



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTA DE CIENCIAS CONTABLE FINANCIERAS
Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES. RUBRO
RESTAURANTES DEL AA. HH LA PRIMAVERA
PRIMERA ETAPA DEL DISTRITO DE CASTILLA –
PIURA, 2018.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS

AUTOR:

GUARNIZO INFANTE JUAN ROBERTO

ORCID ID: 0000-0002-7143-6448

ASESOR:

Mgtr. PELÁEZ CAMACHO HÉCTOR YVÁN

ORCID ID: 0000-0002-5394-1037

Piura – Perú

2019

TÍTULO:

Caracterización de la Formalización y Competitividad en las MYPES. Rubro
restaurantes del AA.HH la Primavera Primera Etapa del Distrito de Castilla – Piura,
2018.

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR:

Guarnizo Infante Juan Roberto

ORCID ID: 0000-0002-7143-6448

ASESOR:

Mgtr. Peláez Camacho Héctor Yván

ORCID ID: 0000-0002-5394-1037

JURADO DE LA INVESTIGACIÓN

PRESIDENTE:

Mgtr. Vilela Vargas Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

MIEMBROS:

Mgtr. Guzmán Castro Iván Arturo

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

Lic. Chumacero Ancajima Maritza Zelideth

ORCID ID: 0000-0001-7372-741x

HOJA DE FIRMA DE JURADOS Y ASESOR

Jurado Evaluador

MGTR. VICTOR HUGO VILELA VARGAS

PRESIDENTE

MGTR. IVÁN ARTURO GUZMÁN CASTRO

MIEMBRO

LIC. MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA

MIEMBRO

MGTR. HÉCTOR YVAN PELAEZ CAMACHO

ASESOR

AGRADECIMIENTO

A Dios por su inmenso amor y su fortaleza que me da cada día, por la sabiduría y capacidad para entender los obstáculos y lograr alcanzar mis sueños con éxito.

A mis padres por todo lo que me brindan para salir a delante, por su cariño, para que las cosas me salgan bien, para sí lograr mis sueños.

A mi hermano por su apoyo en cada momento y por motivarme para que pueda alcanzar dichos objetivos.

Y a todas las personas que me es tuvieron brindando su apoyo para pueda lograr mis sueños.

DEDICATORIA

Se lo dedico primeramente a Dios, por ser él inspirador y darme fuerzas para poder llegar a cumplir mis objetivos y a mis padres por su inmenso amor y apoyo incondicional que me brindaron todo el tiempo y por todo lo que ellos hacen para que yo pueda salir adelante y logre ser un gran profesional y una mejor persona.

A mis maestros por la gran enseñanza que mediaron en todo momento y los consejos y a todas las personas que me estuvieron brindado su apoyo.

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación lleva por título: Caracterización de la Formalización y Competitividad en las MYPES - Rubro Restaurantes del AA.HH La Primavera Primera Etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018. Teniendo como objetivo general: Determinar las características de la formalización y competitividad en las MYPES. Rubro de los restaurantes del AA.HH La Primavera Primera Etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018. Siendo de un tipo de investigación cuantitativa, con un nivel descriptivo y un diseño de no experimental con corte trasversal. Asimismo la técnica para el recojo de datos fue la encuesta y como el instrumento el cuestionario, en la cual para la variable Formalización se consideró una población finita conocida, que está dirigida hacia los cuatro (04) propietarios de dichas MYPES, por otro lado, para la variable Competitividad se consideró una población finita conocida, que esta dirigidas a los catorce (14) trabajadores de estas MYPES. Siendo así se obtuvo los siguientes resultados: se encontró que el 100% cuentan con los requisitos de funcionamiento para el restaurante, por otra parte, el 100% utilizan procedimientos para tener una buena comunicación con sus trabajadores; asimismo, el 92.86% si cuentan con estrategias competitivas en la organización; además, un 78.57% consideran la asociación con los proveedores. Por lo que se concluye que la mayoría de estas MYPES del AA.HH La Primavera I Etapa del rubro restaurante cuentan con los requisitos para el funcionamiento; asimismo, utilizan procedimientos para tener una buena comunicación; puesto que, cuentan con estrategias competitivas; además, consideran una asociación con los proveedores.

Palabras claves: Formalización, Competitividad, MYPES, Restaurantes.

ABSTRACT

In this research work it is entitled: Characterization of the Formalization and Competitiveness in the MYPES - Restaurants of the AA.HH Spring First Stage of the District of Castilla - Piura, 2018. With the general objective: To determine the characteristics of the formalization and competitiveness in the MYPES. Category of the AA.HH restaurants La Primavera First Stage of the District of Castilla - Piura, 2018. Being a type of quantitative research, with a descriptive level and a non-experimental design with a transversal cut. Likewise, the technique for data collection was the survey and as the instrument the questionnaire, in which for the variable Formalization a known finite population was considered, which is directed towards the four (04) owners of said MYPES, on the other hand, For the Competitiveness variable, a known finite population was considered, which is aimed at the fourteen (14) workers of these MYPES. Thus, the following results were obtained: it was found that 100% have the operating requirements for the restaurant, on the other hand, 100% use procedures to have good communication with their workers; also, 92.86% if they have competitive strategies in the organization; In addition, 78.57% consider the association with suppliers. Therefore, it is concluded that most of these MYPES of the AA.HH The Spring I Stage of the restaurant category have the requirements for operation; they also use procedures to have good communication; since, they have competitive strategies; In addition, they consider a partnership with suppliers.

Keywords: Formalization, Competitiveness, MYPES, Restaurants.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	iii
HOJA DE FIRMA DE JURADOS Y ASESOR	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
CONTENIDO	ix
ÍNDICE DE TABLAS, FIGURAS Y CUADROS	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	10
2.1. Antecedentes.....	10
2.2. Bases teóricas y conceptuales	23
III. Hipótesis.....	35
I.V Metodología	36
4.1 Diseño de la investigación.....	36
4.2 Población y muestra.....	37
4.3 Definición y operacionalización de las variables	39

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	41
4.5 Plan de análisis	42
4.6 Matriz de consistencia	43
4.7. Principios éticos.....	44
V. RESULTADOS.....	45
5.1. Resultados.....	45
5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	69
VI. CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES	82
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	83
ANEXOS.....	92

CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS, FIGURAS Y CUADROS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. ¿Tiene reglas establecidas en su restaurante?	58
Tabla 2. ¿Cuenta con los requisitos para el funcionamiento del restaurante?	59
Tabla 3. ¿Cuenta el restaurante con procedimientos para una buena formalización?	60
Tabla 4. ¿Utiliza herramientas para tener una formalización adecuada?	61
Tabla 5. ¿Tiene buena comunicación con sus trabajadores?	62
Tabla 6. ¿Utiliza procedimientos para una buena comunicación?	63
Tabla 7. ¿Cuenta con número de reglas y planes escritos?	64
Tabla 8. ¿Es claro el rol de cada miembro de la organización?	65
Tabla 9. ¿Las decisiones que se toman en cuanto a las actividades son eficaces?	66
Tabla 10. ¿Es clara la jerarquía de autoridad dentro de la organización?	67
Tabla 11. ¿Ud. cuenta con los programas de orientación para los nuevos miembros de la organización?	68
Tabla 12. ¿Ud. utiliza procesos para entrenar a los nuevos miembros de la organización?	69
Tabla 13. ¿Tienen en cuenta los factores claves de las ventajas competitivas?	70
Tabla 14. ¿Cuenta la organización con estrategias competitivas?	71

Tabla 15. ¿Cuentan con estrategias de innovación en la organización?	72
Tabla 16. ¿Cuentan con una tecnología adecuada para brindar un buen servicio?	73
Tabla 17. ¿Utilizan medios tecnológicos para promocionar su producto?	74
Tabla 18. ¿Las labores que la empresa realiza ante una nueva competencia les traen resultados beneficiosos?.....	75
Tabla 19. ¿Tienen en cuenta que el producto que ofrecen tiene relación con el producto original?	76
Tabla 20. ¿Considera que la asociación con los proveedores brinda un adecuado recurso productivo de mayor calidad para el cliente?	77
Tabla 21. ¿Tienen en cuenta las distintas estrategias en función a la sensibilidad de los precios?	78
Tabla 22. ¿La empresa cuenta con barreras de salida y entrada en el mercado?	79
Tabla 23. ¿Los productos que ofrece la empresa tienen acogida en los clientes?	80
Tabla 24. ¿La empresa utiliza estrategias para generar una ventaja ante las empresas ya existentes?	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras 1. ¿Tiene reglas establecidas en su restaurante?	58
Figuras 2. ¿Cuenta con los requisitos para el funcionamiento del restaurante?	59
Figuras 3. ¿Cuenta el restaurante con procedimientos para una buena formalización?.....	60
Figuras 4. ¿Utiliza herramientas para tener una formalización adecuada?	61
Figuras 5. ¿Tiene buena comunicación con sus trabajadores?	62
Figuras 6. ¿Utiliza procedimientos para una buena comunicación?.....	63
Figuras 7. ¿Cuenta con número de reglas y planes escritos?.....	64
Figuras 8. ¿Es claro el rol de cada miembro de la organización?.....	65
Figuras 9. ¿Las decisiones que se toman en cuanto a las actividades son eficaces?	66
Figuras 10. ¿Es clara la jerarquía de autoridad dentro de la organización?.....	67
Figuras 11. ¿Ud. cuenta con los programas de orientación para los nuevos miembros de la organización?	68
Figuras 12. ¿Ud. utiliza procesos para entrenar a los nuevos miembros de la organización?	69
Figuras 13. ¿Tienen en cuenta los factores claves de las ventajas competitivas?	70
Figuras 14. ¿Cuenta la organización con estrategias competitivas?	71
Figuras 15. ¿Cuentan con estrategias de innovación en la organización?	72

Figuras 16. ¿Cuentan con una tecnología adecuada para brindar un buen servicio?	73
Figuras 17. ¿Utilizan medios tecnológicos para promocionar su producto?	74
Figuras 18. ¿Las labores que la empresa realiza ante una nueva competencia les traen resultados beneficiosos?	75
Figuras 19. ¿Tienen en cuenta que el producto que ofrecen tiene relación con el producto original?	76
Figuras 20. ¿Considera que la asociación con los proveedores brinda un adecuado recurso productivo de mayor calidad para el cliente?	77
Figuras 21. ¿Tienen en cuenta las distintas estrategias en función a la sensibilidad de los precios?	78
Figuras 22. ¿La empresa cuenta con barreras de salida y entrada en el mercado?	79
Figuras 23. ¿Los productos que ofrece la empresa tienen acogida en los clientes?	80
Figuras 24. ¿La empresa utiliza estrategias para generar una ventaja ante las empresas ya existentes?	81

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Nombre de las MYPES.....	50
Cuadro 2. Análisis de la Población.....	51

I. INTRODUCCIÓN

Este estudio tiene como finalidad realizar un análisis concreto de las variables formalización y competitividad para así poder alcanzar el objetivo general y los objetivos específicos, siendo que esto nos ayudara saber cómo funcionan dichas MYPES en la actualidad en el rubro de restaurantes, además, nos ayudara a saber si dichas MYPES son formales o informales basándose en la muestra de MYPES a estudiar. Podremos visualizar como es la competencia entre ellas y cuál es el grado de competitividad de las mismas.

En la actualidad existen diversos datos que hablan sobre la formalidad en las MYPES y de las distintas formas que se ingenian estas organizaciones, en cuanto a los métodos estratégicos que estas empresas escogen para poder surgir en el mercado, en la cual las MYPES generarían una competitividad de calidad, puesto que, por la excelencia de los productos que ofrecen. Siendo que los datos de la investigación tienden a enfocarse en las micro y pequeñas empresas de los negocios que estas realizan, en diferentes criterios que apuntan y señalan que la formalidad es una ventaja en cuanto al producto que ofrecen, asimismo, se busca comprender que hoy en día, una de las mayores desventajas de las MYPES es la informalidad, puesto que, les podría ocasionar una baja en cuanto a la competitividad con referencia a sus competidoras más cercanas.

Por ello, las características que tienen estas MYPES de este rubro influyen en la formalización y competitividad, siendo así que la formalización es una cosa que toda empresa debe tener, ya que sin la formalidad las empresas podrían ponerse en peligro sufriendo consecuencias en varias áreas de la organización y sobre todo en la rentabilidad,

es por ellos, que toda MYPE debe tener en consideración este punto, asimismo, es fundamental que estas micro y pequeñas empresas tengan los papeles en regla para que así no puedan verse afectadas, en cuanto a la calidad del producto que ofrecen.

Según Fernández (2018), menciona que existen cuatro distintas formas en la cual pueden influir en las distintas tareas de estos empresarios de estas MYPES, en común están: a) en cuanto a las estrategias que tiene para el crecimiento de la empresa, b) el trato que le dan a los empleados influye mucho para el crecimiento de la empresa, también c) en las aptitudes que le ponen los dueños para el logro del desarrollo de la empresa, y por ultimo d) la manera de cómo usan las materia primas y los pedidos en los mercados.

En lo general las MYPES tiene ciertas habilidades que han demostrado para sobrevivir en el mercado y su capacidad para ajustarse a los cambios en la demanda, llegando así a considerarlas como un elemento indispensable en la competitividad de los espacios regionales, es por ello, que la competitividad no es más que una de las destrezas que usan estas micro y pequeñas empresas para diferenciarse de la competencia, para así obtener una posición de éxito, puesto que el estado ha asumido un cierto rol paternalista en cuanto a las MYPES, en la cual establece ciertas ventajas en los instrumentos para acceder a una formalización reduciendo así los gastos, sobre todo les facilita un rendimiento que les ayudara a llevar a cabo dicha formalidad.

Asimismo, en el mundo de las MYPES enfrentan algunos obstáculos que les podrían afectar en cuanto a su desarrollo, puesto que, esto les ocasionaría que la competencia y la calidad del producto que estas empresas ofrecen, les podría generar una desventaja haciéndolas menos competitivas, siendo que, por naturaleza son muy

competitivas, en otras palabras por esta condición muchas de las MYPES no cuentan con la formalización adecuada, de tal modo que estas tienen mucho miedo de no existir mucho tiempo en el mercado, según comenta el INEI (2014), en la actualidad el porcentaje aproximado de las MYPES que declaran que tienen una licencia de trabajo de parte de la autoridades municipales es del orden de 69,6%.

Sin embargo las personas que forman las micro y pequeñas empresa vienen de una economía no tan estable y tienden a crear una empresa con un objetivo de desear alcanzar el éxito, analizando diferentes propuestas que le puedan ayudar a crear dicha MYPE.

Según Cespedes (2015), proporciona y expone que las MYPES del país están establecidas por agentes naturales y jurídicos, ya que son una unidad económica que cumplen una tarea legal y una responsabilidad fiscal, las cuales tienen un RUC adoptando así algunas distintas maneras de pagos tributarios.

Según la ley 280154 menciona en el artículo 2 que las MYPES son una de los distintas unidades económicas que están establecidas por agentes jurídicos y naturales, que tienen en común el logro de un objetivo incrementando así las tareas de extracción, cambio, elaboración y de los beneficios de bienes y servicios. Según manifestó Rocha, (2015), que la formalización ha ido incrementando entre un 5% y un 10% de cada año.

Según menciono la SUNAT (2017), a partir de enero del año aplicara el Régimen MYPE Tributaria (RMT), este es para negocios que no pueden alcanzar los 1700 UIT en otras palabras 6.8 millones, en las cuales se busca facilitar el tributo con la reducción sustantiva de los costos.

SUNAT (2019), menciona que la formalización es uno de los puntos claves que los empresarios tienen para hacer acreedores a distintas prestaciones en cuanto a la competencia, aumentando así los beneficios respecto a la parte económica, del mismo modo influyen en la conquista de nuevos mercados ofreciendo sus productos. Por la cual la formalización y la competitividad son muy valorados en el mundo de los restaurantes, el cual potencia la capacidad que estas ofrecen debido al desarrollo de sus habilidades y en el aumento del nivel de productividad en este rubro, a causa de esto emplean un plan de mejora en paralelo a la competencia y la calidad de los productos que elaboran, al mismo tiempo utilizan las estrategias para poder lograr una economía estable y fomentar una ventaja en cuanto a las decisiones que estas toman al momento de cómo hacer llegar el producto a los clientes mediante los distintos medios.

Las unidades de trabajo son MYPES enfocadas en el rubro de los restaurantes que están ubicadas en el AA.HH La Primavera Primera Etapa del Distrito de Castilla – Piura, cuyas MYPES se dedican al sector servicio, por lo cual se ha identificado cuatro (04) micro y pequeñas empresas como el objetivo de estudio. De tal forma en este rubro la mayoría de dichos servicios están enfocados en su calidad de los servicios que les ofrecen a los clientes, de tal modo supervisan de tener todo en regla para que así el cliente se sienta cómodo.

El problema identificado es ¿Cuáles serían las características de la formalización y competitividad en las MYPES. Rubro restaurantes del AA.HH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018?. El cual nos lleva al objetivo general de dicha investigación que es: Determinar las características de la formalización y competitividad

en las MYPES. Rubro restaurantes del AA.HH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018.

Asimismo nos conlleva a los objetivos específicos de dicha investigación los cuales son:

- a) Describir los tipos de formalización que se dan en las MYPES. Rubro restaurantes del AA.HH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018.
- b) Identificar cuáles serían las dimensiones estructurales que podría tener la formalización en las MYPES. Rubro de restaurantes del AA.HH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018.
- c) Identificar los factores de competitividad que se dan en las MYPES. Rubro restaurantes del AA.HH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018.
- d) Describir las cinco fuerzas de Porter de competitividad que se dan en la MYPES. Rubro restaurantes del AA.HH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018.

Por ello esta investigación se utilizó un tipo descriptivo, con un nivel cuantitativo, un diseño no experimental de corte transversal y la técnica de recolección de datos que se utilizó en la investigación fue la encuesta y su instrumento, el cuestionario, el mismo que contaba con interrogantes de una escala nominal para las distintas variables, que son formalización y competitividad.

Al mismo tiempo se usara una metodología científica, sin embargo está delimitada desde una perspectiva temática por las distintas variables que son: formalización y competitividad, por otro lado de un modo geográfico: AA.HH La Primavera Primera Etapa del Distrito de Castilla – Piura, además de un perspectiva psicográfica: MYPES enfocadas en el sector servicio del rubro de restaurantes y por último una delimitación temporal: 2018

En el ámbito **interno** se puede observar la cadena de valor según **González (2018)**, menciona que es un instrumento cuya finalidad es el análisis estratégico de las distintas actividades de la institución, para así reconocer ciertas ventajas competitivas que puedan ayudar a la organización.

Los restaurantes de esta zona cuenta con una infraestructura adecuada, además, algunas de estas MYPES tiene equipos tecnológicos de una avanzada generación para así poder brindar un buen servicio a los clientes; sumando así la calidad de los productos y capacitando a los trabajadores de manera profesional, por otro lado, estos restaurantes tienen la zona de cobranza, la cocina y la zona de recepción para los clientes.

Asimismo, la mayoría de estos restaurantes tienen una diferente manera de llevar el nivel de cobranza, para que el cliente puede pagar más rápido y sin complicaciones, siendo así, el cliente quede ajusto al momento de ofrecer el producto. Además, cuentan con una administración adecuada relacionada con la planificación de los diferentes objetivos conjuntamente con las estrategias y con las distintas políticas, conjuntamente, se dan cambios en el entorno en que estos sitios se desenvuelven, por la cual, el desarrollo de la organización influye mucho en la capacidad de liderar, sobre todo en lo referido a la

toma de decisiones en un nivel táctico, operativo y estratégico. Por otra parte, el proceso comercial que estas MYPES conllevan es posicionarse en la mente del consumidor, convirtiéndolo así en un cliente fiel para la organización satisfaciendo las distintas necesidades que puedan tener y brindándoles un buen servicio.

En el ámbito **externo** la MYPES se les complica distinguir los aspectos puntuales del entorno en donde se desenvuelven, siendo así, que interviene de una forma directa e indirecta utilizando la herramienta del PESTEL, de tal manera que, se encontraran las características desde los diferentes elementos.

En el punto **político**, hoy en día se apoya a los varios emprendedores de los diferentes niveles tanto nacional, regional y local desde los diferentes espacios, brindando así mejor oportunidad para que las micro y pequeñas empresas tengan una mejor forma de acceder a los mercados. Como se sabe que las MYPES tienen diversas políticas que le ayudan a llevar un mejor manejo y también existen leyes que protegen a estas organizaciones, una de estas es la Ley MYPE, siendo que es una ley que provee el progreso de estas MYPES fomentando la formalización, ya que les concede beneficios de manera laboral y tributaria.

En lo **económico**, estas MYPES son unidades que generan un mayor impacto monetario, estas micro y pequeñas empresas generan los préstamos en entidades financieras no bancarias, por lo cual, tienen una mayor posibilidad crediticia de plazo corto o un plazo largo, en lo general, el mejor de los movimientos son los de corto plazo, siendo que permite un mayor flujo de capital. Es por ello, que estas MYPES son de gran valor para el ingreso del país, según **Sánchez (2014)**, nos menciona que las micro y

pequeñas empresas tiene un aprecio importante, siendo así que estas contribuyen a un 40% del PBI del país y un 80% en lo laboral, sin contabilizar los autoempleos que estas generan.

Por otro lado, en lo **socio-cultural** estas MYPES conforman una pieza fundamental de un grupo muy significativo, las cuales son generadores de fuente de ingresos en cuanto lo económico y ocupación para los distintos jóvenes restableciendo la calidad de vida de las personas, a causa de esto estas organizaciones forman una idea de negocio que involucra el entorno cultural y los diversos valores que son encaminados a un cambio. Según **Internacional Finance Corporation (2016)**, nos menciona que cualquiera que sea la naturaleza de estas micro y pequeñas empresas, estas se enfocan en las diferentes necesidades que tiene la diversa población, mejorando así la atención al momento de brindar el servicio.

En la parte **tecnológica**, estos progresos de la tecnología permitirán una unión comunicativa con los consumidores y los proveedores, permitiendo así beneficios en al desarrollo de las actividades en cuanto al servicio que brindan, generando una gran ventaja competitiva en el mercado.

En la parte **ecológica**, las MYPES cuentan con un importante compromiso en el desempeño de manera ética y moral de la conservación del medio ambiente, originando así la prosperidad de toda la población, exigiendo así a las organizaciones que deben realizar el cumplimiento del trabajo ecológica, debido a esto cada una de estas empresas les genera como parte de la responsabilidad social que estas deben operar.

En la parte **legal**, existen leyes que legislan en cuanto a los beneficios que les pueden acceder las MYPES, entre las leyes se encuentra Ley N° 28015 denominada, Ley de la proporción y la formalización de la MYPE y por otra parte está la Ley N° 30056 llamada, ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsando el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.

Es por esta razón que este análisis PESTEL es de mucha ayuda dentro de la organización, la cual puede ayudar a entender los diversos factores que les podrían afectar ya sea de una forma positiva o negativa.

En esta investigación se justifica de forma teórica según Valderrama, (2015) nos menciona que permitirá un aporte al conocimiento de las distintas variables como son la formalización y competitividad, asimismo, teniendo como pieza fundamental las diferentes características de las variables de estudio, por la cual permitirá un mayor aporte para la investigación.

Se justifica de una manera práctica según Valderrama, (2015), porque se acerca a la realidad de una solución en cuanto a la necesidad de mejora de los diferentes problemas que se puedan presentar en el rubro de restaurantes del AA.HH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, desde los diversos aspectos de la formalización y la competitividad.

Por lo tanto se da una justificación metodológica, según Valderrama, (2015), porque se hace el uso de la estadística matemática, la discusión de los diversos datos que

fueron obtenidos mediante la técnica de la encuesta, con su instrumento el cuestionario y las hojas de cálculo orientadas para el análisis de los resultados, del rubro de restaurantes.

Por lo consiguiente se justifica de manera social, por la relación que cuentan estas MYPES con sus clientes, contribuyendo así de una manera directa con la satisfacción de las necesidades que tienen estos consumidores para que queden a gusto con el servicio brindado.

Institucionalmente porque esta investigación da realce a la universidad, permitiendo un aporte para la biblioteca, así también será una contribución para futuras investigaciones. Finalmente se justifica profesionalmente porque se busca el cumplimiento del logro de las distintas metas trazadas y obteniendo diversas habilidades proporcionadas por la enseñanza profesional de la carrera de administración.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Formalización

Cepeda (2018) en su tesis titulada: factores que impiden la formalización y desarrollo del sector productivo en el Ecuador período 2012 –2016. Presentada por la Universidad de Guayaquil – Ecuador. Su objetivo de investigación fue: analizar los factores determinantes por los cuales los negocios informales no toman un rol de formalizarse y cuál es la transición a una formalidad. La investigación utilizó una metodología de tipo cuantitativo y cualitativo, por otra parte, es una investigación explicativa y descriptiva, con un diseño no experimental y diseños transaccionales

descriptivos, Obtuvo los siguientes resultados: Para el año 2009 se registró una tasa de empleo informal en América Latina del 50.1%, la cual ha se ha observado una disminución año a año hasta el 2014 llegando a una tasa de 46.55%, no obstante, para el 2015 se ha observado un leve incremento en la tasa de empleo informal pasando a 46.8%. La mayor concentración de negocios adheridos a este tipo de organizaciones del sector no financiero de las EPS tenemos, las cooperativas de transporte con un 60%, las cooperativas de vivienda con un 20% y las cooperativas de producción con un 11%. En conclusión: se debe fortalecer la organización y conocer los mecanismos de formalización, debe ser parte fundamental de las políticas públicas del Estado, por lo tanto, identificar estos factores contribuye a dinamizar la formalidad. Por otra parte, también tenemos el tema de la educación, según la Organización Internacional de Trabajo la mayor parte de quienes pertenecen al sector informal son aquellas quienes poseen una educación básica mínima, lo cual genera dependencia de terceras personas para realizar trámites formales, generando así costos extras, donde algunos deciden seguir perteneciendo al sector informal.

Heredia &Quintero (2014) en su investigación titulada: Nivel de formalización de restaurantes de compra media en el mercado de foodservice en Colombia, presentado por la Universidad de EAFIT – Colombia. Cuyo objetivo general fue: Identificar el nivel de formalización del mercado de foodservice en Colombia teniendo en cuenta el perfil actual del cliente institucional en el segmento de restaurantes de menú fijo de compra media, la investigación utilizó una metodología de estudio cualitativa y cuantitativa, se concluye: el nivel de formalización de los restaurantes, puede decirse que el grado de

ésta cambia según la variable de estudio. Se destacan de nivel alto la operación logística, gestión financiera y administrativa en razón de ser las variables principales para la administración de un restaurante, seguido por la implementación de herramientas tecnológicas que se encuentra en un nivel medio, mientras que el desarrollo de prácticas de gestión humana y mercadeo son las variables con mayores oportunidades de mejoramiento, ubicándose en un nivel de formalización bajo.

Abanto (2016) tesis titulada caracterización de la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de la avenida argentina en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2015, presentada por la universidad Católica Los Ángeles Chimbote de la ciudad de Chimbote – Perú, investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de la avenida argentina en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2015, se ha desarrollado utilizando la investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental transversal, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 10 microempresas, representando el 100% de la población, a las cuales se les aplico un cuestionario de 21 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, se concluyó los representantes legales (50%) tienen entre 18 y 30 años, en las empresas trabajan de 1 a 2 familiares (50%), los empresarios (100%) consideran que la informalidad acarrea problemas legales y adquieren insumos y/o servicios de negocios informales (70%).

Barbeito (2019) tesis denominada caracterización de la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes del distrito de Huaraz, año 2016, presentada por la universidad Católica Los Ángeles Chimbote de Huaraz – Perú. Investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes del distrito de Huaraz, año 2016. La investigación fue descriptiva no experimental, para la recolección de información se asumió el 100% de la población como muestra representada por 82 micros y pequeñas empresas, aplicando un cuestionario de 20 preguntas, con la técnica de la encuesta. Se obtuvo los siguientes resultados: el 30,49% de los emprendedores tienen de 46 a 55 años de edad, 63,41% son mujeres, 47,56% tienen educación secundaria. El 79,27% conocen las formas de organización empresarial, 96,34% constituyeron sus negocios como persona natural, 100% cuenta con inscripción en el registro único del contribuyente de la Superintendencia nacional de aduanas y de administración tributaria, 93,90% no registraron a los trabajadores en EsSalud, 95,12% no cuentan con los permisos complementarios que son otorgados por el ministerio de comercio exterior y turismo, 100% de los trabajadores cuentan con carné de sanidad, 93,90% no cuentan con autorización de las planillas de pago del ministerio de trabajo y promoción del empleo, 100% cuentan con licencia de funcionamiento, 42,68% no tienen el libro registro de compras, 32,93% no tienen el libro registro de ventas e ingresos y 96,34% no tienen el libro diario de formato simplificado. Finalmente, concluye que la mayoría relativa de los representantes conocen las formas de organización empresarial, así mismo la totalidad de MYPES cuentan con la inscripción correspondiente en el Registro único del Contribuyente de la SUNAT, del cual la mayoría relativa eligió el tipo

de régimen al que se acogerá después de haber sido informado de los regímenes existentes y el tipo de renta que generará su negocio.

Amorin (2016) Tesis Titulada “La Formalización Y El Financiamiento En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio -Rubro Restaurantes, Del Casco Urbano De Villa Rica, Distrito De Villa Rica, Provincia De Oxapampa, Departamento De Pasco, Período 2015”. Presentada por la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. La investigación tuvo como objetivo general, determinar las características de la formalización y el financiamiento en las Micros y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro restaurantes, del casco urbano de Villa Rica, Distrito de Villa Rica, Provincia de Oxapampa, Departamento de Pasco, período 2015. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo; para el recojo de la información se utilizó una muestra constituida por 38 micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, del casco urbano de Villa Rica, a quienes se les aplicó un cuestionario de 27 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a las características de los representantes legales de las MYPE en estudio, el 95% es de género femenino. Respecto a las características de las MYPE en estudio, el 68% de las MYPE tiene permanencia en el mercado de entre 1 a 5 años, el cual se creó con la finalidad de obtener ganancias, contando el 87% con trabajadores mujeres de entre 1 a 5 para realizar las labores. Concluye que la mayoría de las empresas en estudio cuenta con licencia de funcionamiento estando registrada como persona natural, permaneciendo la minoría en el Régimen Único Simple (RUS), el cual emite boleta de venta.

Mellado, Orcotoma & Rozas (2017) tesis titulada “Restaurante Temático Cusco”, presentado por la Universidad San Ignacio de Loyola de Lima. La investigación tuvo como objetivo general: Determinar la viabilidad de implementar en la ciudad del Cusco un restaurante temático tradicional, por medio del cual se brinde no sólo satisfacción de las necesidades del cliente, sino también se brinden experiencias inolvidables y que se posicione en la mente del consumidor como la mejor alternativa para el disfrute gastronómico de la ciudad del Cusco. Utilizo una metodología de investigación cuantitativa. Concluye que es fundamental la implementación de principios que rijan el comportamiento, sistema operativo entre otros, y estos principios son la visión, misión, valores, MOF, etc. que sirvan de guía y sean fundamentales en la productividad y calidad en el servicio y los productos que se ofrecen al cliente.

Chamba (2015). En la investigación denominado: “Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPE rubro restaurantes de Sullana, año 2013”. Presentado por la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de Piura. El objetivo general es: Determinar las características del financiamiento y capacitación de las MYPE rubro restaurantes, ciudad Sullana, año 2013. Para lo cual se empleará una metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental; como técnica de recojo de datos tenemos la encuesta, siendo su instrumento el cuestionario. Concluye que debería darse más importancia e invertir en la capacitación ya que mejora el nivel de estas empresas y generaría mayores ingresos, lo que también repercute en la sociedad porque tendríamos personal capacitado y calificado para desarrollar sus funciones, por ende recurso humano más eficiente.

Carrasco, (2015). En la investigación denominado: “Caracterización del financiamiento y productividad de las MYPE, rubro restaurantes en la Ciudad de Piura, año 2012”. Realizado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote de Piura. El objetivo general es: Investigar las características del financiamiento y la productividad de las MYPE -rubro restaurantes en la ciudad de Piura en el año 2012. La metodología de la investigación fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental. Concluyo que se han identificado como factores maquinaria y equipos sofisticados, implementación de la tecnología y publicidad frecuente. Siendo el factor principal maquinaria y equipo. Por otra parte, los criterios necesarios para evaluar el nivel de preparación del personal en las MYPE estudiadas son la productividad, el nivel de desempeño de los trabajadores, la reducción de costos y desperdicios y Número de quejas recibidas por parte de los clientes. Siendo el principal criterio la productividad.

Peña (2015) investigación titulada “Caracterización de la formalización y el financiamiento en las MYPE rubro restaurantes de Sullana, año 2012”, presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote de Piura. Estableció como objetivo general determinar las características de la formalización y el Financiamiento de las MYPE, Rubro Restaurantes de Sullana, año 2012. Para su desarrollo se ha utilizado el tipo de investigación descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental descriptivo, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 20 propietarios de las MYPE siendo toda la población, a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas estructuradas a través de la técnica de la encuesta. Concluye que los beneficios de la

Formalización de las MYPE, rubro restaurantes son obtención de créditos y nuevos clientes.

2.1.2. COMPETITIVIDAD

Villegas, (2016) tesis denominada Incidencia De Las Estrategias Competitivas Implementadas En La Demanda De Servicio Del Hotel Y Restaurante Selva Negra, Del Municipio De Matagalpa, En El Año 2015, presentada por la universidad Nacional Autónoma De Nicaragua en la ciudad de Managua, Matagalpa – Nicaragua. Teniendo como objetivo general: Analizar la incidencia de las estrategias competitivas implementadas en la demanda del servicio del Hotel y Restaurante Selva Negra, del Municipio de Matagalpa, en el año 2015, la metodología de investigación tipo cuantitativo, nivel explicativo y de corte transversal, se llega a la conclusión que las Estrategias Competitivas que utilizó el Hotel y Restaurante Selva Negra, del municipio de Matagalpa, en el año 2015 fue: Diferenciación (la marca, el prestigio, el clima, la imagen y la infraestructura), enfoque y alta segmentación combinadas con desarrollo de servicio y diversificación; esta última aplicada parcialmente.

Gómez, (2016). En su tesis titulada: Lanzamiento de un restaurante de comida saludable y natural en Bogotá, Colombia. Presentado por la Universidad de Palermo de Buenos Aires – Argentina. Teniendo como objetivo general : Analizar la factibilidad de lanzamiento de un restaurante en Bogotá, Colombia, que involucre los conceptos de mini market, self-service, comida saludable y natural, y que además sea una innovación dentro de las preferencias de los consumidores colombianos, proponiendo ideas al

respecto de su lanzamiento. La metodología que se utilizó fue de estudio descriptivo, cualitativo y cuantitativo, de diseño no experimental. Concluye que la importancia de definir una estrategia encaminada hacia el logro de la visión organizacional. La correcta definición de la misma permite encaminar el negocio de la mejor manera y a su vez, hacer frente ante las fuerzas competitivas que el mercado expone a diario. De acuerdo con los planteamientos iniciales, una estrategia llevada a cabo de forma exitosa podrá hacer que se genere una ventaja competitiva que no sea fácil de alcanzar por la competencia.

Zúñiga, Flores & Vega, A (2016) realizó una investigación titulada “Factores para la competitividad de la industria restaurantera en Tijuana B.C., México”. Presentado por la Universidad autónoma de Baja California, tiene como objetivo principal Identificar los factores que inciden en la competitividad restaurantera de la ciudad del Tijuana B.C., México. La metodología de la investigación es mixta Cuantitativa y cualitativa, el tipo es Descriptiva, no experimental y transaccional. Llegó a la conclusión que los factores de la competitividad están relacionados en la tecnología exitosa en lo interno y en lo externo a las ofertas productivas.

Ortiz (2018) con su tesis denominada características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro Restaurantes del centro de Tumbes, Año 2017. Presentada por la universidad Católica Los Ángeles Chimbote de la ciudad Trujillo – Perú, teniendo como objetivo general: Determinar, describir y analizar las características principales de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro Restaurantes del centro de Tumbes, Año 2017. Metodológicamente la investigación se enmarca dentro del tipo descriptivo con un

enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal por cuanto se realizó el estudio en un momento determinado del tiempo como es el periodo 2017. Para la obtención de la muestra representativa se ha tomado un criterio no probabilístico, considerándose para tal caso el total de la población que vienen a ser 15 MYPES que funcionan en el centro de la ciudad. Concluyendo que las características de precios y productos en la competitividad; toda vez que dichos niveles contribuyan a que las MYPES que operan en el centro de la ciudad ejerzan BUENA competitividad o sean competitivos en el sector servicios rubro restaurantes, a pesar de prevalecer sus precios ALTOS por la zona donde ejercen sus actividades.

Otazu, (2018) La presente investigación titulada caracterización de la capacitación y competitividad de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del cercado de la ciudad de Ayaviri año 2017, presentada por la universidad Católica Los Ángeles Chimbote de la ciudad Juliaca – Perú En la cual obtuvimos la respuesta a la problemática que no están capacitados para competir en el mundo de los negocios con otras MYPE y no manejan el concepto de competitividad, la investigación tuvo como objetivo general describir las principales características de la capacitación y competitividad de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del cercado de la ciudad de Ayaviri año 2017. Empleando la metodología tipo enfoque de investigación cuantitativo, nivel descriptivo con el diseño no experimental- transversal. La población estuvo conformada por 18 MYPE dedicados al sector servicio rubro restaurantes del cercado de la ciudad de Ayaviri. Concluye que las principales características de la competitividad de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del cercado de la ciudad de Ayaviri año 2017. Se concluye con una coincidencia en un 39% el servicio prestado es bueno y poco el 67% de los clientes

indicaron que las MYPE no ofrece servicio alguno que la competencia. En un 72% indicaron que el producto adquirido no es mejor que el de la competencia y en un 56% manifestaron que los precios no son accesibles.

Rupay, (2017) tesis denominada características de la competitividad bajo el enfoque de estrategias de diferenciación, en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Carhuaz en el año 2015, presentada por la universidad Católica Los Ángeles Chimbote de Huaraz – Perú. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo describir las principales características de la competitividad bajo el enfoque de estrategias de diferenciación, en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Carhuaz en el año 2015. Asimismo la investigación fue cuantitativa – descriptiva no experimental (transaccional o transversal). Para el recojo de la información se identificó una población de 18 gerentes y/o representantes de los restaurantes en estudio, y por ser una cantidad pequeña se realizó un censo, aplicando un cuestionario a cada uno de ellos; obteniendo los siguientes resultados: el 61,11% de los gerentes encuestados manifiestan que casi nunca hacen uso de instrumentos de registro de los clientes en el restaurante, asimismo el 44,44% de los gerentes encuestados manifiestan que nunca conocen las principales características de los clientes que acuden al restaurante, además el 66,67% de los gerentes encuestados manifiestan que casi nunca emiten mensajes publicitarios constantemente para brindar información acerca de los productos que ofrece su restaurante, y el 33,33% de los encuestados indican que las tarifas que se asignan en el restaurante nunca están en función a la calidad del servicio que brindan. Se concluye que los gerentes o representantes de los restaurantes MYPES del distrito de

Carhuaz, casi nunca aplican estrategias de diferenciación como la segmentación de mercado, intensidad en la publicidad y prestigio en precios.

Correa (2018) tesis denominada caracterización de la capacitación y la competitividad en las MYPE rubro restaurante de la urbanización Santa Ana de Piura, año 2018, presentada por la universidad Católica Los Ángeles Chimbote Piura – Perú. La presente investigación constituyó como objetivo, conocer las características de la capacitación y la competitividad en las MYPE rubro restaurante de la urbanización Santa Ana de Piura, año 2018, la investigación fue de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo y con diseño no experimental - transversal. Se utilizó el cuestionario como instrumento de la investigación, aplicándolo sobre una muestra de 49 trabajadores para la variable capacitación y 126 clientes para la variable competitividad. Se consideró 06 MYPE del rubro restaurantes para la presente investigación. Para la presente investigación se consideró 06 MYPE del rubro restaurantes. Se concluye que la mayoría de las MYPE cuenta con las siguientes ventajas competitivas: buena ubicación, precios diferenciados, buena imagen, la atención al cliente, se enfocan a un solo segmento del mercado, y buscan fidelizar a sus clientes frecuentes.

Ramírez (2018) tesis titulada Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MYPE de servicio rubro restaurante - Felipe Cossio del Pomar Castilla – Piura, 2018, presentada por la universidad Católica Los Ángeles Chimbote Piura – Perú. Siendo su objetivo general: Determinar las características de la Capacitación y Competitividad en las MYPES de servicios rubro Restaurantes – Felipe Cossio del Pomar – Castilla – Piura 2018, la metodología aplicada fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, la población fue finita para la variable capacitación,

e infinita para la variable competitividad, se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario. Concluyendo que la competitividad entre los factores predominantes se tiene los procesos productivos, el constante aprendizaje, y las estrategias de diferenciación se aplican los costos del producto, la respuesta rápida al cliente y la responsabilidad social ambiental.

Valdiviezo (2018) tesis denominada caracterización de la competitividad y calidad de atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de la Urb. Santa Ana – Piura, año 2018, presentada por la universidad Católica Los Ángeles Chimbote Piura – Perú. Tuvo como objetivo determinar qué características de la competitividad y calidad de atención al cliente existen en las MYPE del rubro restaurantes de la Urb. Santa Ana – Piura, año 2018. Para cumplir con este objetivo se empleó la metodología de tipo descriptivo, con un nivel cuantitativo, se utilizó un diseño no experimental, y de corte transversal, el recojo de la información se realizó con la técnica de la encuesta, con el instrumento del cuestionario, plan de análisis de SPSS versión 21 y Excel 2010. La población para la variable competitividad es infinita igual para la variable de calidad de atención al cliente, de lo cual se obtuvo como muestra 385 clientes de las 8 MYPES del rubro restaurante que existen en la Urb. Santa Ana, quienes de manera voluntaria y aplicando la técnica de la encuesta llenaron un cuestionario de 29 preguntas cerradas. Finalmente como conclusión principal de la investigación se debe mencionar que la competitividad de los restaurantes se caracteriza por la eficiencia alcanzada, los adecuados niveles de calidad de servicio, los índices de tecnología y con relación a la calidad, esta se caracteriza por la buena atención al cliente, los altos niveles de satisfacción en los clientes y sobre todo los productos y servicios de calidad brindados.

2.2. Bases teóricas y conceptuales

2.2.1. Formalización

Como ya sabemos la formalización es un requisito indispensable para toda empresa, ya que así, pueden recibir distintos beneficios y ciertas ventajas que les pueden ayudar para que estas MYPES puedan crecer en el mercado que se encuentren, teniendo así un equilibrio estable, siendo que si las micro y pequeñas empresas no cuenta con la formalización correspondiente, el riesgos que puede ocasionar es que estas puedan caer o desaparezca del mercado en donde se desenvuelven.

En los últimos años algunas empresas han tomado la iniciativa para hacer la documentación correspondiente, para que su empresa pueda tener la formalización que se necesita siguiendo los pasos necesarios para dicha formalización, asimismo, no se tenga ningún inconveniente al momento de comercializar el producto que ofrecen y así puedan trabajar sin problema alguno, ya que así las empresas tengan mucho más pase en cuanto al ambiente que ofrecen el producto; siendo así, logren un crecimiento en el mercado.

Según Requejo & Medina (2017), afirmaron ciertamente que la formalización utiliza algunas técnicas en las organizaciones, siendo que se puede ver cómo se establecen, en qué momento y quienes ejecutan las tareas; este tipo de técnicas son utilizadas naturalmente cuando las empresas u organizaciones comienzan a crecer, por lo cual, esto podría ser por ciertas formas y requisitos que se le encuentren en este contexto, siendo que es un requisito que toda empresa debe tener, para así lograr ventajas que le pueden generar un logro a estas MYPES y al crecimiento adecuado en el rango en que se encuentre la formalización de dichas organizaciones.

Por lo general, la formalización es una representación que usa ciertas normas que cuentan las organizaciones, mediante los tipos de cargos que tienen, existiendo una cantidad de normas que estas establecen para el funcionamiento y del desenvolvimiento de los trabajadores en distintos cargos, mediante las observaciones de estas normas en cuanto a los labores.

2.2.1.1. Importancia de la formalización

Es importante saber que si una empresa cuenta con documentación que precise que la empresa es formal; puede que tenga muchos beneficios que le pueden ayudar a que la empresa cuente con una economía estable y ser muy competitiva, siendo que, esto les ayudaría a que el producto que estas ofrecen puedan tener una acogida por el cliente, en el rubro en que se encuentren y puedan ampliar el mercado si la empresa es formal ante el estado. En otra parte según Céspedes (2015), informa que en todo procedimiento legal de acuerdo a la documentación para las MYPES en el país es demasiado difícil, puesto que toda gestión puede demorar hasta 120 días.

Según Quispe (2016) menciona que si el empresario tiene su empresa con una formalización correspondiente a través de esto puede permitir que su empresa tenga una mayor competitividad, economía estable y un buen rendimiento, siendo que, se interese incluirse en el mundo de los mercados y poder extenderse, conociendo así, como son las competencias de las otras empresa, que tiene el mismo rubro en dichas marcas de los productos de ofrecen.

En otra opinión según Quispe (2016), menciono que el gobierno está utilizando nuevas técnicas en cuanto a las habilidades, para que toda empresa informal que hay en el país pueda ser dirigida en una legalidad formal. Asimismo, proporcionar una buena estrategia en cuanto a los tratos que se le dan a estas empresas debe ser equitativos, esto ocasionara que toda empresa que se encuentre en la informalidad pueda tener oportunidad, puesto que estas empresas tienen las mismas capacidades que las demás.

Como bien se sabe la formalización hoy en día es una de los temas que más abunda en el mundo de los mercados, en la cual se utilizan ciertas normas o reglas con distintos métodos con unos sistemas de coordinaciones naturales, además, estos métodos y reglas son utilidades para adaptarse en este mundo competitivo.

2.2.1.2. Tipos De Formalización

Quispe, (2016), nos menciona que en este caso se podrían hablarse de dos tipos de formalización, en las cuales son: la máxima y la mínima. Ya que de este modo se puedan ver las reglas de cómo ejecutar los trabajos y el cambio de estas actividades, asimismo, las inflexibles pueden ser muy rígidas, de esta forma, estos cambios se pueden dar en un rango de procedimientos que son protegidos por las políticas de la organización.

2.2.1.2.1. La Máxima

En este tipo de formalización las reglas establecidas pueden tener una variación tanto en la rigidez; siendo que, la organización adopte nuevas normas, por lo cual, estas deben tener una serie de requisitos para que la empresa funcione de la mejor manera, por este modo las reglas tienen un peso importante dentro de toda organización.

2.2.1.2.2. La Mínima

En esta situación se han desarrollado ciertos procedimientos para una formalización más rígida, en la cual, el empresario debe utilizar ciertas herramientas como inspiración, para que la empresa pueda tener la formalización adecuada, siendo así, algunas empresas están en pleno extremo continuo de un punto medio de formalización.

Por lo general, ciertas reglas son establecidas gracias al rendimiento de la formalización y en algunas maneras técnicas que les pueden brindar ayuda a las empresas u organización. También, puedan tener presente las características, de acuerdo a las estrategias que utilizan, siendo así, que pueden ser una mayor ventaja en el mercado que se desenvuelven y para que pueda tener el cliente o consumidor una mejor manera de ver producto que ofrecen.

2.2.1.3. Ventajas de la Formalización

Ideas (2016) nos menciona una serie de ventajas

- Oportunidad para concursar para conseguir distribuidor.
- Experimentar con nuevos productos, para ingresar a nuevos mercados.
- Poder solicitar préstamos en distintas financieras de una manera formal
- Posibilidades de créditos a mininos intereses.
- Formaciones de tratos estratégicos con otras entidades.
- Gran capacidad estratégica.
- Tomar buenas decisiones en cuanto a las mejoras de las situaciones financieras
- Conocimientos de los estados financieros de la empresa.

- Establecer una sensación de conformidad con nuestros clientes.

Según Cabello (2015), menciono que el mundo de la MYPES estas reproduce un 98% en cuanto a un lienzo empresarial dentro del país, asimismo, el 74,3% son las que se centran en la informalidad. Siguiendo con los análisis realizado por la Dirección Nacional de la MYPE dicen que hay un 77% de MYPES que tiene una minoración de comercio cada año, de que se sobrepasan a una cantidad que son 13UIT, en la cual esto equivale S/. 42 000 al año, siendo que, es mucho menor que los categorías que están establecidas por la Ley N° 28015 de 150UIT al año para cada micro empresa.

2.2.1.4. Dimensiones estructurales de la formalización

En la afirmación según Cisneros, E. (2014), menciona que en las dimensiones estructurales de la formalidad influye mucho, como es:

- ✓ La comunicación
 - Utilización en cuanto a la manera como se comunican y de que forma la utilizan.
 - Es una herramienta que se utiliza para tener un buen desenvolvimiento en el trabajo.

- ✓ Sanciones y normas
 - Cantidad de los reglamentos y estrategias en común.
 - Restricciones en cuanto a la faltas de infección.
 - Sanciones cometidas serán informadas por escrito.

✓ Roles

- En cuantos a las tareas a realizar están establecidas por la organización.
- La falta de trabajo ocasiona bajas en las decisiones respecto a las actividades.

✓ Relaciones de autoridad

- Como está la jerarquía que le da la formalidad a la empresa.
- Se informa a la autoridad de las tareas realizadas a través de documentos.

✓ Procedimientos

- Los sistemas a utilizar por las empresas para educar a los trabajadores esta en relación con los nuevos implementos de las metas de la organización.
- Entrenar a los nuevos miembros para que así puedan descubrir sus habilidades, para la creación de las nuevas estrategias en cuanto al logro de la organización.

2.2.2. Competitividad

Según Ortiz (2018), nos menciona que la competitividad está calificada como la capacidad que cuentan o poseen las organizaciones, en el modo de cómo obtienen sus utilidades con relación a las competidoras, generando así una relación entre la importe del valor de los recursos y de los productos a ofrecer. Asimismo, se puede ver una serie de procedimientos en las diversas ventajas competitivas, involucrando las capacidades de innovación y la de tecnología.

La competitividad va de la mano con la formalización, ya que, si las MYPES no cuenta con una formalización correspondiente, pueda que su ventaja competitiva que tenía en el mercado tenga un declive, porque bien se sabe que si una empresa cuenta con una formalización respondiente la empresa tiene muchos beneficios, ya sea en el producto de calidad que ofrece ante las otras competidoras. En el mundo que estamos hoy en día, se sabe que existe mucha competencia porque estamos en el mundo de la innovación; siendo que, esto le puede ayudar a las empresas para surgir mucho más, en cuanto a los beneficios que le pueden brindar. Según Quispe (2016), afirma que las organizaciones perduran en el mercado y son triunfantes si estas son muy competitivas.

En otra opinión Riquelme (2016), manifiesta que la palabra competitividad es uno de los componentes muy empleados en el mundo empresarial, en las políticas y en cuanto a la economía en común. También esto se hace referido que la competitividad siempre se da en diferentes ámbitos que las organizaciones esperan alcanzar, para así poder conseguir los objetivos propuestos al momento de ofrecer el producto de calidad en el mercado.

2.2.2.1. Factores de la competitividad

Quispe (2016), afirma que en la actualidad las organizaciones deben tener presente la competitividad, siendo que, se deben tomar en cuenta ciertas características exclusivas que las hacen ser elegidas dentro de un grupo de organizaciones que se encuentran en las mismas actividades comerciales.

Algunos factores que indican el buen éxito en la parte competitiva en las MYPES, se tienen las siguientes:

➤ **Ventajas competitivas**

- En este factor se enfoca en lo que es competitividad de calidad, ya que, dependiendo de lo que ofrecen pueda tener una buena acogida por los clientes que demandan el producto, en la cual, estas utilizan sus habilidades que tienen para poder diferenciar el producto de las demás competidoras, generando ventajas para las organizaciones.

➤ **Innovación**

- La innovación es algo que se da en la totalidad en el mundo hoy en día, porque las empresas están utilizando esta herramienta a favor para sacar beneficios a la organización, en cuanto a la competitividad que tiene con otras competidoras, además, para que el producto que desea lanzar se de mejor calidad, teniendo así nuevos diseños a ofrecer, para logro de las metas propuestas y una mejor adaptación en el mercado.

➤ **Recursos tecnológicos**

- Hoy en día, las organizaciones deben contar con el recurso competitivo y necesario que toda empresa debe tener con relación a la tecnología adecuada, asimismo, puedan realizar sus objetivos propuestos, de tal modo, puedan adaptarse a las necesidades de los consumidores, examinando la mejor manera de hacer llegar el producto al cliente.

2.2.2.2. Cinco fuerzas de Porter

En la afirmación de Porter (2017) precisa en detalle las fuerzas de una ventaja competitiva en la cuales tenemos las siguientes:

➤ **Amenaza de entrada de nuevos productos**

Cuando el producto que la empresa ofrece le llega competencia, ya que esto hace que el primer producto que fue lanzado pueda que tenga una baja, ocasionando un declive en la rentabilidad y economía, siendo que, entre muchos más productos que le pueden generar mucha más competencia. En lo general algunas empresas usan estas ventajas que tiene para sacar beneficios de la oportunidades que se le presentan en el momento.

Factores que influyen en nuevos competidores:

- Habilidad para identificar
- Tener una buena economía
- Tener una buena
- Tener un capital para realizar una buena inversión
- Una buena capacidad para las oportunidades

➤ **Amenaza de posibles productos sustitutos**

Esto sucede cuando un nuevo producto sale al mercado, pero no es de la misma rama del producto que se ofrece, ya que, este producto es sustituto, siendo que satisface la misma necesidad que los productos originales y esto puede ocasionar ciertas

competencias, puesto que estos productos pueden encontrarse en un bajo precio de venta y teniendo la misma calidad.

Factores que influyen en productos sustitutos:

- Reservas en los productos en cuanto al producto sustituido.
- Costo de estos productos.
- Precio de cambios en los clientes.
- Diferencia ente de estos productos ofrecidos.

➤ **Poder de negociación de los proveedores**

Aquí en esta etapa el proveedor es uno de los más importantes, puesto que, el dueño de la empresa comienza a negociar el material para la elaboración del producto, de tal forma se pueda conseguir una materia prima de mejor calidad, es por ello, pueda abastecer el mercado, asimismo, si hay más proveedores puede que la capacidad de negociación sea mucho menor.

Factores que influyen en la negociación de los proveedores:

- Tener más proveedores
- Distinción de los materia prima
- Precios de cambios materiales
- Reserva para la producción

➤ **Poder de negociación de los clientes**

En esta etapa el empresario comienza a negociar con el cliente, además, el empresario usa ciertas estrategias para que el cliente pueda adquirir el producto y se vuelva un cliente fiel al producto que la empresa ofrece.

Factores de negociaciones de los clientes:

- Capacidad en la adquisición de los productos
- Adquirir cliente
- Necesidades que tienen los clientes
- Diferencias
- Diferencias de los productos

➤ **Rivalidad entre competidores existentes**

Porter (2017), afirma que esta etapa es la combinación entre las fuerzas anteriormente dichas, de tal manera que se refleja cómo la empresa asegura la posición en los mercados a causa de los niveles que existen en este mundo, puesto que se puedan sostenerse en este ambiente que se desenvuelven.

Factores que influyen en la rivalidad de competidores:

- Diferencias de sus productos.
- Diferencias de precios.
- Capacidad cambio.
- Pluralidad de competentes.
- Conjuntos de productores.

Principios de la competitividad de calidad (Quispe, 2016)

- Tener una buena acogida en el mercado.

- Tener una buena posición en el mercado.
- Tener un personal con las mejores habilidades y capacidades al momento de hacer el producto.
- Tener una mentalidad muy abierta a los negocios.
- Tener buenas inversiones y una capacitación adecuada.
- Contar con posiciones de exitosas.
- Tener un buen desarrollo en cuanto incorporando en un buen trabajo en conjunto a los colaboradores en innovaciones para el producto.

En cuanto a la competitividad existen diferentes aspectos que realmente en la actualidad se están viendo, puesto que, esta manera toda empresa o micro empresa lucha día a día para salir a delante, en cuanto a la calidad del producto que brindan al cliente, para que así el cliente o consumidor quede satisfecho con el servicio que le brindan estas entidades, del mismo modo, los consumidores puedan tener un ambiente más estable y de mayor confianza al momento de seleccionar el producto que les brindan, asimismo, toda empresa se está formalizando en como la manera de cómo atiende al consumidor.

III. Hipótesis

Según Hernández (2016) manifiesta de la investigaciones de los tipos descriptivos no pueden llevar hipótesis, ya que en estas investigaciones descriptivas determinan o calculan varios aspectos en distintos enfoques ya que al momento de hacer una investigación descriptiva no se están averiguando las causas siendo que se busca describir las características de esta dicha investigación, es así que por ser investigación de estudio de condición descriptiva no se define una hipótesis.

I.V Metodología

4.1 Diseño de la investigación

Tipo de investigación

Esta investigación es de un tipo descriptivo siendo que este busca mostrar ciertas características de los fenómenos sujetos a la población de estudio, según Hernández, Fernández & Baptista (2015) mencionaron que este tipo de investigación se concentra en la medición y examinación en aspectos y factores desde diferentes puntos, en cuanto a la dimensión de los fenómenos a indagar, por la cual se dan a conocer ciertas características de la situación del problema.

Nivel de investigación

El nivel de investigación que se ha utilizado es el nivel cuantitativo, porque se puede acceder a la realización de ciertos estudios estadísticos del recojo de información para la investigación, en cuanto a los ciertos antecedentes con una calculación numérica que sea encontrado. Hernández, (2016), sostiene que dicha investigación cuantitativa es una manera constante y de un supremo dominio en ciertas fases, asimismo, pueda ver un seguimiento de los elementos y características que se están estudiando.

Diseño de la investigación

Esta investigación tiene un diseño de investigación no experimental y de corte transversal. Según Mousalli-Kayat, (2015), menciona que las investigaciones no experimentales se observan ciertos fenómenos que sedan de manera natural y sin ninguna manipulación de las distintas variables, para luego examinar estos fenómenos, asimismo,

de corte transversal porque se da de manera ordenada y práctica, en la cual, las variables utilizadas son individuales, es por ello, que el recojo de la información se da en un solo momento y un tiempo determinado.

4.2 Población y Muestra

POBLACIÓN:

Esta población está integrada por los propietarios y trabajadores de las MYPES, en la cual tenemos cuatro (04) MYPES del rubro de restaurante, estas están ubicadas en el AA.HH la primavera primera etapa del distrito de castilla – Piura.

P1: La población para la variable Formalización se consideró una población finita conocida, puesto que la dimensiones: tipos de formalización y las dimensiones estructurales de la formalización están dirigidas hacia los dueños o propietarios de dichas MYPES.

P2: La población para la variable Competitividad se consideró una población finita conocida, es por ello que la dimensión factores y la dimensión de las cinco fuerzas de Porter van dirigidas a los trabajadores de estas MYPES.

NOMBRE DE LAS MYPES

	Nombre	Ruc	Dirección	Número de trabajadores
1	Restaurant Criollo La Casa de Elio	10028338452	Mz B4 Lote 12 calle los Geranios con Nogal, I Etapa (3,02) 051 La Primavera Castilla Piura	8
2	Restaurant Ashlye	10751316076	Mz D1 Lote 04 A.H La Primavera Castilla Piura	2
3	Restaurant El Manantial	10427871211	Mz E1 esterios 5, I Etapa La Primavera Catilla Piura	2
4	Restaurant El Sabor Chigniano	10455667181	Mz G1 Lote 04 primera etapa A.H La Primavera Castilla Piura	2
Total				14

Elaboración: propia

ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN

	POBLACIÓN	PORCENTAJE
DUENOS	4	20%
TRABAJADORES	14	80%
TOTAL	18	100%

Elaboración: propia

MUESTRA

Según Hernández, Fernández & Baptista (2015) afirmaron que “si la población es menor de 50 individuos, la población es igual a la muestra”, por la cual población de estas variables son finitas, por ello se conoce la población. Asimismo se establece la muestra para las variables de Formalización y Competitividad. Por la cual siendo que $N=n$, en donde:

- ✓ Variable Formalización $n = 4$
- ✓ Variable Competitividad: $n = 14$

4.3 Definición y operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional		Fuente	Metodología
		Dimensiones	Indicadores		
F O R M A L I Z A C I O N	<p>Requejo & Medina (2017), afirmaron ciertamente que la formalización utiliza algunas técnicas en las organizaciones, siendo que se puede ver cómo se establecen, en qué momento y quienes ejecutan las tareas; este tipo de técnicas son utilizadas naturalmente, cuento las empresas u organizaciones comienzan a crecer, por lo cual, esto podría ser por ciertas formas y requisitos que se le encuentren en este contexto, siendo que es un requisito que toda empresa debe tener, para así lograr ventajas que le pueden generar un logro a estas MYPES y al crecimiento adecuado en el rango en que se encuentre la formalización de dichas organizaciones.</p>	TIPOS	Máxima	Dueño o propietario	A través de una encuesta al dueño de la MYPE.
			Mínima		
		DIMENSIONES ESTRUCTURALES	Comunicación	Dueño o propietario	A través de una encuesta al dueño de la MYPE.
			Sanciones y normas		
			Roles		
			Relaciones de autoridad		
			Procedimiento		

C O M P E T I T I V I D A D	Riquelme (2016), manifiesta que la palabra competitividad es uno de los componentes muy empleados en el mundo empresarial, en las políticas y en cuanto a la economía en común. También esto se hace referido que la competitividad siempre se da en diferentes ámbitos que las organizaciones esperan alcanzar, para así poder conseguir los objetivos propuestos al momento de ofrecer el producto de calidad en el mercado.	FACTORES	Ventajas competitivas	Trabajadores	Encuesta y observación de desarrollo	
			Innovación			
			Recursos tecnológicos			
			CINCO FUERZAS DE PORTER	Amenaza de entrada de nuevos productos	Trabajadores	Encuesta y observación de desarrollo
				Amenaza de posibles productos sustitutos		
				Poder de negociación de los proveedores		
				Poder de negociación de los clientes		
				Rivalidad entre competidores existentes		
	Elaboración propia					

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se usó fue la encuesta, puesto que el instrumento utilizado para realizar este trabajo de investigación fue el cuestionario en distintos enfoques a los trabajadores y hasta los dueños de estas MYPE, para así obtener los datos que quería encontrar, es por ello que la encuesta contaba con preguntas que estaban prediseñadas en la causas enfocadas y establecidas, para lograr saber las opinión de distintos puntos de vistas que ayudarán en el transcurso de la investigación que se está realizando, para sí tener más claro y conciso en el desarrollo.

Por otro lado el cuestionario consta de 24 preguntas en total, divididas en 12 preguntas para la variable formalización que están dirigidas a los propietarios de estas MYPES, asimismo, 12 preguntas para la variable competitividad que están dirigidas a los trabajadores de dichas MYPES.

La encuesta aplicada se encontraban preguntas orientadas a las variables de la investigación que es la formalización y la competitividad, ya que se les aplicó a los trabajadores y a los dueños en cuanto a las micro empresa de estudio, en la cual pude observar varios puntos de estas situaciones de estas MYPES en cuanto a la calidad del servicio que brindan, y esto sirvió mucho para realizar una profundización de esta investigación en cuanto a la problemática encontrada.

4.5 Plan de análisis

Luego de haber recogido la información y los datos necesarios para realizar este trabajo de investigación, se identificarán cada aspecto que ayude a describir a cada variable en su punto de vista; siendo que, se utilizó un cuadro para definir de manera individual cada variable de estudio, identificando cada aspecto conveniente en esta investigación que ayudara a detallar el estudio, en la cual, se ha utilizado el programa de Microsoft Word 2013 y Microsoft Excel 2013, por lo que se pudo detallar cada variable en su exactitud.

4.6 Matriz de consistencia

Problemática	Título	Variables	Objetivo	Hipótesis	Metodología
¿Cuáles serían las características de formalización y competitividad en las MYPES. Rubro restaurantes del AAHH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018?	Caracterización de formalización y competitividad en las MYPES. Rubro restaurantes del AAHH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018.	Formalización	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar cómo está establecida la caracterización de la formalización y competitividad en las MYPES. Rubro restaurantes del AAHH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018.</p>	Según Hernández (2016) manifiesta de la investigaciones de los tipos descriptivos no pueden llevar hipótesis, ya que en estas investigaciones descriptivas determinan o calculan varios aspectos en distintos enfoques ya que al momento de hacer una investigación descriptiva no se están averiguando las causas siendo que se busca describir las características de esta dicha investigación, es así que por ser investigación de estudio de condición descriptiva no se define una hipótesis.	<p>Tipo de investigación: Descriptiva</p> <p>Nivel de investigación: Cuantitativo</p> <p>Diseño de la investigación: No experimental</p> <p>Población y nuestra: 4 MYPES que se encuentran en el AA.HH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla.</p>
		Competitividad	<p>Objetivos específicos:</p> <p>a) Describir los tipos de formalización que se dan en las MYPES. Rubro restaurantes del AAHH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018.</p> <p>b) Identificar cuáles serían las dimensiones estructurales que podría tener la formalización en las MYPES. Rubro de restaurantes del AAHH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018.</p> <p>c) Identificar los factores de competitividad de calidad que se dan en las MYPES. Rubro restaurantes del AAHH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018.</p> <p>d) Describir las cinco fuerzas de Porter de competitividad que se dan en la MYPES. Rubro restaurantes del AAHH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018.</p>		

Elaboración: propia

4.7. Principios éticos

En el proceso de la investigación para poder hacer la realización de las encuestas se tuvo el permiso por parte de los dueños de la MYPES, de sus trabajadores y de los propios clientes que consumen en esas MYPES de investigación, en esta ocasión se aplicó la encuesta estructurada anteriormente en cuestión a las variables que se están estudiando en esta línea de investigación dada en la cual se amplió con algunos conceptos de autores que sostienen y hablan sobre la formalización y competitividad de calidad en la cual fueron correctamente puestos como norma APA ya que estas opiniones son privadas y esto es con la finalidad de proteger la opinión del autor, siendo para así poder lograr un desarrollo de investigación más preciso en cuanto a la investigación indicada. Siendo que seque la información recogida no ha sido manipulada, es por ello que no se usaron recursos inmorales y no éticos para dicha investigación.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

5.1.1. VARIABLE FORMALIZACIÓN

TABLA 1

¿Tiene reglas establecidas en su restaurante?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
Elaboración: Propia

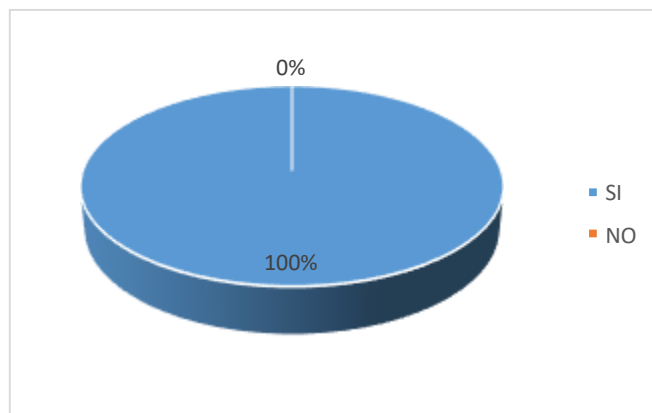


Figura 01: Grafico que representa la pregunta, ¿Tiene reglas establecidas en su restaurante?

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
Elaboración: Propia

- Tabla 1 y figura 1, se observa que del 100% de los propietarios encuestados, el 100% de ellos si tienen reglas establecidas en su restaurante.

TABLA
 ¿Cuenta con los requisitos para el funcionamiento del
 restaurante?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
 Elaboración: Propia

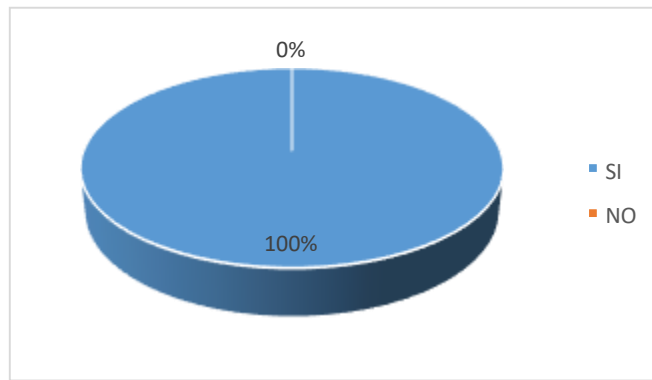


Figura 02: Grafico que representa la pregunta, ¿Cuenta con los
 requisitos para el funcionamiento del restaurante?
 Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
 Elaboración: Propia

- Tabla 2 y figura 2, se observa que del 100% de los propietarios encuestados, el 100% de ellos cuentan con los requisitos de funcionamiento.

TABLA
¿Cuenta el restaurante con procedimientos para una buena formalización?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
 Elaboración: Propia

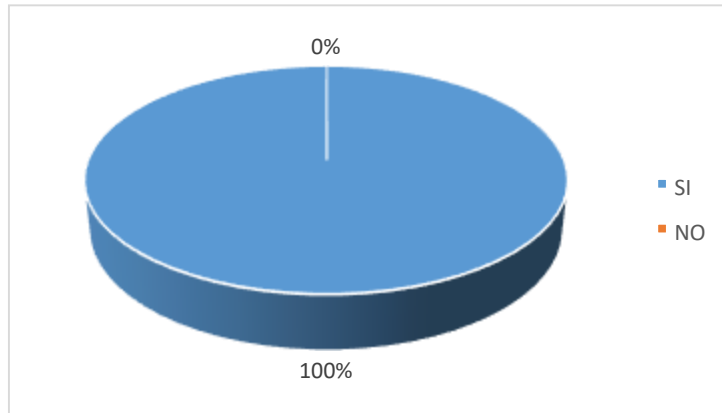


Figura 03: Grafico que representa la pregunta, ¿Cuenta el restaurante con procedimientos para una buena formalización?

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
 Elaboración: Propia

- Tabla 3 y figura 3, se observa que del 100% de los propietarios encuestados, el 100% de ellos cuentan con los procedimientos para una buena formalización.

TABLA
¿Utiliza herramientas para tener una formalización adecuada?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
Elaboración: Propia

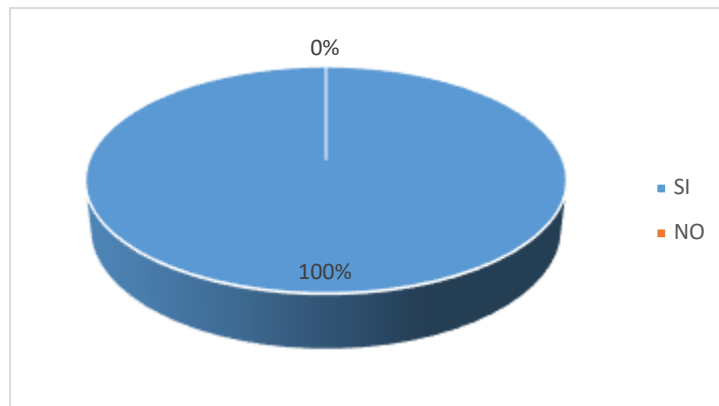


Figura 04: Grafico que representa la pregunta, ¿Utiliza herramientas para tener una formalización adecuada?
Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
Elaboración: Propia

- Tabla 4 y figura 4, se observa que del 100% de los propietarios encuestados, el 100% de ellos cuentan con herramientas para una formalización adecuada.

TABLA
¿Tiene buena comunicación con sus trabajadores?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
Elaboración: Propia

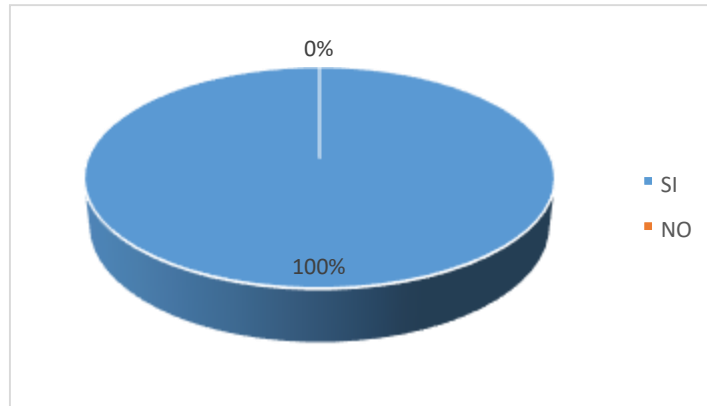


Figura 05: Grafico que representa la pregunta, ¿Tiene buena comunicación con sus trabajadores?

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
Elaboración: Propia

- Tabla 5 y figura 5, se observa que del 100% de los propietarios encuestados, el 100% de ellos cuentan con una buena comunicación con sus trabajadores.

TABLA

¿Utiliza procedimientos para una buena comunicación?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
 Elaboración: Propia

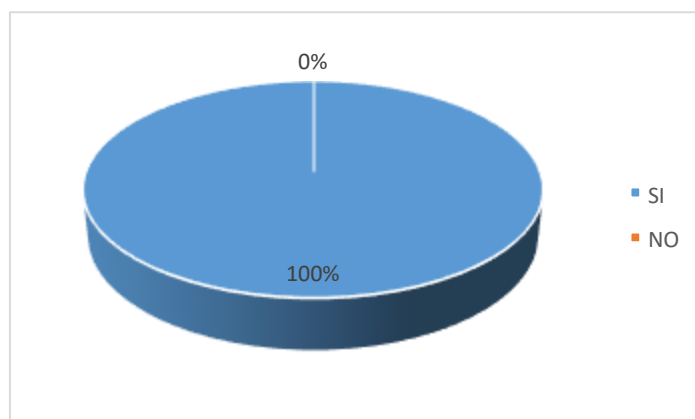


Figura 06: Grafico que representa la pregunta, ¿Utiliza procedimientos para una buena comunicación?
 Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
 Elaboración: Propia

- Tabla 6 y figura 6, se observa que del 100% de los propietarios encuestados, el 100% de ellos si utilizan procedimientos para una buena comunicación.

TABLA
¿Cuenta con número de reglas y planes escritos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
Elaboración: Propia

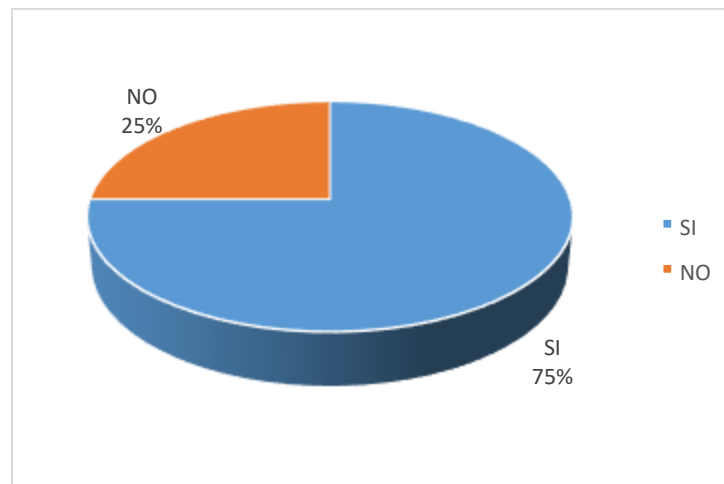


Figura 07: Gráfico que representa la pregunta, ¿Cuenta con número de reglas y planes escritos?

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
Elaboración: Propia

- Tabla 7 y figura 7, se observa que del 100% de los propietarios encuestados, el 25% si cuentan con un número de reglas y planes escritos y un 75% no cuenta con un número de reglas y planes escritos.

TABLA
¿Es claro el rol de cada miembro de la organización?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
Elaboración: Propia

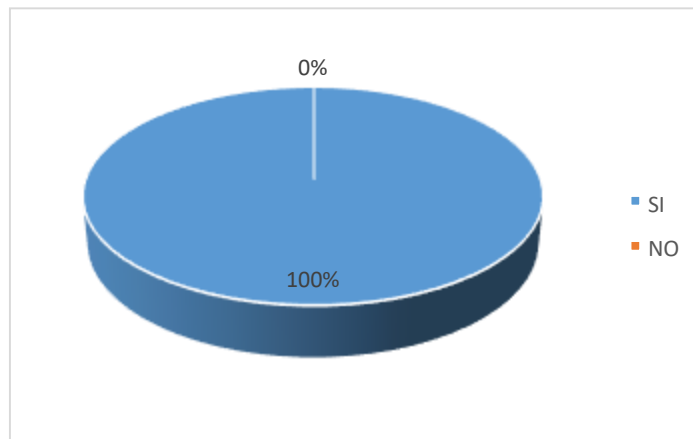


Figura 08: Grafico que representa la pregunta, ¿Es claro el rol de cada miembro de la organización?

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
Elaboración: Propia

- Tabla 8 y figura 8, se observa que del 100% de los propietarios encuestados, el 100% de ellos mencionaron que cada miembro tiene claro su rol dentro de la organización.

TABLA
 ¿Las decisiones que se toman en cuanto a las actividades son eficaces?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
 Elaboración: Propia

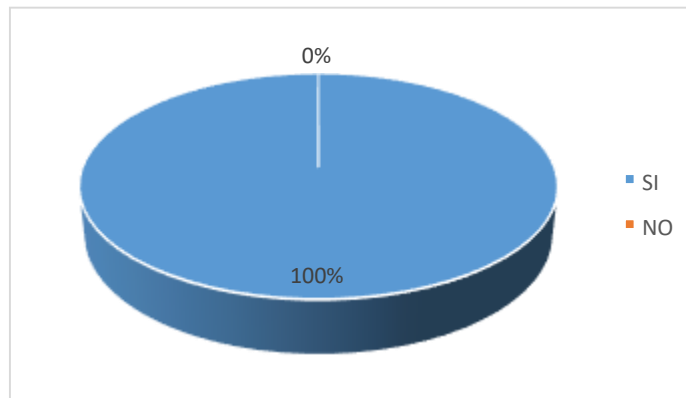


Figura 09: Grafico que representa la pregunta, ¿Las decisiones que se toman en cuanto a las actividades son eficaces?
 Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
 Elaboración: Propia

- Tabla 9 y figura 9, se observa que del 100% de los propietarios encuestados, el 100% de ellos mencionaron que las decisiones son eficaces para las actividades.

TABLA 54
 ¿Es clara la jerarquía de autoridad dentro de la organización?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
 Elaboración: Propia

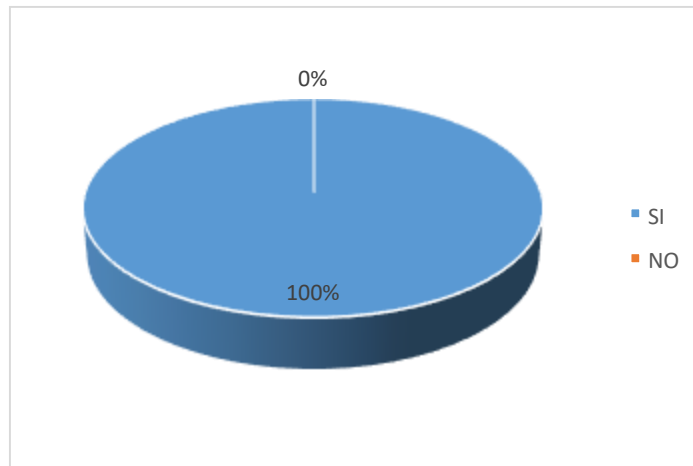


Figura 10: Grafico que representa la pregunta, ¿Es clara la jerarquía de autoridad dentro de la organización?
 Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
 Elaboración: Propia

- Tabla 10 y figura 10, se observa que del 100% de los propietarios encuestados, el 100% de ellos mencionaron que los miembros tenían en claro la jerarquía de autoridad.

TABLA 55
 ¿Ud. cuenta con los programas de orientación para nuevos miembros de la organización?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	1	25%
NO	3	75%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
 Elaboración: Propia

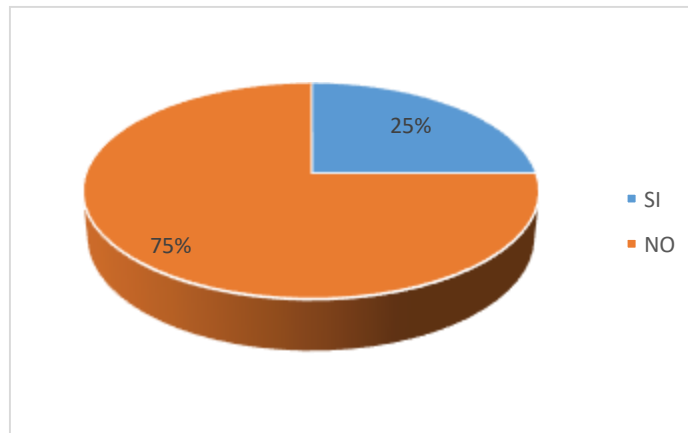


Figura 11: Grafico que representa la pregunta, ¿Ud. cuenta con los programas de orientación para nuevos miembros de la organización?

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios
 Elaboración: Propia

- Tabla 11 y figura 11, se observa que del 100% de los propietarios encuestados, el 25% de ellos mencionaron que si cuentan con los programas de orientación y el otro 75% no cuentan con estos programas.

TABLA 12

¿Ud. utiliza procesos para entrenar a los nuevos miembros de la organización?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	1	25%
NO	3	75%
TOTAL	4	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios

Elaboración: Propia

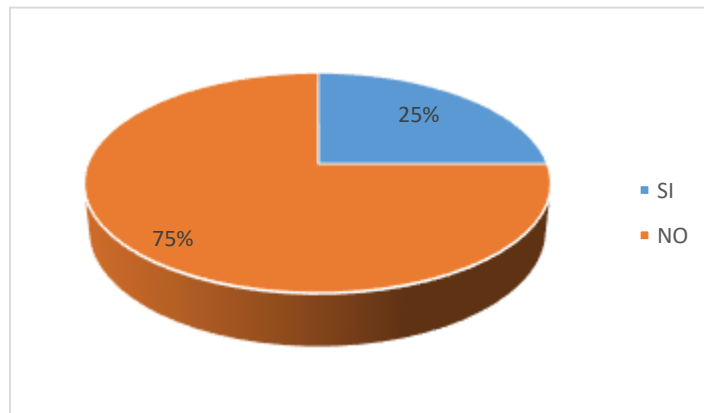


Figura 12: Grafico que representa la pregunta, ¿Ud. utiliza procesos para entrenar a los nuevos miembros de la organización?

Fuente: Cuestionario aplicado a Propietarios

Elaboración: Propia

- Tabla 12 y figura 12, se observa que del 100% de los propietarios encuestados, el 25% de ellos mencionaron que si cuentan con estos procesos para entrenar a los nuevos miembros y el otro 75% no cuentan con estos procesos.

5.1.2. VARIABLE COMPETITIVIDAD

TABLA 13
¿Tienen en cuenta los factores claves de las ventajas competitivas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	71.43%
NO	4	28.57%
TOTAL	14	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
Elaboración: Propia

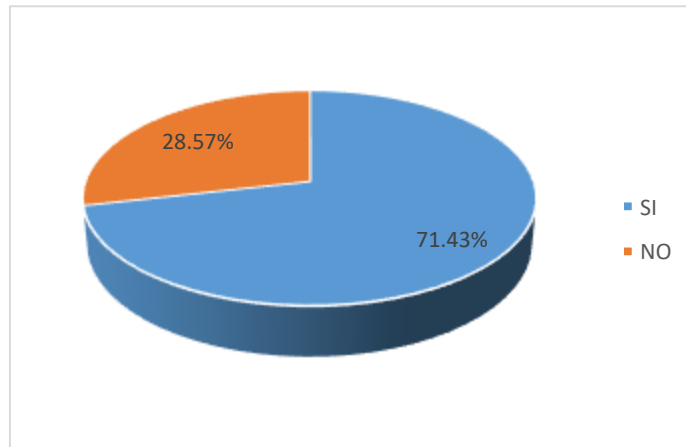


Figura 13: Gráfico que representa la pregunta, ¿Tienen en cuenta los factores claves de las ventajas competitivas?

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
Elaboración: Propia

- Tabla 13 y figura 13, se observa que del 100% de los trabajadores encuestados, el 71.43% de ellos mencionaron que si tiene en cuenta los factores claves de las ventajas competitivas y el 28.57% no tiene en cuentas estos factores.

TABLA 58
 ¿Cuenta la organización con estrategias competitivas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	92.86%
NO	1	7.14%
TOTAL	14	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

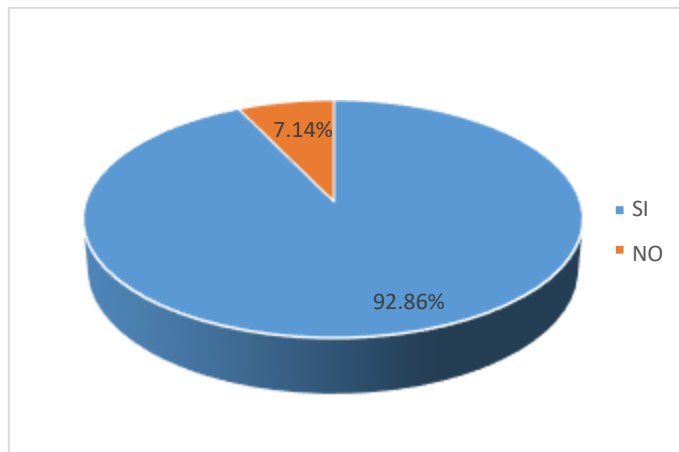


Figura 14: Grafico que representa la pregunta, ¿Cuenta la organización con estrategias competitivas?

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

- Tabla 14 y figura 14, se observa que del 100% de los trabajadores encuestados, el 92.86% de ellos mencionaron que la organización si cuenta con estrategias competitivas y el 7.14% dijeron que no cuenta con estrategias competitivas.

TABLA 59
¿Cuentan con estrategias de innovación en la organización?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	42.86%
NO	8	57.14%
TOTAL	14	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

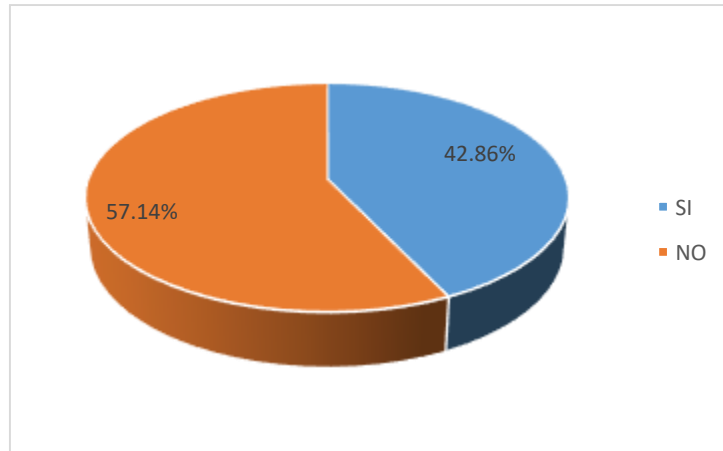


Figura 15: Grafico que representa la pregunta, ¿Cuentan con estrategias de innovación en la organización?
 Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

- Tabla 15 y figura 15, se observa que del 100% de los trabajadores encuestados, el 42.86% de ellos mencionaron que la organización si cuenta con estrategias de innovación y el 57.14% dijeron que no cuenta con estrategias de innovación.

TABLA 60
¿Cuentan con una tecnología adecuada para brindar un buen servicio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	50%
NO	7	50%
TOTAL	14	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

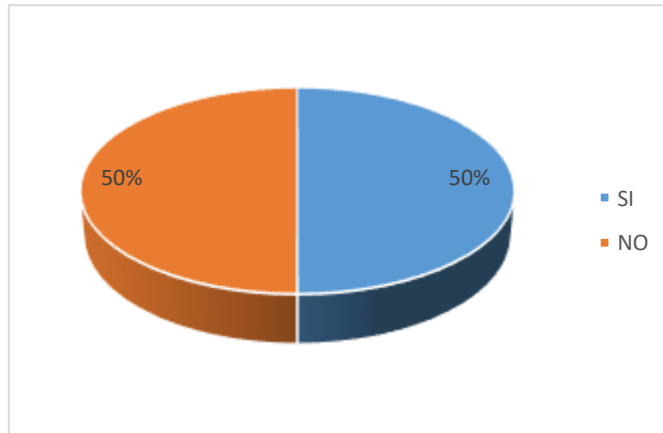


Figura 16: Grafico que representa la pregunta, ¿Cuentan con una tecnología adecuada para brindar un buen servicio?
 Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

- Tabla 16 y figura 16, se observa que del 100% de los trabajadores encuestados, el 50% de ellos mencionaron que si cuentan con la tecnología adecuada y el y el otro 50% dijeron que no cuentan con la tecnología adecuada.

TABLA 61
 ¿Utilizan medios tecnológicos para promocionar su producto?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	71.43%
NO	4	28.57%
TOTAL	14	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

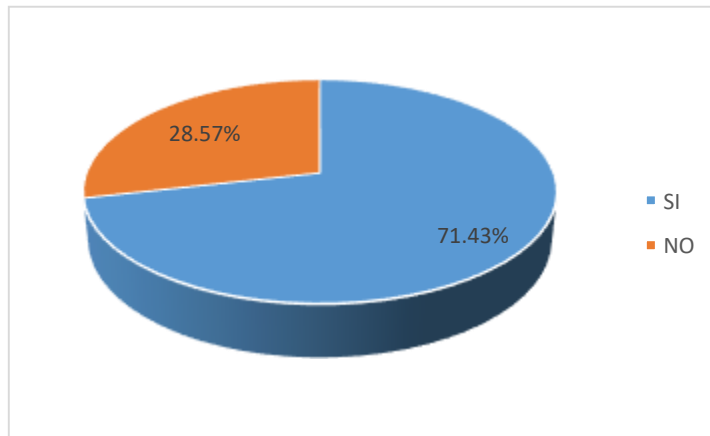


Figura 17: Grafico que representa la pregunta, ¿Utilizan medios tecnológicos para promocionar su producto?
 Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

- Tabla 17 y figura 17, se observa que del 100% de los trabajadores encuestados, el 71.43% de ellos mencionaron que si utilizan medios tecnológicos para promocionar sus productos y el 28.57% no utilizan medios tecnológicos para promocionar sus productos.

TABLA 62

¿Las labores que la empresa realiza ante una nueva competencia les traen resultados beneficiosos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	14.29%
NO	12	85.71%
TOTAL	14	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
Elaboración: Propia

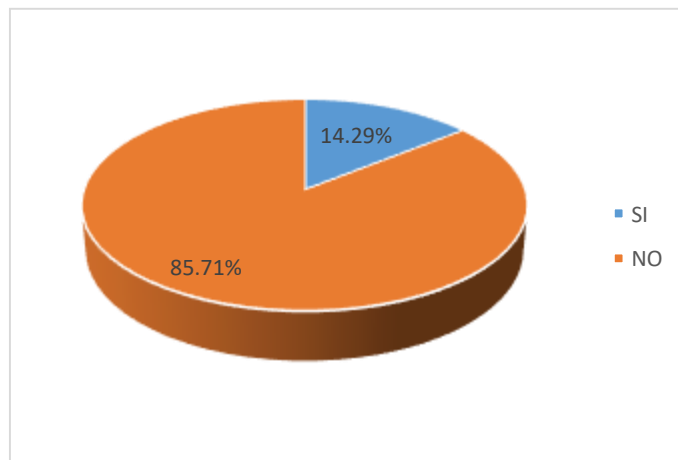


Figura 18: Grafico que representa la pregunta, ¿Las labores que la empresa realiza ante una nueva competencia les traen resultados beneficiosos?

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
Elaboración: Propia

- Tabla 18 y figura 18, se observa que del 100% de los trabajadores encuestados, el 14.29% de ellos mencionaron que si les traen resultados beneficiosos para la organización y el 85.71% dijeron que no les traen resultados beneficiosos para la organización.

TABLA 63
¿Tienen en cuenta que el producto que ofrecen tiene relación con el producto original?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	85.71%
NO	2	14.29%
TOTAL	14	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

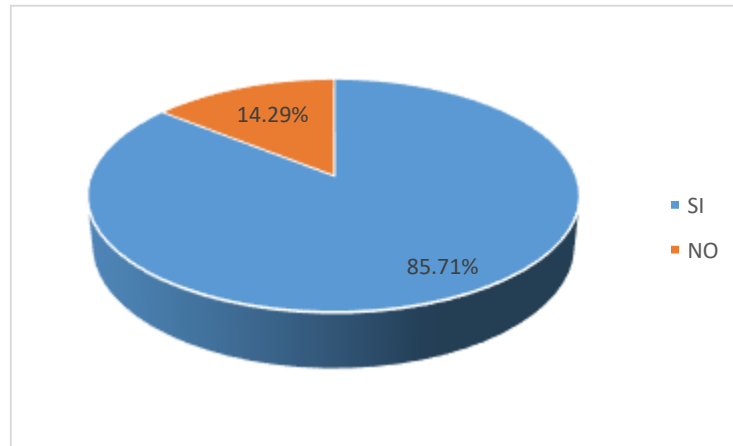


Figura 19: Grafico que representa la pregunta, ¿Tienen en cuenta que el producto que ofrecen tiene relación con el producto original?
 Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

- Tabla 19 y figura 19, se observa que del 100% de los trabajadores encuestados, el 85.71% de ellos mencionaron que si tiene relación con el producto original y el 14.29% dijeron que no.

TABLA 64

¿Considera que la asociación con los proveedores brinda un adecuado recurso productivo de mayor calidad para el cliente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	11	78.57%
NO	3	21.43%
TOTAL	14	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
Elaboración: Propia

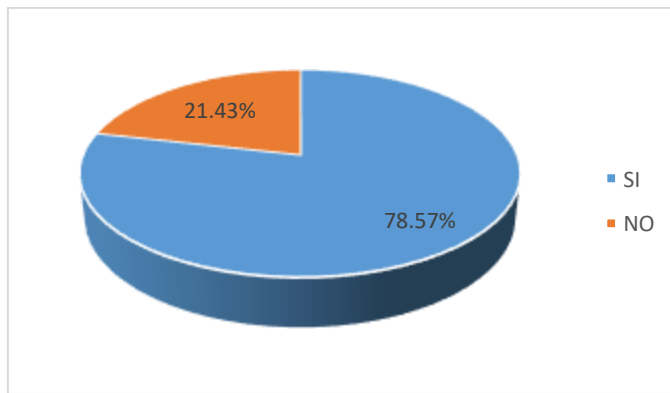


Figura 20: Grafico que representa la pregunta, ¿Considera que la asociación con los proveedores brinda un adecuado recurso productivo de mayor calidad para el cliente?

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
Elaboración: Propia

- Tabla 20 y figura 20, se observa que del 100% de los trabajadores encuestados, el 78.57% de ellos mencionaron que sí serían una ventaja la asociación con los proveedores y el otro 21.43% dijeron que no serían una ventaja la asociación con los proveedores.

TABLA 65
¿Tienen en cuenta las distintas estrategias en función a la sensibilidad de los precios?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	64.29%
NO	5	35.71%
TOTAL	14	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

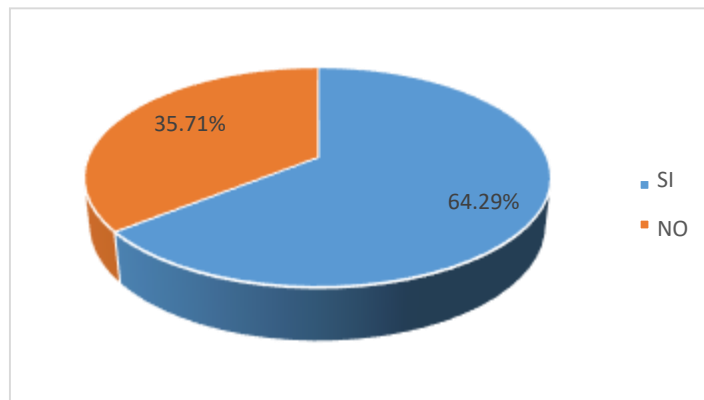


Figura 21: Grafico que representa la pregunta, ¿Tienen en cuenta las distintas estrategias en función a la sensibilidad de los precios?

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

- Tabla 21 y figura 21, se observa que del 100% de los trabajadores encuestados, el 64.29% de ellos mencionaron que sí tiene en cuenta las distintas estrategias en cuestión a los precios y el 35.71% dijeron que no tiene en cuenta las distintas estrategias en cuestión a los precios.

TABLA 66
 ¿La empresa cuenta con barreras de salida y entrada
 en el mercado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	28.57%
NO	10	71.43%
TOTAL	14	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

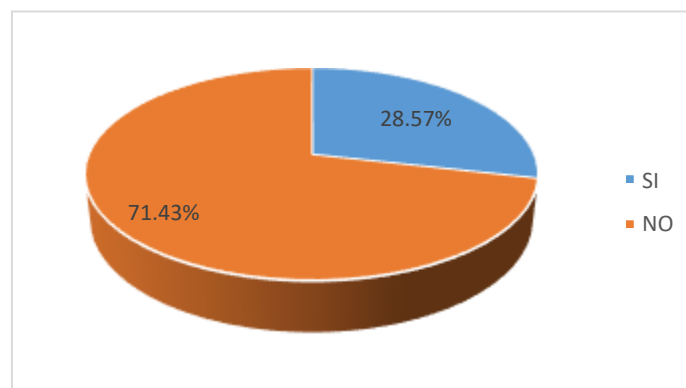


Figura 22: Grafico que representa la pregunta, ¿La empresa cuenta con barreras de salida y entrada en el mercado?
 Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

- Tabla 22 y figura 22, se observa que del 100% de los trabajadores encuestados, el 28.57% de ellos mencionaron que sí cuenta con barreras de salida y entrada y el 71.43% dijeron que no cuenta con barreras de salida y entrada.

TABLA 67
 ¿Los productos que ofrece la empresa tienen
 acogida en los clientes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	100%
NO	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

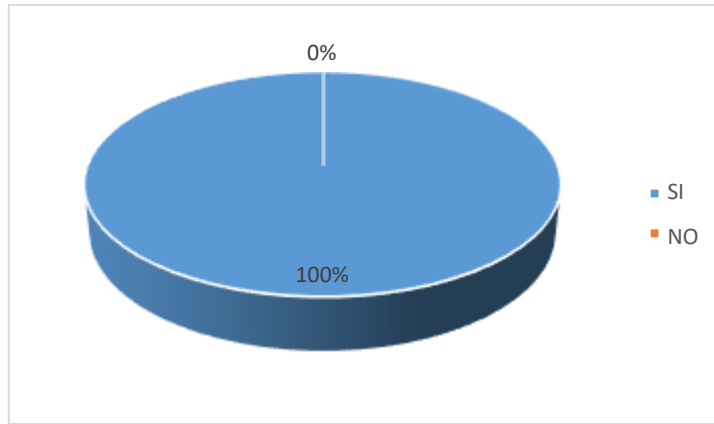


Figura 23: Grafico que representa la pregunta, ¿Los productos que ofrece la empresa tienen acogida en los clientes?

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

- Tabla 23 y figura 23, se observa que del 100% de los trabajadores encuestados, el 100% de ellos mencionaron que los clientes si tienen acogida por el producto que ofrecen.

TABLA 68
¿La empresa utiliza estrategias para generar una ventaja ante las empresas ya existentes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	71.43%
NO	4	28.57%
TOTAL	14	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

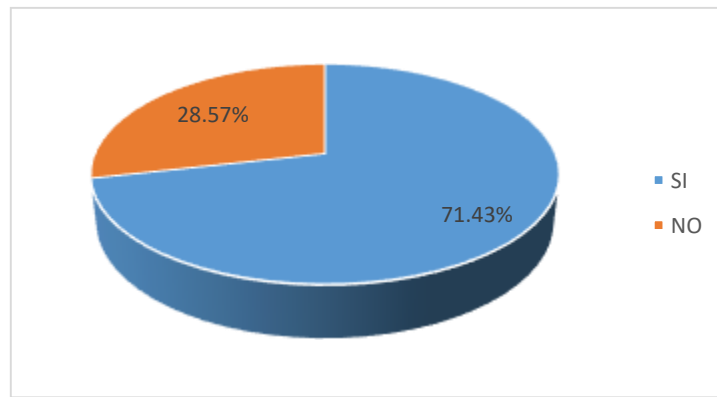


Figura 24: Gráfico que representa la pregunta, ¿La empresa utiliza estrategias para generar una ventaja ante las empresas ya existentes?

Fuente: Cuestionario aplicado a Trabajadores
 Elaboración: Propia

- Tabla 24 y figura 24, se observa que del 100% de los trabajadores encuestados, el 71.43% de ellos mencionaron que si utilizan estrategias para generar una ventaja y el 28.57% no tienen en cuenta la utilización de estrategias para generar ventajas.

5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.2.1. Objetivo específico 1: Describir los tipos de formalización que se dan en las MYPES. Rubro restaurantes del AA.HH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018.

En la tabla 1 y figura 1 que esta denominada: ¿Tiene reglas establecidas en su restaurante?, se observó que el 100% de los encuestados, si tiene reglas establecidas dentro del restaurante. Esto es cercano con **Mellado, Orcotoma & Rozas (2017)** mencionan que es fundamental la implementación de principios que rijan el comportamiento, sistema operativo entre otros, y estos principios son la visión, misión, valores, MOF, etc. que sirvan de guía y sean fundamentales en la productividad y calidad en el servicio y los productos que se ofrecen al cliente. Asimismo, Quispe (2016) nos menciona que la formalización máxima son reglas establecidas pueden tener una variación tanto en la rigidez; siendo que, la organización adopte nuevas normas.

En la tabla 2 y figura 2 que esta denominada: ¿Cuenta con los requisitos para el funcionamiento del restaurante?, se observó que el 100% de los encuestados, si cuentan con los requisitos de funcionamiento del restaurante. Esto es coincidente con **Amorin (2016)** donde señala que la en su mayoría de las empresas en estudio cuenta con licencia de funcionamiento estando registrada como persona natural, permaneciendo la minoría en el Régimen Único Simple (RUS), el cual emite boleta de venta. Además, **Quispe (2016)**, nos dice que estas deben tener una serie de requisitos para que la empresa funcione de la mejor manera, por este modo las reglas tienen un peso importante dentro de toda organización.

La tabla 3 y figura 3 que esta denominada: ¿Cuenta el restaurante con procedimientos para una buena formalización?, se observó que el 100% de los encuestados, si cuenta con procedimientos para una adecuada formalización. Esto es cercano con **Barbeito (2019)**, la mayoría relativa de los representantes conocen las formas de organización empresarial, asimismo la totalidad de MYPES cuentan con la inscripción correspondiente en el Registro único del Contribuyente de la SUNAT, del cual la mayoría relativa eligió el tipo de régimen al que se acogerá después de haber sido informado de los regímenes existentes y el tipo de renta que generará su negocio. Por otro lado, **Quispe (2016)**, menciona que se han desarrollado ciertos procedimientos para una formalización más rígida.

La tabla 4 y la figura 4 que esta denominada ¿Utiliza herramientas para tener una formalización adecuada?, se observó que el 100% de los encuestados, si utilizan herramientas para una adecuada formalización. Por la cual es cercano con **Heredia &Quintero (2014)**, quienes concluyeron que se destaca el nivel alto la operación logística, gestión financiera y administrativa en razón de ser las variables principales para la administración de un restaurante, seguido por la implementación de herramientas tecnológicas que se encuentra en un nivel medio, mientras que el desarrollo de prácticas de gestión humana y mercadeo son las variables con mayores oportunidades de mejoramiento, ubicándose en un nivel de formalización bajo. Además, **Quispe (2016)**, que el empresario debe utilizar ciertas herramientas con inspiración, para que la empresa pueda tener la formalización adecuada, siendo así, algunas empresas están en pleno extremo continuo de un punto medio de formalización.

5.2.2. Objetivo específico 2: Identificar cuáles serían las dimensiones estructurales que podría tener la formalización en las MYPES. Rubro de restaurantes del AA.HH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018.

La tabla 5 y la figura 5 que esta denominado: ¿Tiene buena comunicación con sus trabajadores?, se observó que el 100% de los encuestados, mencionaron que si cuentan con una buena comunicación con los trabajadores. Discrepante con **Barbeito (2019)** donde dice la mayoría relativa de las MYPES tienen trabajadores que no son sujetos al régimen de la actividad privada, por ende, no cuentan con el seguro social EsSalud u otro, pero en la totalidad de las MYPES los trabajadores cuentan con el carnet de sanidad correspondiente. Además, **Cisneros (2014)**, menciona que la comunicación es la utilización en cuanto a la manera como se comunican y de que forma la utilizan.

Tabla 6 y figura 6 que esta denominada: ¿Utiliza procedimientos para una buena comunicación?, se observa que del 100% de los encuestados, si utilizan procedimientos para una buena comunicación. Es cercano con **Chamba (2015)**, concluye que debería darse más importancia e invertir en la capacitación ya que mejora el nivel de estas empresas y generaría mayores ingresos, lo que también repercute en la sociedad porque tendríamos personal capacitado y calificado para desarrollar sus funciones, por ende, recurso humano más eficiente. Además, **Cisneros (2014)**, La comunicación es una herramienta que se utiliza para tener un buen desenvolvimiento en el trabajo.

Tabla 7 y figura 7 que esta denominada: ¿Cuenta con número de reglas y planes escritos?, se observa que el 75% de los encuestados, si cuentan con un número de reglas y planes escritos. Esto es cercano con **Mellado, Orcotoma & Rozas (2017)** mencionan

que es fundamental la implementación de principios que rijan el comportamiento, sistema operativo entre otros, y estos principios son la visión, misión, valores, MOF, etc. que sirvan de guía y sean fundamentales en la productividad y calidad en el servicio y los productos que se ofrecen al cliente. Por otra parte, **Cisneros (2014)**, menciona que las organizaciones cuentan con cantidad de reglamentos y estrategias en común y restricciones en cuanto a las faltas de infección.

La tabla 8 y la figura 8 que esta denominada: ¿Es claro el rol de cada miembro de la organización?, donde se observó que el 100% de los encuestados mencionaron que el rol de cada miembro está bien definido. Es coincidente con **Mellado, Orcotoma & Rozas (2017)** donde dicen que es fundamental la implementación de principios que rijan el comportamiento, sistema operativo entre otros, y estos principios son la visión, misión, valores, MOF, etc. que sirvan de guía y sean fundamentales en la productividad y calidad en el servicio y los productos que se ofrecen al cliente. Por otro lado, **Requejo & Medina (2017)**, afirmaron ciertamente que la formalización utiliza algunas técnicas en las organizaciones, siendo que se puede ver cómo se establecen, en qué momento y quienes ejecutan las tareas

La tabla 9 y el grafico 9 que esta denominada: ¿Las decisiones que se toman en cuanto a las actividades son eficaces?, se observó que el 100% de los encuestados, mencionaron que las decisiones tomas dentro de la organización son eficaces para el restaurante. Esto es cercano con **Peña (2015)** donde nos menciona que los beneficios que le trae la Formalización a las MYPE, rubro restaurantes son obtención de créditos y

nuevos clientes. **Cisneros (2014)**, menciona que la falta de trabajo ocasiona bajas en las decisiones respecto a las actividades.

La tabla 10 y el gráfico 10 que esta denominada ¿Es clara la jerarquía de autoridad dentro de la organización?, se observó que el 100% de los encuestados dijeron que sus trabajadores si tienen en cuenta y tienen en claro la jerarquía de autoridad. Esto es cercano con lo que dijeron **Mellado, Orcotoma & Rozas (2017)** donde mencionan que es fundamental la implementación de principios que rijan el comportamiento, sistema operativo entre otros, y estos principios son la visión, misión, valores, MOF, etc. que sirvan de guía y sean fundamentales en la productividad y calidad en el servicio y los productos que se ofrecen al cliente. **Cisneros (2014)**, menciona que se le informa a la autoridad de las tareas realizadas a través de documentos.

Tabla 11 y figura 11 que esta denominada: ¿Ud. cuenta con los programas de orientación para nuevos miembros de la organización?, se observa que el 75% no cuentan con estos programas de orientación para los nuevos miembros. Es discrepante con **Chamba (2015)**, concluye que debería darse más importancia e invertir en la capacitación, ya que mejora el nivel de estas empresas y generaría mayores ingresos, lo que también repercute en la sociedad porque tendríamos personal capacitado y calificado para desarrollar sus funciones, por ende, recurso humano más eficiente. **Cisneros (2014)** menciona que son los sistemas a utilizar por las empresas para educar a los trabajadores está en relación con los nuevos implementos de las metas de la organización.

Tabla 12 y figura 12 que esta denominada: ¿Ud. utiliza procesos para entrenar a los nuevos miembros de la organización?, se observa que el 75% no cuentan con estos

procesos para entrenar a los nuevos miembros. Esto es distinto con **Cepeda (2018)**, quien concluye que el tema de la educación, según la Organización Internacional de Trabajo la mayor parte de quienes pertenecen al sector informal, son aquellas quienes poseen una educación básica mínima, lo cual genera dependencia de terceras personas para realizar trámites formales, generando así costos extras, donde algunos deciden seguir perteneciendo al sector informal. Además, **Cisneros (2014)**, nos menciona que entrenar a los nuevos miembros podría generar que así puedan descubrir sus habilidades para la creación de las nuevas estrategias, en cuanto al logro de la organización.

5.2.3. Objetivo específico 3: Identificar los factores de competitividad que se dan en las MYPES. Rubro restaurantes del AA.HH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018.

La tabla 13 y la figura 13 que esta denominada: ¿Tienen en cuenta los factores claves de las ventajas competitivas?, se observó que el 71.43% de los encuestados, mencionaron que el restaurante si tienen en cuenta los factores abarcan las ventajas competitivas. Esto es cercano con **Correa (2018)** quien concluyo que la mayoría de las MYPE cuenta con las siguientes ventajas competitivas: buena ubicación, precios diferenciados, buena imagen, la atención al cliente, se enfocan a un solo segmento del mercado, y buscan fidelizar a sus clientes frecuentes. Además, **Ortiz (2018)**, nos menciona que la competitividad está calificada como la capacidad que cuentan o poseen las organizaciones, en el modo de cómo obtienen sus utilidades con relación a las competidoras.

La tabla 14 y la figura 14 la cual esta denominada: ¿Cuenta la organización con estrategias competitivas?, se observó que el 92.86% de los encuestados, mencionaron que la organización si cuenta con estrategias competitivas, y es coincidente con **Villegas, (2016)** quien concluye que en las Estrategias Competitivas que utilizó fue: Diferenciación (la marca, el prestigio, el clima, la imagen y la infraestructura), enfoque y alta segmentación combinadas con desarrollo de servicio y diversificación. **Quispe (2016)**, nos menciona que las ventajas competitivas es un factor que se enfoca en lo que es competitividad de calidad, ya que, dependiendo de lo que ofrecen pueda tener una buena acogida por los clientes que demandan el producto, en la cual, estas utilizan sus habilidades que tienen para poder diferenciar el producto de las demás competidoras, generando ventajas para las organizaciones.

Tabla 15 y figura 15 la cual esta denominada: ¿Cuentan con estrategias de innovación en la organización?, se observa que el 57.14% dijeron que la organización no cuenta con estrategias de innovación. Es discrepante con **Ramírez (2018)**, Concluye que la competitividad entre los factores predominantes se tiene los procesos productivos, el constante aprendizaje, y las estrategias de diferenciación se aplican los costos del producto, la respuesta rápida al cliente y la responsabilidad social ambiental. Asimismo, **Quispe (2016)**, nos menciona que la innovación es algo que se da en la totalidad en el mundo hoy en día, porque las empresas se están utilizando esta herramienta a factor para sacar beneficios a la organización, en cuanto a la competitividad que tiene con otras competidoras, además para que el producto que desea lanzar se de mejor calidad, teniendo

así nuevos diseños a ofrecer, para logro de las metas propuestas y una mejor adaptación en el mercado.

Tabla 16 y figura 16 que esta denominada: ¿Cuentan con una tecnología adecuada para brindar un buen servicio?, se observa que el 50% de los encuestados, mencionaron que si cuentan con la tecnología adecuada. Esto es cercano con **Zúñiga, Flores & Vega, (2016)**, concluye que los factores de la competitividad están relacionados con la tecnología exitosa tanto en lo interno y en lo externo a las ofertas productivas. **Quispe (2016)**, menciona que hoy en día, las organizaciones deben contar con el recuso competitivo y necesario que toda empresa debe tener con relación a la tecnología adecuada, para poder realizar sus objetivos propuestos, para así poderse adaptar a las necesidades de los consumidores, examinando la mejor manera de hacer llegar el producto al cliente.

La tabla 17 y el grafico 17 que esta denominada: ¿Utilizan medios tecnológicos para promocionar su producto?, se observó que 71.43% de los encuestados, dijeron que si utilizan la tecnología como un medio para promocionar el restaurante. Esto es cercano con **Gómez, (2016)**, concluye que la importancia de definir una estrategia encaminada hacia el logro de la visión organizacional, la misma permite encaminar el negocio de la mejor manera y a su vez, hacer frente ante las fuerzas competitivas que el mercado expone a diario en cuanto a la tecnología; es por ello que una estrategia se lleva a cabo de forma exitosa si es que una organización genera una ventaja competitiva que no sea fácil de alcanzar por la competencia.

5.2.4. Objetivo Especifico 4: Describir las cinco fuerzas de Porter de competitividad que se dan en la MYPES. Rubro restaurantes del AA.HH La Primavera primera etapa del Distrito de Castilla – Piura, 2018.

Tabla 18 y figura 18 que esta denominada: ¿Las labores que la empresa realiza ante una nueva competencia les traen resultados beneficiosos?, se observa que el 85.71% dijeron que no les traen resultados beneficiosos para la organización. Es diferente con **Otazu, (2018)**, concluye que con una coincidencia en un 39% el servicio prestado es bueno y poco el 67% de los clientes indicaron que las MYPE no ofrece servicio alguno que la competencia. Es por ello que un 72% dijeron que el producto adquirido no es mejor que el de la competencia y en un 56% manifestaron que los precios no son accesibles. Asimismo, **Porter (2017)**, nos menciona que en lo general algunas empresas usan estas ventajas que tiene para sacar beneficios de la oportunidad que se le presentan en el momento.

La tabla 19 y la figura 19 que esta denominado: ¿Tienen en cuenta que el producto que ofrecen tiene relación con el producto original?, donde se observó que el 85.71% de los encuestados, mencionaron que, si tenían en cuenta ese punto cuando se dirigían hacia los clientes y es cercano con **Gómez, (2016)**, quien concluye que la importancia de definir una estrategia encaminada hacia el logro de la visión organizacional, la misma permite encaminar el negocio de la mejor manera y a su vez, hacer frente ante las fuerzas competitivas que el mercado expone a diario en cuanto a la tecnología. Es por ello que una estrategia se lleva a cabo de forma exitosa si es que una organización genera una

ventaja competitiva que no sea fácil de alcanzar por la competencia. Por otro lado, **Porter (2017)**, nos menciona que esto sucede cuando un nuevo producto sale al mercado, pero no es de la misma rama del producto que se ofrece, ya que, este producto es sustituto, siendo que satisface la misma necesidad que los productos originales y esto puede ocasionar ciertas competencias, puesto que estos productos pueden encontrarse en un bajo precio de venta y teniendo la misma calidad.

La tabla 20 y la figura 20 que esta denominada: ¿Considera que la asociación con los proveedores brinda un adecuado recurso productivo de mayor calidad para el cliente?, se observó que el 78.57% de los encuestados, mencionaron que el restaurante si tenía en cuenta a sus proveedores para que les puedan brindar una materia prima de calidad, y esto es cercano a **Ramírez (2018)** quien concluye que la competitividad entre los factores predominantes se tiene los procesos productivos, el constante aprendizaje, y las estrategias de diferenciación se aplican los costos del producto, la respuesta rápida al cliente y la responsabilidad social ambiental. Además, **Porter (2017)**, menciona que el proveedor es uno de los más importantes, puesto que, el dueño de la empresa comienza a negociar el material para la elaboración del producto, de tal forma se pueda conseguir una materia prima de mejor calidad, es por ello, pueda abastecer el mercado, asimismo, si hay más proveedores puede que la capacidad de negociación sea mucho menor.

Tabla 21 y figura 21 que esta denominada: ¿Tienen en cuenta las distintas estrategias en función a la sensibilidad de los precios?, se observa que el 64.29% de los encuestados, mencionaron que sí tiene en cuenta las distintas estrategias en cuestión a los precios. Es cercano con **Otazu, (2018)**, quien concluye que con una coincidencia en un 39% el servicio prestado es bueno y poco el 67% de los clientes indicaron que las MYPE

no ofrece servicio alguno que la competencia. Es por ello que un 72% indicaron que el producto adquirido no es mejor que el de la competencia y en un 56% manifestaron que los precios no son accesibles. Asimismo, **Porter (2017)**, nos menciona que el empresario comienza a negociar con el cliente, además, el empresario usa ciertas estrategias para que el cliente pueda adquirir el producto y se vuelva un cliente fiel al producto que la empresa ofrece.

Tabla 22 y figura 22 que esta denominada: ¿La empresa cuenta con barreras de salida y entrada en el mercado?, se observa que el 71.43% dijeron que no cuenta con barreras de salida y entrada. Esto es cercano a **Correa (2018)** que menciona que la mayoría de las MYPE cuenta con las siguientes ventajas competitivas: buena ubicación, precios diferenciados, buena imagen, la atención al cliente, se enfocan a un solo segmento del mercado, y buscan fidelizar a sus clientes frecuentes. Por otro lado, **Quispe (2016)**, afirma que las organizaciones perduran en el mercado y son triunfantes si estas son muy competitivas.

La tabla 23 y la figura 23 que esta denominada: ¿Los productos que ofrece la empresa tienen acogida en los clientes?, se observó que el 100% de los trabajadores encuestados dijeron que si tenían acogida por parte de los clientes que asistían al restaurante. Esto es discrepante con **Otazu, (2018)** quien concluye que con una coincidencia en un 39% el servicio prestado es bueno y poco el 67% de los clientes indicaron que las MYPE no ofrece servicio alguno que la competencia. Es por ello que un 72% indicaron que el producto adquirido no es mejor que el de la competencia y en un 56% manifestaron que los precios no son accesibles. Por otro lado, **Ortiz (2018)**, nos

menciona que la competitividad está calificada como la capacidad que cuentan o poseen las organizaciones, en el modo de cómo obtienen sus utilidades con relación a las competidoras.

Tabla 24 y figura 24 que esta denominada: ¿La empresa utiliza estrategias para generar una ventaja ante las empresas ya existentes?, se observa que el 71.43% de encuestados, mencionaron que si utilizan estrategias para generar una ventaja. Es coincidente con **Villegas, (2016)** quien concluyo que las Estrategias Competitivas que se utiliza fue: Diferenciación (la marca, el prestigio, el clima, la imagen y la infraestructura), enfoque y alta segmentación combinadas con desarrollo de servicio y diversificación; esta última aplicada parcialmente. Por otra parte, **Porter (2017)** menciona que las empresas aseguran la posición en los mercados a causa de los niveles que existen en el mundo en cuanto diferencias de sus productos, diferencias de precios y capacidad cambio.

VI. CONCLUSIONES

- Del total de las MYPES del rubro restaurantes, la gran mayoría aplican los tipos de formalización en donde se hablan de la máxima y de la mínima, siendo así que los representantes de las MYPES tienen reglas establecidas dentro de los restaurantes y tienen en cuenta los requerimientos para el funcionamiento del restaurante, asimismo, toman en cuenta los procedimientos y las herramientas para una formalización adecuada.
- En las dimensiones estructurales de la formalización, los representantes utilizan la comunicación como una herramienta para poder dialogar con sus trabajadores, utilizando un proceso para comunicarse, asimismo, los trabajadores tienen en cuenta el rol que desempeñan dentro del restaurante dejando en claro la jerarquía de autoridad.
- Con respecto a los factores de competitividad los restaurantes tienen en cuenta estos factores que se encuentran dentro de las ventajas competitivas, asimismo, estas cuentan con estrategias competitivas dentro de la organización, creando así valor al producto y servicio que estas brindan a través de las redes sociales en cuestión a las publicidades.
- Con relación a las cinco fuerzas de Porter según los datos arrojados por la encuesta se puede decir que los restaurantes de esta zona, tienen en cuenta una asociación con los proveedores; ya que les brindan una materia prima de mejor calidad, teniendo así una acogida desde un punto medio por parte del cliente, por el aprecio que estos

sitios les brindan al momento de ofrecer el producto y el servicio, logrando así una ventaja para el beneficio de las organizaciones.

RECOMENDACIONES

- Los negocios siempre deben de tener en cuenta que sus trabajadores cumplan con las reglas que están establecidas en el restaurante, para que así no pueda ver un desequilibrio dentro de la organización.
- Deben tener siempre presente el uso de herramientas para una adecuada comunicación, es por ello que deben contar con planes y reglas escritas para que así los colaboradores tengan noción de cuál es la misión de la organización, en la cual deben contar con programas de orientación para los nuevos miembros de la organización teniendo en cuenta las herramientas y los procesos para la implementación del programa.
- Para tener una competitividad adecuada se deben tener en cuenta las diversas ideas de innovación del producto que ofrecen, utilizando el uso de herramientas que les pueden ayudar para dicha innovación del producto o servicio que brindan para que pueda traer beneficio para la organización.
- Para lograr tener una acogida se deben tomar en cuenta el producto y servicio que le brindan a los clientes y mejorando así las diferentes formas y procesos para sobre salir de las demás competidoras.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Abanto, C. (2016). CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS - RUBRO RESTAURANTES DE LA AVENIDA ARGENTINA DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, AÑO 2015. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/475/MICROEMPRESAS_FORMALIZACION_ABANTO_%20MEGO_%20CINDY%20_FIORELLA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Amorin, L. (2016). LA FORMALIZACIÓN Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO -RUBRO RESTAURANTES, DEL CASCO URBANO DE VILLA RICA, DISTRITO DE VILLA RICA, PROVINCIA DE OXAPAMPA, DEPARTAMENTO DE PASCO, PERÍODO 2015. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de Lima. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1800/FORMALIZACION_FINANCIAMIENTO_AMORIN_PEREZ_LUCIA_GIMENA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Barbeito, M. (2019). CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS – RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE HUARAZ, 2016. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de Huaraz. Recuperado de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10493/FORMALIZACION_PERSONA_NATURAL_BARBEITO_CERPA_MILAGROS.pdf?sequence=1

Carrasco, M. (2015). Caracterización del financiamiento y productividad de las MYPE, rubro restaurantes en la Ciudad de Piura, año 2012”. Realizado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038988>

Cepeda, M. (2018). *Factores que impiden la formalización y desarrollo del sector productivo en el Ecuador período 2012 –2016*. Universidad de Guayaquil – Ecuador. Recuperado de:

[http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28427/1/Titulaci% c3% b3n- Miguel% 20Cepeda.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28427/1/Titulaci%c3%b3n-Miguel%20Cepeda.pdf)

Cespedes, M. (22 de Abril de 2015). *Régimen Laboral Aplicable a la Micro y Pequeña Empresa*. Recuperado de: <http://www.asecoint.com.pe/laboral/regimen-laboral-aplicable-a-la-micro-y-pequena-empresa/>

Chamba, D. (2015). Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPE rubro restaurantes de Sullana, año 2013. Realizado en la Universidad Católica los ángeles de Chimbote. Recuperado en:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038614>

- Correa, F. (2018). Caracterización de la capacitación y la competitividad en las MYPE del rubro restaurantes de la Urbanización Santa Ana de Piura, año 2018. Realizado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote de Piura. Recuperado en: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3525/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_CORREA_REYES_FLOR_NOELIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cisneros, E. (2014). Caracterización de formalización y competitividad en la empresa de transportes celeste y servicios s.a. (Piura), año 2014. Realizado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034232>
- Fernández, M. (2018). *Modelo de competencias para microempresarios en entornos deprimidos: la región5 del Ecuador*. Universitat politècnica De Catalunya – Barcelonatech. Recuperado de: <https://tdx.cat/bitstream/handle/10803/620621/TMAFRR1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gómez, (2016). Lanzamiento de un restaurante de comida saludable y natural en Bogotá, Colombia. Presentado por la Universidad de Palermo de Buenos Aires – Argentina. Recuperado de: <https://dspace.palermo.edu/dspace/bitstream/handle/10226/1794/TESIS%20MBA%20G%c3%93MEZ%20GARC%c3%8dA%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- González, A. (2018). ¿Qué es la cadena de valor?. Recuperado de:
<https://www.emprendepyme.net/que-es-la-cadena-de-valor.html>
- Heredia, M. & Quintero, N. (2014). Nivel de formalización de restaurantes de compra media en el mercado de foodservice en Colombia. Escuela de Administración, Finanzas y Tecnología. Recuperado de:
https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/5390/Mar%C3%ADaHeredia_NatalieQuintero_2014.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Hernández, S. (2016). *Libro Metodología de la Investigación*, (6ta edición). Disponible en: <https://metodologiaecs.wordpress.com/2016/01/31/libro-metodologia-de-la-investigacion-6ta-edicion-sampieri-pdf/>
- Hernández, Fernández & Baptista. (2015). *Metodología de la investigación*. Disponible en: <https://es.slideshare.net/MarianaAndreaDlaPaz/hernandez-fernandez-baptista-i-49915464>
- Ideas. (2016). La importancia de formalizar tu empresa o negocio. Recuperado de:
<http://ideasqueayudan.com/la-importancia-formalizar-empresa-negocio/>
- INEI (2014). Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Recuperado de:
<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n07-precios-jun2016.pdf>
- Mellado, D, Orcotoma, O & Rozas, P. (2017). RESTAURANTE TEMÁTICO CUSCO. Universidad san Ignacio de Loyola. Recuperado de:
http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2962/1/2017_Mellado-Almanza.pdf

Mousalli-Kayat, G. (2015). *Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa*. Mérida

University of the Andes, Venezuela. Disponible en:

https://www.researchgate.net/publication/303895876_Metodos_y_Disenos_de_Investigacion_Cuantitativa

Ortiz, C. (2018). Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurant del centro de tumbes, año 2017.

Presentado por la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote de Tumbes.

Recuperado de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3941/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_ORTIZ_GUERRERO_CECILIA_YARETT.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Otazu, D. (2018). Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE del sector servicio, rubro restaurantes del cercado de la ciudad de Ayaviri, año 2017.

Presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote de Juliaca.

Recuperado de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3978/MYPE_CAPACITACION_Y_COMPETITIVIDAD_OTAZU_HANCCO_DIANET.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Peña, C. (2015). Caracterización de la formalización y el financiamiento en las MYPE rubro restaurantes de Sullana, año 2012, presentado por la Universidad Católica

los Ángeles de Chimbote de Piura. Recuperado de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4081/FORMALIZACION_MYPE_%20PE%c3%91A%20_ALVARADO_CIRLY_LUZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Porter, M. (2017). Ventajas competitividad. Recuperado de: <https://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/Documents/ventaja%20competitiva.pdf>

Quispe, J. (2016). Caracterización de la formalización y competitividad de las MYPES del sector comercio, rubro artículos ópticos del distrito, provincia y región de Arequipa, periodo 2014-2015 (Tesis de título profesional). Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034232>

Ramírez, I. (2018). Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MYPE de servicio rubro restaurante - Felipe Cossio del Pomar Castilla – Piura, 2018. Presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote de Piura. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3409/CAPACITACION_Y_COMPETITIVIDAD_RAMIREZ_CORDOVA_ISOLINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Requejo, D & Medina, S. (2017). Plan de formalización de negocios para reducir la informalidad del funcionamiento de las MYPES de La Provincia De Jaén –2014. Presentado por la Universidad César Vallejo de Jaén. Recuperado de:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/4654/requejo_ltd.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Riquelme, M. (23 de julio de 2016). ¿Qué es la competitividad según Michael Porter?.

Recuperado de: <https://www.webyempresas.com/la-competitividad-segun-michael-porter/>

Rocha, C. (2015). Tasa de formalización sube 10% anual y 100 mil MYPES pasarán al

sector formal. Recuperado de: <https://www.pqs.pe/economia/tasa-de-formalizacion-sube-10-anual-y-100-mil-mypes-pasaran-al-sector-formal-este-ano>.

Rupay, Y. (2017). Caracterización de la competitividad bajo el enfoque de estrategias de

diferenciación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Carhuaz, 2015. Presentado por la

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote de Huaraz. Recuperado de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4967/MYPE_COMPETITIVIDAD_RUPAY_LLANQUE_YESICA_NORMA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sánchez, B. (2014). LAS MYPES EN PERÚ. SU IMPORTANCIA Y PROPUESTA

TRIBUTARIA. Docente de la Facultad de Ciencias Contables. Recuperado de:

<file:///C:/Users/CESAR~1/AppData/Local/Temp/5433->

<Texto%20del%20artículo-18749-1-10-20140316.pdf>

SUNAT (10 de junio de 2017). Regímenes Tributarios 2017. Piura. Recuperado de:

<https://gestion.pe/impresas/sunat-inicia-campana-formalizacion-100-000-mypes-96530>

SUNAT (19 de febrero de 2019). Iniciando mí negocio. Recuperado de:

<http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>

Valderrama, S. (2015). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica.

Recuperado de: https://dlscrib.com/queue/pasos-para-elaborar-proyectos-de-investigacion-cientifica-santiago-valderrama-mendoza_591089dfdc0d601d46959e81_pdf?queue_id=597171eddc0d607206a88e7e

Valdiviezo, K. (2018). Caracterización de la competitividad y calidad de atención al

cliente en las MYPE rubro restaurantes de la urb. Santa Ana - Piura año 2018.

Presentado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote de Piura.

Recuperado de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5833/CARACTERIZACION_COMPETITIVIDAD_KAROOOL_ALEXANDRA_VALDIVIEZO_ROBLEDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Villegas, A. (2016). Incidencia De Las Estrategias Competitivas Implementadas En La

Demanda De Servicio Del Hotel Y Restaurante Selva Negra, Del Municipio De

Matagalpa, En El Año 2015. Presentado por la Universidad Nacional Autónoma

De Nicaragua. Recuperado de: <http://repositorio.unan.edu.ni/4691/1/5714.pdf>

Zúñiga, I, Flores, M, &, Vega, A. (2016). Factores para la competitividad de la industria restaurantera en Tijuana B.C. presentado por la universidad autónoma de baja california de México. Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/292996166_FACTORES_PARA_LA_COMPETITIVIDAD_DE_LA_INDUSTRIA_RESTAURANTERA_EN_TIJUANA_BC

ANEXOS

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Hector Orlando Parica Clavijo, identificado
con DNI 02786302, MAGÍSTER EN
CIENCIAS SOCIALES; Por

medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los)
instrumento(s) de recolección de datos: **Cuestionario** elaborado por: **Guarnizo Infante
Juan Roberto**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra)
seleccionada para el trabajo de investigación: **CARACTERIZACIÓN DE LA
FORMALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES. RUBRO
RESTAURANTES DEL AA. III LA PRIMAVERA PRIMERA ETAPA DEL
DISTRITO DE CASTILLA – PIURA, 2018**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener
en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus
resultados.

Piura, 14 de octubre del 2019


H. Arica Clavijo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

Firma

FORMALIZACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Preguntas para propietarios							
1- ¿Tiene reglas establecidas en su restaurante?	✓			✓		✓	Si () No (0)
2- ¿Cuenta con los requisitos para el funcionamiento del restaurante?	✓			✓		✓	Si () No (0)
3- ¿Cuenta el restaurante con procedimientos para una buena formalización?	✓			✓		✓	Si () No (0)
4- ¿Utiliza herramientas para tener una formalización adecuada?	✓			✓		✓	Si () No (0)
5- ¿Tiene buena comunicación con sus trabajadores?	✓			✓		✓	Si () No (0)
6- ¿Utiliza procedimientos para una buena comunicación?	✓			✓		✓	Si () No (0)
7- ¿Cuenta con número de reglas y planes escritos?	✓			✓		✓	Si () No (0)
8- ¿Es claro el rol de cada miembro de la organización?	✓			✓		✓	Si () No (0)
9- ¿Las decisiones que se toman en cuanto a las actividades son eficaces?	✓			✓		✓	Si () No (0)
10- ¿Es clara la jerarquía de autoridad dentro de la organización?	✓			✓		✓	Si () No (0)
11- ¿Ud. cuenta con los programas de orientación para nuevos miembros de la organización?	✓			✓		✓	Si () No (0)
12- ¿Ud. utiliza procesos para entrenar a los nuevos miembros de la organización?	✓			✓		✓	Si () No (0)

¡Muchas gracias por su colaboración!


Mg. Anica Clavijo Hector Ordoñez
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Preguntas para colaboradores							
1- ¿Tienen en cuenta los factores claves de las ventajas competitivas?	✓			✓		✓	SI () No (✓)
2- ¿Cuenta la organización con estrategias competitivas?	✓			✓		✓	SI () No (✓)
3- ¿Cuentan con estrategias de innovación en la organización?	✓			✓		✓	SI () No (✓)
4- ¿Cuentan con una tecnología adecuada para brindar un buen servicio?	✓			✓		✓	SI () No (✓)
5- ¿Utilizan medios tecnológicos para promocionar su producto?	✓			✓		✓	SI () No (✓)
6- ¿Las labores que la empresa realiza ante una nueva competencia les traen resultados beneficiosos?	✓			✓		✓	SI () No (✓)
7- ¿Tienen en cuenta que el producto que ofrecen tiene relación con el producto original?	✓			✓		✓	SI () No (✓)
8- ¿Considera que la asociación con los proveedores brinda un adecuado recurso productivo de mayor calidad para el cliente?	✓			✓		✓	SI () No (✓)
9- ¿Tienen en cuenta las distintas estrategias en función a la sensibilidad de los precios?	✓			✓		✓	SI () No (✓)
10- ¿La empresa cuenta con barreras de salida y entrada en el mercado?	✓			✓		✓	SI () No (✓)
11- ¿Los productos que ofrece la empresa tienen acogida en los clientes?	✓			✓		✓	SI () No (✓)
12- ¿La empresa utiliza estrategias para generar una ventaja ante las empresas ya existentes?	✓			✓		✓	SI () No (✓)


Mg. Arica Carpio Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

¡Muchas gracias por su colaboración!

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Gerardo Espinosa Cedeno, identificado
con DNI 02058937, MAGÍSTER EN
Gerencia Empresarial :

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: **Cuestionario** elaborado por: **Guarnizo Infante Juan Roberto**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **CHARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES. RUBRO RESTAURANTES DEL AA. HH LA PRIMAVERA PRIMERA ETAPA DEL DISTRITO DE CASTILLA – PIURA, 2018**, que se encuentra realizando.

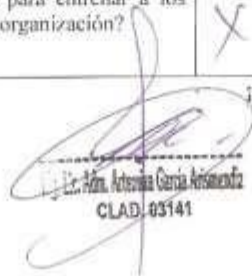
Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 17 de octubre del 2019


Mg. Lic. Adm. Arantza García Arismas
CLAD. 03141
Firma

FORMALIZACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Preguntas para propietarios							
1- ¿Tiene reglas establecidas en su restaurante?	X			X		X	Si () No (X)
2- ¿Cuenta con los requisitos para el funcionamiento del restaurante?	X			X		X	Si () No (X)
3- ¿Cuenta el restaurante con procedimientos para una buena formalización?	X			X		X	Si () No (X)
4- ¿Utiliza herramientas para tener una formalización adecuada?	X			X		X	Si () No (X)
5- ¿Tiene buena comunicación con sus trabajadores?	X			X		X	Si () No (X)
6- ¿Utiliza procedimientos para una buena comunicación?	X			X		X	Si () No (X)
7- ¿Cuenta con número de reglas y planes escritos?	X			X		X	Si () No (X)
8- ¿Es claro el rol de cada miembro de la organización?	X			X		X	Si () No (X)
9- ¿Las decisiones que se toman en cuanto a las actividades son eficaces?	X			X		X	Si () No (X)
10- ¿Es clara la jerarquía de autoridad dentro de la organización?	X			X		X	Si () No (X)
11- ¿Ud. cuenta con los programas de orientación para nuevos miembros de la organización?	X			X		X	Si () No (X)
12- ¿Ud. utiliza procesos para entrenar a los nuevos miembros de la organización?	X			X		X	Si () No (X)

¡Muchas gracias por su colaboración!


 Lic. Ana Antonia García Hernández
 CLAD 03141

COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Preguntas para colaboradores							
1- ¿Tienen en cuenta los factores claves de las ventajas competitivas?	X			X		X	SI () No (X)
2- ¿Cuenta la organización con estrategias competitivas?	X			X		X	SI () No (X)
3- ¿Cuentan con estrategias de innovación en la organización?	X			X		X	SI () No (X)
4- ¿Cuentan con una tecnología adecuada para brindar un buen servicio?	X			X		X	SI () No (X)
5- ¿Utilizan medios tecnológicos para promocionar su producto?	X			X		X	SI () No (X)
6- ¿Las labores que la empresa realiza ante una nueva competencia les traen resultados beneficiosos?	X			X		X	SI () No (X)
7- ¿Tienen en cuenta que el producto que ofrecen tiene relación con el producto original?	X			X		X	SI () No (X)
8- ¿Considera que la asociación con los proveedores brinda un adecuado recurso productivo de mayor calidad para el cliente?	X			X		X	SI () No (X)
9- ¿Tienen en cuenta las distintas estrategias en función a la sensibilidad de los precios?	X			X		X	SI () No (X)
10- ¿La empresa cuenta con barreras de salida y entrada en el mercado?	X			X		X	SI () No (X)
11- ¿Los productos que ofrece la empresa tienen acogida en los clientes?	X			X		X	SI () No (X)
12- ¿La empresa utiliza estrategias para generar una ventaja ante las empresas ya existentes?	X			X		X	SI () No (X)

¡Muchas gracias por su colaboración!

[Firma]
 Lic. Adm. Antonio Cesar Acuna
 CLAD: 03141

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Victor Helio Paturo Nuño, identificado
con DNI 07860873, MAGÍSTER EN
Administración: Por

medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: **Cuestionario** elaborado por: **Guarnizo Infante Juan Roberto**, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **CHARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES. RUBRO RESTAURANTES DEL AA. III LA PRIMAVERA PRIMERA ETAPA DEL DISTRITO DE CASTILLA – PIURA, 2018**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 15 de octubre del 2019.



Firma

FORMALIZACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Preguntas para propietarios:							
1- ¿Tiene reglas establecidas en su restaurante?	X			X		X	SI () No (X)
2- ¿Cuenta con los requisitos para el funcionamiento del restaurante?	X			X		X	SI () No (X)
3- ¿Cuenta el restaurante con procedimientos para una buena formalización?	X			X		X	SI () No (X)
4- ¿Utiliza herramientas para tener una formalización adecuada?	X			X		X	SI () No (X)
5- ¿Tiene buena comunicación con sus trabajadores?	X			X		X	SI () No (X)
6- ¿Utiliza procedimientos para una buena comunicación?	X			X		X	SI () No (X)
7- ¿Cuenta con número de reglas y planes escritos?	X			X		X	SI () No (X)
8- ¿Es claro el rol de cada miembro de la organización?	X			X		X	SI () No (X)
9- ¿Las decisiones que se toman en cuanto a las actividades son eficaces?	X			X		X	SI () No (X)
10- ¿Es clara la jerarquía de autoridad dentro de la organización?	X			X		X	SI () No (X)
11- ¿Ud. cuenta con los programas de orientación para nuevos miembros de la organización?	X			X		X	SI () No (X)
12- ¿Ud. utiliza procesos para entrenar a los nuevos miembros de la organización?	X			X		X	SI () No (X)

¡Muchas gracias por su colaboración!



 Dr. VICTORIANO VIZCARRA

COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Preguntas para colaboradores							
1- ¿Tienen en cuenta los factores claves de las ventajas competitivas?	X			X		X	SI () No (X)
2- ¿Cuenta la organización con estrategias competitivas?	X			X		X	SI () No (X)
3- ¿Cuentan con estrategias de innovación en la organización?	X			X		X	SI () No (X)
4- ¿Cuentan con una tecnología adecuada para brindar un buen servicio?	X			X		X	SI () No (X)
5- ¿Utilizan medios tecnológicos para promocionar su producto?	X			X		X	SI () No (X)
6- ¿Las labores que la empresa realiza ante una nueva competencia les traen resultados beneficiosos?	X			X		X	SI () No (X)
7- ¿Tienen en cuenta que el producto que ofrecen tiene relación con el producto original?	X			X		X	SI () No (X)
8- ¿Considera que la asociación con los proveedores brinda un adecuado recurso productivo de mayor calidad para el cliente?	X			X		X	SI () No (X)
9- ¿Tienen en cuenta las distintas estrategias en función a la sensibilidad de los precios?	X			X		X	SI () No (X)
10- ¿La empresa cuenta con barreras de salida y entrada en el mercado?	X			X		X	SI () No (X)
11- ¿Los productos que ofrece la empresa tienen acogida en los clientes?	X			X		X	SI () No (X)
12- ¿La empresa utiliza estrategias para generar una ventaja ante las empresas ya existentes?	X			X		X	SI () No (X)

¡Muchas gracias por su colaboración!



 Mg. VICTOR HILDO FARIÑA

PRESUPUESTO

RUBROS	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNIT.	SUBTOTAL
BIENES DE CONSUMO				
Lapiceros	10		0.50	S/5.00
USB	1		28	S/.28.00
Lápiz	4		0.50	s/ 2.00
Hijas Dina A4	1	Millar	20	S/.20.00
SUBTOTAL				S/. 55.00
II SERVICIOS				
Anillado	1		15	S/.15.00
Internet	360	Horas	1.50	S/.540.00
Energía eléctrica		Horas		S/570.00
Pasajes			120	S/120.00
Refrigerio			70	S/ 70.00
Impresiones	150	Unidad	0.50	S/.75.00
Fotocopias	60	Unidad	0.10	S/.6.00
Varios			150	S/.150.00
Turnitin			50	S/50.00
SUBTOTAL				S/. 1,596.00
TOTAL				S/ 1,651.00

DIAGRAMA DE GANTT

