

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**



**LOS RESTAURANTES FORMALES Y SU  
COMPETITIVIDAD EN LA CIUDAD DE TINGO MARIA-  
2017**

Tesis para obtener el título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Presentado por:

**OSHIN ODETH NERIO MINAYA**

**TINGO MARÍA, PERÚ**

**2019**

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**



**LOS RESTAURANTES FORMALES Y SU**  
**COMPETITIVIDAD EN LA CIUDAD DE TINGO MARIA-**  
**2017**

Tesis para obtener el título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Presente por:

**OSHIN ODETH NERIO MINAYA**

**TINGO MARÍA, PERÚ**

**2019**



BIBLIOTECA CENTRAL - UNAS



**T**      **Nerio Minaya, Oshin Odeth**

**ADM**

Los restaurantes formales y su competitividad en la ciudad de Tingo María 2017/ Oshin Odeth Nerio Minaya. -- Tingo María, Perú: Universidad Nacional Agraria de la Selva, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 2019.

xiii, 32, [8] páginas; 04 tablas; 12 figuras; 30 cm.

Tesis (Licenciado en Administración).

Literatura citada: p. 29-32. 35 ref.

**1. Formalización. 2. Competitividad. 3. Restaurantes.**

**REGISTRO DE TESIS CONDUCENTE AL TÍTULO UNIVERSITARIO**

(Resol.1562-2006-ANR, Resol. 196-2013-CU-R-UNAS y Resol. 059-2013-CU-R-UNAS)

**I. DATOS GENERALES DE PREGRADO**

Universidad : Universidad Nacional Agraria de la Selva

Facultad : Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Título de tesis : Los restaurantes formales y su competitividad en la ciudad de Tingo Maria-2017

Autor : Apellidos y nombres: Nerio Minaya, Oshin Odeth  
DNI: 46992112.  
Título conducente a: Licenciada en Administración  
Año de sustentación y aprobación: 2019

Asesor de tesis: Nebenka Caro Potokar

Programa de investigación:  
01 Desarrollo Económico

Línea(s) de investigación(s):  
1.1.Competitividad

Lugar de ejecución:  
Ciudad de Tingo María, Provincia de Leoncio Prado y Departamento de Huánuco.

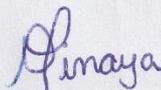
Duración:  
Inicio : 25 setiembre 2017  
Termino : 25 setiembre 2019

Financiamiento:  
FEDU : S/. --  
Propio : S/. 4,785.00  
Otros : S/. --



Asesor

MsC. Nebenka Caro Potokar



Tesista

Bach. Oshin O. Nerio Minaya



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA  
Tingo María  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
Av. Universitaria s/n - ☎ (062) 562342 anexo 247-FAX: (062) 561156



### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS N° 034-2019-EPA-FCEA-UNAS

En la ciudad universitaria, a los 08 días del mes de noviembre de 2019, siendo las 09:20 am., reunidos en el auditorio del Centro de Simulación de Negocios y Asesoría Empresarial de la Escuela Profesional de Administración, se instaló el jurado evaluador nombrado mediante Resolución Nro. 167/2017/D-FCEA, de fecha 02 de agosto de 2017, y la Resolución N° 245/2017-D-FCEA, de fecha 11 de octubre de 2017, a fin de dar inicio a la sustentación de la tesis para optar el título de Licenciada en Administración denominado:

#### LOS RESTAURANTES FORMALES Y SU COMPETITIVIDAD EN LA CIUDAD DE TINGO MARIA - 2017

Presentado por la Bachiller en Ciencias Administrativas Oshin Odeth NERIO MINAYA, luego de la sustentación y absueltas las preguntas de rigor, se procedió a la respectiva calificación de conformidad con el Art. 26° del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, cuyo resultado se indica a continuación:

**APROBADO POR : UNANIMIDAD**

**CALIFICATIVO : BUENO**

Siendo las 10:22 am., se dio por culminado el acto público de sustentación de tesis, firmando a continuación los miembros del honorable jurado y su asesor, en señal de conformidad.

Tingo María, 08 de noviembre de 2019.

Dr. Misael A. ALVARADO PAUCAR  
Presidente del Jurado

Adm. Antonio S. SIMEÓN NÚÑEZ  
Miembro



Mag. Walter E. MUCHA HUAMÁN  
Miembro

Mag. Nebenka CARO POTOKAR  
Asesor

**Nota:**

(Excelente	= 18,19,20)
(Muy Bueno	= 15,16,17)
(Bueno	= 13, 14)
(Regular	= 11, 12.)
(Desaprobado/Deficiente	= 10 o menos)

## DEDICATORIA

*A Dios por procurarme impulso y voluntad para alcanzar mis sueños y metas planteados a pesar de las dificultades.*

*A mi querida mamá Gilda Minaya Sauñi por su apoyo constante, por ser mi fuerza para culminar este periodo de mi formación profesional.*

*A mis seres queridos por su apoyo, a mi abuelita Ignacia que está en el cielo y me cuida.*

## AGRADECIMIENTO

- A Dios por tutelar e iluminarme en este trayecto de mi vida estudiantil para cumplir las diversas labores que demandaron esta investigación y así ultimarla con satisfacción.
- A mi querida madre Gilda Minaya, gracias por brindarme el mejor legado, que es la educación, por formarme con valores, por motivarme a seguir adelante, a mi familia por los ánimos para el logro de mis objetivos.
- A la “Universidad Nacional Agraria de la Selva” en especial a la Escuela Profesional de administración por ampararme en sus salones donde me forme profesionalmente.
- A cada uno de los docentes de la Escuela Profesional de Administración, por impartir sus vastos conocimientos y experiencias, por guiarme a ser una buena profesional, instruyéndome a tomar retos, por inculcar en mi persona el trabajo en equipo para el logro de un objetivo en común.
- A la MsC. Nebenka Caro Potokar, por su asesoría, por conceder sus sapiencias para un adecuado desarrollo de la investigación, por compartir su tiempo para corregir y optimar el trabajo.
- A los docentes miembros del jurado evaluador por sus constantes observaciones y correcciones con el objetivo de mejorar la presente investigación.
- A mis amistades, por dedicarme su soporte emocional y motivarme a concluir con la investigación.

## INDICE

	<b>Pag.</b>
INTRODUCCIÓN.....	01
CAPITULO I. MARCO TEÓRICO.....	05
1.1 Antecedentes.....	05
1.2 Bases teóricas.....	08
1.2.1 Las Mipymes .....	08
1.2.2 Formalización de las Mipymes.....	09
1.2.3 Importancia de la formalización de las mipymes .....	10
1.2.4 Dimensiones de la formalización de las mipymes .....	16
1.2.5 Mipymes del rubro restaurantes .....	21
1.2.6 La competitividad.....	22
1.2.7 Importancia de la competitividad para el rubro restaurantes .....	23
1.2.8 Factores de la competitividad.....	24
1.2.9 Las cinco fuerzas competitivas.....	26
1.2.10 La estrategia competitiva.....	31
1.2.11 Competitividad empresarial.....	32
1.3 Definición de términos básicos.....	34
 CAPITULO II. HIPOTESIS Y VARIABLES.....	 37
2.1. Hipótesis generales.....	37
2.2 Matriz de consistencia.....	38
2.3 Operacionalizacion de variables.....	39
 CAPÍTULO III. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	 40
3.1. Tipo de investigación.....	40
3.2 Diseño de investigación .....	41
3.3 Población y muestra .....	4
3.4 Técnicas de recolección de datos .....	42
3.5 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información .....	43
 CAPÍTULO IV. RESULTADOS.....	 47
CAPITULO V. DISCUSION .....	60
CONCLUSIONES.....	64
RECOMENDACIONES.....	66
REFERENCIAS .....	67
ANEXOS	

**INDICE DE TABLAS**

	<b>Pag.</b>
Tabla 1. Validación del instrumento.....	45
Tabla 2. Determinando de los percentiles de la variable competitividad.....	57
Tabla 3. Tablas cruzadas para determinar el nivel de competitividad.....	57
Tabla 4 tabla de correlación entre la formalización y la competitividad.....	58

**INDICE DE FIGURAS**

	<b>Pág.</b>
Fig. 1. Diseño de la investigación.....	41
Fig. 2 Análisis según genero de los propietarios de los restaurantes formales	48
Fig. 3 Análisis según edad de los propietarios de los restaurantes formales....	48
Fig. 4. Análisis de lugar de procedencia de los encuestados.....	49
Fig. 5. Análisis según nivel académico de los encuestados.....	50
Fig. 6. Análisis según años de funcionamientos de los locales formales.....	50
Fig. 7. Análisis según tipo de negocio.....	51
Fig. 8. Análisis de la formalización de los restaurantes analizados.....	52
Fig. 9. Análisis de la competitividad de los restaurantes analizados .....	53
Fig. 10. Análisis de la Dimensión Administración de restaurantes analizados.	54
Fig. 11 Análisis de la Dimensión Innovación de restaurantes analizados.....	55
Fig. 12. Análisis de la Dimensión Calidad de restaurantes analizados.....	56

**INDICE DE ANEXOS**

	<b>Pág.</b>
Anexo 1. Encuesta anónima.....	72
Anexo 2. Matriz de consistencia.....	73
Anexo 3. Valoración de juicio de expertos.....	74

## RESUMEN

El trabajo de investigación desarrollado en la ciudad de Tingo María, Huánuco, tuvo como objetivo demostrar el grado de relación entre las variables formalización y competitividad de los restaurantes considerándose a aquellos que tenían como mínimo dos años de funcionamiento, la población estuvo conformada por (n=25). El estudio es aplicado y de nivel descriptivo relacional, aplicándose el método deductivo, con diseño no experimental de corte transversal, se aplicó el método de encuesta con su instrumento el cuestionario divididos en 2 grupos para cada variable con 23 interrogantes en total, la primera parte fue dicotómica y la segunda tipo Likert de cinco alternativas. La metodología fue deductiva, para lo que se consideró. Para la variable formalización se tomó en cuenta la Ley N 28015 Ley Mype que indica que para lograr la formalización estas deben contar con RUC, Licencia de Funcionamiento, Permisos especiales e inscripción en REMYPE, y para la variable competitividad se consideró las dimensiones como administración, innovación y calidad con sus respectivos indicadores, según (Porter, 2006). La prueba estadística aplicada fue Chi cuadrado, que dio como resultado que no existe una correlación significativa entre la formalización y la competitividad de los restaurantes. Los resultados promedios para la variable formalización fue de (X=0.96) semi formales y el (X=0.04) formales. En cuanto a la variable competitividad, para los indicadores de competitividad se obtuvieron los siguientes promedios Finanzas (X=3.32), diferenciación(X=3.18) y Cliente(X=3.19).

**Palabras claves:** Formalización, Competitividad, Restaurantes.

## ABSTRACT

The research work carried out in the city of Tingo María, Huánuco, aimed to demonstrate the degree of relationship between the variables formalization and competitiveness of the restaurants considering those who had at least two years of operation, the population was made up of (n = 25). The study is applied and of a relational descriptive level, applying the deductive method, with a non-experimental cross-sectional design, the survey method was applied with its instrument, the questionnaire divided into 2 groups for each variable with 23 questions in total, the first part It was dichotomous and the second Likert type of five alternatives. The methodology was deductive, for what was considered. For the formalization variable, Law N 28015 Mype Law was taken into account, which indicates that to achieve formalization, these must have RUC, Operating License, Special Permits and registration in REMYPE, and for the competitiveness variable the dimensions were considered as administration, innovation and quality with their respective indicators, according to (Porter, 2006). The statistical test applied was Chi square, which resulted in no significant correlation between formalization and restaurant competitiveness. The average results for the formalization variable were (X = 0.96) semi formal and the (X = 0.04) formal. Regarding the competitiveness variable, the following averages were obtained for the competitiveness indicators (X = 3.32), differentiation (X = 3.18) and Client (X = 3.19).

**Keywords:** Formalization, Competitiveness, Restaurants.

## INTRODUCCIÓN

Tello (2014), las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son los principales e importantes protagonistas en el desarrollo productivo de los países de América Latina por su aporte a la generación de trabajo y empleo, su gran porcentaje en el número total de empresas y, en menor medida, por su peso en el producto bruto interno. Sus operaciones están mayormente vinculadas con el mercado interno, por lo que una parte significativa de la población y de la economía de la región penden de su acción. Así mismo, sin embargo, en contraste de lo que acontece en los países más desarrollados, la aportación de las PYME en las exportaciones es bastante mínima como consecuencia de un insuficiente desempeño en términos de competitividad, que asimismo se manifiesta en la evidente brecha de productividad en proporción de las grandes empresas.

Sánchez (2006), en la actualidad las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en nuestro país son de trascendental importancia para la economía de este. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, tienen una gran importancia por que contribuyen con un 40% al PBI, y con un 80% de la oferta de puestos laborales, sin referir con el autoempleo que crea; sin embargo, el desarrollo y desempeño de este grupo de empresas se encuentra detenido, principal mente por la carencia de un sistema tributario constante y simplificado que admita superar complicaciones de formalidad de estas empresas y que produzcan la progresión sostenido de las mismas.

Asimismo, la escasa cultura tributaria e información que poseen los contribuyentes hace que no paguen sus impuestos, porque no saben en qué se utilizan estos, es también

por esto que muchos han preferido por quedarse en la informalidad, este escenario es resultado de una falta de cultura tributaria, información, educación, llegándose a la conclusión de que coexiste un nivel bajo de comprensión sobre tributación e impuestos y esto complica la formalización de las MYPEs. (Huere y Muña, 2016)

Según el (INEI, 2017), en el mes de junio del año 2017, el sector de restaurantes aumento en un 1,15%, impulsados por las festividades y demás feriados que se han venido presentado en el año, así lo sostiene la encuesta mensual aplicada a 1, 400 empresas de ese rubro a nivel nacional. Estas cifras muestran el deseo emprendedor de las personas que conducen un restaurante, sin embargo, también señala que tienen bajos niveles de productividad y por lo tanto no son competitivos.

En la Provincia de Leoncio Prado, con su capital Tingo María en los últimos años se ha observado un incremento en el número de las empresas dedicadas al rubro gastronómico y de restaurantes, debido al desarrollo económico que está atravesando la provincia y al incremento del turismo. Sin embargo, estas empresas son conducidas por sus propietarios quienes lo hacen de manera empírica, desconociendo los temas de gestión y competitividad, ya que ni ellos ni sus trabajadores están capacitados para la atención al cliente y tampoco implementan tecnología de acuerdo a la exigencia del cliente y la modernidad.

En vista de la problemática planteada se decidió realizar el estudio en la ciudad de Tingo María, distrito de Rupa Rupa, provincia de Leoncio Prado Departamento de Huánuco, considerándose para ello los restaurantes formales que tenían por lo menos 2 años de funcionamiento, por lo que solicitamos información a la sub gerencia de desarrollo empresarial de la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado.

Planteamos como problema general la siguiente interrogante ¿Estará la formalización de los restaurantes relacionada a su competitividad en la ciudad de Tingo

Maria-2017? Se justifica la investigación ya que Tingo María es una ciudad con gran potencial en el sector turístico, lo que lo convierte en un destino atractivo para visitantes nacionales e internacionales, a su vez el sector de turismo está relacionado directamente con la prestación de servicios de alojamiento y alimentación; es por este motivo que el presente estudio de investigación se sustenta por la necesidad de conocer hasta qué grado es competitivo un restaurante formal en la ciudad de Tingo María, y si los planes de promoción, formalización y competitividad de las mipymes están cumpliendo con sus objetivos. Los resultados de esta investigación, servirán como información, que contribuirá en la toma de decisiones y acciones de apoyo especializado, por parte de las entidades competentes que tienen como objetivo, promocionar, motivar e impulsar la formalización y competitividad empresarial, mediante diversas metodologías como capacitaciones, asesoría en temas administrativos, financieros, legales, de gestión empresarial, beneficiándose así los conductores de los restaurantes, que incrementarían la calidad del servicio que brinden, volviéndose más competitivos en un mundo cada vez más globalizado. Esto también contribuiría con el desarrollo económico de la ciudad y del país, pues los restaurantes competitivos tienen mayores oportunidades comerciales y de expansión.

Para lo cual nos planteamos como objetivo general: Determinar en qué grado la formalización de los restaurantes está relacionado a su competitividad, en la ciudad de Tingo María-2017,

Las variables consideradas en la investigación son la variable independiente formalización de los restaurantes que incluye como indicadores al registro único del contribuyente, licencia de funcionamiento, permiso de salud y el estar inscrito en el REMYPE, según la OIT, organización internacional del trabajo (2016) y La Ley N° 28015, Ley de Promoción Y Formalización De La Micro Y Pequeña Empresa y como

variable dependiente la competitividad con sus indicadores finanzas, recursos humanos, marketing, gestión empresarial, innovación, clientes, proveedores, competidores según Porter (2004).

La hipótesis general planteada para la investigación es: Existen una relación significativa entre la formalización de los restaurantes y su competitividad en la ciudad de Tingo María -2017.

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1. ANTECEDENTES.**

Bautista (2013), en su investigación sobre los “Factores que inciden en el éxito de las microempresas con mínimo cinco años de existencia del sector terciario del municipio de Arauca”. Estudio a las empresas del municipio de Arauca de la zona urbana, que renovaron su matrícula mercantil de forma permanente, escogidos de manera aleatoria de la cámara de comercio del municipio mencionado que tengan como mínimo 5 años de funcionamiento, con hasta 10 trabajadores, se obtuvo 67 empresas. Para elegir la muestra se usó el probabilístico. El instrumento empleado en este estudio fue el cuestionario que está dividido en cuatro partes sustentadas en los objetivos planteados. El estudio arrojó los factores que inciden en el éxito de las empresas de mayor importancia son, 7,74% relaciones con los clientes, 7,65% motivación del propietario, 7,44% gestión del conocimiento, que vienen a ser los más resaltantes de los 14 factores planteados en la literatura. También se encontró que el factor menos importante para el éxito de una microempresa es el tamaño.

Gonzales (2013), investigó sobre la “Gestión empresarial y competitividad en las Mypes de sector textil en el marco de la Ley N°28015 en el distrito de la Victoria año 2013”, se estudió 50 Mypes, conducidas por hombres y mujeres, para conocer

cómo influye la Ley 28015 en la gestión y competitividad, para la cual se utilizó la encuesta debido a su ventaja, variabilidad y simplicidad y para el procesamiento de datos la estadística descriptiva. La investigación fue no experimental. Los resultados de este estudio nos dan a conocer que el gran número de empresas de ese rubro no cuentan con una conveniente aplicación y uso de recursos como tecnología, capacidad de gestión, planeación empresarial, por lo cual pierdan oportunidad y les impide convertirse en empresas competitivas.

Álvarez y Cerna (2013), estudiaron “La formalización del microempresario del servicio público de transportes de pasajeros y su contribución en la dinamización de la economía en la provincia de Trujillo”. El estudio se realizó en 127 microempresarios inscritos en la base de datos subgerencia de transporte y tránsito de la municipalidad provincial de Trujillo. se empleo la encuesta y fichaje para obtener información del personal en estudio. Los resultados obtenidos muestran que es positiva la formalización de los microempresarios de transportes ya que contribuyen al desarrollo económico de la ciudad de Trujillo, al pagar impuestos, sin embargo, la mayoría de microempresarios no están formalizados, lo que también origina que sus trabajadores no gocen de los beneficios laborales conforme a la ley.

Delgado y Mendieta (2015), estudiaron “La informalidad y el crecimiento económico de las Mypes en el distrito de Acobamba”, este estudio tomo como muestra a 49 Mypes (locales comerciales, restaurantes, hoteles, ferreterías, que funcionan en el distrito de Acobamba), para esta investigación se utilizó la encuesta y entrevista para recoger la información de las mypes en estudio, luego se procedió a analizar la información utilizando el software SPSS, Microsoft office Excel y el E-Views. El método científico de investigación fue el inductivo deductivo, con un

diseño no experimental. Los resultados arrojan que se acepta la hipótesis alternante, la misma que indica que: *“la relación es positiva entre la formalidad y el crecimiento económico de las MYPES en el distrito de Acobamba”*. Es de suma importancia la formalización de las mypes, ya que le permitirá acceder a mejores oportunidades, mejorando su condición y en relación contribuirá con el desarrollo de la región y país en el que opere.

Caro y Gonzales (2015) *“Nivel de competitividad de los restaurantes de tres tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016”*, se estudiaron a 15 restaurantes de la ciudad de Trujillo, clasificados como tres tenedores. Los instrumentos utilizados para la recolección de información fueron la ficha de observación y el cuestionario. Se tabulo los datos en la matriz de Excel y se importaron los datos al software SPSS Statistics 24. El nivel de investigación fue descriptivo y el tipo no experimental, y transversal porque se hizo en un solo determinado momento. Los resultados del estudio muestran que el nivel de competitividad de los restaurantes de 3 tenedores de la ciudad de Trujillo es medio, tomando como referencia factores como producción, planeación estratégica, operaciones, fortalecimiento de la calidad, mercadeo, contabilidad y finanzas, capital humano, gestión ambiental y sistemas de información.

Urrutia y Aranda (2016), *“Competitividad a través de la diferenciación del producto y servicio en las pymes de restaurantes, cafeterías y bares en la región binacional de ciudad Juárez chihuahua, México-el paso Texas, Estados Unidos”*, muestra 20 restaurantes, cuestionario tipo likert y entrevista. El nivel de investigación fue descriptivo y el tipo no experimental, y transversal porque se hizo en un solo determinado momento. Los resultados del estudio muestran que la diferenciación de servicios entre empresas del mismo rubro aumentaría la

competitividad. Las empresas utilizan de manera superficial los instrumentos de gestión empresarial, planeación, dirección, control, por temas de desconocimiento

## **1.2.BASE TEÓRICAS.**

### **1.2.1. LAS MIPYMES**

Según la Ley 28015 (Ley De Promoción Y Formalización De La Micro Y Pequeña Empresa), una MYPE es *“la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción o comercialización de servicios.”*

Según en INEI (2015) divide a las empresas por segmento empresarial, según estrato, siendo las Microempresas las que obtienen un 94.6% en el rubro empresarial a nivel nacional, por lo que es de suma importancia estudiar su desarrollo para impulsar una adecuada economía, ya que genera empleo en gran cantidad, siendo Lima la ciudad en la que se concentra la mayor cantidad de MIPYMES representando el 57.8%, y el sector Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas el que ocupa el 46% de la PEA. Entre los Requisitos que deben cumplir las empresas para ser considerada como MIPYPES, según la nueva Ley 30056, Ley Que Modifica Diversas Leyes Para Facilitar La Inversión, Impulsar El Desarrollo Productivo Y El Crecimiento Empresarial, las clasifica solo por el monto de ventas siendo esta de hasta 150 UIT para las microempresas.

### **1.2.2.FORMALIZACIÓN DE LAS MIPYMES**

Según la OIT (2016), una empresa formal es aquella que reúne y cumple una serie de características, lineamientos para pertenecer a la economía formal. Muestra diversas dimensiones como lo son:

- a) Emisión de licencias de funcionamiento por parte de las autoridades competentes ya sean nacionales, municipales.
- b) Acceso a un seguro social para el conductor de la empresa y sus empleados.
- c) Cumplimiento del ordenamiento jurídico, tributario vigente, seguridad laboral.

La formalización de las empresas es un proceso gradual que la OIT promueve para los negocios, llámense mipymes, porque busca crear fuentes de trabajo con mejores condiciones laborales para sus trabajadores, reduciendo así los niveles de pobreza, ayudando así a la población más vulnerable a los déficits como lo son personas con estudios inconclusos, mujeres, jóvenes, migrantes, personas mayores, pueblos indígenas y comunidades, personas con enfermedades o alguna discapacidad, , recaudación tributaria lo que conlleva a obtener más fondos para poder construir carreteras, hospitales, colegios, algo que debería funcionar como un engranaje adecuado para impulsar la economía, pero que lamentablemente no se cumple así, pues la informalidad aún existe.

Las empresas a su vez se favorecerán con la formalización de las empresas pues se reducirá la competencia desleal que fomentan aquellas empresas que son informales. Las empresas formales tienen múltiples beneficios como son acceso a financiamiento, servicios de información, tecnologías, y no corren el riesgo de ser

sancionadas por las autoridades competentes, también pueden participar en licitaciones públicas, proveer de manera mayorista o minorista al estado.

### **1.2.3. IMPORTANCIA DE LA FORMALIZACIÓN DE LAS MIPYMES**

Es importante formalizar una empresa pues le permite trabajar de manera legal durante el ejercicio de sus actividades, obteniendo así una serie de beneficios como:

- **Venderle al Estado.** Una empresa con un RUC activo puede inscribirse en el Registro Nacional de Proveedores, y de esta manera obtener la oportunidad de ofrecer y adjudicar sus bienes, productos y servicios al estado, que es el mayor comprador a nivel del país.
- **Acceso al financiamiento.** Actualmente las entidades financieras, evalúan la formalidad de un negocio antes de otorgarle un crédito, no en todos los casos, pero para muchas es un requisito tener RUC y licencia de funcionamiento para poder solicitar un crédito.
- **Internacionalización.** La formalización de los negocios permite que se puedan agrupar varias del mismo rubro, segmentos afines o complementarios para que en unión obtengan volúmenes deseados, cumpliendo así un requisito importante para exportar y vender en un mercado extranjero.
- **Posicionamiento en el mercado.** Una empresa formal, puede registrar su marca, nombre de negocio, dándose a conocer así y evitando que otro negocio formal pueda tomar su nombre, ingresando así al mercado de manera segura y pueda ser reconocida y recordada con el tiempo.

A esto se le suma la importancia de la formalización pues es un pilar fundamental para el desarrollo del país mediante la recaudación de impuestos, generación de

empleos, mejores condiciones laborales para los trabajadores, buscando el desarrollo sostenible del Perú. Puch (2018).

Según Paulo Pantigoso (2015), un negocio formal genera mayores retornos tanto al comerciante como a la sociedad, cuando se trabaja en una pyme formal, el trabajador o empleado verá mejoras en su situación laboral, como estabilidad, beneficios sociales, y en sus ingresos. En otro aspecto la sociedad se beneficia con la recaudación tributaria y aumento de productividad, como consecuencia de este cambio los países se tornan más productivos y competitivos y sus habitantes más prósperos y con una mejor calidad de vida. Las pymes son base del desarrollo pues implican más del 76% de la fuerza laboral de los países del mundo. Por lo que su presencia es de suma importancia para la economía y subsistencia de la localidad.

En el Perú las micro pequeñas y medianas empresas ocupan el 99.6 % de los negocios, las cuales producen el 47% del PBI y dan empleo a más del 80% de la potencia laboral. En el Perú se habla de mipymes desde hace 40 años y desde entonces no se ha logrado dar un buen desarrollo a la gobernanza y regulación de estas, como resultado se ha dado un crecimiento de una economía informal, por lo que el gobierno tanto central y local tiene mucho en que trabajar de manera conjunta para combatir estas situaciones. El gobierno peruano a lo largo de los años se ha dado cuenta que estas mipymes mueven la economía y tratan de promover el avance de las mismas, una de su gran importancia es que 96% de la banca latinoamericana cree y discurre a las microempresas como parte fundamental de su ejercicio, según el banco interamericano de desarrollo BID, por eso EY reconoce que la sostenibilidad e impulso de las pymes deben abordarse desde varios puntos de vista al mismo tiempo para lo cual se han planteado cinco pilares fundamentales para alcanzar el objetivo.

- Acceso a financiamiento.
- Cultura de emprendimiento
- Regulación de impuestos.
- Entrenamiento y educación.
- Apoyo coordinado.

Según el diario La Nación de Paraguay (2016), en un reportaje, en la ciudad de Asunción se dio un encuentro nacional e internacional de pequeñas empresas, promovido por la Unión Industrial Paraguaya (UIO), que contó con la participación de pequeños y medianos empresarios, emprendedores, y personas con deseos de convertirse en ellos, según estudios realizados en el 2015, el 40% del PBI de Paraguay estaba representado por el sector informal, una cifra alarmante pues representaba casi la mitad de ingresos para el Estado mediante impuestos, lo que implica menos recursos del Estado para poder invertir en obras que beneficien a todos y la generación de más fuentes de trabajo formal. La informalidad solo beneficiara a quienes fomenten el trabajo informal y a la larga genera explotación laboral, pues no brindan cobertura ni beneficios sociales como vacaciones, seguro y multas y sanciones para ellos mismos. Por esta razón es de suma importancia insistir en promover y resaltar los beneficios de la formalización de las micro y pequeñas empresas, como trabajar con seguridad y tranquilidad en el mundo empresarial y para poder exportar y mostrar sus productos al exterior, sobre todo debido a que la informalidad mueve el 90% de la economía del país de Paraguay y así en la mayoría de países de Latinoamérica y aunque a veces resulte tedioso el proceso de formalización existen muchos ejemplos de países que se han desarrollado y contribuyen a mantener una economía estable, un adecuado nivel de

vida, evitando la informalidad, gracias al apoyo de las micro y pequeñas empresas que en muchos casos se unen para cumplir los pedidos del exterior y así en conglomerado han logrado adquirir tecnologías, una gran ayuda para poder exportar al mundo.

Según pymes gestión Panamá (2009), la importancia de formalizar tu empresa radica en los siguientes propuestos:

- Ofrece posibilidades de acceso al crédito
- Proyecta seguridad al cliente e imagen de responsabilidad social empresarial
- Permite la apertura a mas puertas y mejores oportunidades de negocios
- Opción de inscribirse en concursos públicos y adjudicaciones para proveer al estado
- Una estabilidad para la familia
- Evita multas por no presentar declaraciones de impuestos.

Según una entrevista a Hernando de Soto, economista peruano, el 19 de mayo, es importante formalizarse porque se trabaja de acuerdo a una sola ley, a un solo tipo de obligaciones que debería también brindar una serie de derechos para todos los peruanos, como acceso a salud, educación, empleo formal, mejora de vías de acceso, entre otras.

Según agencia peruana de noticias (2015), la legislación peruana, formalizar tu mype es de vital importancia pues trae beneficios como:

#### **Tributarios.**

- Las personas naturales que se acojan al RUS, que es el régimen único simplificado pagarán una cuota mensual de 20 soles cuyo valor incluye el pago de impuesto a la renta e IGV.

- La microempresa que se inscriba al RER solo pagara el 1.5 de sus ingresos netos mensuales
- Las mypes estarán exoneradas del pago de tasas a las municipalidades por gestiones y tramites como renovación, actualización de datos.
- Simplificación de trámites.
- Beneficios laborales.
- Beneficios Laborales (Régimen Laboral Especial de las Microempresas)

**Para los Empleados:**

- Gozar el derecho a recibir una remuneración mínima vital.
- Jornada laboral con una duración de 8 horas.
- Derecho a percibir retribución por sobretiempo.
- Gozar de día libre a la semana y en días feriados.
- Poseen derecho a 15 días de vacaciones.
- Acceso a gozar de un seguro de salud social, el asegurado y sus derechohabientes.
- El contribuir a una Administradora Privada de Pensiones (AFP) o a la Oficina de Normalización Previsional (ONP), es opcional.
- Podrá acceder al Sistema de Pensiones Sociales (SPS) cuyo pago será asumido por el Estado en un 50%.

**Para el Empleador:**

- No están obligados a realizar el pago por CTS.
- Los trabajadores sólo pueden gozar de 15 días de vacaciones.
- No está forzado a pagar recarga del 35% por trabajos realizados en horarios nocturnos.
- No paga gratificaciones.

- No está obligado de pagar asignación familiar.
- No hay retribución de utilidades.
- Cuenta con acceso al seguro de salud, el asegurado del mismo modo sus derechohabientes.
- Podrá escoger el Sistema Integral de Salud (SIS) por el cual solo abonará el pago mensual de 15 nuevos soles, ya que será subsidiado por el estado y cuya cobertura es de 12,000 soles al año por enfermedad.
- El contribuir a una Administradora Privada de Pensiones (AFP) o a la Oficina de Normalización Previsional (ONP), es opcional.
- Podrá acceder al Sistema de Pensiones Sociales (SPS) cuyo pago será asumido por el Estado en un 50%.

### **Contabilidad Simplificada**

- Régimen General de la Renta (siempre que los ingresos netos anuales no excedan las 150 UIT):
  - Registro de Ventas
  - Registro de Compras
  - Libro Diario Simplificado
- Régimen Especial de la Renta:
  - Registro de Compras
  - Registro de Ventas e Ingresos

### **Beneficios Financieros**

- Factoring, consentirá al microempresario, a que ejecute sus operaciones de ventas al crédito, conseguir efectivo inmediato a través de la venta de sus facturas.

- El Fondo de Garantía Empresarial (FOGEM) facilita los créditos otorgados.
- El Programa Especial de Apoyo Financiero para la MYPE (PROPYME) canaliza recursos, para el consentimiento de créditos directos, a mediante las entidades financieras.
- Acceso a líneas de crédito en los principales bancos, cajas de ahorro y entidades financieras y de crédito.

#### **Otros Beneficios**

- El Estado reserva el 40% de las adquisiciones nacionales para las MYPES.
- Realizan una Declaración Jurada Anual de inventarios al cumplir cada periodo (31 de diciembre).
- Acceden al Fondo de Investigación y Desarrollo para la Competitividad (FIDECOM), el cual es un fondo concursable en el que pueden participar las mypes, tiene como objetivo cofinanciar proyectos de innovación productiva.

#### **1.2.4. DIMENSIONES DE LA FORMALIZACIÓN DE LA MIPYMES**

La Ley N° 28015, Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, sostiene en el plan nacional de promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de la micro y pequeña empresa 2005-2009 aprobado por decreto supremo N° 009-2006 TR, que una MYPE formal es, “una empresa que responde a las exigencias y cumplimiento de la normatividad legal” (laboral, tributaria, municipal, etc.). En algunos lugares varía dependiendo de la región, provincia, municipalidad ya que estas pueden crear sus propias ordenanzas, tasas de pago entre otro, pero tendrán como base las leyes máximas promulgadas a nivel nacional.

Según mi empresa propia (2016), el **REMYPE**, es un registro nacional de la micro y pequeña empresa en el cual las empresas que deseen acogerse al régimen laboral especial, deben inscribirse y registrarse. La finalidad que tiene el Remype según el artículo 64 del Decreto Supremo N° 008-2008 es:

- a) Certificar que una micro o pequeña empresa cumpla con las características establecidas en los artículos 4 y 5 del decreto supremo N° 013-2013-PRODUCE.
- b) Licenciar el acogimiento de la micro y pequeña empresa a los beneficios que le correspondan conforme decreto supremo N° 013-2013
- c) Los requisitos para el registro, es una Solicitud de registro, según formato REMYPE y el número de RUC. La Finalidad es acreditar que una empresa sea clasificada como micro o pequeña empresa y acogerse a los beneficios que le correspondan.

**El Registro Único del Contribuyente (RUC).** Según el gobierno del Perú, (2016), es el registro administrado por la Sunat en el que se encuentran asentados los contribuyentes a nivel nacional. Contiene datos del contribuyente como el nombre, denominación o razón social, el dominio fiscal, actividad económica principal, así como también información secundaria, como teléfonos, fecha de inicio de actividades. Contiene 11 dígitos y es de uso necesario en toda declaración, tramite o gestión ante la Sunat. Están obligados a registrarse las personas domiciliadas o no en el Perú que efectúen actividades económicas por las que tiene que pagar un tributo, así como aquellas personas que importando o exportando. El RUC se puede obtener a través de internet y de manera presencial, como persona natural o jurídica, para lo cual el interesado debe apersonarse a cualquier centro de

servicio al contribuyente más cercano a su domicilio fiscal, debiendo presentar los documentos necesarios.

**Licencia de funcionamiento.** Es el permiso que emiten las municipalidades competentes para el desarrollo e inicio de actividades económicas en un establecimiento dentro de su jurisdicción, en favor del titular de las misma. Esta ley además sostiene que se pueden otorgar licencias con más de un giro comercial, siempre y cuando estas sean complementarias o afines. Las municipalidades a través de ordenanzas, deben señalar los giros afines acordes con las políticas establecidas por el ministerio de producción. Si un titular de un establecimiento cuenta con más de un local comercial, estos deben tener una licencia para cada uno de los mismos. No existe tampoco la obligación de ejercer una actividad comercial, una vez adquirida la licencia municipal de funcionamiento en un plazo de tiempo determinado. Según Sánchez (2000). “Es un tributo municipal que grava el uso de los locales cuya estructura y periodicidad de pago es establecido por la respectiva municipalidad (donde se ha establecido la empresa o el negocio). El otorgamiento de la licencia no exige la ejecución de la actividad económica en un plazo definitivo”.

**Requisitos para solicitar una licencia de funcionamiento.**

a) **Persona Natural.**

- FUT (formato único de trámite) que debe contener el número de Ruc, DNI y N° de recibo de pago.
- Copia simple de certificado de inspección técnica y seguridad de edificaciones, ITSE.
- Copia de autorización sectorial (salud, educación, SENASA, ALA, SUCAMEC, MTC, MINCETUR, ATFSS, DIGEMID y otros según el

caso correspondiente. también se puede solicitar una copia del título profesional y habilitación en el colegio profesional al cual pertenecen en caso preste servicios relacionados a la salud.

- Pago por derecho de licencia de funcionamiento según categoría.
  - a) 1-100 m<sup>2</sup>: S/.309.68.
  - b) 101-500m<sup>2</sup>: S/. 317.19
  - c) 501 m<sup>2</sup> a más: S/.316.40

**b) Persona jurídica.**

- FUT (formato único de trámite) que debe contener el número de Ruc, DNI y N° de recibo de pago.
- Copia simple de certificado de inspección técnica y seguridad de edificaciones, ITSE.
- Copia de autorización sectorial (salud, educación, SENASA, ALA, SUCAMEC, MTC, MINCETUR, ATFSS, DIGEMID y otros según el caso correspondiente. También se puede solicitar una copia del título profesional y habilitación en el colegio profesional correspondiente en caso preste servicios relacionados a la salud.
- Copia simple de vigencia de poder actualizado.
- Pago por derecho de licencia de funcionamiento según categoría.
  - a) 1-100 m<sup>2</sup>: S/.309.68.
  - b) 101-500m<sup>2</sup>: S/. 317.19
  - c) 501 m<sup>2</sup> a más: S/.316.40.

**Permisos Especiales.** (Sunat,2016). Son autorizaciones especiales para diversos rubros de empresas, que por su condición deben tramitarlas, no se dan en

todos los giros, solo en algunos y dependerás de los siguientes organismos del estado según su rubro:

- Ministerio de comercio exterior y turismo: restaurantes, casinos
- Ministerio de educación: colegios, centros educativos, centros educación ocupacional, academias.
- Ministerio de energías y minas: a través de osinermig, grifos, empresas mineras.
- Ministerio de trabajo: agencias de trabajo, empleo, laborales.
- Ministerio de transportes y comunicaciones: empresas de transportes sea de pasajeros, cargas., radios emisoras, canales de tv.
- Ministerio de salud: Dirección general de salud ambiental, registro sanitario para expedir alimentos, bebidas, jugos, juguetes, útiles de escritorio. La Dirección general de medicamentos, insumos y drogas, establecimientos que venden medicinas, productos farmacéuticos, químicos y en el caso particular de los establecimientos que venden alimentos preparados para el consumo humano, se solicita un certificado de salubridad o salud, en el centro de salud correspondiente a la jurisdicción donde se encuentre ubicado el negocio.

**Superintendencia Nacional de Registros Públicos -SUNARP**, solo para personas jurídicas que son sujetos abstractos, no existe física o corporalmente, pero a los que la ley les reconoce, registra derechos y obligaciones, así como le aprueba realizar contratos y ser representada de manera judicial o extrajudicial. Puede ser una sociedad anónima S.A., sociedad de responsabilidad limitada SRL, sociedad colectiva, sociedad civil, empresa individual de responsabilidad limitada EIRL., constituida por una sola persona natural. La cual debe seguir ciertos tramites en

forma obligatoria como la elaboración de la minuta, la escritura Pública ante un notario e inscribirse a los registros públicos SUNARP, para que determine su existencia.

#### **1.2.5.MIPYMES DEL RUBRO RESTAURANTES.**

Según el Mincetur (2004). Es un establecimiento, local que vende comidas y bebidas a un público, elaboradas o preparadas a su vez en este espacio, entregando el servicio en las condiciones que indica el reglamento de restaurantes”, aprobado por Decreto Supremo N° 025-2004-MINCETUR, que indican que es un servicio en óptimas condiciones de limpieza e higiene e inocuidad, adecuado mantenimiento del local, mobiliario y equipos, ingredientes frescos e inocuos. Los restaurantes pueden clasificarse por categorías que van desde un tenedor hasta los cinco tenedores.

Diario Gestión (2017). En una entrevista al presidente de la Sociedad Peruana de Gastronomía (APEGA), Irzio Pinasco, indico que la importancia del estudio de restaurantes radica en que este sector generará aproximadamente 320 mil puestos de trabajo a nivel nacional, 240 mil en Lima y un 80 mil en el interior del país, porque la demanda de servicios gastronómicos se viene incrementando, ya que la comida peruana es una de las más valoradas por la población y los turistas. También destaca el apoyo gubernamental, pero sugiere que se debe trabajar más para impulsar a este rubro y que sería muy importante la creación de escuelas públicas gastronómicas, sobre todo en el interior del país, que son las zonas donde se encuentran los lugares más visitados por los turistas lo que contribuirá con la generación de más ingresos económicos y más fuente de trabajo.

### **1.2.6. COMPETITIVIDAD.**

Mc Grath. (1997) es una asociación de habilidades y condiciones solicitadas para la acción de la competencia, interpretada esta última como la rivalidad entre las empresas y como parte de la lucha económica. (Hamel, 1997) sostiene que es un proceso por el cual la empresa concibe valor agregado a través de la calidad e incremento en la productividad, y ese incremento del valor agregado es sostenido, es decir se conserva en el mediano y largo plazo. Para (Thompson, 1998), es la “Capacidad que tiene una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas competitivas que le permiten alcanzar, sostener e incrementar una determinada posición en el mercado”.

La World Economic Forum (2011), dice es la capacidad que posee un país para alcanzar altas tasas de desarrollo en un periodo de tiempo. Es decir, un país acrecentara su competitividad en la medida que consiga desarrollar un ambiente, político, económico y social que le admita aumentar la productividad de sus factores de producción”. (Porter, 1991) sostiene en su libro la ventaja competitiva de las naciones, que la prosperidad nacional no se hereda sino se crea, no surge por poseer recursos naturales como sostiene la teoría de la economía clásica formulada por David Ricardo. La competitividad de una nación dependerá de la capacidad que tengan las empresas para innovar y esto se logra a través de presión y desafío que dan los rivales, proveedores nacionales y clientes exigentes.

Para que una empresa obtenga ventaja competitiva debe trabajar en base a estrategias, que debe basarse en formas distintas de competir, creando un valor agregado para el consumidor. Una competencia destructiva es cuando las empresas compiten en lo mismo, lo que generará que las empresas bajen sus precios. Porter

plantea el modelo del diamante, donde explica los 4 o 6 factores que están involucrados en la competitividad nacional.

### **1.2.7.IMPORTANCIA DE LA COMPETITIVIDAD PARA EL RUBRO RESTAURANTES**

Vergara (2009) afirma que para que una organización se mantenga en un ambiente cambiante, dependerá de su capacidad para poder adaptarse a estos cambios, las habilidades que use para contrarrestar diferentes situaciones críticas, radican en su competitividad, es por ello que esta es importante porque:

- Una vez que el negocio sea conocido y reconocido por los clientes se tiene que ser perseverante y mantenerse alertas a las variaciones que se puedan dar en el mercado.
- El sector de restaurantes, es un sector altamente competitivo pues con mucha frecuencia se crean negocios de este rubro, por lo que es necesario trabajar de manera ardua para mantenerse y sobresalir en el mercado, ya se innovando o empleando nuevas estrategias.
- Mejora la gestión y sirve como impulso para los conductores de los negocios a seguir manteniéndose competitivos y crecer ya sea abriendo más locales en la ciudad, país o el extranjero.

Para Martin (2011), la competitividad es importante pues es un requisito fundamental para sobrevivir, pues conlleva la innovación, diferenciación del servicio, producto que ofrezcan, optimización de recursos.

En mercados competitivos como restaurantes la fidelización es la forma ideal de sobrevivencia en el sector para conservar a los clientes.

### 1.2.8. FACTORES DE LA COMPETITIVIDAD.

Entre los factores de la competitividad tenemos:

a) **Condición de los factores. Son factores internos.** Porter (2009), busca descartar la teoría clásica de las ventajas competitivas que explica que un país o región es competitiva por poseer abundantes recursos, tierra, mano de obra y capital, al hacerse la pregunta de porque Holanda es país competitivo en la explotación de flores frescas si presenta escasez de tierras y su mano de obra es costosa. Entonces esta ventaja comparativa no se basa en los factores básicos de producción sino de otra categoría de factores que permiten producir bienes y servicios y que así compitan el mercado, estos factores son:

- **Producción:** Comprende los niveles, calidad, capacidad, crecimiento y certificaciones que una empresa tenga para producir bienes y o servicios.
- **Administración.** Una administración eficiente y adecuada dependiendo de las características de la empresa.
- **Recursos humanos.** Nivel educativo, capacitaciones, desarrollo de habilidades, trabajo en equipo.
- **Tecnológico.** Actualizados investigación y desarrollo de nuevos mercancías, métodos y servicios.

b) **Factores de condiciones de demanda.** Ayudará que los demandantes sean exigentes, lo que contribuye por ejercer presión a que las industrias innoven y tengan respuestas más rápidas a sus nuevas necesidades. La primera característica es la segmentación de la demanda interna, la importancia de determinados segmentos en el país que atraen a las

empresas. Luego sigue la sofisticación de los compradores domésticos, las empresas obtendrán ventajas competitivas si los clientes son exigentes y sofisticados ya que lo impulsara a innovar para atender a sus necesidades. La tercera característica es la anticipación a las necesidades de los compradores. Perfil del comprador, gustos y preferencias, edad, costumbre de consumo, estatus social y cultural.

→ **Competencia.** Competidores, precios y productos, importaciones y arribo de nuevos competidores, intervención de la empresa en el mercado y de la competencia.

→ **Distribución.** Cobertura de puestos de venta.

→ **Promoción y publicidad.** Los dinamismos para elevar ventas, conquistar preferencia de clientes.

→ **Tendencias, cambio de preferencias, gustos, exigencias.**

c) **Las industrias relacionadas y de apoyo.** Es importante las relaciones que se establezcan entre industrias que se apoyarán mutuamente, por lo general serán una demanda cruzada con sus proveedores. En muchos países las empresas que abastecen crean ventajas competitivas mediante un acceso de manera rápida y eficiente a sus suministros.

d) **Estrategia estructura de la empresa y rivalidad.** Está conformado en cómo se crea, se organizan y se administran las empresas. Nos dice también que ningún sistema de administración es universal, variara de acuerdo al entorno nacional del país en que se encuentre.

e) **El azar.** Este factor nos habla sobre acontecimientos fortuitos que muchas veces pueden jugar un papel importante para una empresa ya sea de manera

positiva o negativa, ya que las obligan a tomar decisiones rápidas para innovar o atender necesidades nuevas o que se hayan suscitado.

- f) **El gobierno.** En países de desarrollo el gobierno puede jugar un papel importante al impulsar mediante políticas, la competitividad, la investigación, el apoyo financiero, la capacitación y educación de la mano de obra.

### **1.2.9.LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS.**

Porter (2009). Plantea las 5 fuerzas competitivas que son estrategias y definen la rentabilidad a largo plazo. Sirve para analizar el mercado en planes de negocio para determinar conocimientos de rentabilidad del mercado por medio de sus objetivos.

- a) **Amenaza de entradas o nuevos aspirantes.** Las empresas nuevas aumentan la capacidad productiva de un sector. Cuando la amenaza es real, los miembros deben reducir los costos o incrementar inversión para contener a los nuevos competidores mediante estrategias de innovación para diferenciar el producto o servicio ya existente. Las amenazas de entrada de una empresa dependerán de lo elevada que sea las barreras de acceso.
- **Barrera de entrada.** Son las ventajas que poseen las empresas establecidas en comparación con los nuevos candidatos. Se divide en:
    - **Economía de escala por parte de la oferta.** Este tipo de economía surge cuando la producción de una empresa se da en gran volumen, pues se favorecen con precios más bajos por unidad, ya que puede prorratear los costes fijos entre más unidades, tienen tecnologías más eficientes y requieren sobresalientes condiciones a los

proveedores. La economía de escala detiene a los aspirantes al obligarlos a entraren el mercado a gran escala lo que significara desplazar a las empresas ya existente a través de diferentes estrategias o reducir costos en los precios de ventas.

- **Beneficios de escala por parte de la demanda.** Esto se da en empresas donde el comprador tiene la disposición de pagar se incrementa al haber otros compradores que también están interesados en comprar en la misma empresa y así se limita la entrada de nuevos competidores pues limitarían también la cantidad de clientes que tendrían si entran las nuevas empresas.
- **Costos por el cambio de clientes.** Son costos que debe asumir los clientes cuando cambian de proveedor. Por ejemplo, cuando un comprador cambia o reemplaza a un vendedor debe cambiar las descripciones del producto, formar y capacitar a sus nuevos empleados a emplear un producto nuevo o variar sus sistemas de información. A medida que se incrementa el costo por cambio más difícil será para los aspirantes conseguir clientes.
- **Requisitos de capital.** Se necesita de inversión para competir y retraer a los aspirantes. Esta barrera es alta si se toman en cuenta los gastos en investigación y desarrollo.
- **Beneficios para los miembros sin considerar el tamaño.** Las empresas establecidas pueden beneficiarse de ventajas respecto a calidad o en costos que no gozan los posibles competidores. Estos beneficios se pueden dar por poseer tecnologías, acceso preferencial a los mejores proveedores de materia prima, marca y

reconocimiento etc. Los posibles competidores intentan superar estas ventajas. Un caso práctico es del Wal-Mart que ofrecen descuentos y han ubicado sus establecimientos en lugares independientes y no en centros comerciales reconocidos, pues en estos centros comerciales ya se encuentran ubicados sus rivales que ya están establecidos en el mercado.

- **Acceso desigual a los canales de distribución.** El nuevo competidor debe buscar una adecuada distribución de sus productos o servicios. Por modelo, un nuevo producto alimenticio debe desplazar a otros productos del mismo rubro por medio de oferta, precios bajos, promociones. Cuando más limitados sean los canales de venta y más atraídos este a ella los clientes más difíciles será el acceso de la nueva empresa o producto.
- **Cuando el acceso a la distribución es demasiado difícil.** Lo nuevos competidores deben evitar los canales de venta tradicionales y crear nuevos, por ejemplo, el caso de las aerolíneas low cost o de bajo precio, estas aerolíneas operan con ventas de pasajes por internet, no cuentan con agencias de venta físicos, ya que estos en general favorecen a las líneas de precios altos. En el país ya se está ando este caso con la entrada de la nueva aerolínea viva air que ofrece pasajes por tramos desde 60 soles.
- **Política restrictiva del gobierno.** La política del gobierno logra beneficiar o dificultar la entrada de una nueva empresa, incluso directamente, exigiendo licencias, o restricciones para empresas extranjeras.

b) **La influencia de los proveedores.** Muchas veces los proveedores tienen el poder de generar más valor para ellos mismos al controlar los precios pudiendo subirlos, limitando la calidad de insumos o servicios. Los proveedores dinámicos que proporcionan la mano de obra pueden conseguir la máxima rentabilidad de una empresa que no pueda aumentar del costo al precio final. Entre menos proveedores, tendrá más poder de negociación.

c) **La influencia de los compradores.** Es una de las fuerzas más importantes, ya que pueden hacer bajar los precios, exigir más calidad y enfrentado a los competidores ya establecidos para ofertar mejor su producto o servicio. Un conjunto de clientes ejecuta influencia cuando:

- Existen escasos compradores o si cada comprador busca grandes volúmenes en comparación a un solo vendedor, estos compradores tienen influencia en empresas con costos fijos elevados como en las industrias de quipos para telecomunicaciones, para perforaciones en el mar para buscar combustible entre otros.
- Los productos que ofrecen están estandarizados y no se diferencian entre sí, pues entonces los clientes al comparar con los mismos productos de otras industrias al no ver las diferencias notables pueden optar por un producto de la competencia enfrentando así a los competidores de ese rubro.
- Los compradores pueden amenazar con dejar de adquirir el producto o servicio y producirlo ellos mismo si encuentran rentabilidad. Por ejemplo, el caso de las empresas de refrescos, gaseosas, y cervezas

controlan la influencia de envasado amenazando con envasar y embotellar ellos mismos sus productos.

- Igual ocurre en el caso de la industria textil en gamarra pues los confeccionistas de prendas están optando últimamente por producir sus propias telas.

d) **La amenaza de sustitos.** Un producto o servicio cumple una función igual o similar, pero de manera diferente, por ejemplo, la videoconferencia puede sustituir un viaje. El plástico puede sustituir al aluminio, etc. El producto o servicio sustituto se da cuando se puede suprimir a otro producto, cuando podemos preferir a otro que cumpla con las necesidades requeridas, por ejemplo, un refresco puede sustituir a una gaseosa helada para refrescar la temperatura. También es una fuerza poderosa pues la existencia de demasiados sustitutos hará que los precios bajen en muchos casos, por lo que para contrarrestar esta acción el empresario tiene que realizar innovación, mostrar los beneficios que obtendrá al usar su producto y no el sustituto, usando campañas de marketing, publicidad para que no disminuya su capacidad de crecimiento.

e) **Rivalidad entre competidores existentes.** Las empresas establecidas compiten entre sí para lograr un mejor posicionamiento, vendiendo el mismo producto en una región, país. La competencia genera nuevas mejoras en el producto, descuentos en los precios a menos que sean marcas muy sólidas que no tengan mucha comparación con otras marcas respecto a temas de calidad y atributos. La rivalidad será mayor si:

- Los competidores se encuentran en gran cantidad e influencia en el mercado.

- El crecimiento de ese tipo de industria se da de manera lenta.
- Cuando los rivales están comprometidos con el crecimiento de la empresa y tienes objetivos de liderazgo, que van más allá de los económicos sino por ejemplo de posicionamiento, marca, imagen etc.

La rivalidad en los precios suele darse cuando:

- Los productos o servicios que ofrecen la competencia son casi iguales y solo hay un poco de variación en los precios para los consumidores, esto impulsa a los competidores a disminuir precios para conquistar nuevos clientes.
- Cuando los productos son caducables, se crea una guerra de precios por venderlo antes que perezcan, por ejemplo, en el caso de alimentos perecibles, verduras o en productos más sofisticados que pasan de moda tienden a bajar su precio.

#### **1.2.10. LA ESTRATEGIA COMPETITIVA.**

Porter (2009). Una estrategia competitiva se basa en ser diferente, innovar para ofrecer un producto único al menos un tiempo, ya que la innovación debe ser un proceso constante para evitar caer en la obsolescencia y por lo tanto al decrecimiento de la empresa, ya que una innovación no será exclusividad de una empresa por un periodo de tiempo prolongado, menos aun con este mundo globalizado, la velocidad de acceso a información que se tiene. Existen muchos casos de estrategias competitivas. Por ejemplo, en el Perú es el caso de las micro financieras, entidades pequeñas que buscan cubrir las necesidades de los pequeños empresarios, segmentándolos y ofreciendo créditos acordes a sus capacidades. Los promotores de crédito saben que los microempresarios no pueden perder el tiempo en ir a hacer largas colas a los bancos para solicitar un crédito o pagar las cuotas,

entonces ellos van al local del comerciante y ofrecen su crédito y una vez realizada la transacción de préstamo, también van a sus mismos locales a cobrar las cuotas, brindando así la facilidad al comerciante y vendiendo sus productos crediticios, diferenciándose de las grandes entidades bancarias.

#### **1.2.11. COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL.**

Existen diferentes conceptos que tratan de explicar que es la Competitividad empresarial, y aunque muchas difieran, están de acuerdo en algunos puntos, como, productividad, alto nivel de calidad de productos ofertados y los bajos costos. Está presente también una variable muy importante que es la innovación, y en los últimos años lo que es el desarrollo sostenible y la responsabilidad social.

Porter 1993, indica que la productividad es uno de los puntos clave para la Competitividad. Malaver (1999) indica que es la necesidad de las organizaciones de mantenerse y consolidarse dentro de sus mercados, teniendo como indicador la participación, de sus bienes y servicios en ellos, a partir de un plan sistemático que incorporan los elementos económicos, empresariales, políticos y culturales”.

Solleiro y Castallon (2005) indican que es la capacidad que tiene una organización para conservar o superar su participación en el sector basándose en aplicar estrategias empresariales nuevas, incrementando su productividad, donde podrá negociar con otras organizaciones dentro de su ambiente, que estará determinado por factores externos como consumidores, políticas gubernamentales y alianzas económicas.

La estructura productiva se concentra en un porcentaje de 40 % en servicios y un 15% en comercio de aportación al PBI. Las MYPES emplean alrededor del 59% de la PEA ocupada, una participación significativa, pero de baja productividad (bajos ingresos por persona o ventas por persona) y son informales. Las MYPES

representan el 72% del total de empresas. Otro punto importante que aqueja la competitividad empresarial es la desintegración del desarrollo empresarial en un numeroso grupo de pequeños negocios. El 94,2% de las empresas son micro empresas, el 5% son pequeñas empresas (Produce, 2012). De igual manera están los negocios unipersonales de sostenimiento, que no buscan generación de valor, ni tienen recursos humanos comprometidos por una visión de superación del negocio. Muchas de estos negocios no cuentan con capacidades empresariales, en niveles de gestión, técnicas y productos.

Es importante conocer los factores que favorecen la Competitividad para poder aproximarse a un proceso de medición y al igual que muchas perspectivas para determinarlos con precisión.

Laplane (1996), plantea que la Competitividad de una empresa obedece a un conjunto de factores, que podrán ser internos, que se dividirán a su vez en factores estructurales y sistémicos. Estos factores al ser internos pueden ser manejados y controlados por la empresa. Los factores estructurales son los que podemos entender como internos, pueden ser controlados por la empresa y los factores sistemáticos que son factores externos que afectan el entorno competitivo e influyen en las ventajas competitivas de las empresas.

Berumen (2006) por su parte agrupa en 2 grupos a los factores influyentes. En primer lugar, se refiere a los precios y costos. Sostiene que una empresa será más competitiva si ofrece precios menores a los de su competencia y en segundo lugar están sub agrupados la calidad del producto, la implementación de tecnología en las etapas de producción, una buena organización, administración eficiente de los flujos de producción, capacidad para realizar y conservar buenas relaciones con otras empresas, adecuadas relaciones con el sector público (lo que hoy se traduciría

como responsabilidad social empresarial), las universidades y centros de investigación I+D.

Abdel y Rómulo, (2005) establece que los factores serán: Investigación y desarrollo. (Evaluación de trabajadores, lo que también se conocía como mano de obra y actualmente tiene términos como, colaboradores y talento humano, cooperación con demás empresas y técnicas de producción y manufactura).

Sánchez y Rubio (2005), “Factores asociados con el éxito competitivo de las pymes industriales en España” sostiene los factores más resaltantes para la competitividad de una empresa son los recursos humanos, inversión en tecnología para el desarrollo de sus procesos, la calidad en términos de cumplir las perspectivas de los clientes y poder satisfacer sus necesidades.

### 1.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.

- a) **Administración.** Es un conjunto de procesos que incluyen la planificación, organización, dirección y controlar el uso de los recursos para el logro de los objetivos de una organización (Chiavenato, 2000).
- b) **Calidad.** Es un nivel previsible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, apropiado a las necesidades y expectativas del mercado (Deming, 1989).
- c) **Clientes.** En el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., encontramos que cliente define a una persona u organización que efectúa una compra, adquisición. Puede comprar en su nombre, y recrearse personalmente del objeto adquirido, o comprar para otro, como es el caso de objetos infantiles. Es la parte más significativa de la compañía.
- d) **Competidores.** Empresa que rivaliza con la de uno. Un competidor puede ser directo, cuando ofrece productos similares a los de uno, o indirecto, cuando vende bienes sustitutos (Crece Negocios, 2017).

- e) **Competitividad.** Es la capacidad de la empresa para producir y comercializar productos en superiores medios de calidad, precio, oportunidad que sus competidores (Porter, 1985).
- f) **Diferenciación.** Es establecer en el producto o servicio algo que sea apreciado en toda la industria como único (Porter, 1982)
- g) **Finanzas.** Todas las actividades concernientes con la obtención de dinero y su uso adecuado y eficaz (Ferrel y Geoffrey, 2004)
- h) **Formalizar.** Es ajustarse a los actos legales, cumpliendo con los requisitos pertinentes (Cabanellas, 1979).
- i) **Gestión.** Conseguir el logro de objetivos previamente establecidos (Salgueiro, 2001).
- j) **Innovación.** Es la entrada en el mercado de un producto, servicio o proceso nuevo o significativamente renovado o el impulso de nuevas técnicas de colocación y comercialización (OECD, 2005).
- k) **Licencia de funcionamiento.** Autorización que conceden las municipales para el desarrollo de acciones económicas en una empresa, negocio determinado, en amparo del titular del mismo. (Diccionario Municipal Peruano, 2011).
- l) **Marketing.** Es la actividad y método para instaurar, informar, conceder, el intercambio de ofertas que poseen precio para clientes, socios y la población en general (asociación americana de marketing).
- m) **Proveedor.** Persona o empresa que suministra o abastece de todo lo preciso para un fin a grandes grupos, sociedades, comunidades, etc. (Diccionario de la RAE)
- n) **Recursos Humanos.** Es un conjunto de personas que está bajo la vigilancia de la empresa en una correlación directa de trabajo, que van a resolver una necesidad o llevar a cabo cualquier diligencia en la empresa. (Morales, 2002).

- o) **Remype.** Registro de la micro y pequeña empresa, es un registro que empadrona a las MYPES, para que logren gozar de los beneficios de la ley MYPE. Tiene un procedimiento de inscripción vía web. (Mi empresa propia, 2016).
- p) **Registro Único del Contribuyente.** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el registro administrativo que tiene los datos de identidad de los colaboradores de tributos administrados por la Sunat (Diario Gestión, 2015).
- q) **Restaurante.** Es un establecimiento, local público donde se ofrecen comidas y bebidas preparadas, por el cual se paga un precio. (Real Academia de la lengua española, 2017).
- r) **Sunarp.** Es la entidad rectora del sistema nacional de registros públicos, para las personas jurídicas administra la inscripción y publicidad de los actos referentes a personas jurídicas como lo son las sociedades, sociedades, corporaciones, cooperativas, comunidades campesinas y nativas entre otras. (Conduce tu empresa, 2011).

## CAPÍTULO II

### **2.1. Hipótesis general.**

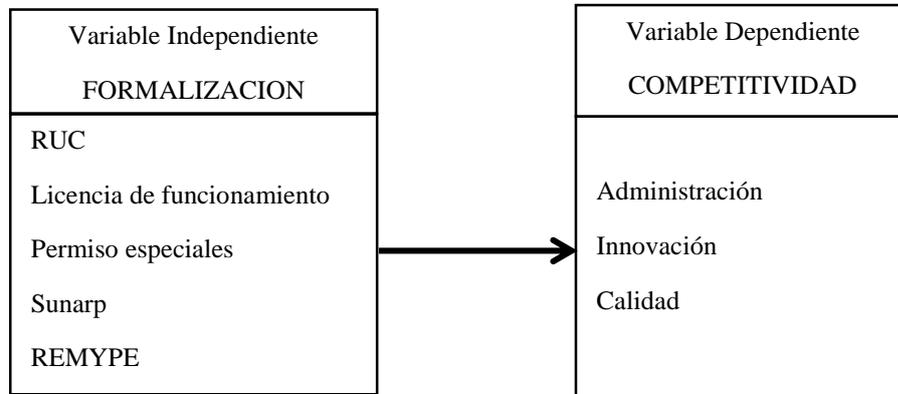
Existen una relación altamente significativa entre la formalización de los restaurantes y su competitividad en la ciudad de Tingo María en el 2017.

## 2.2. Matriz de consistencia.

Los restaurantes formales y la competitividad en la ciudad de Tingo Maria-2017.

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<b>Problema general.</b> ¿Estará la formalización de los restaurantes relacionada a su competitividad en la ciudad de Tingo María-2017?	<b>Objetivo general</b> Determinar en qué grado la formalización de los restaurantes está relacionado a su competitividad, en la ciudad de Tingo María-2017	<b>Hipótesis General</b> Existen una relación altamente significativa entre la formalización de los restaurantes y su competitividad en la ciudad de Tingo María -2017.	Variable independiente: Formalización	Legales  Tributarios  Laborales	-Licencia de funcionamiento -Permisos especiales -Sunarp  -Sunat -Inscripción  -Remype.	<b>Tipo de Estudio</b> Es aplicada y de nivel descriptivo correlacional  <b>Diseño</b> No experimental-transversal  <b>Población y muestra</b> 25 Restaurantes formales de la ciudad de Tingo María.
			Variable dependiente: Competitividad	Administración  Innovación  Calidad	-Finanzas -Recursos humanos -Marketing -Gestión  -Diferenciación de productos/servicios -Tecnología  -Clientes -Proveedores -Competidores	<b>Técnica de recolección de datos</b> Se aplicará un cuestionario de encuesta.  <b>Técnica de Procesamiento de Información</b> Inferencia de comparación de medias. Si los datos se ajustan a una distribución paramétrica se usará "t" de student, y U de Mann Whitney si se ajustan a una distribución no paramétrica. Ambas inferencias se usarán para muestras independientes.

## 2.2. Operacionalización de variables.



## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. TIPO DE INVESTIGACION**

##### **3.1.1. Tipo de investigación**

La investigación es de tipo aplicada, donde se usó los métodos empleados en el pasado, los conocimientos y teóricas básicas para resolver un problema existente (Bunge,1971), la información obtenida de la realidad sirve para enriquecer el conocimiento teórico práctico. Este tipo de investigación parte o inicia por lo general (aunque no necesariamente) del conocimiento formado por la investigación básica, tanto para detectar problemas, dificultades sobre los que se debe intervenir para crear soluciones.

##### **3.1.2. Nivel de investigación**

La investigación corresponde al nivel descriptivo relacional porque se pretende determinar la relación o asociación entre variables, la formalización de los restaurantes y la competitividad, solo se busca entender la relación o dependencia entre las variables en estudio, sin implantar causalidad.

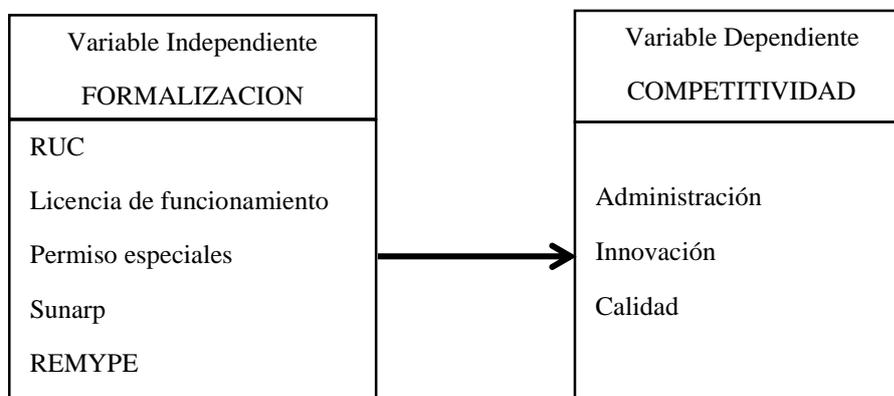
## 3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

### 3.2.1. Método de investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se empleó el método deductivo, pues ello conlleva la aplicación del estudio a la muestra y de ello deducir que toda la población tendrá comportamientos similares en igualdad de condiciones, pues se describió a la población en estudio con sus particularidades principales y luego se estableció el grado de relación entre las variables en estudio.

### 3.2.2. Diseño de la investigación

Para el desarrollo de la investigación se aplicó el diseño no experimental, de corte transversal, porque no se manipulo deliberadamente ninguna variable, es decir, es una investigación en la que no se hizo variar de manera intencional las variables independientes. Lo que se realiza en la investigación no experimental es observar y estudiar fenómenos tal y como se proporcionan en su contexto natural para posteriormente examinarlos en un momento determinado.



*Figura 1:* Diseño de investigación.  
Fuente: elaboración propia.

### **3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.3.1. La población.**

Según Arias (2006) es un conjunto o agrupación finito o infinito de elementos con particularidades en común, que pueden ser observados y estudiados. La población del estudio estuvo constituida por 30 restaurantes formales, inscritas en la municipalidad de Leoncio Prado en el área de gerencia de desarrollo económico y en la subgerencia de desarrollo empresarial, en vista del tamaño reducido de la población se decidió trabajar con todos.

#### **3.3.2. Muestra.**

Es un sub conjunto específico y finito que se extrae de la población asequible, Arias (2006). En la presente investigación se trabajó con 25 de los 30 restaurantes formales.

### **3.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

#### **3.4.1. Instrumentos**

Para medir las variables en estudio se utilizó como instrumento dos cuestionarios, que fueron diseñados realizando antes un análisis de ítems, uno de tipo dicotómico con dos alternativas de respuesta y el otro con escala de Likert de 5 alternativas, siendo consideradas desde totalmente desacuerdo (1), en desacuerdo (2), indiferente (3), de acuerdo (4) y totalmente acuerdo (5), el cuestionario fue aplicado de manera individual a 25 propietarios, administradores, encargados según la circunstancia. (Anexo 1).

#### **3.4.2. Técnicas de recolección y procesamiento de datos**

En la ejecución de la investigación se empleó las siguientes técnicas de recolección de información: la encuesta y revisión bibliográfica.

**a) Encuesta.** Se empleó esta técnica con su concerniente instrumento como es el cuestionario, el cual estuvo conformado por una serie de interrogantes diseñadas a través de la escala dicotómica para la variable independiente formalidad y de tipo Likert para la variable dependiente competitividad, referidas a conocer el grado de formalización de las mypes del rubro restaurantes que hay en la ciudad de Tingo María y la competitividad que estas logran debido a la condición de ser formal, fue una encuesta formal con aplicación en el centro de trabajo, distribuidas de la siguiente manera.

Variable independiente del ítem 1 al 4.

Variable dependiente de los ítems 5 al 23.

**b) Revisión documental.** Para el desarrollo de la presente investigación se consultó, revisó y estudió, donde se obtuvo información y datos de libros, tesinas, revistas, tesis y trabajos de investigaciones, con el propósito de trabajar sobre la base de estudios preliminares.

### **3.5. TÉCNICAS ESTADÍSTICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION.**

#### **3.5.1. Estadística descriptiva**

Se utilizó la estadística descriptiva, el cual tiene como objetivo resumir o describir un conjunto de datos con el objetivo de facilitar su interpretación, para lo cual se utilizó el conteo de frecuencia e histogramas con los cuales se elaboraron tablas y figuras.

#### **3.5.2. Estadística inferencial**

El análisis estadístico tiene el objetivo de orientar todo el proceso. Dicho objetivo estuvo relacionado con la demostración de la hipótesis diseñada como una

respuesta tentativa a la interrogante general, a la cual se abrevió el problema de investigación.

Se inició el proceso estadístico con la determinación de la cuantía de elementos (tamaño de muestra), a quienes hay que preguntar (selección de unidades de muestra).

Se aplicó la estadística inferencial en el análisis de datos para explicar las dependencias entre las variables que se analizaron, el diseño es transversal.

Por ser pruebas no paramétricas y si pretendemos demostrar la dependencia entre dos variables y los datos derivan de una escala ordinal, de intervalo o de ratios, utilizaremos una prueba de Chi cuadrado para determinar la dependencia de las variables y V de Cramer para determinar el grado de correlación de estas.

### **3.5.3. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información**

Para determinar la conformidad del instrumento se realizó las pruebas de validez y confiabilidad del instrumento, cuyos modos de elaboración se especifican a continuación.

### **3.5.4. Confiabilidad del instrumento.**

Se aplicó el índice de consistencia interna Alfa de Cronbach, para el análisis de confiabilidad del instrumento, los ítems estudiados pertenecen a una valoración estándar tipo Likert con cinco alternativas. En la presente investigación el coeficiente de alfa de Cronbach es de (0.91) para Formalización y (0.91) para Competitividad, llegando así a la conclusión que el cuestionario tiene buena consistencia interna, tal como se indica en la *tabla 1*.

### 3.5.5. Validez del Instrumento.

La validez del instrumento se ejecutó mediante el juicio de expertos, en el cual participaron tres destacados profesionales especialistas en las distintas áreas estudiadas en esta investigación. La validez de la encuesta obtuvo un puntaje promedio de (82.0), por lo que pudo afirmar que, según la opinión especializada de los expertos consultados, los indicadores planteados son consistentes con las variables objeto de medición como se muestra en el (anexo 3) y cuadro siguiente:

Tabla 1. *Validación del instrumento de medición de variables*

CRITERIO	PUNTAJE EXPERTO 1	PUNTAJE EXPERTO 2	PUNTAJE EXPERTO 3
1	75	100	100
2	80	90	95
3	85	95	90
4	85	95	85
5	75	90	80
6	85	90	95
7	85	90	85
PROMEDIO PARCIAL	<b>81</b>	<b>93</b>	<b>90</b>
PROMEDIO TOTAL	<b>88.0</b>		

Fuente: Encuesta piloto a los conductores de Restaurantes Formales de Tingo María 2017

### 3.5.6. Aplicación del instrumento

El instrumento se aplicó a los propietarios, administradores, encargados de los restaurantes de la ciudad de Tingo María previa verificación que sean formales según reporte de la sub gerencia de desarrollo empresarial de la MPLP, pero de los 30 identificados y que cumplen con la condición requerida se obtuvo 5 fracasos (por desinterés, negativa a participar de la investigación por que los encargados no contaban con la información requerida etc.) Por lo que la muestra quedó reducida a 25 propietarios de restaurantes que accedieron a colaborar con el estudio.

### **3.5.7. Procesamiento de datos**

**Tabulación.** La tabulación de los datos se efectuó mediante el programa Microsoft Excel, en el que se construyó y procesó la tabla de datos recogidos, cuyas puntuaciones fueron entre 1 y 2 para la variable independiente formalización y para la variable dependiente competitividad en el intervalo de 1 a 5 de las respuestas, esta tabla fue la base para proceder realizar el procesamiento de datos.

#### **Aplicación de la prueba estadística.**

Antes de realizar la prueba estadística se tuvo que emplear la técnica del baremo, que consiste en recodificar o crear nuevos valores a través de los ya obtenidos en la tabulación de datos del cuestionario, para poder analizarlos de una manera más óptima, se empleó esta técnica por el tipo de encuesta que contenía dos tipos de escala, para la variable independiente la escala dicotómica y para la variable independiente la escala tipo Likert.

Tanto la técnica del baremo y la aplicación de la prueba estadística se ejecutó mediante el programa estadístico SPSS v.22, al cual se insertaron los datos para su posterior procesamiento con el propósito de contrastar la hipótesis.

### **3.5.8. Elaboración del informe final**

En la redacción del informe final de tesis se tomó en cuenta las normas de aplicación del protocolo APA para tesis de licenciatura de la Escuela Profesional de Administración de la UNAS.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

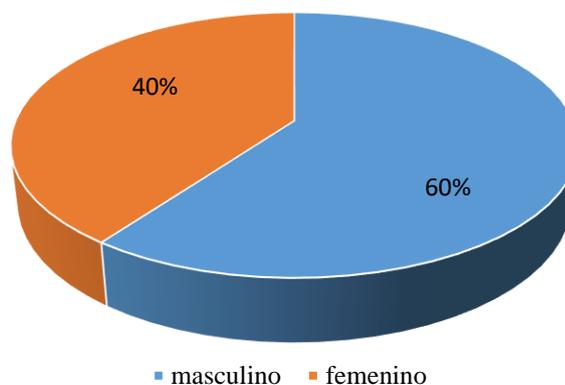
#### 4.1 CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

La investigación se realizó en (25) restaurantes formales ubicadas en la ciudad de Tingo María, distrito de Rupa Rupa, provincia de Leoncio Prado, región Huánuco, el estudio incluyó a toda la población (30) restaurantes de los cuales se tuvo (5) fracasos, a quienes se le evaluaron las siguientes características sociodemográficas; cuyos resultados se muestran a continuación:

##### 4.1.1 Análisis según género de los encuestados

Del análisis de la muestra se deduce que el mayor porcentaje (60%) está comprendido por el género masculino porque en la actualidad frente al desempleo, las personas se ven en la necesidad de crear sus propias fuentes de ingresos, y si son solteros es para sostenerse ellos mismo, o en el caso de tener carga familiar y como jefes de hogar para llevar el sustento a su casa, cabe resaltar que muchos de los negocios, son familiares, donde colaboran papa, mama, hijos. según se observa en la figura 2.

**Análisis según género de los encuestados**

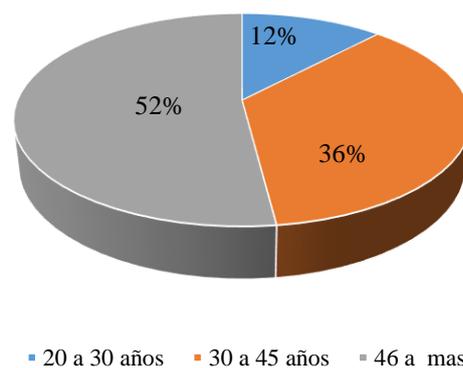


*Figura 2.* Análisis según género de los propietarios de los restaurantes formales.  
Fuente: Encuesta realizada en agosto a diciembre del 2017

#### 4.1.2 Análisis según edad de los encuestados

Del total de encuestados el mayor porcentaje (52%) pertenece a los propietarios de los restaurantes formales que tienen una edad entre 46 a más. Esta cifra se da por qué tener un negocio posicionado toma cierto tiempo, es por esto que la mayoría de encuestados supera los 45 años de edad, iniciaron su negocio desde jóvenes y año tras año han luchado por sacar adelante su negocio. Cabe resaltar que en tiempos antiguos no se contaba con la tecnología actual, medios de comunicación, promoción de negocios según se observa en la figura 3.

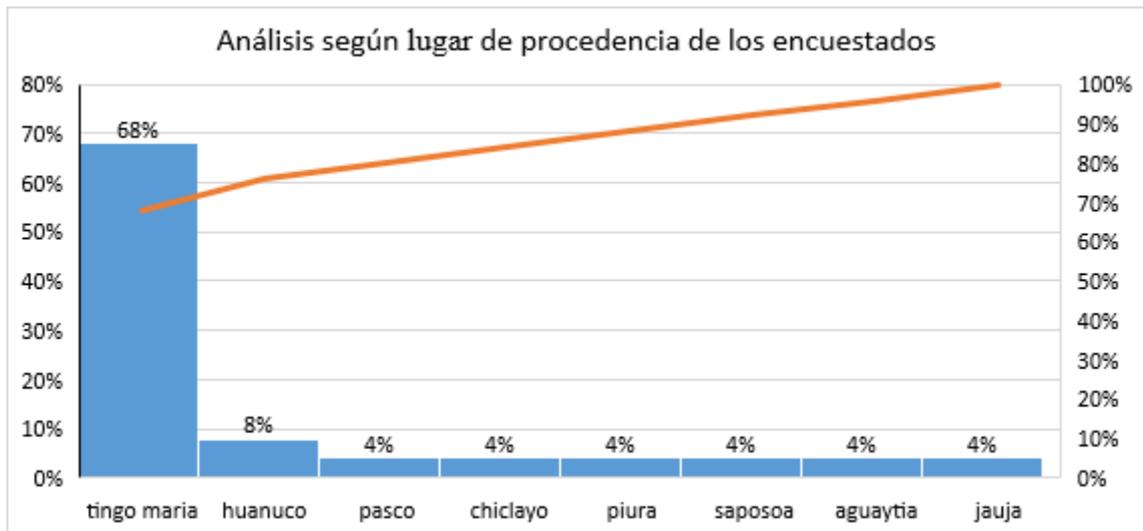
#### Análisis según edad de los encuestados



*Figura 3.* Análisis según edad de los propietarios de los restaurantes formales.  
Fuente: Encuesta realizada en agosto a diciembre del 2017

#### Análisis según lugar de procedencia de los encuestados

Del estudio se obtuvo que el (68%) de los encuestados, tienen como lugar de procedencia la ciudad de Tingo María, luego de la ciudad de Huánuco con (8%), la mayoría de tingaleses, no han querido dejar su tierra natal a pesar de no conseguir trabajos estables, o con una remuneración adecuada, es por eso que se vieron en la necesidad de crear sus propios negocios según se observa en la figura 4.

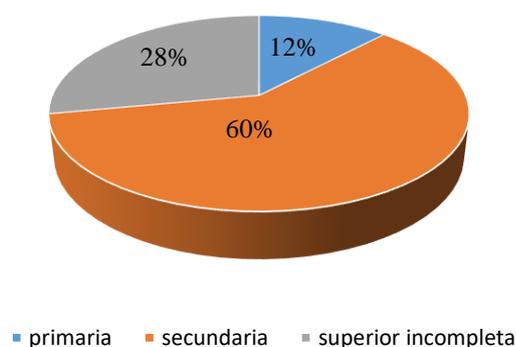


*Figura 4.* Análisis según lugar de procedencia de los encuestados  
Fuente: Encuesta realizada en agosto a diciembre del 2017

#### 4.1.3 Análisis nivel de académico.

Se obtuvo que, de los 25 propietarios de los restaurantes formales el (60%) tienen como nivel académico secundaria completa, y el menor porcentaje de (12%) tienen estudios superiores, en épocas pasadas, era más difícil poder estudiar una carrera superior, muchas veces las personas formaban su familia a temprana edad, entonces ya les quedaba muy difícil continuar una carrera y ya al tener una carga familiar se veían en la necesidad de trabajar, y si no conseguían trabajo, creaban sus propios negocios, según se observa en la figura 5.

Análisis según nivel académico de los encuestados

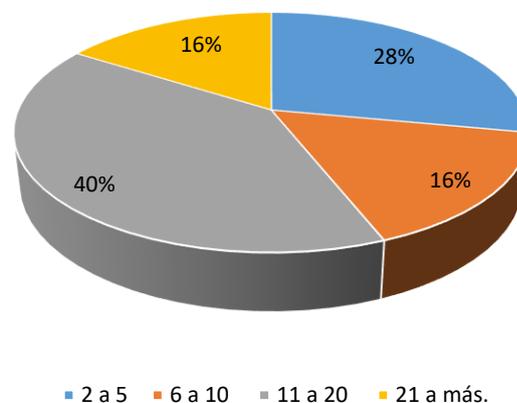


*Figura 5.* Análisis según nivel académico de los encuestados.  
Fuente: Encuesta realizada en agosto a diciembre del 2017

#### 4.1.4 Análisis según tiempo del negocio

El porcentaje mayor (40%) corresponde a los negocios que tienen entre 11 a 20 años de funcionamiento, como se indicó en un gráfico anterior, formar y posicionar un restaurante hasta que tenga un grado de competitividad y formalización toma tiempo, antes era más difícil hacerlo conocido, difundir su existencia, según se observa en la figura 6.

Análisis según tiempo del negocio en años.

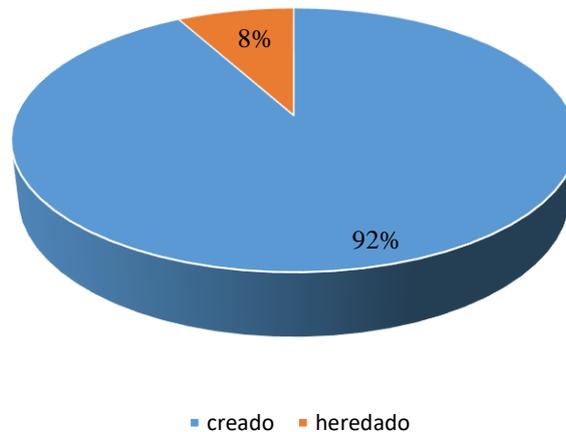


*Figura 6.* Análisis según años de funcionamiento de los restaurantes formales.  
Fuente: Encuesta realizada en agosto a diciembre del 2017

#### 4.1.5 Análisis según tipo de negocio

Los negocios que han sido creados representan el (92%). Es por la falta de fuentes de trabajo o puestos de trabajo dependientes, el peruano no es de las personas que se quedan en la inercia y buscan soluciones a sus problemas y enfrentan la crisis que puedan presentarse como la falta de empleo, es así que más del 90 son creados, según se observa en la figura 7.

### Análisis según tipo de Negocio



*Figura 7.* Análisis según tipo de negocio.

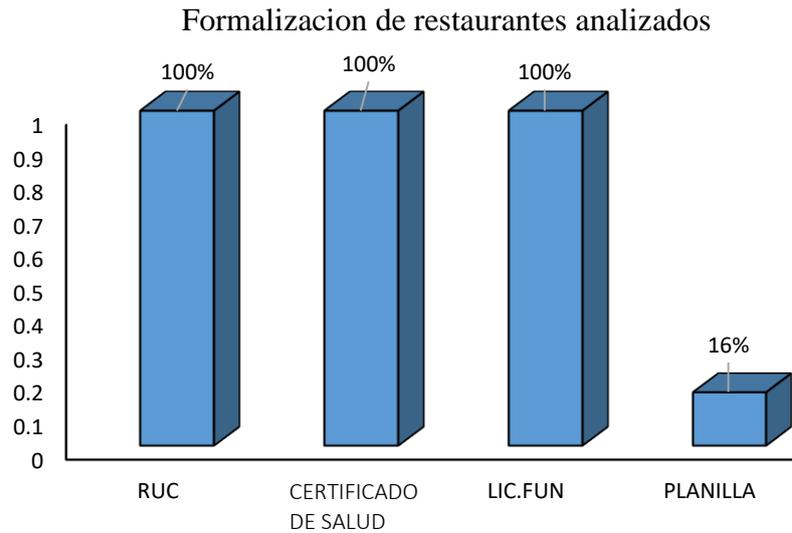
Fuente: Encuesta realizada en agosto a diciembre del 2017

## 4.2 ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LAS VARIABLES.

### 4.2.1 Análisis de la variable independiente formalización

Para el desarrollo de la investigación se estudió la variable formalización, considerándose lo planteado por la Ley N° 28015 Ley Mype, según la cual indica que para que una Mype sea formal debe contar con: Licencia de Funcionamiento, Registro Único de Contribuyente, Permisos Especiales (según sector en el que desarrolla sus actividades) y registrar a sus trabajadores en el REMYPE (tener al día la planilla de trabajadores).

Del resultado obtenido afirmamos que el 100% de los restaurantes considerados para la investigación cuentan con Licencia de Funcionamiento, Carnet Sanitario y RUC, pero solo el 16% tiene trabajadores en planilla por lo que podemos concluir que las Mypes del sector restaurantes en la ciudad de Tingo María están parcialmente formalizados en un alto porcentaje, según se visualiza en la figura 8.

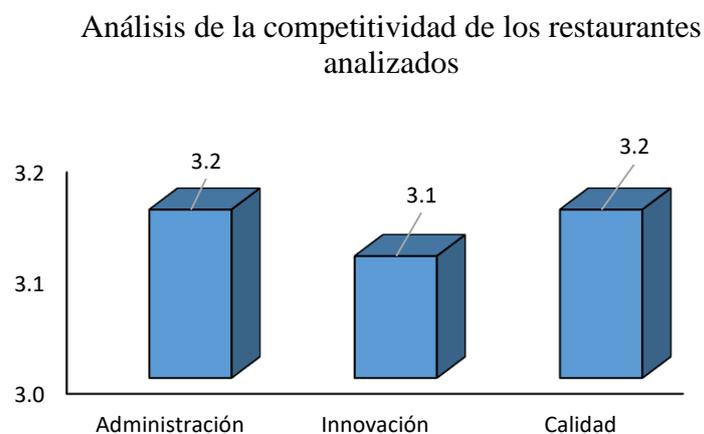


*Figura 8.* Análisis de la formalización de los restaurantes analizados.  
Fuente: Encuesta realizada en agosto a diciembre del 2017

#### 4.2.2 Análisis de la variable dependiente competitividad

Para el estudio de la competitividad se consideró las dimensiones de Administración, Innovación y Calidad, según lo manifiesta Porter (2014) en su libro Ventaja Competitiva de la cual se obtuvo el siguiente análisis.

Las dimensiones administración y calidad son los mejor valorados con un promedio ( $X=3.2$ ) mientras que la dimensión innovación obtuvo un promedio de ( $X=3.1$ ), según se visualiza en la figura 9.

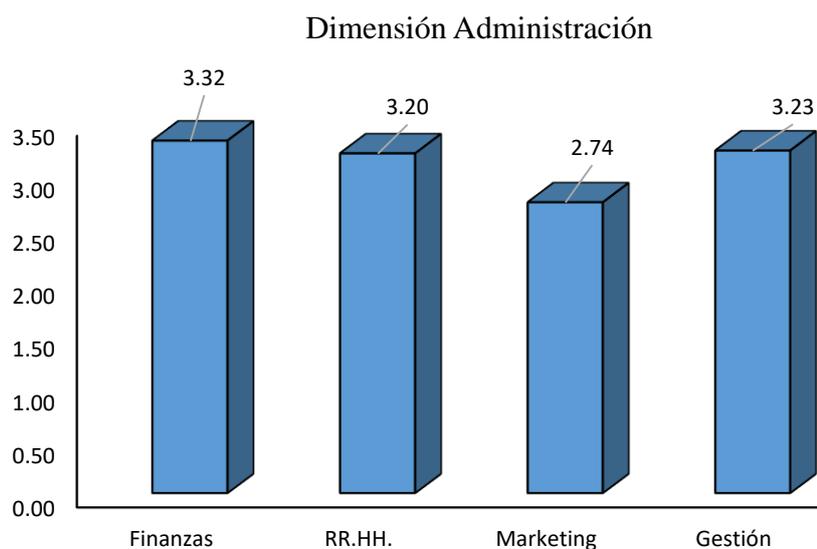


*Figura 9.* Análisis de la competitividad de los restaurantes analizados.  
Fuente: Encuesta realizada en agosto a diciembre del 2017

### 4.2.3 Análisis de las dimensiones de la variable dependiente competitividad

#### 4.2.3.1 Dimensión Administración.

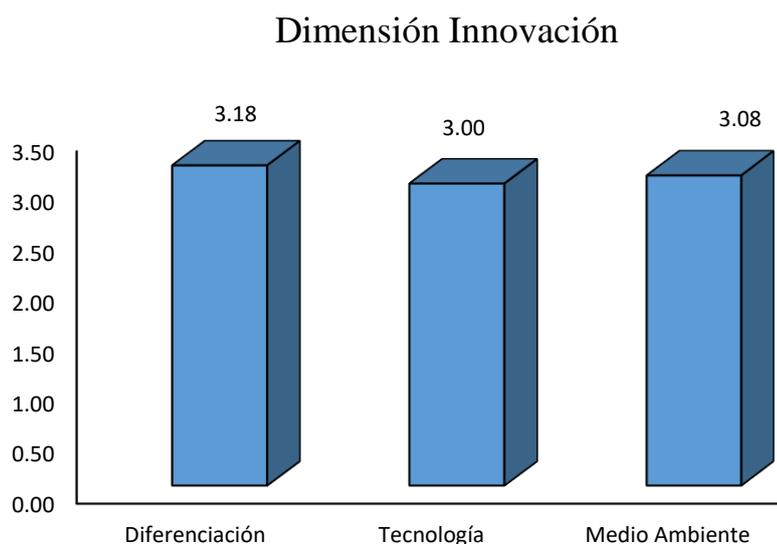
En esta dimensión, se obtuvo que el indicador de Finanzas tiene el mayor promedio ( $X=3.32$ ), pudiendo deberse ello a que en el mercado financiero de Tingo María y diversas partes del Perú, se ha incrementado de gran manera, las cajas, cooperativas, financieras, e incluso prestamistas que otorgan créditos a los micro y pequeños empresarios sin muchos trámites, seguido del indicador Gestión ( $X=3.23$ ), debido a que la experiencia en el mercado les ha dado conocimientos sobre control de inventarios, existencias, planteamiento de metas y objetivos, pero de una manera empírica y no tan precisa, y la que obtuvo menos valoración fue el indicador Marketing ( $X=2.74$ ) porque tienen un desconocimiento sobre el tema de marketing y su importancia para dar a conocer los servicios y productos que ofrecen en sus, según se visualiza en la figura 10.



*Figura 10.* Análisis de la Dimensión Administración de restaurantes analizados.  
Fuente: Encuesta realizada en agosto a diciembre del 2017

#### 4.2.3.2 Dimensión Innovación

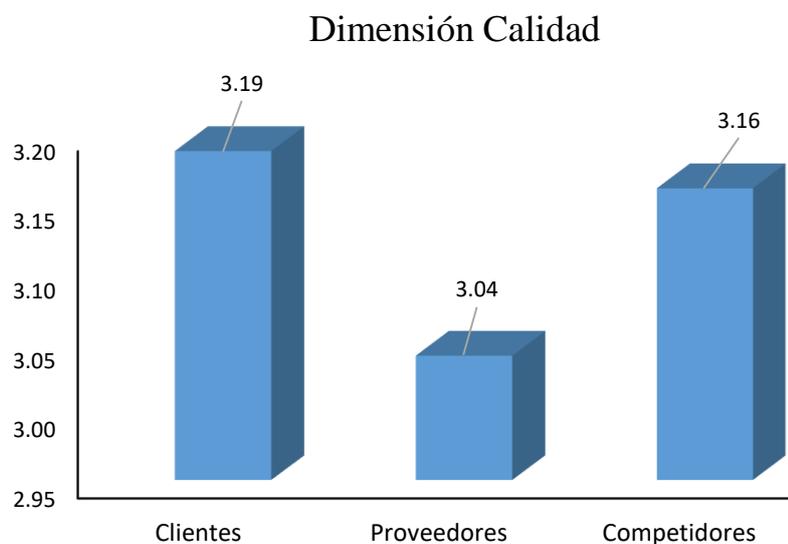
En esta dimensión el indicador con mayor promedio es Diferenciación ( $X=3.18$ ), ya que los encuestados aducen que por conversaciones con sus clientes, prefieren sus locales o establecimientos por características que los diferencian de otros, por nuevos platos, mejor sabor, por ofrecer servicios como *delivery*, promociones, seguido del indicador Medio Ambiente ( $X=3.08$ ) pues los conductores de los negocios hacen practicas medio ambientales como el separar sus residuos ya sea para obtener ingresos adicionales por la venta de estos, por el plan de manejo ambiental que le exigen algunas instituciones o por prácticas personales incluyendo los residuos orgánicos e inorgánicos, el indicador menos valorada es la Tecnología ( $X=3.00$ ), debido a que como se observa en los datos sociodemográficos, la mayoría de conductores de los restaurantes estudiados sobrepasan los 45 años de edad, y se muestran reacios a emplear la tecnología o tienen desconocimiento sobre su manejo, y hasta algo de temor, según se visualiza en la figura 11.



*Figura 11.* Análisis de la Dimensión Innovación de restaurantes analizados.  
Fuente: Encuesta realizada en agosto a diciembre del 2017

### 4.2.3.3 Calidad

El indicador más importante para los encuestados son los Clientes ( $X=3.19$ ) ya que al asegurar un servicio de calidad que incluya un buena atención, higiene, amabilidad, cortesía y solución de problemas pudieron lograr la fidelización de clientes antiguos y la atracción de nuevos clientes, el indicador que obtuvo el segundo lugar fue los Competidores ( $X=3.16$ ), aunque no es un tema que consideren demasiado importante, no lo dejan de lado pues los conductores de los negocios son conscientes, que siempre es bueno tener conocimiento sobre su existencia, productos, servicios de brinden y el indicador más bajo es los Proveedores ( $X=3.04$ ) ya que algunas veces han tenido que cambiarlos por razones de precio y variedad, según se visualiza en la figura 12.



*Figura 12.* Análisis de la Dimensión Calidad de restaurantes analizados.  
Fuente: Encuesta realizada en agosto a diciembre del 2017

## **4.2. DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS**

### **4.2.4 Planteamiento de la hipótesis**

H0: No existen una relación significativa entre la formalización de los restaurantes y su competitividad en la ciudad de Tingo María -2017

H1: Existen una relación significativa entre la formalización de los restaurantes y su competitividad en la ciudad de Tingo María -2017.

Para la demostración de la hipótesis planteada se procedió a realizar la prueba estadística de Chi Cuadrado que determina la correlación entre las variables, para lo cual se debió recodificar las variables a través de la técnica del baremo para facilitar el análisis de los datos.

### **4.2.5. Cálculo del baremo**

Para la variable dependiente competitividad se estableció rangos de calificación, como nivel bajo desde 52 hasta 56, nivel medio desde 57 hasta 61 y nivel alto desde 62 hasta 72. Así mismo se recodifico nuevamente estos grupos asignando el valor de 1 para el nivel bajo, el número 2 para el nivel medio, y 3 para el nivel alto.

Para la variable formalización se dio los valores de 1 para los que son parcialmente formalizados, y 2 para aquellos restaurantes que son totalmente formales, reuniendo las 4 características mínimas establecidas para el presente estudio y según la bibliografía lo sostiene.

Tabla 2. *Determinación de los percentiles de la variable competitividad.*

PERCENTILES		
N	Válido	25
	Perdidos	0
Mínimo		52,00
Máximo		72,00
Percentiles	33,33333333	57.00
	66,66666667	61.00

Fuente: Encuesta realizada en agosto a diciembre del 2017

### **Determinación del nivel de competitividad de los restaurantes formales de la ciudad de Tingo María en el año 2017.**

Para el análisis de la competitividad de los restaurantes en la ciudad de Tingo María se aplicó las tablas cruzadas del cual se puede observar que de las empresas parcialmente formales (9) tienen un nivel bajo de competitividad, (6) tienen un nivel medio y los (6) restantes un nivel alto. Mientras que, de los restaurantes formales, (2) muestran un nivel bajo de competitividad y (2) un nivel alto de competitividad, como se visualiza en la tabla 05.

Tabla 3. *Tablas cruzadas para determinar el nivel de competitividad de los restaurantes formales en la ciudad de Tingo María*

		FORMAL		Total
		SEMI FORMAL	FORMAL	
COMPETITIVIDAD	BAJO	9	2	11
RECODIFICADA	MEDIO	6	0	6
	ALTO	6	2	8
Total		21	4	25

Fuente: Encuesta realizada en agosto a diciembre del 2017

#### 4.4. Demostración de la hipótesis.

##### a) Chi cuadrado de Pearson como prueba de dependencia.

La prueba de correlación Chi Cuadrado, mide la correspondencia que oscila entre (-1 hasta +1); donde (-1) muestra que existe una correlación inversa, (1) indica que existe una correlación directa. El valor (0) indica una correlación nula. Matemáticamente la fórmula del Chi Cuadrado, es:

$$\chi^2_{calc} = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

b) Donde:

c)  $f_o$  = Frecuencia del valor observado

d)  $f_e$  = Frecuencia del valor esperado

e) Para el contraste de hipótesis de correlación se estableció un nivel de significancia alfa igual al 5% ( $\alpha = 0.05$ ) para todas las pruebas. El nivel de confianza es de  $(1 - \alpha)$  que es igual al 95% (0.95).

Tabla 4. *Tabla de correlación entre la formalización y la competitividad.*

Pruebas de Chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,664 <sup>a</sup>	2	,435
Razón de verosimilitud	2,555	2	,279
Asociación lineal por lineal	,088	1	,766
N de casos válidos	25		

a. 3 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,96.

c) **Decisión.** Como el P. Valor es mayor que el alfa (P. Valor  $>\alpha$ ), (0.00  $>0.05$ ), (0.435  $>0.05$ ), entonces se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ), es decir No existen una relación significativa entre la formalización de los restaurantes y su competitividad en la ciudad de Tingo María -2017 y se rechaza la hipótesis alternante ( $H_1$ ), existen una relación significativa entre la formalización de los restaurantes y su competitividad en la ciudad de Tingo María -2017.

### Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Phi	,258	,435
	V de Cramer	,258	,435
N de casos válidos		25	

**d) Interpretación.** Los resultados de la prueba estadística Coeficiente de Cramer ( $V$ ).

muestran un grado de correlación calificado como media o moderada. ( $V = 0.435$ ), se

infiere que la competitividad de los restaurantes no depende de la formalidad de los

mismos de manera significativa.

## **CAPÍTULO V**

### **DISCUSIÓN**

Usualmente se entiende que una empresa formal tiene o tendrá un nivel competitivo más alto que las informales, lo cual debería favorecer a los conductores y entidades reguladoras, pues estarían trabajando acorde a las normas establecidas y a su vez estas entidades estarían cumpliendo con su misión de regular, e impulsar la creación de las mipymes formales. Una mipyme formal es aquella que cumple con las exigencias y cumplimiento de la normatividad vigente como lo son en el aspectos laboral, legal en el caso de las empresas jurídicas, tributarias en el caso de la Sunat y municipales que corresponde a la licencia de funcionamientos y en el caso de requisitos especiales, para los restaurantes cumpliendo con el certificado de establecimiento público, conocido anteriormente por el nombre de certificado de salud (Ley N° 28015), esta variable fue la independiente.

La competitividad es la capacidad de una organización, país, de mantenerse y sobre salir, destacar de entre otras de su mismo rubro (Porter 2004).

El propósito de la investigación fue determinar si la formalización se relaciona de manera significativa con la competitividad de los restaurantes de la ciudad de Tingo María en el año 2017, para lo cual se tuvo una muestra (n=25), que desarrollan sus actividades en dicha ciudad, con una antigüedad de 2 años de funcionamiento como mínimo.

La primera variable estuvo conformada por las dimensiones en el aspecto legal, tributario, municipal, laboral y especial, de los cuales se obtuvo que solo 5 cumplen con los 4 aspectos a los que se llamó totalmente formales y los restantes 20 cumplían con 3 de las características para ser formales a los que se denominó parcialmente formal, en la investigación realizada se pudo observar que la dimensión menos valorada fue el aspecto laboral, es decir que la mayoría de restaurantes no tienen a sus trabajadores en planilla.

La variable dependiente competitividad, tuvo las dimensiones de administración, innovación y calidad, se consideró estas dimensiones después de la lectura realizada a varios autores y de acuerdo al tipo de negocio en investigación que son las MiPymes, en el rubro de restaurantes. En la dimensión de administración, el indicador menos valorado fue el de marketing, en el indicador de innovación fue la tecnología, en la de calidad fue de los proveedores.

En esta investigación en la hipótesis general se ha encontrado que no existe una correlación significativa entre la variable formalización y competitividad. Bajo este resultado podríamos contradecir a Delgado y Mendieta(2015) en su estudio titulado la informalidad y el crecimiento económico donde sostienen que, la formalización tiene una relación positiva y alta con el crecimiento económico., a su vez sugerir que se replanteen las ventajas de ser formal como lo sostiene Paulo Pantigoso (2015), si bien es cierto una empresa formal tiene acceso a una serie de ventajas como acceso a créditos, oportunidad de proveer al Estado, entre otros esto no lo hace altamente competitivo en la práctica, considerando los indicadores de competitividad como innovación, diferenciación y optimización de recursos Martin (2011).

En este sentido se evidencia que no existe una relación reveladora entre las variables formalización y competitividad, para lo cual se debería tomar acciones de guía y apoyo

especializado para estos establecimientos ya formales, para que exista una relación alta y significativa para el propio beneficio de los restaurantes formales.

Por otra parte estamos de acuerdo con (Tello, 2006) quien sostiene que el problema de la informalidad estaría relacionado con la ineficacia de los instrumentos de formalización para el desarrollo de los negocios y la baja competitividad que tienen, ineficacia de acceso a las compras del Estado, restricción en el crédito para las Mipymes, incumpliendo con la Ley Mipymes, privación de procesos de innovación y acceso a servicios tecnológicos a favor de las micro, pequeñas y medianas empresas, en el caso de la SUNAT que más allá de impulsar la formalización crea el miedo, pues es coercitivo, solo se centra en la recaudación de impuestos mas no en el desarrollo de un sistema que vaya de acorde a la realidad peruana, del mismo modo con el aspecto laboral, en su estudio titulado la importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. Se debería tomar acciones de otros países que más allá de poner una multa de dinero, exigen como sanción que los conductores infractores se capaciten como forma de pago de multas impuestas, como se da en el país de Brasil.

También coincidimos con Gonzales (2014) en su investigación gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector textil en el marco de la ley 28015 en el distrito de la victoria en el año 2013, que sostuvo que el mayor porcentaje de las empresas del rubro estudiado no tiene un buena aplicación o uso de los factores como tecnología, lo que no favorece a las mipymes pues, la tecnología debería ser una ventaja que permita crecer o tener mejoras en sus procesos y en el estudio realizado se obtuvo que es el indicador menos valorado por temas de desconocimiento o de no poder acceder a estos.

También coincidimos con (Sánchez y Rubio, 2005) ya que para afrontar los desafíos de esta era y para poder adecuarse a los requerimientos de los clientes las pymes deberían agregar activos tecnológicos que les admitan tener una posición competitiva frente a sus

rivales, es decir deben invertir más en tecnología, maquinarias necesarias para el desarrollo de sus procesos.

La calidad es un indicador necesario para poder ser competitivo, es decir cumplir con las características, atributos adecuados para satisfacer las necesidades del consumidor, en el estudio se encontró que es un elemento muy valorado por los conductores, pero se podría reforzar realizando una orientación al cliente, planificación, información y participación de todos los colaboradores de la entidad.

## CONCLUSIONES

El análisis estadístico del Chi cuadrado indica que como el P valor es igual a (0,435), es mayor que el alfa (0.05), nos indica que se acepta la hipótesis nula, es decir, no existe una relación directa y significativa entre la variable independiente formalización y la variable dependiente competitividad.

El análisis correspondiente para conocer el grado de correlación entre ambas variables, fue el análisis V de Cramer, el cual arrojó un coeficiente igual a 0,43 lo que indica que existe una correlación media o moderada.

El indicador más valorado por los conductores de los restaurantes es el financiero, pues aducen que tienen la capacidad de obtener créditos de manera más sencilla que en años anteriores, teniendo así la posibilidad de mejorar sus negocios, hacer publicidad, ampliar, entre otros aspectos. Esto es un hecho que se puede corroborar en la realidad por el incremento del mercado financiero.

El indicador menos valorado es el tecnológico, pues los encuestados no tienen mucho conocimiento o información sobre cómo deberían emplear de una manera adecuada la tecnología, para poder dar a conocer su negocio o emplearlo en los procesos que requieran en sus locales.

De los 25 restaurantes encuestados solo el 16% cumple con los 4 requisitos de formalidad planteados en el estudio, como lo son el ruc, los permisos del sector salud, la licencia de

funcionamiento y la inscripción en el remype o tener a sus trabajadores en planilla, el 84% reúnen 3 de las características anteriores menos la del remype.

La diferenciación es un punto muy importante para los negocios, pues los conductores afirman que ya tienen una marca conocida debido a que ofrecen algún punto de diferencia con su competencia que hace que los clientes los prefieran, por lo cual en esa parte tienen una ventaja competitiva.

El desconocimiento de algunos temas en torno a la gestión empresarial, hace que los conductores no puedan llevar un adecuado control de sus negocios.

## RECOMENDACIONES

Las entidades competentes deben poner más énfasis en los temas de impulso para las mipymes formales, pues no se está logrando los objetivos propuestos y planteados por estos, donde se indica que una mipyme formal debería ser más competitiva que una informal.

Replantear las acciones de guía y apoyo para las empresas formales, para que la relación entre la formalidad y competitividad se incremente y sirva como modelo para aquellas que son informales para que cambien su condición.

La creación de alianzas con entidades como universidades, institutos, para que los alumnos apoyen con sus conocimientos teóricos en temas financieros, tecnológicos, de marketing y gestión empresarial a los emprendedores y se beneficien a la vez con la práctica y contraste con la realidad, será una gran oportunidad para el desarrollo de ambas.

Se propone una investigación después de esta, para ver si estos resultados se mantienen o han diferido con el paso de los años.

## REFERENCIAS

Agencia peruana de noticias (2015). *Conozca los beneficios de formalizar su empresa.*

Recuperado de <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/peru-conozca-los-beneficios-de-formalizar-su-empresa>

Álvarez y Cerna (2013). *La formalización del microempresario del servicio público de transportes de pasajeros y su contribución en la dinamización de la economía en la provincia de Trujillo* (Tesis de Pregrado).

Recuperado de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/135>

Asociación americana de marketing. Marketing concepto

Bautista (2013). *Factores que inciden en el éxito de las microempresas con mínimo cinco años de existencia del sector terciario del municipio de Arauca* (Tesis de maestría).

Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/9637/1/7709552.2013.pdf>

Caro y Gonzales (2015). *Nivel de competitividad de los restaurantes de tres tenedores de la ciudad de Trujillo en el año 2016* (Tesis de Pregrado).

Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10002>

Chiavenato, I (2000). *Administración de Recursos humanos*, 5ta.Ed. McGraw Hill, Colombia.

Conduce tu empresa, (2011) recuperado de <https://www.conducetuempra.com/>

Crece Negocios, (2017). Remype. de <https://mep.pe/remype-registro-de-la-micro-y-pequena-empresa/>

Delgado y Mendieta (2015). *La informalidad y el crecimiento económico de las Mypes en el distrito de Acobamba* .(Tesis de pregrado).

Recuperado de <http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/53>

- Deming, W. Edwaue (1989) .*Calidad productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Ed. Díaz de santos 1989
- Ramos, E. (11 de agosto del 2017) Importancia de los restaurantes y su competitividad *Diario Gestión*, Recuperado de <https://gestion.pe/economia/negocios-de-restaurantes-acumulan-27-meses-de-crecimiento-continuo-reporto-el-inei-noticia/>
- Diario La Nación de Paraguay (2016). *Importancia de la formalización*. [https://www.lanacion.com.py/negocios\\_edicion\\_impresa/2016/02/16/pymes-juegan-un-papel-importante-dentro-de-la-economia/](https://www.lanacion.com.py/negocios_edicion_impresa/2016/02/16/pymes-juegan-un-papel-importante-dentro-de-la-economia/)
- Diccionario de Marketing, Ed. cultural S.A. edición 1999, pág. 54
- El peruano. *Ley de Promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. DL 29015.
- Gobierno del Perú (2016), Registro Único del Contribuyente. Recuperado de Recperado de <https://www.gob.pe/284-sacar-ruc-persona-natural>
- Gonzales (2013) *Gestión empresarial y competitividad en las Mypes de sector textil en el marco de la Ley N°28015 en el distrito de la Victoria año 2013*. (Tesis de pregrado).  
Recuperado de [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales\\_lj.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf)
- Huere Navarro, Xiomara Isidora; Muña Rodríguez, Alida Zenaida. (2016) *Cultura tributaria para la formalización de las MYPEs de los mercados de la provincia de Huancayo* (Tesis de pregrado).  
Recuperado de <http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/1607>.
- INEI, (2015), *Divide a las empresas por segmento empresarial, según estrato, siendo las Microempresas Demografía Empresarial en el Perú- IV Trimestre (N° 001- febrero 201* Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n-01-demografia-empresarial-iv-trim2015\\_feb20185pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n-01-demografia-empresarial-iv-trim2015_feb20185pdf).

- INEI, (2017), *Crecimiento del sector restaurantes*  
<https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/negocios-de-restaurantes-servicios-de-comidas-y-bebidas-crecieron-194-en-diciembre-de-2017-10601/>
- Martin, S.C. (2011) *Gestión de recursos humanos y retención del capital humano estratégico: Análisis de su impacto en empresas innovadoras españolas* (tesis doctoral). Recuperado de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/879/TESIS127-111207.pdf;jsessionid=50A14D563AFC221347FCF91CE74BDDA9?sequence=1>
- Mc Grath. (1997) *Competitividad estrategias y acción*. España edit. Mc Graw-Hill pág. 13.
- Mincetur (2004). *Restaurantes*.  
 Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/?s=restaurante>
- Organización internacional del trabajo (2016) *Las Mipymes en América Latina y el caribe: una agenda integrada para promover la productividad y la formalización*. Recuperado de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms\\_654249.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_654249.pdf)
- Paulo Pantigoso (2015) *Las pymes en el Perú: impulsando el crecimiento económico* 7 DE JUNIO 2015 <https://perspectivasperu.ey.com/2015/06/17/las-pymes-en-el-peru-impulsando-el-crecimiento-economico/>
- Porter, M, (2009). *Ser competitivo*, España, Deusto.
- Porter, M.E (1985). *Ventaja competitividad: creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*. Free Press, New York, 1985.
- El Peruano (17 de mayo del 2017). Fomentan productividad empresarial. Recuperado de <http://www.elperuano.com.pe/noticia-fomentan-productividad-empresarial-54885.aspx>

Pymes gestión Panamá. (2009) *Importancia de las mipymes en el desarrollo del país*

Recuperado de <http://www.pymesgestionpanama.com/>

Real Academia de la lengua española, (2017) restaurante.

Sánchez Barraza, B.(2014). *Las mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria,*

*Quipukamayoc*, 13(25), 127-131. <https://doi.org/10.15381/quipu.v13i25.5433>

Solleiro, J.; Castañón, R.; *Competitiveness and innovation systems: the challenges for*

*Mexico's global context. Technovation*, 45(25), 1059-1070, (2005)

Soria B. *Diccionario Municipal Peruano* (2011). Ediciones nova prints S.A.C. Licencia

de funcionamiento, Recuperado de

[https://www.kas.de/c/document\\_library/get\\_file?uuid=8c8bf8e0-be57-e613-cf71-](https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=8c8bf8e0-be57-e613-cf71-999f47228fa3&groupId=252038)

[999f47228fa3&groupId=252038](https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=8c8bf8e0-be57-e613-cf71-999f47228fa3&groupId=252038)

Tello Cabello, (2014). *Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el*

*desarrollo del país.* Recuperado de

<http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/viewFile/623/852>

Vergara (2009) *Importancia de la competitividad*, extraído de la página web:

<http://mejoratugestion-com/mejora-tu-gestion/importancia-de-la-gestion-empresarial-y-profesional-en-mejora-tu-gestion/>

World Economic Forum (2011) *The global competitiveness report 2011-2012*

<http://reports.weforum.org/global-competitiveness-2011-2012/>

## **ANEXOS**

Anexo 1. Cuestionario de encuesta de formalización y competitividad de las MIPYMES.



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA  
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
 DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

El presente trabajo de investigación tiene por finalidad, conocer cuál es relación entre la formalización y la competitividad de Restaurantes, de la ciudad de Tingo María, es por ello que solicitamos su gentil colaboración para responder el siguiente cuestionario (marque con una "x" la alternativa que usted crea correspondiente por cada ítem):

Formalización	Sí	No
Tiene Ruc	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuenta con permiso de salud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuenta con licencia de funcionamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sus trabajadores están en planilla	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Competitividad.**

Cód.		Nunca	Regularmente	Indiferente	Casi Siempre	Siempre
1.	¿ Su negocio es rentable?					
2.	¿Usted cree que un préstamo mejoraría su negocio?					
3.	¿Su negocio tiene un control de ingresos, egresos, gastos (contabilidad)?					
4.	¿Su personal está capacitado para dar un buen servicio a sus clientes?					
5.	¿Considera importante motivar e incentiva a su personal cada cierto tiempo?					
6.	¿Ud. cree que es beneficioso invertir en publicitar su negocio?					
7.	¿Su negocio cuenta con misión, visión, objetivos y estrategias?					
8.	¿Soluciona de manera oportuna los problemas que se presenten con su negocio?					
9.	¿Realiza un control/inventario de productos, materias, e insumos en su negocio?					
10.	¿Su producto/servicio se diferencia de su competencia?					
11.	¿Realiza alguna innovación en su negocio (productos, atención)?					
12.	¿Contar con teléfonos, celulares, computadoras en su negocio, le ayuda a brindar un mejor servicio?					
13.	¿ su negocio practica algún habito de cuidado ambiental? Recicla clasifica sus desechos.					
15.	¿En su negocio miden la satisfacción de sus clientes?					
16.	¿Usted escucha las sugerencias que le dan sus clientes para mejorar su servicio?					
17.	¿Su negocio recibe premios o reconocimientos por su calidad de servicio?					
18.	¿Conoce la reputación de sus proveedores (calidad, precio, responsabilidad)?					
19.	¿Usted siempre indaga información sobre sus competidores? (reputación, precios, calidad)?					

**DATOS DEL ENCUESTADO:**

SEXO: \_\_\_\_\_ EDAD: \_\_\_\_\_ LUGAR DE PROCEDENCIA: \_\_\_\_\_

GRADO DE INSTRUCCIÓN: \_\_\_\_\_ AÑOS DEL NEGOCIO: \_\_\_\_\_

NEGOCIO HEREDADO: (SI) (NO) FECHA: \_\_\_\_\_

ANEXO N° 02. MATRIZ DE CONSISTENCIA. Los restaurantes formales y la competitividad en la ciudad de Tingo Maria-2017.

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<b>Problema general.</b> ¿Estará la formalización de los restaurantes relacionada a su competitividad en la ciudad de Tingo Maria-2017?	<b>Objetivo general</b> Determinar en qué grado la formalización de los restaurantes está relacionado a su competitividad, en la ciudad de Tingo María-2017	<b>Hipótesis General</b> Existen una relación altamente significativa entre la formalización de los restaurantes y su competitividad en la ciudad de Tingo María -2017.	Variable independiente: Formalización	Legales  Tributarios  Laborales	-Licencia funcionamiento -Permisos especiales -Sunarp  -Sunat -Inscripción  -Remype.	de  <b>Tipo de Estudio</b> Es aplicada y de nivel descriptivo correlacional <b>Diseño</b> No experimental-transversal  <b>Población y muestra</b> 25 Restaurantes formales de la ciudad de Tingo María.
			Variable dependiente: Competitividad	Administración  Innovación  Calidad	-Finanzas -Recursos humanos -Marketing -Gestión  -Diferenciación productos/servicios -Tecnología  -Clientes -Proveedores -Competidores	<b>Técnica de recolección de datos</b> Se aplicará un cuestionario de encuesta.  <b>Técnica de Procesamiento de Información</b> Inferencia de comparación de medias. Si los datos se ajustan a una distribución paramétrica se usará "t" de student, y U de Mann Whitney si se ajustan a una distribución no paramétrica. Ambas inferencias se usarán para muestras independientes.

### ANEXO 3

## VALORACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

# CRITERIOS DE VALORACIÓN DEL CUESTIONARIO SOBRE RESTAURANTES FORMALES Y SU COMPETITIVIDAD EN LA CIUDAD DE TINGO MARIA 2017

CRITERIO DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN DE VARIABLES

EXPERTO  
E-MAIL  
GRADO ACADÉMICO  
TELÉFONO

LEONOR HUAMÁN CAMACHO  
: leonora\_99@hotmail.com  
: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN  
: 980836506

Tabla 2. Tabla de evaluación por juicio de expertos

CRITERIOS	PUNTAJE																							
	Deficiente					Baja					Regular					Buena					Muy buena			
	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100				
1. Los ítems están redactados de forma clara																								
2. Los ítems permiten evaluar conductas																								
3. Los ítems presentan consistencia con el marco teórico																								
4. Existe coherencia en la composición de ítems - Indicadores - dimensiones - La cantidad de ítems es suficiente por cada indicador																								
5. El instrumento es útil para el método propuesto																								
6. La organización de ítems tiene una secuencia lógica																								

DNI: 08733027

CRITERIO DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN DE VARIABLES

EXPERTO  
E - MAIL  
GRADO ACADEMICO  
TELEFONO

: Isaac Babilonia Ortiz  
: sac65\_5@hotmail.com  
: Mg. J  
: 962 623620

Tabla 2. Tabla de evaluación por juicio de expertos

CRITERIOS	PUNTAJE																								
	Deficiente					Baja					Regular					Buena					Muy buena				
	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100					
1 Los items estan redactados de forma clara																				X					
2 Los items permiten evaluar conductas																									
3 Los items presentan consistencia con el marco teórico																			X						
4 Existe coherencia en la composición de items - indicadores - dimensiones -																	X								
5 La cantidad de items es suficiente por cada indicador															X										
6 El instrumento es útil para el método propuesto																				X					
7 La organización de items tiene una secuencia lógica																	X								

Municipalidad Provincial de Leoncio Prado  
INCO MARIÁ

Isaac Babilonia Ortiz  
SUPERVISOR DE CALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....

DNI: 22973161

CRITERIO DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN DE VARIABLES

Tronil Alexan dea Murochada Alupás  
 : Fronter83@gmail.com  
 : Lic. ADM. DE EMPRESAS  
 : 995 544 648.

EXPERTO  
 E-MAIL  
 GRADO ACADEMICO  
 TELEFONO

Tabla 2. Tabla de evaluación por juicio de expertos

CRITERIOS	PUNTAJE																								
	Deficiente					Baja					Regular					Buena					Muy buena				
	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100					
1 Los ítems están redactados de forma clara																		X							
2 Los ítems permiten evaluar conductas																									
3 Los ítems presentan consistencia con el marco teórico																									
4 Existe coherencia en la composición de ítems - indicadores - dimensiones -																									
5 La cantidad de ítems es suficiente por cada indicador																									
6 El instrumento es útil para el método propuesto																									
7 La organización de ítems tiene una secuencia lógica																									

.....  
 DNI: 70281314

CRITERIO DE VALORACIÓN DE INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN DE VARIABLES

EXPERTO  
E - MAIL  
GRADO ACADÉMICO  
TELÉFONO

PERUCCATO @ GMAIL . COM  
SUPERVISOR  
562310

Tabla 2. Tabla de evaluación por juicio de expertos

CRITERIOS	PUNTAJE																								
	Deficiente					Baja					Regular					Buena					Muy buena				
	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100					
1. Los items estan redactados de forma clara													X												
2. Los items permiten evaluar conductas															X										
3. Los items presentan consistencia con el marco teórico																									
4. Existe coherencia en la composición de items - indicadores - dimensiones -													X												
5. La cantidad de items es suficiente por cada indicador										X															
6. El instrumento es útil para el método propuesto																		X							
7. La organización de items tiene una secuencia lógica																		X							

GOBIERNO REGIONAL HUÁNUCO  
Departamento Regional de Educación, Cultura y Turismo

William Estrella Basilio

DNI: 04000000