



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS  
ORGANIZACIONES DEL SECTOR TURISMO DE LA  
CIUDAD DE TALARA, 2023**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

**VIVAS ZELADA, CHRISTIAN MANUEL**

**ORCID: 0000-0002-4755-6140**

**ASESOR:**

**CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS**

**ORCID: 0000-0002-6399-5928**

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2023**



**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**ACTA N° 0044-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS**

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **17:40** horas del día **08** de **Enero** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

**LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL** Presidente  
**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA** Miembro  
**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE** Miembro  
**Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS** Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR TURISMO DE LA CIUDAD DE TALARA, 2023**

**Presentada Por :**  
(1201082042) **VIVAS ZELADA CHRISTIAN MANUEL**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **15**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciado en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

**LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL**  
Presidente

**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA**  
Miembro

**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE**  
Miembro

**Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS**  
Asesor



## CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR TURISMO DE LA CIUDAD DE TALARA, 2023 Del (de la) estudiante VIVAS ZELADA CHRISTIAN MANUEL , asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 0% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 06 de Febrero del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman  
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

## Dedicatoria

En primer lugar, a Dios y a mi familia por brindarme las fuerzas y el apoyo para poder terminar satisfactoriamente mi trabajo de investigación.

A mi querida madre y amiga que siempre me impulsa a seguir adelante y que es mi apoyo incondicional

A mi asesor de investigación por brindarme sus conocimientos a través de sus enseñanzas y consejos para llegar a concluir mi proyecto de tesis.

## Agradecimiento

Primero a mi Dios por regalarme la vida, por haberme dado la fortaleza espiritual en momentos difíciles y sobre todo por guiarme e iluminarme.

A mis padres y hermanos, quienes con amor y cariño me inculcaron los valores para mi formación como persona y profesional, gracias por su apoyo incondicional.

## Índice general

Caratula.....	I
Acta de sustentación.....	II
Constancia de originalidad.....	III
Dedicatoria .....	IV
Agradecimiento.....	V
Índice general.....	VI
Lista de tablas.....	VIII
Lista de figuras.....	IX
Resumen.....	X
Abstract.....	XI
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Antecedentes.....	8
2.2. Bases teóricas.....	17
2.3. Hipótesis.....	44
III. METODOLOGÍA.....	45
3.1 Nivel, Tipo y Diseño de investigación.....	45
3.2 Población y muestra.....	46
3.3 Variables. Definición y operacionalización.....	47
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	49
3.5 Método de análisis de datos.....	50
3.6 Aspectos Éticos.....	50
IV. RESULTADOS.....	52
V. DISCUSIÓN.....	64
VI. CONCLUSIONES.....	101
VII. RECOMENDACIONES.....	103
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	104
ANEXOS 110	
Anexo 01 Matriz de consistencia.....	110
Anexo 02 Instrumento de recolección de datos.....	111
Anexo 03 Validez del instrumento.....	113

Anexo 04 Confiabilidad del instrumento .....	125
Anexo 05 Formato de Consentimiento informado.....	126
Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información.....	129
Anexo 07. Evidencias de ejecución (declaración jurada, base de datos).....	130

**Lista de tablas**

Tabla N° 1: Variables. Definición y operacionalización.....	47
Tabla N° 2: Características de la formalización de las organizaciones del sector turismo de la ciudad de Talara, 2023.....	52
Tabla N° 3: Características de la competitividad de las Organizaciones del sector turismo de la ciudad de Talara, 2023.....	55
Tabla N° 4: Propuesta de plan de mejora de la formalización y competitividad de las Organizaciones del sector turismo de la ciudad de Talara, 2023.....	58
Tabla N° 5: Descripción de funciones Gerencia.....	79
TABLA N° 6: Descripción de funciones Administrador.....	80
Tabla N° 7: Descripción de funciones Area Logística.....	81
Tabla N° 8: Descripción de funciones jefe de Recursos Humanos.....	82
Tabla N° 9: Descripción de funciones asistente administrativo de Recursos Humanos.....	83
Tabla N° 10: Diagnóstico general.....	84
Tabla N° 11: Indicadores de una buena gestión.....	85
Tabla N° 12: Problemas.....	86
Tabla N° 13: Establecer soluciones.....	87
Tabla N° 14: Recursos para la implantación de las estrategias.....	93
Tabla N° 15: Cronograma de actividades.....	97

**Lista de figuras**

Figura 1. Nivel de formalización y competitividad.....	110
Figura 2. Nivel de cumplimiento de la legislación y normatividad, así como de la tribulación.....	110
Figura 3. Nivel de calidad de los servicios y de la implementación de estrategias.....	111

## Resumen

La presente investigación denominada “La formalización y la competitividad de las organizaciones del sector turismo de la ciudad de Talara, 2023”; se llevó a cabo con el objetivo de determinar la caracterización de la formalización y la competitividad de las organizaciones del sector turismo de la ciudad de Talara, 2023. Para ello la investigación se basó tipo cuantitativo, nivel descriptivo-propositivo y diseño no experimental de corte transversal. La población y muestra estuvieron conformadas por 8 representantes de empresas del sector turismo pertenecientes a la ciudad de Talara donde se entrevistó a dueños y trabajadores de esta los cuales por medio de la técnica de la encuesta haciendo uso del cuestionario como instrumento de recolección de datos; para lo cual estos respondieron dos cuestionarios de 8 ítems cada uno como medios de recolección de datos. Los resultados evidenciaron que sólo el 6,7% de las empresas son formales y un 90% están en proceso; mientras que a nivel de competitividad sólo un 10% es realmente competitividad y busca innovar y un 70% se preocupa por mejorar a un nivel medio. Tras analizar los hallazgos se llegó a concluir que en cuanto a los niveles de formalización y competitividad, los hallazgos evidenciaron que a nivel de formalización la mayor parte de las organizaciones del rubro turismo cumplen hasta cierto punto con su formalización y pagos de tributos según la mayor parte de estos; mientras que aún se aprecia un porcentaje considerable que se ve inmerso en la informalidad; es decir, la mayoría de las empresas de este rubro cumple con sus deberes a un nivel intermedio y sólo un porcentaje bajo de empresas son formales a cabalidad. Mientras que con respecto a la competitividad entre las organizaciones del sector hotelero se encontró que la mayoría de estas empresas diseñan estrategias o mejoran sus servicios a un nivel intermedio.

**Palabras clave:** Formalización, competitividad.

### **Abstract**

Formalization and competitiveness of MSEs in the tourism sector in the city of Talara, 2023"; was carried out with the objective of determining the characterization of the formalization and competitiveness of organizations in the tourism sector in the city of Talara, 2023. The research was based on a quantitative, descriptive-propositive and non-experimental cross-sectional design. The population and sample consisted of 8 representatives of companies in the tourism sector belonging to the city of Talara where owners and workers were interviewed through the survey technique using the questionnaire as a data collection instrument; for which they answered two questionnaires of 8 items each as a means of data collection. The results showed that only 6.7% of the companies are formal and 90% are in process; while at the level of competitiveness only 10% are really competitive and seek to innovate and 70% are concerned about improving at a medium level. After analyzing the findings, it was concluded that in terms of the levels of formalization and competitiveness, the findings showed that in terms of formalization, most of the organizations in the tourism sector comply to a certain extent with their formalization and tax payments, while a considerable percentage is still immersed in informality; that is, most of the companies in this sector comply with their duties at an intermediate level and only a low percentage of companies are fully formal. With respect to competitiveness among organizations in the hotel sector, it was found that most of these company's design strategies or improve their services at an intermediate level.

**Keywords:** Formalization, competitiveness.

## I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### Descripción del problema

Uno de los principales problemas del mercado moderno es la informalidad de las organizaciones, dado que limita su crecimiento como empresa además que promueve la competencia informal, desorganizada y desleal. Las organizaciones en este contexto cumplen la función de reemplazar un trabajo dependiente para dar sostenibilidad a las necesidades básicas de una o un grupo de personas, pero no alcanza para desarrollar proyecciones a futuro como la consolidación de una marca o el reconocimiento en el segmento empresarial. Para lograr esto último, se requiere que la empresa sea competitiva, para lo cual es primordial la formalización. Desde una perspectiva internacional las organizaciones del sector turismo han experimentado constantes cambios desde el paso del virus Covid-19 generando que la competitividad de estas se vuelva más exigente a la vez que la formalización de estas se volvió más ilegal debido a que muchas de estas empresas quebraron y volvieron a reabrir sus puertas de forma ilegal sin entrar a la formalidad a fin no incurrir en los gastos de pago de impuestos corriendo el riesgo de ser intervenidos por el ente regulador de impuestos del respectivo país. (Sociedad de Comercio Exterior del Perú, 2022)

(Ortiz, 2023) con su trabajo presentado en la revista Ciencia Latina Internacional denominado: Influence of informality on the competitiveness of dairy micro-enterprises in the district of Bambamarca, en conclusiones obtenidas en la investigación señalan que la competitividad de las microempresas dedicadas a la producción de productos lácteos se ve afectada por la presencia de la informalidad en este sector. Se observó que un alto porcentaje, específicamente

el 91.1% de los microempresarios, no estaban al tanto de los beneficios que podían obtener al formalizar sus operaciones. Asimismo, al analizar la competitividad de estas microempresas desde la perspectiva de las habilidades del recurso humano, se constató que estas habilidades estaban limitadas en términos de planificación (80%), organización (87.6%), dirección (87.2%) y control (70.0%),

(Ugarte et al., 2023), en el Perú el nivel de informalidad es de 76,8%, siendo una de las tasas más altas de informalidad empresarial en la región sudamericana. Asimismo, este autor acota que desde 2021, la informalidad laboral creció en 23,6%, casi el triple en comparación a años anteriores como en 2019 que aumentó solo en 6,5%. Para (Vidal, 2022) la principal razón de este fenómeno son las barreras burocráticas y regulatorias existentes que desmotivan la formalización empresarial. Sumado a esto, destaca la falta de capacitación por parte de las instituciones tributarias en materia de formalización hacia los nuevos emprendedores.

Si bien desde el ámbito político se han promovido diversos decretos para beneficiar a las micro y pequeñas empresas, en función de facilitar los trámites de licencia de funcionamiento, estas no han sido aprovechadas al máximo por los emprendedores por falta de conocimiento tanto de la norma como de los procesos administrativos para desarrollar los trámites correspondientes a la formalización. Respecto a este punto, (Calua Chavez et al., 2020) mencionan que entre los factores que desalientan la formalización de las MYPES resalta las malas prácticas de los inspectores municipales, el desconocimiento de los beneficios de la formalización por parte de los emprendedores, la percepción que tiene el

empresariado sobre la SUNAT, y la corrupción. A estos factores, (Espinoza et al., 2023) agrega que la descentralización no organizada afecta directamente la motivación e interés del empresariado por formalizar, ya que se ve envuelto en proceso en demoras, cobros indebidos, confusiones, congestión de expedientes, e ineficacia de las municipalidades para atender las solicitudes de funcionamiento.

A nivel nacional, esta realidad es preocupante si se considera que, desde el ámbito económico, las organizaciones son empresas que generaron en el 2020, según datos de (Reglamento & Ley, 2010) en su reporte anual sobre las micro y pequeñas empresas en el Perú, el 85% del empleo de la población económicamente activa. Las organizaciones formalizadas, solo abarcan el 27% de estos puestos de trabajo, en tanto las empresas informales representan el 58% de los empleos generados. El promedio de la tasa de empleo anual de las organizaciones en los últimos 10 años, ha sido de 84%, de los cuales el 52,5% ha sido generado por las organizaciones formales; mientras que el 31,5%, por informales. No obstante, con el inicio de la pandemia por Covid-19, se tuvo en el 2020 que 58% de los empleos fueron generados por las micro y pequeñas empresas informales, lo que significó, en palabras de (Vidal, 2022) que los peruanos ganasen 15% menos durante la pandemia debido a los trabajos informales.

Ahora bien, esta falta de informalidad no permite el crecimiento de la competitividad de las organizaciones, esto en el sentido que como apunta bien el informe (Reglamento & Ley, 2010), una empresa informal no cuenta con productos financieros, ni maneja métodos de ahorro formales y seguros, tampoco tienen una proyección ambiciosa de su empresa. En datos concretos se tiene que

el 75,3% de organizaciones no lleva registros de sus ingresos y egresos, solo el 21,2% tiene apuntes de sus cuentas personales, a la par que 50,5% posee un local adecuado para su negocio y 49,5% emprende desde casa. En cuanto a la distribución de las organizaciones, se tiene que el 13% de estas se dedican al sector producción, 0% a producción y comercio, 35% a comercio y 52% a servicios. Sobre este último sector, se sabe que una organización de servicios genera casi el doble que una del sector comercio o producción. Su promedio de ingresos es de 3500 soles. Con el inicio de la pandemia se registró un decrecimiento en sus ingresos de hasta 1 500 soles mensual, aun así, se ubicó en el 2020, como el sector más rentable (Vidal, 2022)

En la región Piura, las organizaciones-servicios representa entre el 50 y 55% de empresas existentes, en tanto que las organizaciones-producción el 11 a 15% y las organizaciones-comercio, entre el 36 a 40%. En este marco de datos, es preocupante que en esta región existe un nivel de informalidad de entre 87 a 92%, siendo la tasa más alta de informalidad en el Perú (Reglamento & Ley, 2010). Esto es sumamente interesante dado que Piura, es de acuerdo con Comex Perú, una de las regiones con menor probabilidad de formalización empresarial a pesar de contar con un buen nivel de capacidad de formalización por parte de sus instituciones administrativas y tributarias (Sociedad de Comercio Exterior del Perú, 2022). Por lo que será necesario indagar sobre las características tanto de la formalización como de la competitividad de las organizaciones en la región Piura a fin de describir con mayor profundidad esta realidad.

(Chiroque, 2023) A nivel local en la ciudad de Talara, se observa la existencia de muchas empresas del sector servicios, la mayoría dedicada al sector turismo. Las cuales no han formalizado aún o están en proceso de formalización, lo que representa un problema para la competitividad y desarrollo de la ciudad. Por ende y frente a todo lo expuesto, se hace necesario conocer cuáles son las características de la formalización y la competitividad de las organizaciones del sector del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023.

### **Formulación del problema**

En tal sentido se planteó el problema de investigación consiguiente: ¿Cuáles son las características de la formalización y la competitividad de las organizaciones del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023?

Teniendo los problemas específicos siguientes: ¿Cuáles son las características de la formalización de las organizaciones del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023?; ¿Cómo son las características de la competitividad de las organizaciones del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023? Y ¿Cuál es la propuesta de mejora de las organizaciones del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023?

### **Justificación**

El presente estudio busca describir las características de la formalización y la competitividad de las organizaciones del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023, esto contribuirá a conocer la realidad de una de las provincias con más alto ingreso por la actividad turística en la región norte del Perú. De esta manera, el estudio representará un aporte teórico a la literatura científica de estas variables.

Desde el ámbito teórico, destaca el criterio de innovación en la medida de que los trabajos previos se centran en la exploración de sectores como el comercio, para lo cual se centró en estudiar los aportes de diversos autores a fin de mejorar el entendimiento científico de las variables objeto de estudio acrecentando el acervo conceptual de estos dos temas, coincidiendo en indicar que la formalización en este sector productivo es baja, y por ende la competitividad es deficiente. De esta forma, los antecedentes de estudio revelan la problemática alrededor de las variables a la vez que justifican la necesidad de profundizar en estas en otros sectores productivos como lo es el turismo. Este último de gran auge en el norte peruano, de poca exploración en materia de investigación y, por ende, de espacio para desarrollar estudios que permitan observar los problemas estructurales del sistema productivo Talareño.

A nivel práctico la investigación presentó información la cual será crucial para ayudar a las empresas de este rubro a detectar de forma más precisa las deficiencias en las mismas y así puedan potenciar sus fortalezas y captar una mayor cantidad de clientes fidelizándolos gracias a servicios de calidad que estas brinden al público. Coadyuvando a las empresas del sector turismo a diseñar nuevas estrategias y actividades que potencien todo lo bueno que tienen para ofrecer tanto al público nacional como extranjero.

Desde la perspectiva metodológica el estudio aportó con dos nuevos instrumentos de medición para poder comprender de forma más exacta el comportamiento y/o elementos que distorsionan el accionar de la formalización y competitividad en organizaciones del sector turismo; todo esto gracias a los

instrumentos adecuados en función a las necesidades o falencias presentadas en la problemática.

### **Objetivo general y específico**

- El objetivo general del estudio fue Determinar las características de la formalización y la competitividad de las organizaciones del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023.

En tal sentido, se implementaron los objetivos específicos consiguientes:

- Identificar las características de la formalización de las organizaciones del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023.
- Describir las características de la competitividad de las organizaciones del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023.
- Elaborar una propuesta de mejora para la formalización y competitividad de las organizaciones del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes

#### Antecedentes Internacionales

(Ortiz, 2023) con su trabajo presentado en la revista *Ciencia Latina Internacional* denominado *Influence of informality on the competitiveness of dairy micro-enterprises in the district of Bambamarca*, buscó determinar la influencia de la informalidad en la competitividad de las Microempresas de productos lácteos. Se utilizó un enfoque científico basado en el método hipotético deductivo y el análisis sintético y analítico. Para la recolección de datos, se emplearon diversas técnicas, como la observación, encuestas y entrevistas. Los datos recopilados se sometieron a un proceso de análisis utilizando el paquete estadístico SPSS for Windows, versión 28. La muestra para el estudio se seleccionó de forma probabilística al azar. Las conclusiones obtenidas en la investigación señalan que la competitividad de las microempresas dedicadas a la producción de productos lácteos se ve afectada por la presencia de la informalidad en este sector. Se observó que un alto porcentaje, específicamente el 91.1% de los microempresarios, no estaban al tanto de los beneficios que podían obtener al formalizar sus operaciones. Asimismo, al analizar la competitividad de estas microempresas desde la perspectiva de las habilidades del recurso humano, se constató que estas habilidades estaban limitadas en términos de planificación (80%), organización (87.6%), dirección (87.2%) y control (70.0%), lo que indicaba un nivel bajo de competitividad en la gestión de las microempresas, aproximadamente un 81.2%. En cuanto al análisis del costo-beneficio de la formalización como un factor relacionado con la informalidad, se reveló que el 95.7% de las microempresas optaban por mantenerse informales debido a los beneficios percibidos. Además, al examinar la competitividad desde el punto de

vista de la tecnología utilizada, se encontró que aproximadamente el 72.9% de los microempresarios utilizaban tecnología (equipos y utensilios) obsoleta. Además, un elevado 85.7% de microempresarios desconocía los conceptos relacionados con la tecnología, lo que señalaba un escaso nivel tecnológico y una deficiente capacidad de gestión por parte de estos empresarios.

(VEGA L A et al., 2022) con su estudio presentado en la Revista de Investigación Científica, Empresarial y Tecnológica en Colombia denominado *Taxation and its relationship with the business formalization of economic sectors in the city of Piedecuesta, Santander, Colombia* buscó analizar la tributación y su relación con la formalización empresarial de sectores económicos en la ciudad de Piedecuesta. El estudio fue de enfoque cuantitativo, con diseño no experimental y alcance correlacional, presentando una muestra de un análisis documental de todos los artículos sobre el tema presentando en Santander, realizando una ficha documental para la recopilación de datos. La población de Piedecuesta se caracterizaba económicamente por estar compuesta principalmente por microempresas unifamiliares concentradas en los sectores de comercio, servicios y agropecuaria. A pesar de operar legalmente, existía una extensa informalidad que se manifestaba en la administración, operación, aspectos económicos y financieros de estas empresas, lo que resultaba en una baja contribución tributaria debido a su invisibilidad como entidades formales.

(Castillo F, 2020) En el pasado, se constató que el desempeño tributario en la ciudad de Piedecuesta había tenido un comportamiento negativo, disminuyendo año tras año. Para abordar esta situación, se implementaron medidas de saneamiento de las finanzas públicas, lo que impulsó la reactivación económica. Estas acciones, junto con políticas de fomento empresarial y emprendimiento, contribuyeron al aumento constante del número de empresas formales que estaban sujetas a tributación. Se informó que aproximadamente el 30% de las empresas cumplían con sus obligaciones tributarias, mientras que el resto evidenciaba prácticas de evasión fiscal. Finalmente, el análisis realizado reveló que la relación entre la formalidad empresarial y la tributación era directa. A medida que más empresas se formalizaban, aumentaban las contribuciones a los ingresos tributarios, lo que apoyaba la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible, como una ciudad y comunidad sostenible y el fomento del trabajo decente y crecimiento económico. Esto también contribuía al fortalecimiento del tejido empresarial y se alineaba con la política pública orientada hacia la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible, generando un bienestar para la comunidad. Sin embargo, se destacó que las cargas impositivas excesivas se percibían como un obstáculo para que más empresas se formalizaran, lo que a su vez generaba un alto nivel de evasión fiscal.

## **Antecedentes Nacionales**

(CUBA, 2020) en su trabajo presentado en la ULADECH en Perú de nombre *Formalización y su incidencia en la competitividad de las Mypes - rubro panaderías de Tingo María - Leoncio Prado – Huánuco – 2019*, teniendo por meta analizar la incidencia de la formalización en la competitividad de las Organizaciones rubro panaderías. La investigación, de naturaleza cuantitativa y nivel descriptivo, tuvo un diseño no experimental y transversal. Se llevó a cabo en una población compuesta por 98 Organizaciones Industriales que desempeñan un papel significativo en términos de fuerza laboral y contribución al Producto Bruto Interno (PBI). Estos negocios estaban ubicados en la Provincia de Leoncio Prado. El estudio, en el pasado, seleccionó una muestra de 20 Organizaciones, lo que representaba el 5% de la población total. Para recopilar datos, se empleó un cuestionario estructurado con 20 preguntas, utilizando la técnica de encuesta. Los resultados de las respuestas de los clientes indicaron que un porcentaje significativo afirmó hacer uso de la tecnología, y consideraron que la competitividad era un factor que contribuía al logro de sus objetivos. Además, tras la implementación de procesos de formalización, el 100% de los clientes manifestó estar satisfecho con la calidad de los productos. En 2019, en Tingo María, Leoncio Prado, Huánuco, las organizaciones se beneficiaron al aplicar la formalización. En cuanto a la formalización, se observó que el 100% de las organizaciones relacionadas con panaderías en Tingo María, Leoncio Prado, Huánuco, estaban debidamente registradas. Esto sugiere que eran conscientes de las posibles sanciones derivadas del incumplimiento de las normativas vigentes, incluyendo las de carácter tributario. Asimismo, se destacó la importancia de la conciencia tributaria en los esfuerzos de competitividad que deben realizar las empresas para aprovechar oportunidades de

negocio. En lo que respecta al conocimiento sobre competitividad, el 70% de las organizaciones encuestadas en el sector de panaderías en Tingo María, Leoncio Prado, Huánuco, demostró tener un entendimiento del término y su relevancia para el óptimo desempeño de este tipo de negocios.

(Vasquez, 2018) en su trabajo presentado en la ULADECH en Perú de nombre *Caracterización de la formalización y competitividad de las organizaciones del sector de servicio de hostales en el cercado del distrito de Jayanca, provincia y departamento de Lambayeque año 2018*. Estudio que tuvo por objetivo identificar y describir las características fundamentales de la formalización y competitividad de las organizaciones del sector de servicio de hostales. La investigación se basó en una metodología de tipo cuantitativo, con un enfoque descriptivo y un diseño no experimental de carácter transversal. Se llevó a cabo en una muestra compuesta por tres organizaciones que operaban en el sector de hostales. Durante la investigación, se administró un cuestionario compuesto por 13 preguntas. Entre los resultados relevantes obtenidos en el pasado, se observó que el 67% de las organizaciones experimentaron un incremento en sus ingresos después de formalizarse. Además, el 100% de los encuestados afirmó que sus negocios eran preferidos en comparación con otros en términos de competitividad. Asimismo, se destacó que el 100% de estas organizaciones tenía más de dos años de experiencia en el mercado, y todos los representantes señalaron que eran propietarios de sus locales. Como conclusión, se determinó que es necesario brindar una capacitación más sólida a los propietarios de estas organizaciones, ya que en el pasado demostraron un conocimiento limitado acerca de los beneficios de la formalización. No obstante, se recomendó que se mantuvieran al tanto de las novedades y métodos que pudieran aplicarse para mejorar los servicios en las organizaciones. Se enfatizó que la constante

actualización de conocimientos era esencial, ya que lo que era válido en un momento, podría no serlo en otro.

(ESPINOZA, 2019) en su trabajo presentado en la ULADECH en Perú de nombre: Caracterización de la formalización y la competitividad de las organizaciones del sector comercio – rubro boticas, del distrito de Juliaca, provincia de San Román, período 2017 – 2018. Buscando describir las características de la formalización y competitividad de las organizaciones del sector comercio - rubro boticas. Se utilizó el enfoque cuantitativo, el alcance y su diseño fue descriptivo no experimental – transversal. La población estuvo conformada por 159 organizaciones tomándose como muestra de 60 organizaciones y se aplicó el cuestionario con 14 preguntas cerradas. Respecto a las características de las organizaciones, Tiempo de funcionamiento de las micro empresas y pequeñas empresas, el 62% de las organizaciones tiene entre dos a cinco años de funcionamiento en el Mercado, el 88% de las organizaciones solo tiene de 0 a 2 trabajadores, respecto a los objetivos de las organizaciones, el 60% tiene el objetivo de generar rentabilidad. Respecto a la formalización de las organizaciones, Cuentas con la licencia de funcionamiento de la organización, el 58% no cuenta con licencia de funcionamiento, el 42% si cuenta con licencia de funcionamiento, si realiza pagos de impuestos tributarios con características de la formalización de la organización, el 67% no realizan los pagos tributarios a la SUNAT, el 83% no cuentan con planilla de los trabajadores, el 70% si cuenta con recursos humanos capacitados para las ventas competitivas de otras similares, el 58% no cuenta con recursos financieros, y el 42% si cuenta con recursos financieros. Respecto a la Competitividad. En los dos últimos dos años, ha mejorado su proceso de compraventa: el 58% no ha mejorado su proceso de compra- venta, y el 71% si ha

mejorado su proceso de compra- venta, el 63% si ha mejorado los servicios de atención al cliente, y el 37% si ha no mejorado los servicios de atención al cliente, un 37% por la calidad de sus productos, respecto a la competitividad de las organizaciones en cada establecimiento

### **Antecedentes Locales**

(Rivera, 2022) en su trabajo presentado en la ULADECH en Perú de nombre *Caracterización de la formalización y competitividad de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Ayabaca, Piura, año, 2022*. Presentado con el fin de determinar las características de la formalización y competitividad en las organizaciones rubro restaurantes. La metodología empleada en el estudio anterior se caracterizó por ser de naturaleza descriptiva, de enfoque cuantitativo, y con un diseño no experimental de tipo transversal. La recopilación de datos se llevó a cabo a través de la técnica de la encuesta. La población objeto de estudio estuvo conformada por 24 colaboradores pertenecientes a una organización del sector restaurante.

(Melgar Romero. Jocelyn, 2023) En relación a los resultados, se observó que aproximadamente el 50% de los colaboradores contaban con un certificado de la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA), mientras que el 75% poseía registros en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) y certificados de defensa civil. En cuanto a los elementos de formalización, el 75% de los trabajadores disponía de un carnet de sanidad y alrededor del 50% tenía conocimiento de los pasos requeridos para la formalización, siendo que el 100% de las organizaciones en el estudio estaban debidamente formalizadas. En cuanto a las ventajas competitivas, el 75% de los participantes consideraba que la marca era un factor determinante en la demanda, y el 87,5%

señalaba la implementación de tecnología como un medio para mejorar la atención. Finalmente, en relación a las estrategias competitivas, el 91,6% afirmaba que las organizaciones presentaban características que las diferenciaban de la competencia, y el 95,8% se centraba en la satisfacción de las necesidades y preferencias del cliente. Como conclusión, se pudo apreciar que, en términos de formalización, la mayoría de los colaboradores tenían en cuenta los certificados de formalidad, como el registro en SUNAT, entre otros. Asimismo, en cuanto a los elementos de la formalización, destacaba la posesión de carnets de sanidad y un conocimiento de las etapas de formalización. Por otro lado, en relación a las ventajas competitivas, se resaltaba la importancia de la marca, y en cuanto a las estrategias, se deducía que las organizaciones presentaban características que las diferenciaban de la competencia.

(Llenque, 2022) en su trabajo presentado en la ULADECH en Perú de nombre *Caracterización de la formalización y competitividad en las Organizaciones. Rubro restaurantes del AA. HH La Primavera Primera Etapa del distrito de Castilla – Piura, 2018*. Culminado con el fin de determinar las características de la formalización y competitividad en las Organizaciones. Rubro de los restaurantes. La investigación realizada se enmarca en un enfoque cuantitativo, presentando un nivel descriptivo y un diseño no experimental de tipo transversal. La recolección de datos se llevó a cabo mediante la aplicación de encuestas, utilizando un cuestionario como instrumento. En particular, se dirigieron a una población específica: los cuatro propietarios de las Organizaciones en el ámbito de los restaurantes para la variable "Formalización", y a los catorce trabajadores de estas organizaciones para la variable "Competitividad".

Los resultados obtenidos reflejaron que el 100% de las organizaciones cumplían con los requisitos necesarios para operar como restaurantes. Además, el 100% de ellas implementaban procedimientos para mantener una comunicación efectiva con sus empleados. Asimismo, un notable 92.86% de estas organizaciones tenían estrategias competitivas en su organización, y un 78.57% consideraban la asociación con proveedores como parte de su enfoque. Como conclusión, se pudo determinar que la mayoría de las organizaciones en el sector de restaurantes ubicadas en el AA. HH La Primavera I Etapa cumplían con los requisitos necesarios para su funcionamiento. Además, destacaba el hecho de que estas empresas aplicaban procedimientos para asegurar una comunicación efectiva, contaban con estrategias competitivas y valoraban la asociación con proveedores como parte de su enfoque empresarial

(Carrasco Curay, Naylah, 2022) en su trabajo presentado en la Universidad Cesar Vallejo en Perú de nombre *Caracterización de la formalización y competitividad de las MYPE rubro Bodegas del Mercado Modelo de Sechura año 2017*. Estudio culminado con la meta de identificar las características de formalización y competitividad en las Organizaciones rubro bodega. La metodología aplicada en el estudio anterior se caracterizó por ser de tipo descriptivo, con un diseño que no involucró experimentación y de naturaleza transversal. La población bajo escrutinio estuvo constituida por 15 representantes de organizaciones, y la muestra incluyó a 384 clientes. Para la recopilación de datos, se utilizó la técnica de la encuesta, y, además, se recurrió a autores de renombre a nivel internacional, nacional y local para validar la información proveniente de las encuestas y de la literatura consultada. Como resultado del estudio, se llegó a la

conclusión de que la mayoría de los propietarios de organización se encontraban en la fase final del proceso de formalización, habiéndose registrado en entidades como SUNART y SUNAT, entre otras. Aquellos propietarios que habían completado el proceso de formalización disfrutaban de ciertos beneficios, como el acceso a opciones de financiamiento formal. En cuanto a la perspectiva de los clientes de las organizaciones, manifestaron que el factor determinante para su elección era la calidad de la atención al cliente. Por último, se identificó que la estrategia competitiva más comúnmente empleada por estas organizaciones era la diferenciación.

## **2.2. Bases teóricas**

### **Formalización**

Comprende los la esquematización de estándares en una empresa. La clasificación de puestos es una medida del número de reglas que definen el papel de los trabajadores, y el acatamiento de las pautas es un indicador de su trabajo. La formalidad de una sociedad o institución empresarial es un hecho observable de cómo los administradores o empresarios tratan a sus miembros de trabajo. El empresariado considera que la formalización es un tema netamente financiero, por ende, en algunos casos esto genera malestar y ansiedad, pero la formación hace que las operaciones comerciales se realicen con mayor transparencia y al amparo de las normas publicadas por el Perú. (Arias Minaya, n.d.).

## **Tipos de formalización**

Hay tipos de formalización, según, las castas tributarias (SUNAT), castas públicas, castas laborales y castas comerciales.

- **Formalización de impuestos:** Esta formación estuvo a cargo de la Administración General Tributaria, que propuso tres sistemas tributarios, a saber, un sistema tributario unificado simplificado, un sistema de ingresos especiales, un sistema de ingresos generales y la formación de municipios. Los permisos de trabajo municipales cubren áreas de 100 a 500 metros cuadrados. Los requisitos se basan en el propósito del sitio web, por lo que las dificultades o necesidades pueden variar. Pero también es necesario decidir si el lugar donde se pretende hacer negocios cumple con los requisitos de planificación para abrir un local con las características deseadas. Junto con la licencia de funcionamiento, también se debe solicitar un certificado de seguridad pública y las autoridades impondrán requisitos adicionales de seguridad a la instalación. En este sentido, para tramitar este permiso, el municipio necesita la identidad del propietario, la dirección del lugar visitado, la ubicación y el plan de negocios y otros datos (en el caso de una persona jurídica). Este proceso puede tomar entre 10 y 30 días, dependiendo del acuerdo entre el contratista y la municipalidad, o incluso más, dependiendo de la supervisión del contratista. (Arias Minaya, n.d.)

- **Formalización laboral:** Las organizaciones pueden beneficiarse de la Directiva n. 1057, decreto sobre un régimen especial de contratación administrativa de servicios para empleados. Algunos de ellos son útiles para identificar a los empleados, pero también para los empleadores. Por ejemplo, los empleados deben estar registrados en ESSALUD y trabajar 48 horas a la semana. De acuerdo con esta orden suprema, se otorgan 15 días de licencia a los empleados no permanentes y permanentes. Todas estas personas deben cumplir con las normas del sistema privado de fondos de pensiones (AFP) (Congreso de la República, 2008)
- **Formalización de Redimypes:** REMYPES es un registro de organización su registro comienza en línea, este registro permite a las empresas disfrutar de algunos de los beneficios de organización. Tan pronto como se registre en REMYPES, será publicado por el Ministerio del Trabajo a través de Internet y recibirá un certificado que le permitirá ser reconocido o reconocido por las organizaciones que lo necesiten. Requisitos para acceder: RUC, SOL login y contraseña, al menos un empleado, categoría invicta, persona jurídica. (Nicado-remype, 2023)
- **Formalización ante el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo:** De conformidad con la orden de cobro, la orden ejecutiva no. 26 935, Ley sobre un procedimiento simplificado para la creación de una empresa. Obtenga la aprobación de la gerencia y del departamento para realizar negocios, integrar y cambiar las reglas. También deben obtener una licencia comercial de la ciudad y cumplir con otras regulaciones municipales aplicables. Todo restaurante debe prestar sus servicios a los clientes en las mejores condiciones higiénicas,

proteger adecuadamente los bienes, muebles y equipos y cumplir con las normas de seguridad vigentes. (Sanitaria, 2020)

### **Formalización de una empresa**

- **Como Persona Natural:** este modelo se puede utilizar como persona física para iniciar un negocio, participar en cualquier tipo de actividad económica, ser el motor del negocio, ser responsable de su gestión y de sus empleados. (Gobierno del Perú, 2023)
- **Ventajas:** No hay necesidad de pagar la constitución (gastos de notario y registro, contribuciones de fundación u otros honorarios); Puede aprovechar un sistema tributario relativamente simple, como el nuevo sistema consolidado simplificado (RS). Si lo considera necesario, puede optar por un régimen especial de impuesto a la renta (RER). De igual forma, puedes optar por el plan de Ingresos Brutos (GR).(Edith Rosario Salinas Fernández, 2020)
- **Obtención Ruc:** La empresa obtener un Ruc para poder transferir, emitir recibos, y deducir gastos relacionados a las actividades productivas. El Registro Nacional de la Pequeña y Micro Empresa (REMYPES) señala que la formalización y obtención de Ruc genera beneficios fiscales, financieros y comerciales contemplados en la ley de las MYPES. La SUNAT es la entidad encargada de este trámite, así como de ubicar a la empresa en el régimen fiscal adecuado. (Sunat, 2022)

## Elementos de la formalización

Al iniciar un negocio, primero debe iniciar un negocio para sentar una base favorable para su futuro negocio. Además, el estatuto de la empresa incluye reformas legales y regulatorias, así como programas de apoyo e incentivos.

- **Desarrollo de habilidades y conciencia:** Para tener una buena formalidad comercial, es necesario conocer ingredientes y otros términos, y puede obtener una descripción general que comparte los principios que ayudan a construir un negocio desde el punto de vista legal, legal y fiscal. (Alcaraz, 2020)
- **Registro comercial, licencias y cumplimiento:** Uno de los aspectos más importantes de la constitución y formalización de una empresa es el registro, la concesión de licencias y el cumplimiento. Aquí te explicamos cómo funciona cada uno de ellos. (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2019)
- **Tarifas reducidas conducen a la formalización:** En muchos casos, las empresas evitan el registro y la incorporación debido a los aumentos anuales de impuestos o ingresos laborales. Por ello, la OIT desarrolla incentivos económicos para las pequeñas y medianas empresas, como incentivos fiscales o contribuciones fiscales. También se trabaja para mejorar la protección social de los trabajadores en caso de accidente de trabajo o invalidez. Por el contrario, también facilita la participación de las pequeñas y medianas empresas en el Tratado y les permite participar en el proceso de contratación pública. (OIT, 2021)

- **Productividad empresarial:** Constituye el auge y la caída de una empresa, refiere por tanto a la productividad de la empresa. Beneficios empresariales como un mejor conocimiento del mercado, formación en gestión y técnicas empresariales. Esto podría facilitar actividades que promuevan la innovación y la transferencia de tecnología. (Bernasconi, 2020)

### **Dimensiones de la formalización**

#### **❖ Legislación y normatividad**

Las cuales vienen a ser la agrupación de leyes nacionales las cuales tienen por finalidad uniformizar el accionar operativo de las micro y pequeña empresas desde leyes que normen tanto sus operaciones como sus pagos de tributos y pendientes con terceros a fin de velar por el bienestar de la sociedad para lo cual entra a tallar la normatividad desde una perspectiva empresarial lo cual no es más que un conglomerado de reglas que establecen el correcto funcionamiento de una empresa o tipo de empresa, dando las pautas para la correcta gestión tanto del capital humano como del financiero a fin de poder desarrollar un ambiente de cordialidad y respeto en pro de la mejora de la empresa.

Presentando como indicadores para la dimensión legislación y normatividad: las leyes, contrataciones, derechos, flexibilidad. (Escalante, 2019)

#### **Leyes**

**Registro y Licencias:** Las organizaciones turísticas, como hoteles, restaurantes, agencias de viajes y operadores turísticos, suelen estar obligados a registrarse y obtener las licencias correspondientes para operar legalmente.

**Normas de Calidad y Seguridad:** Existen regulaciones que establecen los estándares mínimos de calidad y seguridad que deben cumplir las organizaciones turísticas, garantizando la protección de los turistas y la prestación de servicios de calidad.

**Protección del Patrimonio:** Las normativas suelen incluir disposiciones para la

protección y conservación del patrimonio cultural, histórico y natural, asegurando que las actividades turísticas se desarrollen de manera responsable y sostenible.

**Derechos de los Turistas:** Las leyes y regulaciones también pueden abordar los derechos y deberes de los turistas, estableciendo un marco de protección y garantizando experiencias seguras y satisfactorias.

**Sanciones y Multas:** En caso de incumplimiento de las regulaciones, las autoridades competentes pueden imponer sanciones, multas o incluso la revocación de licencias, con el fin de asegurar el cumplimiento de las normas y garantizar la calidad y seguridad en el sector turismo.

### **Contrataciones**

**Registro y Licencias:** Procedimientos y requisitos para el registro de empresas y establecimientos turísticos, así como la obtención de licencias o permisos necesarios para operar legalmente.

**Normas de Calidad y Seguridad:** Establecimiento de estándares mínimos de calidad y seguridad en la prestación de servicios turísticos, que pueden incluir aspectos como infraestructura, higiene, atención al cliente, entre otros.

**Protección del Patrimonio:** Regulaciones para la protección y conservación del patrimonio cultural, histórico y natural, incluyendo medidas para la gestión sostenible de los recursos turísticos y la preservación de la identidad y tradiciones locales.

**Derechos y Deberes de los Turistas:** Establecimiento de un marco normativo que garantice los derechos de los turistas y establezca las responsabilidades y obligaciones de los proveedores de servicios turísticos.

**Sanciones y Medidas Correctivas:** Definición de las sanciones, multas o medidas correctivas aplicables en caso de incumplimiento de las disposiciones legales y normativas, con el fin de garantizar el cumplimiento de las regulaciones y promover prácticas turísticas responsables y éticas.

## **Derechos**

**Derecho a la Información:** Los prestadores de servicios turísticos deben proporcionar información clara, precisa y veraz sobre los servicios ofrecidos, condiciones, precios, políticas de cancelación, entre otros aspectos relevantes para los turistas.

**Derecho a la Calidad y Seguridad:** Los turistas tienen derecho a recibir servicios de calidad y seguros, que cumplan con los estándares y normativas establecidas, protegiendo su integridad física y garantizando una experiencia satisfactoria.

**Derecho a la Protección del Patrimonio:** Los turistas tienen derecho a visitar sitios y atractivos turísticos que se encuentren en buen estado de conservación y que respeten la autenticidad y valores culturales, históricos y naturales del destino.

**Derecho a la No Discriminación:** Todos los turistas deben ser tratados con respeto y dignidad, sin discriminación por motivos de raza, género, religión, nacionalidad, discapacidad, orientación sexual, entre otros.

**Derecho a la Privacidad:** Los prestadores de servicios turísticos deben respetar la privacidad de los datos personales de los turistas y garantizar su protección conforme a las leyes y regulaciones aplicables.

**Derecho a la Asistencia y Atención al Cliente:** Los turistas tienen derecho a recibir asistencia y atención adecuada por parte de los prestadores de servicios turísticos en caso de requerir información, resolver inconvenientes o situaciones de emergencia durante su viaje.

**Derecho a Presentar Reclamaciones:** Los turistas deben tener la posibilidad de presentar reclamaciones o quejas ante las autoridades competentes en caso de sentirse insatisfechos con los servicios recibidos o considerar que se han vulnerado sus derechos.

## **Flexibilidad**

**Mecanismos de Actualización:** Establecer mecanismos que permitan la revisión y actualización periódica de las normas y regulaciones en función de las tendencias del mercado, avances tecnológicos y cambios en las demandas y expectativas de los turistas.

**Procedimientos Simplificados:** Implementar procedimientos simplificados y ágiles para la obtención de licencias, permisos y registros, facilitando la formalización de

las organizaciones turísticas y reduciendo la burocracia administrativa.

**Adaptabilidad a Diferentes Segmentos:** Diseñar normativas que sean lo suficientemente flexibles para adaptarse a las características y necesidades de diferentes segmentos turísticos, como el turismo de aventura, cultural, ecológico, entre otros.

**Incentivos y Estímulos:** Establecer incentivos, beneficios fiscales o programas de apoyo para aquellas organizaciones turísticas que adopten prácticas sostenibles, innovadoras o que contribuyan significativamente al desarrollo turístico local.

**Participación y Diálogo:** Promover la participación activa y el diálogo con los actores del sector turismo, incluyendo empresas, comunidades locales, organizaciones civiles y expertos, para identificar oportunidades de mejora, compartir experiencias y generar consensos en torno a la regulación y promoción del turismo.

**Marco Regulatorio Proporcional:** Establecer un marco regulatorio que sea proporcional al riesgo y impacto de las actividades turísticas, diferenciando entre pequeños emprendimientos y grandes operadores, y adaptando los requisitos y obligaciones en función de la escala y naturaleza de las operaciones.

**Monitoreo y Evaluación:** Implementar sistemas de monitoreo y evaluación que permitan medir el impacto y eficacia de las regulaciones, identificar áreas de mejora y realizar ajustes o reformas en la normativa en función de los resultados obtenidos.

## ❖ **Tributación**

La cual hace referencia a la acción en concreto de hacer las declaraciones y pagos concernientes a tributos vinculados con la actividad económica que una empresa desarrolla en su diario accionar, adaptándose al régimen tributario que más se acomode al tipo de organización que se piense desarrollar; siendo que las organizaciones tienen su propio régimen tributario ya sea persona natural o jurídica con la que se cree la empresa; el cual es preciso para nuevas empresas y que estas no paguen exceso de impuestos mientras inician sus operaciones. (SUNAT, 2019)

Presentando para la dimensión tributación: régimen, organización, tasas e impuestos.

## **Régimen**

**Impuesto a la Renta:** Las empresas del sector turismo están sujetas al Impuesto a la Renta, el cual grava las rentas obtenidas por la realización de actividades económicas. La tasa y la forma de determinar la base imponible pueden variar según la actividad y la estructura legal de la empresa.

**Impuesto General a las Ventas (IGV):** Las organizaciones turísticas suelen estar afectas al Impuesto General a las Ventas (IGV), que grava la venta de bienes y la prestación de servicios en el país. Es importante conocer las tasas aplicables y las operaciones que están exoneradas o no gravadas con este impuesto.

**Impuesto Selectivo al Consumo (ISC):** Algunos servicios turísticos y actividades relacionadas pueden estar sujetos al Impuesto Selectivo al Consumo, que se aplica a determinados bienes y servicios considerados de lujo o no esenciales.

**Tributos Municipales:** Además de los impuestos nacionales, las organizaciones del sector turismo pueden estar sujetas a tributos municipales, como el impuesto predial, arbitrios municipales u otras contribuciones establecidas por la municipalidad de Talara.

**Beneficios e Incentivos:** Es importante revisar si existen beneficios tributarios, exoneraciones o incentivos fiscales aplicables al sector turismo en Talara o a determinadas actividades específicas, los cuales pueden estar diseñados para promover la inversión, la formalización y el desarrollo del turismo en la región.

**Obligaciones Formales:** Las organizaciones del sector turismo deben cumplir con diversas obligaciones formales, como la emisión de comprobantes de pago electrónicos, la presentación de declaraciones juradas, la llevanza de libros contables, entre otras, de acuerdo con las disposiciones tributarias vigentes.

## **Organización**

**Identificación Tributaria:** Las organizaciones turísticas deben obtener un número de RUC (Registro Único de Contribuyentes) y registrarse en la SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria), lo cual les permite cumplir con sus obligaciones fiscales y realizar trámites relacionados con la tributación.

**Obligaciones Formales:** Las organizaciones del sector turismo tienen diversas obligaciones formales, como la emisión de comprobantes de pago, la presentación de declaraciones juradas mensuales o anuales, la llevanza de libros contables, entre otras, de acuerdo con las normativas y disposiciones tributarias aplicables.

**Determinación de Impuestos:** Las organizaciones turísticas deben determinar correctamente los impuestos a pagar, como el Impuesto a la Renta, Impuesto General a las Ventas (IGV) e Impuesto Selectivo al Consumo (ISC), según corresponda a sus actividades y operaciones realizadas.

**Beneficios y Exoneraciones:** Es importante identificar y gestionar adecuadamente cualquier beneficio tributario, exoneración o incentivo fiscal aplicable al sector turismo en Talara, lo cual puede implicar cumplir con ciertos requisitos o condiciones establecidas en la normativa para acceder a dichos beneficios.

**Control y Cumplimiento:** Las organizaciones turísticas deben establecer mecanismos de control interno y procedimientos adecuados para garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, incluyendo la correcta determinación, declaración y pago de los impuestos correspondientes, así como la conservación de la documentación y registros contables requeridos.

**Asesoramiento y Actualización:** Dada la complejidad y dinámica de la normativa tributaria, las organizaciones del sector turismo en Talara pueden beneficiarse de contar con el asesoramiento de profesionales o especialistas en materia tributaria, quienes pueden brindar orientación, actualizar sobre cambios normativos y ayudar a gestionar adecuadamente la tributación de la organización.

## **Tasas**

**Impuesto a la Renta (IR):** Las empresas del sector turismo están sujetas al Impuesto a la Renta, que grava las rentas obtenidas por la realización de actividades económicas. Las tasas aplicables pueden variar según la actividad y la estructura legal de la empresa. Por ejemplo, las empresas constituidas como Sociedades Anónimas o Sociedades Comerciales están sujetas a una tasa corporativa, mientras que las personas naturales o empresas individuales pueden estar sujetas a una tasa progresiva según sus ingresos netos.

**Impuesto General a las Ventas (IGV):** El Impuesto General a las Ventas (IGV) grava la venta de bienes y la prestación de servicios en el país. La tasa general del IGV es del 18%, pero existen tasas diferenciadas para ciertos bienes y servicios, así como operaciones que pueden estar exoneradas, infectas o afectas a una tasa reducida, según lo establecido en la ley.

**Impuesto Selectivo al Consumo (ISC):** El Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) se aplica a determinados bienes y servicios considerados de lujo o no esenciales. Las tasas del ISC varían según el tipo de bien o servicio gravado, como bebidas alcohólicas, cigarrillos, combustibles, entre otros.

**Tributos Municipales:** Además de los impuestos nacionales, las organizaciones del sector turismo pueden estar sujetas a tributos municipales, como el impuesto predial, arbitrios municipales u otras contribuciones establecidas por la municipalidad de Talara.

**Beneficios y Exoneraciones:** Es importante considerar que existen beneficios tributarios, exoneraciones o incentivos fiscales aplicables al sector turismo en Perú, que pueden implicar tasas reducidas, créditos fiscales o períodos de gracia en el pago de ciertos impuestos, según lo establecido en la normativa vigente.

## **Impuestos**

**Impuesto a la Renta (IR):** Las empresas y personas naturales que realizan actividades económicas en el sector turismo están sujetas al Impuesto a la Renta, que grava las rentas obtenidas durante un ejercicio fiscal. Las tasas y regímenes aplicables pueden variar según la estructura legal de la empresa y el tipo de actividad desarrollada.

**Impuesto General a las Ventas (IGV):** Las organizaciones turísticas están afectas al Impuesto General a las Ventas (IGV), que grava la venta de bienes y la prestación de servicios en el país. Las organizaciones deben emitir comprobantes de pago por las operaciones realizadas y cumplir con las obligaciones de declaración y pago del IGV según lo establecido en la normativa tributaria.

**Impuesto Selectivo al Consumo (ISC):** Algunas actividades y servicios turísticos pueden estar sujetos al Impuesto Selectivo al Consumo (ISC), que se aplica a determinados bienes y servicios considerados de lujo o no esenciales. Las tasas y bienes o servicios afectos al ISC pueden variar según la normativa vigente.

**Tributos Municipales:** Además de los impuestos nacionales, las organizaciones del sector turismo en Talara pueden estar sujetas a tributos municipales, como el impuesto predial, arbitrios municipales u otras contribuciones establecidas por la municipalidad de Talara.

**Contribuciones a la Seguridad Social:** Las organizaciones turísticas tienen la obligación de contribuir a los sistemas de seguridad social, como la ONP (Oficina de Normalización Previsional) o la AFP (Administradoras de Fondos de Pensiones), realizando los aportes correspondientes por sus trabajadores.

**Obligaciones Formales:** Las organizaciones del sector turismo deben cumplir con diversas obligaciones formales, como la presentación de declaraciones juradas, la llevanza de libros contables, la emisión de comprobantes de pago electrónicos, entre otras, de acuerdo con las disposiciones tributarias y normativa vigente.

## **Competitividad**

Se entiende como la capacidad de crear y sostener una ventaja sistemática comparativa que permita desarrollar y expandir una marca empresarial tanto en el entorno social y económico. La competitividad afecta la forma en que se plantea y desarrolla un plan de negocios, es decir, contribuye al desarrollo de modelos de negocios. Por tanto, refiere a la capacidad empresarial para ser rentable frente a sus competidores en el mercado. La competitividad se relaciona con la cantidad del producto y el costo requerido para producir dicho producto, así como con el desempeño de los proveedores (Castro Monge, 2010)

El objetivo central de la competitividad es crear diferencias y beneficios de una empresa frente a otras del mismo sector en un mercado específico. A través de este, la empresa mejora su posición en el medio socio productivo y comercial. Por esto, la competitividad es un factor clave en la gestión y la toma de decisiones de una empresa. Para poder darse cuenta de las ventajas relativas de la empresa a lo largo del tiempo, p. B. Con un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) para ayudarlo a generar mejores retornos relacionados con las fortalezas y la distancia competitiva de su empresa ya sea en el corto o mediano plazo (Díaz Muñoz et al., 2021)

## **Ventaja competitiva**

(Díaz Muñoz et al., 2021) la competitividad se asocia con el éxito o declive de una empresa. Dado que la supervivencia de esta en el mercado depende enteramente de las cualidades para competir con sus empresas vecinas o relacionadas en el sector. Cuando una empresa es competitiva, tiene ventaja sobre las demás en el sentido de calidad e integración en el mercado, además que convertir a la marca en un sello sostenible en el espacio-tiempo. Por estas razones, las empresas deben priorizar los mecanismos y estrategias que conlleven estructurar un plan de competitividad.

## **Estrategias competitivas**

(Díaz Muñoz et al., 2021), las opciones para crear una ventaja competitiva en el mercado son múltiples, sin embargo, pueden agruparse en dos categorías: Liderazgo en costos y Diferenciación. El primero refiere a una estrategia para reducir costos sin que esto implique reducir la calidad e impacto de los productos. Para esto, una empresa puede aceptar costos menores en la producción respecto de su competencia, esto permitirá ofrecer menores precios en el mercado. Dado que el precio es uno de los factores centrales en la toma de decisiones del consumidor, esta estrategia tendrá una gran influencia en incrementar la productividad e ingresos de la organización. La segunda estrategia, esto es la Diferenciación, consiste en aportar a los productos las características ausentes en los productos de la competencia, para lo cual es necesario diagnosticar o conocer a totalidad el mercado de interés y analizar las características de los productos competidores. Los consumidores suelen decidir también por productos con valor agregado y que a la vez se ajusten o respondan a sus necesidades.

## **Dimensiones de la competitividad**

### **❖ Servicios**

Los cuales deben ser de excelencia a fin de crear lealtad en los clientes para que estos prefieran consumir con aquellas empresas que cumplan todas sus expectativas; para lo cual se debe dar prioridad a la organización del servicio, el desarrollo del mismo y al cliente siendo esto lo que determinara si quiebra o alcanza el éxito una empresa. Para lo cual es imprescindible conocer las necesidades de los consumidores, tratarlo lo mejor posible, hacerle sentir que su presencia en la empresa es especial, brindarle la mayor comodidad posible mientras se le da un servicio rápido logrando satisfacer completamente al usuario del servicio contratado. (Solano Barrera & Aceves Lopez, 2023)

Dimensión que tuvo por indicadores: información, comunicación, previos bajos.

### **Información**

Calidad en los Servicios: Las organizaciones turísticas deben enfocarse en ofrecer servicios de calidad, garantizando la satisfacción de los turistas, la atención personalizada, la seguridad y el cumplimiento de los estándares y normativas aplicables.

Diversificación de Oferta: Promover la diversificación de la oferta turística en Talara, desarrollando productos y experiencias únicas que aprovechen los recursos naturales, culturales e históricos de la región, y atendiendo a diferentes segmentos de mercado y preferencias de los turistas.

Formación y Capacitación: Implementar programas de formación y capacitación para mejorar las competencias y habilidades del personal en áreas como atención al cliente, gestión turística, idiomas, marketing digital, entre otros, fortaleciendo la profesionalización y calidad del sector.

**Innovación y Tecnología:** Adoptar tecnologías y soluciones innovadoras que permitan mejorar la gestión operativa, promocionar los destinos turísticos de Talara, facilitar la reserva y compra de servicios turísticos, y ofrecer experiencias personalizadas y enriquecedoras a los turistas.

**Sostenibilidad y Responsabilidad Social:** Integrar prácticas de sostenibilidad y responsabilidad social en la gestión y operación de las organizaciones turísticas, promoviendo un turismo responsable, respetuoso con el entorno natural y cultural, y contribuyendo al desarrollo sostenible de Talara y las comunidades locales.

**Promoción y Marketing:** Desarrollar estrategias de promoción y marketing efectivas para posicionar a Talara como un destino turístico destacado, utilizando diferentes canales y herramientas de comunicación, participando en ferias y eventos turísticos, y colaborando con entidades y organismos relacionados con el turismo.

**Colaboración y Articulación:** Fomentar la colaboración y articulación entre las diferentes organizaciones, entidades gubernamentales, sector privado, comunidades locales y otros actores relevantes, para trabajar de manera conjunta en la mejora y desarrollo del sector turismo en Talara.

## **Comunicación**

**Identidad y Marca:** Desarrollar una identidad y marca turística para Talara que refleje su esencia, valores, atractivos y propuesta única de valor, y que sea reconocible y diferenciadora en el mercado.

**Sitio Web y Plataformas Digitales:** Crear y mantener un sitio web oficial y perfiles en redes sociales actualizados y atractivos, que proporcionen información detallada sobre los servicios turísticos, experiencias, eventos, noticias y promociones en Talara.

Contenido Multimedia: Generar y compartir contenido multimedia de calidad, como fotografías, videos, 360 grados y recorridos virtuales, que muestren los atractivos turísticos, paisajes, actividades y experiencias únicas que ofrece Talara.

Publicidad y Promoción: Diseñar campañas de publicidad y promoción dirigidas a diferentes segmentos de mercado, utilizando medios tradicionales, digitales.

### **Precios bajos**

Optimización de Costos: Identificar y gestionar de manera eficiente los costos operativos, insumos, proveedores y recursos, buscando oportunidades de ahorro y eficiencia en la gestión de las organizaciones turísticas.

Valor Agregado: Ofrecer servicios complementarios y experiencias únicas que agreguen valor a la oferta turística de Talara, diferenciándose de la competencia y generando oportunidades de ingresos adicionales.

Segmentación de Mercado: Identificar y segmentar adecuadamente el mercado objetivo, adaptando la oferta turística, promociones y precios según las necesidades, preferencias y capacidad económica de los diferentes segmentos de turistas.

Promociones y Paquetes Turísticos: Diseñar promociones, descuentos y paquetes turísticos atractivos y competitivos que incluyan diferentes servicios y experiencias, incentivando la visita y prolongando la estadía de los turistas en Talara.

Colaboración y Alianzas Estratégicas: Establecer colaboraciones y alianzas estratégicas con otros actores del sector turismo, proveedores, entidades gubernamentales, agencias de viajes y operadores turísticos, para ofrecer productos y servicios integrados y competitivos en el mercado.

### **❖ Estrategias**

Siendo estas las diversas alternativas de las que puede disponer una empresa o negocio para alcanzar una posición estable y de crecimiento en el mercado. Donde

por medio de estas acciones la empresa podrá identificar su valor identificador y explotarlo en pos de ganar más clientes en función a la competencia. Diferenciándose según el enfoque que se le quiera dar al negocio de la empresa como podría ser alcanzar la excelencia operativa, cercanía a los usuarios, posicionamiento a través del producto, etc. (Monferrer, 2023)

La cual tuvo por indicadores: promoción, cantidad de competidores, nivel de satisfacción, atención de calidad y tiempo de espera.

### **Promoción**

**Programas de Capacitación y Formación:** Implementar programas de capacitación y formación dirigidos a empresarios, emprendedores y trabajadores del sector turismo, en áreas como gestión empresarial, atención al cliente, idiomas, marketing digital, sostenibilidad, entre otros, para mejorar las competencias, habilidades y conocimientos del personal y fortalecer la calidad de los servicios ofrecidos.

**Eventos y Ferias Turísticas:** Organizar y participar en eventos, ferias y workshops turísticos a nivel local, regional, nacional e internacional, para promover Talara, establecer contactos comerciales, colaboraciones y alianzas estratégicas con otros actores del sector, y compartir experiencias y buenas prácticas en el desarrollo turístico.

**Campañas de Marketing y Publicidad:** Diseñar y ejecutar campañas de marketing y publicidad creativas y efectivas, dirigidas a diferentes segmentos de mercado, utilizando medios tradicionales, digitales, influenciadores y colaboraciones con agencias de viajes y operadores turísticos, para promocionar los atractivos, servicios y experiencias únicas que ofrece Talara.

**Desarrollo de Productos y Experiencias Turísticas:** Fomentar la creación y desarrollo de nuevos productos, servicios y experiencias turísticas innovadoras y

diferenciadoras, que aprovechen los recursos naturales, culturales e históricos de la región, y respondan a las tendencias, demandas y expectativas de los turistas.

**Colaboración y Redes de Cooperación:** Establecer redes de cooperación y colaboración entre las organizaciones turísticas, entidades gubernamentales, sector privado, academia y comunidad local, para trabajar de manera conjunta en la promoción, desarrollo y fortalecimiento del sector turismo en Talara, compartiendo recursos, conocimientos y buenas prácticas.

**Sostenibilidad y Responsabilidad Social:** Promover prácticas de turismo sostenible y responsabilidad social en las organizaciones turísticas, desarrollando iniciativas y proyectos que contribuyan al cuidado y conservación del entorno natural y cultural, y generen beneficios económicos, sociales y ambientales para las comunidades locales.

**Plataformas y Herramientas Digitales:** Utilizar plataformas y herramientas digitales, como sitios web, redes sociales, aplicaciones móviles y sistemas de reservas en línea, para mejorar la visibilidad, accesibilidad y comercialización de los servicios turísticos de Talara, facilitando la interacción y comunicación con los turistas y clientes potenciales.

### **Cantidad de competidores**

#### **Alojamiento:**

Hoteles, hostales, lodges, bed & breakfast, apartamentos turísticos y otras opciones de alojamiento en Talara.

Competencia entre diferentes tipos de alojamiento, categorías, ubicaciones y precios.

#### **Gastronomía:**

Restaurantes, cafés, bares, picanterías y otros establecimientos gastronómicos en Talara.

Competencia basada en la oferta culinaria, calidad de los platos, servicio, ambiente y precios.

Agencias de Viajes y Tours:

Agencias de viajes, operadores turísticos y guías turísticos que ofrecen diferentes tours, excursiones y actividades en Talara y sus alrededores.

Competencia por ofrecer experiencias únicas, paquetes turísticos personalizados, precios competitivos y calidad en los servicios.

Transporte:

Empresas de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial que conectan Talara con otros destinos y facilitan la movilidad de los turistas.

Competencia en términos de rutas, frecuencias, tarifas, comodidad y seguridad.

Atracciones y Actividades Recreativas:

Atractivos turísticos, parques naturales, playas, actividades de aventura, deportes acuáticos, pesca, entre otras actividades recreativas en Talara.

Competencia por atraer y satisfacer a los turistas, ofrecer servicios de calidad, promover la conservación y valorización de los recursos naturales y culturales, y garantizar experiencias memorables.

Servicios Complementarios:

Otros servicios complementarios como guías turísticas, alquiler de equipos, eventos y festivales, servicios de spa y bienestar, entre otros, que complementan la experiencia turística en Talara.

Competencia por diferenciarse, innovar, adaptarse a las demandas y expectativas de los turistas, y ofrecer servicios de calidad y valor agregado.

## **Nivel de satisfaccion**

Percepción y Valoración de los Actores del Sector: Es importante conocer la opinión y percepción de los empresarios, trabajadores y otros actores del sector turismo en Talara respecto a las estrategias de competitividad implementadas, su relevancia, efectividad, impacto y contribución al desarrollo y fortalecimiento del sector.

Experiencia y Feedback de los Turistas: Evaluar la experiencia, satisfacción y Feedback de los turistas y visitantes que han interactuado con las organizaciones turísticas en Talara, considerando aspectos como la calidad de los servicios, atención al cliente, infraestructura, actividades ofrecidas, entre otros, y su influencia en la percepción global y recomendación del destino.

Indicadores y Resultados Obtenidos: Analizar los indicadores y resultados obtenidos a partir de la implementación de las estrategias de competitividad, como el aumento de visitantes, diversificación de la oferta turística, incremento de ingresos, mejora de la infraestructura y servicios, reconocimientos y premios, entre otros, y su impacto en el desarrollo y posicionamiento de Talara como destino turístico.

Colaboración y Cooperación entre Actores: Evaluar el nivel de colaboración y cooperación entre las organizaciones turísticas, entidades gubernamentales, sector privado, academia y comunidad local en Talara, y su influencia en la implementación y éxito de las estrategias de competitividad, promoviendo una visión compartida y trabajo conjunto en beneficio del sector turismo.

Desafíos y Oportunidades Identificadas: Identificar los desafíos, obstáculos y oportunidades asociados a la implementación de las estrategias de competitividad en Talara, y las acciones y soluciones propuestas para superarlos, adaptarse a los cambios, innovar y mejorar continuamente en la gestión y desarrollo turístico de la ciudad.

## **Atención de calidad**

**Formación y Capacitación del Personal:** Implementar programas de formación y capacitación continua para el personal en áreas como atención al cliente, comunicación efectiva, gestión de quejas y reclamaciones, conocimiento del destino, cultura local, idiomas, entre otros, para mejorar las habilidades, competencias y actitudes del personal en la atención a los turistas.

**Atención Personalizada:** Ofrecer una atención personalizada y adaptada a las necesidades, preferencias y expectativas de los turistas, brindando información detallada, recomendaciones, asesoramiento y soluciones a medida, para satisfacer sus requerimientos y garantizar una experiencia memorable en Talara.

**Infraestructura y Equipamiento:** Mantener y renovar la infraestructura, equipamiento, instalaciones y servicios de las organizaciones turísticas en Talara, garantizando condiciones adecuadas, accesibilidad, seguridad, comodidad y cumplimiento de los estándares de calidad en la atención a los turistas.

**Comunicación y Comentarios:** Establecer canales de comunicación efectivos y accesibles para los turistas, facilitando la interacción, recepción de comentarios, sugerencias, valoraciones y Feedback sobre los servicios ofrecidos, y utilizar esta información para mejorar continuamente en la atención y gestión turística de Talara.

**Gestión de Quejas y Reclamaciones:** Implementar procedimientos y mecanismos de gestión de quejas y reclamaciones, atendiendo de manera oportuna, profesional y transparente las inquietudes, problemas y situaciones presentadas por los turistas, buscando soluciones satisfactorias y fortaleciendo la confianza y satisfacción en los servicios turísticos de Talara.

**Cultura de Servicio y Hospitalidad:** Fomentar una cultura de servicio, hospitalidad y compromiso con la excelencia en la atención al cliente en todas las organizaciones

turísticas de Talara, promoviendo valores, actitudes y comportamientos orientados al cliente, trabajo en equipo, mejora continua y superación de expectativas.

**Evaluación y Reconocimiento:** Establecer sistemas de evaluación, seguimiento y reconocimiento del desempeño en la atención al cliente, valorando y premiando las buenas prácticas, iniciativas destacadas y contribuciones significativas al fortalecimiento de la calidad y competitividad en el sector turismo de Talara.

### **Tiempo de espera**

**Análisis e Identificación de Puntos Críticos:** Realizar un análisis detallado y evaluación de los diferentes procesos, servicios y puntos de contacto con el turista en Talara, identificando los puntos críticos, cuellos de botella y áreas de mayor tiempo de espera en las operaciones turísticas.

**Optimización de Procesos y Flujos de Trabajo:** Diseñar, mejorar y optimizar los procesos, flujos de trabajo y operaciones en las organizaciones turísticas de Talara, buscando reducir los tiempos de espera, simplificar las gestiones, eliminar redundancias, mejorar la coordinación entre áreas y garantizar una atención ágil y eficiente a los turistas.

**Tecnología y Digitalización:** Implementar tecnologías, sistemas y herramientas digitales en las organizaciones turísticas de Talara, como aplicaciones móviles, plataformas en línea, sistemas de reservas y check-in automáticos, entre otros, que faciliten la gestión, agilicen los procesos y reduzcan los tiempos de espera de los turistas.

**Planificación y Gestión de Capacidades:** Realizar una adecuada planificación y gestión de las capacidades, recursos, espacios y servicios en las organizaciones turísticas de Talara, considerando la demanda, horarios, temporada alta, eventos

especiales y otros factores relevantes, para garantizar una distribución equitativa, eficiente y oportuna de los servicios y evitar tiempos de espera prolongados.

**Comunicación y Información al Cliente:** Mantener una comunicación clara, transparente y oportuna con los turistas en Talara, proporcionando información actualizada sobre tiempos de espera, opciones disponibles, alternativas, recomendaciones y cualquier otra información relevante que facilite su experiencia y toma de decisiones durante su visita.

**Gestión de Expectativas y Experiencia del Cliente:** Gestionar adecuadamente las expectativas de los turistas en Talara, brindando información precisa sobre los tiempos de espera, ofreciendo alternativas, opciones de entretenimiento, confort y servicios adicionales que mejoren su experiencia y percepción de la espera en las organizaciones turísticas.

**Monitoreo, Evaluación y Mejora Continua:** Establecer sistemas de monitoreo, seguimiento, evaluación y mejora continua del tiempo de espera en las organizaciones turísticas de Talara, recopilando Feedback, analizando indicadores, identificando oportunidades de optimización e implementando acciones correctivas y preventivas para garantizar una atención ágil, eficiente y satisfactoria a los turistas.

## **Marco conceptual**

**Competitividad.** - La competitividad se refiere a la capacidad de una empresa, industria, país o cualquier entidad para competir eficazmente en un mercado, con el objetivo de obtener y mantener una posición ventajosa en relación con otros competidores. En esencia, se trata de la capacidad de producir bienes o servicios de alta calidad de manera eficiente y atractiva para los consumidores, al tiempo que se logran márgenes de beneficio adecuados. La competitividad puede medirse y analizarse a través de diversos indicadores, como costos de producción, productividad, innovación,

calidad del producto, acceso a recursos, habilidades de la fuerza laboral, infraestructura, capacidad de comercialización, entre otros. La mejora de la competitividad puede conducir al crecimiento económico y a la creación de empleo, mientras que la falta de competitividad puede hacer que una entidad quede rezagada frente a sus competidores y enfrentar dificultades para prosperar en el mercado.(Medeiros et al., 2019)

**Formalización.** - La formalización se refiere al proceso mediante el cual una actividad, negocio, organización o entidad adquiere un estatus legal reconocido y se ajusta a las leyes y regulaciones establecidas por las autoridades competentes. Es el acto de registrar oficialmente una actividad o negocio para que opere de acuerdo con las normativas gubernamentales, cumpliendo con sus obligaciones legales, fiscales, laborales y administrativas. La formalización implica llevar a cabo una serie de trámites y procedimientos establecidos por el gobierno o las autoridades pertinentes, que pueden variar dependiendo del país y la naturaleza de la entidad que busca formalizarse.(Salazar-Xirinachs & Chacaltana, 2018)

**Leyes.** - Las leyes son un conjunto de normas y reglas establecidas por una autoridad competente, como el gobierno, para regular y guiar el comportamiento y las acciones de las personas dentro de una sociedad o país. Estas normas son creadas con el objetivo de mantener el orden, la justicia, la seguridad y el bienestar general de la población. Las leyes pueden abarcar una amplia gama de áreas y aspectos de la vida, como el derecho penal, civil, laboral, comercial, fiscal, ambiental, entre otros. Cada tipo de ley se enfoca en aspectos específicos de la vida social y establece derechos, deberes y responsabilidades para los ciudadanos, así como sanciones para aquellos que no cumplan con las disposiciones legales. (*Gobernacion*, 2020)

**Tributación.** - La tributación se refiere al conjunto de acciones y procedimientos mediante los cuales el Estado o las autoridades gubernamentales recaudan impuestos y

otros tributos de los ciudadanos y las entidades que operan dentro de su jurisdicción. Estos impuestos son una fuente importante de ingresos para el gobierno, que luego se utiliza para financiar los gastos públicos, como la prestación de servicios, infraestructura, educación, salud, defensa y otros programas sociales. Los impuestos son obligatorios y están respaldados por la ley. La tributación puede aplicarse a diversos elementos económicos, como ingresos, ganancias, consumo, propiedades, transacciones comerciales y más. Cada país tiene su propio sistema tributario con tasas, exenciones y reglas específicas. (Peralta, 2015)

**Servicios.** - Los servicios son un tipo de actividad económica intangible que involucra la provisión de habilidades, conocimientos o esfuerzos por parte de una persona o entidad (proveedor de servicios) a otra persona o entidad (cliente) para satisfacer una necesidad o demanda específica. A diferencia de los bienes tangibles, que son productos físicos, los servicios no pueden tocarse ni almacenarse como objetos físicos, ya que su naturaleza es más abstracta y basada en el desempeño de tareas o actividades. Los servicios pueden abarcar una amplia gama de sectores y áreas, y su importancia en la economía ha ido aumentando con el tiempo debido a la creciente especialización y complejidad de las sociedades modernas. (Roberto Carro, 2012)

**Estrategias.** - Las estrategias son planes o acciones diseñadas para alcanzar objetivos específicos a largo plazo y enfrentar de manera efectiva los desafíos o situaciones que surgen en diferentes contextos. Las estrategias son formuladas para maximizar los recursos disponibles y lograr resultados óptimos, ya sea en el ámbito empresarial, militar, deportivo, político u otros. En general, las estrategias implican un enfoque a largo plazo, una visión integral y una planificación cuidadosa. Suelen ser flexibles y adaptativas, ya que pueden requerir ajustes o cambios en función de las circunstancias cambiantes y los resultados obtenidos. (Lascano, 2008)

**Interacción entre Competitividad y Formalización.** - La competitividad y la formalización están estrechamente relacionadas. Una formalización efectiva puede contribuir a la competitividad al proporcionar un entorno operativo estable y transparente, lo que a su vez puede generar confianza y atraer a clientes y socios comerciales. La formalización también puede facilitar la adopción de mejores prácticas de gestión, promover la eficiencia y reducir riesgos legales y regulatorios, lo que puede mejorar la capacidad de una empresa para competir de manera efectiva. (Martos, 2019)

Por otro lado, la competitividad puede impulsar la formalización, ya que las empresas que buscan expandirse y competir en mercados más amplios a menudo encuentran necesario cumplir con requisitos legales y normativos más estrictos. Además, una empresa competitiva podría tener una mayor motivación para establecer prácticas formales y transparentes para mantener su reputación y credibilidad.

En conjunto, la interacción entre competitividad y formalización crea un ciclo virtuoso en el cual ambas áreas se refuerzan mutuamente, contribuyendo al crecimiento y éxito sostenible de la empresa.

### **2.3. Hipótesis**

Las investigaciones de tipo descriptiva no requieren de una hipótesis, debido a que el desarrollo de las mismas se basa en teoría y análisis que no requieren de comprobaciones de carácter estadístico. (GOMEZ, 2018)

Es por ello que en la investigación denominada La formalización y la competitividad de las organizaciones del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023, no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptiva, las cuales por su misma naturaleza no requieren de una hipótesis para su desarrollo.

## III. METODOLOGÍA

### 3.1 Nivel, Tipo y Diseño de investigación

#### Nivel de investigación

El alcance o nivel de estudio fue descriptivo de propuesta, dado que se pretendió detallar el comportamiento de las variables de estudio según sus propiedades y dimensiones. (GOMEZ, 2018)

Es por ello, que el estudio descriptivo de propuesta aparte de dar a conocer el comportamiento de las variables a analizar; plantea una propuesta de mejora que permita potenciar las falencias halladas dentro de estos elementos.

Al ser el nivel descriptivo, se orientó a explicar el comportamiento de un fenómeno y las condiciones en las que se presenta. (Gómez Chamorro, 2021)

#### Tipo de investigación

El estudio fue de tipo cuantitativo, ya que se utiliza la estadística para establecer relaciones o describir el comportamiento de las variables. (Hernandez et al., 2014) En tal sentido, el estudio buscó describir las diferentes características de las variables formalización y competitividad de las organizaciones del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023.

#### Diseño de investigación

El diseño del estudio fue el no experimental, transversal descriptivo (Hernández et al., 2020). Fue no experimental dado que se hace sin la variación de ninguna variable, ni su efecto sobre las demás, se observa y mide variables en su ámbito natural.

Fue transversal porque el estudio se dio en un tiempo único (Hernandez et al., 2020); y fue descriptivo puesto que se buscó especificar las propiedades y características de las variables según sus dimensiones.

### 3.2 Población y muestra

#### Población

(Hernandez et al., 2020) definen la población como el Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones (p. 199). De esta manera, la población de estudio está comprendida por 8 MYPES del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023.

<b>Tipo de empresa</b>	<b>Rubro</b>	<b>Nº Empresas</b>	<b>%</b>
MYPES	Sector turismo	8	100%
Total		8	100%

#### Muestra

En cuanto a la muestra de investigación, que se define en palabras de (Gallardo, 2020) como una parte de la población en estudio o un subconjunto de unidades elementales de la población (p. 17). Esta se obtuvo mediante un método no probabilístico, el muestreo censal, donde la elección de la muestra es el total de la población. De esta forma, la muestra será de 8 representantes de MYPES del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023.

### 3.3 Variables. Definición y operacionalización

**Tabla N° 1: Variables. Definición y operacionalización**

<b>Variables</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Categorías o Valorización</b>
<b>V. I. Formalización</b>	Comprende las características en el proceso de formalización de una MYPE del rubro turismo, para lo cual se estructuró un cuestionario para medir el comportamiento de la variable formalización.	Legislación y normatividad	- leyes - contrataciones - derechos - Flexibilidad	Escala de Likert	Ordinal  Totalmente en desacuerdo (1)  En desacuerdo (2)  Ni en desacuerdo ni de acuerdo (3)  De acuerdo (4)  Totalmente de acuerdo (5)
		Tributación	- régimen - Organización - tasas - impuestos		
<b>V.II. Competitividad</b>	La satisfacción es el estándar que mide la respuesta	Servicios	- información - comunicación - precios bajos	Escala de Likert	Ordinal  Muy poco (1)

	que cada cliente en un contexto en particular	Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> <li>- promoción</li> <li>- cantidad de competidores</li> <li>- nivel de satisfacción</li> <li>- atención de calidad</li> <li>- tiempo de espera</li> </ul>		Poco (2) Regular (3) Mucho (4) Bastante (5)
--	---	-------------	---	--	--

Nota: Elaboración propia

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **Descripción de técnicas**

Se utilizó la técnica de la encuesta, puesto que se buscó recolectar información sobre variables de estudio en un tiempo específico. Esta técnica es de amplio uso en la investigación de ciencias sociales debido a su eficacia y rapidez (Casas Anguita et al., 2003). Para lo cual se encuestó a 8 representantes de organizaciones del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023

#### **Descripción de instrumentos**

Se empleó como instrumentos dos cuestionarios con escala de Likert para medir las variables de Competitividad y formalización. Ambos instrumentos son una propuesta de (FERNANDEZ, 2019). El primer cuestionario constará de 8 ítems y mide una dimensión: Características. Tendrá una escala de respuesta de cinco puntos: Nunca (1 pts.) Casi nunca (2 pts.), A veces (3 pts.), Casi siempre (4 pts.), y Siempre (5 pts.). Su tipo de aplicación será directa presencial y tendrá una duración estimada de 15 minutos.

En tanto, el segundo cuestionario constará de 8 ítems y medirá una dimensión: Características. Este instrumento también contará con una escala de respuesta de cinco puntos: Nunca (1 pts.) Casi nunca (2 pts.), A veces (3 pts.), Casi siempre (4 pts.), y Siempre (5 pts.). Su tipo de aplicación será directa presencial y tendrá una duración estimada de 15 minutos.

Precisando que estos fueron suministrados a 8 representantes de organizaciones del rubro turismo de la ciudad de Talara, 2023; los cuales accederá a ser partícipes del estudio para la colección de datos.

### **3.5 Método de análisis de datos**

La investigación se basó en el método cuantitativo, porque se realizó la observación de la variable 1 y 2 con dos instrumentos sistemáticos (cuestionarios con escala de Likert) que permitirá realizar un análisis estadístico haciendo uso de: (i) Elaboración de base de datos: Se estructuró en el programa Microsoft Excel la cual a posterior fue cargada a un programa estadístico para su tabulación. (ii) Tabulación: Se diseñaron en el programa SPSS v. 25 organizándose los resultados en tablas de frecuencias absolutas y relativas para presentar los resultados descriptivos se acuerdo a los objetivos de investigación. (iii) Representación en figuras: Se elaboraron tablas y gráficos para organizar las frecuencias absolutas y relativas, de acuerdo a los objetivos de investigación y las dimensiones e indicadores de las variables y (iv) Análisis estadístico: Se realizó el análisis estadístico de la distribución normal de la muestra en base a la prueba de Shapiro-Wilk ya que se cuenta con una muestra menor a 50 casos. La prueba de hipótesis fue de tipo no paramétrica, específicamente la prueba de Rho de Spearman, puesto que los instrumentos de recolección de datos otorgan datos categóricos.

### **3.6 Aspectos Éticos**

Las implicancias éticas para el investigador son los pros o contras que puede tener un avance científico, es decir, ver el daño o beneficio que un descubrimiento o avance puede tener en la sociedad. En cuanto a los cuatro principios éticos del presente estudio, destacan los siguientes mismos que fueron extraídos del reglamento de integridad científica de la Uladech:(ULADECH Católica, 2022)

## **Protección de la persona**

Por ello la seguridad y bienestar de los participantes de la investigación es lo más importante para el investigador, dándole prioridad al resguardo de su identidad, dignidad, privacidad, religión, confidencialidad, creencias y diversidad socio cultural. Por ello no sólo es necesario que los participantes del estudio participen voluntariamente sino, que también resguardar sus derechos es igual de fundamental por si se encuentran en situación de vulnerabilidad.

## **Beneficencia y no maleficencia**

Lo cual implica que cualquier investigación debe contar con un equilibrio entre beneficio/riesgo justificado y positivo, resguardando la seguridad, bienestar y vida de los participantes del estudio. Por ello la conducta del investigador tiene que ajustarse a los parámetros siguientes: disminuir lo más posibles efectos adversos, no generar daño y potenciar los beneficios.

## **Justicia**

Por sobre todas las cosas el investigador debe sobreponer la justicia y el bien común como prioridad antes que el interés propio. Por ello debe ejercer una opinión razonable asegurándose que las limitaciones de sus capacidad y conocimientos o debilidades no generen prácticas injustas.

## **Integridad científica**

Cualquier tipo de investigador ya sea educador, educando, egresado, u otra persona debe evitar a toda costa caer en engaños en alguna parte de la investigación; por ello debe examinar y declarar posibles riesgos, daños y beneficios potenciales que pudiesen afectar a los participantes de la investigación.

## IV. RESULTADOS

### Presentación descriptiva de resultados

**Con respecto al objetivo específico 1:** Identificar las características de la formalización de las organizaciones del sector turismo de la ciudad de Talara, 2023.

**Tabla N° 2: Características de la formalización de las organizaciones del sector turismo de la ciudad de Talara, 2023**

Características de la formalización en las Organizaciones	N	%
<b>Sueldo acorde por ley</b>		
Totalmente en desacuerdo	7	23.30
En desacuerdo	5	16.70
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	5	16.70
De acuerdo	4	13.30
Totalmente de acuerdo	9	30.00
<b>Periodo de prueba para contrato de 3 meses</b>		
Totalmente en desacuerdo	4	13.30
En desacuerdo	7	23.30
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	7	23.30
De acuerdo	6	20.00
Totalmente de acuerdo	6	20.00
<b>Cumplimiento del derecho a horas laborales</b>		
Totalmente en desacuerdo	3	10.00
En desacuerdo	6	20.00
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	2	6.70
De acuerdo	6	20.00
Totalmente de acuerdo	13	43.30
<b>Existe flexibilidad dentro del personal a su cargo</b>		
Totalmente en desacuerdo	5	16.70
En desacuerdo	6	20.00
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	7	23.30
De acuerdo	5	16.70
Totalmente de acuerdo	7	23.30

Continúa

Características de la formalización en las Organizaciones	Concluye.	
	N	%
<b>La empresa cumple con derechos y requerimientos para adecuarse al régimen de Mypes tributario</b>		
Totalmente en desacuerdo	9	30.00
En desacuerdo	6	20.00
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	9	30.00
De acuerdo	2	6.70
Totalmente de acuerdo	4	13.30
<b>Existencia de buena organización en el trabajo</b>		
Totalmente en desacuerdo	6	20.00
En desacuerdo	6	20.00
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	5	16.70
De acuerdo	4	13.30
Totalmente de acuerdo	9	30.00
<b>Paga lo suficiente por árbitro municipal</b>		
Totalmente en desacuerdo	5	16.70
En desacuerdo	5	16.70
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	10	33.30
De acuerdo	5	16.70
Totalmente de acuerdo	5	16.70
<b>Fue notificado por incumplimiento de impuestos a Sunat</b>		
Totalmente en desacuerdo	8	26.70
En desacuerdo	5	16.70
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	10	33.30
De acuerdo	2	6.70
Totalmente de acuerdo	5	16.70

Nota. Cuestionario aplicado los representantes de las Organizaciones

Fuente: propia

Al analizar cada aspecto de la formalización de las Organizaciones, el estudio encontró que solo el 13.3% considera que dichas organizaciones cumplen con la legislación y normatividad, al calificarlas en un nivel alto; en este caso, la mayoría de los representantes considera que el cumplimiento de dichos aspectos se encuentra en un nivel medio y el 6.7% considera que se encuentran en un nivel bajo. El cumplimiento de los aspectos relacionados a la tributación, solo se evidencia en el 6.7% de las Organizaciones, al ser calificados en un

nivel alto; luego, el 66.7% considera que dicho cumplimiento se encuentra en un nivel medio y el 26.7% en un nivel bajo.

La tabla 2 presenta la concordancia de los representantes con los aspectos relacionados a la formalización; para la interpretación se ha tenido en cuenta que hay concordancia con los aspectos cuando los investigados muestran estar de acuerdo o totalmente de acuerdo; en caso contrario, se deduce que no hay concordancia.

En cuanto a los elementos de la legislación y normatividad, el estudio encontró que solo el 43.3% concuerda de alguna manera en que el sueldo es acorde a la establecido por la ley; una cifra ligeramente mayor, 40%, consideran que el periodo de prueba para un empleado es de tres meses previo contrato y la misma cifra refiere que existe flexibilidad dentro del personal a su cargo. Dentro de este contexto, el estudio reporta que la mayoría de investigados, 63.3%, considera que se cumple con el derecho de horas laborales.

Con respecto a los aspectos relacionados a la tributación, el estudio da cuenta que solo el 20% de los representantes consideran que su empresa cumple con los derechos y requerimientos para adecuarse al régimen de Mypes tributario, mientras que el 33.3% considera que existe una buena organización en su trabajo y que sus representadas pagan lo suficiente por árbitros municipales. Una cifra mucho menor, 23.4% considera que se le ha notificado adecuadamente por incumplimiento a los impuestos de la SUNAT.

**Con respecto al objetivo específico 2:** Describir las características de la competitividad de las Organizaciones del sector turismo de la ciudad de Talara, 2023.

**Tabla N° 3: Características de la competitividad de las Organizaciones del sector turismo de la ciudad de Talara, 2023**

Características de la competitividad en las Organizaciones	N	%
<b>Estoy informado de los servicios que brinda la empresa</b>		
Muy poco	3	10.00
Poco	7	23.30
Regular	11	36.70
Mucho	5	16.70
Bastante	4	13.30
<b>Conozco las guías de turismo que brindan las empresas publicitarias sobre mi negocio</b>		
Muy poco	5	16.70
Poco	6	20.00
Regular	9	30.00
Mucho	4	13,30
Bastante	6	20.00
<b>Conozco el tarifario de la empresa de turismo a la que pertenezco</b>		
Muy poco	10	33.30
Poco	5	16.70
Regular	2	6.70
Mucho	6	20.00
Bastante	7	23.30
<b>Tengo conocimiento sobre los servicios, ofertas y paquetes turísticos que ofrece la agencia a la que pertenezco</b>		
Muy poco	9	30.00
Poco	7	23.30
Regular	5	16.70
Mucho	4	13.30
Bastante	5	16.70

Continúa

Características de la competitividad en las organizaciones	Concluye.	
	N	%
<b>Conozco agencias de turismo similares o competidoras de mi empresa</b>		
Muy poco	4	13.30
Poco	6	20.00
Regular	6	20.00
Mucho	8	26.70
Bastante	6	20.00
<b>Considero que mi empresa logra satisfacer las necesidades y requerimientos del cliente</b>		
Muy poco	9	30.00
Poco	4	13.30
Regular	7	23.30
Mucho	5	16.70
Bastante	5	16.70
<b>Considero que la atención y orientación brindada en mi empresa es de calidad</b>		
Muy poco	6	20.00
Poco	12	40.00
Regular	6	20.00
Mucho	3	10.00
Bastante	3	10.00
<b>Considero que el tiempo de espera para el servicio que brinda mi empresa es el adecuado</b>		
Muy poco	3	10.00
Poco	7	23.30
Regular	5	16.70
Mucho	9	30.00
Bastante	6	20.00

Nota. Cuestionario aplicado los representantes de las Organizaciones

Fuente: propia

A nivel general se encontró que solo el 13.3% de los investigados califica en un nivel alto a los servicios que brindan las organizaciones, mientras que el 53.3%, lo califica en un nivel medio y el 33.3% en un nivel bajo. Las estrategias que utilizan dichas organizaciones para atraer a los clientes también evidencian serias deficiencias; solo el 10% las califica en

un nivel alto; en este caso, la mayoría, 66.7%, los califica en un nivel medio y el 23.3% en un nivel bajo.

Dichos niveles evidencian una serie de dificultades en dichas organizaciones para alcanzar niveles de competitividad que les permitan ser sustentables en el tiempo.

Por ello los datos en la tabla 3 da cuenta la frecuencia con la que las organizaciones investigadas cumplen con los aspectos de la competitividad. En cuanto a los servicios, el estudio reporta que solo el 30% de representantes refiere estar informado de los servicios que brinda la empresa de turismo a la que pertenece, mientras que el 33.3% indica conocer las guías de turismo que brindan las empresas publicitarias sobre su negocio. Una cifra un poco mayor, 43.3%, indica que conoce el tarifario de la empresa de turismo a la que pertenece, mientras que el 30% considera que tiene conocimientos sobre los servicios, ofertas y paquetes turísticos que ofrece la agencia a la que pertenece.

Sobre los aspectos relacionados a las estrategias, se encontró que solo el 46.7% indica conocer las agencias de turismo similares o competidoras de mi empresa, el 33.4% considera que su empresa logra satisfacer las necesidades y requerimientos del cliente y una cifra mucho menor, 20% refiere que la atención y orientación brindada en su empresa es de calidad. El estudio reporta asimismo que el 50% de los representantes considera que el tiempo de espera para el servicio que brinda su empresa es el adecuado.

**Tabla N° 4: Propuesta de plan de mejora de la formalización y competitividad de las Organizaciones del sector turismo de la ciudad de Talara, 2023**

<b>Variable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Problemas encontrados</b>	<b>Causa del problema</b>	<b>Consecuencias del problema</b>	<b>Acciones de mejora</b>	<b>Responsable</b>	<b>Presupuesto</b>
Formalización	Situación del negocio	Mala gestión por parte de los administradores o dueños	Desinterés por parte de los administradores o dueños	Posible quiebra del negocio	<p><b>Focus Group: problemática inicial de las MYPE</b></p> <p>Se suministró una entrevista a los trabajadores a fin de determinar los puntos débiles de la empresa para poder idear acciones</p>	Dueño / Administrador	S/.2,480.00

					de mejora.		
	Participación de los colaboradores	Carencia de utilización de recursos estadísticos y técnicas de trabajo	Mal desarrollo de las funciones por parte de los colaboradores de la empresa	Inconformidad de los usuarios con el servicio	<p><b>Capacitaciones y talleres: sobre uso de sistemas estadísticos y medios digitales para potenciar las ventas mientras se optimiza la toma de decisiones.</b></p> <p>Se preparó un cuestionario para entender el nivel de saberes</p>	Dueño y administrador	S/5,500.00

					de los trabajadores sobre sistemas digitales a fin de llevar estas MYPE al mundo digital, mientras se idean estrategias para repotenciar los locales de las mismas.		
	Participación del dueño	Problemas de informalidad con el ente regulador	Dudosa gestión por parte del dueño de la empresa	Problemas tributarios con el ente rector (SUNAT)	<b>Capacitaciones y talleres: Mejora de la interacción con los clientes.</b> Se realizará	Dueño	S/. 4,000.00

					gestiones y trámites pertinentes para formalizar las Mypes y gestionar con SUNAT acerca de ofertas de reducción de tributos a fin de ponerse al día y evitar multas por evasión de impuestos.		
Competitividad	Reclam os	Insatisfac ción de los turistas o clientes	Mala gestión por parte de los colabora dores de la	Migració n de los turistas a otros locales	<b>Capacita ciones y Talleres: sobre como potencia r la</b>	Adminis trador	S/. 9,000.0 0

			empresa		<b>satisfacción del cliente</b> Se alcanzará un cuestionario a los clientes a fin de entender el grado de satisfacción de estos con las instalaciones de la empresa.		
Formalización y competitividad	Diagnóstico final	Evaluación semestral de la situación de la MYPE	Falta de control y evaluación de la situación operativa de la empresa	Ninguna mejora a la situación inicial de las Mypes	<b>Focus Group: evaluación semestral sobre mejoras y cambios realizados</b> Se	Dueño y administrador	S/. 8,500.00

					<p>realizará reuniones con los trabajadores a fin de establecer los puntos débiles mejorados y los que faltan por mejorar, mientras se evalúan las estrategias a implementar para captar la atención de nuevos clientes potenciales.</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--

Nota. Elaboración del autor.

## V. DISCUSIÓN

Con respecto al OE1: **Determinar la caracterización de la formalización y la competitividad de las Organizaciones del sector turismo de la ciudad de Talara, 2023.**

**Sobre el sueldo acorde a ley** se encontró que sólo un 43.30% de los encuestados consideró que este dato se ajusta a la normativa legal mientras que la mayoría de los encuestados expresó que no opinaban o estaban en desacuerdo con esta alegación. El empresariado considera que la formalización es un tema netamente financiero, por ende, en algunos casos esto genera malestar y ansiedad, pero la formación hace que las operaciones comerciales se realicen con mayor transparencia y al amparo de las normas publicadas por el Perú (López, 2018). Estos datos guardan relación con los alcanzados por Cepeda (2018) con su investigación “Factores que impiden la formalización y desarrollo del sector productivo en el Ecuador durante el periodo 2012-2016” quien halló que la informalidad se relaciona directamente con el desempleo, dado que genera el incremento de la pobreza y la exclusión laboral. Uno de los principales motivos de informalidad es la falta de conocimientos, seguido de la evasión de impuestos.

**Sobre el periodo de prueba de tres meses antes de contrato** de los encuestados un 40% alegó que está de acuerdo con esta medida tomada por la empresa, mientras que el resto de encuestados expresó su inconformidad con lo planteado con la empresa indicando que este periodo de prueba era muy largo para un puesto de trabajo el cual no brindaba seguridad laboral alguna. Estos datos guardan relación con los alcanzados por Noguera (2018) con su trabajo “Incentivos para la creación y formalización empresarial en Colombia”; donde se encontró que el proceso de formalización es complejo, por lo que puede despertar cierto rechazo por un sector del empresariado no instruido. Y Cepeda (2018) con su investigación “Factores que impiden la formalización y desarrollo del sector productivo en el Ecuador

durante el periodo 2012-2016” donde se expresó que al ser una empresa formal esta cumplirá en su mayor parte con sus deberes para con sus empleados por lo que la informalidad es un tumor que debe ser extirpado para el crecimiento de cualquier empresa.

**En referencia al Cumplimiento del derecho a horas laborales** un 63.30% de los encuestados expresó estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con las horas laborales que estos cumplían dentro de las Organizaciones, mientras que el resto de encuestados consideró que las horas de trabajo que estos cumplían con la empresa fueron superiores a lo estipulado en sus contratos; donde no se les reconocían horas extra por su compromiso con la empresa. Estos datos concuerdan con los logrados por López (2018) con su tesis “Caracterización de la formalización y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes vegetarianos en Chiclayo, 2018”; donde se encontró que al poseer educación superior los empresarios estos tienden a ser más conscientes de los derechos de los trabajadores por lo que no exigen más tiempo del necesario para que estos desempeñen sus funciones.

**Con respecto a si Existe flexibilidad dentro del personal a su cargo** un 40% de los encuestados expresó que tienden a ser flexibles los jefes con el trato del personal que tienen bajo su mando, mientras que un 23.30% prefirió no opinar y el resto alegó que aquellos que tienen personal a su cargo tienen a ser inflexibles exigiendo que se cumpla todo a la brevedad posible sin tener en consideración las situaciones que se pudiesen presentar al momento de realizar las actividades requeridas por estas Mypes. Estos datos concuerdan con los alcanzados por Minaya (2018) con su tesis “Los restaurantes formales y su competitividad en la ciudad de Tingo María 2018”, donde se expresó que es preciso que los jefes tengan cierto grado de contemplación con sus trabajadores a fin de que estos sientan que son escuchados y trabajan más a gusto a pesar de las circunstancias laborales.

**Acerca si la empresa cumple con derechos y requerimientos para adecuarse al régimen de Mype tributario** se evidenció que el 20% de los encuestados considera estar totalmente de acuerdo y de acuerdo con las exigencias que necesita la empresa para operar bajo el régimen Mypes tributario, un grupo de trabajadores expresó no opinar al respecto y un 50% de los encuestados expresó que las Organizaciones en cuestión no cumplen con las exigencias para operar bajo dicho régimen. Estos datos concuerdan con los logrados por López (2018) con su tesis “Caracterización de la formalización y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes vegetarianos en Chiclayo, 2018”; donde se encontró que al poseer educación superior los empresarios estos tienden a ser más conscientes de cumplir con los requerimientos necesarios para poder operar como empresa sin problemas con las autorizadas competentes.

**Con respecto a la organización del trabajo en la empresa** un 43.30% de los encuestados manifestó que la organización en el trabajo es buena por lo cual estos pueden desempeñar sus funciones sin problema alguno, mientras que un pequeño grupo expresó que la organización en el trabajo dentro de las Organizaciones del sector turismo no era ni bueno ni malo. Por último, un considerable 40% expresó que la organización en su centro de labores era mala situación que ralentiza considerablemente la realización de sus funciones generando que tengan que permanecer más tiempo dentro de la empresa para cumplir con las metas de diarias en función a los requerimientos de los usuarios de estas empresas. Estos datos concuerdan con los logrados por Carhuapoma (2018) en su trabajo “Caracterización de la competitividad y formalización en las Organizaciones del rubro restaurantes en el AA. HH Susana Higuchi – Piura año 2018” que al desarrollar estrategias idóneas la empresa logra organizarse de forma eficiente sin llegar a ralentizar el trabajo de las diferentes áreas de la empresa.

Por tanto, refiere a la capacidad empresarial para ser rentable frente a sus competidores en el mercado. La competitividad se relaciona con la cantidad del producto y el costo requerido para producir dicho producto, así como con el desempeño de los proveedores. (Porter, 2018)

**En referencia a si las Organizaciones pagan lo suficiente por arbitrio municipal,** un 33.40% considera que estas Organizaciones del sector turismo si cumplen con sus pagos municipales, mientras que un considerable 33.30% alegó que prefiere no opinar al respecto y otro 33.40% expresó que las empresas donde trabajan no pagan arbitrios municipales por lo que corren el riesgo de ser sancionados por evasión de impuestos. Estos datos guardan relación con los alcanzados por López (2018) con su tesis “Caracterización de la formalización y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes vegetarianos en Chiclayo, 2018”; donde se expresó que al contar con una educación superior los empresarios estos se vuelven conscientes de los riesgos de operar bajo la ley y las repercusiones que esto puede llegar a tener sobre su persona y sus bienes.

**Finalmente, en cuanto a si la empresa fue notificada por Sunat por no haber pagado impuestos,** un 23.40 de los encuestados expresó que las empresas fueron notificadas debidamente por no haber cumplido con sus obligaciones tributarias; asimismo, un 33.30% prefirió no opinar mientras que un considerable 43.40% manifestó que nunca fueron notificados y que los cobros que se les estaban imputando eran injustificados y que presentarían una queja formal ante la entidad reguladora. Estos datos guardan relación con los alcanzados por Cepeda (2018) con su investigación “Factores que impiden la formalización y desarrollo del sector productivo en el Ecuador durante el periodo 2012-2016” quien halló que la informalidad genera que las empresas decidan evadir

conscientemente sus obligaciones tributarias por lo que reciben las multas y sanciones del caso por su mal actuar empresarial.

Según el (MINCETUR, 2017) de conformidad con la orden de cobro, la orden ejecutiva no. 26 935, Ley sobre un procedimiento simplificado para la creación de una empresa. Obtenga la aprobación de la gerencia y del departamento para realizar negocios, integrar y cambiar las reglas. También deben obtener una licencia comercial de la ciudad y cumplir con otras regulaciones municipales aplicables. Todo restaurante debe prestar sus servicios a los clientes en las mejores condiciones higiénicas, proteger adecuadamente los bienes, muebles y equipos y cumplir con las normas de seguridad vigentes.

En tal sentido la formalización comprende la esquematización de estándares en una empresa. La clasificación de puestos es una medida del número de reglas que definen el papel de los trabajadores, y el acatamiento de las pautas es un indicador de su trabajo. La formalidad de una sociedad o institución empresarial es un hecho observable de cómo los administradores o empresarios tratan a sus miembros de trabajo.

Los datos exhibidos dejaron entrever que existe un porcentaje mínimo que mostró niveles bajos en estos dos aspectos; donde sólo unas pocas empresas son las que se preocupan por mantener una relación saludable con el estado a la vez que buscan ideas nuevas formas de competir con el resto de empresas de este rubro, sin dañar el medio ambiente o a sus competidores en el proceso.

Por lo que es de consideración que el estado busque implementar estrategias que promuevan tanto la formalización como la búsqueda de la competitividad y no del conformismo en MYPES del sector turismo que se ubican en la ciudad de Talara.

Sobre el OE2: **Describir la caracterización de la competitividad de las MYPES del sector turismo de la ciudad de Talara, 2022.**

**Con respecto a si esta informado de los servicios que brinda la empresa**, un 20% alegó que está al tanto de todos los servicios que la Organización del sector turismo ofrece, mientras que un 36.70% prefirió no opinar; mientras que un 33.30% expresó no conocer a cabalidad la totalidad de servicios que ofrece la empresa lo cual denota que existen muchos trabajadores que no están al tanto de todo lo que estas Mypes tienen para ofrecer al público. Estos datos concuerdan con los hallazgos alcanzados por Córdova (2018) con su estudio “Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las organizaciones de servicios rubro Restaurantes – Felipe Cossio del Pomar – Castilla – Piura 2018” quien halló que los factores determinantes a la competitividad son los procesos productivos, el aprendizaje y las estrategias diferenciadoras en cuanto a producto, respuesta rápida y responsabilidad social empresarial.

**Sobre si Conoce las guías de turismo que brindan las empresas publicitarias sobre su negocio**, un 33.30% expresó que saben entre bastante y mucho sobre las guías turísticas que este tipo de empresas brindan; de lo cual un 30% manifestó no opinar al respecto y un 36.70% indicó que no estaba al tanto de la existencia de dichas guías o que si escucho de estas no estaba al tanto del contenido de las mismas. Estos datos guardan relación con los presentados por Navarro (2018) con su estudio “La innovación como factor para el desarrollo de la competitividad en la micro y pequeña empresa”, donde se encontró que la innovación contribuye al sostenimiento, crecimiento e impulso de las Organizaciones, por lo que es deber de todo trabajador de una empresa de este rubro deben tener pleno conocimiento de las guías de turismo que ofrenda estas empresas.

**Sobre si conoce el tarifario de la empresa de turismo a la que pertenezco**, un 43.30% de los encuestados manifestó que sabían bastante o mucho sobre el tarifarios de estas Organizaciones del sector turismo y un 50% de los encuestados increíblemente expresó saber poco o muy poco de los tarifarios de estas empresas turísticas por lo que no serían capaces de orientar a un cliente interesado. Estos datos tienen cierta relación con los mostrados por Villacorta (2018) con su trabajo “Caracterización de la competitividad en las MYPE rubro restaurante del distrito Tabalosos, provincia Lamas – San Martín, año 2017”; donde se encontró que la principal característica de la competitividad es el nivel de capacitación de los trabajadores, ya que en gran parte de estos depende la satisfacción del cliente o usuario del servicio, por lo que todos los trabajadores de este tipo de empresas deben estar al tanto de toda la información posible de la empresa a fin de poder asistir a un cliente cuando este lo requiera.

**Sobre si tiene conocimiento sobre los servicios, ofertas y paquetes turísticos que ofrece la empresa donde labora**, un 30% indicó que sabía entre bastante y mucho sobre todos los servicios, paquetes y ofertas que eran ofrecidos por la empresa a fin de poder abordar adecuadamente a los clientes que se interesan en adquirir los servicios de dichas empresas; por otro lado un 16.70% consideró que tiene un nivel regular de conocimientos de estos servicios y demás y un alarmante 53.30% de los encuestados lamentablemente expresó que sabían muy poco o poco acerca de los servicios, paquetes y ofertas que eran ofrecidos por la empresa, por lo que si fuesen abordados por clientes interesados no serían capaces de despejar las dudas de estos. Estos datos tienen cierta relación con los mostrados por Villacorta (2018) con su trabajo “Caracterización de la competitividad en las Organizaciones rubro restaurante del distrito Tabalosos, provincia Lamas – San Martín, año 2017”; donde se encontró que la gestión interna de la empresa contribuye a elevar la

competitividad de los restaurantes observados por lo que los servicios, ofertas y paquetes turísticos que ofrece la empresa debe ser de conocimiento de todo empleado de las Organizaciones de las empresas de este rubro.

**Sobre el conocimiento de agencias de turismo similares o competidoras de su empresa**, se encontró que un 46.70% de las empresas manifestó que conocen bastante o mucho de las diferentes empresas del rubro que compiten con la suya, mientras que un 20% prefirió no opinar y un 33.30% expresó que Vivian en su nube y no estaban al tanto o sabían muy poco de otras empresas que se dedicaban al mismo rubro que ellos sugiriendo que no tenían interés alguno por preocuparse por la competencia. Estos datos tienen cierta relación con los mostrados por Córdova (2018) con su investigación “Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las Organizaciones de servicios rubro Restaurantes – Felipe Cossio del Pomar – Castilla – Piura 2018”, donde se encontró que los factores determinantes a la competitividad son los procesos productivos, el aprendizaje y las estrategias diferenciadoras en cuanto a producto, respuesta rápida y responsabilidad social empresarial, donde conocer la competencia es fundamental para identificar puntos débiles y mejorarlos a fin de poder competir con aquellas empresas que están en constante mejora.

**Sobre si considera que su empresa logra satisfacer las necesidades y requerimientos del cliente**, un 33.40% de los encuestados expresaron que saben bastante o mucho sobre el nivel de satisfacción en referencia a las necesidades y exigencias de los clientes, por otro lado; un 23.30% se mantuvo al margen y un 33.30% expresó no tener mucho conocimiento sobre lo que sus clientes necesitan para sentirse a gusto dentro de sus instalaciones. Estos datos pueden cotejarse con los logrados por Reyes (2018) con su tesis “Caracterización de la capacitación y la competitividad en las Organizaciones del rubro restaurantes de la urbanización Santa Ana de Piura, año 2018”, encontrándose que tanto la

ubicación, los precios diferenciados, la imagen, la formalización y la fidelización de clientes son factores asociados al incremento de la competitividad por lo que es de precisión estar al tanto de las necesidades y requerimientos del cliente y como poder satisfacerlas a fin de fidelizar al cliente con la empresa.

**Sobre si considera que la atención y orientación brindada en su empresa es de calidad**, se encontró que un 20% está al tanto de dichos servicios y tienen amplio conocimiento de esto; mientras que un 20% expresó que tenían datos a un nivel intermedio y un alarmante 60% expresó que no sabían casi nada so la atención y orientación que su empresa brindada era de calidad y despejaba las didas de sus clientes potenciales. Navarro (2018) con su estudio “La innovación como factor para el desarrollo de la competitividad en la micro y pequeña empresa”, donde se encontró que la innovación contribuye al sostenimiento, crecimiento e impulso de las Organizaciones, por lo que es deber de todo trabajador o dueño de una empresa de este rubro debe conocer la situación de como su personal atiende a los clientes a fin de promediar el nivel de calidad que se ofrece y poder implementar acciones que mejoren el novel de satisfacción y calidad del servicio ofrecido.

**Sobre si considera que el tiempo de espera para el servicio que brinda su empresa es el adecuado**, un 50% de los encuestados alegó que el tiempo para dar el servicio era el adecuado, mientras que un 33.30% lamentablemente expresó que no sabían o no estaban al tanto si el tiempo de espera de los clientes por el servicio era el adecuado, dejando ver que no le daban el interés necesario al cliente y por ende el servicio era malo. Villacorta (2018) con su trabajo “Caracterización de la competitividad en las Organizaciones rubro restaurante del distrito Tabalosos, provincia Lamas – San Martín, año 2017”; donde se encontró que la principal característica de la competitividad es el nivel de capacitación de los trabajadores, ya que en gran parte de estos depende la satisfacción del cliente o usuario

del servicio, por lo que siempre se debe buscar ofrecer un servicio de calidad al cliente en el menor tiempo posible buscando generar el mayor nivel de satisfacción en el cliente.

Es por ello que se entiende la competitividad como la capacidad de crear y sostener una ventaja sistemática comparativa que permita desarrollar y expandir una marca empresarial tanto en el entorno social y económico. La competitividad afecta la forma en que se plantea y desarrolla un plan de negocios, es decir, contribuye al desarrollo de modelos de negocios.

A esto Porter (2017) expresa que las estrategias de competitividad, son opciones para crear una ventaja competitiva en el mercado son múltiples, sin embargo, pueden agruparse en dos categorías: Liderazgo en costos y Diferenciación. El primero refiere a una estrategia para reducir costos sin que esto implique reducir la calidad e impacto de los productos.

## PLAN DE MEJORA PARA LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR TURISMO DE LA CIUDAD DE TALARA

### 1. Datos generales

- **Nombre o razón social:** Micro y pequeñas empresas dedicadas del sector turismo en la ciudad de Talara.
- **Giro de la empresa:** Hoteles turísticos
- **Dirección:** Ciudad de Talara – Piura - Perú.
- **Nombre del representante:** Empresarios dueños de los negocios.
- **Historia:**

La historia de las micro y pequeñas empresas turísticas en la ciudad de Talara, Piura, mostró un impulso y promoción del turismo por parte de estos emprendedores locales, lo cual tomó fuerza no hace muchos años atrás. A continuación, se mostrarán algunos aspectos relevantes:

- **Promoción del turismo:** Desde el año 2015, un grupo de micro y pequeños empresarios locales ha estado trabajando para impulsar y promover el turismo en la provincia de Talara, en la región de Piura. Esta iniciativa busca aprovechar el potencial turístico de la zona y fomentar el desarrollo económico a través del turismo.
- **Inclusión social y emprendimientos turísticos:** En el balneario de Máncora-Talara, se ha llevado a cabo una investigación sobre la inclusión social de los pobladores en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

Esto demuestra el interés por promover la participación de la comunidad local en el sector turístico.

- **Apoyo financiero:** Existe el Fondo de Apoyo Empresarial (FAE-Turismo), que brinda apalancamiento financiero a las micro y pequeñas empresas del sector turismo. Este fondo tiene como objetivo apoyar el desarrollo y fortalecimiento de estas empresas.
- **Capacitación y fortalecimiento:** Se han realizado capacitaciones dirigidas a emprendedores del distrito El Alto-Talara vinculados al sector turismo. Estas capacitaciones buscan fortalecer las habilidades y conocimientos de los emprendedores para mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos

## **2. Misión**

Son empresas dedicadas a ofrecer servicios turísticos de calidad, que satisfagan las necesidades y expectativas de los turistas que visitan la zona. Esto implica brindar servicios personalizados, seguros y confiables, que permitan a los turistas disfrutar de su experiencia turística. Mientras se promueve el turismo sostenible en la zona en la que se encuentra. Esto implica fomentar prácticas turísticas responsables, que contribuyan al cuidado del medio ambiente y al desarrollo social y económico de la comunidad local.

## **3. Visión**

Convertirse en líderes en la oferta de servicios turísticos de calidad en la zona. Esto implica ofrecer servicios personalizados, seguros y confiables, que permitan a los turistas disfrutar de su experiencia turística y que los diferencie de la competencia. Mientras contribuye al desarrollo económico y social de la zona en la que se encuentra. Esto

implica generar empleo y contribuir al desarrollo económico de la zona, trabajando en colaboración con otros actores locales, como proveedores y comunidades.

#### **4. Objetivos organizacionales**

Los objetivos organizacionales de una micro y pequeña empresa dedicada al sector turismo en la ciudad de Talara, Piura, pueden variar dependiendo de las necesidades y metas específicas de cada Mypes en particular. A continuación, se presentan los objetivos organizacionales propuestos:

- **Fortalecer la calidad de los servicios turísticos:** Uno de los objetivos organizacionales de una empresa turística puede ser fortalecer la calidad de los servicios turísticos que ofrece. Esto implica mejorar la atención al cliente, la seguridad y la confiabilidad de los servicios turísticos, para satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas.
- **Promover el turismo sostenible:** Otro posible objetivo organizacional de una empresa turística es promover el turismo sostenible en la zona en la que se encuentra. Esto implica fomentar prácticas turísticas responsables, que contribuyan al cuidado del medio ambiente y al desarrollo social y económico de la comunidad local.
- **Generar empleo y contribuir al desarrollo económico local:** Un objetivo organizacional de una empresa turística puede ser generar empleo y contribuir al desarrollo económico local. Esto implica trabajar en colaboración con otros actores locales, como proveedores y comunidades, para promover el desarrollo económico y social de la zona.

- **Acceder a financiamiento:** Una empresa turística puede tener como objetivo organizacional acceder a financiamiento para fortalecer su actividad productiva y mejorar la calidad de sus servicios turísticos. En este sentido, el Fondo de Apoyo Empresarial a las MYPE del Sector Turismo (FAE-TURISMO) puede ser una opción para acceder a financiamiento.

## 5. Productos y servicios

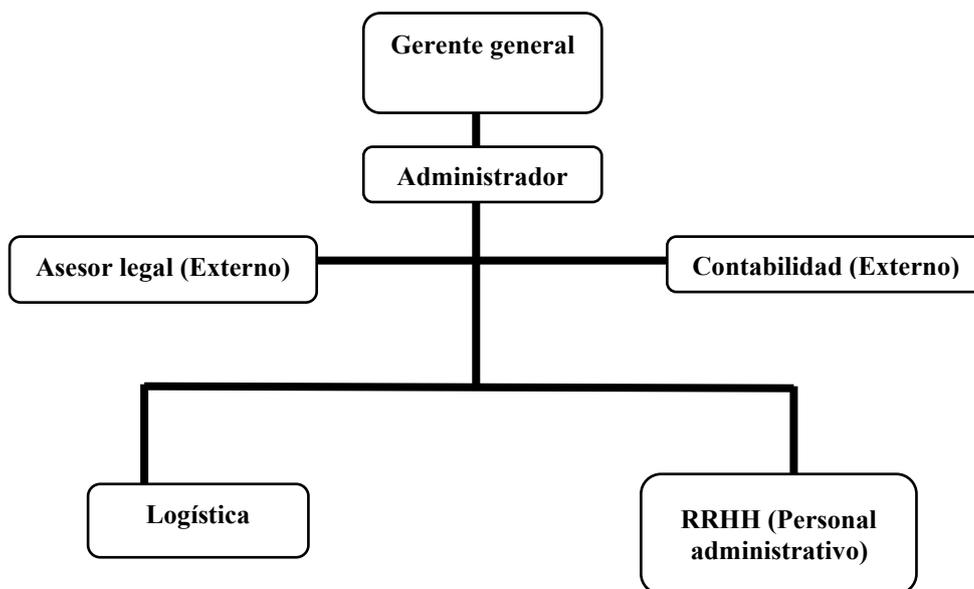
A continuación, se presentan los productos y servicios que ofrecen las Mypes del sector turismo:

- **Servicios de hospedaje:** Una empresa turística puede ofrecer servicios de hospedaje, como hoteles, hostales, casas de huéspedes o alojamientos rurales. Estos servicios pueden estar dirigidos a diferentes tipos de turistas, como familias, parejas o grupos de amigos.
- **Servicios de transporte:** Otra posible oferta de una empresa turística son los servicios de transporte, como traslados desde el aeropuerto, tours en vehículos privados o alquiler de bicicletas. Estos servicios pueden estar enfocados en facilitar la movilidad de los turistas durante su estadía en la zona.
- **Servicios de alimentación:** Una empresa turística puede ofrecer servicios de alimentación, como restaurantes, cafeterías o servicios de catering. Estos servicios pueden estar enfocados en ofrecer una experiencia gastronómica local y de calidad a los turistas.
- **Servicios de guía turístico:** Una empresa turística puede ofrecer servicios de guía turístico, para acompañar a los turistas en sus visitas a los diferentes atractivos

turísticos de la zona. Estos servicios pueden estar enfocados en brindar información y conocimientos sobre la historia, cultura y naturaleza de la zona.

- **Servicios de turismo sostenible:** Una empresa turística puede ofrecer servicios de turismo sostenible, que promuevan prácticas turísticas responsables y contribuyan al cuidado del medio ambiente y al desarrollo social y económico de la comunidad local. Estos servicios pueden estar enfocados en ofrecer experiencias turísticas auténticas y enriquecedoras para los turistas.

## 6. Organigrama



*Nota. Elaboración propia.*

## 6.1. Descripción de funciones

**Tabla N° 5: Descripción de funciones Gerencia**

<b>Gerencia</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Gerente general</b>
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Amplia experiencia en el sector hotelero y administrativo.</li> <li>–Formación universitaria en Administración de Empresas Turísticas y Hotelería, Hospitalidad, Mercadotecnia, Administración, Contabilidad, Comunicación o áreas afines.</li> <li>–Conocimientos en gestión hotelera, marketing, finanzas y recursos humanos.</li> <li>–Habilidades de liderazgo, comunicación y toma de decisiones.</li> <li>–Orientación al servicio al cliente y capacidad para mantener altos estándares de calidad.</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Lograr la rentabilidad y el crecimiento del hotel.</li> <li>–Mantener altos niveles de satisfacción del cliente.</li> <li>–Cumplir con los objetivos de ventas y rentabilidad establecidos.</li> <li>–Promover el turismo sostenible y responsable.</li> <li>–Contribuir al desarrollo económico y social de la comunidad local</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Planificar, organizar, supervisar y evaluar las actividades y procesos administrativos del hotel.</li> <li>–Establecer y mantener estándares de calidad en los servicios ofrecidos.</li> <li>–Gestionar y coordinar los diferentes departamentos del hotel, como recepción, alimentos y bebidas, limpieza, entre otros.</li> <li>–Desarrollar estrategias de marketing y promoción para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes.</li> <li>–Gestionar el presupuesto y los recursos financieros del hotel.</li> <li>–Contratar, capacitar y supervisar al personal del hotel.</li> <li>–Mantener buenas relaciones con proveedores, socios y autoridades locales.</li> <li>–Garantizar el cumplimiento de las leyes y regulaciones locales y federales</li> </ul>

*Nota. Elaboración propia.*

**Tabla N° 6: Descripción de funciones Administrador**

<b>Cargo</b>	<b>Administrador</b>
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Formación académica en Administración de Empresas, Hostelería, Turismo o una disciplina relacionada. Además, se valora la experiencia previa en el sector hotelero.</li> <li>–Habilidades y competencias vinculadas al liderazgo, comunicación, gestión de recursos humanos, resolución de problemas y toma de decisiones.</li> <li>–Organizado, orientado al cliente, capaz de trabajar bajo presión y poseer un enfoque orientado a resultados.</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Proporcionar un servicio de calidad: El principal objetivo de un administrador de hotel es asegurar que los huéspedes reciban un servicio de alta calidad durante su estancia, lo que incluye satisfacer sus necesidades y superar sus expectativas.</li> <li>–Incrementar la ocupación y rentabilidad: El administrador debe trabajar para aumentar la ocupación del hotel y mejorar su rentabilidad mediante la optimización de precios, la promoción adecuada y la gestión eficiente de los recursos.</li> <li>–Garantizar el bienestar del personal: Es responsabilidad del administrador asegurar un ambiente de trabajo positivo, motivador y seguro para el equipo del hotel, lo que a su vez contribuirá a la satisfacción de los clientes.</li> <li>–Mantener el hotel en condiciones óptimas: El administrador debe asegurarse de que las instalaciones estén bien mantenidas y en perfecto estado, lo que incluye la gestión de las reparaciones y el mantenimiento preventivo.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Gestión de recursos humanos: Contratación, formación y supervisión del personal del hotel. Debe asignar responsabilidades y coordinar el trabajo del equipo.</li> <li>–Gestión financiera: Controlar el presupuesto del hotel, asegurar la eficiencia en el uso de los recursos y garantizar que el hotel sea rentable.</li> <li>–Atención al cliente: Responder a las necesidades de los huéspedes, resolver quejas y asegurarse de que tengan una estancia placentera.</li> <li>–Marketing y ventas: Promocionar el hotel, establecer acuerdos comerciales y buscar oportunidades para atraer más clientes.</li> <li>–Coordinación de servicios: Asegurarse de que todos los servicios ofrecidos por el hotel, como la limpieza, el restaurante y las actividades recreativas, estén funcionando correctamente y satisfaciendo las expectativas de los huéspedes.</li> <li>–Cumplimiento normativo: Asegurarse de que el hotel cumpla con todas las regulaciones y normativas aplicables en el ámbito turístico y hotelero.</li> </ul>

*Nota. Elaboración propia.*

**Tabla N° 7: Descripción de funciones Area Logística**

<b>Área de logística</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Jefe de logística</b>
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Formación universitaria en Administración de Empresas, Logística, Ingeniería Industrial o áreas afines.</li> <li>–Conocimientos en gestión de la cadena de suministro, logística y transporte.</li> <li>–Habilidades de liderazgo, comunicación y toma de decisiones.</li> <li>–Orientación al servicio al cliente y capacidad para mantener altos estándares de calidad.</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Garantizar la disponibilidad de los suministros necesarios para el funcionamiento del hotel.</li> <li>–Optimizar los procesos logísticos para reducir costos y mejorar la eficiencia.</li> <li>–Garantizar la calidad de los productos y servicios ofrecidos por el hotel.</li> <li>–Promover el turismo sostenible y responsable.</li> <li>–Contribuir al desarrollo económico y social de la comunidad local.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Planificar, organizar, supervisar y evaluar las actividades y procesos logísticos del hotel.</li> <li>–Gestionar y coordinar la cadena de suministro del hotel, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega de productos y servicios.</li> <li>–Establecer y mantener estándares de calidad en los productos y servicios ofrecidos.</li> <li>–Desarrollar estrategias de compras y negociación con proveedores.</li> <li>–Gestionar el presupuesto y los recursos financieros del área logística.</li> <li>–Contratar, capacitar y supervisar al personal del área logística.</li> <li>–Mantener buenas relaciones con proveedores, socios y autoridades locales.</li> <li>–Garantizar el cumplimiento de las leyes y regulaciones locales y federales en materia de logística.</li> </ul>

*Nota. Elaboración propia.*

**Tabla N° 8: Descripción de funciones jefe de Recursos Humanos**

<b>Recursos Humanos</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Jefe de Recursos Humanos</b>
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Formación universitaria en Administración de Empresas, Recursos Humanos, Psicología Organizacional o áreas afines.</li> <li>–Conocimientos en gestión de recursos humanos, legislación laboral y desarrollo organizacional.</li> <li>–Habilidades de liderazgo, comunicación y resolución de conflictos.</li> <li>–Orientación al servicio al cliente y capacidad para mantener altos estándares de calidad.</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Atraer, reclutar y seleccionar al personal adecuado para el hotel.</li> <li>–Desarrollar y retener al talento humano dentro de la organización.</li> <li>–Garantizar el cumplimiento de las políticas y procedimientos laborales.</li> <li>–Promover un clima laboral positivo y motivador.</li> <li>–Contribuir al desarrollo y crecimiento del personal.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Planificar, organizar y coordinar los procesos de reclutamiento y selección de personal.</li> <li>–Desarrollar y ejecutar programas de capacitación y desarrollo para el personal.</li> <li>–Gestionar el proceso de evaluación del desempeño y establecer planes de mejora.</li> <li>–Administrar los beneficios y compensaciones del personal.</li> <li>–Mantener y actualizar los registros y documentación del personal.</li> <li>–Resolver conflictos laborales y promover un ambiente de trabajo armonioso.</li> <li>–Garantizar el cumplimiento de las leyes y regulaciones laborales.</li> <li>–Promover la comunicación efectiva y la retroalimentación entre el personal y la dirección del hotel.</li> </ul>

*Nota. Elaboración propia.*

**Tabla N° 9: Descripción de funciones asistente administrativo de Recursos Humanos**

<b>Recursos Humanos</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Asistente administrativo</b>
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Formación técnica o universitaria en Administración, Hotelería, Turismo o áreas afines.</li> <li>–Conocimientos en gestión administrativa, contabilidad y atención al cliente.</li> <li>–Habilidades de organización, comunicación y trabajo en equipo.</li> <li>–Orientación al servicio al cliente y capacidad para mantener altos estándares de calidad</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Brindar soporte administrativo al hotel.</li> <li>–Garantizar la eficiencia y eficacia de los procesos administrativos.</li> <li>–Contribuir al cumplimiento de los objetivos del hotel.</li> <li>–Promover el turismo sostenible y responsable.</li> <li>–Contribuir al desarrollo económico y social de la comunidad local.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Brindar asistencia a la gerencia y al personal del hotel en tareas administrativas y secretariales.</li> <li>–Gestionar y coordinar la agenda de la gerencia y del personal del hotel.</li> <li>–Realizar la gestión de documentos y archivos del hotel.</li> <li>–Atender y canalizar las llamadas y correos electrónicos del hotel.</li> <li>–Gestionar la recepción y atención al cliente del hotel.</li> <li>–Realizar la facturación y cobranza de los servicios del hotel.</li> <li>–Realizar la gestión de compras y suministros del hotel.</li> <li>–Mantener actualizada la información y registros del hotel.</li> <li>–Colaborar en la organización de eventos y actividades del hotel.</li> </ul>

*Nota. Elaboración propia.*

## 7. Diagnóstico general

Tabla N° 10: Diagnóstico general

	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>ANÁLISIS FODA</b>	<p><b>O1:</b> Aprovechar el potencial turístico de la zona para atraer a más turistas</p> <p><b>O2:</b> Desarrollar nuevos servicios turísticos para satisfacer las necesidades de los turistas</p> <p><b>O3:</b> Promover el turismo sostenible y responsable para diferenciarse de la competencia</p> <p><b>O4:</b> Establecer alianzas estratégicas con otros actores locales para promover el desarrollo económico y social de la zona</p>	<p><b>A1:</b> Competencia de otros hoteles y alojamientos turísticos en la zona</p> <p><b>A2:</b> Cambios en las preferencias y necesidades de los turistas</p> <p><b>A3:</b> Inestabilidad política y social en la zona</p> <p><b>A4:</b> Impacto negativo en el turismo como derivado de los diversos virus y enfermedades que han asolado al país.</p>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
<p><b>F1:</b> Ubicación estratégica en zona turística y corporativa</p> <p><b>F2:</b> Instalaciones modernas y bien equipadas</p> <p><b>F3:</b> Personal altamente capacitado y comprometido</p> <p><b>F4:</b> Amplia variedad de servicios turísticos ofrecidos</p> <p><b>F5:</b> Buena reputación y reconocimiento en el mercado</p>	<p>–Desarrollar nuevos servicios turísticos que aprovechen la ubicación estratégica del hotel y satisfagan las necesidades de los turistas. (F1, F4, O1, O2)</p> <p>–Establecer alianzas estratégicas con otros actores locales para promover el turismo sostenible y responsable en la zona. (F3, F5, O3, O4)</p>	<p>–Fortalecer la reputación y reconocimiento del hotel en el mercado para hacer frente a la competencia de otros hoteles y alojamientos turísticos en la zona. (F1, F2, A1)</p> <p>–Diversificar la oferta de servicios turísticos para adaptarse a los cambios en las preferencias y necesidades de los turistas. (F2, F4, A2)</p>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
<p><b>D1:</b> Pocas habitaciones en el hotel</p> <p><b>D2:</b> Altos costos de operación y mantenimiento</p> <p><b>D3:</b> Dependencia de la temporada alta para generar ingresos</p> <p><b>D4:</b> Falta de personal especializado en ciertas áreas</p> <p><b>D5:</b> Falta de diversificación en la oferta de servicios turísticos</p>	<p>–Capacitar al personal del hotel en áreas especializadas para mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos. (D4, O2, O4)</p> <p>–Desarrollar nuevos servicios turísticos que reduzcan los costos de operación y mantenimiento del hotel. (D1, D2, D5, O3, O4)</p>	<p>–Diversificar la oferta de servicios turísticos para reducir la dependencia de la temporada alta para generar ingresos. (D3, D5, A1, A2)</p> <p>–Establecer medidas de contingencia para hacer frente al impacto negativo de virus y enfermedades en el turismo. (D4, A3, A4)</p>

*Nota. Elaboración propia.*

## 8. Indicadores de una buena gestión

**Tabla N° 11: Indicadores de una buena gestión**

<b>Indicadores</b>	<b>Evaluación de indicadores dentro de las Micro y pequeñas empresas</b>
Situación del negocio	La gestión realizada por el dueño y personal administrativo deja mucho que desear en cuanto a dirección y operatividad del negocio.
Participación de los colaboradores	Los trabajadores no cuentan con los conocimientos necesarios para hacer uso de medios tecnológicos y/o estadísticos
Participación del dueño	Los propietarios en su mayoría afirman no estar cumpliendo cabalmente con su pago de tributos lo cual pone en riesgo la permanencia en actividad de la empresa.
Reclamos	Los clientes de estas empresas expresaron inconformidad por el servicio y atención recibida, abocándose de forma explícita en tiempos de espera y trato personal.
Diagnóstico final	La empresa presenta una mala gestión administrativa lo cual se refleja en la calidad del servicio y satisfacción del usuario de dicho servicio.

*Nota. Elaboración propia.*

## 9. Problemas

**Tabla N° 12: Problemas**

Indicadores	Problemas encontrados	Surgimiento del problema
Situación del negocio	Mala gestión por parte de los administradores o dueños	La mayoría de los dueños y/o personal administrativo comandado por los dueños no tienden a seguir una estructura organizativa que les permita dinamizar el accionar operativo de la empresa lo cual genera desorden total al momento de atender a los clientes u ofrecerle algún servicio en concreto, lo cual genera inconformidad en los clientes los cuales se han quejado en más de una ocasión.
Participación de los colaboradores	Carencia de utilización de recursos estadísticos y técnicas de trabajo	Los empleados de estas Mypes en su mayoría no cuentan con estudios superiores que les sirvan de base para poder desarrollar de forma eficiente sus funciones, situación que genera que estos atiendan o realicen una actividad en base a su criterio sin tener algún precedente que les sirva de base para poder realizar sus funciones y potenciarlas en el transcurso de estas.
Participación del dueño	Problemas de informalidad con el ente regulador	Los dueños de la empresa en su afán de generar más ganancias para ellos mismos, tras la quiebra de negocios anteriores decidieron adrede evadir impuestos, lo cual le generará problemas a futuro con SUNAT.
Reclamos	Insatisfacción de los turistas o clientes	La gestión de la calidad del servicio, atención y satisfacción de los clientes tiene mucho que desear debido a la falta de capacitación y conocimientos administrativos y de gestión tanto en el personal como en los dueños de estas Mypes.
Diagnóstico final	Evaluación semestral de la situación de la MYPE	Estas empresas se encuentran en riesgo debido a una mala gestión de los recursos de la misma, generando la pérdida de clientes y la reducción en las ventas e ingresos de estas.

*Nota. Elaboración propia.*

## 10. Establecer soluciones

Tabla N° 13: Establecer soluciones

Indicadores	Problemas encontrados	Acciones de mejora
Situación del negocio	Mala gestión por parte de los administradores o dueños	<p>Para mejorar una mala gestión por parte de los administradores o dueños de un hotel turístico, se pueden efectuar las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Evaluar la situación actual del hotel (Focus Group):</b> Es importante realizar un análisis detallado de la situación actual del hotel para identificar las áreas que necesitan mejoras y establecer objetivos claros y alcanzables.</li> <li>2. <b>Capacitar al personal:</b> Es fundamental que el personal del hotel esté capacitado y actualizado en las últimas tendencias y mejores prácticas del sector turístico. Se pueden ofrecer cursos de capacitación y entrenamiento para mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.</li> <li>3. <b>Mejorar la gestión financiera:</b> Es importante llevar un control riguroso de los ingresos y gastos del hotel para garantizar su rentabilidad. Se pueden implementar medidas para reducir los costos y aumentar los ingresos, como la diversificación de la oferta de servicios turísticos.</li> <li>4. <b>Mejorar la gestión de recursos humanos:</b> Es fundamental establecer políticas y procedimientos claros para la gestión del personal del hotel, incluyendo la selección, contratación, capacitación y evaluación del desempeño. También es importante establecer un ambiente laboral positivo y motivador para retener al personal y mejorar su desempeño.</li> <li>5. <b>Mejorar la gestión de la cadena de suministro:</b> Es importante establecer relaciones sólidas y beneficiosas con los proveedores del hotel para garantizar la calidad de los productos y servicios ofrecidos. Se pueden establecer acuerdos de colaboración y negociación para obtener mejores precios y condiciones.</li> </ol>
Participación de los colaboradores	Carencia de utilización de recursos estadísticos y técnicas de trabajo	<p>Para mejorar la carencia de utilización de recursos estadísticos y técnicas de trabajo en los trabajadores de un hotel turístico, se pueden tomar las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Capacitación y formación (talleres):</b> Brindar capacitación y formación a los trabajadores del hotel en el uso de recursos estadísticos y técnicas de trabajo relevantes para su área. Esto puede incluir cursos, talleres o programas de desarrollo profesional que les permitan</li> </ol>

		<p>adquirir las habilidades necesarias para utilizar eficientemente los recursos y técnicas disponibles.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. <b>Implementar sistemas de información:</b> Establecer sistemas de información y herramientas tecnológicas que faciliten la recopilación, análisis y presentación de datos relevantes para la gestión del hotel. Esto puede incluir el uso de software de gestión hotelera, sistemas de reservas en línea y herramientas de análisis de datos.</li> <li>3. <b>Fomentar el intercambio de conocimientos:</b> Promover un ambiente de trabajo colaborativo donde los trabajadores puedan compartir sus conocimientos y experiencias en el uso de recursos estadísticos y técnicas de trabajo. Esto puede incluir la realización de reuniones periódicas, sesiones de capacitación interna o la creación de grupos de trabajo especializados.</li> <li>4. <b>Establecer metas y objetivos claros:</b> Definir metas y objetivos claros relacionados con la utilización de recursos estadísticos y técnicas de trabajo en el hotel. Estas metas pueden incluir la mejora de la recopilación y análisis de datos, la implementación de técnicas de mejora continua o la optimización de procesos internos.</li> <li>5. <b>Monitorear y evaluar el desempeño:</b> Establecer indicadores de desempeño y realizar un seguimiento regular para evaluar el progreso en la utilización de recursos estadísticos y técnicas de trabajo. Esto puede incluir la revisión periódica de informes, la realización de auditorías internas o la retroalimentación constante por parte de los supervisores.</li> </ol>
Participación del dueño	Problemas de informalidad con el ente regulador	<p>Para mejorar la informalidad con el ente regulador de impuestos por parte de los dueños de un hotel turístico, se pueden tomar las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Asesoría legal:</b> Es importante contar con asesoría legal especializada para conocer las obligaciones fiscales y tributarias del hotel y cumplir con ellas de manera adecuada. Un abogado especializado en derecho tributario puede ayudar a los dueños del hotel a entender las leyes y regulaciones aplicables y a establecer un plan de acción para regularizar su situación.</li> <li>2. <b>Implementar un sistema de contabilidad:</b> Es fundamental llevar un registro detallado de los ingresos y gastos del hotel para cumplir con las obligaciones fiscales y tributarias. Se pueden implementar sistemas de contabilidad y herramientas tecnológicas que faciliten la recopilación, análisis y presentación de datos relevantes para la gestión del hotel.</li> </ol>

		<ol style="list-style-type: none"> <li>3. <b>Realizar una auditoría interna:</b> Es importante realizar una auditoría interna para identificar posibles irregularidades en la gestión financiera del hotel y establecer medidas correctivas. Una auditoría interna puede ayudar a los dueños del hotel a identificar áreas de mejora y a establecer políticas y procedimientos claros para la gestión financiera del hotel.</li> <li>4. <b>Establecer un plan de pagos:</b> Si el hotel tiene deudas pendientes con el ente regulador de impuestos, se puede establecer un plan de pagos para regularizar su situación. Un plan de pagos puede permitir al hotel pagar sus deudas en cuotas y evitar sanciones o multas.</li> <li>5. <b>Conocer las obligaciones fiscales y tributarias:</b> Es importante que los dueños del hotel turístico conozcan las obligaciones fiscales y tributarias que deben cumplir y se mantengan actualizados en las últimas regulaciones y leyes tributarias. Esto les permitirá evitar multas y sanciones por incumplimiento.</li> <li>6. <b>Contratar un asesor tributario:</b> Es recomendable contar con un asesor tributario especializado que pueda brindar asesoría y orientación en la gestión tributaria del hotel. Un asesor tributario puede ayudar a los dueños del hotel a entender las leyes y regulaciones aplicables y a establecer un plan de acción para regularizar su situación.</li> <li>7. <b>Establecer una comunicación fluida con el ente regulador de impuestos:</b> Es importante establecer una comunicación fluida y constante con el ente regulador de impuestos para resolver cualquier duda o inquietud que surja en el cumplimiento de las obligaciones fiscales y tributarias. Esto puede incluir la realización de reuniones periódicas o la comunicación por correo electrónico o teléfono.</li> <li>8. <b>Capacitar al personal:</b> Es fundamental que el personal del hotel esté capacitado y actualizado en las últimas tendencias y mejores prácticas del sector turístico. Se pueden ofrecer cursos de capacitación y entrenamiento para mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, así como para cumplir con las obligaciones fiscales y tributarias del hotel.</li> </ol>
Reclamos	Insatisfacción de los turistas o clientes	<p>Para mejorar la insatisfacción de los turistas o clientes de un hotel turístico, se pueden tomar las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Monitoreo de la satisfacción del cliente:</b> Es importante realizar encuestas de satisfacción y monitorear las opiniones de los clientes en redes sociales y sitios web de reseñas para identificar áreas de mejora y establecer medidas correctivas.</li> </ol>

		<ol style="list-style-type: none"> <li>2. <b>Mejora de la calidad del servicio:</b> Es fundamental que el hotel turístico ofrezca un servicio de calidad y que cumpla con las expectativas de los turistas. Se pueden establecer políticas y procedimientos claros para la atención al cliente y para la resolución de problemas y quejas.</li> <li>3. <b>Creación de paquetes turísticos:</b> Se pueden crear paquetes turísticos que incluyan servicios adicionales y atractivos para los turistas, como tours, actividades culturales y deportivas, entre otros. Esto puede mejorar la experiencia del cliente y aumentar su satisfacción.</li> <li>4. <b>Implementación de tecnología:</b> Se pueden implementar herramientas tecnológicas que mejoren la experiencia del cliente, como sistemas de reservas en línea, aplicaciones móviles y herramientas de análisis de datos. Esto puede mejorar la eficiencia y la calidad del servicio ofrecido.</li> <li>5. <b>Reducción de precios:</b> Si las tarifas de un hotel en particular, y no de todo el sector, bajaran en búsqueda nuevos clientes, esta reducción de precio podría ser considerada por los turistas como una oportunidad para hospedarse en un hotel de calidad a un precio más accesible.</li> <li>6. <b>Recopilar comentarios y retroalimentación:</b> Implementar un sistema para recopilar comentarios y opiniones de los clientes sobre su experiencia en el hotel. Pueden utilizar encuestas, buzones de sugerencias o plataformas de revisión en línea.</li> <li>7. <b>Análisis de comentarios:</b> Analizar de manera regular los comentarios recibidos para identificar patrones y áreas de insatisfacción recurrentes. Prestar especial atención a las críticas constructivas.</li> <li>8. <b>Capacitación del personal:</b> Proporcionar capacitación continua al personal en habilidades de servicio al cliente, empatía y resolución de problemas. El personal bien capacitado puede mejorar significativamente la experiencia del cliente.</li> <li>9. <b>Resolución rápida de problemas:</b> Establecer protocolos para abordar los problemas de los clientes de manera rápida y efectiva. Si los problemas se resuelven rápidamente, es más probable que los clientes se sientan satisfechos.</li> <li>10. <b>Personalización del servicio:</b> Tratar de adaptar el servicio y la experiencia del cliente según sus preferencias y necesidades individuales. La personalización puede hacer que los clientes se sientan valorados y especiales.</li> <li>11. <b>Mantenimiento y limpieza:</b> Asegurarse de que las instalaciones del hotel estén limpias y bien mantenidas.</li> </ol>
--	--	---

		<p>Los problemas de limpieza y mantenimiento son comunes quejas de los clientes.</p> <p>12. <b>Comunicación efectiva:</b> Mejorar la comunicación con los clientes durante todas las etapas de su estancia. Proporcionar información clara sobre los servicios, horarios, eventos y actividades disponibles.</p> <p>13. <b>Ofertas y promociones:</b> Ofrecer promociones especiales, descuentos u ofertas para fomentar la lealtad del cliente y atraer a nuevos clientes.</p> <p>14. <b>Mejoras en las instalaciones:</b> Realizar inversiones en las instalaciones y comodidades del hotel según las necesidades y deseos de los clientes.</p> <p>15. <b>Programas de fidelización:</b> Implementar un programa de fidelización para recompensar a los clientes habituales con beneficios y descuentos exclusivos.</p> <p>16. <b>Conciencia cultural:</b> Si el hotel recibe turistas de diferentes culturas, es fundamental sensibilizar al personal sobre las diferencias culturales y las expectativas de los huéspedes de diferentes regiones.</p> <p>17. <b>Revisión de políticas:</b> Evaluar las políticas del hotel y hacer ajustes si es necesario para que sean más amigables para el cliente.</p> <p>18. <b>Incentivos para el personal:</b> Reconocer y recompensar a los empleados que reciben comentarios positivos y brindan un excelente servicio al cliente.</p>
<p>Diagnóstico final</p>	<p>Evaluación semestral de la situación de la MYPE</p>	<p>Para mejorar el diagnóstico final de la gestión de la formalización, competitividad, calidad y atención de una Mypes del sector turismo, es importante implementar acciones que permitan evaluar de manera precisa y completa la calidad de los servicios y la satisfacción del cliente. Pudiéndose tomar las siguientes acciones:</p> <p>1. <b>Auditorías internas:</b> Realizar auditorías internas periódicas para evaluar el cumplimiento de los estándares de calidad y los procesos operativos. Estas auditorías pueden ser realizadas por un equipo interno o por auditores externos especializados.</p> <p>2. <b>Encuestas de satisfacción:</b> Continuar realizando encuestas de satisfacción a los huéspedes después de su estadía para obtener retroalimentación directa sobre su experiencia. Utilizar preguntas específicas para identificar áreas de mejora y medir el nivel de satisfacción general.</p> <p>3. <b>Análisis de quejas y sugerencias:</b> Analizar en detalle las quejas y sugerencias recibidas de los clientes y tomar medidas correctivas en función de los problemas recurrentes.</p>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. <b>Mystery shoppers:</b> Contratar a "clientes misteriosos" o evaluadores encubiertos para que se hospeden en el hotel y evalúen la experiencia desde una perspectiva objetiva.</li> <li>5. <b>Benchmarking:</b> Comparar el desempeño del hotel con otros hoteles líderes en la industria para identificar oportunidades de mejora y mejores prácticas.</li> <li>6. <b>Evaluación de competencias del personal:</b> Evaluar regularmente las habilidades y competencias del personal en atención al cliente, servicio y otras áreas relevantes. Proporcionar capacitación y desarrollo adicional según las necesidades identificadas.</li> <li>7. <b>Establecimiento de indicadores clave de rendimiento (KPI):</b> Definir y monitorear KPI relevantes para medir la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y otros aspectos importantes del negocio.</li> <li>8. <b>Revisión de procesos internos:</b> Revisar los procesos internos del hotel para identificar posibles cuellos de botella o ineficiencias que puedan afectar la calidad del servicio.</li> <li>9. <b>Evaluación de la cultura organizacional:</b> Evaluar la cultura y los valores organizacionales para garantizar que estén alineados con el enfoque en la satisfacción del cliente y la calidad del servicio.</li> <li>10. <b>Uso de tecnología:</b> Implementar sistemas y herramientas tecnológicas que ayuden a mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente, como sistemas de gestión hotelera y aplicaciones móviles para los huéspedes.</li> <li>11. <b>Capacitación continua:</b> Proporcionar capacitación continua al personal para asegurarse de que estén al tanto de las últimas tendencias en la industria hotelera y en la atención al cliente.</li> <li>12. <b>Reuniones de retroalimentación con los clientes:</b> Realizar reuniones periódicas con clientes clave para recopilar comentarios y sugerencias directamente de ellos.</li> </ol> <p>Al implementar estas acciones de mejora, el hotel podrá obtener una visión más completa y precisa de su gestión de calidad y atención al cliente, lo que les permitirá tomar decisiones informadas y seguir mejorando para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes.</p>
--	--

*Nota. Elaboración propia.*

## 11. Recursos para la implantación de las estrategias

**Tabla N° 14: Recursos para la implantación de las estrategias**

N°	Estrategias	Recursos humanos	Recursos económicos	Recursos tecnológicos	Tiempo
1	<p>Para mejorar una mala gestión por parte de los administradores o dueños de un hotel turístico, se pueden efectuar las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Evaluar la situación actual del hotel (Focus Group).</li> <li>2. Capacitar al personal</li> <li>3. Mejorar la gestión financiera</li> <li>4. Mejorar la gestión de recursos humanos</li> <li>5. Mejorar la gestión de la cadena de suministro</li> </ol>	Dueño y administrador	S/. 2,480.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Internet</li> <li>–Laptop</li> <li>–Impresora</li> <li>–Celular</li> <li>–Proyector</li> </ul>	1 mes
2	<p>Para mejorar la carencia de utilización de recursos estadísticos y técnicas de trabajo en los trabajadores de un hotel turístico, se pueden tomar las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacitación y formación (talleres)</li> <li>2. Implementar sistemas de información</li> <li>3. Fomentar el intercambio de conocimientos</li> <li>4. Establecer metas y objetivos claros</li> </ol>	Representante y trabajadores	S/. 5,500.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>–Internet</li> <li>–Laptop</li> <li>–Impresora</li> <li>–Celular</li> <li>–Proyector</li> </ul>	3 meses

	5. Monitorear y evaluar el desempeño				
3	<p>Para mejorar la informalidad con el ente regulador de impuestos por parte de los dueños de un hotel turístico, se pueden tomar las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asesoría legal</li> <li>2. Implementar un sistema de contabilidad</li> <li>3. Realizar una auditoría interna</li> <li>4. Establecer un plan de pagos</li> <li>5. Conocer las obligaciones fiscales y tributarias</li> <li>6. Contratar un asesor tributario</li> <li>7. Establecer una comunicación fluida con el ente regulador de impuestos</li> <li>8. Capacitar al personal</li> </ol>	Dueño y administrador	S/. 4,000.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Internet</li> <li>-Laptop</li> <li>-Impresora</li> <li>-Celular</li> <li>-Proyector</li> </ul>	2 meses
4	<p>Para mejorar la insatisfacción de los turistas o clientes de un hotel turístico, se pueden tomar las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Monitoreo de la satisfacción del cliente</li> <li>2. Mejora de la calidad del servicio</li> <li>3. Creación de paquetes turísticos</li> <li>4. Implementación de tecnología</li> </ol>	Representante s y trabajadores	S/. 9,000.00 (Variable de acuerdo a las necesidades de cada Mype)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Internet</li> <li>-Laptop</li> <li>-Impresora</li> <li>-Celular</li> <li>-Proyector</li> </ul>	4 meses

	<p>5. Reducción de precios</p> <p>6. Recopilar comentarios y retroalimentación</p> <p>7. Análisis de comentarios</p> <p>8. Capacitación del personal</p> <p>9. Resolución rápida de problemas</p> <p>10. Personalización del servicio</p> <p>11. Mantenimiento y limpieza</p> <p>12. Comunicación efectiva</p> <p>13. Ofertas y promociones</p> <p>14. Mejoras en las instalaciones</p> <p>15. Programas de fidelización</p> <p>16. Conciencia cultural</p> <p>17. Revisión de políticas</p> <p>18. Incentivos para el personal</p>				
5	<p>Para mejorar el diagnóstico final de la gestión de la formalización, competitividad, calidad y atención de una Mype del sector turismo, es importante implementar acciones que permitan evaluar de manera precisa y completa la calidad de los servicios y la satisfacción del cliente.</p>	<p>Representante s y trabajadores</p>	<p>S/. 8,500.00</p>	<p>–Internet –Laptop –Impresora –Celular –Proyector</p>	<p>2 meses</p>

	<p>Pudiéndose tomar las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Auditorías internas</li> <li>2. Encuestas de satisfacción</li> <li>3. Análisis de quejas y sugerencias</li> <li>4. Mystery shoppers</li> <li>5. Benchmarking</li> <li>6. Evaluación de competencias del personal</li> <li>7. Establecimiento de indicadores clave de rendimiento (KPI)</li> <li>8. Revisión de procesos internos</li> <li>9. Evaluación de la cultura organizacional</li> <li>10. so de tecnología</li> <li>11. apacitación continua</li> <li>12. Reuniones de retroalimentación con los clientes</li> </ol>				
--	---	--	--	--	--

*Nota. Elaboración propia.*

## 12. Cronograma de actividades

Tabla N° 15: Cronograma de actividades

N°	Estrategias	Inicio	Término	Meses											
				S	O	N	D	E	F	M	A	M	J	J	A
1	<p>Para mejorar una mala gestión por parte de los administradores o dueños de un hotel turístico, se pueden efectuar las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Evaluar la situación actual del hotel (Focus Group).</li> <li>2. Capacitar al personal</li> <li>3. Mejorar la gestión financiera</li> <li>4. Mejorar la gestión de recursos humanos</li> <li>5. Mejorar la gestión de la cadena de suministro</li> </ol>	01/09/23	31/08/24	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2	<p>Para mejorar la carencia de utilización de recursos estadísticos y técnicas de trabajo en los trabajadores de un hotel turístico, se pueden tomar las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacitación y formación (talleres)</li> <li>2. Implementar sistemas de información</li> <li>3. Fomentar el intercambio de conocimientos</li> <li>4. Establecer metas y objetivos claros</li> </ol>	01/09/23	31/08/24	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

	5. Monitorear y evaluar el desempeño														
3	<p>Para mejorar la informalidad con el ente regulador de impuestos por parte de los dueños de un hotel turístico, se pueden tomar las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asesoría legal</li> <li>2. Implementar un sistema de contabilidad</li> <li>3. Realizar una auditoría interna</li> <li>4. Establecer un plan de pagos</li> <li>5. Conocer las obligaciones fiscales y tributarias</li> <li>6. Contratar un asesor tributario</li> <li>7. Establecer una comunicación fluida con el ente regulador de impuestos</li> <li>8. Capacitar al personal</li> </ol>	01/09/23	31/08/24	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4	<p>Para mejorar la insatisfacción de los turistas o clientes de un hotel turístico, se pueden tomar las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Monitoreo de la satisfacción del cliente</li> <li>2. Mejora de la calidad del servicio</li> <li>3. Creación de paquetes turísticos</li> <li>4. Implementación de tecnología</li> </ol>	01/09/23	31/08/24	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

	<p>5. Reducción de precios</p> <p>6. Recopilar comentarios y retroalimentación</p> <p>7. Análisis de comentarios</p> <p>8. Capacitación del personal</p> <p>9. Resolución rápida de problemas</p> <p>10. Personalización del servicio</p> <p>11. Mantenimiento y limpieza</p> <p>12. Comunicación efectiva</p> <p>13. Ofertas y promociones</p> <p>14. Mejoras en las instalaciones</p> <p>15. Programas de fidelización</p> <p>16. Conciencia cultural</p> <p>17. Revisión de políticas</p> <p>18. Incentivos para el personal</p>														
5	<p>Para mejorar el diagnóstico final de la gestión de la formalización, competitividad, calidad y atención de una Mypes del sector turismo, es importante implementar acciones que permitan evaluar de manera precisa y completa la calidad de los servicios y la satisfacción del cliente. Pudiéndose</p>	01/09/23	31/08/24	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

<p>tomar las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Auditorías internas</li> <li>2. Encuestas de satisfacción</li> <li>3. Análisis de quejas y sugerencias</li> <li>4. Mystery shoppers</li> <li>5. Benchmarking</li> <li>6. Evaluación de competencias del personal</li> <li>7. Establecimiento de indicadores clave de rendimiento (KPI)</li> <li>8. Revisión de procesos internos</li> <li>9. Evaluación de la cultura organizacional</li> <li>10. Uso de tecnología</li> <li>11. Capacitación continua</li> <li>12. Reuniones de retroalimentación con los clientes</li> </ol>								
--	--	--	--	--	--	--	--	--

*Nota. Elaboración propia.*

## VI. CONCLUSIONES

- A nivel general en cuanto a los niveles de formalización y competitividad, los hallazgos evidenciaron que la formalización de las organizaciones del rubro turismo cumplen hasta cierto punto (nivel intermedio) cumplen con su formalización y pagos de tributos según la mayor parte de estos; mientras que aún se aprecia un porcentaje que se ve inmerso en la informalidad; es decir, la mayoría de las empresas de este rubro cumple con sus deberes a un nivel intermedio y sólo un porcentaje bajo de estas empresas son formales a cabalidad. Mientras que con respecto a la competitividad entre las organizaciones del sector turístico se encontró que la mayoría de estas empresas intentan diseñar estrategias o implementar mejoras en sus servicios a un nivel intermedio; donde sólo unas pocas empresas se preocupan realmente por innovar y mejorar en función a las necesidades de sus clientes potenciales y el mercado.
- De forma específica en cuanto a la formalización legislativa y normativa de las organizaciones del sector turístico se evidenció que estas en su mayoría cumplen con esta regulación a un nivel intermedio; mientras que sólo un pequeño grupo son formales en cuanto al aspecto normativo se refiere; y situación similar se da con el cumplimiento de sus obligaciones financieras, donde se encontró que la mayor parte de estas empresas cumple a medias con rendir cuentas a la entidad reguladores de los tributos (SUNAT); mientras que sólo un pequeño grupo se preocupa realmente por cumplir con el pago total de sus tributos.
- Por último, en cuanto al nivel de competitividad y calidad del servicio que ofrecen las organizaciones del sector turístico se halló que sólo unas pocas organizaciones brindan un servicio de calidad en pro de la satisfacción del usuario; mientras que

alrededor de la mitad de las Organizaciones cumplen por obligación o a medias con el servicio ofrecido, pensando que el sólo hecho de encontrarse en un lugar turístico es suficiente para descuidar el servicio al cliente; mientras que a nivel de estrategias que desarrollan las empresas del sector hotelero en Talara, se encontró que sólo un grupo reducido realmente se preocupa por estar en una constante innovación para captar nuevos clientes mientras cumplen las nuevas exigencias que estos requieren por los mismos cambios en la sociedad, igualmente más de la mitad de estas organizaciones intentan implementar nuevas estrategias y un grupo ni siquiera hace el intento por mejorar.

- En cuanto al plan de mejora es de importancia implementarlo a la brevedad posible bajo el hecho de que estas empresas no cuentan con un documento como este que ayude a orientar la gestión de estas empresas del rubro turismo por lo que su puesta en práctica será de ayuda para colaborar con el crecimiento de la empresa.

## VII. RECOMENDACIONES

- Formalizar el resto de empresas del sector hotelero en la ciudad de Talara a fin de que estas no sean clausuradas por SUNAT, a la vez que se centran en mejorar la calidad de servicio que ofrecen a sus huéspedes; teniendo en consideración los elementos tangibles de sus establecimientos a fin de poder satisfacer las necesidades de los clientes y así pueden desarrollar un mejor servicio.
- Capacitar al personal de dichas empresas en cuanto a los beneficios de la formalización; e instruirse en cuanto a educación financiera; para que estos puedan gestionar de forma eficiente tanto los ingresos como la gestión operativa de la empresa y puedan darse cuenta que con una gestión contable adecuada; estas pueden tomar beneficio de trabajar activamente con SUNAT.
- Estructurar programas base que coadyuven al surgimiento de la empresa en cooperación de la gerencia con el departamento de R.R.H.H., teniendo en cuenta nuevos estándares de calidad, marketing, habilidades blandas en el personal, seguridad, servicio innovador con firmes valores y Know How a fin de potenciar las fortalezas de la zona turística en donde se encuentran dichas MYPES; elevando los estándares de calidad no sólo de estas empresas sino de todo el rubro hotelero de la zona.
- Definir un plan integral de mejora de la formalización y competitividad para micro y pequeñas empresas implica abordar varios aspectos clave como diagnóstico y análisis, objetivos claros, estrategia de formalización, estrategias de competitividad, asignación de recursos, plan de acción detallado, monitoreo y valuación continua, capacitación y soporte, colaboración y redes y comunicación efectiva.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alcaraz, R. (2017). El emprendedor de éxito. In *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA* (Vol. 5, Issue 9).  
<https://doi.org/10.29057/icea.v5i9.2099>
- Arias Minaya, L. A. (n.d.). *Gestión y Análisis de Puestos*.
- Bernasconi, M. (2015). *Tesis Doctoral Doctorando : Eduardo Santiago Bernasconi*. 249.
- Calua Chavez, N., García García, N., García Polo, M., & Ruiz Rivera, L. (2020). *Factores que desalientan la formalización de los empresarios de las micro y pequeñas empresas del sector de manufactura del rubro textil en el Emporio Comercial de Gamarra. (Tesis de Pregrado)*.
- Carrasco Curay, Naylah, C. A. jahel. (2022). Facultad De Ciencias Empresariales Facultad De Ciencias Empresariales. In *Proceso de gestion de compras de la empresa Cencosud S.A. Metro* (Vol. 1). <https://bit.ly/3BXwq5b>
- Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J. R., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención Primaria*, 31(8), 527–538. [https://doi.org/10.1016/s0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/10.1016/s0212-6567(03)70728-8)
- Castro Monge, E. (2010). Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas. *Revista de Ciencias Económicas*, 1, 247–276.  
<https://doi.org/10.15517/rce.v28i1.7073>
- Chiroque, E. (2017). Plan Estratégico Para El Desarrollo Turístico En El Distrito De Los Órganos, Provincia De Talara-Departamento De Piura. *Tesis*, 299.  
<https://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1598>
- Congreso de la República, P. (2008). Decreto legislativo que regula el régimen especial de

- contratación administrativa de servicios. *27 De Junio*, 1 y 4.
- CUBA. (2020). *Y Administrativas*.
- Díaz Muñoz, G. A., Quintana Lombeida, M. D., & Fierro Mosquera, D. G. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145–161. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- Edith Rosario Salinas Fernández. (2010). *Efectos tributarios en la gestión de las mypes de la actividad minera del oro en la región de arequipa*. 1–256.
- Escalante, P. (2019). Introducción a la Administración y Gestión Pública. *Editorial de La Universidad Continental de La Universidad Continental*, 1–288. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/2187/1/DO\\_FCE\\_319\\_MAI\\_UC0505\\_20162.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/2187/1/DO_FCE_319_MAI_UC0505_20162.pdf)
- ESPINOZA. (2019). *CIENCIAS COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES - RUBRO PANADERIAS DE TINGO MARIA - LEONCIO*.
- Espinoza, M., Humberto, F., & Espinoza, M. (2023). *Formación de aspiraciones y reglas de atención en los negocios*.
- FERNANDEZ. (2019). *PROCOMSAC- PIMENTEL 2017*.
- Fondo Monetario Internacional. (2020). *Retos en el pronóstico de los ingresos tributarios*. 1–11.
- Gallardo, E. (2017). Metodología de la Investigación. *Universidad Continental*, 1, 98. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO\\_UC\\_EG\\_MAI\\_UC0584\\_2018.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf)
- Gobernacion*. (2005). 2005.
- Gobierno del Perú. (2023). *Abrir un Negocio en el Perú*. 1–2. <https://www.gob.pe/252-abrir-un-negocio-en-peru>

- GOMEZ. (2018). La hipótesis en la investigación. *Mendive. Revista de Educación*, 16(1), 122–139. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-76962018000100122&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-76962018000100122&lng=es&tlng=es)
- Gómez Chamorro, E. A. (2013). Cognición en estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Ciencias Naturales de la Universidad Nacional del Centro del Perú. *Horizonte de La Ciencia*, 3(5), 83. <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2013.5.79>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. del pilar. (2014). Sampieri Grr. In *Antimicrobial agents and chemotherapy* (Vol. 58, Issue 12). <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25246403%0Ahttp://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC4249520>
- Lascano. (2008). *No TitleМаркетинг по Котлеру*. 282.
- Llenque. (2013). *Y Administrativas*.
- Martos, R. (2009). Cultura Corporativa: Misión, Visión y Valores en la Gestión Estratégica de las empresas del sector de la Automoción en España. Tesis Doctoral. *Universidad Politecnica de Catalunya*, 30, 1 a 206.
- Medeiros, V., Godoi, L. G., & Teixeira, E. C. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: Un análisis sistémico para países en desarrollo. *Cepal Review*, 2019(129), 7–27.
- Melgar Romero. Jocelyn. (2023). *NACIONAL RETROCEDIÓ AL AUMENTÓ LA INACTIVIDAD EN ZONAS RURALES Y CÓMO AFECTARON LAS PROTESTAS AL EMPLEO FORMAL ?* 20–24.
- Monferrer, D. (2013). Fundamentos del Marketing (Primera Edición ed.). In *España*:

- Universitat Jaume*. doi: <http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia74>.  
<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
- Nicado-remype, C. (2023). *Comunicado sobre la condición de MYPE N ° 001-2022 / REMYPE*. 22–23.
- OIT. (2021). *Formalización de empresas : Requisitos de registro , fiscales y de seguridad social adaptados a las MYPE*. 3. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/publication/wcms\\_777221.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_777221.pdf)
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2019). La formalización de las empresas. *Organización Internacional Del Trabajo*, 1–10.  
[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/publication/wcms\\_549523.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf)
- Ortiz-regalado, O. (2023). *Influencia de la Informalidad en la competitividad de las microempresas de productos lácteos en el distrito de Bambamarca Influence of informality on the competitiveness of dairy microenterprises in the district of Bambamarca*. 9481–9498.
- Peralta, C. E. (2015). *Tributación Y Derechos Fundamentales Los Principios Constitucionales Como Límite Al Poder Tributario. Reflexiones a Partir De Los Ordenamientos Jurídicos De Brasil Y Costa Rica. Revista de Ciencias Jurídicas*, 138(134), 89–134.
- Reglamento, A., & Ley, D. (2010). *Comercio Exterior Y Turismo*. 5–8.
- Rivera, F. (2022). *Caracterización de la formalización y competitividad de las Mype rubro restaurantes del Distrito de Ayabaca, Piura, año, 2022*. 1–96.  
<https://hdl.handle.net/20.500.13032/27940>
- Roberto Carro. (2012). *El sistema de producción y operaciones. Universidad Mar de Plata*,

- 2010–2012. <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1606>
- Salazar-Xirinachs, J. M., & Chacaltana, J. (2018). La Informalidad en América Latina y el Caribe: ¿Por Qué Persiste y Cómo Superarla? In *Políticas de Formalización en América Latina: Avances y Desafíos*. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/--ro-lima/documents/publication/wcms\\_645159.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/--ro-lima/documents/publication/wcms_645159.pdf)
- Sanitaria, N. (2004). *Norma Sanitaria para el funcionamiento de restaurantes y servicios afines*. 64–67. <http://www.escuelahosteleria.org/portal/recetas/materiales/2iTdyr8ag.pdf>
- Castillo F. (2022). El 86% de las Mypes peruanas fueron informales en 2021 y sus ventas fueron un 27% menores que las de 2019, pese a reactivación económica. *ComexPerú*, 1–6. <https://www.comexperu.org.pe/publicaciones?id=1&publicacion=Semanario&edicion=1133>
- Solano Barrera, G., & Aceves Lopez, J. N. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente, para el funcionamiento de las empresas. *Revista El Buzón de Pacioli*, 1(82), 4–13. <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Sunat. (2022). Inscripción al RUC para Persona Jurídica. *Gop.Pe*, 3–5. <https://www.gob.pe/276-inscripcion-al-ruc-para-persona-juridica>
- SUNAT. (2019). Régimen MYPE tributario. *Regimen Mype Tributario*, 1–13. <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario%0Ahttp://orientacion.sunat.gob.pe/images/nuevosinscritos/REMYPe.pdf>
- Ugarte, A., Liset, S., Zavala, V., & Alejandra, D. (2023). *Los sobrecostos en la cadena logística y su relación con la competitividad de las empresas peruanas exportadoras de la partida arancelaria 0806 . 10 a Estados Unidos durante el periodo 2017-2021*.

ULADECH Católica, R. N. (2022). *Código de ética para la investigación*.

Vasquez, R. (2018). *Financieras Y Administrativas. Mayra Yanira Gomez Moran*, 1–33.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL\\_INTE  
RNO\\_ADMINISTRATIVO\\_SANCHEZ\\_ADANAQUE\\_ENID\\_YAQUELINE.pdf?se  
quence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL_INTE<br/>RNO_ADMINISTRATIVO_SANCHEZ_ADANAQUE_ENID_YAQUELINE.pdf?se<br/>quence=1)

VEGA L A, Relación, Y. S. U., & La, C. O. N. (2022). *SECTORES ECONÓMICOS EN LA  
CIUDAD DE PIEDECUESTA , SANTANDER TAXATION AND ITS RELATIONSHIP  
WITH THE BUSINESS FORMALIZATION OF ECONOMIC SECTORS IN THE CITY  
OF. 0198*, 97–122.

Vidal, M. (2022). Repositorio academico. *Factores Asociados a Cáncer De Cuello Uterino*

*En Pacientes Atendidas Hospital Maria Auxiliadora 2021*, 1–34.

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10543/motallebi\\_sn.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10543/motallebi_sn.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

## ANEXOS

### Anexo 01 Matriz de consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p><b>PG:</b> ¿Cuáles son las características de la formalización y competitividad de las MYPES del sector turismo de la ciudad de Talara, 2022?</p>	<p><b>OG:</b> Determinar las características de la formalización y la competitividad de las MYPES del sector turismo de la ciudad de Talara, 2022.</p>	<p><b>H1:</b> No aplica por tratarse de un estudio descriptivo.</p>	<p>Formalización</p> <p><b>Dimensiones</b> Legislación y normatividad Tributación</p>	<p><b>Tipo:</b> Tipo de investigación fue cuantitativa.</p> <p><b>Nivel:</b> El nivel descriptivo.</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental</p> <p><b>Población:</b> 8 MYPES del sector turismo de la ciudad de Talara, 2022</p>
<p><b>PE1:</b> ¿Cuáles son las características de la formalización de las MYPES del sector turismo de la ciudad de Talara, 2022?</p> <p><b>PE2:</b> ¿Cómo son las características de la competitividad de las MYPES del sector turismo de la ciudad de Talara, 2022?</p> <p><b>PE3:</b> ¿Cuál es la propuesta de plan de mejora de las MYPES del sector turismo de la ciudad de Talara, 2022?</p>	<p><b>OE1:</b> Identificar las características de la formalización de las MYPES del sector turismo de la ciudad de Talara, 2022.</p> <p><b>OE2:</b> Describir las características de la competitividad de las MYPES del sector turismo de la ciudad de Talara, 2022.</p> <p><b>OE3:</b> Diseñar una propuesta de mejora para la formalización y competitividad de las MYPES del sector turismo de la ciudad de Talara, 2022.</p>	<p><b>H1:</b> No aplica por tratarse de un estudio descriptivo.</p>	<p>Competitividad</p> <p><b>Dimensiones</b> Servicios Estrategias</p>	<p><b>Muestra:</b> 8 MYPES del sector turismo de la ciudad de Talara, 2022</p> <p><b>Tipo de muestreo:</b> No aplica se trató de una población censal, es decir, población igual a muestra por ser pequeña la población de estudio.</p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario.</p>

## Anexo 02 Instrumento de recolección de datos

### CUESTIONARIO SOBRE LA FORMALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE ORGANIZACIONES SECTOR TURISMO CIUDAD TALARA

#### Datos informativos

Edad:

Género:

Grado de instrucción:

Cargo en la empresa:

Tiempo de experiencia en el cargo:

Tiempo laborando en la empresa:

Número de empleados:

Relación con los colaboradores o trabajadores de la empresa:  
Preguntas

N°	Variables/ítems	Escala de valoración				
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	<b>Formalización</b>					
1	Considera que el sueldo es acorde a la establecido por la ley					
2	Considera que el periodo de prueba para un empleado es de tres meses previo contrato					
3	Considera que se cumple el derecho de horas laborales					
4	Considera que existe flexibilidad dentro del personal a su cargo					
5	Considera que su empresa cumple con los derechos y requerimientos para adecuarse al régimen de Mypes tributario					
6	Cree que existe una buena organización en su trabajo					
7	Considera que paga lo suficiente por árbitro municipal					
8	Considera que se le ha notificado adecuadamente por incumplimiento a los impuestos de la Sunat					

	<b>Competitividad</b>	Muy poco	Poco	Regular	Mucho	Bastante
<b>1</b>	Estoy informado de los servicios que brinda la empresa de turismo a la que pertenezco					
<b>2</b>	Conozco las guías de turismo que brindan las empresas publicitarias sobre mi negocio					
<b>3</b>	Conozco el tarifario de la empresa de turismo a la que pertenezco					
<b>4</b>	Tengo conocimiento sobre los servicios, ofertas y paquetes turísticos que ofrece la agencia a la que pertenezco					
<b>5</b>	Conozco agencias de turismo similares o competidoras de mi empresa					
<b>6</b>	Considero que mi empresa logra satisfacer las necesidades y requerimientos del cliente					
<b>7</b>	Considero que la atención y orientación brindada en mi empresa es de calidad					
<b>8</b>	Considero que el tiempo de espera para el servicio que brinda mi empresa es el adecuado					

## Anexo 03 Validez del instrumento

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación	
Nombres y Apellidos: Gomero Fernández Fátima K.	
N° DNI / CE: 72352442	
Teléfono / celular: 99459923x	Email: gfernandezfk@hotmail.com
Título profesional: Magister en Administración y Gestión Pública	
Grado académico: Maestría: <input checked="" type="checkbox"/>	Doctorado: <input type="checkbox"/>
Especialidad: Gestión Pública	
Institución que labora: UGEL - Aija	
Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis	
Titulo: La Formalización Y La Competitividad De Las Mype Del Sector Turismo De La Ciudad De Talara, 2023	
Autor(es): VIVAS ZELADA, CHRISTIAN MANUEL	
Programa académico: .....	
 Firma	 Huella digital

#### 4.5.2 Formato de Carta de Presentación al Experto.

##### CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Gobero Fernández Fátima Khaterin

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

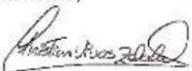
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: **VIVAS ZELADA, CHRISTIAN MANUEL** estudiante / **egresado** de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR TURISMO DE LA CIUDAD DE TALARA, 2023" y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



Firma de estudiante

DNI: 45972704.

4.5.3 Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR TURISMO DE LA CIUDAD DE TALARA, 2022								
	Variable 1: Formalización	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	Dimensión 1: Legalización y normatividad							
1	Considera que el sueldo es acorde a la establecido por la ley	X		X		X		
2	Considera que el periodo de prueba para un empleado es de tres meses previo contrato	X		X		X		
3	Considera que se cumple el derecho de horas laborales	X		X		X		
4	Considera que existe flexibilidad dentro del personal a su cargo	X		X		X		
	Dimensión 2: Tributación							
1	Considera que su empresa cumple con los derechos y requerimientos para adecuarse al régimen de Mypes tributario	X		X		X		
2	Cree que existe una buena organización en su trabajo	X		X		X		
3	Considera que paga lo suficiente por árbitro municipal	X		X		X		
4	Considera que se le ha notificado adecuadamente por incumplimiento a los impuestos de la Sunat	X		X		X		
	Variable 2: Competitividad							
	Dimensión 1: Servicios							
1	Estoy informado de los servicios que brinda la empresa de turismo a la que pertenezco	X		X		X		
2	Conozco las guías de turismo que brindan las empresas publicitarias sobre mi negocio	X		X		X		
3	Conozco el tarifario de la empresa de turismo a la que pertenezco	X		X		X		
4	Tengo conocimiento sobre los servicios, ofertas y paquetes turísticos que ofrece la agencia a la que pertenezco	X		X		X		

Dimensión 2: Estrategias							
1	Conozco agencias de turismo similares o competidoras de mi empresa	X		X		X	
2	Considero que mi empresa logra satisfacer las necesidades y requerimientos del cliente	X		X		X	
3	Considero que la atención y orientación brindada en mi empresa es de calidad	X		X		X	
4	Considero que el tiempo de espera para el servicio que brinda mi empresa es el adecuado	X		X		X	

Recomendaciones:

Opinión de experto:   Aplicable (X)   Aplicable después de modificar (   )   No aplicable (   )

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Gomero Fernández Fátima K.

DNI 72352442



\_\_\_\_\_

Firma



Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:  
Anaya Moreno Yuri A.

N° DNI / CE: 43774068

Teléfono / celular: 935151020

Email: amorenoya@hotmail.com

Título profesional:  
Magister en Administración

Grado académico: Maestría:  X

Doctorado: \_\_\_\_\_

Especialidad:  
Administrador

Institución que labora:  
Municipalidad Provincial de Huarney

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

La Formalización Y La Competitividad De Las Mype Del Sector Turismo De La Ciudad De Talara, 2023

Autor(es):

VIVAS ZELADA, CHRISTIAN MANUEL

Programa académico:  
.....



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE QUILLO  
DISTRITO DE QUILLO  
Lic. Anaya Moreno Yuri A.  
Jefe de la Oficina de Asesoramiento y Patrimonio

Firma



Huella digital

#### 4.5.2 Formato de Carta de Presentación al Experto.

##### CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Anaya Moreno Yuri

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

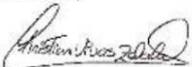
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: **VIVAS ZELADA, CHRISTIAN MANUEL** estudiante / **egresado** de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR TURISMO DE LA CIUDAD DE TALARA, 2023" y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



---

Firma de estudiante

DNI: 45972704.

4.5.3 Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR TURISMO DE LA CIUDAD DE TALARA, 2022								
	Variable 1: Formalización	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	Dimensión 1: Legalización y normatividad							
1	Considera que el sueldo es acorde a la establecido por la ley	X		X		X		
2	Considera que el periodo de prueba para un empleado es de tres meses previo contrato	X		X		X		
3	Considera que se cumple el derecho de horas laborales	X		X		X		
4	Considera que existe flexibilidad dentro del personal a su cargo	X		X		X		
	Dimensión 2: Tributación							
1	Considera que su empresa cumple con los derechos y requerimientos para adecuarse al régimen de Mypes tributario	X		X		X		
2	Cree que existe una buena organización en su trabajo	X		X		X		
3	Considera que paga lo suficiente por árbitro municipal	X		X		X		
4	Considera que se le ha notificado adecuadamente por incumplimiento a los impuestos de la Sunat	X		X		X		
	Variable 2: Competitividad							
	Dimensión 1: Servicios							
1	Estoy informado de los servicios que brinda la empresa de turismo a la que pertenezco	X		X		X		
2	Conozco las guías de turismo que brindan las empresas publicitarias sobre mi negocio	X		X		X		
3	Conozco el tarifario de la empresa de turismo a la que pertenezco	X		X		X		
4	Tengo conocimiento sobre los servicios, ofertas y paquetes turísticos que ofrece la agencia a la que pertenezco	X		X		X		

Dimensión 2: Estrategias							
1	Conozco agencias de turismo similares o competidoras de mi empresa	X		X		X	
2	Considero que mi empresa logra satisfacer las necesidades y requerimientos del cliente	X		X		X	
3	Considero que la atención y orientación brindada en mi empresa es de calidad	X		X		X	
4	Considero que el tiempo de espera para el servicio que brinda mi empresa es el adecuado	X		X		X	

Recomendaciones:

Opinión de experto:   Aplicable (X)   Aplicable después de modificar (   )   No aplicable (   )

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Anaya Moreno Yuri A.

DNI 43774068

MUNICIPALIDAD DISTRICTAL DE QUILICHAO  
 Jefe de la Oficina de Medio Ambiente y Patrimonio

Firma



Huella digital

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:  
Uribe Cornelio Guido E.

N° DNI / CE: 70117561

Teléfono / celular: 986136871

Email: ucornelioge@hotmail.com

Título profesional:  
Magister en Administración

Grado académico: Maestría:  X

Doctorado: \_\_\_\_\_

Especialidad:  
Administrador

Institución que labora:  
Independiente

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

La Formalización Y La Competitividad De Las Mype Del Sector Turismo De La Ciudad De Talara, 2023

Autor(es):

VIVAS ZELADA, CHRISTIAN MANUEL

Programa académico:  
.....



Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio  
CLAD N° 12504

Firma



Huella digital

#### 4.5.2 Formato de Carta de Presentación al Experto.

##### CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Uribe Cornelio Guido Elmer

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

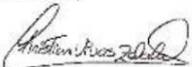
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: **VIVAS ZELADA, CHRISTIAN MANUEL** estudiante / **egresado** de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR TURISMO DE LA CIUDAD DE TALARA, 2023" y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



---

Firma de estudiante

DNI: 45972704.

4.5.3 Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR TURISMO DE LA CIUDAD DE TALARA, 2022								
	Variable 1: Formalización	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	Dimensión 1: Legalización y normatividad							
1	Considera que el sueldo es acorde a la establecido por la ley	X		X		X		
2	Considera que el periodo de prueba para un empleado es de tres meses previo contrato	X		X		X		
3	Considera que se cumple el derecho de horas laborales	X		X		X		
4	Considera que existe flexibilidad dentro del personal a su cargo	X		X		X		
	Dimensión 2: Tributación							
1	Considera que su empresa cumple con los derechos y requerimientos para adecuarse al régimen de Mypes tributario	X		X		X		
2	Cree que existe una buena organización en su trabajo	X		X		X		
3	Considera que paga lo suficiente por árbitro municipal	X		X		X		
4	Considera que se le ha notificado adecuadamente por incumplimiento a los impuestos de la Sunat	X		X		X		
	Variable 2: Competitividad							
	Dimensión 1: Servicios							
1	Estoy informado de los servicios que brinda la empresa de turismo a la que pertenezco	X		X		X		
2	Conozco las guías de turismo que brindan las empresas publicitarias sobre mi negocio	X		X		X		
3	Conozco el tarifario de la empresa de turismo a la que pertenezco	X		X		X		
4	Tengo conocimiento sobre los servicios, ofertas y paquetes turísticos que ofrece la agencia a la que pertenezco	X		X		X		

Dimensión 2: Estrategias							
1	Conozco agencias de turismo similares o competidoras de mi empresa	X		X		X	
2	Considero que mi empresa logra satisfacer las necesidades y requerimientos del cliente	X		X		X	
3	Considero que la atención y orientación brindada en mi empresa es de calidad	X		X		X	
4	Considero que el tiempo de espera para el servicio que brinda mi empresa es el adecuado	X		X		X	

Recomendaciones:

Opinión de experto:   Aplicable (X)   Aplicable después de modificar (   )   No aplicable (   )

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Uribe Cornelio Guido E.

DNI 70117561



**Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio**  
CLAD N° 12504

Firma





## Anexo 05 Formato de Consentimiento informado

### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTAS

#### (Ciencias Sociales e Ingeniería)

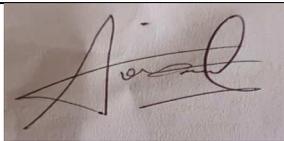
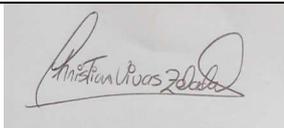
Estimado/a participante

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación en Ciencias Sociales, conducida por Vivas Zelada Christian Manuel, que es parte de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

La investigación denominada: “Caracterización de la formalización y la competitividad de las Organizaciones del sector turismo de la ciudad de Talara,2023”

- La entrevista durará aproximadamente 20 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera anónima.
- La información brindada será grabada (si fuera necesario) y utilizada para esta investigación.
- Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento si se siente afectado; así como dejar de responder alguna interrogante que le incomode. Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.
- Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico: christianzelada2389@gmail.com o al número 970765966 Así como con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad, al correo electrónico: rcenturionm@uladech.edu.pe

Complete la siguiente información en caso desee participar:

Nombre completo:	Saul Andrés Palomino Zapata
Firma del participante:	
Firma del investigador:	
Fecha:	20/12/2023

## PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTAS

### (Ciencias Sociales e Ingeniería)

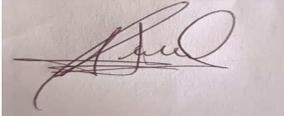
Estimado/a participante

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación en Ciencias Sociales, conducida por Vivas Zelada Christian Manuel, que es parte de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

La investigación denominada: “Caracterización de la formalización y la competitividad de las Organizaciones del sector turismo de la ciudad de Talara,2023”

- La entrevista durará aproximadamente 20 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera anónima.
- La información brindada será grabada (si fuera necesario) y utilizada para esta investigación.
- Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento si se siente afectado; así como dejar de responder alguna interrogante que le incomode. Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.
- Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico: christianzelada2389@gmail.com o al número 970765966 Así como con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad, al correo electrónico: rcenturionm@uladech.edu.pe

Complete la siguiente información en caso desee participar:

Nombre completo:	Pedro Pablo Ordoñez Salamanca
Firma del participante:	
Firma del investigador:	
Fecha:	20/12/2023

## PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTAS

### (Ciencias Sociales e Ingeniería)

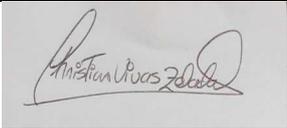
Estimado/a participante

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación en Ciencias Sociales, conducida por Vivas Zelada Christian Manuel, que es parte de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

La investigación denominada: “Caracterización de la formalización y la competitividad de las Organizaciones del sector turismo de la ciudad de Talara,2023”

- La entrevista durará aproximadamente 20 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera anónima.
- La información brindada será grabada (si fuera necesario) y utilizada para esta investigación.
- Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento si se siente afectado; así como dejar de responder alguna interrogante que le incomode. Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.
- Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico: christianzelada2389@gmail.com o al número 970765966 Así como con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad, al correo electrónico: rcenturionm@uladech.edu.pe

Complete la siguiente información en caso desee participar:

Nombre completo:	Luis Alfonso García Taboada
Firma del participante:	
Firma del investigador:	
Fecha:	20/12/2023

**Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información.**



**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Carta s/n°01 - 2023-ULADECH CATÓLICA

Sr(a). Mg. Richard Herculles Neira Colmenares

Director de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

Presente. -

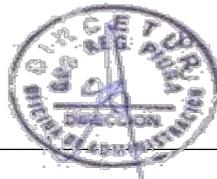
De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy bachiller de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, Vivas Zelada Christian Manuel, con código de matrícula N°1201082042, de la Carrera Profesional de Administración, egresado, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado “CARACTERIZACIÓN DE LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR TURISMO DE LA CIUDAD DE TALARA 2023, durante los meses de octubre a diciembre de 2023 del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución.

En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,



Mg. Richard Herculles Neira Colmenares

DNI. N° 45877663

## Anexo 07. Evidencias de ejecución (declaración jurada, base de datos)

### DECLARACIÓN JURADA

Yo, Christian Mamel Vivas Zelada, identificado con DNI 45972704, con domicilio real en Jirón Cajamarca 382 dpto. 303, distrito Piura, provincia Piura, departamento Piura.

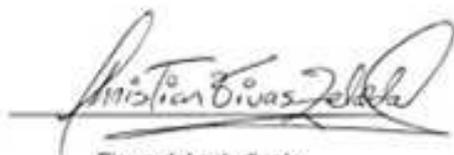
DECLARO BAJO JURAMENTO:

En mi condición de egresado y bachiller con código de estudiante 1201082042 de la Escuela Profesional de Administración Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, semestre académico 2023-02.

1. Que los datos consignados en la tesis titulada "LA FORMALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR TURISMO DE LA CIUDAD DE TALARA, 2023".

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

Piura, diciembre 2023.



Firma del estudiante

Christian Manuel Vivas Zelada

DNI 45972704



Huella Digital

BASE DE DATOS DE LA PRIMERA VARIABLE

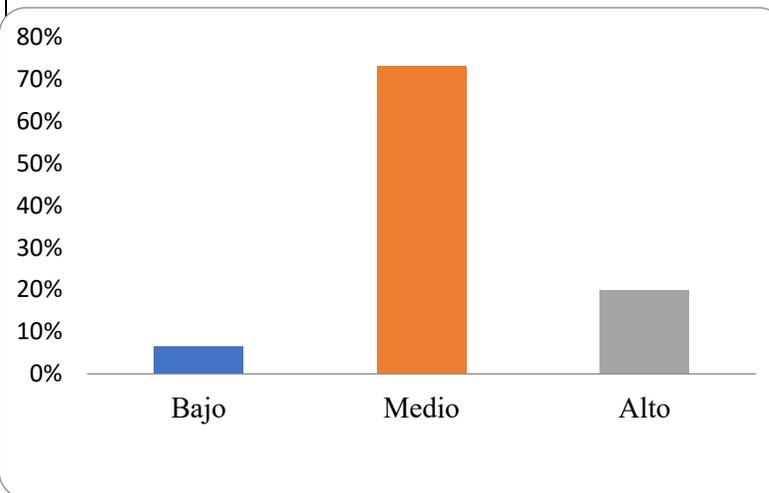
N	ÍTEMS																Dimensiones (Suma)				Suma
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Legislación y normatividad	Tributación	Servicios	Estrategias	Total
1	1	3	3	5	1	5	3	3	2	1	4	2	2	3	2	5	12	12	9	12	45
2	5	2	1	2	1	4	2	5	3	3	1	4	5	4	5	1	10	12	11	15	48
3	1	4	4	5	2	1	1	3	3	2	4	1	4	5	2	2	14	7	10	13	44
4	3	5	1	2	3	1	2	3	1	4	2	2	4	2	5	2	11	9	9	13	42
5	5	2	1	3	3	2	5	3	2	4	5	1	4	1	1	4	11	13	12	10	46
6	5	4	2	2	2	4	3	5	4	2	1	2	5	5	4	1	13	14	9	15	51
7	5	3	4	2	3	3	2	4	3	2	1	2	2	2	3		14	12	8	9	43
8	1	3	5	1	2	5	1	1	2	5	1	1	2	1	1	4	10	9	9	8	36
9	4	5	3	2	3	1	3	3	3	1	4	3	2	2	3		14	10	11	9	44
10	4	2	5	3	1	2	4	3	3	3	5	3	3	4	2	5	14	10	14	14	52
11	5	3	5	5	2	5	2	2	5	5	5	1	3	1	4	3	18	11	16	11	56
12	3	5	5	1	2	5	5	1	1	2	1	5	4	1	2	2	14	13	9	9	45
13	2	2	5	4	1	5	2	1	3	4	1	5	5	5	3	5	13	9	13	18	53
14	3	2	5	4	3	5	3	1	2	2	5	2	2	1	3	4	14	12	11	10	47
15	1	4	4	1	1	5	4	5	2	4	2	1	1	4	2	4	10	15	9	11	45
16	1	2	2	4	4	3	3	2	5	1	3	1	4	3	2	2	9	12	10	11	42
17	5	4	4	3	5	2	3	3	2	3	3	1	1	3	2	2	16	13	9	8	46
18	5	3	5	3	3	4	5	5	3	3	4	4	1	3	1	4	16	17	14	9	56
19	4	1	2	5	1	5	4	3	4	2	5	5	5	5	2	5	12	13	16	17	58
20	1	1	5	5	3	3	4	2	4	1	2	1	1	2	3	3	12	12	8	9	41
21	2	5	5	2	1	2	3	3	3	5	5	4	3	4	5	5	14	9	17	17	57
22	3	4	5	3	2	2	1	1	3	5	2	3	2	1	3	5	15	6	13	11	45
23	5	2	5	1	5	4	3	5	3	1	1	3	3	5	1	1	13	17	8	10	48
24	4	1	4	5	1	3	5	1	1	5	5	3	5	3	1	4	14	10	14	13	51
25	3	4	2	4	5	2	3	1	4	3	1	5	4	3	1	2	13	11	13	10	47

26	5	3	5	3	1	5	1	4	5	3	2	1	4	3	4	4	16	11	11	15	53
27	1	5	2	3	4	3	3	2	2	3	1	5	3	1	3	4	11	12	11	11	45
28	2	3	2	1	3	1	4	1	4	3	4	2	4	1	2	3	8	9	13	10	40
29	2	5	4	4	3	1	5	3	5	5	4	2	3	4	2	4	15	12	16	13	56
30	2	1	5	5	5	1	1	2	3	3	1	4	5	1	3	2	13	9	11	11	44

### TABLA Y FIGURA POR CADA DIMENSIÓN

N	Legislación y normatividad	NIVEL
1	12	Medio
2	10	Medio
3	14	Medio
4	11	Medio
5	11	Medio
6	13	Medio
7	14	Medio
8	10	Medio
9	14	Medio
10	14	Medio
11	18	Alto
12	14	Medio
13	13	Medio
14	14	Medio
15	10	Medio
16	9	Bajo

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	7%
Medio	22	73%
Alto	6	20%
Total	30	100%



Escala de Likert	Mínimo	Máximo
	1	5

Nro de ítems	4
--------------	---

Nro de niveles	3
----------------	---

Escala de valoración para tres niveles		
--	--	--

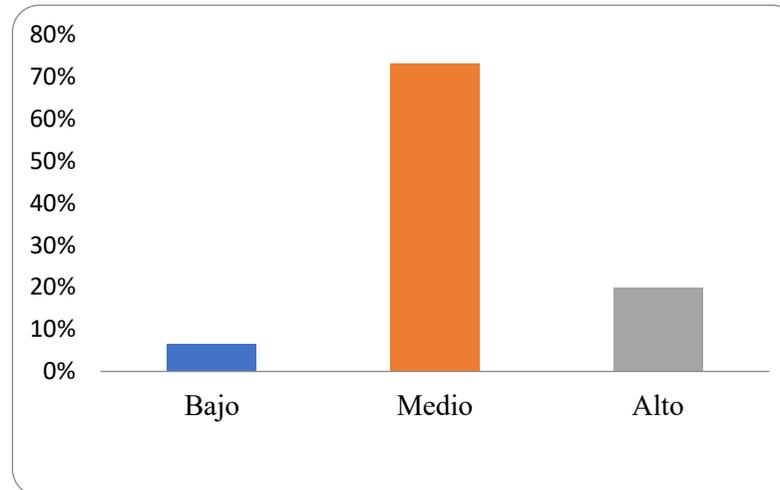
	Mínimo	Máximo
Bajo	4	9
Medio	10	14
Alto	15	19

17	16	Alto
18	16	Alto
19	12	Medio
20	12	Medio
21	14	Medio
22	15	Alto
23	13	Medio
24	14	Medio
25	13	Medio
26	16	Alto
27	11	Medio
28	8	Bajo
29	15	Alto
30	13	Medio

## TABLA Y FIGURA POR CADA DIMENSIÓN

N	Tributación	NIVEL
1	12	Medio
2	12	Medio
3	7	Bajo
4	9	Bajo
5	13	Medio
6	14	Medio
7	12	Medio
8	9	Bajo
9	10	Medio
10	10	Medio
11	11	Medio
12	13	Medio
13	9	Bajo
14	12	Medio
15	15	Alto
16	12	Medio
17	13	Medio
18	17	Alto
19	13	Medio
20	12	Medio
21	9	Bajo
22	6	Bajo
23	17	Alto

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	27%
Medio	19	63%
Alto	3	10%
Total	30	100%



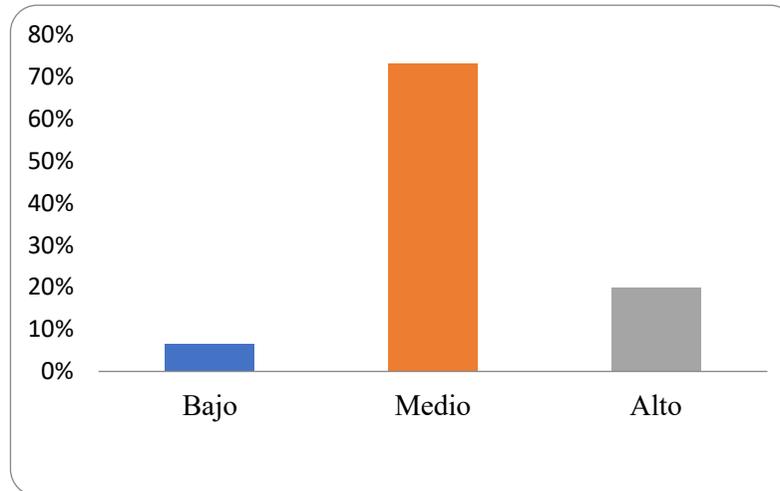
Escala de Likert	Mínimo	Máximo
	1	5
Nro de ítems	4	
Nro de niveles	3	
<b>Escala de valoración para tres niveles</b>		
	Mínimo	Máximo
Bajo	4	9
Medio	10	14
Alto	15	19

24	10	Medio
25	11	Medio
26	11	Medio
27	12	Medio
28	9	Bajo
29	12	Medio
30	9	Bajo

## TABLA Y FIGURA POR CADA DIMENSIÓN

N	Estrategias	NIVEL
1	12	Medio
2	15	Alto
3	13	Medio
4	13	Medio
5	10	Medio
6	15	Alto
7	9	Bajo
8	8	Bajo
9	9	Bajo
10	14	Medio
11	11	Medio
12	9	Bajo
13	18	Alto
14	10	Medio
15	11	Medio
16	11	Medio
17	8	Bajo
18	9	Bajo
19	17	Alto
20	9	Bajo
21	17	Alto
22	11	Medio
23	10	Medio

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	7	23%
Medio	17	57%
Alto	6	20%
Total	30	100%



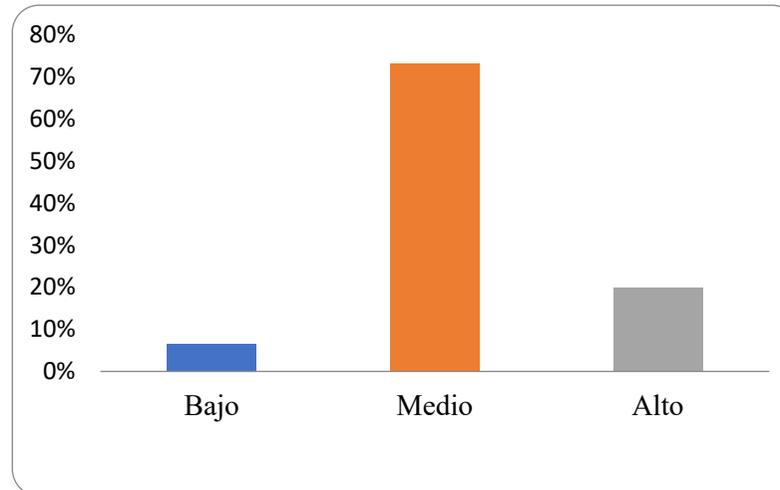
Escala de Likert	Mínimo	Máximo
	1	5
Nro de ítems	4	
Nro de niveles	3	
<b>Escala de valoración para tres niveles</b>		
	Mínimo	Máximo
Bajo	4	9
Medio	10	14
Alto	15	19

24	13	Medio
25	10	Medio
26	15	Alto
27	11	Medio
28	10	Medio
29	13	Medio
30	11	Medio

## TABLA Y FIGURA POR CADA DIMENSIÓN

N	Servicios	NIVEL
1	9	Bajo
2	11	Medio
3	10	Medio
4	9	Bajo
5	12	Medio
6	9	Bajo
7	8	Bajo
8	9	Bajo
9	11	Medio
10	14	Medio
11	16	Alto
12	9	Bajo
13	13	Medio
14	11	Medio
15	9	Bajo
16	10	Medio
17	9	Bajo
18	14	Medio
19	16	Alto
20	8	Bajo
21	17	Alto
22	13	Medio
23	8	Bajo

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	10	33%
Medio	16	53%
Alto	4	13%
Total	30	100%



Escala de Likert	Mínimo	Máximo
	1	5

Nro de ítems	4
--------------	---

Nro de niveles	3
----------------	---

**Escala de valoración para tres niveles**

	Mínimo	Máximo
Bajo	4	9
Medio	10	14
Alto	15	19

24	14	Medio
25	13	Medio
26	11	Medio
27	11	Medio
28	13	Medio
29	16	Alto
30	11	Medio

ITEMS																	
Cuestionario sobre Competitividad de las Mypes																	
ENCUESTADOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	SUMA
E1	1	4	1	5	4	3	2	1	1	5	5	4	5	5	1	5	52
E2	3	2	3	5	4	3	4	1	5	5	3	3	5	4	4	3	57
E3	4	2	4	5	3	4	1	3	2	5	1	4	2	3	1	5	49
E4	5	4	4	4	4	5	3	2	2	5	1	5	2	5	4	5	60
E5	1	2	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	3	2	1	3	25
E6	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	3	4	1	2	1	26
E7	5	5	5	5	3	5	5	1	5	5	2	5	5	3	5	5	69
E8	4	3	1	4	1	3	3	3	1	1	2	1	1	1	1	2	32
E9	4	1	3	5	2	2	1	3	4	4	2	2	1	4	3	3	44
E10	5	1	4	3	5	2	4	5	2	1	3	1	1	1	1	1	40
E11	2	4	3	1	1	3	1	2	3	2	1	1	1	1	1	5	32
E12	2	2	2	3	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	25
E13	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	77
E14	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78
E15	3	1	2	2	1	3	4	2	3	4	5	3	4	3	3	1	44
E16	2	2	2	3	4	2	3	2	3	1	4	1	3	4	2	1	39
E17	3	4	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	23
E18	5	3	1	1	2	1	2	3	3	4	4	1	3	3	1	1	38
E19	1	4	3	1	1	4	2	4	5	3	2	3	2	2	1	1	39
E20	4	1	1	1	4	1	1	2	3	3	2	1	2	1	1	1	29
E21	2	4	4	3	1	3	5	2	3	2	3	3	5	5	1	1	49
E22	1	3	1	5	1	3	2	2	4	5	2	1	4	2	1	5	42
E23	4	2	1	3	1	4	1	5	1	3	2	5	2	4	1	4	43
E24	1	3	5	1	1	2	3	5	4	1	4	4	4	3	1	2	44
E25	4	1	2	3	1	1	4	5	1	2	5	1	5	5	5	3	48
E26	2	2	5	1	5	1	4	1	2	4	3	3	1	1	5	3	43
E27	2	2	2	4	4	5	4	4	2	5	4	1	5	4	2	1	51
E28	1	1	1	2	1	3	2	3	4	5	1	1	2	3	5	1	36
E29	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
E30	1	1	2	3	1	4	3	5	4	3	4	5	5	1	1	3	46
VARIANZA	2.272	1.649	2.249	2.557	2.489	1.872	1.889	2.072	2.129	2.662	2.077	2.512	2.366	2.360	2.983	2.650	
SUMATORIA DE VARIANZAS	36.788																
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ÍTEMS	212.046																