



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE FORMALIZACIÓN Y
SERVICIO AL CLIENTE DE LAS MYPE RUBRO
RESTAURANTES EN EL AA. HH. ALAS PERUANAS
DISTRITO DE CASTILLA – PIURA, AÑO 2018**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR (A)

BERMEO CRUZ, MARÍA DINA

ORCID: 0000-0002-9265-7434

ASESOR (A)

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Bermeo Cruz, María Dina

ORCID: 0000-0002-9265-7434

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de pregrado,
Piura, Perú

ASESOR

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Piura, Perú

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Miembro

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

DEDICATORIA

A Dios y mi familia, por iluminar mi camino cada día a ser mejor y poder lograr la consecución de mi título profesional

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida y la salud; a mi familia por su comprensión en la realización de esta investigación.

RESUMEN

La presente tesis estableció como objetivo general determinar las principales características de formalización y servicio al cliente del rubro restaurantes de las MYPE del AA. HH. Alas Peruanas distrito de Castilla – Piura, año 2018. Se utilizó la metodología: Tipo cuantitativo, nivel descriptivo, nivel no experimental de corte transversal. La población para la variable formalización es de carácter finita representada por los tres propietarios de la MYPE rubro restaurantes y servicio al cliente la población es infinita representada por los cliente. El tamaño muestral para la variable formalización es de tres elementos dirigida a los tres gerentes y para la variable atención al cliente son 68 clientes. se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario obteniendo el resultado se siguiente: En cuanto a los procedimientos de formalización de estas MYPE, que, en la parte registral, están constituidas como personas naturales con negocio, en la parte tributaria se encuentran inscritas ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), emitiendo comprobantes de pago, en la parte municipal cuenta con la Licencia de Funcionamiento otorgada por la Municipalidad de Castilla, por otra parte se encontró que empresas investigadas no cumplen con las normas laborales. Con respecto a las ventajas de la formalización se concluye que el estar formalizado reflejará en las empresas rentabilidad, crecimiento económico.

Palabras clave: Formalización, servicio, cliente, MYPE.

ABSTRACT

The present thesis established as a general objective to determine the main characteristics of formalization and customer service in the AA MYPE restaurants category. H H. Alas Peruanas district of Castilla - Piura, year 2018. The methodology was used: quantitative type, descriptive level, non-experimental cross-sectional level. The population for the formalization variable is finite, represented by the three owners of the MYPE, restaurants and customer service, the population is infinite, represented by customers. The sample size for the formalization variable is three elements aimed at the three managers and for the customer service variable there are 68 clients. The survey technique and the questionnaire instrument were used, obtaining the following results: Regarding the formalization procedures of these MYPE, which, in the registry part, are constituted as natural persons with business, in the tax part there are registered with the National Superintendence of Tax Administration (SUNAT), issuing payment vouchers, in the municipal part it has the Operation License granted by the Municipality of Castilla, on the other hand it was found that investigated companies do not comply with work regulations. Regarding the advantages of formalization, it is concluded that being formalized will reflect profitability, economic growth in companies

Keywords: Formalization, service, client, MYPE.

CONTENIDO

DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT.....	VII
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	12
2.1. Antecedentes	12
2.1.1 Variable formalización.....	12
2.1.2 Variable servicio al cliente.....	18
2.2 Bases Teóricas	24
2.2.1. Variable formalización.....	24
2.2.2 Procedimientos de la formalización de una MYPE	26
2.2.3 Ventajas de la formalidad en las MYPE	40
2.2.4. Variable de servicio al cliente	41
2.2.5. Estrategia del servicio al cliente.....	42
2.2.6 Dimensiones de calidad del servicio al cliente.....	47
III. HIPÓTESIS	50
IV. METODOLOGÍA	51
4.1 Diseño de la investigación	51
4.2 Población y muestra.....	52
4.2.1 Población.....	52
4.2.2. Muestra.....	52
4.4 Técnica e instrumentos de recojo de datos	56
4.5. Plan de análisis.....	57
4.6 Matriz de consistencia	58
4.7 Principios éticos.....	59
V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	61
5.1 Resultados.....	61
5.1.1 Variable Formalización.....	61
5.1.2 Variable servicio al cliente	76

5.2 Análisis de resultados	92
VI. CONCLUSIONES.....	108
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	110
ANEXOS	120
Anexo 1: Matriz e indicador pregunta	120
Anexo N° 2: Cuestionario al gerente (Propietario)	123
Anexo N° 3: Cuestionario aplicado a los cliente	125
Anexo N° 4: Constancia de validación	127
Anexo N° 5: Codificación de la variable formalización	139
Anexo N° 6: Codificación de la variable servicio al cliente	140
Anexo N° 7: Reporte del Turnitin	143

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de las variables	54
Tabla 2: Matriz de consistencia	58
Tabla 3: ¿Ud. qué tipo de persona empresarial es?.....	62
Tabla 4: ¿Su restaurante se encuentra registrado en la SUNAT?	63
Tabla 5: ¿Ud. emite boletas de pago y/o facturas al cliente?.....	64
Tabla 6: ¿Cuenta Ud. con el libro de reclamaciones?.....	65
Tabla 7: ¿Su establecimiento cuenta con licencia municipal de funcionamiento?....	66
Tabla 8: ¿Cuenta Ud. con Certificado de Saneamiento Habilitado?	67
Tabla 9: ¿Ud. Cuenta con Certificado de Defensa Civil Vigente?	68
Tabla 10: ¿Ud. cuenta con Carné de Manipulación de Alimentos?.....	69
Tabla 11: ¿Cuenta con licencia para carteles publicitarios?	70
Tabla 12: ¿Su restaurante cumple con las normas laborales?.....	71
Tabla 13: ¿Considera Ud. que la formalización de su restaurante es una herramienta para acceder a un préstamo?.....	72
Tabla 14: ¿Cumplir con el régimen legal y tributario, le proporciona mayor posicionamiento empresarial?	73
Tabla 15: ¿Ud. considera que la formalización le proporciona mayor credibilidad y confianza a su MYPE?	74
Tabla 16: ¿El cumplimiento de las normas le ha permitido alcanzar mayor desarrollo económico y social?	75
Tabla 17: ¿Ud. Está de acuerdo con la cortesía que brinda el personal?.....	76
Tabla 18: ¿El personal lo atiende con rapidez?	77
Tabla 19: ¿Considera usted que las redes sociales son estrategias atractivas para los clientes?.....	78
Tabla 20: ¿Considera Ud. que la comunicación es la clave del éxito para el crecimiento del restaurante?.....	79
Tabla 21: ¿Recomendaría Ud. el restaurante a otras personas?.....	80
Tabla 22: ¿Es importante para Ud. el precio y la calidad que otorga el restaurante?	81

Tabla 23: ¿Está de acuerdo Ud. con la limpieza y desinfección del local?	82
Tabla 24: ¿Esta Ud. de acuerdo que la gerencia del restaurante contrate a grupos musicales de entretenimiento?.....	83
Tabla 25: ¿La variedad de platos típicos es una buena estrategia para volver a visitarlo?.....	84
Tabla 26: ¿La presencia y la forma de vestir de los mozos consideran que es importante?	85
Tabla 27: ¿Estaría de acuerdo Ud. con que el restaurante cuente con WiFi Gratis? .	86
Tabla 28: ¿Cuándo Ud. ingresó percibió que los mozos le brindaron el servicio en forma rápida, amable y respetuosa?	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: ¿Ud. qué tipo de persona empresarial es?	62
Figura 2: ¿Su restaurante se encuentra registrado en la SUNAT?	63
Figura 3: ¿Ud. emite boletas de pago y/o facturas al cliente?.....	64
Figura 4: ¿Cuenta Ud. con el libro de reclamaciones?	65
Figura 5: ¿Su establecimiento cuenta con Licencia Municipal de funcionamiento?	66
Figura 6: ¿Cuenta Ud. con Certificado de Saneamiento Habilitado?.....	67
Figura 7: ¿Ud. cuenta con Certificado de Defensa Civil ?.....	68
Figura 8: ¿Ud. cuenta con carnet de manipulación de alimentos	69
Figura 9: ¿Cuenta con licencia para carteles publicitarios?	70
Figura 10: ¿Su restaurante cumple con las normas laborales?.....	71
Figura 11: ¿Considera Ud. que la formalización de su restaurante es una herramienta para acceder a un préstamo?	72
Figura 12: ¿Cumplir con el régimen legal y tributario, le proporciona mayor posicionamiento empresarial?.....	73
Figura 13: ¿Ud. considera que la formalización le proporciona mayor credibilidad y confianza a su MYPE?	74
Figura 14: ¿El cumplimiento de las normas le ha permitido alcanzar mayor desarrollo económico y social?.....	75
Figura 15: ¿Ud. está de acuerdo con la cortesía que brinda el personal?	76
Figura 16: ¿El personal lo atiende con rapidez?	77
Figura 17: ¿Considera Ud. que las redes sociales son estrategias atractivas para los clientes?	78
Figura 18: ¿Considera Ud. que la comunicación es la clave del éxito para el crecimiento del restaurante?	79
Figura 19: ¿Recomendaría Ud. el restaurante a otras personas?.....	80
Figura 20: ¿Es importante para Ud. el precio y la calidad que otorga el restaurante?	81
Figura 21: ¿Está de acuerdo Ud. con la limpieza y desinfección del local?.....	82
Figura 22: ¿Esta Ud. de acuerdo que la gerencia del restaurante contrate a grupos musicales de entretenimiento?.....	83
Figura 23: ¿La variedad de platos típicos es una buena estrategia para volver a visitarlo?....	84

Figura 28: ¿Cuándo Ud. ingresó percibió que los mozos le brindaron el servicio en forma rápida, amable y respetuosa?.....89

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Requisitos para obtener RUC	30
Cuadro 2: Dimensiones de calidad del servicio al cliente.....	47
Cuadro 3: Relación de MYPE.....	52
Cuadro 4: Criterios de inclusión y exclusión.....	54
Cuadro 5: Caracterizaciones de las MYPE rubro restaurantes	61

I. INTRODUCCIÓN

En la presente investigación “Caracterización de formalización y el servicio al cliente en las MYPE rubro restaurantes en el AA. HH. Alas Peruanas distrito de Castilla – Piura, año 2018”, viene de las líneas oficiales de la ULADECH CATÓLICA “Gestión de la calidad y formalización de las MYPE” para la Escuela Profesional de Administración, para dar énfasis a nuestra realidad local, regional, nacional e internacional.

Las MYPE que existen en la actualidad en el distrito de Castilla por la avenida Panamericana, salida a Chulucanas, sector donde se encuentra el AA.HH. Alas Peruanas, en su gran mayoría, no están debidamente formalizadas, menos aún inscritas en la SUNAT, siendo esto un gran problema para el alcalde y/o entidades de la zona, pues están dejando de recaudar impuestos, existiendo una desleal competencia con las pocas MYPE formalizadas. Es menester comenzar a educar al pueblo y a los emprendedores dedicados al negocio de la gastronomía, debido que es una fuente de ingreso tanto para los propietarios como para la municipalidad y entes estatales.

Silupú (2018) según estimaciones dos de cada tres MYPE son informales, eso nos indica que la informalidad reina en el país, a pesar de existir dispositivos jurídicos y normativos, manifiesta que desde el colegio y universidades se debe concientizar y erradicar la mentalidad de los estudiantes que la formalización de las MYPE no generan sobrecostos y desventajas, ante esta situación se debe de plantear, modificar el marco jurídico en cuanto a la tributación de tal manera que los empresarios no se vean perjudicados y piensen que la formalización es necesaria, también indica que se

debe de impartir una cultura tributaria. señalando que hay tres tipos de micro y pequeña empresa informal; las que buscan permanecía y la subsistencia, las que tienen visión, misión, productividad y buscan un periodo duradero en el medio; y las que no cuentan con personal registrado en planilla y no cumplen a cabalidad con los requisitos exigidos por los entes gubernamentales, ante ello, los empresarios de las MYPE investigadas mencionaron estar de acuerdo que exista cultura tributaria por parte de entes privados o públicos, es así que la ULADECH CATÓLICA no es ajena ante esta realidad y busca aportar a la administración de estas MYPE y direccionarse organizacionalmente buscando la formalización de las mismas.

Por otro lado, los clientes o consumidores actuales son más instruidos y buscan siempre la cordialidad, amabilidad, los precios cómodos, calidad, limpieza, higiene, atención profesionalizada y personalizada entonces los propietarios de estas MYPE si desean que sus negocios crezcan pues tiene que capacitar a sus colaboradores, con la finalidad de ganar clientela y mantenerla.

Según Cáceres (2018) manifiesta que se debe de hacer una selección minuciosa de personal, los mismos que tendrán trato directo con los consumidores, estos tienen que tener ciertas habilidades blandas, como capacidad de escucha, conocimiento del trabajo a realizar, actitudes, liderazgo y manejo de la tecnología, también tener en cuenta la presentación de los mozos, demostrando en todo momento buena presencia, higiene, carisma.

Asimismo, los clientes son el pilar fundamental de los negocios, por ello es muy importante que las MYPE conozcan sus consumidores o clientes, hay un dicho que dice “El cliente siempre tiene la razón” los empresarios viven para ellos y siempre deben de tratar de suplir sus necesidades y deseos.

Para lograr tener una visión global de las MYPE investigadas se optó por analizarlas considerando los entornos **interno y externo**. En el entorno interno consideramos cuatro aspectos: Infraestructura, financiamiento, equipos tecnológicos y administrativo. En cuanto a la **infraestructura**, cuentan con establecimientos propios, estas se encuentran construidas de material noble en una área aproximada de 400 m², dando la sensación de seguridad y amplitud, pues sus pisos son de mayólica y el ambiente que se respira da confianza al cliente que hace uso de esas instalaciones, por otra parte en una de las MYPE investigadas, esta era de material rústico, con techo de esteras y guayaquiles barnizados, su piso es de material granulado de piedras dando la sensación de estar en un lugar rústico, natural del departamento de Piura. Cuenta con servicios higiénicos en regular estado de conservación y funcionamiento, los espacios son reducidos, no cuentan con áreas de estacionamiento, el piso es de cerámicos en algunas partes, cemento y tierra, techo encalaminado, cuentan con agua restringida, iluminación es regular, no cuentan con servicio de piscina, las paredes son rústicas, cuentan con señales de seguridad, pista de baile, tabladillo para artistas, ambiente para la cajera, para la cocina, otra de las características de estas MYPE es que solo cuentan con un primer piso.

En cuanto al **financiamiento** de dichas MYPE, han surgido través de ahorros personales, con la única finalidad de invertir y generar ingresos, transcurriendo en el tiempo ha logrado hacer crecer sus establecimientos para dar una mejor calidad de servicio a su cliente , de la misma manera se han insertado en el sistema bancario de inversión, logrando acceder a préstamos y créditos de inversión, lo cual han hecho que

sus inversiones crezcan dando oportunidad de trabajo a jóvenes emprendedores (cocineros, mozos, secretarias, cajeras).

Asimismo, los **equipos tecnológicos** de estas MYPE, no cuentan con equipos de cómputo, cámaras de seguridad; pero a la vez hacen uso de las TIC, internet y tarjetas de crédito, de la misma manera estas MYPE cuentan con mobiliario, enseres y menaje como ,equipos de cocina, extractora, hornos eléctricos, freidoras, licuadoras, microondas, cocinas semi industriales, congeladoras, refrigeradoras, batidora, balones de gas ; en cuanto a utensilios de cocina cuentan con platos, ollas, cuchillos, tazas, vasos, copas, fuentes, tazones para mezclar, cucharas de madera, cucharones, rayadores, prensadoras de papa, sartenes, escurrideras, manteles, mandiles, mesas, sillas de plástico y de madera, finalmente cabe resaltar que, en la parte **administrativa** de estas MYPE, los mismos dueños son los “administradores” que dirigen sus negocios, personal, pago de servicios, contrataciones,etc.

Desde el punto de vista del **entorno externo** se ha visto por conveniente tener en cuenta los factores: político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal. Realizando un análisis sobre el factor **político** el Estado está promoviendo la formalización a través de las contrataciones y licitaciones públicas a las MYPE que están debidamente registradas y formalizadas, las mismas que cuenten como mínimo dos trabajadores en planilla al momento de la contratación. Estas compras las hace mediante programas de asistencia social como por ejemplo “COMPRAS MIPERU”, FONCODES entre otros, incentivando que las empresas se mantengan formalizadas y motivando a otras a que lo hagan según el artículo publicado por el Diario Oficial El Peruano (25 mayo 2018).

El Presidente de la Cámara Nacional de Turismo CANATUR, (2017) manifestó que él a través del Congreso de la República promoverá la ley de promoción de gastronomía donde la cocina peruana es un complemento para el sector turismo, haciendo mención que la gastronomía es atractiva hacia el turismo, como también hacia el mundo.

Realizando un análisis sobre el factor **económico**, el sector rubro restaurantes es un sector atractivo y dinámico en la región Piura por su diversidad culinaria a nivel nacional e internacional, según el diario el Comercio este creció positivamente en el año 2018, los restaurantes que más acogida tuvieron son: restaurantes de parrillas, cevichería, comidas criollas, pollerías, restaurantes al paso, restaurantes con peñas y música en vivo, elevándose el consumo de comida a 5.33% (Diario El Comercio, 2018).

En cuanto al factor **social**, en el 2017 la gastronomía enfocó su mirada en promover la biodiversidad y la educación alimentaria, es más inclusiva y que va más allá de las clases sociales, pues atiende conceptos como nutrición, preservación y sostenibilidad. La gastronomía piurana es una de las más valoradas por sus deliciosos platos típicos y sabores incomparables esto se debe a la interacción de las diversas culturas desde tiempos inmemoriales a la actualidad, mezclando lo andino con lo costeño, potajes preparados en base a nuestros recursos marinos y alimentos de nuestra sierra como son: la yuca, cancha, camote, choclo, etc., entre los platos bandera, tenemos el ceviche, los sudados, la malarrabia, seco de chávalo, seco de cabrito, la ronda criolla etc., y entre los restaurantes importantes en la provincia de Piura tenemos: “Olla y Cajón”, “Las Dos Jarras”, “Manos Piuranas”, “Señor Perú”, “Don Lucho”, “Don Parce”, “El Ajicito”, “Mil Sabores”, etc. (INEI, 2018).

En cuanto al factor **tecnológico**, con el uso de las tecnologías, los restaurantes han tenido una mayor captación de clientes debido al uso de las TIC y a las herramientas como son: Las redes sociales, el Instagram, se puede hacer publicidad y como también comprar y vender por internet (en línea), las MYPE tienen un nicho de mercado local, son vulnerables al ingreso de empresas del exterior ya que no tienen una capacidad competitiva, este factor es determinante para el crecimiento de las empresas (Talledo, 2018).

En cuanto al factor del **ecológico**, las MYPE rubro restaurantes no están aportando a la conservación del medio ambiente, ya que estas hacen uso de bolsas, tecnopor, cubiertos de plástico, ambientadores, sistemas de audio que alteran el medio ambiente y por ende la tranquilidad de la zona; por tal motivo es que la Municipalidad de Piura ha tenido a bien elaborar un plan ambientalista a fin de proteger el medio ambiente, realizando operativos de fiscalización a los restaurantes y pollerías de la ciudad a fin de neutralizar el uso de contaminantes (Diario El Tiempo, 2018).

En cuanto al factor **legal**, el Estado Peruano por medio del Congreso de la República publicó la Ley N° 30056, indica que a través de esta ley se promoverá la inversión, estimulará la producción y el crecimiento de las MYPE, de la misma manera promocionará la competitividad y la formalidad de las mismas. Asimismo esta nueva ley da una serie de incentivos al empresario por ejemplo, a las empresa EIRL pueden acogerse al RUS siempre y cuando cumplan con los requisitos que manda dicha norma, de la misma manera entre otro de los beneficios de esta ley es que la administración del REMYPE se transferirá a la SUNAT pasando por el Ministerio de Trabajo; las empresas y las micro empresas que se registren en el REMYPE gozarán de amnistía en sanciones tributarias y laborales durante los 3 primeros años a partir del su

inscripción en la REMYPE, siempre y cuando subsanen la infracción, Ley 30056 (2013).

Por otro lado se vió por conveniente hablar de las 5 fuerzas de Porter: una de ellas es: **La amenaza de recientes competidores**, en este caso se observó que por las inmediaciones de las MYPE investigadas existe una competencia desleal por parte de ambulantes que se ubican por inmediaciones vendiendo comidas al aire libre sin ningún tipo de higiene a expensas de la contaminación de la zonas, es tarea de todos los entes gubernamentales fiscalizar a toda la competencia desleal tratando de orientarlos a fin de que se formalicen y vean los beneficios que conlleva la formalidad, quizás reubicándolos y haciéndolos crecer como pequeños emprendedores. **La rivalidad entre competidores**, en las MYPE investigadas existe competencia y los administradores deben de luchar para tratar de ganar clientela y mantenerla, debiendo de tener estrategias como: Precios módicos, atención personalizada, campañas de publicidad, promociones y presentación de nuevos productos o servicios: **Poder de negociación con los proveedores**, afecta generalmente en los costos y a la competencia de las MYPE por lo que se compra en grandes cantidades los volúmenes de insumos, mercadería o materiales; los propietarios tendrán don de convencimiento, trato con las personas, amabilidad, liderazgo, de tal manera que pueda tratar con los proveedores de su restaurante y llegar a conciliar en el mejor de los precios de los insumos, materiales y alimentos que utilizarán en su restaurante, de tal manera que no solo sea beneficiado él sino también sus proveedores. **Poder de negociación de los clientes**, en las MYPE investigadas cuentan con una gran variedad de platos que hacen frente a las competitividad, donde el cliente puede elegir sus productos o servicios, los clientes ya ejercieron su poder de negociación con los empresarios, desde el

momento en que ellos frecuentan por la calidad de servicio, precios, tácitamente podríamos decir que la negociación se a dado entre el cliente y el empresario; por último la **Amenaza de ingreso de los productos similares o sustitutos** cuando el precio y las características de un producto no son esenciales entonces las características del producto o servicio no son únicas. En las MYPE estudiadas podemos mencionar que los restaurantes de comida china, comida japonesa, comidas mexicanas, con el advenimiento de nuevos centros comerciales en la zona podría decirse que serían la amenaza en el mercado en un futuro no muy lejano (Galiana, 2016).

Siendo así se caracterizó el enunciado ¿Cuáles son las principales características de la formalización y servicio al cliente de las MYPE rubro restaurantes en el AA. HH. Alas Peruanas distrito de Castilla – Piura, año 2018? Ante este problema la Universidad ULADECH CATÓLICA mediante su línea de investigación “Gestión de la calidad y formalización de las MYPE” para la Escuela Profesional de Administración da sus aportes mediante sendos trabajos de investigación en la solución de esta problemática de la informalidad de las MYPE que se viene dando no solo el departamento de Piura sino en todo el país.

En la investigación el **objetivo general** es: “Determinar las principales características que tiene la formalización y servicio al cliente de las MYPE rubro restaurantes en el AA. HH. Alas Peruanas distrito de Castilla – Piura, año 2018”. Para responder a la pregunta y para lograr el objetivo general, se ha planteado los **objetivos específicos** como son: (a) Identificar los procedimientos de formalización de las MYPE rubro restaurantes en el AA. HH. Alas Peruanas distrito de Castilla -Piura, año 2018. (b) Conocer las ventajas de la formalización de las MYPE rubro restaurantes en el AA. HH. Alas Peruanas distrito de Castilla -Piura, año 2018. (c) Determinar las

estrategias del servicio al cliente en la MYPE rubro restaurantes en el AA. HH. Alas Peruanas distrito de Castilla- Piura, año 2018. (d) Conocer las dimensiones de calidad del servicio al cliente de las MYPE rubro restaurantes en el AA. HH. Alas Peruanas, distrito de Castilla- Piura, año 2018.

Según Morales (2016), indica que la **justificación teórica** es cuando el propósito del estudio es generar meditación y discusión académica sobre los conocimientos ya existentes, comparar una teoría, discrepar resultados del conocimiento existente y está definida por las referencias de los autores que han aportado. La presente investigación se fundamentó en dos variables, la formalización y el servicio al cliente, de la misma manera se orientó la investigación desde el campo científico y teorías de diversos ponentes, y también se presentan antecedentes a nivel internacional, nacional y local con relación a las dos variables.

Morales (2016), manifiesta que la **justificación práctica** mejora y soluciona un problema o dificultad, plantea tácticas que deben utilizarse, aportarían a mejoras; en la presente investigación se determinaron las características de una MYPE en el sector rubro restaurantes, conociendo la importancia que tiene la formalización y el servicio al cliente.

En cuanto a la justificación **metodológica**, para la presente investigación se utilizó el método de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, nivel no experimental de corte transversal. Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento el cuestionario, Luego fue validado por expertos. Según Pérez (2017) indica que el método utilizado en una investigación debe ser viable, eficaz, confiable siendo una estrategia para crear conocimiento.

Relevancia social, la presente investigación de la formalización y servicio al cliente, les servirán a las MYPE rubro restaurantes como una guía de orientación de tal manera que logren obtener beneficios y una serie de ventaja dando una solución a un gran problema que sufre nuestra sociedad actual, la informalidad, así mismo da las pautas para la mejor calidad en el servicio que ofrece una MYPE. Según Perez (2017), señala que los aportes de un trabajo de una investigación ayudarán en la resolución de los problemas que tiene una comunidad ya sea en lo presente y lo venidero.

La **justificación institucional** en la presente investigación se da porque en la actualidad la Universidad ULADECH CATÓLICA tienen una línea de investigación denominada “Gestión de la calidad y formalización de las MYPE” para la Escuela Profesional de Administración, en esta investigación se brinda aportes relevantes en beneficio de las empresas o instituciones. (Perez, 2017) Señala la importancia de un trabajo en todo lo que contribuye a la investigación valiosa, siendo principal para la toma de decisiones en una institución u organización.

Perez (2017), señala que la **justificación profesional o personal** expone el interés y la motivación personal y profesional que orientan un trabajo; la investigación permitirá seguir creciendo, prosperando, progresando en cuanto a al campo profesional, será el mejor medio para poder obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Rivera (2017), señala cuatro tipos de **delimitaciones** en una investigación: Geográfica, temporal, psicografica y temática: La presente investigación se llevó a cabo en el departamento de Piura, provincia de Piura en el distrito de Castilla en el AA. HH Alas Peruanas: Se realizó en el año 2018, medianas y pequeñas empresas

rubro restaurantes, la investigación comprende dos variables de estudio la formalización y el servicio al cliente.

Limitaciones encontradas en la investigación, corresponden al aspecto económico y de acceso de información directa con los usuarios y servidores, dada la situación que se está viviendo actualmente.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1 Variable Formalización

Internacional

Noguera (2017) en su investigación titulada: “Incentivos para la creación y formalización empresarial en Colombia”. Investigación presentada en la Pontificia Universidad Javeriana en Bogotá Colombia. El objetivo de esta investigación fue identificar los incentivos que en la actualidad se dan para la formalización en Colombia. La metodología empleada fue descriptiva, analítica y documental. Las conclusiones que registra el autor en esta investigación fue: las formalizaciones dependen de la complejidad de los aspectos legales, Colombia cuenta con una serie de estímulos a la formalización, cuenta con 15 rigurosidades de las normas legales y hacen que los comercios informales no quieran formalizarse.

Cepeda (2018) presenta una investigación sobre: “Factores que impiden la formalización y desarrollo del sector productivo en el Ecuador, Período 2012 – 2016”. Esta investigación, tuvo como objetivo analizar los factores determinantes por las cuales los negocios informales no toman un rol de formalizarse y cuál es la transición a una formalidad. En cuanto a la metodología, esta fue de tipo cuantitativo y cualitativo, deductivo y descriptivo. El autor llegó a las siguientes conclusiones: La informalidad tiene una relación directa con el desempleo, ello tiene como consecuencia el incremento de los niveles de pobreza y exclusión laboral. Los comercios informales se generan cerca al domicilio del conductor o en lugares públicos y conforme van

creciendo ellos no se formalizan y los motivos podrían ser diversos, desde falta de información hasta una simple evasión de impuestos.

Ferruzola (2018) en su investigación “Plan de negocios para la formalización empresarial del restaurante “El Rey de la Chuleta” de la ciudad de Guayaquil”. Investigación presentada en la Universidad Laica Vicente Rocafurte de Guayaquil-Ecuador. El objetivo del proyecto de graduación fue crear un plan de negocio para formalizar una microempresa perteneciente al sector de los restaurantes, metodología descriptiva y exploratoria. Los tipos de investigación bajo los que se realizó la investigación fueron: descriptiva, documental y de campo. Con un enfoque de investigación mixto: cuantitativo y cualitativo. Las técnicas de investigación fueron la encuesta y la observación. Se concluyó que el proceso de formalización de un negocio sirve para la consolidación de éstos en el mercado, y no cierran en el mediano plazo a causa de la desorganización, incumplimiento de normas legales y no corrección de falencias, principalmente en ofrecer un servicio de calidad al cliente y aplicar las respectivas herramientas administrativas y financieras que faciliten el manejo del negocio.

Nacional

Cotrina (2016) investigación titulada: “La formalización del comercio ambulante como estrategia para ampliar la base tributaria en el Perú – período comprendido entre 2015 y 2016”. En la investigación tuvo como objetivo, demostrar si la formalización del comercio ambulante, incide como estrategia para ampliar la base tributaria en el Perú, se aplicó la metodología de la investigación científica, en ese sentido, los resultados obtenidos, nos llevaron a determinar por la existencia de poca cultura tributaria en el Perú, la cual afecta directamente en la formalización de

nuevos comerciantes, la productividad y los empleos. Sin embargo es posible revertir dicha situación con un cambio de paradigma en el que, de un contexto donde el contribuyente debe adecuarse a la norma tributaria, ésta última deba acercarse al contribuyente a través de una actualización y simplificación de procesos y procedimientos, además de un mejor uso de nuevas tecnologías que se utilicen a nivel mundial.

Vásquez (2016) presentó una investigación titulada: “Gestión de calidad y la formalización de las MYPE en el sector servicios, restaurante cevichería del distrito de Callería, año 2016. Investigación que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Pucallpa-Perú) estableció como objetivo principal determinar la gestión de calidad y formalización del sector servicios, restaurante cevichería, del distrito de Callería. Esta investigación utilizó la metodología tipo descriptivo – transversal - no experimental, concluyó que la edad: joven- adulto (30 a 44 años) 53.8%. El 53.8% son de sexo femenino y 46.2% sexo masculino, el 53.8% tienen instrucción secundaria, sólo 7.7% son universitarios, tienen diversas “otras” especialidades (53.8%). Respecto a la formalización concluyó menos de la mitad de las empresas investigadas están formales, más de la mitad están constituidas como personas naturales, más de la mitad piensan que es beneficioso por los acceso a créditos, además desconocen los alcances de gestión de calidad y no tienen una dirección organizacional.

Respecto a formalización el 46.20% está formalizado, pero un 38.5% está en informalidad al mantener trámite inconcluso; el 61.5% está constituido como persona natural y el 23.1% persona jurídica; identifica como principal beneficio de la formalidad el acceso a créditos (53.8%); el 53.8% está acogido al RUS y 23.1% al

Régimen Especial. También concluye que las MYPE del rubro si generan empleo, no registran a su personal en planilla, ignorando los perjuicios de esta acción y volviéndose contrariamente en informales de dicha legislación, no prefieren pertenecer a ninguna agremiación comercial (92.3%).

Romero (2018) investigación titulada: “La formalización de las MYPE del sector servicio, rubro restaurantes, de la urbanización Sol de Oro el distrito de los Olivos, Lima 2018”. investigación que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Perú). Esta investigación tuvo como objetivo general determinar las principales características de la formalización de las MYPE del sector servicio - rubro restaurantes, de la urbanización Sol de Oro del distrito de Los Olivos, Lima 2018. La investigación fue descriptivo, cuantitativo. La mayoría de los empresarios tienen más 41 años de edad, son de género femenino, tienen educación técnica, son dueños de la empresa y la totalidad son casados. Sobre las características de las micro y pequeñas empresas. La mayoría de las MYPE, del estudio tienen entre 1 a 10 años de permanencia en el mercado y la totalidad tienen entre 1 a 10 trabajadores y la mayoría de los trabajadores de las MYPE en estudio son varones, sobre las características de la formalización de las micro y pequeñas empresas, la totalidad de las empresas están formalizadas ante SUNAT, Municipalidad y DIGESA, la mayoría de las empresas se encuentran en el Nuevo Régimen Único Simplificado o en el Régimen General de Renta y la totalidad cuenta con licencia de funcionamiento y certificado de defensa civil y la mayoría cuenta con carné de sanidad. La mayoría de las MYPE, tienen a sus trabajadores contratados bajo el régimen de locación de servicios y la minoría cuenta con contrato a plazo fijo y cuenta con beneficios de dicho sistema. Así también la mayoría no cuenta con sistema de seguridad y salud ocupacional. La mayoría de las

empresas de este estudio tiene condición de Persona Natural con Empresa y conoce los beneficios de la formalización.

Barbeito (2016) investigación titulada: “Caracterización de la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2016”. Tesis que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Perú). Tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes del distrito de Huaraz, año 2016. La metodología utilizada fue descriptiva no experimental. Se concluye que las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de la ciudad de Huaraz, 2016 se encuentran formalizadas en cuanto a la constitución, es decir cuentan con la inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC), Licencia de Funcionamiento, pero existen aspectos en los cuales aún se encuentran dentro de la informalidad como la legislación laboral y el acceso a la seguridad social de sus trabajadores; La mayoría relativa de los representantes conocen las formas de organización empresarial, así mismo la totalidad de MYPE cuentan con la inscripción correspondiente en el Registro único del Contribuyente de la SUNAT, del cual la mayoría relativa eligió el tipo de régimen al que se acogerá después de haber sido informado de los regímenes existentes y el tipo de renta que generará su negocio.

Local

Barrera (2018) en su tesis “Caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las MYPE en el sector servicio rubro restaurantes del distrito de Ferreñafe, año 2018. Presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Perú). Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de

calidad y la formalización de las MYPE en el sector servicio rubro restaurantes del distrito de Ferreñafe, año 2018. La metodología fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. Se concluyó que en lo que respecta a la formalización de determinó que las características identificadas es que los propietarios si conocen lo que es un RUC, conociendo así también los beneficios de contar con un RUC, contando con trabajadores informales siendo esta la situación laboral de sus trabajadores. Concluimos también que las MYPE del sector servicio rubro restaurantes si están formalizadas y tienen idea de cuánto les cuesta formalizarse.

Arroyo (2018) en su tesis titulada: Formalidad para la Satisfacción Laboral en las MYPE Comercializadoras Pesqueras – Los Órganos, Piura – 2018. Tuvo como objetivo de analizar la formalidad para la satisfacción laboral en las MYPE comercializadoras pesqueras – Los Órganos, Piura – 2018. El diseño de investigación aplicado fue descriptiva, transversal, no experimental, Concluyó que existe las siete MYPE comercializadoras pesqueras son informales, pues existen factores que influyen en la decisión de formalizar, ya que son falta de conocimiento o para evadir impuestos, también se encontró que ningún trabajador recibe los beneficios laborales, una remuneración adecuada, como lo establece la ley.

Masías (2016), en su tesis titulada: Formalización y gestión de calidad de las MYPE comerciales, rubro ropa del mercado central de Talara (Piura), año 2016 tesis para optar el título profesional de licenciada en administración. Tuvo como objetivo general identificar los factores que caracterizan a la formalización y gestión de calidad en las MYPE comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara (Piura), año 2016. El tipo de la investigación fue descriptiva, nivel cuantitativa, diseño no experimental transversal. Concluyó que están constituidas bajo el régimen simplificado, para ello

emiten boletas como comprobantes de pago a sus clientes, para acreditar la venta de sus productos ofrecidos al público en general. Cuentan solo con licencia municipal provisional, no están registradas en la SUNARP, no cuentan con registros de contabilidad porque se encuentran acogidas al Nuevo RUS; Como efectos que trae la formalización en las MYPE comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara es tener un registro legal de su empresa, brindando confiabilidad y credibilidad al cliente. La formalización sí les ayuda en el mercado porque no tienen limitaciones para realizar negocios con otras empresas y así competir para su desarrollo empresarial.

Olaya (2018) , en su tesis titulada: Caracterización de la competitividad y formalización de las MYPE rubro panaderías de Campo Polo Castilla – Piura, año 2018. Cuyo objetivo general fue determinar las características que tienen la competitividad y formalización de las MYPE rubro panaderías de Campo Polo Castilla – Piura, año 2018. El diseño de investigación, fue de tipo descriptivo, cuantitativo, no experimental, de corte transversal. Concluyó que en su mayoría, no cumplen con los requisitos de formalización, es decir, no se encuentran debidamente formalizadas, por lo tanto, no pagan sus tributos, ni mucho menos cuenta con los documentos de gestión que evidenciarían su formalización. Es por ello, que se recomienda a las autoridades locales, llámese SUNAT o Municipalidad a promocionar la formalización de las MYPE, obviando la presentación de algunos requisitos.

2.1.2 Variable servicio al cliente

Internacional

López (2018) realizó una investigación titulada: “Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil” (Guayaquil – Ecuador), Universidad Nacional de Guayaquil. El objetivo principal de

esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Racha's de la ciudad de Guayaquil. Se empleó el tipo de investigación es con un enfoque mixto, con una investigación cuantitativa-cualitativa. La investigación concluyó que, a través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio.

Sánchez (2017) realizó una investigación titulada: "Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger Diner de Gualán, Zacapa". Investigación presentada en la Universidad Rafael Landívar, República de Guatemala. El objetivo fue evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán, Zacapa. La investigación fue de tipo descriptivo. Para su ejecución se planteó la metodología de ServQual, se concluye la investigación que, para poder dar una calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán, a través de la valoración de expectativas y percepciones al cliente. Utilizo las 5 dimensiones de ServQual para medir la calidad del servicio y la insatisfacción presentados. Elementos tangibles, empatía, confiabilidad, capacidad de respuesta y fiabilidad.

Villalba (2016) realizó una investigación titulada: "Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bristo y Q Restaurante, y sugerencias de mejora". Investigación realizada en la Universidad Pontificia del Ecuador, Quito, la investigación fue de tipo descriptiva, con el objetivo de evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente de tres restaurantes: "Azuca Beach", "Azuca

Bistró” y “Q restaurante”, el autor concluyó que el 50% de los consumidores de los restaurantes manifiestan que la atención brindada por el personal es buena, cumplen con amabilidad, paciencia y claridad, también menciona que toda empresa debe contar con una visión enfocada a la atención al cliente como es el caso de esta organización. Por lo cual el personal debe saber cómo tratar a los clientes que frecuentan los restaurantes. Entre las maneras de cortesía en la atención, se encuentran, brindar alimentos de cortesía mientras el cliente espera su orden, descuentos o gratuidad en el consumo en caso de existir algún error, si el pedido del cliente no fue servido como lo solicitó o hubo alguna falta en la preparación de los alimentos, se debe ofrecer un descuento o la gratuidad, ya que de esta manera se muestra al cliente que para la organización es importante su satisfacción, ante todo.

Nacional

Ayra (2016) la presente tesis titulada: “Benchmarking y la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco-2016”. Tiene por objetivo analizar en qué medida influye el benchmarking en la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco – 2016; el tipo de investigación es aplicada, enfoque cuantitativo, alcance descriptivo correlacional, método deductivo y de diseño no experimental, concluyó que benchmarking influye significativamente en la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco – 2016, también se determinó que el benchmarking interno y su influencia en la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco, teniendo como resultado una correlación alta de 73.5% y el valor de significancia es 0.000 siendo menor al 0.05 y podemos decir que el benchmarking interno influye significativamente en la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco. El autor concluyó que en los restaurantes de la

ciudad de Huánuco aplican el bechmarketing lo que es una buena estrategia para mejorar el servicio brindado al público y lograr sus objetivos.

Chumpitaz (2018) investigación titulada: “Clima organizacional y servicio al cliente en el restaurante campestre el fundo Palmira, 2018”. Tuvo como objetivo general determinar de qué manera el clima organizacional repercute en el servicio al cliente en el restaurante campestre el fundo Palmira, periodo 2018. Empleó la metodología cuantitativa: El diseño es no experimental, transversal, correlacionar causal: concluyó que existe una correlación positiva media del 0.684 significativa entre el clima organizacional y el servicio al cliente. El clima organizacional repercute de manera positiva en el servicio al cliente, en el restaurante campestre el fundo Palmira, 2018, es decir en esta empresa se comprobó que la buena organización, la retroalimentación, la motivación y la solución a los problemas del entorno laboral conllevan a que los colaboradores brinden un mejor servicio a los clientes. El autor concluyó que cuando hay un buen clima organizacional esto afecta en forma positiva a la empresa y por ende en la calidad de servicio que brindan al cliente, un buen administrador que se lleva con todos sus colaboradores permitirá que estos trabajen en forma armoniosa, su líder les da ejemplos de liderazgo y esto a su vez influye en la calidad de servicio que ofrecen en sus MYPE.

Salinas (2017) realizó una investigación titulada: “Influencia de una estrategia de diferenciación del servicio para el incremento de las ventas en el restaurante Sansanó del distrito de San Juan de Lurigancho”. Estableció como objetivo general determinar cómo la implementación de una estrategia de diferenciación del servicio influirá en el incremento de las ventas en el restaurante Sansano del distrito de San Juan de Lurigancho. Se utilizó el método cualicuantitativo. Concluyó que los clientes

consideran un servicio diferenciado que les brinde una atención con calidad, innovar tecnológicamente en el servicio es muy bien calificado por parte de ellos con un 86.3%, de este modo es importante implementarlo para aumentar las ventas. También determinó que la buena atención que se puede brindar al cliente va a influenciar en el crecimiento económico.

Local

Niño (2018) investigación titulada: “Caracterización del servicio al cliente y competitividad de las MYPE rubro restaurantes de Montero - Ayabaca, año 2018”. Investigación que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Perú). Tuvo como objetivo general: Determinar las características del servicio al cliente y competitividad de las MYPE de servicio rubro restaurantes de Montero – Ayabaca, año 2018. La Metodología empleada fue de tipo de descriptiva, nivel-cuantitativo. Concluyó que la calidad de servicio al cliente que brindan los restaurantes del distrito de Montero, el personal tiene presencia, siempre presenta aspecto limpio y aseado, son oportunos alcanzan el pedido a tiempo, en todo momento expresan la cortesía siendo cordiales y agradables en su trato; tienen consistencia en el trato al considerar a todos por igual; respetan el tiempo del cliente atendiendo rápidamente su pedido; existe mucha accesibilidad del personal al brindar un buen servicio. Las Dimensiones de la calidad percibida identificadas en los restaurantes del distrito de Montero los colaboradores tienen capacidad de respuesta ante los requerimientos de los clientes e incluso en algo especial; demuestran su empatía ante la preocupación de entender sus necesidades y proteger sus intereses; los clientes se sienten seguros en las instalaciones de los restaurantes y la integridad de los colaboradores; garantizan la fiabilidad por el servicio de calidad que reciben y la presentación de los diferentes

servicios; las instalaciones que presentan son modernas acorde a la época en la zona de sierra.

Villalta (2017) investigación denominada: “Caracterización de la atención al cliente y capacitación de las MYPE rubro restaurantes de la calle Tacna del Cercado de Piura, año 2017”, presentó como objetivo general: Establecer las características de la atención al cliente y la capacitación de las MYPE del rubro restaurantes de la calle Tacna del Centro de Piura, año 2017. Se empleó la metodología de investigación de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo y con diseño no experimental de corte transversal. Concluyó que los clientes atendidos se van satisfechos por la atención personalizada que se les dá, ya que cuentan con diferentes platos a la carta y los precios son módicos; la mayoría de los clientes consideran adecuada la capacidad de respuesta de atención, que se emplean materia prima e insumos de calidad, y que se cuenta con personal calificado para la atención. En cuanto a las estrategias de atención al cliente; que la mayoría de clientes se muestran satisfechos con la atención, evidencia esfuerzos por fidelizar a los clientes, se cuenta con diversidad de platos en la carta y que los precios son accesibles.

Córdova (2017) en su proyecto de investigación “Caracterización de la satisfacción del cliente y competitividad de las MYPE servicio rubro pollo a la brasa la Arena, 2016”. Conocer las características que tiene la satisfacción del cliente y la competitividad en las MYPE servicio rubro pollo a la brasa C.P La Arena-Piura, 2016. El tipo de investigación es descriptiva. Con respecto a los beneficios de la satisfacción del cliente de las MYPE, los clientes no se encuentran satisfechos dado que no existe buena atención con el servicio que las MYPE les brindan, puesto que estas le ofrecen una buena sazón y un buen precio, pero no hay una buena atención por parte de los

trabajadores, el tiempo de espera es muy largo, el ambiente no es agradable, así mismo la limpieza del local no es adecuada y les falta innovación. Es importante que las pollerías capaciten a su personal para brindar un trato adecuado y amable a sus clientes, se preocupe por mejorar el ambiente y sea agradable brindando un servicio de calidad para de esta manera poder obtener beneficios como: la satisfacción del cliente, la recomendación por parte de ellos y su preferencia, también concluye que las estrategias de competitividad de las MYPE, son un precio accesible para los clientes y la buena sazón, puesto que la mayoría de los encuestados considera que el buen sabor influye en su decisión para elegir la pollería de su preferencia por lo que es importante que las MYPE tengan precios bajos y buena sazón.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1. Variable Formalización

Según la Organización Internacional del Trabajo, la formalización es el proceso gradual que las empresas llevan a cabo con la única finalidad que se incorporen a la economía formal, la acción de formalizar una empresa significa obtener una serie de beneficios que haga que ésta se encuentre supervisada por las diferentes instituciones del Estado, como son: Municipalidades, Gobierno Regional, SUNAT; por lo consiguiente al estar supervisadas no pueden evadir impuestos, se tiene que cumplir los dispositivos jurídicos vigentes (Organización Internacional de Trabajo, 2017).

Si bien es cierto la formalización para toda empresa es una táctica primordial, es por ello que la misma tiene que ver con las técnicas y los impactos que con lleva al crecimiento de una empresa. Asimismo, recalca que la formalización es una estrategia

de tener todo en orden en la empresa, tanto en la documentación, permisos; que constaten que no hay algún tipo de irregularidad en las MYPE.

Según Puch (2018) la formalización es una obligación y lo toma como un medio de inclusión económica, cuando la empresa está formalizada tiene una serie de beneficios como: insertarse a la banca y poder laborar legalmente, asimismo se hace acreedora a beneficios tributarios que redundará en su economía, de la misma manera señala que una micro y pequeña empresa formalizada será tomada en cuenta para algún tipo de licitación pública con el Estado, una MYPE formalizada implicará que sea mayor su productividad y la hará crecer económicamente haciéndola más rentable.

Vegas (2017) la formalización es importante para un emprendedor, pues trasciende en el tiempo, e implica su rentabilidad abriendo nuevos mercados, estando sujeta a préstamos o créditos bancarios, incursionar a capacitaciones por entidades públicas y privadas gratuitamente, asimismo el estar formalizado esta MYPE generará confianza y seguridad, no solo para los colaboradores, sino para el público en general.

Domínguez (2013) la formalidad de las micro y pequeñas empresas como una serie de procedimientos administrativos, que comienza con el registro de la empresa ante la SUNARP, inscribiéndola como persona natural o jurídica, luego su registro ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), Municipalidad (Licencia de funcionamiento), Inscripción de sus empleados ante el Ministerio de Trabajo y EsSalud, habilitar los libros contables de conformidad a ley; todos estos procedimientos significarán iniciar la formalización de la empresa, que posteriormente logrará el reconocimiento de sus consumidores y proveedores, tener

préstamos bancarios legales, de la misma manera sus empleados gozarán de seguridad y protección.

Se puede decir que la formalización de una empresa está dada por una serie de procedimientos ante diferentes estamentos institucionales, significando que la empresa una vez que logre gestionar los trámites correspondientes esta quedará debidamente constituida legalmente, son muchos los trámites a seguir, y pagos que se deben de realizar, pero un empresario que quiere formalizarse y estar legalmente constituido, no significará para él, problema alguno, el precio para formalizarse es poco, cuando hablamos de rentabilidad, crecimiento, beneficios bancarios, garantía del establecimiento, confianza y estabilidad. Una empresa constituida es una empresa que nace con obligaciones y no puede incumplirlas, estará sujeta a la fiscalización y control de las diferentes instituciones gubernamentales encargadas.

Uno de los problemas que afronta un empresario debidamente constituido, es el problema de la informalidad al que tiene que enfrentarse, pues son una competencia desleal, porque no buscan formalizarse, por lo que el Estado debería tomar cartas en el asunto a fin de darle apoyo a estas empresas informales, incentivándolas, orientándolas, capacitándolas a que regularicen su situación.

2.2.2 Procedimientos de la formalización de una MYPE

Procedimiento registral

Según la Superintendencia Nacional de Registro Públicos SUNARP (2018) señala dos modalidades de constitución de una MYPE **como persona natural** con negocio (Unipersonal): No tiene costos de constitución, ahorra tiempo y dinero, fácil de cerrar el negocio, se acogen al nuevo Régimen Único Simplificado, no lleva libros

contables, los impuestos son menores, responsabilidad ilimitada, disponibilidad de patrimonio personal.

Pasos de constitución como persona jurídica:

Según la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, dan las pautas para la constitución de una empresa **como persona jurídica**.

1. Lo primero que tenemos que definir es qué tipo de empresa vamos a formar:
Sociedad Anónima (SA) que tiene dos socios como mínimos y máximo ilimitado deberá existir una junta general de accionistas, gerencia y un directorio, cada socio aportará su propio capital, las acciones se deberán de registrar en un libro de matrícula de las mismas. **Sociedad Anónima Cerrada (SAC)** el número máximo es 20 accionistas, en esta empresa se debe establecer junta general de accionistas, gerencia y directorio. El capital estará definido por lo que aporta cada socio, de la misma manera las acciones deberán de inscribirse en el registro de acciones. **Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (SRL)** mínimo 20 accionistas, el capital se distribuyen equitativamente, y no responden con su patrimonio en caso de deudas de la organización. **Sociedad Anónima Abierta (SAA)** número máximo es de 750 socios, se debe formar una junta general de accionistas y directorio, y debe registrar sus acciones en el libro de registros, las acciones pueden ser adquiridas por diferentes personas. **Sociedad Anónima Cerrada (SAC)** está conformada de 2 a 20 accionistas, sus acciones no están registrada en el mercado de valores y no pueden ser adquiridas por diferentes personas.

2. Búsqueda de nombre, se debe de hacer una búsqueda de índice permitiendo al usuario reservar una denominación completa y abreviada, o una razón social, se debe de ingresar al Servicio de Publicidad Registral en Línea SPRL; de la misma manera, usted puede realizar este servicio vía online, desde su propia casa, oficina, previo inicio al pago, también podrá hacer diferentes consultas, además podrá tener acceso a copias simples de partidas registrales y asimismo tendrá acceso a información. El documento será remitido a tu email y podrás descargarlo; es opcional también lo puede realizar el trámite de manera presencial. El costo será S/ 5.00 nuevos soles.

3 Reserva del nombre, se dirigirá a la oficina de Registros Públicos con un nombre ya seleccionado que llevará la empresa y llenar una solicitud de reserva de persona jurídica, para ser registrado y verificado que no exista otra empresa con ese nombre; luego debe guardar ese nombre que se eligió para que nadie registre otro nombre igual, el costo de este servicio será S/ 20.00 soles, se puede hacer el pago en las mismas oficinas registrales.

Estos trámites también se pueden hacer mediante la plataforma de la SUNARP a través del Sistema de Intermediación Digital SID.

- a) Ingrese al Sistema de intermediación digital SID-Registros Públicos a través de la página web, por esta plataforma, es de forma obligatoria ingresar tu DNI y demás datos personales, para que tengas un código y una contraseña, la que te permitirá acceder a este servicio.
- b) Ingrese al botón solicitud de trámites de constituciones de una MYPE, cuando ya ingresó e inicie sesión en el SID con tu usuario y contraseña, para llenar la solicitud de constitución, es obligatorio hacer los pasos que a continuación se

detallan. **Paso 1:** Analiza y acepta los términos y condiciones de acceder a la plataforma SID- SUNARP. **Paso 2:** Elija para Ud. la notaria de tu elección o la que más te convenga. **Paso 3:** Selecciona la modalidad de personería jurídica que estas creando. **Paso 4:** Observa la información que se muestra en los cuadros y completa la información de la empresa en constitución; dirección de la empresa, la razón social; los datos del capital social y de todos los integrantes. **Paso 5:** Descarga el documento en forma PDF del acto constitutivo de la empresa, obsérvalo y si está conforme dele clic en la opción finalizar, con el fin de que la solicitud pueda ser enviada a la notaria elegida.

4 Elaboración de la minuta, los integrantes o representantes de la empresa en forma voluntaria se unen para constituir la, y en donde indicarán toda su conformidad de cómo funcionará la empresa, aquí se describirá el pacto social; estatutos e insertos adjuntos; la minuta contienen los datos de los representantes, el rubro de la empresa, las modalidades empresariales, tiempo de la empresa, inicio de sus actividades comerciales, domicilio legal, denominación o razón social de la empresa, el nombre o representante que va administrar y los aportes de cada miembro (dinero, muebles, inmuebles).

5 Escritura pública, una vez elaborada la minuta, se debe de entregar a la notaria para que el notario la revise y la eleve a escritura pública; adjuntando los documentos como el Boucher del depósito del capital en una cuenta a nombre de la empresa, inventario valorizado de los bienes muebles e inmuebles, el certificado de búsqueda y reserva del nombre de la empresa remitido por Registros Públicos, asimismo una vez elevada la minuta esta será sellada y firmada por el notario, los socios y también incluyendo la firma de cónyuges, una

vez que se consigue obtener la Escritura Pública, se debe dirigir a la SUNARP a fin de que esta sea registrada, obtendrá un asiento registral de la empresa como persona jurídica, proceso realizado por el notario y los socios y a partir de este momento la empresa ya existe.

Procedimiento tributario

El recorrido inicia en la SUNAT donde deberá tramitar su número de RUC para lo cual solo se necesita el documento de identidad. Según la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria SUNAT (2018). El Registro Único del Contribuyente (RUC) es la identificación de los contribuyentes como persona natural o jurídica y donde se especifica el tipo de empresa o negocio, el nombre del representante legal de la misma, quien será el responsable de cumplir con las obligaciones tributarias, teléfono, correo electrónico, fecha de inicio de las actividades, lo expide la SUNAT y es lo primero que se debe hacer para iniciar las actividades económicas y cumplir con las obligaciones tributarias, la SUNAT te asignará un número de 11 dígitos que te identificará como contribuyente. DL N° 943 modificado por el DS N° 234-2018 según Diario El Peruano (2018).

Cuadro 1: Requisitos para obtener RUC

Persona	
Natural	Jurídica
Portar DNI vigente del titular y no tener multas electorales	DNI de representante legal de la empresa
Llevar recibo de luz o de teléfono fijo del domicilio y/ o local del negocio de cualquiera con la dirección actualizada o contrato de arrendamiento	Exhibir recibo de luz o teléfono
Correo electrónico y número de celular	Copia literal certificada con vigencia no mayor a 30 día calendarios, original y copia, correo electrónico

En caso de un tercero	En caso de un tercero
Llevar una carta poder legalizada por un notario especificando la inscripción al RUC y el régimen tributario	Llevar una carta poder legalizada por un notario especificando la inscripción al RUC y el régimen tributario
DNI vigente del tercero	DNI vigente del tercero

Fuente: SUNAT

Una vez presentados los requisitos antes mencionados ante la SUNAT, pide tu clave de acceso y clave sol que podrás realizar diferentes trámites via internet, podrás realizar tus pagos y presentar tus declaraciones, solicitar las autorizaciones de comprobantes a imprimir a traves de imprentas conocidas.

Inscripción a travez de la pagina web SUNAT solo podrán realizar la pre incipción como persona natural con negocio solo se necesita el DNI, no podrán inscribirse las personerias jurídicas y a continuación se describen:

1. Ingrese a la página de la SUNAT <http://www.sunat.gob.pe/pre-inscripción-RUC>
2. Rellena los datos solicitados en el formulario por el sistema.
3. Imprime el documento de información registrada.
4. Dirigete a las oficinas de la SUNAT y explica que realizaste una preinscripción por el internet, solicitando atención inmediata.
5. Presenta los los documentos para la inscripción al RUC y tu solicitud de información registrada.
6. Comprueba la información, y el momento que activen el RUC, solicite su código y acceso a la clave SOL; el cual podrás hacer diferentes trámites, como pagar, declarar, luego solicite que le autorizen los recibos o comprobantes de pago, según Perú Trabajos (2018).

Inscripción al RUC utilizando el Sistema de Intermediación Digital SID SUNARP sistema desarrollado por Registros Públicos para personas jurídicas .

1. Ingrese a la plataforma servicio ciudadano: Ingresa al modulo “SID” en la página de la SUNARP.
2. Inscribe tu información: registre la información de la empresa que estas constituyendo y recibe del notario tu RUC, clave SOL y constancia de inscripción.
3. Activar el RUC de la empresa: como persona jurídica, acudiendo a la SUNAT presentando los requisitos necesarios solicitando tu clave SOL que comprende tu contraseña y usuario. Según RPP Noticias (2018) indica que la obtención del RUC es de manera gratuita.

Elección del régimen tributario

Paso1: Evaluar las actividades a desarrollar: proyectar el ingreso que obtendrás a partir de las mismas.

Paso 2: Escoge tu régimen tributario

Si eliges el **Nuevo Régimen Unico Simplificado NRUS**, aquí se encuentran solo personas naturales que se dedican a la venta de mercaderías, juguerías, restaurantes, sangucherías, entre otros y también los que desarrollan actividades como carpinterías, llanterías, ferreterías etc; se encuentran en la categoría 1 cuando sus ventas y las compras sean S/5,000 soles mensuales, la cuota a pagar a la SUNAT es de S/ 20.00 soles y en la categoría 2, cuando los ingresos y las compras mensuales no deben superar los S/ 8,000 soles la cuota a pagar a la SUNAT es de S/ 50.00 soles mensuales, autorizadas a emitir boletas y tickets y al comprar deben exigir facturas o tickets; no

necesita libro contable ni menos un contador, no debe de presentar declaraciones mensuales y anuales.

Si eliges el **Régimen Especial de Renta RER** dirigido a personas naturales y personas jurídicas dedicadas a actividades de comercio y/ o industria tales como bienes que produzcan o manufacturen, así como los recursos naturales que extraigan; se debe de tomar en cuenta: Las ventas no deben superar S/ 525,000 soles anuales, tiene que declarar mensual por IGV y renta; al vender emite facturas, boletas y tickets y para sus compras exige facturas y tickets; están autorizadas para llevar registro de compras y de ventas.

El **Régimen MYPE Tributario (RMT)** aquí se encuentran las micro y pequeñas empresas, como personas naturales o jurídicas; se encuentran en la renta de tercera categoría; los ingresos son anuales que no superen los 1700 UIT; emiten facturas, boletas, tickets, nota de débito y de crédito, hacen declaración y pago mensual de renta de acuerdo a sus ingresos netos anuales, llevan libros contables.

Si transcurrió el tiempo y el negocio a crecido para ello debes integrarte al **Régimen General de Renta RG**, se encuentra personas naturales y jurídicas, dentro de ello están las medianas y grandes empresas estas se encuentran en la tercera categoría, así como las profesiones de arte y ciencia; no existe límite de ingresos emite todo tipo de comprobantes de pago de manera electrónica y física, realizan declaración mensual e IGV y renta de declaración anual, lleva contabilidad completa.

Paso 3: Conoce y cumple tus obligaciones tributarias: declare y pague sus impuestos, entrega a tus clientes comprobantes por tus ventas, exige comprobantes de pago por tus compras (Emprender, 2018).

Otro de los requisitos que tienen que cumplir las MYPE es la presentación del **Libro de Reclamaciones**, es un documento que el cliente o consumidor registra sus quejas y reclamos del servicio o producto adquirido por algún inconveniente presentado, este debe ser implementado por las empresas que ofrecen bienes y servicios al público en general. Es una herramienta para protección y derechos de los consumidores, los proveedores están obligados a obtener el Libro de Reclamaciones ya sea en físico o virtual **conforme señalado en el Código de Protección y Defensa del Consumidor LEY N° 29571 y Decreto Supremo N°011-2011 PCM**

Si se cuenta con el libro en físico debe tener tres hojas copiativas enumeradas, una debe ser otorgada al cliente o consumidor en el momento que pone su queja o reclamo, y la segunda queda con la empresa y la tercera se debe ser enviada a INDECOPI cuando este lo solicite, si es virtual el proveedor orientará al consumidor a utilizarla quedando registrado su queja o reclamo. Además el libro se debe presentar en un lugar visible para que el consumidor se dirija a él señala INDECOPI (s.f).

Procedimiento municipal

La Licencia de Funcionamiento, es un documento otorgado por la Municipalidad para poner en funcionamiento actividades económicas, comerciales, industriales o de servicio para beneficio de la MYPE con fines de lucro. Esta se dará de manera indeterminada si así lo solicita el administrador (dueño). Según Decreto Legislativo N° 1271 que modifica a la Ley N° 28979 marco de Licencia de Funcionamiento (Diario El Peruano, 2017).

Según DL N° 1271 en su artículo 7, señala que la Municipalidad es el ente encargado de evaluar la solicitud y emitir dicho documento, así como la de hacer la

fiscalización y el control, aplicando las sanciones y multas a los establecimientos que incumplen la ordenanza; aquí también se encuentran los pasos para la obtención de la licencia, el mismo que será otorgado en tiempo indeterminado, con el fin de velar por el cumplimiento de las obligaciones de los empresarios.

Según Decreto Legislativo 1271 – 2017 publicado por el Diario El Peruano señala una serie de requisitos para la obtención de la Licencia de Funcionamiento de una empresa a continuación se describe:

Si el área del terreno del establecimiento comercial **es menor de 100 m²**, se solicitará una Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada indicando número de RUC, DNI del que solicita, no importando sea persona natural o jurídica, así como también se debe indicar el número y el lugar de estacionamiento, si hubiera representante legal se adjuntará la vigencia de poder, de la misma manera se hace una Declaración Jurada de que el establecimiento a aperturar cuenta con las medidas de seguridad, se adjunta el VOUCHER de pago por derecho de tramitación, además se pedirá copia simple de título profesional en caso de un establecimiento de salud.

Si el área del establecimiento comercial **es mayor a 100 m² y menor de 500 m²** además de los requisitos ya establecido anteriormente, aquí se presentará un plano de ubicación, plano de arquitectura, donde se especifique la distribución del local, por otro lado se adjuntará el Certificado Vigente de Pozo a Tierra, así como el Certificado de Operatividad de Extintores.

Si el área del establecimiento es **mayor a 500 m²** además de los requisitos ya mencionados, se adjuntará el Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en edificaciones.

El propietario debe de tener y cumplir con requisitos previos a la obtención de la Licencia que evaluará la Municipalidad y que a continuación se describe:

1. **Inspección Técnica de Seguridad de Defensa Civil.** Consiste en la verificación ocular del cumplimiento o incumplimiento por los inspectores autorizados por el Instituto de Nacional de Defensa Civil, evalúan fenómenos dados por la naturaleza planos, memorias descriptivas, el aforo, salidas de emergencia (espacios amplios de las puertas y de más ambientes, escaleras), así con las infraestructura de edificios, los equipos contra incendios, enchufes de toma corrientes. En el caso de que no se inspeccione, estos establecimientos generarán riesgo o peligro para la vida de las personas, una vez culminado la inspección se emitirá un Certificado, el mismo que será emitido por los profesionales de defensa, este determinará si el establecimiento que solicita la Licencia de funcionamiento reúnen la calidad y seguridad adecuada para el funcionamiento, siendo de carácter obligatorio (INDECI, 2010).

Para ello señala dos tipos **ITSE EX- POST**. En este tipo de ITSE Básica el propietario adjuntará la declaración de observancia conjunto con la solicitud de licencia de funcionamiento. La ITSE se realizará después de la obtención de licencia de funcionamiento por la Municipalidad, todo con respecto hasta los 100 m², el espacio no debe de estar ocupado más que el 30% de toda el área, señala la Municipalidad de Distrital de Castilla.

ITSE- EX ANTE hasta 500 m² metros cuadrados. Aquí se encuentra los comprendidos los edificios múltiples hoteles, restaurantes, colegios, tiendas comerciales, clínicas, consultorios, gimnasios, iglesias, bibliotecas, instituciones educativas, centros de cabinas de internet, fotocopiadoras, cajas municipales, bancos, playas de estacionamiento, Spa de belleza, centro de costura etc.

Según la Municipalidad de Castilla. aquí el representante presentará copias de: Planos de localización y ubicación, plano de arquitectura y distribución, plano de seguridad, Certificado de conformidad de OSINERMIN, Certificado de sistema de pozo a tierra todos esta documentación se adjuntara a la solicitud de la licencia de funcionamiento y Declaración Jurada.

2.- Certificado del sistema de pozo a tierra. Es una instalación eléctrica; Dispositivo que se exige a los negocios para evitar las sobrecargas eléctricas, cortos circuitos e incendios, con la finalidad de proteger y dar seguridad a las instalaciones del negocio y por ende a las persona. Este documento tiene una vigencia de un año y es emitido por un ingeniero electrónico habilitado, es un requisito para la obtención de la Licencia de funcionamiento (SMINGENIERIA, 2017).

3.- Certificado de operatividad de extintores: Es un documento que se exige para la obtención de la Licencia de funcionamiento del negocio; es emitido por personal capacitado especificando la fecha de fabricación, la fecha de las recargas y mantenimiento, tiene una duración de 5 años, asimismo se debe de obtener un certificado de capacitación señala EXTINSAFE, (2016).

4.- Certificado de Zonificación y Compatibilidad de uso. Este Certificado es emitido por la Dirección de Infraestructura y Desarrollo Urbano de la

Municipalidad de Castilla, con la única finalidad de verificar si el establecimiento o restaurante que va a iniciar sus actividades, se encuentra dentro de una zona sin peligro, vale decir cerca de grifos, fábricas, relleno sanitario, expendio de Balones de gas; etc. mediante este documento se brinda la seguridad a los clientes y personal que laborará en dicho restaurante.

5.- El carné sanitario. Es un documento que lo expide el Ministerio de Salud a través de los hospitales o postas médicas según sea el caso, mediante este documento se garantizará la salubridad, la higiene y la salud de las personas que laboran en las establecimientos de expendios de comida, protegiendo la salud de los consumidores, para obtener el carné se deberá de indicar los datos personales del interesado, nombre de la empresa, indicando su RUC nombre, asimismo adjuntará el Boucher por derecho de pago de S/25.00 soles, se adjuntará una fotografía digital, asimismo se adjuntará el examen de RPR, además se realizará examen de heces (parasitológico), la vigencia será para 06 meses Municipalidad de Isidro, (2018).

Cuadro 2: Costo de la licencia de funcionamiento

Costos de Licencia de Funcionamiento				
Tipo de Licencia	Áreas	Sin anuncio publicitario	Con anuncio simple	Con anuncio luminoso
Riesgo bajo medio	0-100 m2	114.40	148.36	169.85
Riesgo alto muy alto	Más de 100 m2- 500 m2	261.50	300	311.78
Licencia de funcionamiento con ITSE de detalle o Multi disciplinario	Más de 500 m2	-	-	-
Para mercado, galerías, centros comerciales	-	118.8	142.67	165.70
Para concesionarios Ex Pots	0 a 100 m2	170.00	203.90	232.15

Para concesionarios Ex Ante	Más de 100 m2 – 500 m2	259.30	304.45	354.58
Par concesionarios con ITSE de detalle o Multi disciplinaria	Más de 500 m2	-	-	-

Fuente: Municipalidad Distrital de Castilla

Procedimiento laboral

El Decreto Supremo 007-2019-TR, el Ministerio de Trabajo ha establecido las condiciones que las MYPE acrediten y contribuyan con la formalización laboral, disponiendo que las mismas deben emplear por lo menos dos trabajadores en planilla electrónica al momento de la contratación con los núcleos ejecutores y no contar con resolución administrativa firme de la autoridad de inspección del trabajo por sanciones impuestas en razón a la obligación de la normativa en el campo laboral y bienestar del trabajador, por afectar derechos fundamentales laborales, o por la convicción de infracciones a la labor inspectora (Puntriano, 2019).

Registro en la REMYPE, la Ley 30056 dada el 01 de julio del 2013 ley que modifica dispositivos legales hasta aquel entonces regían a las empresas, siendo el espíritu de esta ley el promover y dar incentivos a la inversión, producción y formalización de las MYPE, entre las disposiciones finales de esta ley, en su parte séptima dispone que la REMYPE que dependía del Ministerio de Trabajo pasa a ser administrado por la SUNAT, estableciendo las condiciones e implementación para dicha administración de este registro. Las empresas que se habían inscrito en la REMYPE pasaron hacer administradas por la SUNAT, dando plazos para que se adecuen a las nuevas disposiciones del nuevo registro.

- 1.- Registro de la empresa en la ficha REMIPE. La SUNAT mediante su base de datos proporciona información relacionada a la empresa
- 2.- la RENIEC proporcionará

datos en el caso del representante legal, adicionalmente se indicará el tipo pensión y el seguro. También se consignará el teléfono, Email, se registrará el nombre del cónyuge, número de hijos y los datos de los accionistas de la empresa 3.-Finalmente saldrá una ventana donde se indicará si se acepta la consignación y veracidad de los mismos, una vez aceptados se generará una solicitud que se enviará a sistema REMYPE. (Ministerio y Promoción del Empleo, 2016).

También es necesario adjuntar el RUC de las empresas vigente, tener el usuario y la clave SOL, asimismo tener 2 trabajadores como mínimo, para inscribirlos. El servicio brindado es totalmente gratuito. (MTPE, 2018).

2.2.3 Ventajas de la formalidad en las MYPE

Mi Empresa Propia, (2016) señala las ventajas que puede tener una empresa al formalizarse una de estas, es tener posibilidades de obtener créditos y otros beneficios con los proveedores, mayores probabilidades de acceder a nuevos mercados, no teniendo ninguna limitación para realizar negocios con otras empresas y competir tanto en el mercado nacional como internacional, tiene el reconocimiento y el respaldo de la seriedad de la empresa, tiene mayor aceptación y genera más confianza, cumple con el pago de tributos y, por tanto, aporta al desarrollo del país, contar con facilidades para el acceso al sistema financiero formal y de los inversionistas privados, participar en concursos públicos, licitaciones y adjudicaciones como proveedores de bienes y/o servicios (incluyendo las compras del Estado), cuando una empresa está debidamente formalizada gozará de tranquilidad que brinda el hecho de estar cumpliendo con sus obligaciones de acuerdo a la ley, y tendrá la seguridad de que cuando llegue la fiscalización y el control, se evitará de las sanciones y multa, la emisión de

comprobantes de pago le dará al cliente la seguridad de estar asistiendo a un restaurante formal.

2.2.4. Variable de Servicio al Cliente

Según el autor Martínez (2014) atención al cliente son todas las actividades que va a realizar el administrador con todo su personal a su cargo y que tiene que ver mucho con el tipo de atención que le darán al cliente, y el producto o servicio que van a ofrecer, la manera de cómo va ser atendido, cómo realizará sus pagos o qué tipo de facilidades se le dará por los productos que va a comprar o tipo de mercadería que adquirirá, además el objetivo del administrador es el de satisfacer las necesidades y deseos a priori del cliente y que este quede completamente satisfecho con un compromiso de volver nuevamente. Montoya & Boyero (2013) es aquella actividad de interrelación que ofrece un administrador a un cliente, con el propósito de que este obtenga un producto o servicio, tanto en el momento como en el lugar preciso y donde se asegure un uso correcto del mismo, es lo que se denomina como servicio al cliente.

Raffino (2018) señala que el servicio al cliente son todos los procedimientos que se siguen para atender los requerimientos de un cliente que se apersona a una empresa o organización para poder saciar sus necesidades, de la manera de como el emprendedor o la organización se contacte con sus clientes, dependerá posteriormente el servicio que pueda brindarle, basado en la cordialidad, empatía, rapidez, amabilidad, cortesía.

Komiya (2015) define el servicio al cliente como una prestación que brinda una empresa a su cliente para poder atender sus inquietudes, necesidades, deseos, expectativas, esta tiene que brindar un servicio dinámico y eficaz, de tal manera que

mantenga su estatus en comparación con otras, va a depender de la forma de cómo brinda el servicio o venda sus productos; la empresa mantendrá su posición o lo superará, logrando las metas y objetivos trazados. Humberto (2013) manifiesta que es necesario diferenciar entre el producto por el cual paga el cliente y el servicio que rodea a ese producto. El servicio al cliente es todo esfuerzo encaminado a atenderlo y a resolver sus inquietudes, sugerencias, dudas o reclamos, debe de ser un contacto entre cliente y empresa.

2.2.5. Estrategia del servicio al cliente

Según Rodríguez (2013) manifiesta la existencia de un conjunto de estrategias para el servicio del cliente, que deben de ser tomadas en cuenta en una organización, para poder satisfacer las necesidades, deseos y expectativas del cliente y que a continuación se detalla:

2.2.5.1 Cortesía y la amabilidad

Rodríguez (2013) la cortesía y la amabilidad que deben de utilizar los empleados de un restaurante, anfitriones, mozos, cajeros, debe ser una característica del restaurante, y para ello la empresa debe de capacitar a sus colaboradores para que estos pongan en práctica estos dos indicadores, más si el cliente es conocido y frecuenta siempre al restaurante el trato debe ser personalizado, por ejemplo saludarlo amablemente y llamarlo por su nombre con mucho respeto, es una manera de mantenerlo fiel al restaurante y al momento de despedirlo hacerlo de la misma manera y con mucha cortesía.

2.2.5.2 Rapidez del servicio

La atención con rapidez es algo que siempre piden los clientes, ser atendidos de manera inmediata o a la brevedad posible con excelencia y calidad, para esto es necesario, que el empresario contrate profesionales con conocimientos en la cocina, de tal manera que los pedidos lleguen de manera rápida teniendo en cuenta la higiene y la decoración de los platos, y si por algún motivo el pedido tardaría el mozo con mucha cordialidad atenderá las quejas o los reclamos de los comensales. La idea es que los pedidos sean atendidos justo a tiempo (Rodríguez,2013).

2.2.5.3 Atracción por redes sociales

El uso de las redes sociales, haciendo uso de las tics es una estrategia efectiva en los restaurantes investigados pues, lo utilizan para promocionar sus locales, sus empleados, y lo más importante los platos o menús a degustar, plasmándolos mediante fotografías y videos, asimismo promocionar eventos programados con grupos musicales. La publicidad es una gran herramienta, que estos empresarios ponen en ejecución con la finalidad de fidelizar a los clientes, por otra parte señala que con uso de esta tecnología los restaurantes han implementado el servicio a delivery, esto hace más rentables a las MYPE (Rodríguez, 2013).

2.2.5.4 La comunicación interna

Se refiere al hecho de mantener una constante y respetuosa comunicación entre los miembros de la empresa, lo cual sería la clave para mantener un ambiente agradable acogedor y armonioso. Dirigir positivamente mediante un liderazgo e irradiando cordialidad y trabajando todos hacia un mismo objetivo en brindar un mejor servicio

al cliente. Por ejemplo, iniciar la jornada laboral de 5 a 10 minutos impartiendo la recomendación del servicio al cliente de cómo debe ser el trato. (Rodríguez, 2013).

2.2.5.5 La recomendación

Rodríguez, (2013) indica que las recomendaciones en un restaurante continuamente se tienen que tener en cuenta, y una cosa es tener la teoría y otra ponerla en práctica, los dueños de los restaurantes consideran un enfoque diferenciado a la misión de ofrecer la mejor experiencia a cada cliente, que permita generar un ambiente cálido, fomentando buenas relaciones. Hoy en día, los negocios de comidas tienen dificultad para atraer clientes de “boca en boca”, las recomendaciones se hacen de manera digitalmente, los clientes observan las críticas en páginas de internet, redes sociales, o plataformas elaboradas por terceros para decir a dónde comer hoy. Es por ello, que los negocios tienen que mantener y establecer una fuerte presencia en línea

2.2.5.6 Precio y calidad

Hoy en día en el rubro restaurante existe mucha competencia en cualquier parte del país y las ofertas están a la orden del día, el cliente es más instruido y exigente, cuando de calidad y precio se trata. Nadie está dispuesto a pagar más de lo necesario, para ello encontrar el punto de equilibrio entre calidad y el precio es la clave para la fidelización del cliente pues el determina la calidad, existen tres factores que dan la calidad, uno de ellos es **la comida**, A partir de ellos los usuarios observan la creatividad de la presentación del plato, sabores, aromas, condimentos, la cocción y calidad en los insumos o materias primas. Aquí el propietario debe de cambiar periódicamente la carta y mantenerla vigente; el segundo factor es **el trato personal**, el colaborador debe mostrar su educación, presencia, conocimientos sobre la comida

a ofrecer, y por último el tercer factor es **el local** es otro de los aspectos que evalúa el cliente y el precio va de la mano de estos tres factores (Rodríguez, 2013).

2.2.5.7 Limpieza y desinfección

Rodríguez (2013) señala que en los restaurantes, la higiene, la limpieza y la desinfección son indicadores que toman muy en cuenta los clientes cuando ingresan a estas instalaciones; los empresarios deben de estar continuamente controlando estos factores, observando el orden y que nada obstruya el paso de los clientes, las mesas con las sillas, los servicios higiénicos, la vestimenta de los mozos y demás colaboradores deben de mostrarse en perfecto estado, además estos deben estar con uñas recortadas y limpias, las damas estar debidamente peinadas; asimismo dichos locales deben de proveerse de estantes o vitrinas donde se almacenen los alimentos, para que estos en el momento de la desinfección no sean contaminados, la cocina debe de ser amplia y limpia y en especial los cocineros deben de utilizar los mandiles y las togas e impecables.

2.2.5.8 Captación de clientes (grupos musicales)

Según Rey (2016) una de las estrategias para captar clientes es la contratación de grupos musicales, danzantes que brinden a los comensales, danzas típicas nacionales, (Marinera, valeses, festejos, tondero huaynos) grupos folclóricos que amenizarán el ambiente haciendo que el cliente se sienta satisfecho y contento además creando un clima agradable que determinará que el cliente vuelva nuevamente atrayendo más cliente y recomendando al restaurante.

2.2.5.9 Variedad de platos típicos

Según Rey (2016) el empresario debe de ser hábil para poder determinar lo que la mayoría de sus clientes les gusta y por ende poner mucho énfasis en la ubicación de estos platos en la carta, ubicándolos en el famoso “triángulo de oro”, presentando imágenes de estos platos en forma irresistible. Para esto los empresarios harán un análisis tomando en cuenta la cantidad de ventas y determinando cuales son los platos que más consumen y para ellos deben de ofrecer variedad de platos.

2.2.5.10 Presencia y vestimenta

Carrasco (2017) manifiesta que el uniforme es un dispositivo muy importante cuando de restaurantes se trata, nos denota el tipo de empresa que labora y de cómo puede atender a su clientela con el solo uso del mismo. Este refleja lo que es el restaurante, si es organizado, ordenado, limpio, seguro; podemos decir que el uniforme es un instrumento de trabajo y de publicidad de la empresa, varían de acuerdo al trabajo que realiza, los colaboradores de un restaurante, si nos referimos a los mozos, como son el primer contacto con el cliente, deberán de usar el uniforme impecable, se debe hacer hincapié que no solo es el uniforme lo que puede indicar la limpieza o pulcritud, es la presencia del personal, los varones con el pelo recetado y las damas pelo recogido y uñas recortadas, el uso de guantes denota elegancia en un restaurante.

2.2.5.11 Acceso a WiFi gratis

Carrasco (2017), señala que ofrecer WiFi gratis hoy en día, genera ventas y más beneficios, el cliente requiere una fuerte conexión social y no solo satisfacer el deseo de comer, ya que a la hora de comer pasan más tiempo con sus dispositivos, los consumidores que pasan más tiempo, gastan más dinero y tiene más probabilidades de

regresar, también señala que los clientes cuando acuden a un restaurante publican imágenes y su experiencia en el establecimiento utilizando una conexión gratuito de internet, además el WiFi es una forma de obtener clientes, mantenerlos y satisfacer las necesidades dando valor añadido y es un servicio de diferenciación de la competencia.

2.2.6 Dimensiones de calidad del servicio al cliente

Las dimensiones de la calidad del servicio al cliente a través de los tiempos han venido evolucionando, aunque en el fondo del asunto las dimensiones son las mismas, empatía, seguridad, fiabilidad y eficacia, capacidad de respuesta. De acuerdo a la literatura Parasuraman (1984).

Cuadro 3: Dimensiones de calidad del servicio al cliente

Dimensiones	Descripción	Autor
Elementos tangibles	Hace mención al factor interno de la organización, como administrativo, infraestructura, equipos y medios de comunicación	PARASURAMAN (1988) SERVQUAL
Capacidad de respuesta	Habilidades para brindar el servicio de forma cuidadosa y confiable	
La fiabilidad	Es la acción y rapidez que tienen los empleados ante un problema	
Seguridad	Destreza, saberes y conocimientos que tienen los colaboradores y administrativos	
Empatía	Buen trato del personal hacia el cliente, expectativa y percepción por parte del colaborador - cliente	

Del análisis anterior se ha tomado a los autores Parasuraman 1988 y Villalba (2013) con la finalidad de aplicarlas en las diferentes organizaciones, siendo la prioridad de estas, la mejora de la calidad del servicio, es así que se ha visto por conveniente estudiar estas dimensiones como son:

2.2.6.1 Elementos tangibles

Referido al entorno interno de la organización, como infraestructura, instalaciones, equipos, materiales, muebles, enseres, materia prima y colaboradores, con los que el cliente o consumidor esta contactado. Se trata de que las organizaciones tengan tecnología moderna implementada, acorde con el servicio que van a ofrecer al público, la infraestructura debe mostrarse llamativa, sofisticada, con espacios amplios, los interiores deben mostrarse decorados; teniendo en cuenta elementos como colores, iluminaciones, mantenimiento de las áreas, la limpieza; El menaje como cristalería, vajillas todo debe ser nuevas tendencias, El mobiliario, el personal y sus uniformes, la imagen corporativa todo ello transmite la imagen de la empresa al cliente (Luna, 2017).

2.2.6.2 La capacidad de respuesta

Hernández, (2015) los clientes no tienen que exigir ser atendidos, ni para que sus quejas o reclamos sean corregidos, los mozos se debe mostrar predisposición ayudarlos; facilitándoles servicios excelentes, estos deben ser precisos, ágiles, oportunos, adaptable a los cambios, con una correcta comunicación hacia los clientes o consumidores, la capacidad de respuesta es la suma de voluntad y energía que deben tener los gerentes y colaboradores, se puede decir que es la disposición que tiene las

empresas de proveer la demanda de un servicio, siendo vital para el crecimiento de la misma.

2.2.6.3 La fiabilidad

Espinoza (2017) señala que la fiabilidad es la destreza para brindar un servicio correcto, con exactitud, seriedad, responsabilidad y con especial cuidado, porque el cliente es más instruido y busca siempre la atención preferencial, para ello se debe hacer llegar el pedido o producto a tiempo y correctamente.

2.3.6.4. Seguridad

Conocimiento mostrado por los colaboradores referentes al servicio que ofrecen, inspirando confianza a los clientes en el momento oportuno. El personal que trabaja en un restaurante demostrará su profesionalismo cuando se muestre seguro y capaz de lo que hace y de lo que comunica, tendrá la capacidad de dar respuesta inmediata a cualquier suceso que se pueda dar en el trabajo, buscando y resolviendo los problemas. Las dudas, el titubeo, son signos de inseguridad y en ese sentido, los encargados de administrar un restaurante deberán de ser cuidadosos a la hora de seleccionar a su personal, que este cumpla con el perfil de servicio y atención al cliente el mismo que deberá ser proactivo, Espinoza (2017)

2.3.6.5. Empatía

Michuy (2016) señala que si el colaborador está desmotivado no conseguirá dar un servicio correcto, aquí los mozos deberán expresar interés por el cliente tanto en lo que dice como en lo que hace, también menciona que la empatía es una poderosa herramienta vale decir que el personal se identifica con el cliente.

III. HIPÓTESIS

Hernández, Fernández & Baptista, (2014) afirman que las investigaciones descriptivas describen los sucesos, las peculiaridades, las características de la realidad problemática, por lo cual no es necesario establecer hipótesis, dado que en la investigación trata solo de mencionar las características de la formalización y el servicio al cliente.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

La presente investigación es de tipo cuantitativo ya que se basa en la medición numérica y con la ayuda del análisis estadístico con el fin establecer pautas de conducta y probar teorías, en la presente investigación se acopió y se analizó la información de las variables investigadas de manera científica, aplicando el análisis estadístico para obtener los resultados (Ferreyra & Longhi, 2014).

Hernández, Fernández & Baptista (2014), los estudios descriptivos radican en detallar, describir las propiedades y características importantes de un contexto real, fenómeno, especificando las tendencias de una población, comunidades, procesos. Se puede deducir que solamente trata de medir, evaluar o recoger información de manera independiente y autónoma de conceptos y variables a las que el autor a elegido, Para ello se investigó y describió cada variable independientemente, por ende, el estudio es de nivel descriptivo porque identificó y describió las características de las dos variables formalización y el servicio al cliente en las MYPE -Rubro Restaurantes.

El diseño que se aplicó para la presente investigación es **no experimental**; estudio que se realiza sin manipular las variables y se observa los problemas tal cuál se manifiestan en la realidad para luego ser estudiados y analizados, también es de **corte transversal**, porque se observó cada variable por separado y la información recogida es en un tiempo único y espacio específico (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

4.2 Población y muestra

En esta investigación se trabajó con tres unidades empresariales, las mismas que se describen a continuación, todas en el rubro restaurantes ubicadas en el AA.HH. Alas Peruanas distrito de Castilla –Piura, año 2018.

Cuadro 4: Relación de las MYPE

MYPE	Dirección	RUC	Nº Propietarios
RCF	AA.HH Alas Peruanas -Piura	1040	1
RTP	AA.HH Alas Peruanas- Piura	1045	1
RC F I	AA.HH Alas Peruanas -Piura	1029	1
TOTAL			3

Fuente: Información de las MYPE rubro restaurantes

4.2.1 Población

La población para la variable formalización se acudió a los propietarios de las MYPE, que conforman una población finita, ya que se conoce el número limitado de unidades, sumando tres elementos, Hernández, Fernández, & Baptista (2014) “si la población es mínima o igual de 50 personas, la población es equivalente a su muestra; por lo tanto la muestra está constituida por el 100% de la población es decir tres propietarios de las MYPE rubro restaurantes.

La población para el variable servicio al cliente, se recurrió al cliente que asisten a las MYPE investigadas, lo cual hace una población infinita desconocida, dado que existe un número ilimitado de elementos que no se pueden contabilizar.

4.2.2. Muestra

Para la variable formalización según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) “si la población es mínima o igual de 50 personas, la población es equivalente a su

muestra, no necesita aplicar la fórmula del cálculo del tamaño de la muestra por lo que: $N = n$; donde $N = 3$; $n = 3$; siendo el tamaño muestral 3 personas.

Para el estudio cuantitativo, la muestra es un subgrupo de universo o población de interés sobre el cual se recolectan datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población Hernández, Fernández & Baptista (2014).

Para variable servicio al cliente se utilizó la muestra infinita, para tal efecto se aplicó la fórmula:

Cálculo del tamaño de la muestra infinita

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{i^2}$$

Murray y Larry (2005)

$n = ?$

Z= Nivel de confianza. (Tabla de nuestro) Asumido para la investigación. 90%

P = nivel de probabilidad que concurra 50 %

q = nivel de probabilidad que no concurran 50 %

e = margen de error 10 %

Aplicando los datos se obtuvo:

Donde :	$n = \frac{1.65^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.1^2}$
Z = 1.645	$n = \frac{2,7225 * 0.5 * 0.5}{0.01}$
p = 0.5	$n = \frac{0,680625}{0.01}$
q = 0.5	$n = \frac{0,680625}{0.01}$
e = 0.1	$n = \frac{0,680625}{0.01}$
n = ?	$n = 68,0625$
	$n = 68 \text{ clientes}$

4.2.3 Criterios incluyentes y excluyentes

Cuadro 5: Criterios de inclusión y exclusión

Criterios	Inclusión	Exclusión
Formalización	Propietarios de las MYPE del A.A.HH Alas Peruanas	No se excluye a nadie
Servicio al cliente	Se considera clientes mayores de 15 años de edad.	Se excluyen a clientes que no deseen participar ni brindar información.

Creación propia

4.3 Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Tabla 1: Operacionalización de las variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición Operacional	Fuente	Escala
Formalización	Según la Organización Internacional del Trabajo (2017) señala que la formalización es el proceso gradual que llevan a cabo para que las empresas se incorporen a la economía formal, la acción de formalizar una empresa significa obtener una serie de beneficios jurídicos vigentes.	Procedimientos	Registral	La dimensión “procedimientos” se medirá con sus indicadores: “Registral, tributario, municipal y laboral”	Propietario	Nominal
			Tributaria			
			Municipal			
			Laboral			
		Ventajas	Acceder a préstamos y créditos	La dimensión “ventajas” se medirá con sus indicadores: “acceder a préstamos y créditos, mayores posibilidades de posicionarse, mayor credibilidad y confianza por parte de los clientes, contribuir e impulsar el desarrollo social y económico”	Propietario	Nominal
			Mayores posibilidades de posicionarse			
			Mayor Credibilidad y confianza por parte de los clientes			
			Contribuir e impulsar el desarrollo social y económico			

Elaboración: propia

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Fuente	Escala
Servicio al cliente	Montoya & Boyero (2013) es aquella actividad de interrelación que ofrece un proveedor con el propósito de que un cliente obtenga un producto o servicio, tanto en el momento como en el lugar preciso y donde se asegure un uso correcto del mismo	Estrategias	La cortesía y la amabilidad	La dimensión “estrategias” se medirá con los indicadores: cortesía y amabilidad, rapidez del servicio, redes sociales, comunicación, precio y calidad, limpieza desinfección, contratación de grupos musicales, variedad de platos, presencia y vestimenta, acceso a WiFi.	Cliente	Nominal
			Rapidez del servicio			
			Atracción por redes sociales			
			Comunicación			
			Precio y calidad			
			Limpieza y desinfección			
			Contratación de grupos musicales			
			Variedad de platos			
			Presencia y vestimenta			
		Acceso a WiFi				
		Dimensiones	Elementos tangibles	La dimensión , se medirá con los indicadores como elementos tangibles, capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad, empatía	Cliente	Nominal
			Capacidad de respuesta			
			Fiabilidad			
			Seguridad			
Empatía						

4.4 Técnica e instrumentos de recojo de datos

Aguiar, (2016) señala que la técnica de recolección de datos es cualquier recurso o mecanismo que se utilizan para extraer, reunir, medir y evaluar la información de forma ordenada, ya que por entremedio de este dispositivo el investigador se hará valer, para el desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de la encuesta, mediante la cual, se recolectaron los datos, mediante dos cuestionarios una para la variable formalización dirigido a los propietarios de estas MYPE el cual contiene 18 preguntas distribuidas en dimensiones procedimientos y ventajas para la, de igual manera para la variable servicio al cliente se aplicó el cuestionario que posee 16 preguntas y fue aplicado 68 clientes con sus dimensiones y estrategias; a través de la aplicación de estos instrumentos se logró obtener la información y conocimiento de la problemática de estas MYPE rubro restaurantes.

El cuestionario es un formato redactado en forma interrogativa para recabar información sobre las dos variables en estudio, se aplica individualmente desde sus variables e indicadores (Aguiar, 2016).

El cuestionario se ha obtenido a partir de las variables e indicadores en estudio enfocadas en hechos y aspectos de interés para el desarrollo de la investigación, se entregó el cuestionario a las personas dando su respuestas a las preguntas elegidas con sus respectivas escalas, posteriormente se acopió los respectivos cuestionarios procediendo a la realización del conteo y posteriormente se procesaron los resultados, habiendo utilizado el software Excel para la elaboración, seguidamente se validó los

instrumentos tanto de la variable formalización y servicio al cliente por 3 expertos licenciados y colegiados con grado de magister.

4.5. Plan de análisis

Una vez que se recopilieron los datos, se tabularon y graficaron ordenándolos de acuerdo a cada variable y sus dimensiones.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel 2016 y para el procesamiento de los datos el Software SPSS versión 21, Luego la interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento de recojo de datos, (cuestionario) que luego se procedió a validar los datos por expertos en la materia.

4.6 Matriz de consistencia

Tabla 2: Matriz de consistencia

Enunciado	Problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología
General	¿Cuáles son las características de formalización y servicio al cliente de las MYPE rubro restaurantes del AA. HH Alas Peruanas distrito de Castilla-Piura, año 2018?	Determinar las principales características de formalización y servicio al cliente de las MYPE rubro restaurantes del AA. HH Alas Peruanas distrito de Castilla -Piura año 2018	Hernández, Fernández & Batista, (2014) afirman que las investigaciones descriptivas buscan describir las peculiaridades de la realidad problemática, por lo cual no es necesario establecer hipótesis, dado que en la investigación trata solo de mencionar las características de la formalización y el servicio al cliente	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental, corte transversal P: V1: propietarios P: V2: cliente Muestra: V1: 3 propietarios de las MYPE del AA. HH Alas Peruanas Muestra: V2: 68 clientes Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
Específicos		(a) Identificar los procedimientos de formalización de las MYPE rubro restaurantes en el AA. HH Alas Peruanas distrito de Castilla -Piura, año 2018		
		(b) Conocer las ventajas de la formalización de las MYPE rubro restaurantes del AA. HH Alas Peruanas distrito de Castilla - Piura, Año 2018.		
		(c) Determinar las estrategias del servicio al cliente en la MYPE rubro restaurantes del AA. HH Alas Peruana distrito de Castilla -Piura, Año 2018		
		(d) Conocer las dimensiones de calidad del servicio de las MYPE rubro restaurantes en el AA. HH. Alas Peruanas distrito de Castilla - Piura, año 2018		

4.7 Principios éticos

En la presente investigación se ha tomado en cuenta el Código de ética para la investigación (versión 002) que señala lo importante que es **proteger a las personas** que han colaborado en esta investigación, respetando en todo momento la dignidad, identidad, religión y lo más importante la privacidad, no han sido coaccionados ni obligados a participar de esta investigación ellos en forma voluntaria han dado sus respuestas a los instrumentos aplicados a esta investigación.

También se aplicó el principio de la **libre participación y derecho a estar informados** a los participantes de esta investigación habiéndoseles comunicado desde el primer momento los objetivos de esta investigación y que iba redundar en la formalización de los restaurantes y el servicio al cliente incidiendo en la calidad para su posterior mejora, respetando en todo momento la confidencialidad de la información obtenida por los instrumentos aplicados y la forma voluntaria de participar en este estudio.

De la misma manera en esta investigación se tomó en cuenta el cuarto principio del código de ética de la Universidad que nos habla de la **beneficencia y de la maleficencia**, en todo momento se informó con veracidad lo que se iba a investigar y que el resultado de la misma iba a ser en beneficio de los dueños de los restaurantes y por ende en beneficio de los clientes, se buscó en todo momento beneficiar a las dos partes.

Justicia: este es otro de los principios éticos que se puso en práctica en la presente investigación, pues a todos las que han participado se les brindó el mismo trato, la

misma información, se trató de orientar de los beneficios de esta investigación, se actuado siempre con veracidad y justicia.

En cuanto al último principio del código de ética de investigador (versión 002) **la integridad científica** se ha puesto en relevancia en esta investigación pues no solo se ha limitado al trabajo sino, también la de orientar, aconsejar, compartir lo aprendido en este código de ética. **Respeto**, porque se respetó sus ideas y sus costumbres a la hora de entrevistar a los representantes, respetando la privacidad de sus identidades ULADECH CATÓLICA, (2019).

V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Resultados

5.1.1 Variable formalización

Cuadro 6: Caracterizaciones de las MYPE rubro restaurantes

Características	Frecuencia	Porcentaje
Grado de instrucción		
Primaria		
Secundaria	3	100
Técnico		
Universitario		
Género		
Femenino		
Masculino	3	100
Edad de propietarios		
35-45		
40-50	2	99.99
40 a mas	1	0.01
Tiempo funcionando		
0 a 1 año		
1 a 5 años	2	99.99
5 a 10	1	0.01
Nº de trabajadores		
1 a 10	9	100

Fuente: encuesta aplicada a los propietarios

En el cuadro se observó que el 100 % de los encuestados solo tienen educación secundaria, el 100 % de los encuestados son género masculino, asimismo el 99.99% las edades de los dueños se encuentran entre 40 a 50 años y el 0.01% se encuentra en las edades de 40 a más años, de la misma manera el tiempo que llevan trabajando es de 99.99% se encuentran entre los 0 a 05 años y el 0.01 % tiene la experiencia y se encuentra en el rango de 05 años a 10 años en el rubro restaurantes, por otro lado se observó que el 100% de las MYPE encuestadas tienen de 1 a 10 trabajadores.

Objetivo A: Procedimientos de formalización

Tabla 3: ¿Usted qué tipo de persona empresarial es?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: encuesta aplicada a los propietarios

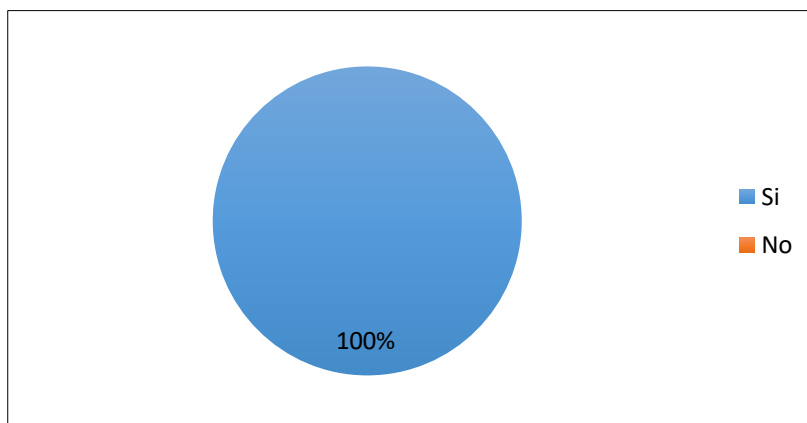


Figura 1: ¿Usted qué tipo de persona empresarial es?

En la tabla 3 y figura 1 denominadas, “¿Usted qué tipo de persona empresarial es?” se observó que el 100% de los encuestados son personas naturales con negocio.

Tabla 4: ¿Su restaurante se encuentra registrado en la SUNAT?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: encuesta aplicada a los propietarios

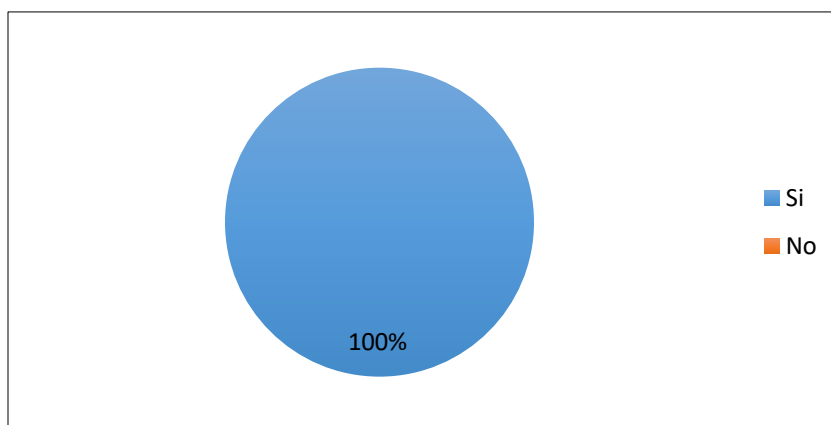


Figura 2: ¿Su restaurante se encuentra registrado en la SUNAT?

En la tabla 4 y figura 2 denominadas “¿Su restaurante se encuentra registrado en la SUNAT?”, se observó que el 100% de los encuestados si se encuentran registrados en la SUNAT.

Tabla 5: ¿Ud. emite boletas de pago y/o facturas al cliente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	33%
No	2	67%
Total	3	100%

Fuente: encuesta aplicada a los propietarios

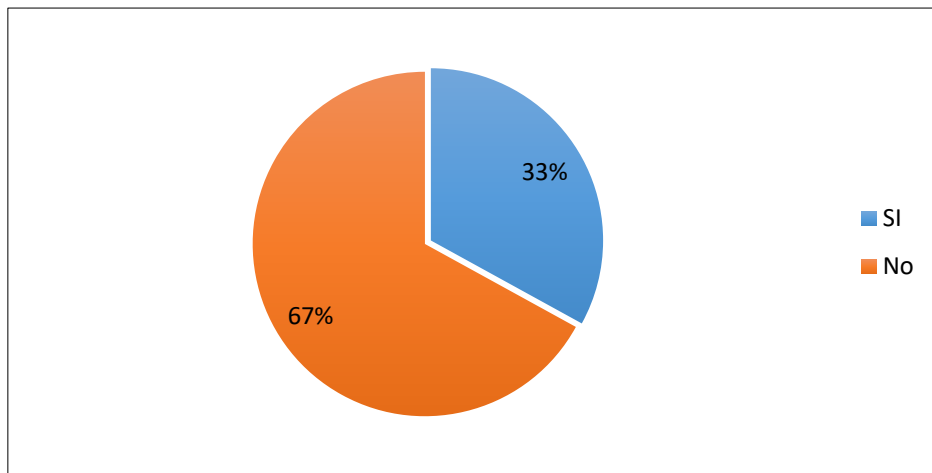


Figura 3: ¿Ud. emite boletas de pago y/o facturas al cliente?

En la tabla 5 y figura 3 denominadas “¿Ud. Emite boletas de pago y/o facturas al cliente?” se observó que el 67% de los encuestados no emiten boletas y facturas al cliente, mientras que un 33% emiten recibos o boletas.

Tabla 6: ¿Cuenta Ud. con el libro de reclamaciones?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	0%
No	2	100%
Total	3	100%

Fuente: encuesta aplicada a los propietarios

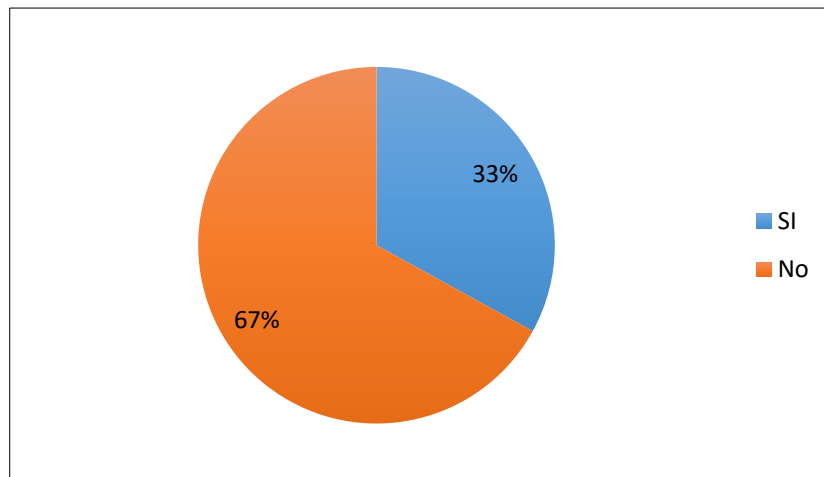


Figura 4: ¿Cuenta Ud. con el libro de reclamaciones?

En la tabla 6 y figura 4 denominadas “¿Cuenta Ud. con el libro de reclamaciones?” se observó que el 67% de los encuestados no cuenta con el libro de reclamaciones, mientras que un 33% cuenta con esta herramienta. Existen serias desventajas en las cuales se debe trabajar para dar mejor servicio al cliente.

Tabla 7: ¿Su establecimiento cuenta con licencia municipal de funcionamiento?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100 %
No	0	0 %
Total	3	100%

Fuente: encuesta aplicada a los propietarios

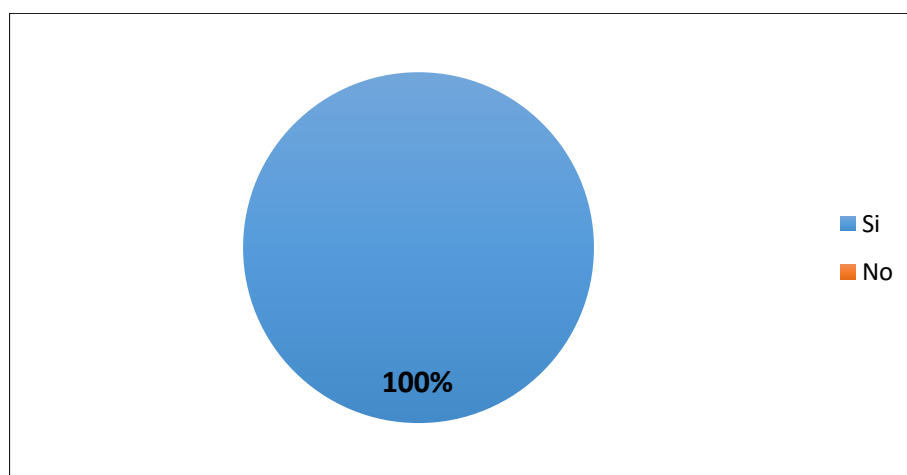


Figura 5: ¿Su establecimiento cuenta con Licencia Municipal de funcionamiento?

En la tabla 7 y figura 5 denominadas ¿Su establecimiento cuenta con licencia de funcionamiento? Se observó que el 100 % de los encuestados manifestaron tener la licencia de funcionamiento.

Tabla 8: ¿Cuenta Ud. con Certificado de Saneamiento Habilitado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	67%
No	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios

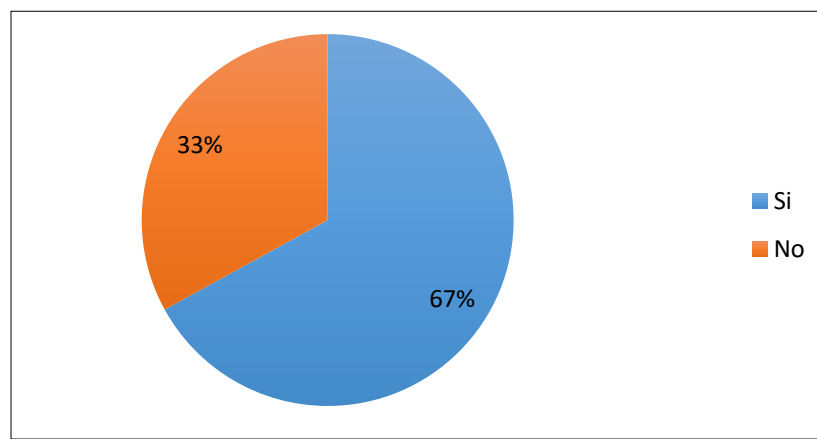


Figura 6: ¿Cuenta Ud. con Certificado de Saneamiento Habilitado?

En la tabla 8 y figura 6 denominadas “¿cuenta Ud. con Certificado de Saneamiento Habilitado?” se observó que el 67% de los encuestados si cuentan con el documento, mientras que el 33% no lo tienen, lo cual perjudica a la salud pública.

Tabla 9: ¿Ud. Cuenta con Certificado de Defensa Civil Vigente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios

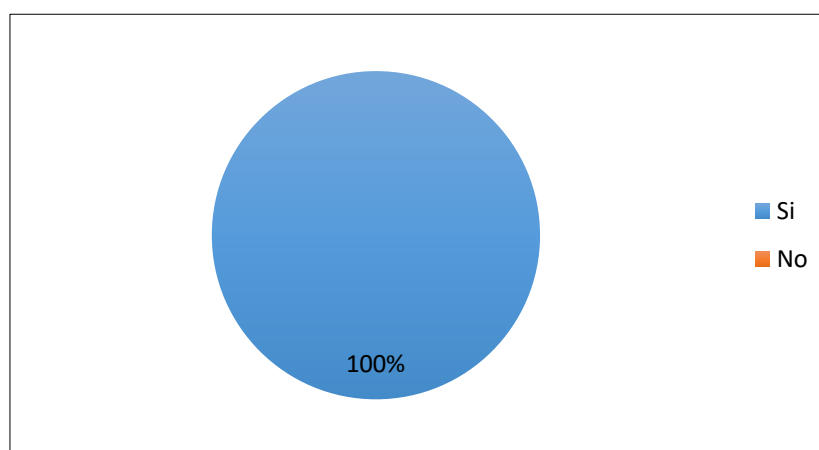


Figura 7: ¿Ud. cuenta con Certificado de Defensa Civil Vigente?

En la tabla 9 y figura 7 denominadas “¿Ud. cuenta con Certificado de Defensa Civil Vigente?” se observó que 100 % de los encuestados, cuenta con “Certificado de defensa Civil de Habilitado, es decir las MYPES rubro restaurantes cuentan con certificado de defensa civil, previo trámite ante la municipalidad respectiva. Esto en cumplimiento de la Ley N° 30619, en la que se dispone que los certificados de defensa civil, estén vigentes.

Tabla 10: ¿Ud. cuenta con Carné de Manipulación de Alimentos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	67%
No	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios

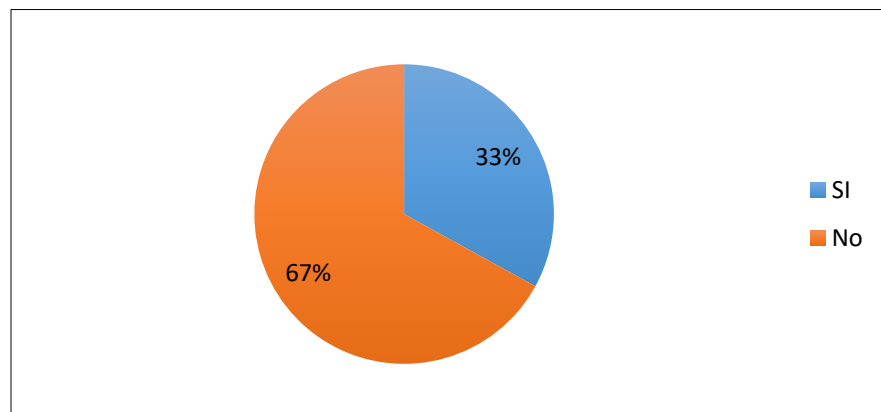


Figura 8: ¿Ud. cuenta con Carné de Manipulación de Alimentos?

En la tabla 10 y figura 8 denominadas “¿Ud. cuenta con Carné de Manipulación de Alimentos?” se observó que el 67% de los encuestados si cuentan con el respectivo documento, mientras que un 33% de encuestados no cuentan con ello.

Tabla 11: ¿Cuenta con licencia para carteles publicitarios?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	3	100%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios

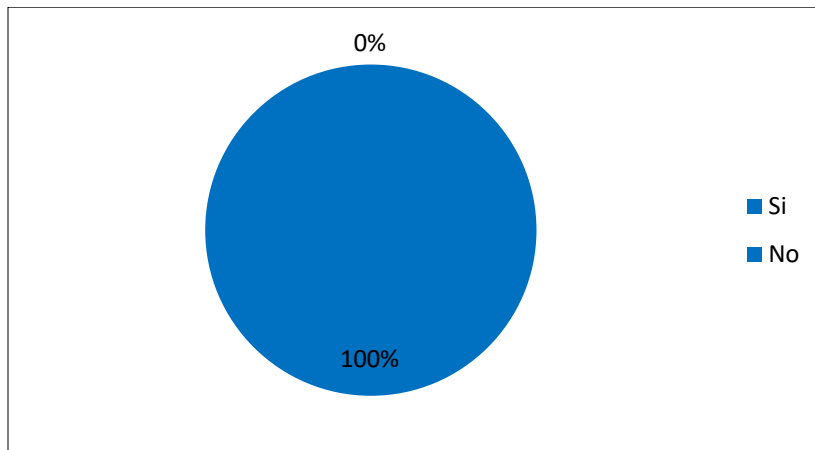


Figura 7: ¿Cuenta con licencia para carteles publicitarios?

En la tabla 11 y figura 9 denominadas “¿Cuenta con licencia para carteles publicitarios?” se observó que el 100% de los encuestados no cuenta con licencia par carteles publicitarios.

Tabla 12: ¿Su restaurante cumple con las normas laborales?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	3	100%
Total	3	100%

Fuente: encuesta aplicada a los propietarios

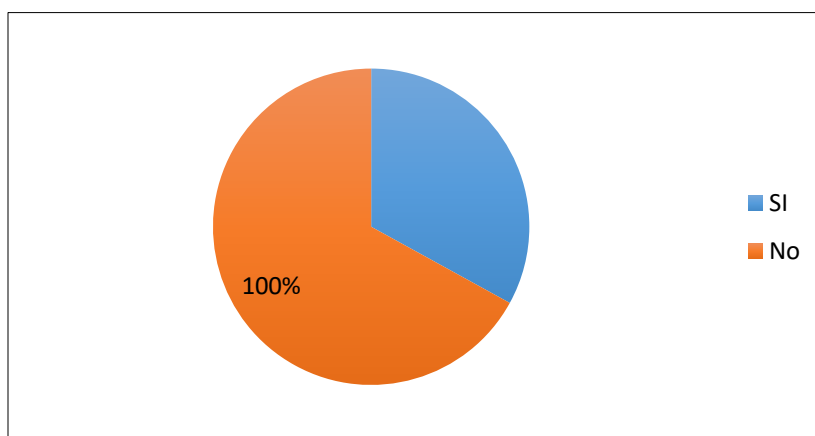


Figura 8: ¿Su restaurante cumple con las normas laborales?

En la tabla 12 y figura 10 denominadas “¿Su restaurante cumple con las normas laborales?” se observó que el 100 % de los encuestados no consideran que ellos cumplen con las normas laborales. Esto implica que hay serias desventajas para el trabajador, en cuanto a salarios, seguro, remuneración mínima vital, vacaciones, gratificaciones, refrigerios, CTS. En este aspecto las desventajas son marcadas para la mayoría de las empresas investigadas.

Objetivo B: Ventajas de formalización

Tabla 13: ¿Considera Ud. que la formalización de su restaurante es una herramienta para acceder a un préstamo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: encuesta aplicada a los propietarios

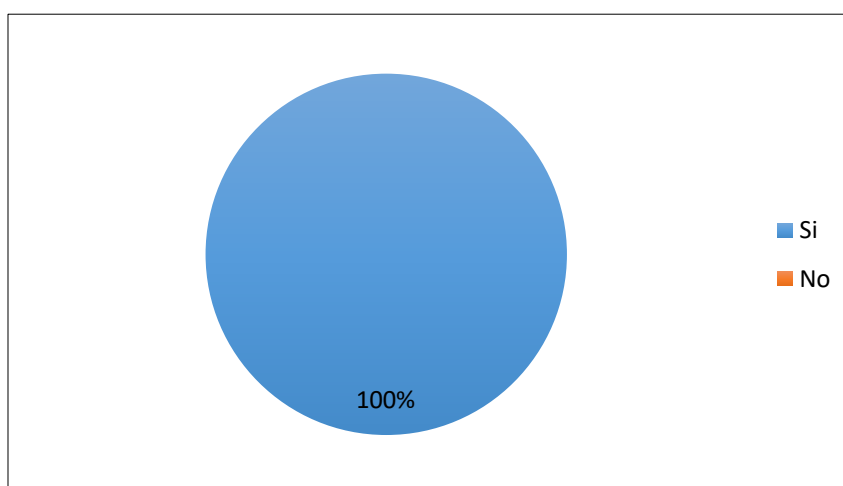


Figura 9: ¿Considera Ud. que la formalización de su restaurante es una herramienta para acceder a un préstamo?

En la tabla 13 y figura 11 denominadas “¿Considera Ud. que la formalización de su restaurante es una herramienta para acceder a un préstamo?” se observó que el 100% de los encuestados si considera que la formalización es una herramienta para acceder a un préstamo.

Tabla 14: ¿Cumplir con el régimen legal y tributario, le proporciona mayor posicionamiento empresarial?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios

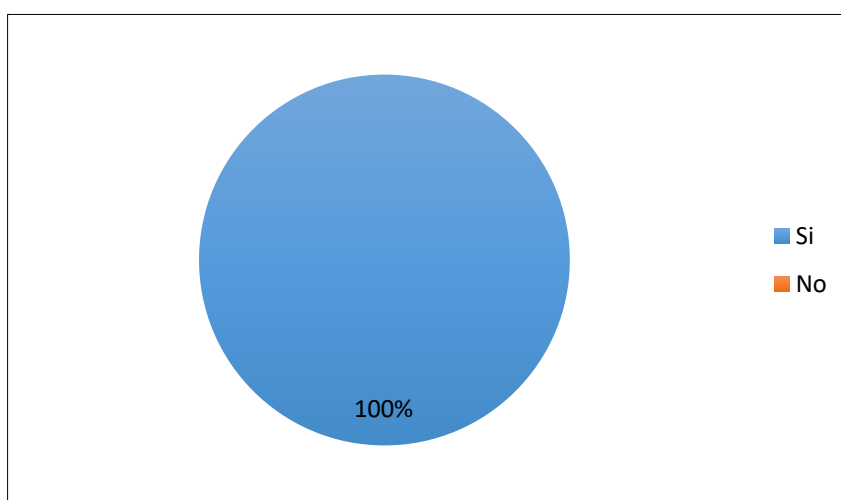


Figura 10: ¿Cumplir con el régimen legal y tributario, le proporciona mayor posicionamiento empresarial?

En la tabla 14 y figura 12 denominadas “¿Cumplir con el régimen legal y tributario, le proporciona mayor posicionamiento empresarial?” se observó que el 100% de los encuestados manifestaron que, si le proporciona posicionamiento empresarial, a medida que el propietario cumple con las normas legales y tributarias consigue mayor posicionamiento en el mercado, esto representa una gran ventaja y le proporciona valor agregado al servicio de estas MYPE.

Tabla 15: ¿Ud. considera que la formalización le proporciona mayor credibilidad y confianza a su MYPE?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios

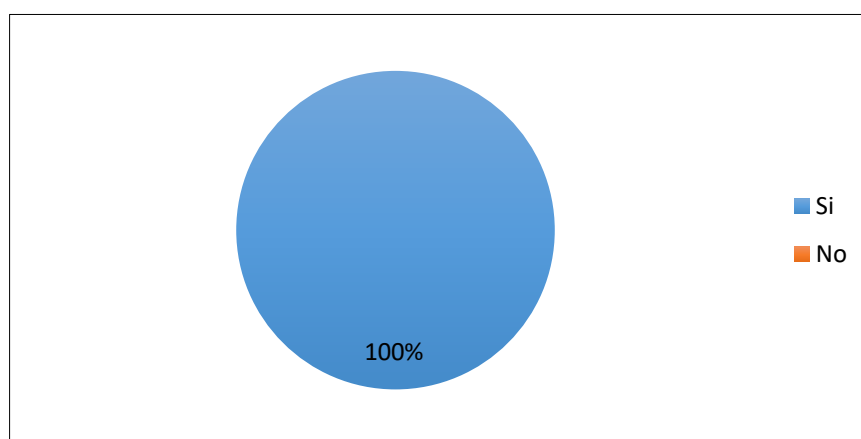


Figura 11: ¿Ud. considera que la formalización le proporciona mayor credibilidad y confianza a su MYPE?"

En la tabla 15 y figura 13 denominadas “¿Usted considera que la formalización le proporciona mayor credibilidad y confianza “Se observó que el 100% de los encuestados si considera que la formalización proporciona credibilidad y confianza a las MYPE.

Tabla 16: ¿El cumplimiento de las normas le ha permitido alcanzar mayor desarrollo económico y social?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: encuesta aplicada a los propietarios

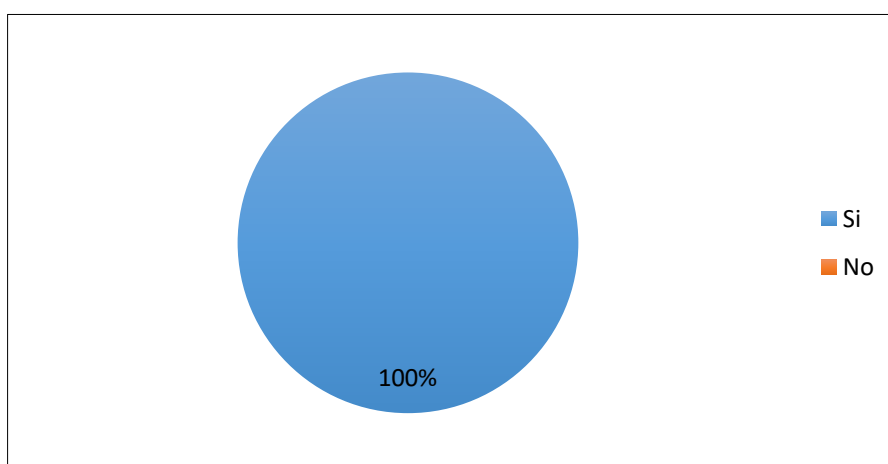


Figura 12: ¿El cumplimiento de las normas le ha permitido alcanzar mayor desarrollo económico y social?

En la tabla 16 y figura 14 denominadas “¿El cumplimiento de las normas le ha permitido alcanzar mayor desarrollo social y económico?” se observó que el 100% de los encuestados señalan que estar formalizados permite alcanzar mayor desarrollo social y económico.

5.1.2 Variable servicio al cliente

Objetivo C: Estrategias del servicio al cliente

Tabla 17: ¿Ud. Está de acuerdo con la cortesía que brinda el personal?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	93%
No	18	7%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

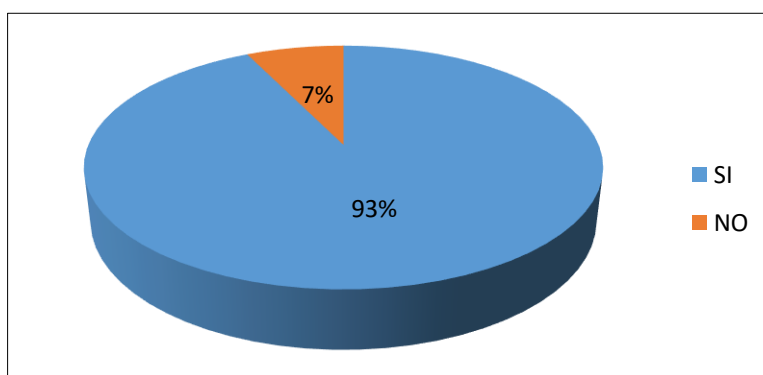


Figura 13: ¿Ud. está de acuerdo con la cortesía que brinda el personal?

En la tabla 17 y figura 15 denominadas “¿Ud. está de acuerdo con la cortesía que brinda el personal” se observó que el 93% de los encuestados si está de acuerdo con la cortesía que brinda el personal a los clientes, mientras que un mínimo de 7% menciona que no.

Tabla 18: ¿El personal lo atiende con rapidez?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	80%
No	13	20%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

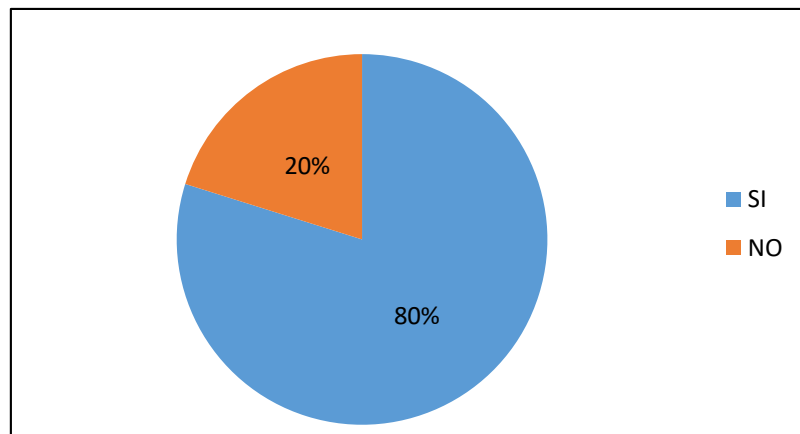


Figura 14: ¿El personal lo atiende con rapidez?

En la tabla 18 y figura 16 denominadas “¿El personal lo atiende con rapidez?” se observó que el 80% de personas encuestadas mencionaron que el servicio es brindado con rapidez por parte de los mozos de dichos restaurantes, mientras que contando con un 20% no lo considera al personal de manera rápida.

Tabla 19: ¿Considera usted que las redes sociales son estrategias atractivas para los clientes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	58	92%
No	10	8%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

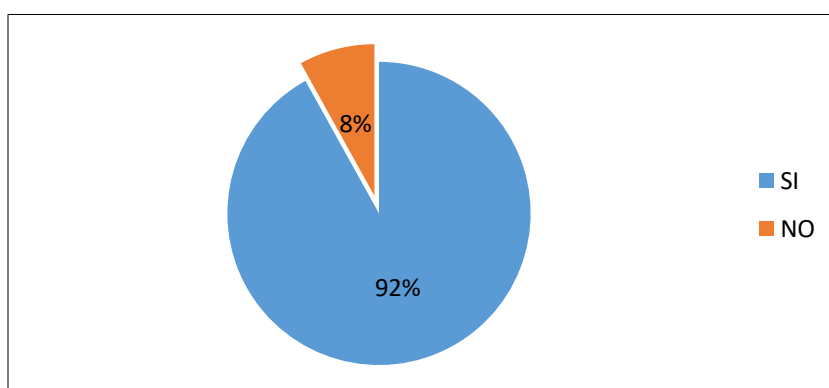


Figura 15: ¿Considera Ud. que las redes sociales son estrategias atractivas para los clientes?

En la tabla 19 y figura 17 denominadas “¿Considera Ud. que las redes sociales son estrategias atractivas para los clientes?” se observó que el 92% de los encuestados si considera sí que las redes sociales son atractivas y el 8% no lo considera.

Tabla 20: ¿Considera Ud. que la comunicación es la clave del éxito para el crecimiento del restaurante?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	51	93%
No	17	7%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

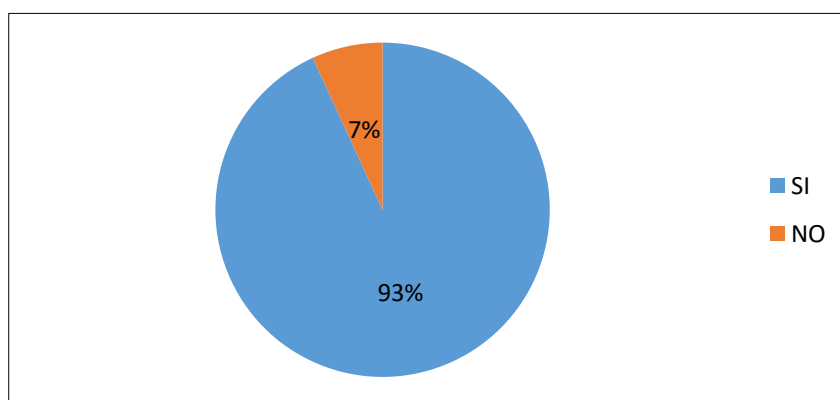


Figura 16: ¿Considera Ud. que la comunicación es la clave del éxito para el crecimiento del restaurante?

En la tabla 20 y figura 18 denominadas “¿Considera Ud. que la comunicación es la clave del éxito para el crecimiento del restaurante?” Se observó 93% de los encuestados afirma que la comunicación es la base en todo, La mayoría de clientes considera que hay comunicación adecuada con los empresarios, consideran que los empresarios, entienden que la comunicación es clave para construir relaciones con sus clientes.

Tabla 21: *¿Recomendaría Ud. el restaurante a otras personas?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	56	95%
No	12	5%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

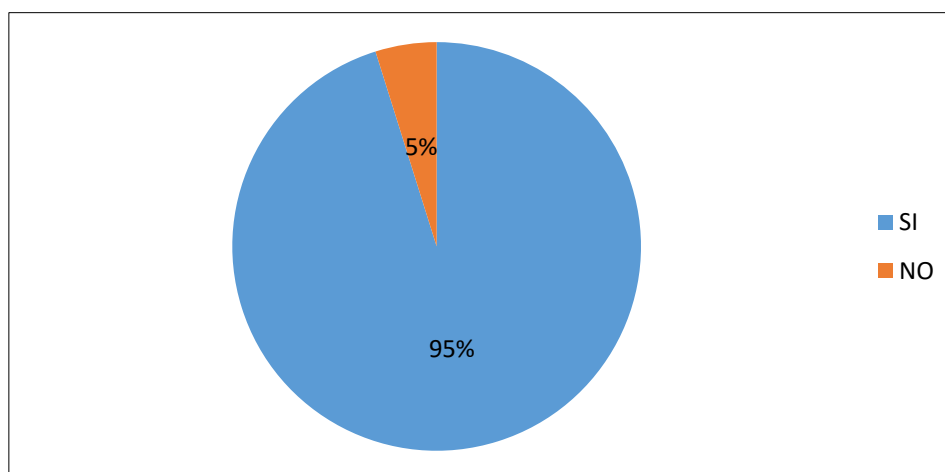


Figura 17: *¿Recomendaría Ud. el restaurante a otras personas?*

En la tabla 21 y figura 19 denominadas “¿Recomendaría Ud. el restaurante a otras personas?” se observó 95% de los encuestados afirman que, si recomiendan el restaurante a otras personas por la sazón y el servicio brindado, mientras que contando con un mínimo del 5% de clientes consideran que no lo recomendarían.

Tabla 22: ¿Es importante para Ud. el precio y la calidad que otorga el restaurante?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	59	96%
No	9	4%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

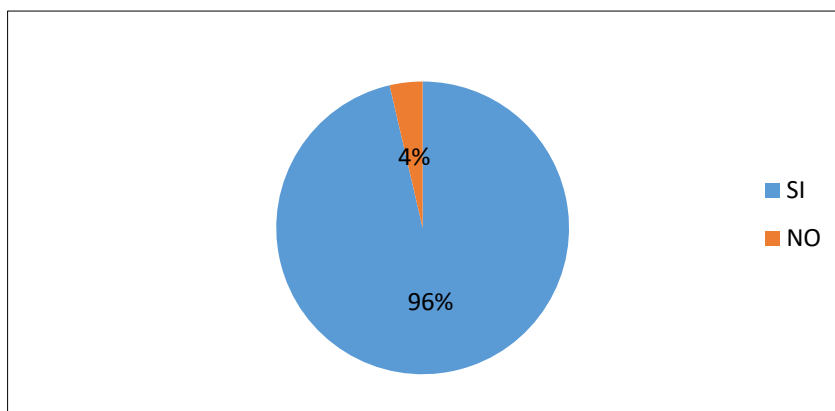


Figura 18: ¿Es importante para Ud. el precio y la calidad que otorga el restaurante?

En la tabla 22 y figura 20 denominadas “¿Es importante para Ud. el precio y la calidad que otorga el restaurante?” aquí se observa 96% de los encuestados les interesa la calidad y el precio, Es lo principal que deben tener en cuenta los propietarios o gerentes del restaurante, que garanticen a sus clientes alimentos frescos y que motiven las próximas visitas.

Tabla 23: ¿Está de acuerdo Ud. con la limpieza y desinfección del local?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	62	76%
No	6	24%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

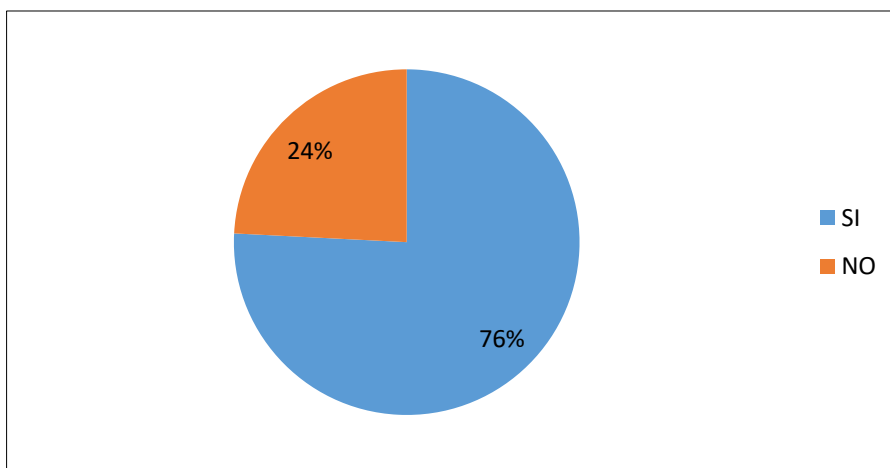


Figura 19: ¿Está de acuerdo Ud. con la limpieza y desinfección del local?

En la tabla 23 y figura 21 denominadas “¿Está de acuerdo Ud. con la limpieza y desinfección del local” se observó 76% de los encuestados manifestaron estar de acuerdo con estas actividades en el restaurante por esta es tarea de todos los días, mientras que un 24% no le muestra interés.

Tabla 24: ¿Esta Ud. de acuerdo que la gerencia del restaurante contrate a grupos musicales de entretenimiento?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	58	96%
No	10	4%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

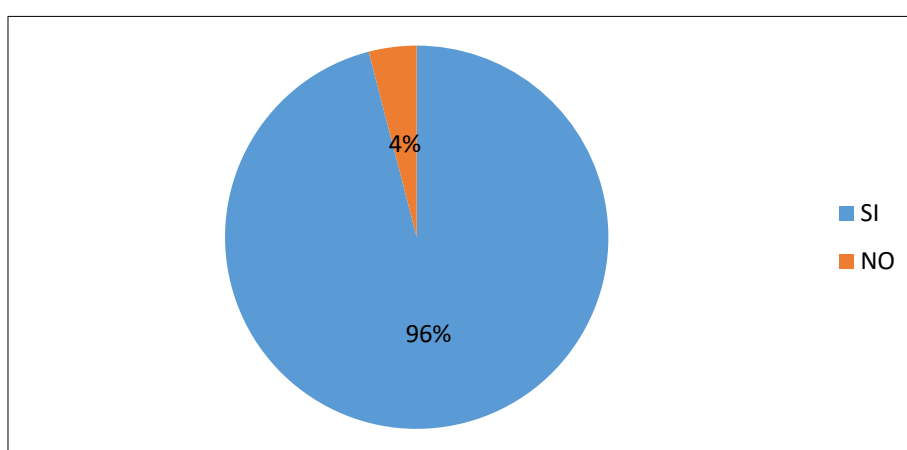


Figura 20: ¿Esta Ud. de acuerdo que la gerencia del restaurante contrate a grupos musicales de entretenimiento?

En la tabla 24 y figura 22 denominadas “¿Esta Ud. de acuerdo que la gerencia del restaurante contrate a grupos musicales de entretenimiento?” se observó 96% de los encuestados manifestaron estar de acuerdo que el gerente o dueño contrate grupos musicales.

Tabla 25: ¿La variedad de platos típicos es una buena estrategia para volver a visitarlo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	97%
No	8	3%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

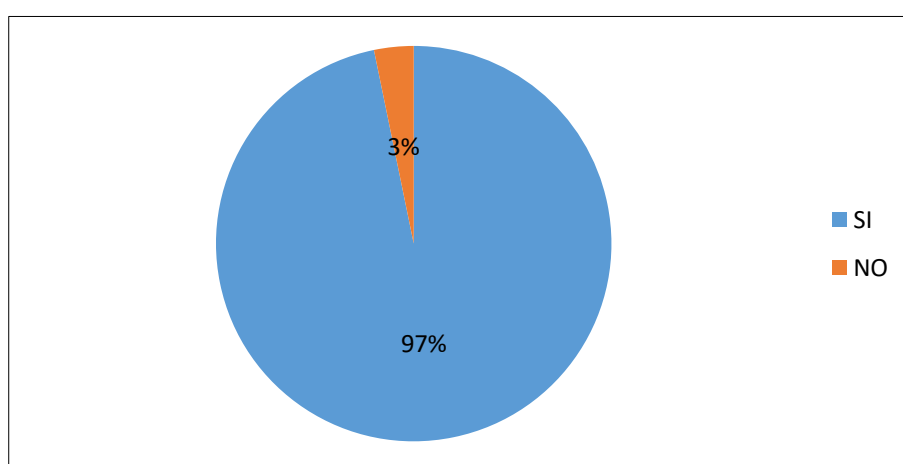


Figura 21: ¿La variedad de platos típicos es una buena estrategia para volver a visitarlo?

En la tabla 25 y figura 23 denominada “¿La variedad de platos típicos es una buena estrategia para volver a visitarlo?” se observó 97% de los encuestados manifestaron que sería muy buena que el restaurante prepare diferentes platos todos los días, mientras que un 3% no lo considera como estrategia.

Tabla 26: ¿La presencia y la forma de vestir de los mozos consideran que es importante?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	45	82%
No	23	18%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

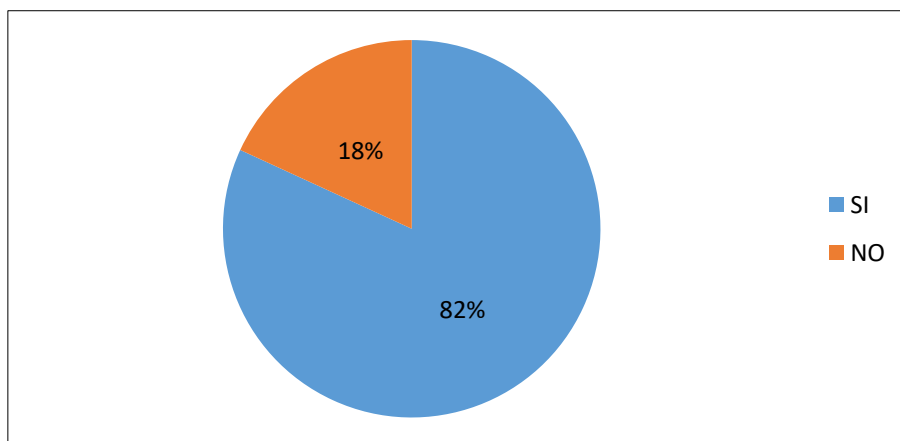


Figura 24: ¿La presencia y la forma de vestir de los mozos consideran que es importante?

En la tabla 26 y figura 24 denominadas “¿La presencia y la forma de vestir de los mozos considera que es importante?” se observó 82% de los encuestados manifestaron que los mozos deben estar con una presencia agradable hacia el cliente y deben cumplir con el protocolo.

Tabla 27: ¿Estaría de acuerdo Ud. con que el restaurante cuente con WiFi Gratis?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	62	98%
No	6	2%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

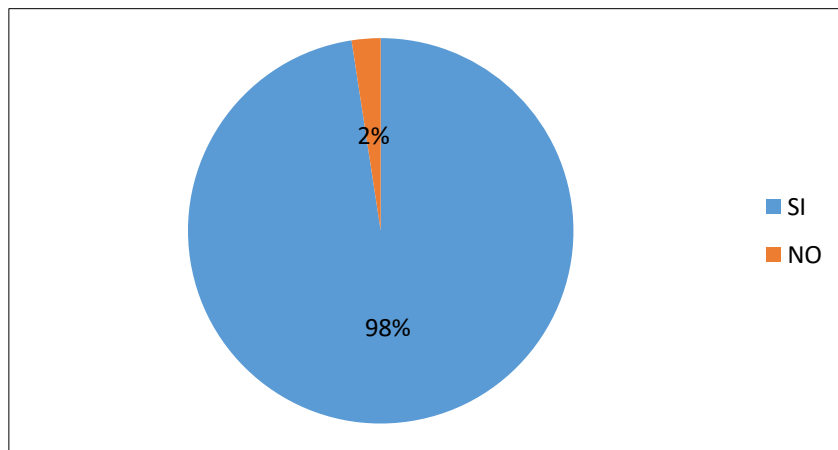


Figura 25: ¿Estaría de acuerdo Ud. con que el restaurante cuente con WiFi gratis?

En la tabla 27 y figura 25 denominadas “¿Estaría de acuerdo usted con que el restaurante cuente con WiFi gratis?” se observó 98% de los clientes manifestaron que están de acuerdo que el restaurante brinde el servicio incluido WiFi gratuito, mientras que un 2% no lo cree necesario.

Objetivo D: Dimensiones de calidad del servicio

Tabla 28: ¿Cuándo Ud. ingresó al restaurante su infraestructura le inspiró confianza y seguridad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	45	82%
No	23	18%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

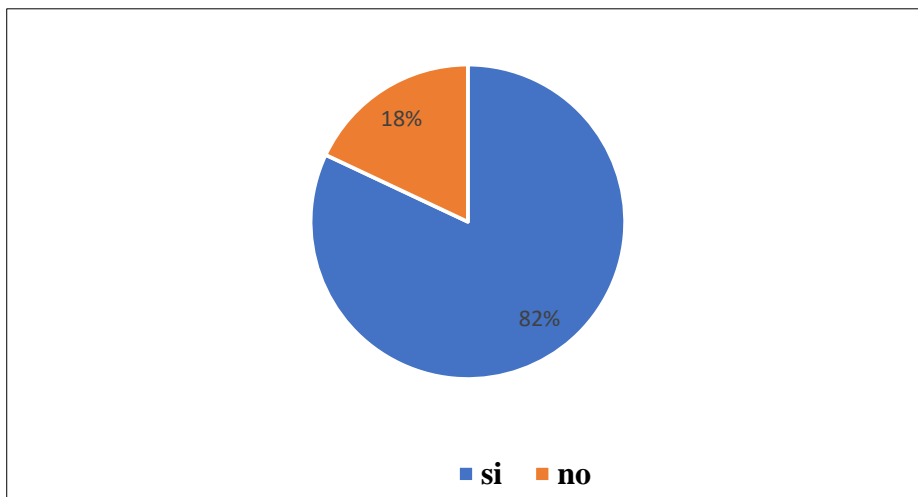


Figura 26: ¿Cuándo Ud. ingresó al restaurante su infraestructura le inspiró confianza y seguridad?

En la tabla 28 y figura 26 denominadas “¿Cuándo Ud. ingresó al restaurante su infraestructura le inspiró confianza y seguridad?” se observó que el 82% de los encuestados si le brinda seguridad y confianza, mientras que el 18% no le brinda seguridad y confianza.

Tabla 29: ¿Considera usted que los colaboradores dan respuesta inmediata y muestran una actitud positiva al cliente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	51	93%
No	17	7%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

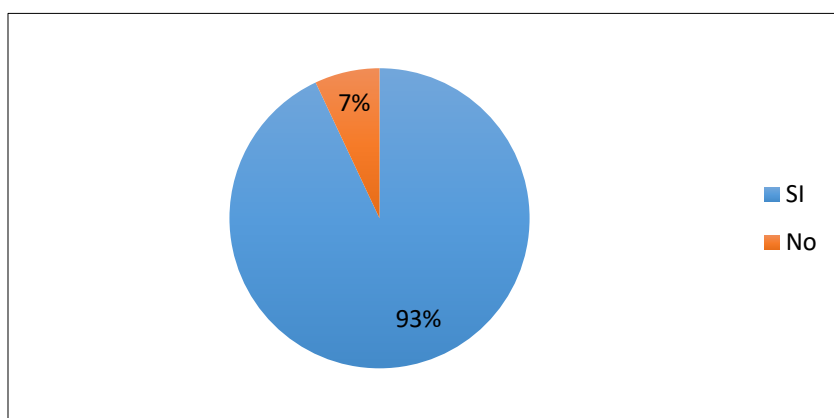


Figura 27: ¿Considera que los colaboradores dan respuesta inmediata y muestran una actitud positiva al cliente?

En la tabla 29 y figura 27 denominadas “¿Considera que los colaboradores dan respuesta inmediata y muestran una actitud positiva al cliente?” se observó 93% de los clientes encuestados afirman que, si reciben respuesta inmediata ante sus pedidos, mientras que un 7% no consideran que el personal muestra una buena actitud

Tabla 28: ¿Cuándo Ud. ingresó percibió que los mozos le brindaron el servicio en forma rápida, amable y respetuosa?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	47	81%
No	21	19%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

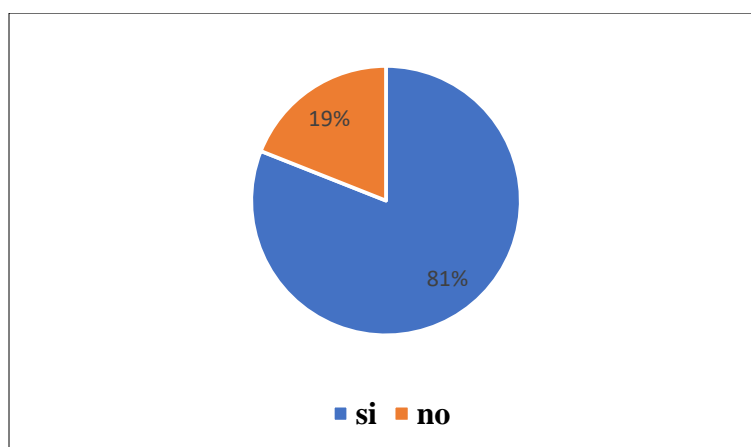


Figura 228: ¿Cuándo Ud. ingresó percibió que los mozos le brindaron el servicio en forma rápida, amable y respetuosa?

En la tabla 30 y figura 28 denominadas “¿Cuándo ingresó al percibió que los mozos le brindaron el servicio en forma rápida, amable y respetuosa?” se observó que el 81% de los encuestados manifestaron que, si los atendieron de forma rápida, amable, respetuosa, mientras que el 19% manifiestan lo contrario.

Tabla 31: ¿Creé Ud. que el restaurante le inspira confianza en las comidas que ofrece al público?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	48	68%
No	20	32%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes



Figura 29: ¿Creé Ud. que el restaurante le inspira confianza en las comidas que ofrece al público?

En la tabla 31 y figura 29 denominadas “¿Creé Ud. que el restaurante le inspira confianza en las comidas que ofrece al público?” se observó que el 68% de los encuestados consideran que si inspira confianza en las comidas que ofrece, mientras que el 32% de los encuestados no considera.

Tabla 32: ¿Cree Ud. que la atención personalizada es primordial en un restaurante?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	51	93%
No	17	7%
Total	68	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes

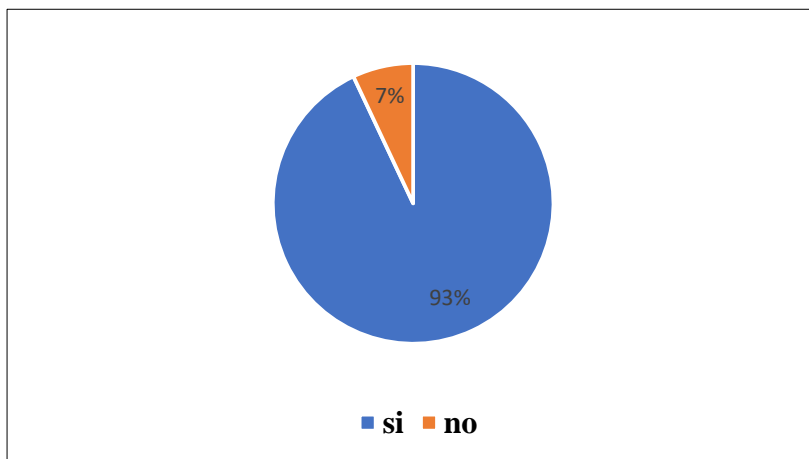


Figura 30: ¿Cree Ud. que la atención personalizada es primordial en un restaurante?

En la tabla 32 y gráfico 30 denominadas “¿Cree Ud. que la atención personalizada es primordial en un restaurante?” se observó que el 93% de los encuestados respondieron que la atención personalizada es primordial en un restaurante, mientras que el 7% manifestaron lo contrario.

5.2 Análisis de resultados

Caracterización de micro y pequeña empresa

En el cuadro 3 “Caracterización de las MYPE rubro restaurantes” el 100 % de los encuestados manifestaron tener educación secundaria completa, lo cual indica que no hay coincidencia con el autor Vásquez (2016) quien manifiesta que el 53.8% tienen instrucción secundaria, sólo 7.7% son universitarios; tienen diversas “otras” especialidades (53.8%), de la misma manera se observó que el 100 % de los encuestados son de género masculino, no coincidiendo con Vásquez (2016) que menciona que 53.8% son de sexo femenino y 46.2% sexo masculino; asimismo el 99.99% las edades de los dueños se encuentran entre 40 a 50 años y el 0.01% se encuentra en las edades de 40 a más años, lo cual si coincide con el resultado de Romero (2018), quien manifiesta que el 55.56% de los empresarios tienen más de 41 años, por otro lado no guarda similitud con el autor Vásquez (2016) quien señaló que la edad: joven-adulto (30 a 44 años) ocupa el 53.8%.

Por otro lado se observó el tiempo que llevan trabajando estas MYPE es que el 99.99% se encuentran entre los 0 a 05 años y el 0.01 % tiene la experiencia y se encuentra en el rango de 05 años a 10 años en el rubro restaurantes, parecido con el autor Romero, (2018) quien señala que el 88.9% de las micro y pequeñas empresas de este estudio tienen entre 1 a 10 años.

Objetivo A: Identificar los procedimientos de formalización de las MYPE rubro restaurantes del AA.HH Alas Peruanas distrito de Castilla - Piura, año 2018

En la tabla 3 denominada “¿Usted qué tipo de persona empresarial es?” se observó que el 100% de los encuestados son personas naturales con negocio. En cuanto

al cargo de los representantes legales en la empresa, el 77.78% son dueños de la empresa; esto guarda relación con los resultados de Romero (2018). Indica que el 79,27% conocen las formas de organización empresarial, 96,34% constituyeron sus negocios como persona natural, 100% cuenta con inscripción en el registro único del contribuyente de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, según la Superintendencia Nacional de Registro Públicos SUNARP (2018) señala dos modalidades de constitución de una MYPE como persona natural con negocio (Unipersonal) y como persona jurídica.

En la tabla 4 denominada “Su restaurante se encuentra registrado en la SUNAT?” se observó que el 100% de los encuestados si se encuentran registrados en la SUNAT, el autor Llontop (2018) en su investigación obtuvo que el 100% de los restaurantes vegetarianos cuentan con RUC, lo que guarda relación con los hallazgos de la presente investigación. Según la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria SUNAT, (2018) El Registro Único del Contribuyente (RUC) es la identificación de los contribuyentes.

En la tabla 5 denominada “¿Ud. emite boletas de pago y/o facturas al cliente?” se observó que el 67% de los encuestados no emiten boletas y facturas al cliente, mientras que un 33% emiten recibos o boletas, lo que no guarda con el autor Barrera (2018) quien manifiesta en su investigación que el 70% si emplea una gestión de calidad, en cuanto a formalización el 90% sabe lo que es RUC, el 80% si conoce los beneficios del RUC, y el 80% tiene trabajadores informales, asimismo no coincide con el autor Llontop (2018) en su investigación señalando que el 100% conoce, cuánto le cuesta formalizarse, el 100% sabe cuánto paga a SUNAT, el 100% tiene conocimiento

que la formalización le trae mayores ingresos, el 100% conoce los beneficios que tiene la formalización, el 100% nunca recibió asesoría del gobierno o municipalidad, el 100% de los trabajadores no cuenta con seguro social. el 100% emplea personal calificado para mejorar la competitividad en su empresa, pero existiendo la tendencia a formalizarse. según Perú Trabajos (2018) que una vez activen el RUC el empresario, solicite su código y acceso a la clave SOL, el cual podrá hacer diferentes trámites, como pagar, declarar, luego solicite que le autorizen los recibos o comprobantes de pago.

En la tabla 6 denominada “¿Cuenta Ud. con el Libro de Reclamaciones?” Se observó que el 67% de los encuestados no cuenta con el Libro de Reclamaciones, mientras que un 33% cuenta con esta herramienta, lo cual es parecido con lo investigado por el autor Barbeito (2016) que en su estudio el 42,68% no tienen el Libro Registro de Compras, 32,93% tampoco cuentan con el Libro Registro de Ventas e Ingresos y 96,34% no tienen el Libro Diario de formato simplificado. INDECOPI (s.f) señala que Libro de Reclamaciones, es un documento que el consumidor registra sus quejas y reclamos del servicio o producto adquirido por algún inconveniente presentado, este debe ser implementado por las empresas que ofrecen bienes y servicios al público en general. Es una herramienta para protección y derechos de los consumidores, los proveedores están obligados a obtener el Libro de Reclamaciones

En la tabla 7 denominada ¿Su establecimiento cuenta con Licencia de Funcionamiento? se observó que el 100 % de los encuestados manifestaron tener la licencia de funcionamiento, lo cual coincide con el autor Romero (2018) en su investigación señala que todos están formalizados ante los entes gubernamentales

(SUNAT y Municipalidad), asimismo señala que la mayoría de las empresas están como personas naturales y conoce de los beneficios de la formalidad. Vásquez (2016) en su estudio encontró que las MYPE en su mayoría están en camino de la formalización y porque saben de los beneficios como acceder a préstamos bancarios. Según el Diario El Peruano, (2017) indica que es un documento otorgado por la Municipalidad para poner en funcionamiento actividades económicas, comerciales, industriales o de servicio para beneficio de la MYPE con fines de lucro. Esta se dará de manera indeterminada si así lo solicita el administrador (dueño).

En la tabla 8 denominada “¿Cuenta Ud. con Certificado de Saneamiento Habilitado?” se observó que el 67% de los encuestados si cuentan con dicho documento, mientras que el 33% no tienen el certificado, lo cual perjudica a la salud pública, lo cual guarda relación con Barbeito (2016) en sus investigación manifiesta que en su totalidad de los encuestados si cuentan con el referido documento, asimismo manifiesta que sus trabajadores de las MYPE encuestadas no se encuentra registrados en planilla, deduciendo que las empresas no están debidamente formales y muchas están en vías de regularización pudiendo observar que es la falta de capacitación lo que conduce o conlleva a una mala gestión administrativa

En la tabla 9 denominada “¿Ud. cuenta con Certificado de Defensa Civil vigente?” Se observó que el 100 % de los encuestados, cuenta con el referido certificado, lo que es parecido con el estudio de Llomtop (2018) que refiere que la formalización trae una serie de beneficios, pero que debido a la falta de capacitación y orientación de los empresarios no concluyen con los trámites y requisitos que demanda una formalización. Por otro lado Vasquez (2016) en su investigación

concluye que menos de la mitad de los empresarios encuestados están formalizados por lo que podemos inferir que un gran número de MYPE están en vías regularizar su formalización, además recomienda herramientas innovadoras para mejorar la calidad del servicio hacia los clientes y asimismo señala darle un valor agregado al servicio ofrecido, para diferenciarse de la competencia, (INDECI, 2010) señala que la Inspección Técnica de Seguridad de Defensa Civil. Consiste en la verificación ocular del cumplimiento o incumplimiento por los inspectores autorizados.

En la tabla 10 denominada “¿Ud. cuenta con Carnet de Manipulación de Alimentos?” se observó que el 67% de los encuestados si cuentan con Carnet de Manipulación de Alimentos, mientras que un 33% de encuestados no cuentan con ello, lo que no coincide con el autor Barbeito (2016) que en su investigación encontró que las MYPE investigadas cuentan con Carnet de Sanidad, y también menciona que los restaurantes vegetarianos en la ciudad de Huaraz están parcialmente formales es decir con trámites inconclusos, el carné sanitario, es un documento que lo expide el Ministerio de Salud a través de los hospitales o postas médicas según sea el caso, mediante este documento se garantizará la salubridad, la higiene y la salud de las personas que laboran en las establecimientos de expendios de comida indica la Municipalidad de Isidro (2018).

En la tabla 11 denominada “¿Cuenta con licencia para carteles publicitarios?” se observó que el 100% de los encuestados no cuenta con licencia par carteles publicitarios, lo que coincide con el autor Cotrina (2016) que en su investigación señala que la poca cultura tributaria que existe en nuestro país nos lleva a que la gran mayoría de los empresarios se mantengan en la informalidad, recomendando cambiar el paradigma de la cultura de tributación para que de esta manera podamos

tener conocimiento que la formalidad de una pequeña y mediana empresa será beneficiosa para los emprendedores. Cepeda (2018) en su estudio de investigación encontró una relación directa entre la informalidad y el desempleo pues al no tributar el Estado está perdiendo en la recaudación de impuestos y por ende no habrá fuentes de trabajo generando pobreza y desempleo

En la tabla 12 denominada “¿Su restaurante cumple con las normas laborales?” se observó que el 100% de los encuestados no considera que ellos no cumplen con las normas laborales, es muy parecido con el hallazgo de autor Barbeito (2016) que indica que las MYPE no están debidamente formalizadas menos cumplen con las normas laborales es decir que sus trabajadores no están registrados en el Ministerio Trabajo y Promoción del Empleo, Llontop (2018) en su investigación encontró que los trabajadores no cuentan con seguro de Essalud lo que implica el incumplimiento con las normas laborales del trabajador, lo cual coincide con la presente investigación, que dichas MYPE no regularizan la situación de sus trabajadores; el Ministerio de Trabajo ha establecido las condiciones que las MYPE acrediten y contribuyan con la formalización laboral, disponiendo que las mismas deben emplear por lo menos dos trabajadores en planilla (Puntriano, 2019).

Objetivo B: Conocer las ventajas de formalización de las MYPE rubro restaurantes del AA.HH. Alas Peruanas distrito de Castilla-Piura, año 2018

En la tabla 13 denominada “¿Considera Ud. que la formalización de su restaurante es una herramienta para acceder a préstamos?” se observa que el 100% de los encuestados si considera que la formalización es una herramienta para acceder a un préstamo, lo que tiene similitud con Vásquez (2016) en su investigación que afirma

la importancia de la formalización para acceder a créditos financieros, la misma que repercutirá en el desarrollo y crecimiento de la micro y pequeña empresa, asimismo tendrán grandes oportunidades hacia un mercado abierto, por otro lado el autor Pardo (2016) señala que las MYPE en su totalidad son formales por lo que le da una serie de ventajas, coincidiendo con la presente investigación.

En la tabla 14 denominada “¿Cumplir con el régimen legal y tributario, le proporciona mayor posicionamiento empresarial?” se observó que el 100% de los encuestados manifestaron que si les proporciona posicionamiento, a medida que el propietario cumple con las normas legales y tributarias consigue mayor posicionamiento en el mercado, esto representa una gran ventaja y le proporciona valor agregado al servicio; lo cual es parecido con lo manifestado por Noruega (2017) que manifiesta que las fuentes de financiamiento vienen generalmente de las entidades bancaria y de las cajas municipales y que para obtener dichos créditos, se tiene que estar debidamente formalizado y de esta manera la empresa tendrá mayor rentabilidad, Por otro lado, lo manifestado por Cepeda (2018) coincide con el hecho de fomentar y poner en práctica la formalidad pues esto le proporciona credibilidad y confianza a las MYPE.

En la tabla 15 y gráfico 13 denominado “¿Ud. considera que la formalización le proporciona mayor credibilidad y confianza a su MYPE?” se observó que el 100% de los encuestados si considera que la formalización proporciona credibilidad y confianza a las empresas. Según Távara (2016) en su investigación consideró que la formalidad da como consecuencia, ventajas, beneficios y posicionamiento a las MYPE, haciéndolas competitivas, sostenibles y rentables permitiéndoles la expansión

en nuevos mercados, por otro lado Mi Empresa Propia, (2016) señala las ventajas que puede tener una empresa al formalizarse una de estas, es tener posibilidades de obtener créditos y otros beneficios con los proveedores, mayores probabilidades de acceder a nuevos mercados

En la tabla 16 denominada “¿El cumplimiento de las normas le ha permitido alcanzar mayor desarrollo económico y social?” se observó que el 100% de los encuestados señalan que estar formalizados permite alcanzar mayor desarrollo social y económico. Por el cual hay similitud con lo investigado por Cotrina (2016) que señala que es importante que las MYPE comiencen a formalizarse para poder tener una mayor rentabilidad ya que observó que los beneficios de la legalización alcanzan los distintos regímenes establecidos.

Objetivo C: Determinar las estrategias del servicio al cliente en las MYPE rubro restaurantes del AA.HH. Alas Peruanas distrito de Castilla – Piura, año 2018

En la tabla 17 denominada “¿Ud. está de acuerdo con la cortesía que brinda el personal?” se observa que el 93% de los encuestados si está de acuerdo con la cortesía que brinda el personal a los clientes, lo que coincide con la investigación del autor Niño (2018) que manifiesta que la calidad del servicio que se brinda en las MYPE están basadas en la cortesía, cordialidad, presencia, amabilidad, buen trato, rapidez, personal calificado en la cocina, Rodríguez (2013) indica que debe ser una característica del restaurante, y para ello la empresa debe de capacitar a sus colaboradores para que estos pongan en práctica y tengan un mejor desempeño y por ende brinden un buen trato al cliente.

En la tabla 18 denominada “¿El personal lo atiende con rapidez?” se observa que el 80% de personas encuestadas mencionaron que el servicio es brindado con rapidez por parte de los mozos de dichos restaurantes, lo cual coincide con lo dicho por Villalta (2017) donde manifiesta que la mayoría de los clientes consideran que el personal da respuesta inmediata, indicando que están capacitados y tiene conocimientos de su trabajo. Por otra parte Córdova (2017) en su estudio manifiesta que en los restaurantes ofrecen buena sazón y precios, no existiendo personal debidamente capacitado para atender a los clientes los mismos que no se encuentran satisfechos.

En la tabla 19 denominada “¿Considera Ud. que las redes sociales son estrategias atractivas para los clientes?” se observó que el 92% de los encuestados si está de acuerdo que las redes sociales son atractivas para los clientes. Ayra (2016) en su estudio encontró que Bechmarketing es una herramienta estratégica para poder captar clientes, tratar de satisfacer sus necesidades, mejorar la calidad del servicio y en su recomendación indica que los gerentes deben interesarse por los intereses y deseos de los consumidores. Por otra parte, Humberto en su investigación (2015) señala que las redes sociales como el Facebook, instagram es utilizada para publicitar y vender servicios o productos de las MYPE, asimismo menciona que es una manera de mantener los clientes y captar nuevos, lo que coincide con la presente investigación.

En la tabla 20 denominada “¿Considera Ud. que la comunicación es la clave del éxito para el crecimiento del restaurante?” se observa que el 93% de los encuestados afirma que la comunicación es la base en toda organización, que permite que se establezcan las relaciones entre clientes y empleados y gerente, lo que coinciden con Chumpitaz (2018) donde nos indica que entre clima organizacional y el servicio

al cliente hay una relación bionívoca. También indicó en su investigación que la solución de los problemas en el entorno laboral conlleva a que los empleados brinden buena calidad de servicio a los clientes, Salinas (2018) señaló en su estudio que los clientes buscan calidad en los servicios que solicitan y la innovación tecnológica que las empresas implementen, hacen que los servicios y productos que ofrecen y vendan sean considerados como servicios diferenciados. Según Rodríguez (2013) la comunicación es la clave para mantener un ambiente agradable, acogedor y armonioso.

En la tabla 21 denominada “¿Recomendaría Ud. el restaurante a otras personas?” se observó 95% de los encuestados afirma que, si recomiendan el restaurante a otras personas por la sazón y el servicio brindado, es similar a lo investigado por Villalta (2017) manifiesta que los colaboradores se deben de esmerar dándoles buena calidad en los servicios y que los precios sean accesibles fidelizando a los clientes en su producto. Córdova (2017) en su investigación señala que las pizzerías deberían de capacitar a su personal y dar charlas de orientación a sus colaboradores para que brinden un servicio inmediato, cordial y eficaz, para obtener la satisfacción del consumidor y / o cliente y que este recomiende la pizzería y su preferencia por esta. Investigaciones que guardan similitud con la presente investigación en el sentido de dar calidad en el servicio, Rodríguez, (2013) indica que las recomendaciones en un restaurante continuamente se tienen que tener en cuenta, y una cosa es tener la teoría y otra ponerla en práctica, los dueños de los restaurantes consideran un enfoque diferenciado a la misión de ofrecer la mejor experiencia a cada cliente, que permita generar un ambiente cálido, fomentando buenas relaciones.

En la tabla 22 denominada “¿Es importante para Ud. el precio y la calidad que otorga el restaurante?” se observó que el 96% de los encuestados les interesa la calidad y el precio, por lo que coincide con la tesis del autor Sánchez (2015) menciona que lo más importante es la calidad del servicio y que en su investigación puso en ejecución la herramienta ServQual donde se miden las expectativas y percepciones de los clientes y los colaboradores de Pizza Burger Diner, concluyendo que los clientes no están satisfechos con la calidad del servicio que les brindan y los colaboradores de la referida pizzería manifestaron que entienden a sus clientes pero que los directivos no comulgan las expectativas de los comensales coincidiendo con la presente investigación en el sentido que los clientes son la razón de la empresa.

En la tabla 23 denominada “¿Está de acuerdo Ud. con la limpieza y desinfección del local?” se observa 76% de los encuestados manifestaron estar de acuerdo con estas actividades en los restaurantes investigados, lo que guarda relación con lo investigado por el autor Molina (2016) quien recomienda una medición de la carga bacteriana en los restaurantes para después aplicar los procedimientos de higiene y desinfección, en todo restaurante, que se debe de mantener la limpieza e higiene de sus compartimientos como baños, cocina, salón etc., asimismo el personal y empresario deben de mantenerse limpios y pulcros, Rodriguez (2013) señala que en los restaurantes, la higiene, la limpieza y la desinfección son indicadores que toman muy en cuenta los clientes

En la tabla 23 denominada “¿Esta Ud. de acuerdo que la gerencia del restaurante contrate a grupos musicales de entretenimiento?” se observa 96% de los encuestados manifestaron estar de acuerdo que el gerente o dueño para que contrate

grupos musicales, por lo que si coincide con el autor Valverde (2017) que busca la satisfacción de los clientes y el cumplimiento de las expectativas de los mismos, además señala que la imagen de las empresas, tanto interna como externa que reflejan los restaurantes, deberán de mejorarse así como también los precios que deben fijarse al público, deberán de ser accesible al consumidor. Según Rey (2016) una de las estrategias para captar clientes es la contratación de grupos musicales, danzantes que brinden a los comensales entretenimiento, además creando un clima agradable que hará que el cliente vuelva nuevamente atrayendo mas cliente y recomendando al restaurante.

En la tabla 24 denominada “¿La variedad de platos típicos es una buena estrategia para volver a visitarlo?” se observó que el 97% de los encuestados, manifestaron que sería muy bueno que el restaurante prepare diferentes platos todos los días, guardando similitud con lo investigado por Soldán, (2016) quien llegó a la conclusión que en el aspecto gastronómico, los clientes llegan al restaurante Pola en la localidad de Callanca Lambayeque por la variedad de platos típicos , pero con precios elevados, por lo que recomienda variar este punto negativo de los precios para que de esta manera los clientes se mantengan, coincidiendo con la presente investigación en el sentido de que la variedad de platos es un punto a favor de los restaurantes investigados. Por otro lado el autor Píneros, (2015) manifiesta que los empleados deberán de generar confianza en sus clientes, ser amables con ellos, el personal debe estar capacitado y dar buen trato y empatía, recomienda que lo más importante es la higiene y conservación de los alimentos, desde el momento que se toma el pedido, su preparación, y entrega a la mesa del cliente debiendo tener la sensación de seguridad de que todo ha sido muy bien elaborado con higiene y limpieza

máxima para no afectar la salud del público. según Rey (2016) el empresario debe de ser hábil para poder determinar lo que la mayoría de sus clientes les gusta y por ende poner mucho énfasis en la ubicación de estos platos en la carta, ubicándolos en el famoso “triángulo de oro”, presentando imágenes de estos platos en forma irresistible.

En la tabla 26 denominada “La presencia y la forma de vestir de los mozos consideran que es importante?” se observó 82% de los encuestados manifestaron que los mozos deben estar con una presencia agradable hacia el cliente y deben cumplir con el protocolo, lo que coincide con el autor Linares, (2013) señala que se deben de establecer las condiciones de higiene sanitaria mínimas y de infraestructura que deben de cumplir los establecimientos de expendio de comidas, Carrasco (2017) manifiesta que el uniforme es un dispositivo muy importante cuando de restaurantes se trata, nos denota el tipo de empresa que labora y de cómo puede atender a su clientela con el solo uso del mismo. Este refleja lo que es el restaurante, si es organizado, ordenado, limpio, seguro

En la tabla 27 denominada “¿Estaría de acuerdo Ud. con que el restaurante cuente con WiFi Gratis?” se observa 98% de los clientes manifestaron que están de acuerdo que el restaurante brinde el servicio incluido WiFi gratuito, lo que no tiene similitud con la investigación del autor Cango (2016) recomienda que las MYPE bajo estudios tengan estrategias en las redes sociales esto significa hacer uso de las tecnologías, es bueno para estas empresas, dar servicios en línea o WiFi atrae el público en general y es complacer al cliente. Carrasco (2017), señala que los restaurantes ofrecer WiFi gratis hoy en día, genera ventas y más beneficios, el cliente requiere una fuerte conexión social

En la tabla 28 denominada “respuesta inmediata” se observó 72% de los clientes encuestados afirman que si reciben respuesta inmediata ante sus pedidos, lo que dice el autor Meneses (2017) en su investigación señala la calidad del servicio que se brinda al cliente es justamente la satisfacción de sus necesidades y una ella es tener una respuesta inmediata a sus pedidos, parte de la calidad del servicio es la rapidez en sus órdenes. Esto implicará que el cliente se mantenga fiel a su restaurante. Por otro lado, el autor Mora (2017) señala que los clientes se sienten satisfechos cuando cumplen las expectativas, cuando son tratados con amabilidad y con respuesta inmediata en sus órdenes. También recomienda que se habilite un libro de quejas para mejorar el servicio y la atención al consumidor.

Objeto D: Conocer las dimensiones del servicio de calidad de las MYPE rubro restaurantes del AA.HH. Alas Peruanas distrito de Castilla- Piura, año 2018

En la tabla 29 denominada “¿Cuándo Ud. ingresó al restaurante su infraestructura le inspiró confianza y seguridad?” se observó que el 82% de los encuestados si le brinda seguridad y confianza, mientras que el 18% no le brinda seguridad y confianza. Según el autor Villalta (2016) señala que el cliente observa la limpieza, la infraestructura, la decoración, el ambiente factores que deben de mejorar para de esta manera tener afluencia de clientela, asimismo el hecho de implementar operativos policiales en las inmediaciones de los referidos restaurantes investigados hacen que la clientela se sienta segura. Por el contrario, el autor coronel (2016) manifestó que los clientes del restaurant Pizza Hut se sienten insatisfechos, por no tener una comunicación fluida con los administradores y empleadores que deberían de buscar la satisfacción y deseos del cliente, se trata de que las organizaciones tengan tecnología

moderna implementada, acorde con el servicio que van a ofrecer al público (Luna, 2017).

En la tabla 30 denominada “¿Considera Ud. que los colaboradores dan respuesta inmediata y muestran una actitud positiva al cliente?” se observó que el 81% de los encuestados si los atendieron de forma rápida, amable, respetuosa, mientras que el 19% de los encuestados no los atendieron de forma rápida y amable. El autor Córdoba (2017) señala los clientes se encuentran insatisfechos con el servicio que les brindan, si bien es cierto tiene buenos precios y una buena sazón, por otro lado, no hay un buen servicio al cliente pues hay mucha demora en sus pedidos y la infraestructura no es adecuada tampoco cuenta con higiene. Asimismo, la pollería debería de capacitar al personal para el buen trato al cliente. Para el autor Villalba (2016) manifiesta que, si recibes al cliente con atención cordial, amabilidad, cortesía y con la mayor rapidez esto hará que retorne y a la vez debe irse con deseos de volver, esto lo lograrán orientando y entrenando al personal para que ellos puedan brindar un excelente servicio y hacer ver lo importante que es el cliente para la empresa, recomienda que el colaborador debe estar preparado para dar soluciones a sus quejas o reclamos del cliente.

En la tabla 31 denominada “¿Cree Ud. que la atención personalizada es primordial en un restaurante?” se observó que el 93% de los encuestados respondieron que la atención personalizada es primordial en un restaurante, mientras que el 7% manifestaron lo contrario. El autor Villalba (2016) encontró que la atención personalizada es lo más importante ya que el colaborador y administrador tiene que optar por un trato directo e inmediato con el cliente o consumidor tomando en cuenta su deseo, gusto, preferencia y expectativas, y esto va a permitir que se sienta apreciado

y a gusto, cuando ya es un cliente y conoce a los empleados estos deben de llamarlo de su nombre con mucho respecto amabilidad pues está calificado como un consumidor recurrente, podemos darle alimentos de cortesía, recibirlo con un mensaje de bienvenida y de agradecimiento el momento de irse del salón. También ofrecer un precio de descuento y un cariño adicional.

En la tabla 32 y gráfico 30 denominado “¿Creé Ud. que el restaurante le inspira confianza en las comidas que ofrece al público?” se observó que el 68% de los encuestados respondieron que si inspira confianza en las comidas que ofrece, mientras que el 32% de los encuestados considero que no inspira confianza en sus comidas. Chumpitaz, (2018) señala que es primordial la capacitación de los colaboradores como en el sentido de tener un buen trato con el cliente para que estos salgan satisfechos y complacidos del servicio que se les ha brindado de esta forma generar la fidelización de los mismos. Por otro lado, López (2018) señalo que es de vital importancia dar calidad en el servicio que se presta, que el personal que labora en los restaurantes continuamente sea entrenado y orientado para el trato con el cliente, debe de mantener en todo momento la pulcritud de los empleados y de los ambientes, y el trato personalizado con los clientes, esto redundará en el crecimiento y desarrollo de la empresa. Estas investigaciones guardan relación con la presente investigación, pues comulgamos con el mejor trato al cliente.

VI. CONCLUSIONES

Con respecto al objetivo general, características de la formalización y servicio al cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del AA.HH. Alas Peruanas, se puede concluir que han cumplido en mayor parte con la formalidad y esto ha hecho que puedan acceder a diferentes servicios y promover su competitividad y rentabilidad, con relación a las características del servicio al cliente tres de las dimensiones, capacidad de respuesta, la empatía, los elementos tangibles tienen una mayor prioridad haciendo que los clientes se sientan conformes y satisfechos.

Con respecto al primer objetivo específico, los procedimientos de formalización de estas MYPE, se concluye que han cumplido con la formalidad registral, estando constituidas como personas naturales con negocio, en la parte tributaria se encuentran inscritas ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributarias (SUNAT), emitiendo comprobantes de pago, en la parte municipal cuenta con la Licencia de Funcionamiento otorgada por la Municipalidad de Castilla, por otra parte se encontró que las empresas investigadas no cumplen con las normas laborales, vale decir, no tienen registrados a sus empleados REMYPE

Con respecto al segundo objetivo, ventajas de la formalización se concluye que el estar formalizado refleja en las empresas rentabilidad, crecimiento económico y posicionamiento en nuevos mercados, es por ello que se debe dar la importancia a la formalización ya que le abrirá nuevos servicios promoviendo la competencia

Con respecto al tercer objetivo, estrategias del servicio al cliente de las MYPE rubro restaurantes, se concluyó: que el uso de las redes sociales, WiFi, la variedad de

platos típicos, la participación de grupos musicales folclóricos, la importancia del precio y la calidad del servicio, comunicación y la cortesía son estrategias que están dadas en su mayor parte y que deben de ser reforzadas e implementadas en las MYPE investigadas.

Con respecto al cuarto objetivo las dimensiones de calidad del servicio se concluye que la capacidad de respuesta, la empatía, los elementos tangibles y la confiabilidad es satisfactoria en su mayor parte, pudiendo complementarla con capacitaciones al personal de las MYPE investigadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Córdova, L. (2017). *Caracterización de la satisfacción del cliente y competitividad de las pymes servicio rubro pollo a la brasa la Arena, 2016*. Piura: UNP.
- Cynthia, A. (2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre SAC – Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012*. Lambayeque: UNPRG.
- Hernández, R ; Fernández, C & Bastista,P. (2013). *Metodologuia de la invesigacion 5ta Edicion*. Mexico: Editorial Mexicana, Reg. Núm. 736.
- López, T. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: UNG.
- Sánchez, A. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa*. Lima: UCV.
- Hernández, Fernández & Baptista. (4 de Septiembre de 2014). *Metodologia de la Investigación. Sexta edición*. pdf

WEBGRAFÍA

- AYRA, N. (2016). “*Benchmarking y la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco-2016*”. Huanuco. Obtenido de http://200.37.135.58/bitstream/handle/123456789/139/TO47_47481829T.PDF.pdf?sequence=1&isAllowed
- Arroyo, A. &. (2018). *Formalidad para la Satisfacción Laboral en las Mypes Comercializadoras Pesqueras – Los Órganos, Piura – 2018*. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/arroyo_oa.pdf
- Barbeito, M. (2016). *Caracterización de la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes del distrito de Huaraz, 2016*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10493>

- Barrera, J. (2018). “*Caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las mypes sector servicio rubro de restaurantes del distrito de Ferreñafe, año 2018*”. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9197>
- Canatur (2017). *Canatur respalda Ley de Promoción de la Gastronomía Peruana impulsada desde el Congreso*: <https://portaldeturismo.pe/noticia/canatur-respalda-ley-de-promocion-de-la-gastronomia-peruana-impulsada-desde-el-congreso>.
- Carrasco, C. (28 de Mayo de 2017). *El uniforme: pieza clave en la gestión de restaurantes*. Obtenido de <https://www.theforkmanager.com/es-es/blog/uniforme-pieza-clave-gestion-restaurantes>
- Carrillo, V. S. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y servicio al cliente en las mype, rubro restaurantes del centro de Paita - Piura, año 2017*. Paita. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16399>
- CENEPRED. (05 de Noviembre de 2018). *Nuevo Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones*. Obtenido de <http://www3.vivienda.gob.pe/dnc/archivos/Itse/Difusion/3.-%20NUEVO%20REGLAMENTO%20ITSE%20II.pdf>
- Centro Nacional de Estimación, Prevención y Reducción del Riesgo de Desastres (2018). *Nuevo reglamento de inspecciones técnicas de seguridad en edificaciones*. Obtenido de <http://www3.vivienda.gob.pe/dnc/archivos/Itse/Difusion/3.%20nuevo%20reglamento%20itse%20ii.pdf>
- Cepeda, M. (2018). *Factores que impiden la formalización y desarrollo del sector productivo en el Ecuador, Período 2012 – 2016*. Obtenido de <https://www.amazon.com/Causas-informalidad-sectores-productivos-formalizaci%C3%B3n/dp/6202152834>
- Chumpitaz, L. M. (2018). “*Clima organizacional y servicio al cliente en el restaurante campestre el fundo Palmira, 2018*”. Huacho. Obtenido de [http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/unjfsc/3163/tesis%20clima%](http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/unjfsc/3163/tesis%20clima%20)

20organozacional%20y%20servicio%20al%20cliente%20chumpitaz%202018.pdf?sequence=1&isAllowed

Chunga, W. (2018). *Caracterización del financiamiento y formalización de las micro y pequeñas empresas comerciales rubro abarrotes del mercadillo del distrito de Bellavista, Sullana año 2018*. Sullana . Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11054>

Cotrina, L. (2016). *La formalización del comercio ambulatorio como estrategia para ampliar la base tributaria en el Perú – período comprendido entre 2015 y 2016*. Lima. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/2752/cotrina_rlma.pdf?sequence=1&isAllowed

Coronel, A. (2016). *Calidad de servicio y grado de satisfacción en el restaurante Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima 2016*. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2707/Carolina-Soledad-coronelarce%20tesis.pdf;jsessionid=de081047042877b4801dfacc4a329b94?sequence>

Diario El Comercio. (2018). *Actividad de restaurantes subió en 5,33% en noviembre 2018*. Obtenido de El Comercio; en: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/actividad-restaurantes-sube-5-33-15-noviembre-crecimiento-20-meses-positivo-polleria-comida-rapida-chifa-noticia-nndc-602860-noticia/>

Diario El Tiempo. (2018). *Piura ya cuenta con su Plan Ambiental*: <https://eltiempo.pe/municipalidad-de-piura-ya-cuenta-con-su-plan-ambiental/>

Diario El Peruano. (2018). *El peruano LEY N.º 30818*: <https://www.mef.gob.pe/es/por-nstrumento/ley/17902-ley-n-30818/file>

Diario El Tiempo. (2018). *Piura ya cuenta con su Plan Ambiental*: <https://eltiempo.pe/municipalidad-de-Piura-ya-cuenta-con-su-plan-ambiental/>

- Diario El Comercio. (2018). *Actividad de restaurantes subió en 5,33% en noviembre 2018*. Obtenido de El Comercio: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/actividad-restaurantes-sube-5-33-noviembre-crecimiento-20-meses-positivo-polleria-comida-rapida-chif>
- Diario El Peruano. (19 de Diciembre de 2017). *Decreto Legislativo N° 1271*. Obtenido de El Peruano: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-legislativo-que-modifica-la-ley-n-28976-ley-marco-decreto-legislativo-n-1271-1465277-3/noticia-nndc-602860-noticia/>
- Domínguez, J. (21 de Junio de 2013). *La formalidad empresarial*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/opinion/julian-dominguez-rivera/formalidad-empresarial-74748>
- EXTINSAFE. (9 de Marzo de 2016). *Protocolo Y Documentos Extintores*. Obtenido de xtinsafe.com/post/2016/03/09/protocolo-y-documentos-extintores
- Espinosa, R. (2017). *La fiabilidad ofrece un servicio de calidad*. Obtenido de <https://www.puromarketing.com/13/12498/condiciones-necesarias-para-ofrecer-servicio-calidad.html>
- Ferruzola, J. A. (2018). *Plan de negocios para la formalización empresarial del restaurante el Rey de la chuleta de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2298>
- Galiana, P. (9 de Diciembre de 2016). *Las 5 fuerzas de Porter y cómo aprovecharlas*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/las-5-fuerzas-porter-marketing-digital/>
- Gastronomía . (2015). *UNESCO la gastronomía peruana, ¿Patrimonio de la Humanidad?*: <https://espana.gastronomia.com/noticia/4310/la-gastronomia-peruana-patrimonio-de-la-humanidad>
- Hernández, A. (2015). *Capacidad de Respuesta*. Obtenido de <https://servikblog.wordpress.com/2013/01/14/capacidad-de-respuesta/>

- Humberto. (2013). *Estrategias del servicio al cliente*. Obtenido de http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/1037/Contenido_Modulo_II_Servicio_al_cliente.pdf
- INEI. (2018). *Sector Restaurantes*: <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/negocios-de-restaurantes-crecieron-210-en-enero-de-este-ano-y-acumulo-10-meses-de-crecimiento-continuo-10660/>
- INDECI. (s.f). *Inspecciones Técnicas De Seguridad* . Obtenido de https://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/11854/PLAN_11854_manual%20para%20la%20ejecucion%20de%20inspecciones%20tecnicas%20de%20seguridad%20en%20defensa%20civil_.pdf
- Isidro, M (2018). *¿Por qué es obligatorio obtener el carné de sanidad?* Obtenido de <http://msi.gob.pe/portal/salud-humana/carne-sanitario>
- Komiya, A. (30 de octubre de 2015). *Qué es el servicio al cliente y cuál es su importancia*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>
- Ley N° 30056. (2 de Julio de 2013). *Ley que modifica diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo productivo y el Crecimiento Empresarial*. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>
- Manriquez, C. (2016). *Determinantes de la satisfacción del cliente en los supermercados de los Angeles*. Obtenido de <http://repositorio.udec.cl/bitstream/handle/11594/2390/Mesina%20-%20Ogeda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Masías, M. (2016). *Formalización y gestión de calidad de las mype comerciales, rubro ropa del mercado central de Talara (Piura), año 2016*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1019/FORMALIZACION_GESTION_DE_CALIDAD_MASIAS_VILCHEZ_MARIA_EL_IZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Morales, J. (2016). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://www.slideserve.com/arva/metodolog-a-de-la-investigaci-n>
- Municipalidad Distrital de Castilla. (2019). *Licencia de Funcionamiento*. Obtenido de <https://www.municastilla.gob.pe/lfuncionamiento.html>
- Mi Empresa Propia. (Setiembre de 2018). *Remype*. Obtenido de REMYPE – Registro de la Micro y Pequeña Empresa: <https://mep.pe/remype-registro-de-la-micro-y-pequena-empresa/>
- Ministerio y Promocion del Empleo. (16 de enero de 2016). *Del Registro de REMYPE*. Obtenido de <http://www2.trabajo.gob.pe/el-ministerio-2/sector-empleo/dir-gen-promocion-del-empleo/remype/sobre-el-registro-remype/>
- Minsterio de Trabajo y Promoción del Empleo, (2018). *¿Qué es el REMYPE?* Obtenido de <https://www.mypes.pe/que-es-el-remype>
- Michuy, E. (16 de Mayo de 2016). *Estrategias para mejorar el servicio en un restaurante*. Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/12-estrategias-para-mejorar-el-servicio-en-un-restaurante-michuy-verdezoto>
- Noguera, M. (2017). Incentivos para la Creación y Formalización Empresarial en Colombia:<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/34140/>
- Llontop, J. (2018). *Caracterización de la formalización y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes vegetarianos en Chiclayo, 2018*. Chiclayo. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10803Alejandra2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Luján, J. (2018). *Estrategia y acciones en restautantes* . Obtenido de <https://socialcodes.es/blog/10-consejos-de-marketing-para-restaurantes/>
- Luna, I. (2017). *Evaluación de la calidad del servicio* . Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/S0186104217300694.pdf>
- Niño, D. (2018). *Caracterización del servicio al cliente y competitividad de las MYPE rubro Restaurantes de Montero - Ayabaca, año 2018*. Ayabaca. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/7369>

- Organización Internacional de Trabajo (2017). *La Formalización de las Empresas*.
Obtenido de OIT: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/publicación/wcms_549523.pdf
- Olaya, M (2018). *Caracterización de la competitividad y formalización de las mype rubro panaderías de campo polo Castilla – Piura, año 2018*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7405/Competitividad_Formalizacion_Olaya_Nole_Milagros_Hayde.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Perez, L. (2017). *La justificación aborda la importancia del tema de investigación y su relevancia social, teórica, metodológica, institucional*. Obtenido de <https://slideplayer.es/slide/11812848/>
- Puch, M. (10 de Marzo de 2018). *Importancia y pasos para formalizar mi emprendimiento en el Perú*. Obtenido de <https://medium.com/@m.puch.coronado/importancia-y-pasos-para-formalizar-mi-emprendimiento-en-el-per%C3%BA-86aa812e7c29>
- Raffino, M. (4 de Julio de 2018). *¿Qué es el servicio al cliente?* Obtenido De <https://concepto.de/servicio-al-cliente/>
- Rey, E. (15 de Abril de 2016). Obtenido de <https://www.diegocoquillat.com/los-restaurantes-apuestan-por-la-musica-para-fidelizar-a-sus-clientes/>
- Rivera, C. (2017). *Limitaciones y Delimitaciones*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/CristianRivera/limitaciones-y-delimitaciones>
- Rodriguez, P. (6 de Junio de 2013). *Estrategias de Servicio al Cliente*. Obtenido de <https://www.elfinancierocr.com/pymes/gerencia/15-estrategias-para-mejorar-el-servicio-al-cliente/hibcmocoinc4pnccoyhwqn24mi/story/>
- Romero, L. (2014). *¿Por qué debo formalizar mi empresa?* <http://www.pqs.pe/tu-negocio/por-que-debo-formalizar-mi-empresa>.
- Romero, J. (2018). *La Formalización de las Mypes, del sector servicio, Rubro Restaurantes, De La Urbanización Sol de Oro del distrito de los Olivos, Lima 2018*. Lima. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11191>

- Salinas, J. F. (2017). *Influencia de una estrategia de diferenciación del servicio para el incremento de las ventas en el restaurante Sansano del distrito de San Juan de Lurigancho*. Lima. Obtenido de <http://168.121.49.87/bitstream/handle/URP/1495/Influencia%20de%20una%20Estrategia%20de.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- SMINGENIERIA. (16 de Mayo de 2017). *Certificado de Pozo a Tierra*. Obtenido de <https://www.smingenieria.com/category/certificado-de-pozo-a-tierra/>
- SUNARP. (2018). *Constituye tu empresa en seis pasos*. Obtenido de <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/08/03/constituye-tu-empresa-en-seis-pasos>
- SUNAT. (2018). *Inscripción al RUC - Empresas*. Obtenido de http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc_empresas/inscripcion-al-ruc-empresas.
<http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/unp/1215/adm-val-cal-18.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ULADECH Católica (2019). *Código de ética para la investigación*. Obtenido de <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>
- UME, v. (s.f.). *servicio al cliente*. Obtenido de http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/1037/Contenido_Modulo_II_Servicio_al_cliente.pdf
- Vásquez, J. (2016). *Gestión de calidad y la formalización de las MYPES en el sector servicios, restaurant cevichería del distrito de Callería, año 2016*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2215>
- Vegas, I. (28 de Julio de 2017). *Formalización empresarial: más que un costo, una oportunidad*. Obtenido de <https://www.ambitojuridico.com/noticias/general/mercantil-propiedad-intelectual-y->

- Vidal, M. (2014). *La Formalización*. Obtenido de <http://rpp.pe/politica/actualidad/manuel-pulgar-vidal-la-formalizacion-es-un-proceso-complejo-pero-exitoso-noticia>. Lima: RPP.
- Villalba, A. (2016). *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca BEACH, Azuca Bristo y Q restaurant, y sugerencias de mejora*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/tesis%20final%20con%20formato%20dise%c3%91ado2.pdf?sequence=1&isAllowed=yarbitraje/formalización-empresarial>
- Villalta, B. R. (2017). *Caracterización de la atención al cliente y capacitación de las MYPE rubro restaurantes de la calle Tacna del mercado de Piura, año 2017*. Piura. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10465>
- Villar, P. (2017). *Perú: MYPES siguen aumentando, pero formalización no avanza*. Obtenido de El comercio: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/informalidad-micro-pequenos-negocios-peru-noticia-noticia-448518>. Lima: Comex.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz e indicador pregunta

Variable	Dimensión	Indicador	Pregunta	Escala	Fuente
Formalización	Procedimientos de formalización	Registral	¿Qué tipo de persona empresarial es usted?	Nominal	Propietario
		Tributaria	¿Su restaurante se encuentra registrado en la SUNAT?		
			¿Ud. Emite boletas de pago y/o Facturas al cliente?		
			¿Cuenta Ud. con el libro de reclamaciones?		
		Municipal	¿Su establecimiento cuenta con Licencia Municipal de Funcionamiento?		
			¿Ud. cuenta con Certificado de Defensa Civil vigente?		
			Ud. cuenta con Carnet de Manipulación de Alimentos?		
			¿Cuenta Ud. con Certificado de Saneamiento Habilitado		
			¿Cuenta con Licencia para carteles publicitarios?		
		Laboral	¿Su restaurante cumple con las normas laborales?		
	Ventajas	Beneficios	¿Considera Ud. que la formalización de su restaurante es una herramienta para acceder a un préstamo?		
			¿Cumplir con el régimen legal y tributario, le proporciona mayor posicionamiento empresarial?		

			¿Ud. considera que la formalización le proporciona mayor credibilidad y confianza a su MYPE?		
			¿El cumplimiento de las normas le ha permitido alcanzar mayor desarrollo económico y social?		
Servicio al cliente	Estrategia	La cortesía y la amabilidad	¿Ud. está de acuerdo con la cortesía que brinda el personal?	Nominal	Cliente
		Rapidez del servicio	¿El personal lo atiende con rapidez?		
		Atracción por redes sociales	¿Considera Ud. que las redes sociales son estrategias atractivas para los clientes?		
		Comunicación	¿Considera Ud. que la comunicación es la clave del éxito para el crecimiento del restaurante?		
		recomendación	¿Recomendaría Ud. el restaurante a otras personas?		
		Precio y calidad	¿Es importante para Ud. el precio y la calidad que otorga el restaurante?		
		Limpieza y desinfección	¿Está de acuerdo Ud. con la limpieza y desinfección del local?		
		Contratación de grupos musicales	¿Esta Ud. de acuerdo que la gerencia del restaurante contrate a grupos musicales de entretenimiento?		

		Variedad de platos	¿La variedad de platos típicos es una buena estrategia para volver a visitarlo?		
		Presencia y vestimenta	¿La presencia y la forma de vestir de los mozos consideran que es importante?		
		Acceso a WiFi	¿Estaría de acuerdo Ud. de que el restaurante cuente con WiFi gratis?		
	Dimensiones	Elementos tangibles	Cuando ingreso al restaurante su infraestructura le inspiro confianza y seguridad	Nominal	
		Capacidad de respuesta	¿Considera Ud. que los colaboradores dan respuesta inmediata y muestran una actitud positiva al cliente?		
		Confiabilidad	Cuando Ud. ingreso percibió que los mozos le brindaron el servicio en forma rápida, amable, y respetuosa.		
		Seguridad	¿Cree Ud. que el restaurante le inspira confianza en las comidas que ofrece al público?		
		Empatía	¿Cree Ud. Que la atención personalizada es primordial en un restaurante?		

Anexo N° 2: Cuestionario al gerente (Propietario)



Cuestionario aplicado a la MYPE

¡Buen día!, La presente es para comunicarle que me encuentro realizando una investigación con la única finalidad conocer las características de las MYPE- rubro restaurantes del AA. HH. Alas Peruanas del distrito de Castilla- Piura, año 2018 con respecto a la formalización y servicio al cliente. Por lo que solicito su colaboración cumpliendo este cuestionario marcando con una (X) la respuesta que Ud. crea conveniente.

Se agradece el apoyo en la resolución del presente cuestionario y la información que brindará será de mucha utilidad en la presente investigación.

1.- ¿Cuál es su grado de estudios?

Primaria () _____ Secundaria () _____ Técnico universitario () _____
Universitaria ()

2.- Género

Femenino () _____ Masculino ()

3.- ¿Qué edad tiene?

20 a 30 años () _____ 30 a 40 () _____ 40 a más ()

4.- ¿Cuánto tiempo tiene funcionando?

0 a 1 año () _____ 1 a 5 años () _____ 5 a 10 años ()

5.- ¿Cuántos trabajadores tiene?

1 a 3 () _____ 3 a 5 () _____ 5 a 10 ()

Procedimientos de formalización:

6.¿Qué tipo de persona empresarial es usted?

Persona natural ()

Persona jurídica ()

7.- ¿Su restaurante se encuentra registrado en la SUNAT?

Si ()

No ()

8.- ¿Ud. Emite boletas de pago y/o facturas al cliente?

Si ()

No ()

9.- ¿Cuenta Ud. con el Libro de Reclamaciones?

Si ()

No ()

10.- ¿Su establecimiento cuenta con Licencia Municipal de Funcionamiento?

Si ()

No ()

11.- ¿Cuenta Ud. con Certificado de Defensa Civil?

Si ()

No ()

12.- ¿Ud. cuenta con Carnet de Manipulación de Alimentos?

Si ()

No ()

13.¿Cuenta con Licencia para Carteles Publicitarios?

Si ()

No ()

14.- ¿Su restaurante cumple con las normas laborales?

Si ()

No ()

Ventajas de la formalización

15.- Considera Ud. que la formalización de su restaurante es una herramienta para acceder a un préstamo?

Si ()

No ()

16.- ¿Cumplir con el régimen legal y tributario, le proporciona mayor posicionamiento empresarial?

Si ()

No ()

17.- ¿Ud. considera que la formalización le proporciona mayor credibilidad y confianza a su MYPE?

Si ()

No ()

18.- ¿El cumplimiento de las normas le ha permitido alcanzar mayor desarrollo económico y social?

Si ()

No ()

Anexo N° 3: Cuestionario aplicado a los cliente



Cuestionario dirigido a los clientes

¡Buen día!, La presente es para comunicarle que me encuentro realizando una investigación con la única finalidad conocer las características de las MYPE- rubro restaurantes del AA. HH Alas Peruanas del distrito de Castilla- Piura, año 2018 con respecto a la Formalización y Servicio al Cliente. Por lo que solicito su colaboración cumpliendo este cuestionario marcando con una (X) la respuesta que Ud. crea conveniente.

Se agradece el apoyo en la resolución del presente cuestionario y la información que brindará será de mucha utilidad en la presente investigación

Estrategias del servicio al cliente

1 ¿Ud. está de acuerdo con la cortesía que brinda el personal?

Si ()

No ()

2 ¿El personal lo atiende con rapidez?

Si ()

No ()

3 ¿Considera usted que las redes sociales son estrategias atractivas para los clientes?

Si ()

No ()

4 ¿Considera Ud. que la comunicación es la clave del éxito para el crecimiento del restaurante?

Si ()

No ()

5 ¿Recomendaría Ud. el restaurante a otras personas?

Si ()

No ()

6 ¿Es importante para Ud. el precio y la calidad que otorga el restaurante?

Si ()

No ()

7 ¿Está de acuerdo Ud. con la limpieza y desinfección del local?

Si ()

No ()

8 ¿Esta Ud. de acuerdo que la gerencia del restaurante contrate a grupos musicales de entretenimiento?

Si ()

No ()

9 La variedad de platos típicos es una buena estrategia para volver a visitarlo

Si ()

No ()

10 ¿La presencia y la forma de vestir de los mozos considera que es importante?

Si ()

No ()

11 ¿Estaría de acuerdo Ud. de que el restaurante cuente con WiFi gratis?

Si ()

No ()

Dimensiones de calidad del servicio

12 ¿Cuándo Ud. ingreso al restaurante su infraestructura le inspiro confianza y seguridad?

Si ()

No ()

13 ¿Considera Ud. que los colaboradores dan respuesta inmediata y muestran actitud positiva a los clientes?

Si ()

No ()

14 ¿Cuándo Ud. ingreso percibió que los mozos le brindaron el servicio en forma rápida, amable y respetuosa?

Si ()

No ()

15 ¿Cree Ud. que la atención personalizada es primordial en un restaurante?

Si ()

No ()

16 ¿Cree Ud. que el restaurante le inspira confianza en las comidas que ofrece al público?

Si ()

No ()

Anexo N° 4: Constancia de validación

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Héctor Orlando Arica Clavijo Identificado con
DNI 02786302 MAGISTER EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación el (los)
Instrumentos de recolección de datos:

Cuestionario, elaborado por:

MARIA DINA BERMEO CRUZ, a los efectos de su
Aplicación a los elementos de estudio de la población seleccionada para el trabajo de
investigación “formalización y servicio al cliente de las MYPE restaurantes del AA.HH
Alas Peruanas”

Que se encuentra realizando.

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

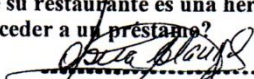
Piura, 06 de Julio 2020


Mg. Arica Clavijo Héctor Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

Firma

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS POR EXPERTOS DE JUICIO

Ítem relacionado con la formalización	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿Qué tipo de persona empresarial es usted?	✓			✓		✓		✓
2- ¿Su restaurante se encuentra registrado en la SUNAT?	✓			✓		✓		✓
3-¿Ud., Emite boletas de pago y/o Facturas al cliente?	✓			✓		✓		✓
4- ¿Cuenta Ud. con el libro de reclamaciones?	✓			✓		✓		✓
5- ¿Su Establecimiento Cuenta con Licencia Municipal de Funcionamiento	✓			✓		✓		✓
6- ¿Ud. Cuenta con Certificado de Defensa Civil Vigente?	✓			✓		✓		✓
7- Ud., cuenta con Carnet de Manipulación de Alimentos?	✓			✓		✓		✓
8-¿Cuenta Ud. Con certificado de saneamiento habilitado?	✓			✓		✓		✓
9.- ¿Cuenta con licencia para carteles publicitarios?	✓			✓		✓		✓
10.- ¿Su Restaurante cumple con las normas laborales??	✓			✓		✓		✓
11.- ¿Considera Ud. Que la formalización de su restaurante es una herramienta para acceder a un préstamo?	✓			✓		✓		✓


 Mr. Alicia Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246
 CLAD 06246

12.- ¿Cumplir con el régimen legal y tributario, le proporciona mayor posicionamiento empresarial?	✓			✓		✓		✓
13.- ¿Usted considera que la formalización le proporciona mayor credibilidad y confianza a su MYPE?	✓			✓		✓		✓
14.- ¿El cumplimiento de las normas le ha permitido alcanzar mayor desarrollo económico y social?	✓			✓		✓		✓
Ítem relacionada con la variable servicio al cliente	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
15 ¿Ud., está de acuerdo con la cortesía que brinda el personal?	✓			✓		✓		✓
16 ¿El personal lo atiende con rapidez?	✓			✓		✓		✓
17 ¿Considera usted que las Redes Sociales son estrategias Atractivas para los clientes?	✓			✓		✓		✓
18 ¿Considera Ud. que la comunicación es la clave del éxito para el crecimiento del restaurante?	✓			✓		✓		✓
19 ¿Recomendaría Ud., el restaurante a otras personas?	✓			✓		✓		✓
19 ¿Es importante para Ud., el precio y la calidad que otorga el restaurante?	✓			✓		✓		✓
20 ¿Está de acuerdo Ud. con la limpieza y desinfección del local?	✓			✓		✓		✓


Mg. Arica Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

21 ¿Esta Ud., De acuerdo que la gerencia del restaurante contrate a grupos musicales de entretenimiento?	✓			✓		✓		✓
22 ¿La variedad de platos típicos es una buena estrategia para volver a visitarlo?	✓			✓		✓		✓
22 ¿La presencia y la forma de vestir de los mozos considera que es importante?	✓			✓		✓		✓
24 ¿Estaria de acuerdo usted de que el Restaurante cuente con WiFi Gratis?	✓			✓		✓		✓
Considera usted que los colaboradores dan respuesta inmediata y muestran una actitud positiva al cliente?	✓			✓		✓		✓


Mg. Arica Clavijo Hector Orian
DNI. 02786302
CLAD 06246

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

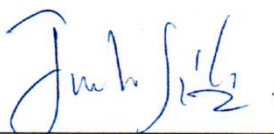
Yo Fernando Suárez Carrasco, Identificado con DNI 02616283, MAGISTER EN Administración.

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación los Instrumentos de recolección de datos:

Cuestionario, elaborado por: María Bermeo Cruz, a los efectos de su Aplicación a los elementos de estudio de la población seleccionada para el trabajo de investigación “Formalización y servicio al cliente de las MYPE restaurantes del AA.HH. Alas Peruanas” Que se encuentra realizando.

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

Piura, 06 de julio de 2020

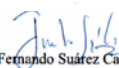


Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
CLAD N°05461

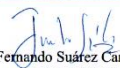
VALIDACIÓN DE ENCUESTAS POR EXPERTOS DE JUICIO

Ítem relacionado con la formalización	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿Qué tipo de persona empresarial es usted?	X			X		X		X
2- ¿Su restaurante se encuentra registrado en la SUNAT?	X			X		X		X
3-¿Ud., emite boletas de pago y/o facturas al cliente?	X			X		X		X
4- ¿Cuenta Ud. con el libro de reclamaciones?	X			X		X		X
5- ¿Su Establecimiento Cuenta con Licencia Municipal de Funcionamiento	X			X		X		X
6- ¿Ud. Cuenta con Certificado de Defensa Civil Vigente?	X			X		X		X
7- Ud., cuenta con carné de Manipulación de Alimentos?	X			X		X		X
8-¿Cuenta Ud. Con certificado de saneamiento habilitado?	X			X		X		X
9.- ¿Cuenta con licencia para carteles publicitarios?	X			X		X		X
10.- ¿Su Restaurante cumple con las normas laborales??	X			X		X		X
11.- Considera Ud. ¿Que la formalización de	X			X		X		X

su restaurante es una herramienta para acceder a un préstamo?									
12.-¿Cumplir con el régimen legal y tributario, le proporciona mayor posicionamiento empresarial?	X			X		X		X	
13.- ¿Usted considera que la formalización le proporciona mayor credibilidad y confianza a su MYPE?	X			X		X		X	
14- ¿El cumplimiento de las normas le ha permitido alcanzar mayor desarrollo económico y social?	X			X		X		X	
15. Ítem relacionada con la variable servicio al cliente		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO


 Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
 CLAD N°05461

16 ¿Ud., está de acuerdo con la cortesía que brinda el personal?	X			X		X		X
17 ¿El personal lo atiende con rapidez?	X			X		X		X
18 ¿Considera usted que las Redes Sociales son estrategias Atractivas para los clientes?	X			X		X		X
19 ¿Considera Ud. que la comunicación es la clave del éxito para el crecimiento del restaurante?	X			X		X		X
20 ¿Recomendaría Ud., el restaurante a otras personas?	X			X		X		X
21 ¿Es importante para Ud., el precio y la calidad que otorga el restaurante?	X			X		X		X
22 ¿Está de acuerdo Ud. con la limpieza y desinfección del local?	X			X		X		X
23 ¿Esta Ud., De acuerdo que la gerencia del restaurante contrate a grupos musicales de entretenimiento?	X			X		X		X
24 ¿La variedad de platos típicos es una buena estrategia para volver a visitarlo?	X			X		X		X
25 ¿La presencia y la forma de vestir de los mozos considera que es importante?	X			X		X		X
26 ¿Estaría de acuerdo usted de que el Restaurante cuente con WiFi Gratis?	X			X		X		X
27. ¿Considera usted que los colaboradores dan respuesta inmediata y muestran una actitud positiva al cliente?	X			X		X		X


 Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
 CLAD N°05461

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Raquel Silva Juárez Identificado con
DNI 02846914 MAGISTER EN GERENCIA EMPRESARIAL

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación el (los)
Instrumentos de recolección de datos:

Cuestionario, elaborado por:

María Dina Bermeo Cruz, a los efectos de su
Aplicación a los elementos de estudio de la población seleccionada para el trabajo de
investigación “formalización y servicio al cliente de las MYPE restaurantes del AA.HH
Alas Peruanas”

Que se encuentra realizando.

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

Piura, 06 de julio del 2020

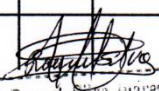


Mg. Raquel Silva Juárez
LC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD-01899

Firma

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS POR EXPERTOS DE JUICIO


Ítem relacionado con la formalización	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿Qué tipo de persona empresarial es usted?	✓			✓		✓		✓
2- ¿Su restaurante se encuentra registrado en la SUNAT?	✓			✓		✓		✓
3-¿Ud., Emite boletas de pago y/o Facturas al cliente?	✓			✓		✓		✓
4- ¿Cuenta Ud. con el libro de reclamaciones?	✓			✓		✓		✓
5- ¿Su Establecimiento Cuenta con Licencia Municipal de Funcionamiento	✓			✓		✓		✓
6- ¿Ud. Cuenta con Certificado de Defensa Civil Vigente?	✓			✓		✓		✓
7- Ud., cuenta con Carnet de Manipulación de Alimentos?	✓			✓		✓		✓
8-¿Cuenta Ud. Con certificado de saneamiento habilitado?	✓			✓		✓		✓
9.- ¿Cuenta con licencia para carteles publicitarios?	✓			✓		✓		✓
10.- ¿Su Restaurante cumple con las normas laborales??	✓			✓		✓		✓
11.- ¿Considera Ud. Que la formalización de su restaurante es una herramienta para	✓			✓				✓


 Mg. Raquel Silva Jirapaz
 U.C. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

acceder a un préstamo?	✓			✓			✓	
12.- ¿Cumplir con el régimen legal y tributario, le proporciona mayor posicionamiento empresarial?	✓			✓			✓	✓
13.- ¿Usted considera que la formalización le proporciona mayor credibilidad y confianza a su MYPE?	✓			✓			✓	✓
14.- ¿El cumplimiento de las normas le ha permitido alcanzar mayor desarrollo económico y social?	✓			✓			✓	✓
Ítem relacionada con la variable servicio al cliente	✓							
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO


 Mg. Raquel Silva Juárez
 UC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

15 ¿Ud., está de acuerdo con la cortesía que brinda el personal?	/			✓		✓		✓
16 ¿El personal lo atiende con rapidez?	✓			✓		✓		✓
17 ¿Considera usted que las Redes Sociales son estrategias Atractivas para los clientes?	✓			✓		✓		✓
18 ¿Considera Ud. que la comunicación es la clave del éxito para el crecimiento del restaurante?	✓			✓		✓		✓
19 ¿Recomendaría Ud., el restaurante a otras personas?	✓			✓		✓		✓
19 ¿Es importante para Ud., el precio y la calidad que otorga el restaurante?	✓			✓		✓		✓
20 ¿Está de acuerdo Ud. con la limpieza y desinfección del local?	✓			✓		✓		✓
21 ¿Esta Ud., De acuerdo que la gerencia del restaurante contrate a grupos musicales de entretenimiento?	✓			✓		✓		✓
22 ¿La variedad de platos típicos es una buena estrategia para volver a visitarlo?	✓			✓		✓		✓
22 ¿La presencia y la forma de vestir de los mozos considera que es importante?	✓			✓		✓		✓
24 ¿Estaría de acuerdo usted de que el Restaurante cuente con WiFi Gratis?	✓			✓		✓		✓
Considera usted que los colaboradores dan respuesta inmediata y muestran una actitud						✓		✓


 Mg. Raquel Silva
 UC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

Anexo N° 5: Codificación de la variable formalización

Gerente	PREGUNTAS													
	P1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	P13	P14
	Objetivo A: Procedimientos de formalización										Objetivo B: Ventajas de formalización			
G-1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1
G-2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1
G-3	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1
Frecuencia	sí=3	sí=2	sí=3	sí=2	sí=0	sí=0	sí=3	sí=1	sí=1	sí=3	sí=2	sí=0	sí=3	sí=3
	no=0	no=1	no=0	no=1	no=3	no=3	no=0	no=2	no=2	no=0	no=1	no=3	no=0	no=0
Total	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Porcentaje	100%	67%	100%	67%	0%	0%	100%	33%	33%	100%	67%	0%	100%	100%
	0%	33%	0%	33%	100%	100%	0%	67%	67%	0%	33%	100%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Creación propia

P= Preguntas G=Gerente

Anexo N° 6: Codificación de la variable servicio al cliente

Cliente	Preguntas															
	P1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16
Objetivo	Objetivo C: Estrategia del servicio al cliente								Objetivo D: Dimensiones de calidad del servicio							
C-1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1
C-2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1
C-3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1
C-4	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2
C-5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
C-6	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
C-7	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
C-8	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1
C-9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
C-10	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2
C-11	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
C-12	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2
C-13	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1
C-14	1	1	1	2	1	2	1	1	1		1	1	2	1	2	1
C-15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2
C-16	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
C-17	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-18	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2
C-19	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
C-20	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1
C-21	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2
C-22	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1

C-23	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
C-24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
C-25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C-26	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2
C-27	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2
C-28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-29	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2
C-30	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
C-31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
C-32	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1
C-33	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
C-34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
C-35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-36	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2
C-37	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
C-38	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
C-39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
C-40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
C-41	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
C-42	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1
C-43	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C-44	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2
C-45	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1
C-46	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-47	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2
C-48	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1
C-49	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1

C-50	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
C-51	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
C-53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
C-54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C-55	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
C-56	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1
C-57	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C-58	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	4	2
C-59	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
C-60	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C-61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	2
C-62	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
C-63	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1
C-64	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
C-65	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C-66	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
C-67	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
C-68	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
Frecuencia	Si=50	Si=55	Si=58	Si=51	Si=56	Si=59	Si=62	Si=58	Si=60	Si=45	Si=62	SI= 23	Sí=51	Sí=47	Sí=48	Sí=51
	No=18	No=13	No=10	No=17	No=12	No=9	No=6	No=10	No=8	No=23	No=6	No=45	No=17	No=21	No=20	No=17
Total	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
Porcentaje	93%	80%	92%	93%4	95%	96%	76%	96%	97% 2	82%	98%	82%	93%	81%	68%	93%
	7%	20%	8%	7%	5%	4%	24%	4%	3%	18%	2%	18%	7%	19%	32%	7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Anexo N° 7: Reporte del Turnitin

[Visualizador de documentos](#)

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 23-jul.-2020 15:53 -05
Identificador: 1359350981
Número de palabras: 11452
Entregado: 1

informe final Por Berneo Cruz Berneo Cruz

Similitud según fuente	
Índice de similitud	
0%	Internet Sources: 0%
	Publicaciones: 0%
	Trabajos del estudiante: 0%