

# Revista de Ciencias Sociales

50 *Años*  
ANIVERSARIO

# Transformación empresarial del sector comercio: Formalización de las empresas familiares en Perú

Hinojosa Salazar, Carlos Alberto\*

Polo Escobar, Benjamín Roldan\*\*

Medina Sánchez, Elvia Patricia\*\*\*

Hinojosa Meléndez, Milagros Natividad\*\*\*\*

## Resumen

Las transformaciones empresariales logran impactar significativamente al sistema productivo y al desarrollo económico y social de los territorios. El objetivo del presente estudio es analizar las empresas familiares del sector comercio que acceden a la formalización en Amazonas-Perú, particularmente, aquellas que lo llevan a cabo en el Asentamiento Humano 16 de octubre, Chachapoyas, Amazonas, Perú, durante los años 2021 y 2022. El diseño y tipo de investigación que se empleó fue no experimental, básica, cualitativa y cuantitativa; teniendo como muestra de estudio la constituida por 26 empresarios familiares del sector comercio del Asentamiento Humano 16 de octubre del distrito y provincia de Chachapoyas en Perú. Los resultados confirman que la empresa familiar y la formalización, tienen efectos positivos sobre el comportamiento organizacional. Sin embargo, los resultados no son concluyentes al valorar la relación entre la participación y el capital de la empresa y la comercialización de los productos y servicios, evidenciándose, además, un comportamiento reacio al cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Se concluye que, a pesar de haber sensibilizado a los negociantes es conveniente buscar nuevas formas de tributar, por lo que es necesario continuar con capacitaciones en forma personalizada, donde la participación de las universidades, juega un papel importante.

**Palabras clave:** Transformación empresarial; empresas familiares; comportamiento organizacional; formalización; sector comercio.

\* Doctor en Administración. Magister en Ciencias Económicas, mención Finanzas. Docente Investigador en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Chachapoyas, Perú. Investigador RENACYT (Grupo Carlos Monge Medrano) Nivel III. E-mail: [carlos.hinojosa@untrm.edu.pe](mailto:carlos.hinojosa@untrm.edu.pe) ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5603-0979>

\*\* Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad. Doctor en Administración de la Educación. Magister en Dirección Estratégica en Tecnologías de la Información. Docente Investigador en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Chachapoyas, Perú. Investigador RENACYT Nivel V. E-mail: [benjamin.polo@untrm.edu.pe](mailto:benjamin.polo@untrm.edu.pe) ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5056-9957>

\*\*\* Magister en Administración. Ingeniera Comercial. Funcionaria con nombramiento y Coordinadora de Gestión en la Universidad Técnica "Luis Vargas Torres" de Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador. E-mail: [patimedinasanchez@hotmail.com](mailto:patimedinasanchez@hotmail.com); [patriciamedina@utelvt.edu.ec](mailto:patriciamedina@utelvt.edu.ec) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2975-2164>

\*\*\*\* Contador Público Colegiado. Investigadora en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Chachapoyas, Perú. E-mail: [milagros.hinojosa.epg@untrm.edu.pe](mailto:milagros.hinojosa.epg@untrm.edu.pe) ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3410-1291>

# Business transformation of the commerce sector: Formalization of family businesses in Peru

## Abstract

Business transformations manage to significantly impact the productive system and the economic and social development of the territories. The objective of this study is to analyze the family businesses in the commerce sector that access formalization in Amazonas-Peru, particularly those that carry it out in the Human Settlement 16 de Octubre, Chachapoyas, Amazonas, Peru, during the years 2021 and 2022. The design and type of research used was non-experimental, basic, qualitative and quantitative; The study sample consisted of 26 family businessmen from the commercial sector of the Human Settlement 16 de Octubre of the district and province of Chachapoyas in Peru. The results confirm that family business and formalization have positive effects on organizational behavior. However, the results are not conclusive when assessing the relationship between the participation and capital of the company and the commercialization of products and services, also evidencing a behavior that is reluctant to comply with its tax obligations. It is concluded that, despite having raised awareness among business owners, it is advisable to look for new ways to pay taxes, so it is necessary to continue with personalized training, where the participation of universities plays an important role.

**Keywords:** Business transformation; Family businesses; organizational behavior; formalization; commerce sector.

## Introducción

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2020), refiere que, en los últimos 27 años (1993-2019), la economía del Perú ha logrado un crecimiento promedio anual de 4,8%; en los últimos diez años (2010-2019), la tasa de crecimiento económico interanual fue de 4,5%, creciendo a una tasa media anual del 3,2%. Así, la economía peruana ha mantenido el crecimiento durante 21 años consecutivos. La economía nacional ha mostrado resiliencia ante los vaivenes de la economía internacional, principalmente debido a las constantes y estables políticas monetarias y fiscales que se han mantenido en las últimas dos décadas, así como al crecimiento de las exportaciones en conjunto con su política de integración, y comercialización en varios mercados alrededor del mundo (Olmo, 2022).

Las empresas familiares, actualmente están creando puestos de trabajo y autoempleo a escala global como agentes económicos

individualizados (Acosta et al., 2019; 2023; Navarro-Caballero et al., 2020); también cabe mencionar que en los países desarrollados forman parte de grandes empresas (a las que brindan productos y/o servicios); trabajan de manera clara y generan ganancias; sin embargo, en los países en desarrollo, estas empresas familiares generalmente se crean para sobrevivir, y no son consideradas como entidades que brinden oportunidades de desarrollo y crecimiento, porque las grandes empresas sí lo realizan.

No obstante, Galván, Delgado y García (2021) sostienen que las empresas familiares al diversificarse logran una mejor posición en el mercado, enfrentándose al ambiente de negocios, para extenderse e incrementar su rentabilidad, así como propiciar nuevas oportunidades de inversión e innovación.

La Unión Europea ayuda a sus empresas familiares a obtener financiación (principalmente para su capital circulante), a través de programas financieros apoyados

por fondos estructurales (Fondo Europeo de Desarrollo Regional [FEDER] y Fondo Social Europeo [FSE]); de forma similar, para estas empresas, puesto que los bancos no están dispuestos a prestarles dinero, ni el sector privado está dispuesto a invertir en ellas, y el mercado no ofrece suficientes recursos para las PYME en general, como tampoco para empresas jóvenes y familiares (Comisión Europea, 2015). Para afianzarse en el mercado, se ven obligados a considerarlas en lugar de intentar desaparecerlas del mercado, promover el apoyo mutuo entre empresas de diferentes tamaños y producir diferentes percepciones de competitividad empresarial.

Esto podría presentar un alcance práctico significativo, puesto que es bien sabido que pocas empresas familiares sobreviven al cambio generacional, y la razón principal en muchas ocasiones no es financiera, sino más bien que fracasan por problemas familiares (Porto-Robles, Watkins-Fassler y Rodríguez-Ariza, 2022).

En América Latina, existe una falta de formalización e institucionalización de las empresas familiares (que representa alternativas temporales al desempleo y la pobreza), que se da más en las microempresas, reflejada principalmente en la evasión fiscal, promoción de la informalización empresarial y negocios móviles; de igual manera, en el sistema financiero, existen más restricciones crediticias, razón por la cual las instituciones financieras otorgan préstamos a la mayoría de los microempresarios como personas naturales (sin empresas), siempre que tengan capacidad de pago y así lo demuestre su historial crediticio, y muchas veces sabiendo que ese dinero que prestan se utiliza para fines comerciales (Ramos, 2019).

En el caso de Ecuador, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2019), dentro del tejido empresarial ecuatoriano, las empresas familiares tienen un aporte significativo, con un porcentaje del 98%; asimismo, de acuerdo con Espinoza et al. (2021) estas empresas “representan un 40 % del valor agregado bruto (VAB) de la economía, emplean a más del 90% de la

población económicamente activa (PEA) y representan el 91% del total de empresas privadas formales del país” (p. 5); por lo cual ocupan una posición importante en su economía actual, además que contribuyen a su crecimiento y a la generación de riqueza, así como de empleo, aportando al desarrollo de la producción del país (Ortiz et al. (2019), por lo cual el acompañamiento a las empresas familiares, requiere ser considerado cómo políticas de Estado.

Sin embargo, las empresas familiares de acuerdo con Graves y Thomas (2008), tienen dificultades para obtener fuentes alternativas de financiamiento, las cuales están sujetas a una serie de restricciones a la entidad bancaria, con el fin de obtener la información necesaria de la empresa y analizar los riesgos al momento de otorgar los préstamos, sobre todo para su internacionalización.

En Perú, las empresas familiares tienen como objetivo resolver problemas clave y representan cerca del 90% de las empresas existentes en el país (PromPerú, 2023); siendo alrededor de 660.000 empresas familiares para 2014 (América Economía, 2014), que han fabricado productos personalizados, pagados y utilizados como tejidos auxiliares para grandes empresas; sin embargo, presentan serios problemas institucionales, económicos y financieros.

Las entidades financieras (bancos y no bancarios), tienen acceso y uso limitado de servicios financieros (ahorro y financiamiento de inversiones), otorgando préstamos a una minoría (entre 4 y 6%) de las empresas familiares, y la mayoría de ellas, sobre todo las microempresas, necesitan financiar su capital de trabajo, dificultando su producción y expansión en el mercado, al no estar incluidas financieramente, bien por “bajos niveles de educación financiera, informalidad, limitado acceso a la información y desconfianza en las entidades financieras” (Peñaranda, 2019, p. 14).

De igual manera, en Lima Norte, las empresas familiares les resulta difícil obtener financiamiento de un tercero, aun cuando requieren invertir en recursos (capital de

trabajo) para la compra de *commodities* y/o materias primas; cabe mencionar que entre las dificultades de financiamiento se encuentran: Las altas tasas de interés, la falta de confianza y apoyo a las entidades financieras (es decir, entidades no bancarias como municipios, áreas rurales, cooperativas, entre otras, que brindan más y mejores facilidades de financiamiento) (Sánchez, 2017).

Así, “el racionamiento del crédito por parte de las instituciones financieras ocasiona un limitado crecimiento y, en ciertos casos, puede significar el cierre de sus operaciones” (Molina-Ycaza y Sánchez-Riofrio, 2016 p. 27); así como la cantidad de documentos requeridos como requisito previo a la financiación, la falta de formación en gestión empresarial y el escaso conocimiento de las técnicas de financiación, que afectan su competitividad.

En Chachapoyas, ciudad ubicada en Perú, cuando se hizo el diagnóstico socioeconómico, se determinó que las principales actividades económicas de la zona son las diferentes formas de agricultura, ganadería y turismo, por lo que corresponden al sector primario; encontrando que, de acuerdo a los pisos ecológicos en los 21 distritos, las actividades agrícolas de la provincia están orientadas hacia la diversidad de cultivos (INEI, 2012).

En este sentido, las empresas familiares peruanas, mayoritariamente organizadas, en el periodo 2021-2022, son un espacio con potencial legitimador para llevar a cabo este análisis, puesto que prevalecen diversos tipos de empresas asumiendo criterios de clasificación, comportamiento organizacional y formalización de las empresas, en el sector comercial, tal como lo evidencian en su estudio Martínez-Alonso, Martínez-Romero y Rojo-Ramírez (2024); considerando también que las empresas familiares en tanto pasan de una generación a otra, enfrentan retos y oportunidades, puesto que cada etapa generacional familiar está determinada por diferentes factores, como recursos, atributos y valores (Diéguez-Soto y López-Delgado, 2018).

Este estudio realizó contribuciones

al conocimiento teórico y empírico; puesto que, por un lado, se abordó la formalización necesaria para este tipo de empresas (Pérez, 2012; Díaz, 2017; Drew, 2023). Por otro lado, contribuyó con la literatura relacionada con las empresas familiares, puesto que se vincula a la heterogeneidad que se establece sobre la rentabilidad, productividad, internacionalización, y obtención de recursos financieros (Morck y Yeung, 2003; Fernández y Nieto, 2005; Graves y Thomas, 2008; Cerrato y Piva, 2012; De Massis et al., 2018; Acosta et al., 2019; Ortiz et al., 2019; Galván et al., 2021).

Estos resultados tienen implicaciones prácticas para los sujetos clave de la gestión, los gestores directos de las empresas y los inversionistas, puesto que el comportamiento organizacional de los mismos acercará a los procesos de formalización de la empresa ante los órganos creados en un determinado territorio, en esta modalidad en Perú, para desarrollarlo. Por tanto, el objetivo del presente estudio fue analizar las empresas familiares del sector comercio que acceden a la formalización en Amazonas-Perú, particularmente, aquellas que lo llevan a cabo en el Asentamiento Humano 16 de octubre, Chachapoyas, Amazonas-Perú, durante los años 2021 y 2022.

## **1. Fundamentación teórica**

### **1.1. Tipologías de empresas familiares: Una mirada desde la heterogeneidad de criterios**

La empresa familiar asumiendo una diversidad de criterios puede definirse como una organización donde la familia posee la mayoría de las propiedades, particularmente los miembros de la familia intervienen y participan en la gestión del negocio, en su mayoría tienden a transferir el negocio a la siguiente generación, destacando características diferenciadoras heterogéneas que comparten (Chua et al., 2012; Acosta et al., 2019). Las empresas familiares son

organizaciones donde la cultura, valores e intereses colectivos conforman una empresa derivada de procesos de intervención en el negocio (Gómez-Betancourt, 2006).

Asimismo, de acuerdo con Sánchez (2021), las empresas familiares constituyen un elemento elemental de la actividad económica, evidenciada en su participación en términos de contribución al PIB y creación de empleo, diferenciándose de otras empresas dada su vinculación directa con un grupo familiar, que ejerce influencia dominante tanto en sus órganos de gobierno como en su gestión.

La investigación sobre la formalización de las empresas familiares ha demostrado resultados mixtos, en razón de la necesidad de establecer criterios heterogéneos (Pukall y Calabrò, 2014); en este sentido, es necesario seguir investigando el impacto sostenido de las variantes familiares en los procesos de formalización de estas organizaciones (Cruz et al., 2016; Katsamudanga, 2024; Baldeos et al., 2024), pues esa situación les lleva a no poder acceder a recursos financieros por no cumplir con los requisitos legales, es decir, la falta de acceso a recursos financieros es por no lograr cumplir con los estándares de garantías y requerimientos que solicitan las entidades financieras para el acceso a créditos económicos (Delgado y Chávez, 2018; León y Saavedra, 2018).

En la revisión exhaustiva de la literatura académica, las empresas familiares se formalizan más tarde y con procesos lentos, así como sus patrones de crecimiento (Moreno-Menéndez y Casillas, 2021), siendo relativamente pequeñas. Finalmente, la intervención en los procesos de creación de estas empresas familiares son factores que influyen para establecer la clasificación o las tipologías de empresas familiares (Santos, Ayala y Rodríguez, 2019; Alayo, Iturralde y Maseda, 2021; Debellis et al., 2021), basado en los elementos clave como son familia, propiedad, dirección, gobierno y transmisión. En este sentido, esta investigación analizó cómo la influencia de diversos criterios, inciden en la formalización de las empresas familiares.

## **1. 2. Comportamiento organizacional a partir de la sensibilización en formalización empresarial**

Si bien las empresas familiares, en sus dinámicas internas de vinculación destacan ambientes de trabajo, de procesos y resultados, que pasan por diferentes etapas dependiendo de los sujetos que gestionan el negocio (Cruz y Nordqvist, 2012; Moreno y Gallizo, 2021), así, el comportamiento en las decisiones estratégicas está vinculado a la actitud, capacidad o grado de control, y la disponibilidad de recursos (Fang et al., 2018).

Por lo tanto, tal como señalan Romero y Zabala (2019), la planificación estratégica financiera resulta fundamental para las empresas familiares, pues comprende el proceso para la evaluación de la organización a través de métodos, instrumentos y objetivos, con la finalidad de prever sus necesidades de fondos, así como lograr una correcta utilización de los mismos, lo cual representa una ventaja sostenible para éstas, y según Taltere (2024), constituye un paso hacia la formalización.

Un elemento esencial, en todo este contexto es que la participación de la generación familiar en el negocio, mantenga la orientación a largo plazo de la empresa (Eddleston, Kellermans y Sarathy, 2008; Arzubiaga, Maseda y Beunza, 2019), para lograr su permanencia en el mercado.

Investigaciones generalizadas y que se han desarrollado con estricta vigilancia desde el método desarrollado, señalan que las empresas gestionadas por generaciones formadas y con grados académicos tienden a formalizar sus operaciones técnicas. Para Fernández y Nieto (2005), los procesos de formalización se vinculan al sector evidenciando que la aportación familiar y las relaciones de trabajo, pueden ser una oportunidad para introducir cambios en una empresa para su formalización y así facilitar su crecimiento, puesto que “la formalización de la empresa familiar es un proceso esencial para garantizar la sostenibilidad y sobrevivir a la brecha generacional” (Taltere, 2024, párr. 1).

Las empresas familiares informales, han sido definida como entidades que no cuentan con registros oficiales, ni regulaciones, así como tampoco contribuyen con el pago de impuestos por sus operaciones (Katsamudanga, 2024). La informalidad de la empresa, generalmente es resultado de la excesiva tramitología y burocratización, asociada al proceso de registro; limitaciones financieras, como altos costos de financiamiento, falta de accesibilidad a programas de financiamiento, así como la falta de habilidades o capacidades empresariales y de gestión (Cruz et al., 2016; Katsamudanga, 2024). Al respecto, algunos autores consideran la informalidad de la empresa como un concepto multidimensional, por la heterogeneidad de este tipo de empresas que forman parte de ello (Boly, 2020).

En este sentido, la única manera de terminar con la informalidad entre las empresas familiares sería promover el proceso de formalización, por lo cual, el Gobierno peruano debe seguir organizando programas que permitan reducir la informalidad empresarial y laboral, así como determinar políticas y regulaciones claras que fomenten el registro, así como formalización de éstas empresas. Además, es fundamental que concienticen, a través de campañas de educación y sensibilización, a los distintos empresarios acerca de los beneficios que pueden obtener de la formalización. De igual forma, se debe trabajar con instituciones financieras a fin de llevar a cabo programas que faciliten el acceso al crédito para las micro y pequeñas empresas que buscan formalizarse (Baldeos et al., 2024).

No obstante, ante el constante crecimiento de estas empresas en Perú, también crece el nivel de informalidad (Kamichi, 2023), puesto que muchas de ellas no realizan su documentación con la finalidad de obtener su Registro Único de Contribuyentes (RUC), el cual diferencia a las empresas formales de las informales (Baldeos et al., 2024).

Por su parte, Aberra et al. (2022) llegó a la conclusión que la mayoría de las empresas optan por permanecer sin registrarse no por falta de información (como lo sugieren algunos

formuladores de políticas), sino más bien debido a los costos adicionales y beneficios percibidos como insuficientes asociados con la formalización.

## 2. Metodología

El diseño de la investigación, es no experimental–transeccional, descriptivo, básicamente se realiza una revisión de bibliografía relacionada con las empresas familiares, en la cual se indagó en revistas digitales indexadas por *Scopus*, *Emerald*, *Jstor*, *Ebsco Hot*, así como libros digitales, que permitieron la construcción de los referentes teóricos en el estudio; se toma el pensamiento crítico, la rigurosidad y sistematicidad, como parte del método para lograr un estado científico válido y aceptado.

La población del estudio estuvo constituida por todas las empresas familiares del Asentamiento Humano 16 de octubre de la ciudad de Chachapoya, en Amazona-Perú. La muestra probabilística intencional abarcó a 26 empresas familiares del sector comercial, con exclusión de los demás sectores, debido a las especificaciones y responsabilidades, cubriendo datos del periodo 2021 a 2022 con un nivel de confianza del 95%, utilizando la técnica aleatoria simple.

El presente trabajo de investigación implica la recopilación y representación gráfica – sistemática de datos, con la finalidad de brindar una idea clara de una determinada situación. La técnica que se utilizó fue la encuesta, y como instrumento se aplicó un cuestionario de 19 ítems para indagar sobre la formalización de las empresas familiares del estudio, el cual se validó con el método Alfa Cronbach, lo que me permitió señalar que el instrumento utilizado es altamente significativo y confiable (0,841), por lo cual este instrumento fue aplicado a todas las empresas familiares seleccionadas. Asimismo, para el análisis y procesamiento de la información obtenida en esta investigación, se utilizó el SPSS última versión, que consintió la cuantificación y presentación de la misma.

### 3. Transformación empresarial del sector comercio: Formalización de las empresas familiares en Perú

La ciudad Chachapoyas fue fundada por los españoles en el Perú, es una zona colonial del departamento de Amazonas, su ubicación geográfica es por la parte nororiental, asume roles significativos como centro político administrativo, financiero, turístico, y específicamente comercial, convirtiéndose en una ciudad multifuncional, cuya función esencial es la de aportar bienes

y servicios a consumidores que habitan en un espacio determinado que va más allá de sus limitaciones. Su ámbito espacial abarca un área urbana ocupada, de 369.22 hectáreas (Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, 2013).

En la Tabla 1, se puede apreciar que la identificación según la caracterización de las empresas familiares en el sector comercio, las que más se identifican en el Asentamiento Humano 16 de octubre, Chachapoyas, Amazonas-Perú, son las de capital familiar con un 76,92% y las artesanales con un 23,08%.

**Tabla 1**  
**Características de la empresa familiares**

Empresas	f	%
De capital familiar	20	76,92
Artesanales	6	23,08
Individuales	0	0,00
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Sobre los elementos de sensibilizar la formalización empresarial de las empresas familiares del sector comercio, que se ubican en el Asentamiento Humano 16 de octubre, Chachapoyas, Amazonas, Perú, en el año 2021, se muestra diferentes comportamientos.

En ese sentido, en la Tabla 2 se puede apreciar el nivel de comportamiento relacionado con la sensibilización recibida en lo que respecta a la formalización de las empresas familiares del sector comercio, ubicadas en el Asentamiento Humano 16 de octubre, Chachapoyas, Amazonas-Perú, del

cual se puede indicar que el 92,3% indica no haber recibido alguna charla de sensibilización calificándolo como mala; sin embargo, se puede evidenciar que existen propietarios de dichos establecimientos que por cultura general han podido leer algunas normativas que imparte la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), dejando de un lado las reglamentaciones que establece la Municipalidad de Chachapoyas-Perú, la cual se refleja como una incidencia buena y regular, ambas con un 3,8%.

**Tabla 2**  
**Nivel de comportamiento organizacional de la sensibilidad hacia la formalización**

Nivel	f	%
Buena	1	3,8
Regular	1	3,8
Mala	24	92,3
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, 2024.

En cuanto al número de empresas familiares formalizadas en el sector comercio en el Asentamiento Humano 16 de octubre, Chachapoyas, Amazonas-Perú, en los años 2021-2022. En la Tabla 3, se muestra

claramente que el 57,7% aún no se puede formalizar por lo que considera que es mala la labor realizada; y solo un 15,4% manifiesta que es buena y que desean formalizarse.

**Tabla 3**  
**Actitud frente a la formalización de la organización comercial**

	f	%
Buena	4	15,4
Regular	7	26,9
Mala	15	57,7
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Elaboración propia, 2024.

Asimismo, en la Tabla 4, conforme al objetivo general propuesto, se puede determinar que de acuerdo a los resultados obtenidos se ha llegado solamente a un 15,4% de empresas formalizadas; y que una gran

mayoría como el 84,6% no desea formalizarse, pues considera que no lograría ningún beneficio al respecto, tal como lo sostienen Aberra et al. (2022).

**Tabla 4**  
**Empresas familiares y su formalización**

	f	%
Buena	0	0,0
Regular	4	15,4
Mala	22	84,6
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Elaboración propia, 2024.

En la identificación de las empresas familiares del sector comercio en el Asentamiento Humano 16 de octubre, Chachapoyas, Amazonas-Perú, en los años 2021- 2022, de acuerdo con la apreciación *in situ* se tiene que los hallazgos encontrados coinciden con la información suministrada por PerúRetail (2017), en la cual se manifiesta que el mayor obstáculos de las empresas en Perú es la informalidad, además, que “la mayoría (65,3%) de estas empresas son familiares, por lo tanto, los trabajos no son remunerados y, en esa línea, no hay cómo garantizar seguros de salud ni pensiones para los trabajadores” (párr. 5).

De igual manera, dado los resultados

obtenidos en la presente investigación donde el 84,6% de las empresas familiares no se encuentran formalizadas ni desean formalizarse, obliga a tomar acciones inmediatas, pues las políticas que hacen que las empresas familiares tengan que ir cuesta arriba solo repercutirán en más informalidad, así como alteración de la estructura de las operaciones de exportación; reconociendo Graves y Thomas (2008); Cerrato y Piva (2012); y, De Massis et al. (2018), que la internacionalización es reconocida como una estrategia valiosa para el crecimiento y expansión de las mismas; más si se considera que actualmente el 96% de las empresas en el Perú y el 75,3% de las empresas exportadoras

son micro y pequeñas empresas (Taype, 2022; Business Empresarial, 2022).

En ese sentido, Business Empresarial (2022) manifiesta que: “Al cierre del 2021, el 86.3% de las micro y pequeñas empresas (mypes) peruanas eran informales” (párr. 1), encontrándose en mayor proporción en las regiones de la zona norte y oriente del país, destacando: Loreto, Ucayali, Tumbes, Piura y Cajamarca, en las cuales la tasa de informalidad de las mypes oscila entre el 90% y el 93%; en tanto que, los departamentos que presentan menor número de mypes informales se ubican en la zona sur de Perú, particularmente, en los departamentos de Tacna, Moquegua, Arequipa, Apurímac y Madre de Dios, situándose entre el 80% y el 85% la tasa de informalidad; asimismo, a estas regiones se añaden Lima (costa central), Junín (sierra central), así como La Libertad (costa norte).

Asimismo, conforme a los hallazgos obtenidos durante la presente investigación se pudo determinar que, las empresas familiares del sector comercio que más se identifican en el Asentamiento Humano 16 de octubre, Chachapoyas, Amazonas-Perú, son aquellas de capital familiar con un 76,92% y las artesanales con un 23,08% (ver Tabla 1), por lo que se confirma que la gran parte de estas empresas se han podido identificar como informales, considerándose como negocios para la subsistencia y sin miras a la internacionalización o al crecimiento de las mismas. Este resultado se corrobora con los resultados de Estrategia Pyme (2019), quienes sostienen que “las empresas españolas pasan en esta etapa, de considerar la internacionalización como una opción de crecimiento, a la válvula de escape para poder sobrevivir” (p. 75).

En relación a la sensibilización en la formalización empresarial del sector comercio en el Asentamiento Humano 16 de octubre, Chachapoyas, Amazonas-Perú, el 92,3% indica no haber recibido alguna charla de sensibilización, por lo cual manifestó que era mala, coincide con la investigación de Díaz (2017), donde la mayoría, es decir, un 54% de los empresarios de la región

de Pimentel, a veces y rara vez reciben capacitación para hacer crecer su negocio y lograr la normalización o formalización de su empresa, considerándola como mala; en tanto que, solo el 10% de los empresarios reciben capacitación continua para desarrollar y formalizar su negocio; además, la cifra más llamativa es que el 36% de las empresas nunca han recibido tales beneficios; por lo tanto, una alta proporción del total de empresas en Perú, son informales.

Con respecto a la determinación de las empresas familiares que se encuentran formalizadas del sector comercio en el Asentamiento Humano 16 de octubre, Chachapoyas, Amazonas-Perú, solo el 15,4% ha realizado su registro formal. Al respecto, Díaz (2017) en su investigación evidenció que solo el 26% tiene RUC, en tanto que el 74 no lo posee; además, el 40% de la población total de empresarios del distrito de Pimentel no están registrados en el municipio; mientras que el 60% están registrados oficialmente en el municipio del distrito, lo que contribuye a la existencia de informalidad en el distrito.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la Tabla 3, se nota claramente que aún existen empresas que se necesitan formalizar y sobre todo que se debe hacer un trabajo y esfuerzo común entre las instituciones y la universidad para que de una u otra manera se puedan formalizar las empresas, debido que aun el 57,7% se muestra reacio a la formalización. En ese sentido, ComexPerú (2023), manifiesto a finales del año 2023 que el ministro de Economía y Finanzas, Alex Contreras, enviaría una propuesta para la reforma de los regímenes tributarios, así como la simplificación de los procesos, lo cual se puede traducir en un incentivo para la formalización de este tipo de empresas.

Al respecto, Pizán (2018), en su investigación del comercio ambulatorio en el centro histórico de Trujillo, determinó que la mayoría de ambulantes, en un porcentaje promedio de 66% no tienen conocimiento sobre las normas tributarias, trámites y beneficios de la formalización, concluyendo que los principales factores que limitan la

formalización del comercio ambulatorio en el centro histórico son los factores culturales y los factores legales; por lo tanto, se requiere difundir más información acerca de la cultura empresarial, así como lograr sensibilizar e incentivar a través de campañas de educación, a los empresarios acerca de los beneficios que pueden obtener de la formalización (Baldeos et al., 2024), y así puedan motivarles a gestionar sus negocios hacia el camino de la formalidad.

Asimismo, en la investigación de Díaz (2017), del total de la población de microempresarios del distrito de Pimentel, el 75% de los encuestados no presenta conocimiento de las leyes; mientras que el 25% si conocía las leyes de las empresas familiares, lo cual evidencia que la gran mayoría de los empresarios no entienden qué es o qué significa la cultura tributaria; además, manifiestan no saber cómo formalizar su negocio, ni a dónde recurrir para ser orientados al respecto.

En la presente investigación también se evidenció que algunos de los empresarios manifestaron que no sabían cómo formalizar sus negocios ni a dónde dirigirse para obtener información, lo que a su vez aumentó aún más la tasa de informalización de estas empresas, y aunado a la gran cantidad de empresarios que no desean formalizarse, evidencia como fundamental ahondar en las capacitaciones y sobre todo explicarles con mejor detalle a los empresarios los beneficios que se pueden encontrar si las empresas empiezan a formalizarse.

En ese sentido, Huangal, Quispe y Canales (2016) en su investigación desarrollada en el Emporio de Gamarra, evidenciaron que existen muchas micro y pequeñas empresas informales que no tienen acceso a productos financieros. “Empresas que, además que están desprotegidas legalmente, carecen de una estrategia de ventas, metodología y procesos productivos, además evaden impuestos, desconocen la legislación laboral y tienen un sin número de limitaciones que las afectan a corto y mediano plazo” (p. 15), lo cual contribuye a que estas empresas no sean sostenibles en el tiempo.

En función de lo anterior, cabe destacar que el éxito de las microempresas incide de manera positiva en el crecimiento económico, así como en la competitividad de una determinada región; sin embargo, lastimosamente las estadísticas evidencian que “en el Perú ocho de cada diez empresas fracasan antes de cumplir los dos años de vida en el mercado” (Ascue, 2015, p. xii); de igual forma, se sostiene que la crisis financiera, acceso a los recursos financieros, las leyes inadecuadas, competencia, formalización, gestión, al igual que la desmotivación tanto del personal como de los directivos, son solo algunos de los retos que deben enfrentar las empresas familiares en su día a día para ser sostenibles a través del tiempo.

## **Conclusiones**

El desenvolvimiento familiar en gran medida define al comportamiento, y las diversas alianzas que se realiza para su consolidación, junto con el deseo de continuar con el legado empresarial en el futuro y su compromiso con el negocio, son características que favorecen la formalización. Se destaca que la mayor parte de empresas informales se encuentran ubicadas en el rango de las micros y pequeñas empresas, en razón de que por lo general son empresas familiares y su producción está bajo la dinámica diaria y las ganancias o margen de utilidad lo utilizan para subsistir.

En este sentido, a pesar de haber sensibilizado a los negociantes aún se encuentran reacios al cumplimiento de sus obligaciones tributarias, por lo que es necesario continuar con capacitaciones en forma personalizada. Con respecto a los procesos de formalización de las empresas familiares del sector comercio, es conveniente buscar nuevas formas de tributar y que sean más accesibles a los pagos de impuestos.

De igual manera, y de acuerdo con el objetivo planteado, no se ha podido llegar al resultado esperado de lograr la formalización de las empresas familiares, por lo cual se requiere que las instituciones públicas fomenten mayor

acercamiento a los empresarios de estos negocios y no solo a través de la SUNAT, sino también se considera importante la participación de las universidades, las cuales juegan un papel fundamental en los procesos de capacitación, mentorías o tutorías desde los procesos de vinculación con el sector productivo del departamento de Amazonas en Perú.

## Referencias Bibliográficas

- Abera, A., Aga, G., Jolevski, F., y Karalashvili, N. (2022). *Understanding informality: Comprehensive business-level data and descriptive findings*. Policy Research Working Paper, 10208. World Bank Group. <https://www.enterprisesurveys.org/content/dam/enterprisesurveys/documents/research-1/Understanding%20informality.pdf>
- Acosta, A., Molina, C. A., Andino, T. S., y Carreño, D. V. (2023). Procesos de atracción de personal en empresas familiares y no familiares ecuatorianas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIX(E-7), 113-126. <https://doi.org/10.31876/rcs.v29i.40451>
- Acosta, A., Molina, C. A., Andino, T. S., y Rodríguez, V. E. (2019). Sistema familiar y continuidad de las empresas familiares. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(4), 265-275. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/30532>
- Alayo, M., Iturralde, T., y Maseda, A. (2021). Innovation and internationalization in family SMEs: Analyzing the role of family involvement. *European Journal of Innovation Management*, 25(2), 454-478. <https://doi.org/10.1108/EJIM-07-2020-0302>
- América Economía (30 de noviembre de 2014). Registran 660.000 empresas familiares en Perú. *América Economía*. <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/registran-660000-empresas-familiares-en-peru>
- Arzubiaga, U., Maseda, A., y Beunza, F. (2019). La empresa familiar ante el reto de la innovación: Una mirada al papel de la tradición y el conocimiento pasado. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, (26), 11-29. <https://ojs.ehu.eus/index.php/rdae/article/view/21504>
- Ascue, A. A. (2015). *Factores de éxito de las microempresas del sector comercio en el distrito de Andahuaylas – Apurímac, 2015* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional José María Arguedas]. <https://repositorio.unajma.edu.pe/handle/20.500.14168/221>
- Baldeos, L. A., Neri, A. C., Ramos, S. E., Villanueva, D. I., Ching, G. A., y Collantes, R. A. (2024). Informalidad y desempeño económico: una aproximación inicial desde la percepción de los empresarios en la región Lima, Perú. *Suma de Negocios*, 15(32), 1-7. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2024.V15.N32.A1>
- Boly, A. (2020). The effects of formalization on small and medium-sized enterprise tax payments: Panel evidence from Viet Nam. *Asian Development Review*, 37(1), 140-58. [https://doi.org/10.1162/adev\\_a\\_00144](https://doi.org/10.1162/adev_a_00144)
- Business Empresarial (2022). El 86.3% de micro y pequeñas empresas son informales y aún no recuperan los niveles de ventas o empleo prepandemia. *Economía & Negocios*. <https://www.businessempresarial.com.pe/el-86-3-de-micro-y-pequenas-empresas-son-informales-y-aun-no-recuperan-los-niveles-de-ventas-o-empleo-prepandemia/>
- Cerrato, D., y Piva, M. (2012). The internationalization of small and

- medium-sized enterprises: The effect of family management, human capital and foreign ownership. *Journal of Management & Governance*, 16(4), 617-644. <https://doi.org/10.1007/s10997-010-9166-x>
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., Steier, L. P., y Rau, S. B. (2012). Sources of Heterogeneity in Family Firms: An Introduction. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(6), 1103-1113. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00540.x>
- ComexPerú (15 de diciembre de 2023). Informalidad en el Perú: Situación y perspectivas. ComexPerú. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/informalidad-en-el-peru-situacion-y-perspectivas>
- Comisión Europea (2015). *El Fondo Social Europeo: Instrumentos financieros*. Comisión Europea – Banco Europeo de Inversiones. [https://www.fi-compass.eu/sites/default/files/publications/ESF\\_The\\_european\\_social\\_fund\\_ES.pdf](https://www.fi-compass.eu/sites/default/files/publications/ESF_The_european_social_fund_ES.pdf)
- Cruz M., López., Cruz R., y Meneses, G. (2016). ¿Por qué no crecen las Micro y Pequeñas empresas en México? En R. Paredes, N. Peña e I. Vacio (Eds.), *La Micro y Pequeña Empresa: Un análisis desde la perspectiva económico-administrativa. Tópicos Selectos de Micro y Pequeñas Empresas* (pp. 329-339). ECORFAN
- Cruz, C., y Nordqvist, M. (2012). Entrepreneurial orientation in family firms: A generational perspective. *Small Business Economics*, 38(1), 33-49. <https://doi.org/10.1007/s11187-010-9265-8>
- De Massis, A., Frattini, F., Majocchi, A. y Piscitello, L. (2018). Family firms in the global economy: Toward a deeper understanding of internationalization determinants, processes, and outcomes. *Global Strategy Journal*, 8(1), 3-21. <https://doi.org/10.1002/gsj.1199>
- Debellis, F., Rondi, E., Plakoyiannaki, E., y De Massis, A. (2021). Riding the waves of family firm internationalization: A systematic literature review, integrative framework, and research agenda. *Journal of World Business*, 56(1), 101144. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101144>
- Delgado, D y Chávez, G. (2018). Las Pymes en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (242). <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html>
- Díaz, C. A. (2017). *Estrategias para la formalización de las Mypes en el distrito de Pimentel 2016* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. [https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20\\_500.12802/4588/D%C3%A0Daz%20Vivanco%20pdf](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20_500.12802/4588/D%C3%A0Daz%20Vivanco%20pdf)
- Diéguez-Soto, J., y López-Delgado, P. (2018). Does family and lone founder involvement lead to similar indebtedness? *Journal of Small Business Management*, 57(4), 1531-1558. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12422>
- Drew (20 de septiembre de 2023). Formalización de empresa familiar: ¿Por qué es importante? *Drew*. <https://blog.wearedrew.co/pyme/formalizacion-de-empresa-familiar-por-que-es-importante>
- Eddleston, K. A., Kellermanns, F. W. y Sarathy, R. (2008). Resource configuration in family firms: Linking resources, strategic planning and technological opportunities to performance. *Journal of Management Studies*, 45(1), 26-50. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00717.x>

- Espinoza, C., Salinas, A., Camino-Mogro, S. y Portalanza, A. (2021). *Empresas familiares en Ecuador. Policy Report*. Universidad Espíritu Santo. <https://www.uees.edu.ec/wp-content/uploads/2021/12/Policy-Report-Empresas-Familiares-en-Ecuador-2021.pdf>
- Estrategia Pyme (2019). *Marco estratégico en política de PYME 2030*. Estrategia Pyme. <https://industria.gob.es/es-es/Servicios/MarcoEstrategicoPYME/Marco%20Estrat%C3%A9gico%20PYME.pdf>
- Fang, H., Kotlar, J., Memili, E., Chrisman, J. J., y De Massis, A. (2018). The pursuit of international opportunities in family firms: Generational differences and the role of knowledge-based resources. *Global Strategy Journal*, 8(1), 136-157. <https://doi.org/10.1002/gsj.1197>
- Fernández, Z., y Nieto, M. J. (2005). Internationalization strategy of small and medium-sized family businesses: Some influential factors. *Family Business Review*, 18(1), 77-89. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2005.00031.x>
- Ferraro, C. A., y Stumpo, G. (2010). *Políticas de apoyo a las pymes en América Latina: Entre avances innovadores y desafíos institucionales*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://www.cepal.org/es/publicaciones/2552-politicas-apoyo-pyme-america-latina-avances-innovadores-desafios-institucionales>
- Galván, A., Delgado, J. G., y García, F. (2021). Impacto de la estrategia de diversificación en el valor de las empresas familiares. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(3), 169-184. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i3.36763>
- Gómez-Betancourt, G. (2006). ¿Son iguales todas las empresas familiares?: Caminos por recorrer. Grupo Editorial Norma.
- Graves, C. y Thomas, J. (2008). Determinants of the internationalization pathways of family firms: An examination of family influence. *Family Business Review*, 21(2), 151-167. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2008.00119.x>
- Huangal, R. I., Quispe, N. D., y Canales, J. J. (2016). *Formalización de las Mypes textiles del comercio de Gamarra para el acceso a los programas de apoyo empresarial ejecutados por el Estado* [Tesis de pregrado, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/1057>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2012). *Resultados definitivos: IV Censo Nacional Agropecuario*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. <https://proyectos.inei.gob.pe/web/DocumentosPublicos/ResultadosFinalesIVCENAGRO.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2020). *Panorama de la Economía Peruana 1950-2019*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1726/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1726/Libro.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC (2019). *Encuesta a Empresas. Encuesta Estructural Empresarial*. INEC. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-a-empresas/>
- Kamichi, M. (2023). La realidad de la informalidad en el Perú previo a su bicentenario. *Desde el Sur*, 15(1), 1-20. <https://doi.org/10.21142/DES-1501-2023-0013>
- Katsamudanga, T. B. (2024). *Estrategias organizacionales que inciden en la competitividad empresarial de las*

- PYMES del sector veterinario en el municipio de Monterrey, Nuevo León, México* [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Nuevo León]. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35480.37123>
- León, E. L., y Saavedra, M. L. (2018). Fuentes de financiamiento para las Mipyme en México. *Excelencia Administrativa*, 15(44), 113-142.
- Martínez-Alonso, R., Martínez-Romero, M. J., y Rojo-Ramírez, A. A. (2024). Unveiling new opportunities: A mixed gamble approach to external search breadth within family firms. *Technovation*, 129, 102896. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2023.102896>
- Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (2013). *Plan de Desarrollo Urbano de la Ciudad de Chachapoyas*. Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento. [https://eudora.vivienda.gob.pe/observatorio/PDU\\_MUNICIPALIDADES/CHACHAPOYAS/TOMO%20I.pdf](https://eudora.vivienda.gob.pe/observatorio/PDU_MUNICIPALIDADES/CHACHAPOYAS/TOMO%20I.pdf)
- Molina-Ycaza, D., y Sánchez-Riofrío, A. (2016). Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina. *Revista Pymes, Innovación y Desarrollo*, 4(2), 21-36. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/pid/article/view/17700>
- Morck, R., y Yeung, B. (2003). Agency problems in large family business groups. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(4), 367-382. <https://doi.org/10.1111/1540-8520.t01-1-00015>
- Moreno, J., y Gallizo, J. L. (2021). Influencia generacional en la gestión de la empresa familiar. *Cuadernos Prácticos de Empresa Familiar*, 8, 31-44. <https://doi.org/10.21001/QPEF.2021.8.cast.02>
- Moreno-Menéndez, A. M., & Casillas, J. C. (2021). How do family businesses grow? Differences in growth patterns between family and non-family firms. *Journal of Family Business Strategy*, 12(3). <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2021.100420>
- Navarro-Caballero, M., Hernández-Fernández, L., Navarro-Manotas, E., y Hernández-Chacín, J. (2020). Innovación en las micro, pequeñas y medianas empresas familiares del sector manufacturero del Atlántico-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(4), 124-144. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i4.34653>
- Olmo, G. D. (22 de noviembre de 2022). 3 razones por las que la economía de Perú sigue creciendo pese a las constantes crisis políticas en el país. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-63630153>
- Ortiz, K., Campos, E., Alvarado, M., y Alcívar, C. (2019). Análisis de las empresas familiares en Ecuador desde una óptica multivariante. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(4), 161-174. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/30524>
- Peñaranda, C. (2019). Informe económico: Mypes con poco acceso al financiamiento. *La Cámara*, (Abril), 12-14. <https://www.camaralima.org.pe/wp-content/uploads/2020/09/190422.pdf>
- Pérez, A. I. (2012). El modelo de empresa familiar: Los cuatro pilares fundamentales. *3c Empresa: Investigación y Pensamiento Crítico*, (3), 1-12. <https://3ciencias.com/articulos/articulo/el-modelo-de-empresa-familiar-los-cuatro-pilares-fundamentales/>
- PerúRetail (9 de agosto de 2017). Las Pymes son el 96.5% de las empresas que hay en Perú. *PerúRetail*. <https://www.peru-retail.com/pymes-empresas-peru/>
- Pizán, M. A. (2018). *Factores limitantes de la formalización del comercio*

- ambulatorio en el centro histórico de Trujillo, Año 2018* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/24043>
- Porto-Robles, Z., Watkins-Fassler, K., y Rodríguez-Ariza, L. (2022). From the Family Business to the Business Family: The Subjective Well-Being Approach. *European Journal of Family Business*, 12(1), 80-89. <https://doi.org/10.24310/ejfbefb.v12i1.13017>
- PromPerú (2023). Las empresas familiares exportadoras de Perú serán capacitadas para alcanzar el éxito. *Legiscomex*. [https://www.legiscomex.com/Noticias/Las\\_empresas\\_familiares\\_exportadoras\\_de\\_Peru\\_seran\\_capacitadas\\_para\\_alcanzar\\_el\\_exit-71043](https://www.legiscomex.com/Noticias/Las_empresas_familiares_exportadoras_de_Peru_seran_capacitadas_para_alcanzar_el_exit-71043)
- Pukall, T. J., y Calabrò, A. (2014). The internationalization of family firms: A critical review and integrative model. *Family Business Review*, 27(2), 103-125. <https://doi.org/10.1177/0894486513491423>
- Ramos, A. A. (2019). *Formalización y el acceso a créditos financieros para los pequeños empresarios* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Piura]. <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1720/CCF-RAM-MAC2019.pdf>
- Romero, J., y Zabala, K. (2019). Planificación estratégica financiera en las cadenas de farmacias familiares del estado Zulia-Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIV(4), 9-25. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/24906>
- Sánchez, I. (2017). *La cultura financiera en las micro y pequeñas empresas de Lima Norte* [Tesis de pregrado, Universidad San Andrés]. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USAN\\_adc766a0b37bee43dee2777d6bce3ab2/Details](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USAN_adc766a0b37bee43dee2777d6bce3ab2/Details)
- Sánchez, L. (2021). La empresa familiar: Marcos teóricos y estado del arte. *Cuadernos Prácticos de Empresa Familiar*, 8, 5-29. <https://doi.org/10.21001/OPEF.2021.8.cast.01>
- Santos, E., Ayala, J. C., y Rodríguez, J. E. (2019). Clasificación de las empresas familiares en base a sus valores. *Cuadernos de Economía*, 42(118), 70-80. <https://cude.es/submit-a-manuscript/index.php/CUDE/article/view/55>
- Taltere (2024). La formalización de empresas familiares. *Taltere*. <https://taltere.com/la-formalizacion-de-empresas/>
- Taype, M. (29 de septiembre de 2022). La informalidad predomina en las mypes. *El Montonero*. <https://elmontonero.pe/columnas/la-informalidad-predomina-en-las-mypes>