/conocimiento.html>
- Maturana, D. &. (2019). La relación entre la formalización de las prácticas de gestión humana y la productividad de las mipymes. *Un artículo de revisión. Innovar*, 29(74), 101-113.
- Moreira Miranda , K. P. (2020). *El comportamiento tributario de los contribuyentes en los mercados de abastos en el canton duran*. Guayaquil - Ecuador.: Universidad Guayaquil. Obtenido de [file:///C:/Users/USER/Downloads/TESIS%20FINAL\(35\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/TESIS%20FINAL(35).pdf)
- Osorio Rojas, D., Aristizabal Escobar, E. S., & Beltran Valencia, G. A. (2020). *Formalizacion empresarial y el registro mercantil necesidad u obligacion*. Colombia: Universidad Autonoma Latinoamericana. Obtenido de http://52.170.20.67:8080/jspui/bitstream/123456789/2012/1/unaula_rep_pre_der_2021_formalizacion_empresarial_mercantil.pdf
- Panta , O. (2018). Obtenido de <https://elblogdelcontador.com/infraccion-y-sancion-tributaria/>
- Quiroa, M. (2019). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>

- Quispe Fernández , G. M., Tapia Muñoz , M., Ayaviri Nina, D., Villa Villa, M., Borja Lombeida , M. E., & Lema Eapinoza, M. (2018). Causas del comercio informal y la evasión tributaria en ciudades intermedias. *Revista Espacios*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n41/a18v39n41p04.pdf>
- Ramírez Ortiz , M. E. (2015). *Tendencias de Innovación en la Ingeniería de Alimentos*. OmniaScience. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=LBpOCwAAQBAJ&lpg=PA169&ots=cT5-K-ucFh&dq=que%20es%20la%20comercializacion%20&lr&hl=es&pg=PA4#v=onepage&q=comercializaci%C3%B3n&f=false>
- Ramírez Ortiz, M. E. (2015). *Tendencias de innovación en la ingeniería de aliemntos*. Omnia Science. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=LBpOCwAAQBAJ&lpg=PA169&ots=cT50JT7Im&dq=cuales%20son%20los%20procesos%20en%20la%20comercializaci%C3%B3n&lr&hl=es&pg=PA2#v=onepage&q=cuales%20son%20los%20procesos%20e n%20la%20comercializaci%C3%B3n&f=false>
- Ramos Macalup, A. A. (2019). *Formalización y el acceso a créditos financieros para los pequeños empresarios*. Piura: Universidad Nacional de Piura. Obtenido de <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1720/CCF-RAM-MAC-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramos Rosas, C. D. (2020). La gestión de calidad, la competitividad, el financiamiento y la formalización en las Mype de la provincia de sullana, Peru. *Tecnologica - Espol*, 32(1). Obtenido de file:///C:/Users/USER/Downloads/699-2161-1-PB-F%20(3).mht
- Reveles López , R. (2019). *Análisis de los elementos del costo*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=5pGpDwAAQBAJ&lpg=PT13&ots=c-5gptl0r3&dq=conceptos%20de%20cantidad%20producida&lr&hl=es&pg=PT2#v=onepage&q=conceptos%20de%20cantidad%20producida&f=false>
- Rodriguez Soto, J. R., & Alvis Ladino, G. d. (2018). Empresas y Formalización Tributaria, algunas particularidades en las Regiones Colombianas. *Sinergia*. Obtenido de file:///C:/Users/USER/Downloads/38-Texto%20del%20art%C3%ADculo-138-1-10-20190103%20(6).pdf
- Rosa Días, I. M., Rondán Cataluña , F. J., & Díez de Castro , E. C. (2020). *Gestión de Precios*. Madrid: ESIC EDITORIAL. Obtenido de https://books.google.es/books?id=YckHEAAAQBAJ&lpg=PT9&ots=7W_ZbNNR

ku&dq=conceptos%20de%20precio&lr&hl=es&pg=PT9#v=onepage&q=conceptos%20de%20precio&f=false

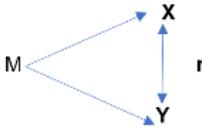
- SUNAT. (2016). *SUNAT*. Obtenido de ¿Qué entiende por tributo?: https://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/sistematributario_entiende.html
- Tacuri Quejia , G., & Paucar Vilca , R. (2018). *Comercio informal y los componentes determinantes para la formalización de los comerciantes de la "Asociación de Comerciantes Feria del Altiplano" del distrito de Wanchaq, Cusco periodo 2016*. Cusco: Universidad Andina del Cusco. Obtenido de <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/1884>
- Teneda Llerena , W. F., Santamaría Freire, E., & Guamán Guevara , M. D. (2018). El comercio informal como factor predominante en la economía local. *Universidad de Azuay*. Obtenido de <https://revistas.uazuay.edu.ec/index.php/udaakadem/article/view/172/162>
- Torres Mateo , J., Zavala Izaguirre , A., & Manrique Oliveros , J. (2015). *Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas del Mercado Proveedores Unidos del Distrito de Breña 2015*. Lima. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/151>
- Ucha, F. (2022). *Definicionabc.com*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/procedimientos.php>
- Westreicher, G. (2018). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/linea-de-credito.html>
- Westreicher, G. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ventas.html>

ANEXOS

ANEXO I

Matriz de consistencia

Formalización y su influencia en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023

Problema general	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Metodología
¿Cómo la formalización influye en el proceso de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco - 2023?	Describir la influencia de la formalización en el proceso de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco -2023	La formalización influye significativamente en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023.	Variable X Formalización Dimensiones Beneficios de la formalización Costos Conocimientos	Tipo Básico Nivel Descriptivo Enfoque Cuantitativo Diseño No experimental Transversal
¿Cómo los beneficios de la formalización influyen en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco - 2023?	Describir la influencia de los beneficios de la formalización en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco - 2023.	Los beneficios de la formalización influyen significativamente en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023.	Variable Y Comercialización Dimensiones Procedimientos Producto Precio	 <p style="text-align: center;">Población Mercado de Cascaparo</p> <p style="text-align: center;">Muestra 196 empresarios Análisis de datos SPSS Versión 27</p>
¿Cómo los costos de la formalización influyen en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco - 2023?	Describir la influencia de los costos de la formalización en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco - 2023.	Los costos de la formalización influyen significativamente en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023.		
¿Cómo el nivel de conocimientos influye en el proceso de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco - 2023?	Describir la influencia del nivel de conocimientos en el proceso de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco - 2023.	El nivel de conocimientos influye significativamente en el proceso de comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023.		

ANEXO II

Matriz operacional

Formalización y su influencia en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023

Variable	Dimensiones	Indicadores
Formalización	<p>Beneficios de formalización: Maturana y Andrade. (2019) “La formalización como el ejercicio de una actividad económica bajo las normas del Estado, para nosotros es un proceso de inclusión económica que le facilita a su empresa crecer, ser proveedor de otras empresas, llegar a otros mercados, etc.</p> <p>Costos: (Ayensa Esparza, 2017). Es el valor de los consumos de los factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien, servicio o actividad.</p> <p>Conocimientos: Marín (2022) El conocimiento es la información y habilidades que los seres humanos adquieren a través de sus capacidades mentales.</p>	<p>Ingresos</p> <p>Clientes</p> <p>Línea de crédito</p> <p>Tributos</p> <p>Asesoría contable</p> <p>Costos de sus compras</p> <p>Charlas</p> <p>Orientación tributaria</p> <p>Información tributaria</p> <p>Sanciones</p>
Comercialización	<p>Procedimientos: Ucha (2022) Se llamará procedimiento administrativo a la serie de actos que se pondrán en práctica para concretar la actuación administrativa en cuestión y que tendrá como objetivo la concreción de algún fin inherente a su actividad, que se denomina formalmente como acto administrativo.</p> <p>Producto: García (2016). Hace referencia a cualquier bien, servicio, idea o entidad que se encuentre en un mercado y que pueda ser adquirido, empleado o consumido para satisfacer una necesidad de los clientes.</p> <p>Precio: Rosa et al. (2020) El precio puede definirse como la cantidad de dinero (también cabe la posibilidad de utilizar productos y servicios) que el comprador intercambia por producto y/o servicios recibidos del vendedor.</p>	<p>Comprar</p> <p>Vender</p> <p>Transportar</p> <p>Financiamiento</p> <p>Servicios</p> <p>Cantidad</p> <p>Calidad</p> <p>Variedad</p> <p>Demanda</p> <p>Oferta</p>

Ramos (2019). Indica que la formalización es un proceso que lleva a cabo el empresario para poder incorporarse a un mercado o a una economía formal, es parte de una decisión que se hace para encaminar su empresa bajo el marco de la ley.

Carrasco (2017) La comercialización es la actividad humana consistente en satisfacer necesidades y deseos a través de procesos de intercambio de bienes y servicios. Es, por tanto, una de la principal actividad de relación entre los seres humanos, las empresas, entendidas como agrupaciones organizadas de personas para la consecución de unos objetivos, ofrecen al mercado bienes y servicios que serán adquiridos tanto por los consumidores finales como por otras empresas para integrarlos a su vez en sus propios procesos de comercialización.

ANEXO III

Matriz instrumental sobre la formalización

Formalización y su influencia en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items
Formalización	Beneficios de formalización	Ingresos	¿Cómo ha impactado la formalización en el incremento de ingresos para su negocio en el mercado de Cascaparo?
		Clientes	¿Ha observado una mejora significativa en las relaciones comerciales con sus clientes luego de formalizar su negocio en el mercado de Cascaparo?
		Línea de crédito	¿Ha experimentado un acceso más fácil a líneas de crédito desde que formalizó su negocio en el mercado de Cascaparo?
		Tributos	¿Qué beneficios específicos ha encontrado en el cumplimiento de obligaciones tributarias tras formalizar su negocio en el mercado de Cascaparo?
	Costos	Asesoría contable	¿Cómo ha contribuido la asesoría contable en su comprensión y cumplimiento de las obligaciones fiscales y contables en el contexto del mercado de Cascaparo?
		Costos de sus compras	¿Cómo ha impactado la formalización en su capacidad para acceder a descuentos por volumen de compra en el mercado de Cascaparo y cuán beneficioso ha sido este acceso para su negocio?
	Conocimientos	Charlas	¿Ha percibido que las charlas informativas han contribuido de manera efectiva a promover una cultura de cumplimiento fiscal en su negocio dentro del mercado de Cascaparo?
		Orientación tributaria	¿En qué medida ha sido beneficiosa la orientación tributaria para su negocio en la identificación de estrategias para reducir la carga fiscal en el mercado de Cascaparo?
		Información tributaria	¿Qué grado de utilidad ha tenido la información tributaria en la identificación de posibles beneficios fiscales para su negocio en el mercado de Cascaparo?
		Sanciones	¿Cuenta con información sobre los procedimientos legales en caso de recibir una sanción por informalidad en el mercado de Cascaparo?

ANEXO IV

Matriz instrumental sobre la comercialización

Formalización y su influencia en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco, 2023

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items
Comercialización	Procedimientos	Comprar	¿Qué tan eficientes son los procedimientos de compra de productos para su negocio en el mercado de Cascaparo?
		Vender	¿Cómo calificaría la comunicación con sus clientes durante el proceso de venta en el mercado de Cascaparo?
		Transportar	¿Qué tan fácil es acceder a los canales de distribución para transportar sus productos en el mercado de Cascaparo?
		Financiamiento	¿Cuán satisfecho está con la disponibilidad de opciones de financiamiento para la expansión de su negocio en el mercado de Cascaparo?
	Producto	Servicios	¿Cómo calificaría la calidad de los servicios ofrecidos por su negocio en el mercado de Cascaparo?
		Cantidad	¿Considera que la cantidad de productos disponibles es adecuada para satisfacer la demanda de sus clientes en el mercado de Cascaparo?
		Calidad	¿Cómo calificaría la calidad de los productos que adquiere para su negocio en el mercado de Cascaparo?
		Variedad	¿Qué tan satisfecho está con la diversidad de opciones que ofrece su negocio en comparación con la competencia en el mercado de Cascaparo?
	Precio	Demanda	¿Considera que la demanda de productos en su mercado está influenciada por la percepción de los precios en el mercado de Cascaparo?
		Oferta	¿Considera que la oferta de productos en su mercado es diversa en términos de precios y calidades en el mercado de Cascaparo?

ANEXO IV

Instrumento de recolección de datos tipo encuesta

La presente encuesta tiene como finalidad obtener información referida a los **“Formalización y su influencia en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco - 2023”**, para lo cual se le solicita responder con la mayor sinceridad del caso.

Escala Valorativa				
1	2	3	4	5
Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno

N°	Ítems	Escala
1	¿Cómo ha impactado la formalización en el incremento de ingresos para su negocio en el mercado de Cascaparo?	1 2 3 4 5
2	¿Ha observado una mejora significativa en las relaciones comerciales con sus clientes luego de formalizar su negocio en el mercado de Cascaparo?	1 2 3 4 5
3	¿Ha experimentado un acceso más fácil a líneas de crédito desde que formalizó su negocio en el mercado de Cascaparo?	1 2 3 4 5
4	¿Qué beneficios específicos ha encontrado en el cumplimiento de obligaciones tributarias tras formalizar su negocio en el mercado de Cascaparo?	1 2 3 4 5
5	¿Cómo ha contribuido la asesoría contable en su comprensión y cumplimiento de las obligaciones fiscales y contables en el contexto del mercado de Cascaparo?	1 2 3 4 5
6	¿Cómo ha impactado la formalización en su capacidad para acceder a descuentos por volumen de compra en el mercado de Cascaparo y cuán beneficioso ha sido este acceso para su negocio?	1 2 3 4 5
7	¿Ha percibido que las charlas informativas han contribuido de manera efectiva a promover una cultura de cumplimiento fiscal en su negocio dentro del mercado de Cascaparo?	1 2 3 4 5
8	¿En qué medida ha sido beneficiosa la orientación tributaria para su negocio en la identificación de estrategias para reducir la carga fiscal en el mercado de Cascaparo?	1 2 3 4 5
9	¿Qué grado de utilidad ha tenido la información tributaria en la identificación de posibles beneficios fiscales para su negocio en el mercado de Cascaparo?	1 2 3 4 5
10	¿Cuenta con información sobre los procedimientos legales en caso de recibir una sanción por informalidad en el mercado de Cascaparo?	1 2 3 4 5

11	¿Qué tan eficientes son los procedimientos de compra de productos para su negocio en el mercado de Cascaparo?	1	2	3	4	5
12	¿Cómo calificaría la comunicación con sus clientes durante el proceso de venta en el mercado de Cascaparo?	1	2	3	4	5
13	¿Qué tan fácil es acceder a los canales de distribución para transportar sus productos en el mercado de Cascaparo?	1	2	3	4	5
14	¿Cuán satisfecho está con la disponibilidad de opciones de financiamiento para la expansión de su negocio en el mercado de Cascaparo?	1	2	3	4	5
15	¿Cómo calificaría la calidad de los servicios ofrecidos por su negocio en el mercado de Cascaparo?	1	2	3	4	5
16	¿Considera que la cantidad de productos disponibles es adecuada para satisfacer la demanda de sus clientes en el mercado de Cascaparo?	1	2	3	4	5
17	¿Cómo calificaría la calidad de los productos que adquiere para su negocio en el mercado de Cascaparo?	1	2	3	4	5
18	¿Qué tan satisfecho está con la diversidad de opciones que ofrece su negocio en comparación con la competencia en el mercado de Cascaparo?	1	2	3	4	5
19	¿Considera que la demanda de productos en su mercado está influenciada por la percepción de los precios en el mercado de Cascaparo?	1	2	3	4	5
20	¿Considera que la oferta de productos en su mercado es diversa en términos de precios y calidades en el mercado de Cascaparo?	1	2	3	4	5

Gracias

ANEXO VII

Base de datos

Formalización y su influencia en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco - 2023

N	Formalización										Comercialización									
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	5	4	3	3	5	4	4	3	5	5	4	2	5	2	4	4	4	4	2	4
2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	2	5	2	4	4	4	4	2	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4
4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	3	5	2	3	2
5	2	4	3	3	2	5	5	3	2	4	4	3	5	3	4	4	4	2	3	2
6	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2
7	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
8	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	2	1	2	4	4	4	4	2	4
9	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4
10	2	4	3	4	2	4	4	2	2	4	1	2	4	2	4	4	4	4	2	4
11	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	5	4	3	3	2	5	4
12	2	3	4	4	2	4	4	4	2	3	4	2	3	4	2	3	3	4	4	2
13	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	4	4	2	2	2	3
14	3	5	2	4	3	4	4	2	3	2	3	2	2	2	4	2	4	2	2	3
15	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	2	4	2	2	3	3	4	2	2
16	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	1	3	2	3	2	3
17	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	2	3
18	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
19	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	2	3	4	4	3	2	4
20	4	4	2	5	4	3	3	4	4	4	4	5	3	3	3	3	2	3	3	4
21	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	4	2	3	3	4	4	2	3	2
22	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	1	4	2	4	4	1	2
23	4	3	4	2	4	2	2	2	4	3	2	5	4	2	2	4	4	4	2	3
24	2	4	3	4	2	4	4	4	2	2	3	2	3	2	4	4	4	4	2	3
25	2	2	3	2	2	4	4	5	2	3	4	4	4	2	3	4	4	4	2	3
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	3	4	4	3	4	3	3
27	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3
28	4	3	4	3	4	2	2	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	3	3	4
29	2	3	3	4	2	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4
30	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4
31	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	2	5	4
32	2	3	4	4	2	4	4	4	2	3	4	2	3	4	2	3	3	4	4	2
33	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	2	4	4	2	2	2	3
34	3	5	2	4	3	4	4	2	3	2	3	4	3	2	4	2	4	2	2	3
35	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	2	3	3	4	2	2
36	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	2	1	3	2	3	2	3
37	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	2	3
38	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3
39	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	3	4	4	3	2	4
40	4	4	2	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4

N	Formalización									Comercialización										
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
41	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	4	2	3	3	4	4	2	3	2
42	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	1	4	2	4	4	1	2
43	4	3	4	2	4	2	2	2	4	3	2	4	3	2	2	4	4	4	2	3
44	2	4	3	4	2	4	4	4	2	2	3	3	3	2	4	4	4	4	2	3
45	2	2	3	2	2	4	4	5	2	3	4	2	3	2	3	4	4	4	2	3
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3
47	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	4	2	3	3	4	4	2	3	2
48	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	2	1	4	2	4	4	1	2
49	4	3	4	2	4	2	2	2	4	3	2	2	3	2	2	4	4	4	2	3
50	2	4	3	4	2	4	4	4	2	2	3	2	3	2	4	4	4	4	2	3
51	2	2	3	2	2	4	4	5	2	3	4	2	3	2	3	4	4	4	2	3
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3
53	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3
54	4	3	4	3	4	2	2	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	3	3	4
55	2	3	3	4	2	4	4	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	4
56	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
57	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	2	5	4
58	2	3	4	4	2	4	4	4	2	3	4	2	3	4	2	3	3	4	4	2
59	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	4	4	2	2	2	3
60	3	5	2	4	3	4	4	2	3	2	3	2	3	2	4	2	4	2	2	3
61	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	2	2	3	3	4	2	2
62	5	4	3	3	5	4	4	3	5	5	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4
63	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	4
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	4	4	4	5	4
65	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3	5	2	3	2
66	2	4	3	3	2	5	5	3	2	4	4	3	2	3	4	4	4	2	3	2
67	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2
68	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
69	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	4
70	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4
71	2	4	3	4	2	4	4	2	2	4	1	2	4	2	4	4	4	4	2	4
72	2	4	3	3	2	5	5	3	2	4	4	3	2	3	4	4	4	2	3	2
73	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2
74	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
75	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	4
76	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4
77	2	4	3	4	2	4	4	2	2	4	1	2	4	2	4	4	4	4	2	4
78	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	2	5	4
79	2	3	4	4	2	4	4	4	2	3	4	2	3	4	2	3	3	4	4	2
80	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	4	4	2	2	2	3
81	3	5	2	4	3	4	4	2	3	2	3	2	3	2	4	2	4	2	2	3
82	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	2	2	3	3	4	2	2
83	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	1	3	2	3	2	3
84	3	5	2	4	3	4	4	2	3	2	3	2	3	2	4	2	4	2	2	3
85	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	2	2	3	3	4	2	2

N	Formalización									Comercialización										
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
86	5	4	3	3	5	4	4	3	5	5	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4
87	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	4	4	4	5	4
89	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3	5	2	3	2
90	2	4	3	3	2	5	5	3	2	4	4	3	2	3	4	4	4	2	3	2
91	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2
92	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
93	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	4
94	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4
95	2	4	3	4	2	4	4	2	2	4	1	2	4	2	4	4	4	4	2	4
96	2	4	3	3	2	5	5	3	2	4	4	3	2	3	4	4	4	2	3	2
97	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2
98	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
99	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	4
100	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4
101	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	4
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	4	4	4	5	4
103	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3	5	2	3	2
104	2	4	3	3	2	5	5	3	2	4	4	3	2	3	4	4	4	2	3	2
105	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2
106	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
107	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	4
108	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4
109	2	4	3	4	2	4	4	2	2	4	1	2	4	2	4	4	4	4	2	4
110	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	2	5	4
111	2	3	4	4	2	4	4	4	2	3	4	2	3	4	2	3	3	4	4	2
112	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	4	4	2	2	2	3
113	3	5	2	4	3	4	4	2	3	2	3	2	3	2	4	2	4	2	2	3
114	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	2	2	3	3	4	2	2
115	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	1	3	2	3	2	3
116	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	2	3
117	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3
118	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	3	4	4	3	2	4
119	4	4	2	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4
120	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	4	2	3	3	4	4	2	3	2
121	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	2	1	4	2	4	4	1	2
122	4	3	4	2	4	2	2	2	4	3	2	2	3	2	2	4	4	4	2	3
123	2	4	3	4	2	4	4	4	2	2	3	2	3	2	4	4	4	4	2	3
124	2	2	3	2	2	4	4	5	2	3	4	2	3	2	3	4	4	4	2	3
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3
126	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3
127	4	3	4	3	4	2	2	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	3	3	4
128	2	3	3	4	2	4	4	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	4
129	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
130	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	2	2	3	3	4	2	2

N	Formalización										Comercialización										
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	
131	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	1	3	2	3	2	3	
132	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	2	3	
133	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	
134	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	3	4	4	3	2	4
135	4	4	2	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	
136	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	4	2	3	3	4	4	2	3	2	
137	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	2	1	4	2	4	4	1	2	
138	4	3	4	2	4	2	2	2	4	3	2	2	3	2	2	4	4	4	2	3	
139	2	4	3	4	2	4	4	4	2	2	3	2	3	2	4	4	4	4	2	3	
140	2	2	3	2	2	4	4	5	2	3	4	2	3	4	3	4	4	4	2	3	
141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	
142	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	2	3	4	3	
143	4	3	4	3	4	2	2	3	4	4	3	4	4	2	4	2	2	3	3	4	
144	2	3	3	4	2	4	4	2	2	2	2	4	3	2	3	3	3	2	3	4	
145	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	
146	4	3	1	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	3	2	4	
147	5	4	3	3	5	4	4	3	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	
148	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	2	4	
149	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	5	4	4	4	5	4	
150	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3	5	2	3	2	
151	2	4	3	3	2	5	5	3	2	4	4	3	2	5	4	4	4	2	3	2	
152	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	
153	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	
154	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	2	4	
155	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4	
156	2	4	3	4	4	4	4	2	2	4	1	2	4	4	4	4	4	4	2	4	
157	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	2	5	4	
158	2	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	2	3	3	2	3	3	4	4	2	
159	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	3	2	4	3	4	4	2	2	2	3	
160	3	5	2	4	2	4	4	2	3	2	3	2	3	3	4	2	4	2	2	3	
161	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	4	2	3	3	4	2	2	
162	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	2	2	4	3	1	3	2	3	2	3	
163	4	3	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	
164	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	
165	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	2	4	3	3	4	4	3	2	4	
166	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3	3	2	3	3	4	
167	4	5	4	2	5	4	4	4	4	5	4	4	2	4	3	4	4	2	3	2	
168	2	4	3	3	4	5	5	3	2	4	3	1	2	3	4	2	4	4	1	2	
169	2	3	3	3	5	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	4	4	4	2	3	
170	5	5	3	5	4	4	4	4	5	5	3	2	3	2	4	4	4	4	2	3	
171	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	2	3	
172	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	
173	2	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	3	
174	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	2	4	2	2	3	3	4	
175	2	3	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	3	2	3	3	3	2	3	4	

N	Formalización										Comercialización									
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
176	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
177	3	5	2	4	2	4	4	2	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4
178	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	3	4	4	4	4	2	4
179	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	5	4	2	3	5	4	4	4	5	4
180	4	3	3	3	3	4	4	2	4	4	5	5	5	3	4	3	5	2	3	2
181	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	3	2	5	4	4	4	2	3	2
182	4	3	1	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2
183	4	4	2	5	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
184	4	4	3	4	3	3	3	3	4	2	2	2	4	3	4	4	4	4	2	4
185	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4
186	2	4	3	4	4	4	4	2	2	4	1	2	4	4	4	4	4	2	4	4
187	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	2	5	4
188	2	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	2	3	3	2	3	3	4	4	2
189	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	3	2	4	3	4	4	2	2	2	3
190	3	5	2	4	2	4	4	2	3	2	3	2	3	3	4	2	4	2	2	3
191	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	4	2	3	3	4	2	2
192	5	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
193	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	2	4
194	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4
195	2	4	3	4	4	4	4	2	2	4	1	2	4	4	4	4	4	4	2	4
196	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	3	2	4	3	4	4	2	2	2	3

ANEXO VIII

Reporte SPSS

Formalización y su influencia en la comercialización de los empresarios del Mercado de Cascaparo del distrito de Cusco - 2023

IBM SPSS Statistics Processor está listo. Unícode ON. 17:39 7/15/2023

IBM SPSS Statistics Processor está listo. Unícode ON. 17:39 7/15/2023