



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Formalización empresarial y competitividad en fast food's de un centro
comercial, Santiago de Surco

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Herrera Callaymara, Marbel (orcid.org/0000-0002-7969-9760)

ASESORA:

Dra. Flores Fernandez, Mileydi (orcid.org/0000-0002-6257-1795)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

El presente trabajo dedico a mi padre, que desde el cielo me guía y cuida, a mi madre y mis hijos que me motivaron y ayudaron a esforzarme día a día.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por conceder la dicha de poder culminar mi carrera universitaria, así mismo agradezco a mi asesora por ayudarme a cumplir mi meta

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. MÉTODOLÓGÍA	16
3.1. Tipo y diseño de investigación	16
3.3. Población, muestra y muestreo.....	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
3.5. Procedimientos	22
3.6. Métodos de análisis de datos.....	23
3.7. Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS.....	24
4.1. Análisis descriptivo	24
4.2. Prueba de normalidad.....	33
V. DISCUSIÓN.....	40
VI. CONCLUSIONES	43
VII. RECOMENDACIONES.....	44
REFERENCIAS.....	45

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Escala de Likert</i>	20
Tabla 2 <i>Juicio de Expertos</i>	21
Tabla 3 <i>Niveles de confiabilidad de Alfa de Cronbach</i>	21
Tabla 4 <i>Resumen de procesamiento de casos</i>	22
Tabla 5 <i>Estadísticas de fiabilidad</i>	22
Tabla 6 <i>Resultados descriptivo de la variable formalización empresarial</i>	24
Tabla 7 <i>Resultados descriptivo de la dimensión concesión de licencias</i>	25
Tabla 8 <i>Resultados descriptivo de la dimensión acceso a la seguridad social</i>	26
Tabla 9 <i>Resultados descriptivo de la dimensión cumplimiento del ordenamiento jurídico</i>	27
Tabla 10 <i>Resultados descriptivo de la variable competitividad</i>	28
Tabla 11 <i>Resultados descriptivo de la dimensión capacitación</i>	29
Tabla 12 <i>Resultados descriptivo de la dimensión desempeño</i>	30
Tabla 13 <i>Resultados descriptivo de la dimensión métodos de organización</i>	31
Tabla 14 <i>Resultados descriptivo de la dimensión estrategia</i>	32
Tabla 15 <i>Prueba de normalidad de formalización empresarial y competitividad</i> ...	33
Tabla 16 <i>Prueba de normalidad de formalización empresarial y competitividad</i> ...	34
Tabla 17 <i>Correlación de Spearman para concesión de licencias y competitividad</i>	35
Tabla 18 <i>Correlación de Spearman para acceso a la seguridad social y competitividad</i>	36
Tabla 19 <i>Correlación de Spearman para cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente y competitividad</i>	37
Tabla 20 <i>Correlación de Spearman para formalización empresarial y competitividad</i>	38

Índice de figuras

<i>Figura 1.</i> Tipos y funciones según registro de las empresas.....	10
<i>Figura 2.</i> Factores determinantes de la competitividad	14
<i>Figura 3.</i> Resultado descriptivo de la variable formalización empresarial.	24
<i>Figura 4.</i> Resultado descriptivo de la dimensión concesión de licencias	25
<i>Figura 5.</i> Resultado descriptivo de la dimensión acceso a la seguridad social	26
<i>Figura 6.</i> Resultado descriptivo de la dimensión cumplimiento del ordenamiento jurídico.....	27
<i>Figura 7.</i> Resultado descriptivo de la variable competitividad	28
<i>Figura 8.</i> Resultado descriptivo de la dimensión capacitación	29
<i>Figura 9.</i> Resultado descriptivo de la dimensión desempeño	30
<i>Figura 10.</i> Resultado descriptivo de la dimensión métodos de organización	31
<i>Figura 11.</i> Resultado descriptivo de la dimensión estrategia	32

Resumen

El presente estudio buscó determinar la relación entre la formalización empresarial y competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco. Para ello, se administró una metodología de enfoque cuantitativo, con desarrollo descriptivo y correlacional, así como de diseño no experimental. La población se conformó de 15 empresas dedicadas a la actividad de fast food's en un centro comercial, las que respondieron a una encuesta con cuestionario de 24 ítems, validada por expertos y cuya fiabilidad fue de 0,703 mediante Alfa de Cronbach. Recolectados los datos, se llegó a la conclusión que se presenta correlación entre la formalización empresarial y competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco, mostrándose para formalización empresarial un nivel de alto en 53,3% y competitividad en nivel alto en 73,3%. Entre ambas variables, el coeficiente de Spearman señaló el valor de 0,876 y significancia de 0,000, con lo que se confirmó la correlación significativa.

Palabras clave: Formalización empresarial, competitividad, fast food's.

Abstract

The present study sought to determine the relationship between business formalization and competitiveness in fast food's of a shopping center, Santiago de Surco, For this, a quantitative approach methodology was administered, with descriptive, correlational development, and a non-experimental design. The population was made up of 15 companies dedicated to the activity of fast food's in a shopping center, which responded to a survey with a 24-item questionnaire, validated by experts and whose reliability was 0.703 through Cronbach's Alpha. Once the data was collected, it was concluded that there is a correlation between business formalization and competitiveness in fast food's of a shopping center, Santiago de Surco, showing a high level of 53.3% for business formalization and competitiveness at high level in 73.3%. Between both variables, Spearman's coefficient indicated the value of 0.876 and significance of 0.000, with which the significant correlation was confirmed.

Keywords: Business formalization, competitiveness, fast food's.

I. INTRODUCCIÓN

Toda empresa, a fin de realizar sus actividades, requiere cumplir funciones que favorezcan su desarrollo en la sociedad. Por ello, no es solo su deber el cumplimiento de su responsabilidad a nivel interno, sino que además debe otorgar sus aportes a la administración pública como retribución a su oferta de bienes y servicios. Por tal razón, las empresas se constituyen y formalizan, de tal manera que cumplen con requisitos formales que le otorgan la condición necesaria para existir y mantenerse en el mercado. Es a esta condición a la que llamamos “empresa formalizada”. Asimismo, muchas de ellas dedicadas a la elaboración de alimentos preparados buscan expandirse como franquicias como parte de su competitividad.

La formalización empresarial es el proceso que aplica toda organización a fin de incorporarse a la productividad de un país. De acuerdo con Salazar-Xirinachs & Chacaltana (2018), los impactos sobre el crecimiento y cambios en las estructuras económicas de un país alteran la formalización por lo que se requiere mayor intervención institucional, encontrándose resultados en contextos en los que se combinan el crecimiento y la transformación económica acelerada en conjunto con la intervención del Estado y sus políticas integradas.

La competitividad refiere a la capacidad de una empresa en la creación e implementación de estrategias que la puedan ayudar a aumentar o mantener su cuota de mercado con sostenibilidad, Tales capacidades se vinculan a ciertos factores controlados o no por la misma organización, que puede incluir capacitación técnica de los colaboradores, políticas, procesos gerenciales y administrativos, aspectos de la demanda y la oferta, e incluso la oferta de infraestructura (Medeiros et al., 2019). Asimismo, la competitividad es el factor característico para la sana competencia entre las empresas dedicadas a fast foods. Por ello, inciden en la creación de franquicias que comprende un sistema de cooperación empresarial entre distintas organizaciones, obligadas mediante contrato, por la cual uno de ellas otorga a la otra u otras, unas contraprestaciones por las cuales se explota una marca o fórmula comercial, que va desde el uso de sus signos distintivos hasta la seguridad de la ayuda técnica y servicios regulares requeridos para dar facilidad a tal explotación.

A nivel internacional, se observa que las mypes latinoamericanas necesitan innovarse y que para ello deben formalizarse y dotarse de tecnología, lo que no es ni costoso ni inaccesible, sino que resulta diferente debido a los procesos o modelos de gestión, por lo que es necesaria su implementación para crecer y ser sostenible.

A nivel del Perú, muchas empresas basan su competitividad en la expansión y la atención de nuevos inversionistas proponiendo un modelo de negocio que es exitoso, en la que los empresarios generan utilidades y se valora la empresa con un reducido riesgo, garantizando un horizonte amplio de vida y su presencia en el mercado internacional como franquicia, creciendo hasta en 20% en el 2018 (Rivas, 2018) y de acuerdo con los últimos estudios en cuanto a formalización, se tiene que en Huánuco el 1.5% de la actividad empresarial está formalizada según la Dirección Regional de Producción (Jaimes, 2018).

Las empresas de fast food's en Lima buscan desarrollarse una vez logrado el éxito a nivel local. Este sector movió US\$ 700 millones en el año 2017 en Perú, registrando un crecimiento anual del 10%, el que se ha visto incrementado con las cuarentenas a causa de la pandemia que impera en el entorno limeño. Ello ha posibilitado una demanda creciente e insatisfecha que requiere ser cubierta por alimentos preparados y repartidos por delivery (Marapi & Loncharich, 2018). En ese sentido, las empresas de los centros comerciales cuentan el servicio de restaurantes, cuya sede principal se encuentra en Santiago de Surco, Lima. En el contexto actual de pandemia, muchas de ellas observan el éxito con el que han contado sus servicios de forma presencial y delivery, por lo que están en proceso de generar franquicias para sus marcas.

Tomándose las consideraciones sobre la realidad problemática que se muestra en el conjunto de empresas señalado, se formuló el problema general: ¿Cuál es la relación entre la formalización empresarial y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco? Los problemas secundarios son: ¿Cuál es la relación entre la concesión de licencias y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco? ¿Cuál es la relación entre el acceso a la seguridad social y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco? ¿Cuál es la relación entre el cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente y la competitividad en fast food's de un centro

comercial, Santiago de Surco?

De acuerdo con lo que señala Ñaupas et al. (2018), dentro de lo que se considera la justificación teórica se tienen las motivaciones del investigador como aspecto que conlleva a profundizar aspectos teóricas relacionadas a los constructos a investigar. Desde tal sentido, es relacionada la formalización empresarial y la competitividad en fast food's de un centro comercial por su importancia en la administración de las empresas, principalmente por pertenecer a un sector tan competitivo como el de productos alimenticios. La investigación pretende revisar las teorías que permitan tratar el grado de relación entre las dos variables consideradas que son la formalización empresarial y competitividad. Conforme a ello, se efectuará una revisión del marco teórico correspondiente a cada constructo con la finalidad de que sean estudiadas y medidas en su asociación. De igual manera, Ñaupas et al. (2018), cuando definen justificación práctica destacan la motivación de quienes investigan en afán por incrementar sus saberes con fines de contribución a brindar soluciones a las situaciones concretas que influyen en las empresas, sean éstas de condición pública o privada. En tal sentido, el proyecto se justifica en la práctica al buscar en las revisiones efectuadas soluciones posibles para las empresas con similares características a las que se desea estudiar. Asimismo, el estudio beneficiará a las empresas del centro comercial en estudio y otras de similitud a ella. Finalmente, se proporcionarán recomendaciones para la implementación de estrategias o herramientas en las diversas áreas y procesos a seguir donde presentan deficiencias.

Como objetivo general se dispone el siguiente: Determinar la relación entre la formalización empresarial y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco. Los objetivos secundarios son: Establecer la relación entre la concesión de licencias y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco; identificar la relación entre el acceso a la seguridad social y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco; señalar la relación entre el cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco. La hipótesis general se enuncia de la siguiente manera: La formalización empresarial y la competitividad se relacionan significativamente en

fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco. Las hipótesis secundarias son: La concesión de licencias y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco; el acceso a la seguridad social y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco; el cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

II. MARCO TEÓRICO

En cuanto a formalización empresarial y competitividad, se hallaron los siguientes antecedentes internacionales:

Totonelli (2018) en el artículo *Consideraciones sobre la formalización del comportamiento organizacional*, Argentina, que tuvo por objetivo analizar la formalización desde la perspectiva de diversos autores considerando el comportamiento de las organizaciones. Para ello, se utilizó como método de investigación, la aplicación del enfoque cualitativo, de nivel descriptivo y un diseño de tipo no experimental. La población la constituyó todo el sector de organizaciones como sujeto de análisis. Entre los resultados encontró dos cuestiones presentes en la formalización de las organizaciones: el límite para no llegar a la burocratización y si la formalización prematura favorece o no a las organizaciones. Se concluyó que el límite para la formalización se soluciona a partir de manuales de procedimientos para vincular estos con los objetivos empresariales. Para el segundo caso, se observa que la temprana formalización ayuda a que las organizaciones se conformen estructuralmente favoreciendo su desarrollo y crecimiento rápido con sustento en la relación entre experiencia y disminución de costos.

Zanotti et al. (2018) en el artículo *Relationship between competitiveness and operational and financial performance of firms: An exploratory study on the European Brewing industry*, España, que tuvo por objetivo establecer relación entre la competitividad y los factores que involucran su desempeño operativo y financiero. Para ello, se utilizó una metodología de enfoque cuantitativo, utilizando ecuaciones estructurales como modelo de aplicación. La población y la muestra la conformaron 214 empresas de la industria cervecera sobre doce economías europeas. Entre los resultados se encontró que aplicando casuística referente a la vida real, las actividades se pudieron desarrollar con dos sesiones con casuística de formalización alcanzando conocimientos como los que refieren al concepto de empresa, los elementos básicos que la componen, los tipos de sociedades y ejemplos. Concluyó que la relación factorial en este estudio confirmó que existe una relación inconsistente entre la ambiente competitivo y las operaciones en la industria en cuestión, ya sea que esta última sea activa o factor pasivo hacia el

primero. La investigación ha demostrado que la pequeña relación entre unos y otros contextualiza la industria cervecera en Europa, pues se exponen a la regulación de la cadena de suministro, y con el impacto de la competitividad en las empresas de activos fijos elevados. En ese sentido, se puede concluir que la aparente menor vinculación con el ambiente competitivo supone que los eventos de disrupción en la industria no deberían tener un impacto significativo para el desempeño operativo de las empresas. Además, esto se aplica al balance de la estructura de sus componentes: deudores, acreedores e inventarios, que son los elementos operativos del funcionamiento de las empresas. Con esta evidencia, se puede afirmar que la disrupción competitiva no debe ser determinista ni para la cadena de suministro de la empresa ni sus componentes significativos en sus activos corrientes.

Shtal et al. (2018) en el artículo *Formalization of the Enterprise International Economic Activity Efficiency Management*, Venezuela, que tuvo por objetivo proponer la formalización de la gestión empresarial para un actuar en el plano económico internacional desde un componente que se ciñe a la estrategia y a la táctica. Utilizó una metodología ex post facto basada en la observación de empresas en un determinado periodo de tiempo. Utilizó métodos de evaluación de la eficiencia respecto a la actividad económica de las empresas estudiadas. Los resultados indican que se presentó un aumento significativo en el valor del patrimonio de las empresas al formalizar sus actividades, encontrándose la causa en la transferencia de libre compensación de activos no corrientes que según sus características de organización, influyó en la reducción del beneficio de la cultura organizacional en 78% en el año 2016. Como conclusión señalan que los indicadores de las empresas internacionales formalizadas en el análisis de este estudio se observan que en 2015 se tuvo mayor impacto en cuanto el volumen de bienes exportados (19,5%) y lo relacionado al precio de venta de tales bienes (13,8%).

Flak & Glód (2020) en la investigación *Influence of competitive advantage on competitive positioning of Silesian Companies in 2019*, Polonia, que tuvo por objetivo general establecer relación entre ventaja competitiva y posicionamiento competitivo. Utilizó con este fin una metodología que se basó en un enfoque de investigación cuantitativa, siguiendo un nivel correlacional, así como aplicación de

un diseño de tipología no experimental. Para la recogida de información, se llegó a la realización de una encuesta online aplicando un cuestionario de 45 preguntas, con 8 refiriéndose a ventaja competitiva y 6 al posicionamiento competitivo. La población y la muestra quedaron referidas a 210 empresas. Los resultados mostraron que las ventajas competitivas impactan sobre la posición competitiva, expresados mediante los indicadores financieros de las empresas encuestadas. Concluyó que el indicador promoción se mostró para el mayor número de empresas con aumento muy alto utilizándola como fuente competitiva (15,22%), asimismo que el indicador rentabilidad no dependía mucho de una fuente de ventaja competitiva. La mayor diferencia en la rentabilidad se dio entre las empresas que tenían promedio de rentabilidad: solo el 19,23% de los usuarios de precio y el 45,83% de los usuarios de producto.

Mussina & Bachise (2018) en el artículo *Canonical Correlation between Business Sophistication and Macroeconomic Environment: A Secondary study of Countries Global competitiveness*, Estados Unidos, que tuvo por objetivo brindar información a fin de mejorar la competitividad nacional en los diversos países mediante los índices más impactantes que le afectan. Utilizó con este fin una metodología que se basó en un enfoque correspondiente a una indagación cuantitativa, administrando un diseño de tipo no experimental. La población se constituyó de 138 países y la muestra constó de 102 países. Concluyó que existe una correlación significativa y positiva para Sofisticación empresarial y Entorno macroeconómico, de tal forma que se confirma la existencia de este vínculo, además de que tal relación varía de acuerdo a la etapa de desarrollo que alcanza un país determinado. La correlación máxima (0,783) se encuentra entre 'Sofisticación del proceso de producción' y 'Calificación crediticia del país'. 'Sofisticación del proceso de producción' tiene la mayor correlación con todos los demás subíndices en el conjunto 'Sofisticación comercial'. Los extremos se identifican en pares de 'Sofisticación del proceso de producción' y 'Control de la distribución internacional' (0,882), y 'Sofisticación del proceso de producción' y 'Cantidad del proveedor local' (0,278).

Así mismo, en cuanto a formalización empresarial y competitividad, se hallaron los siguientes antecedentes nacionales:

García et al. (2021) en el artículo *Innovación organizacional como factor de*

competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19, Lima, Perú, que tuvo por objetivo establecer relación entre innovación organizacional y competitividad empresarial. Para tal fin utilizó una metodología de enfoque cuantitativo, aplicando el nivel correlacional, además de un diseño no experimental. La población y muestra la conformaron 200 colaboradores del departamento administrativo de las mypes del sector de comercio de la provincia de Moyobamba. Los instrumentos aplicados fueron dos cuestionarios, uno de 79 ítems para la innovación empresarial y otro de 32 ítems para competitividad empresarial. Entre los resultados cuantitativos se encontró que predominaron tres aspectos en la competitividad empresarial como productividad, rentabilidad y crecimiento. Concluyó con una correlación mediante Pearson, habiéndose obtenido una relación positiva moderada, significativa de $r=0,459$, con un p -valor $<0,05$.

Aruhuanca et al. (2020) en la tesis *Incentivos tributarios y su influencia en la formalización de las Mypes del sector automotriz del distrito de Comas, año 2020*, Lima, Perú, que señaló como objetivo encontrar una correlación de causa y efecto entre incentivos tributarios y formalización de mypes. Para ello, se utilizó el método de investigación con base en el enfoque cuantitativo, aplicando el nivel descriptivo correlacional, además de un diseño de tipología no experimental. En esa línea, la población la conformaron 100 empresas pertenecientes al sector automotriz. En cuanto a la muestra representativa de la población quedó compuesta por 68 organizaciones, a quienes se aplicaron dos herramientas en forma de cuestionarios sobre incentivos tributarios y formalización. Entre los resultados se encontró una correlación que aplicó el procedimiento estadístico de Rho de Spearman de 0,582 con un resultado en p -valor de 0,000, es decir, significancia al 5%. Se concluyó que se presenta una correlación positiva de nivel regular dada entre los constructos variable incentivos tributarios y formulación.

Velaochaga (2021) en el artículo *Relación entre la asociatividad y la competitividad empresarial de los pequeños productores de mandarina del distrito de Huando, Huaral –Lima, periodo 2020*, Perú, que tuvo por objetivo determinar la relación entre asociatividad y competitividad en las empresas de los productores de mandarina. Para ello, se utilizó un método que apela al enfoque cuantitativo de investigación, aplicando el nivel de tipo correlacional, además de un diseño de tipología no experimental. La población estuvo conformada por los productores de

Huando, Huaral. La muestra quedó conformada por 108 productores pequeños de mandarina. Entre los resultados se encontró que el conformar parte de una asociación no necesariamente contribuye a mejorar el ahorro económico para cada productor, asimismo que la asociación no considera importante una imagen reconocida y creíble, pero sí que la comunicación de los resultados económicos debe ser oportuna. En cuanto a competitividad, no se analiza el entorno para provecho de las oportunidades, no se producen cosechas de calidad y que la capacitación no logra mejorar los procesos de producción. Se concluyó que se presenta asociación directa y significativa entre asociatividad y competitividad empresarial con una $r=0,646$ y un p-valor de 0,00.

Nerio (2019) en la tesis *Los restaurantes formales y su competitividad en la ciudad de Tingo María-2017*, Tingo María, Perú, que por objetivo señaló precisar una relación entre formalización y competitividad en el sector restaurantes. Para ello, se utilizó como método la administración del enfoque cuantitativo de estudio, aplicando el nivel de tipo correlacional, además de un diseño de tipología no experimental. La población estuvo compuesta de 25 restaurantes con un mínimo de dos años de funcionamiento. La muestra quedó constituida por estos 25 restaurantes. Se aplicó un cuestionario de 23 ítems y los datos se procesaron por Chi Cuadrado. Entre los resultados no se encontró una correlación presentándose un valor de $X=0,96$ para formalización con empresas semiformales y $X=0,04$ para empresas formales. En competitividad, los indicadores señalaron para Finanzas $X=3,32$, diferenciación $X=3,18$ y cliente $X=3,19$.

Teorías de la investigación

Respecto a la formalización empresarial, se tiene la Teoría Contractual de Benito Arruñada (2020), que consiste en que las empresas se encuentran registradas administrativamente, refiriéndose a la formalización administrativa, enfatizando una seguridad jurídica para estas organizaciones. Esta teoría señala la existencia de dos tipos de registros de empresas (mercantiles y administrativos), puesto que se consideran solo los registros administrativos, los que generan interacciones coactivas (es decir, puede ser obligado), y son no contractuales. Al tratarse de una contratación privada inviable, se establece en el sector político una serie de condiciones innegociables para la actividad empresarial: pago de impuestos y cumplimiento de requisitos técnicos, referidos a seguridad en las instalaciones,

por ejemplo. Adicionalmente, se designan representantes administrativos a quienes se otorga poderes para controlar el cumplimiento de las condiciones exigidas. (Ver Fig. 1) sobre los tipos de registros de las empresas, la que subdivide en mercantiles y administrativos, dándose una formalización contractual para las primeras y una formalización administrativa para la segunda, tomando para este estudio la formalización administrativa:

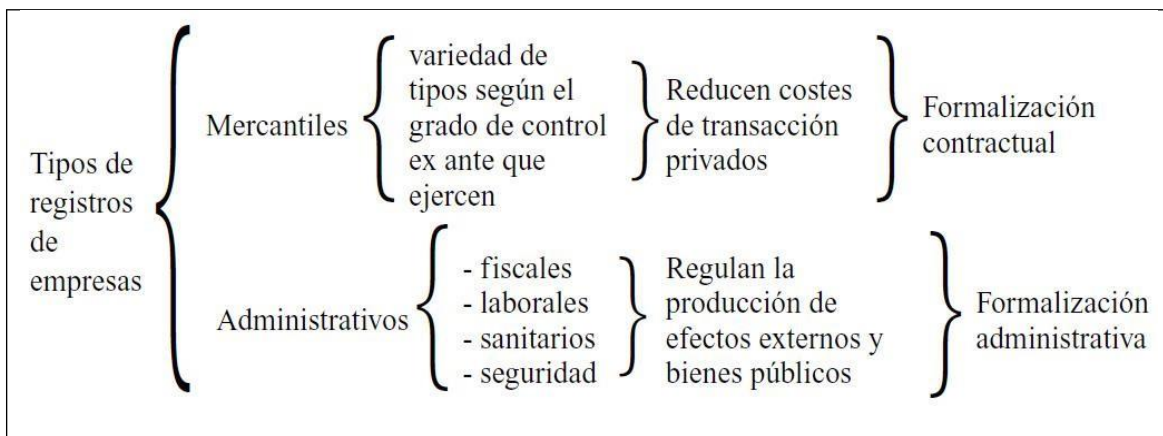


Figura 1. Tipos y funciones según registro de las empresas.

Fuente: Arruñada (2020).

Respecto a la segunda variable competitividad, se tiene la Teoría de Porter cuando las empresas desarrollan sus capacidades se presenta la ventaja competitiva. De esta manera, las empresas que sean formales pueden conformar una ventaja competitiva, por lo que las empresas encuentran en esta una oportunidad de éxito para su desempeño. La teoría de la ventaja competitiva, a la que hace mención Porter como modelo, es relevante puesto que la competitividad internacional de un país se encuentra estrechamente asociada a las empresas que son altamente productivas, pues son capaces de aprovechar sus ventajas competitivas generadas en el país mediante sus instituciones políticas, de infraestructura y cultura. Esto no se da por azar y busca siempre la diferenciación y la perdurabilidad de la empresa en el tiempo. De esta manera, es de resaltar que las características que diferencia a un servicio en una empresa frente a otro de otras empresas, se considera un proceso estratégico, considerando el diseño, la producción, el marketing, la entrega y el respaldo de sus productos (Romero et al., 2020)

Enfoques conceptuales de formalización: Skorková. (2020) define formalización de la siguiente manera: La formalización empresarial está representada por normas, reglamentos, procedimientos y demás documentos que las organizaciones crean para apoyar y coordinar las tareas mediante la regulación, emerge de una condición necesaria que conduce a la generación de un crecimiento sostenible de las organizaciones, de tal manera que la economía se hace competente y productiva. El proceso formal implica que la empresa determine por este proceso inicialmente, para luego extenderse hacia el interior de ella, involucrando a los gerentes, socios y empleados. Asimismo, Totonelli (2018) señala que la formalización empresarial viene a ser una característica sencilla de identificar en las empresas, en particular cuando se percibe un organigrama, procesos y procedimientos que son internos, así como un manual de funciones, aspectos todos que además implican que se hayan concebido previamente en la constitución de la empresa. De otra parte, la Organización Internacional del Trabajo (2018) manifiesta que formalización empresarial refiere a un proceso que realizan las organizaciones con la finalidad de ser incorporadas a la economía formal de una nación.

Según la OIT (2018), se presentan diversas dimensiones para la formalización empresarial, señalando las siguientes: (1) Concesión de licencias por parte de las autoridades nacionales, provinciales y municipales; (2) Acceso a la seguridad social para el propietario de la empresa y sus empleados; (3) Cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, entre otras cosas en materia de impuestos, cotizaciones a la seguridad social y legislación laboral.

Al parecer de Xheneti et al. (2020), la interpretación de la formalización revela ser un concepto muy complejo, debido a su naturaleza dinámica y cíclica de las decisiones de formalización que las organizaciones deben adoptar. Estas decisiones también se guían por la optimización de los aspectos sociales y emocionales que son lógicas, según las cuales la formalización se concibe de manera diferente dependiendo de las diferentes etapas de la vida y experiencias propias de las organizaciones dentro de la economía y contextos socioculturales más amplios, pues la naturaleza social y económica de cada Estado es distinto. Asimismo, Thapa et al. (2019) sostienen que a pesar de las decisiones de formalizar empresas que son informales como un aspecto racional y ético,

muchos empresarios de los países en desarrollo continúan operando informalmente independientemente de percibir su condición ilícita.

Sin embargo, la misma distinción entre formal e informal, como el entendimiento de que las empresas informales necesitan hacer la transición a lo formal, es engañoso por definición. A menudo, las empresas no son totalmente formales ni informales, sino que muestran diferentes niveles de formalización, lo que se expresa en la estructura organizativa que suele corresponder a las condiciones del entorno (Blanco-Ariza et al., 2020). En ese sentido, ilustrando los diferentes niveles de compromiso de las mujeres con su entorno, se llega a demostrar que aquellas empresas que operan estratégicamente y retrasan el registro, aunque solo sea a corto plazo suelen utilizar como estrategia: construir una base más sólida para un mejor rendimiento que aquellas organizaciones que son sus contrapartes registradas. Es de destacar que el género femenino, pese a su vulnerabilidad, destaca en su papel competitivo en Latinoamérica (Guerrero, 2020).

Al respecto Díaz et al. (2018), señala que los académicos y los políticos interpretan la formalización como una opción binaria y un proceso irreversible. Sin embargo, es una condición de situación que ofrece muchas facetas y matices en el ámbito empresarial y laboral. También es muy posible que las empresas no puedan o no quieran formalizar todas a un mismo tiempo. Diferenciando entre géneros, no solo se refleja lo masculino las representaciones de decisiones de informalidad y formalización, también pasa por alto la naturaleza contextual y matizada del sector informal en términos de su atractivo y sus limitaciones, ello caracterizan a las empresarias que sí tienden a la formalización (Xheneti et al., 2019). Entre los ejemplos que suelen citarse, se da por ejemplo que una empresa puede registrarse ante la autoridad tributaria y adquirir licencias municipales para poder acceder a oportunidades de negocios con el gobierno, pero al mismo tiempo es posible que no registre a los trabajadores para su seguridad. Incluso dentro de la dimensión empresarial o laboral, la formalización es un proceso gradual: En el caso de este estudio, las empresas pueden optar por registrarse con la autoridad fiscal, pero no pueden adquirir las licencias comerciales requeridas para operar.

En esa ruta de ideas, algunos autores prefieren contextualizar la

formalización observando la reforma tributaria, por ejemplo en Colombia en 1993 y 2012; encontrando una relación negativa entre los impuestos sobre la nómina y la formalización del empleo. La entrada de dicho país en la OECD implicó entre otras cosas considerar la caída de los precios del petróleo, lo que condujo a reducir los ingresos del público, los que no podían ser reemplazados a nivel interno por la ausencia de una industria policía y el fracaso de una apertura económica cuando no se contaba con la diversidad de exportaciones requeridas. Todo ello, junto a la dependencia del gobierno en dotación de recursos obligó la reducción de impuestos generando una crisis en las finanzas públicas, lo que para ser corregido se reemplazaron por mayores impuestos al consumo y la reforma tributaria (Luna, 2020). Por ello, se afirma que los responsables en formular políticas interpretan la formalidad como una opción binaria y formalización como proceso irreversible, pese a que presenta muchas facetas y matices (Díaz et al., 2018).

Enfoques conceptuales de competitividad: En la definición de competitividad, Medeiros et al. (2019) señala que se trata de la capacidad de una organización hacia la creación e implementación de estrategias que la hacen competitiva, de tal forma que puede mantener o aumentar la cuota de mercado que posee de forma sostenible. Según Zanotti et al. (2018) define competitividad como la disposición de una fuente y consecuencia del desempeño empresarial. De esta forma cuenta con tres componentes operativos: deudores, inventarios y acreedores, los que a su vez se relaciona con la competitividad industrial y afectada por el país. Por su parte, Lopes et al. (2020) señalan que la competitividad significa diferentes "cosas" para diferentes organizaciones, y algunas industrias ven la competitividad como la capacidad de persuadir y retener a los clientes atraídos por sus ofertas, mientras que otros pueden considerar la competitividad como la capacidad de mejorar sus procesos y ganar ventaja en el mercado. Todos estos aspectos siempre en contraste con las empresas con las que se compite.

Entre las dimensiones para competitividad, Medeiros et al. (2019), señala las siguientes: (1) Capacitación, (2) desempeño, (3) métodos de organización, y (4) estrategia.

La Figura 2 muestra los factores empresariales como aquellos sobre los que la organización guarda un control sustancial. Tales factores se vinculan a la

acumulación de estrategias y conocimientos producidos por la empresa, asimismo con la eficacia de la gestión, la capacitación y el desempeño, la capacitación tecnológica en referencia a productos y procesos, recursos humanos y métodos de organización.



Figura 2. Factores determinantes de la competitividad.

Fuente: Medeiros et al. (2019).

En esta línea de estudio, se ha encontrado relación entre la estrategia empresarial y su rol para crear una ventaja competitiva en la organización. La estrategia empresarial incluye a los productos y a las políticas de gestión que mejoran la ventaja competitiva en el sector empresarial que se elija (Abdulwase et al., 2020).

Por su parte, Verhun et al. (2020) señala que la competitividad de un país, frente a la competitividad de una firma o empresa, va más allá de la oferta y la demanda y no se limita a ganancias, puesto que establece reglas para los gobiernos y afecta el nivel de vida de la población. A este respecto, destaca Spolaore (2018) que las preferencias heterogéneas afectan negativamente a la provisión de bienes públicos que no son rivales en consumo y debe ser compartido por la población dentro de una jurisdicción. Por el contrario, la

diversidad de preferencias y rasgos trae beneficios al considerar las interacciones entre los bienes o servicios que rivalizan entre sí. De la misma forma, Vlados (2019) resalta la ventaja competitiva de una nación para fortalecer la industria nacional hacia su difusión internacional, lo que es frecuente en las economías avanzadas. Por su parte, Parker et al. (2019) examinaron las propuestas centrales de la teoría de la conservación de los recursos personales y contextuales del franquiciado con su desempeño. Encontraron que la proactividad, el optimismo, el apoyo familiar y el apoyo organizacional percibido de las empresas con alta competitividad se asociaron positivamente con el desempeño financiero. Algo similar señala Johns (2018) cuando señala que el apoyo organizacional percibido de forma individual mejora el desempeño empresarial de forma directa mediante la reciprocidad y los mecanismos de esfuerzo discrecional de las empresas en un contexto de apoyo. En tal sentido, De igual manera, Zacher et al. (2018) observaron un efecto positivo en el comportamiento proactivo frente al agotamiento emocional, aspecto favorable para las marcas en las que el personal se encuentra en constante presión de respuesta.

III. METODOLOGÍA

Respecto a la metodología, Arbaiza (2019) señala la aplicación del enfoque cuantitativo que apela al uso de instrumentos capaces de medir y contrastar los datos que pudieran recoger procesándolos mediante métodos estadísticos.

3.1. Tipo y diseño de investigación

En cuanto al tipo de investigación es básica. Según Arbaiza (2019), un estudio es de tipo básica cuando pretende la observación de las acciones, en las que se procede a la revisión de las teorías para luego contrastarla con el entorno empresarial o poblacional. Eso conlleva a que este estudio será básica, pues se fundamenta en la revisión teórica que sirvió para la elaboración de una matriz en la que se operacionalizaron las variables formalización empresarial y competitividad.

El diseño de la investigación es de tipología no experimental, con aplicación del nivel descriptivo – correlacional, y además, respecto al tiempo, el corte es transversal. En cuanto al diseño, según Hernández & Mendoza (2018), cuando se selecciona el diseño no experimental se procede a no manipular los constructos que son razones de estudio. De esta forma, la investigadora no actúa para modificar realidad alguna, sino mostrar una realidad como esta se da en el entorno del estudio. En concreto, en dicho diseño no se manipulan las variables formalización empresarial y competitividad.

De igual modo, al señalarse que es de nivel descriptivo se pretende el análisis de los constructos tomando en consideración las dimensiones que los conforman, así como sus indicadores en referencia a sus atributos, lo que equivale a decir que se consideraron de forma teórica las dimensiones de las variables formulación empresarial y competitividad para efectos de su descripción. Todo ello aplicando el análisis de documentos (también llamado revisión de documentos) como método de mayor uso común en la investigación de diversas disciplinas; es casi imposible realizar una investigación en cualquier área sin que existan estudios de características propias del análisis documental, los que se revisan para describir el contenido o categorizar los enfoques a problemas específicos según los lineamientos políticos de la disciplina observada, como en revisiones de aspectos que componen a las variables (Katchmarchi et al., 2018).

Es entonces que se siguen pasos propios del método científico propio de los estudios básicos, en los cuales se revisan las teorías presentes en la literatura científica para llegar a determinar las dimensiones e indicadores de los constructos en estudio, finalmente con sus hallazgos estadísticos, se realiza el análisis e interpretación de los resultados (Arnau y Sala, 2020).

En cuanto al nivel de investigación, es de nivel correlacional porque en el análisis se plantea realizar la medición de la posible relación presente entre ambos constructos. Sobre el particular, Ñaupas et al. (2018) indican que una correlación puede ofrecer hallazgos que han de ser positivos o negativos, señalándose que son positivos cuando los valores son de valor alto tanto en una como en la otra variable, asimismo cuando son negativos siendo menor en una como en otra, aspectos que se señalarán en la correlación de las variables formulación empresarial y competitividad.

Es de corte transversal, que a decir de Arbaiza (2019) establece el tiempo de recolección de la data referente a los instrumentos de investigación administrados sobre la muestra, lo que equivale a decir que la recolección ha de efectuarse en un período determinado, dándose en un solo momento.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Formalización Empresarial

La formalización empresarial es el proceso que llevan a cabo las empresas para incorporarse a la economía formal (Organización Internacional del Trabajo, 2018).

Dimensiones de las variables:

Dimensión 1: Concesión de licencias

Ofrecer información y apoyo para el registro y la concesión de licencias empresariales a nivel central y local (p.ej., revisar normas y reglamentos, crear un sistema de ventanilla única para la inscripción registral); agilizar y simplificar el proceso de registro y la concesión de licencias (p.ej., reducir los pasos que hay que dar para registrar pequeñas empresas, introducir el sistema de registro electrónico) (Organización Internacional del Trabajo, 2018).

Dimensión 2: Acceso a la seguridad social

Incrementar la cobertura de la seguridad social para los empresarios, sus familias y empleados (p.ej., mediante protección en materia de salud, pensiones y prestaciones en caso de accidentes de trabajo o por discapacidad) (Organización Internacional del Trabajo, 2018).

Dimensión 3: Cumplimiento del ordenamiento jurídico

Facilitar los procedimientos de renovación de licencias y los requisitos de exportación, y mejorar el acceso a la información (p.ej., mediante el sistema de ventanilla única y la coordinación administrativa); simplificar los pagos de impuestos y seguridad social (p.ej., medidas de estimación objetiva o un sistema de «monotributo» que permita fusionar varios impuestos y contribuciones a la seguridad social en una cantidad a tanto alzado para las PYME); simplificar la presentación de informes y la rendición de cuentas. (Organización Internacional del Trabajo, 2018).

Variable 2: Competitividad

La competitividad es la capacidad de una organización hacia la creación e implementación de estrategias que la hacen competitiva, de tal forma que puede mantener o aumentar la cuota de mercado que posee de forma sostenible. (Medeiros et al., 2019).

Dimensiones de la variable:

Dimensión 1: Capacitación

Se refiere al proceso por el cual el personal que labora en la empresa se encuentra preparado para transmitir la información oportunamente a las áreas que le competen para que pueda realizar mejor sus funciones. Asimismo, se busca el desarrollo del personal en sus capacidades y habilidades para un mejor desenvolvimiento en el servicio. También considera el desarrollo de conceptos respecto al servicio que se presta, considerando sus características y atributos.

Dimensión 2: Desempeño

El desempeño refiere a la capacidad de la empresa en responder a los cambios comerciales que se dan en el entorno en el cual actúa, capacidad para enfocar de

forma directa la búsqueda de soluciones y de posibilitar el desempeño de los miembros de la organización.

Dimensión 3: Métodos de organización

Esta dimensión observa el cómo se realiza la coordinación al interior de la empresa para el logro con éxito de sus funciones, por lo que además se analiza la adaptabilidad con la que ella cuenta para reformular la estructura organizativa si se requiere.

Dimensión 4: Estrategia

Refiere al recurso empleado para facilitar el funcionamiento de la empresa en su propósito de servicio. Dentro de ella se considera la implementación de nuevos equipos o de nueva infraestructura, así como la innovación de productos o procesos que favorezcan su crecimiento.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

En referencia a la población, Arbaiza (2019) sostiene que ella se refiere a un conjunto del total de sujetos comprendidos en la observación de un hecho o fenómeno, que involucraría data, eventos, objetos, documentos, o personas, que han de ser investigadas. En tal sentido, la población estuvo constituida por las empresas en fast food's de un centro comercial ubicado en el distrito de Santiago de Surco, contándose con un total de 15 empresas que se encuentran realizando operaciones en el Centro Comercial.

3.3.2. Criterios de selección

3.3.2.1. Criterios de inclusión

Empresas del rubro de restaurantes fast food's

Empresas pertenecientes al centro comercial situado en Santiago de Surco.

3.3.2.2. Criterios de exclusión

Empresas que se encuentran fuera del centro comercial.

Empresas que no acepten voluntariamente participar en el estudio.

3.3.3. Muestra

Asimismo, Arbaiza (2019) señala que una muestra hace referencia a una porción de la población. Por ello, la muestra seleccionada en representación de toda la población queda conformada por las empresas en fast food's de un centro comercial situado en Santiago de Surco. Esto refiere al total de 15 empresas, aplicándose de este modo una muestra censal.

3.3.4. Muestreo

En alusión al muestreo, se trata de un proceso que hace posible el determinar una muestra. Según este procedimiento es posible la inferencia de hallazgos sobre un conjunto muestral, cuando se recurre al muestreo no probabilístico, que en el presente proyecto aplica un caso de muestra censal.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Dentro de las técnicas, se dispone de la encuesta que posibilita el registro de data en referencia a los constructos a analizar, que según Ñaupas et al. (2018) se trata de una herramienta típica de la investigación social, esta técnica cuenta con el cuestionario por instrumento, con el cual se medirá la formalización empresarial y competitividad, contando con sus desagregados en dimensiones, así como en indicadores conforme al proceso de operacionalización.

Tabla 1

Escala de Likert

Nunca	Pocas veces	Algunas veces	Muchas veces	Siempre
1	2	3	4	5

Los instrumentos también serán puestos a la validez y confiabilidad para comprobar su efectividad en la aplicación a la muestra de estudio.

3.4.1. Validez:

Sobre la validez, Ñaupas et al. (2018) afirma que la validez de los instrumentos procura una evaluación de tipo externa mediante el proceso

denominado juicio de expertos, quienes dirán que un instrumento ofrece validez cuando éste es capaz de efectuar mediciones sobre los datos que pueden preconcebirse, de tal forma que son conocidos. Según tal perspectiva, se procederá al juicio de expertos efectuado por los docentes de la Universidad César Vallejo.

Tabla 2

Juicio de Expertos

Expertos	Grado Académico	Aplicabilidad
Lino Gamarra, Edgar	Mg.	Aplicable
Janampa Acuña, Nerio	Dr.	Aplicable
Illa Sihuincha, Godofredo Pastor	Dr.	Aplicable

Fuente: Elaboración propia.

3.4.2. Confiabilidad:

Respecto a la confiabilidad, se trata de un proceso que consiste en la obtención de resultados en cuantas veces sean aplicados los instrumentos a un mismo grupo de sujetos en diversos tiempos (Ñaupas et al., 2018).

Tabla 3

Niveles de confiabilidad de Alfa de Cronbach

Índice	Nivel de fiabilidad	Valor de Alfa de Cronbach
1	Excelente	Mayor a 0.90-hasta 1.00
2	Muy bueno	Mayor a 0.70-hasta 0.900
3	Bueno	Mayor a 0.50-hasta 0.70
4	Regular	Mayor a 0.30-hasta 0.50
5	Deficiente	Mayor a 0.00-hasta 0.30

Fuente: Hernández & Mendoza (2018).

Tabla 4

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	35	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	35	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración SPSS.

Tabla 5

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.703	24

Fuente: Elaboración SPSS.

Interpretación:

Teniendo en cuenta la prueba piloto realizada a la población de 35 personas encuestadas por medio de nuestro cuestionario, que fue previamente aplicable por nuestros expertos, el resultado de nuestra estadística de fiabilidad dio como resultado 0,703, por lo cual en su interpretación del cálculo se sabe que si es mayor a 0,70 hasta 0,90 es muy bueno, por lo cual nuestro estudio es muy bueno y puede ser aplicada a nuestra población total.

3.5. Procedimientos

El presente proyecto de investigación comenzó con la revisión en torno a la realidad problemática. Para su comprensión se procedió a la búsqueda de antecedentes nacionales e internacionales que permitieran conocer el contexto y las definiciones de las variables. Así se construyó el marco teórico referente a la formalización y competitividad, cuyos conceptos permitieron operacionalizar las variables, para lo cual se elaboró el cuestionario para recolectar la información configurando una data, la que para su debido procesamiento se aplicó la validez y confiabilidad verificando de tal modo si son aplicables o no a la muestra poblacional.

3.6. Métodos de análisis de datos

Por método de análisis de datos, Ñaupas et al. (2018) sostiene que al realizarse el tratamiento de información como data cuantitativa, la debida organización y presentación de hallazgos se efectúa con el empleo de matrices de tabulación. Por ello, se utilizará la técnica correspondiente a los métodos que son aplicados en la estadística descriptiva y la estadística inferencial, aplicando el software estadístico SPSS-23, junto al Excel para el registro de información.

La estadística descriptiva: Refiere a medidas de tendencia central en forma de gráficas y tablas.

La estadística inferencial: Que tiene por orientación la contrastación de la hipótesis, por lo que se halla dividida en dos áreas diferentes: la estadística denominada paramétrica y la estadística llamada no paramétrica. Para este caso, se aplicará la correlación, conforme a los resultados que ofrece la prueba de normalidad, lo que conllevará a utilizar una fórmula paramétrica de Pearson a una no paramétrica de correlación como la de Rho de Spearman estableciéndose así la medición de asociación sobre los sujetos de estudio.

3.7. Aspectos éticos

A decir de Ñaupas et al. (2018), los aspectos éticos señalan a las referencias de autores, de los que se ha hecho utilidad en este estudio, las cuales se citan con la finalidad de otorgar seriedad, veracidad y transparencia al discurso que se realiza, permitiendo además a quienes lo leen acceder a los textos del tema para profundizar en ellos. Desde tal perspectiva, la presente investigación sigue los principios éticos de acuerdo a los reglamentos de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo y los existentes a nivel nacional e internacional. Por ello, se aplica la metodología APA de redacción para citado de autores de los textos de investigación revisados.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

Resultados descriptivos de formalización empresarial

Tabla 6

Resultados descriptivo de la variable formalización empresarial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bajo	0	0.0	0.0	0.0
	Medio	7	46.7	46.7	46.7
	Alto	8	53.3	53.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

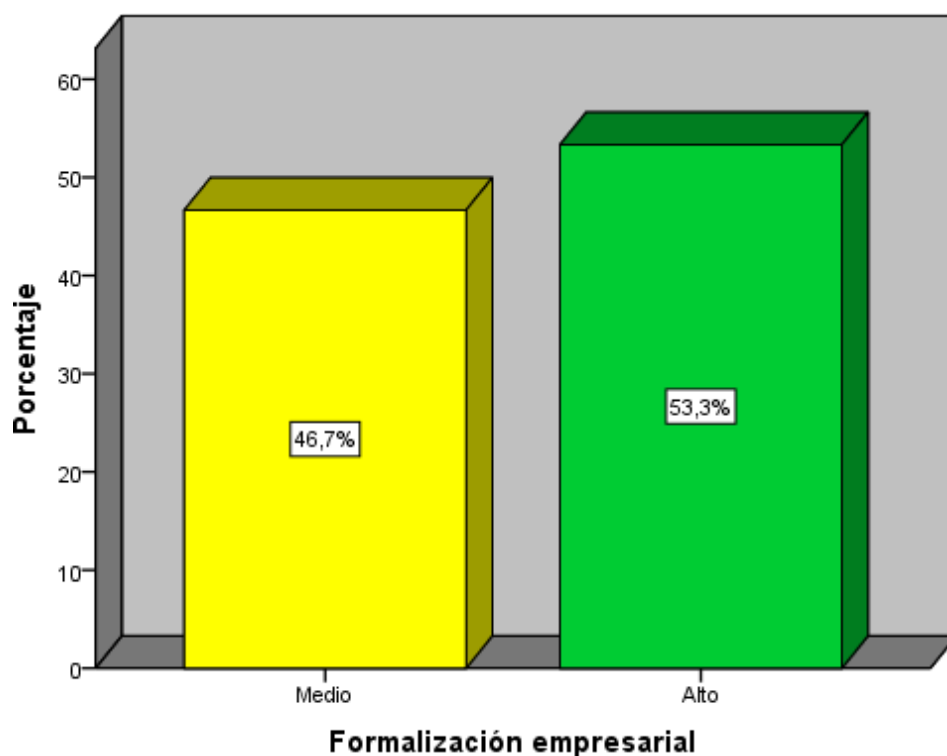


Figura 3. Resultado descriptivo de la variable formalización empresarial.

Nota. Es posible apreciar que en la tabla 6 y la figura 3, de acuerdo a la posición indicada por las organizaciones encuestadas, se manifiesta en el planteamiento de la formalización empresarial, que el 46,7 % de las empresas en fast food's de un centro comercial indicaron una percepción media sobre la formalización empresarial, sin embargo, existe un grupo de 53,3% que lo consideran de alta

percepción, es decir, es relevante para estas empresas.

Dimensión: Concesión de licencias

Tabla 7

Resultados descriptivo de la dimensión concesión de licencias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bajo	0	0.0	0.0	0.0
	Medio	7	46.7	46.7	46.7
	Alto	8	53.3	53.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

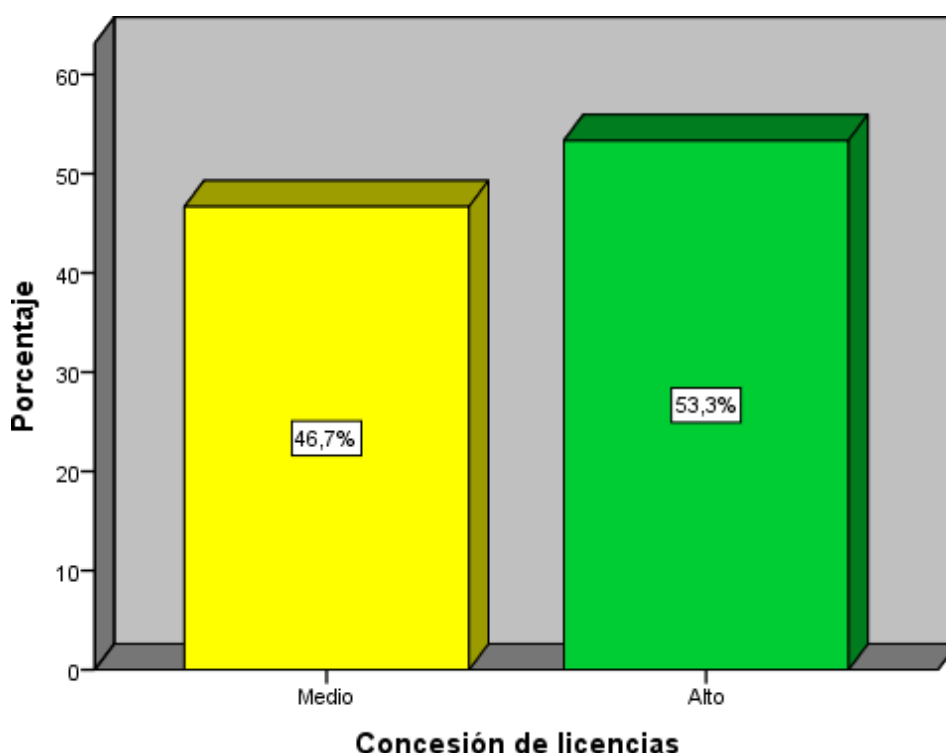


Figura 4. Resultado descriptivo de la dimensión concesión de licencias

Nota. Es posible apreciar que en la tabla 7 y la figura 4, de acuerdo a la posición indicada por las organizaciones encuestadas, se manifiesta en la dimensión concesión de licencias, que el 46,7% de las empresas en fast food's de un centro comercial indicaron una percepción media sobre la concesión de licencias, sin embargo, existe un grupo de 53,3% que lo consideran de alta percepción, es decir, es relevante para estas empresas.

Dimensión: Acceso a la seguridad social

Tabla 8

Resultados descriptivo de la dimensión acceso a la seguridad social

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bajo	0	0.0	0.0	0.0
	Medio	6	40.0	40.0	40.0
	Alto	9	60.0	60.0	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

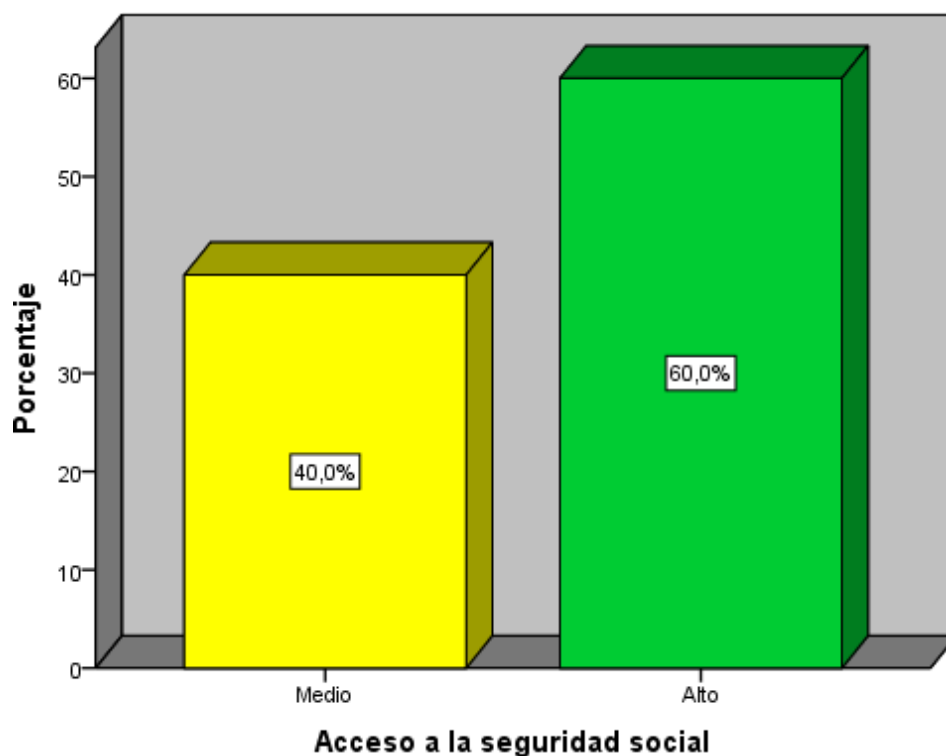


Figura 5. Resultado descriptivo de la dimensión acceso a la seguridad social

Nota. Es posible apreciar que en la tabla 8 y la figura 5, de acuerdo a la posición indicada por las organizaciones encuestadas, se manifiesta en la dimensión acceso a la seguridad social, que el 40% de las empresas en fast food's de un centro comercial indicaron una percepción media sobre el acceso a la seguridad social, sin embargo, existe un grupo de 60% que lo consideran de alta percepción, es decir, es relevante para estas empresas.

Dimensión: Cumplimiento del ordenamiento jurídico

Tabla 9

Resultados descriptivo de la dimensión cumplimiento del ordenamiento jurídico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bajo	0	0	0.0	0.0
	Medio	8	53.3	53.3	53.3
	Alto	7	46.7	46.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

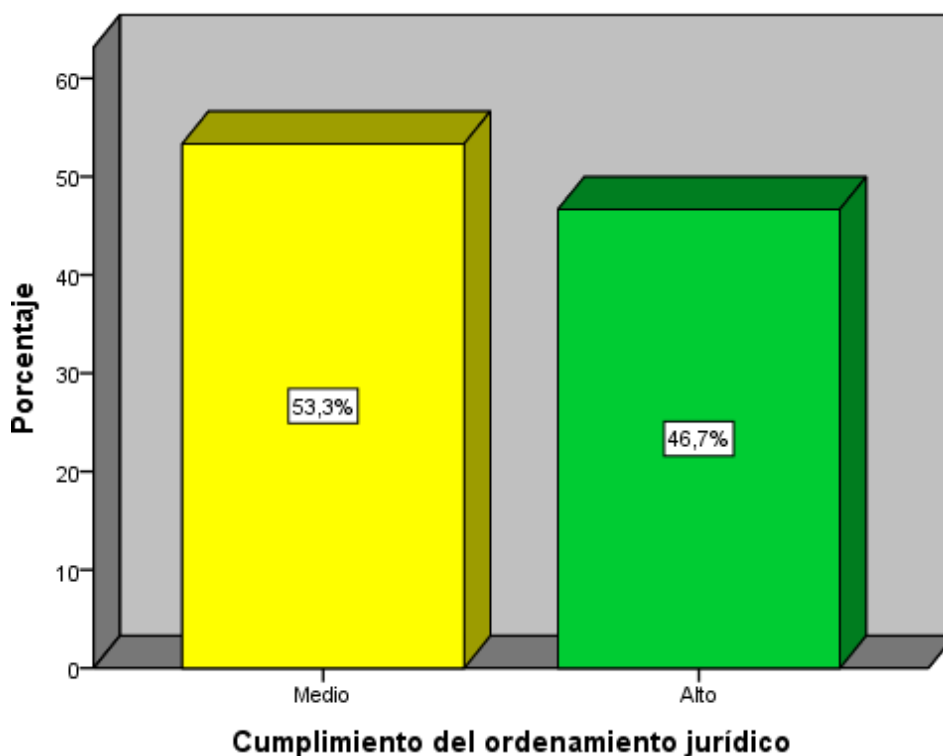


Figura 6. Resultado descriptivo de la dimensión cumplimiento del ordenamiento jurídico

Nota. Es posible apreciar que en la tabla 9 y la figura 6, de acuerdo a la posición indicada por las organizaciones encuestadas, se manifiesta en la dimensión cumplimiento del ordenamiento jurídico, que el 63,3% de las empresas en fast food's de un centro comercial indicaron una percepción media sobre el cumplimiento de ordenamiento jurídico, sin embargo, existe un grupo de 46,7% que lo consideran de alta percepción, es decir, es relevante para estas empresas.

Resultados descriptivos de competitividad

Tabla 10

Resultados descriptivo de la variable competitividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bajo	0	0.0	0.0	0.0
	Medio	4	26.7	26.7	26.7
	Alto	11	73.3	73.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

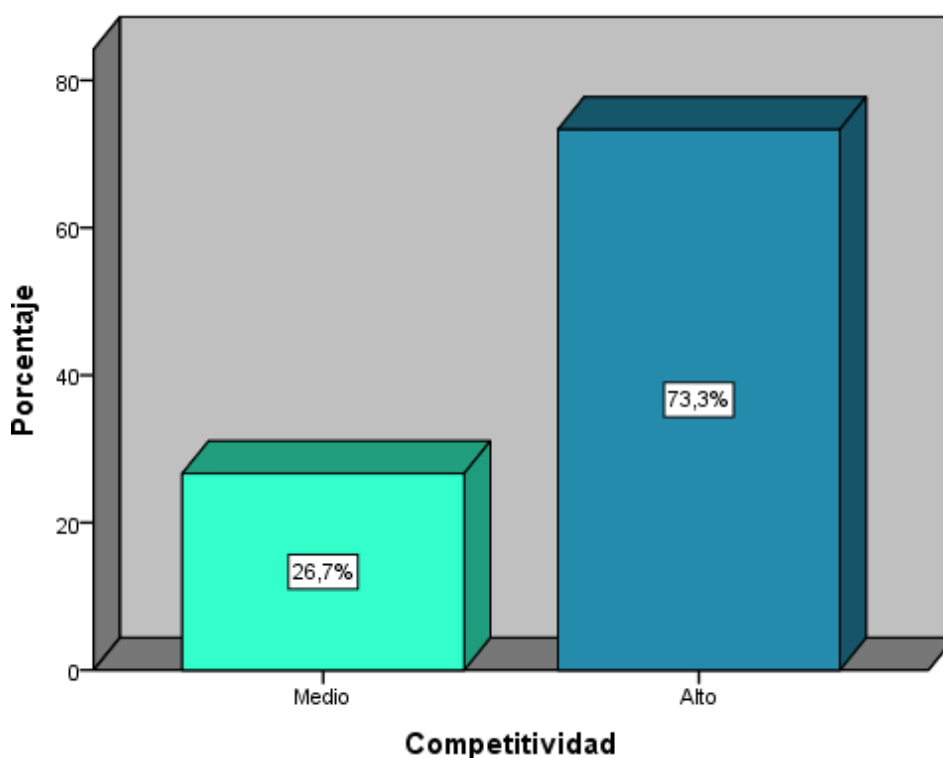


Figura 7. Resultado descriptivo de la variable competitividad.

Nota. Es posible apreciar que en la tabla 10 y la figura 7, de acuerdo a la posición indicada por las organizaciones encuestadas, se manifiesta en el planteamiento de la competitividad, que el 26,7% de las empresas en fast food's de un centro comercial indicaron una percepción media sobre la competitividad, sin embargo, existe un grupo de 73,3% que lo consideran de alta percepción, es decir, es relevante para estas empresas.

Dimensión: Capacitación

Tabla 11

Resultados descriptivo de la dimensión capacitación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bajo	0	0.0	0.0	0.0
	Medio	5	33.3	33.3	33.3
	Alto	10	66.7	66.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

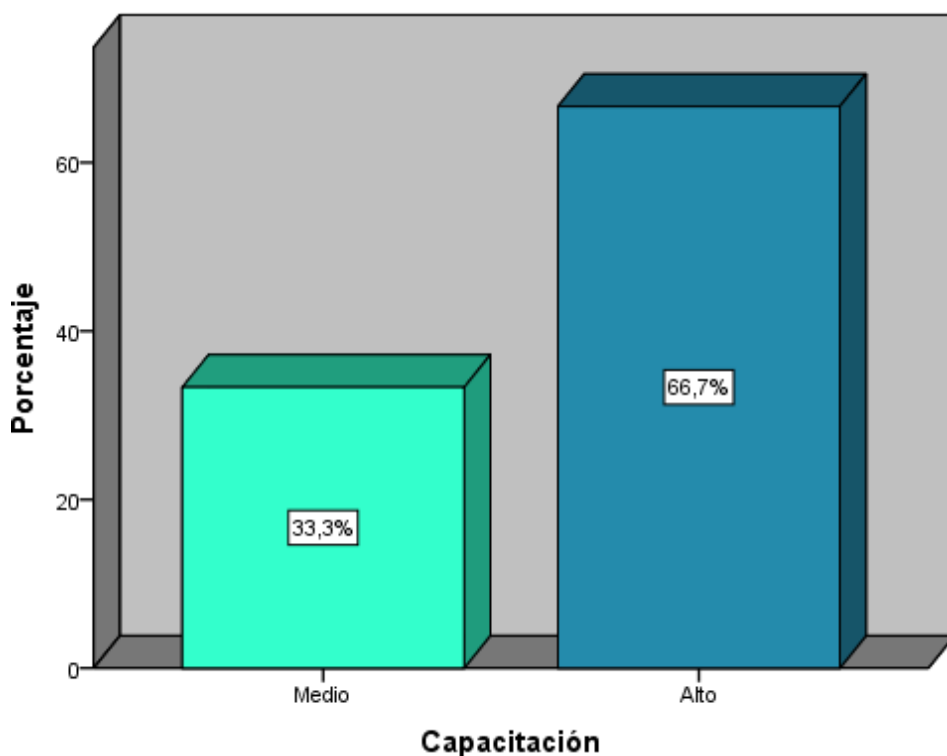


Figura 8. Resultado descriptivo de la dimensión capacitación

Nota. Es posible apreciar que en la tabla 11 y la figura 8, de acuerdo a la posición indicada por las organizaciones encuestadas, se manifiesta en la dimensión capacitación, que el 33,3% de las empresas en fast food's de un centro comercial indicaron una percepción media sobre dimensión capacitación, sin embargo, existe un grupo de 66,7% que lo consideran de alta percepción, es decir, es relevante para estas empresas.

Dimensión: Desempeño

Tabla 12

Resultados descriptivo de la dimensión desempeño

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bajo	1	6.7	6.7	6.7
	Medio	3	20.0	20.0	26.7
	Alto	11	73.3	73.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

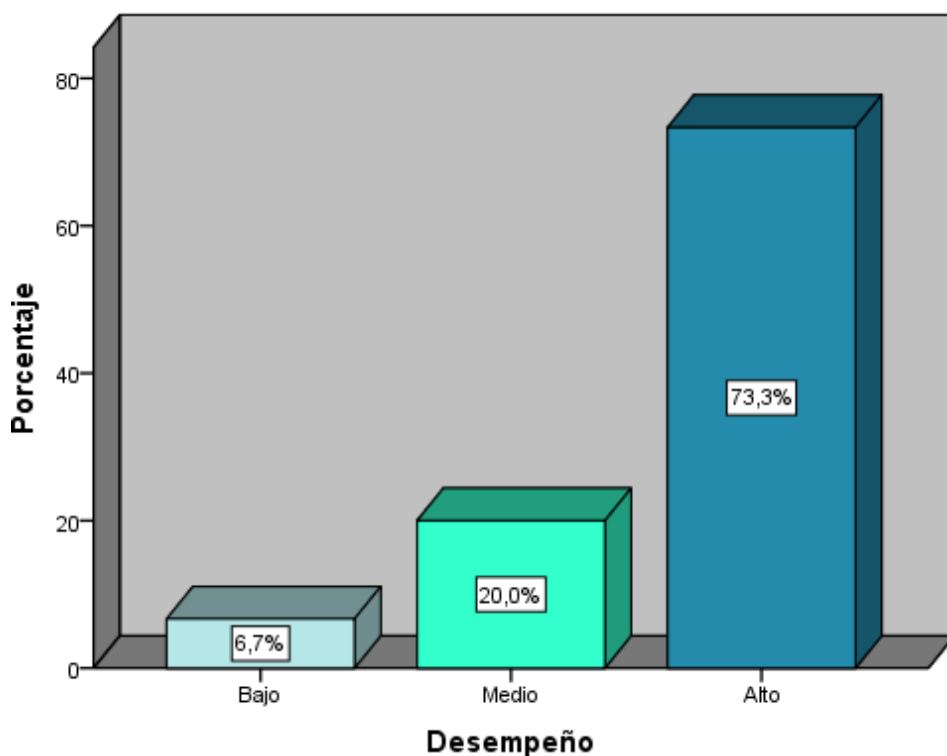


Figura 9. Resultado descriptivo de la dimensión desempeño

Nota. Es posible apreciar que en la tabla 12 y la figura 9, de acuerdo a la posición indicada por las organizaciones encuestadas, se manifiesta en la dimensión desempeño, que el 6,7% de las empresas en fast food's de un centro comercial indicaron una percepción baja sobre el desempeño para la competitividad, otros consensuaron que es de nivel regular en 20%, sin embargo, existe un grupo de 73,3% que lo consideran de alta percepción, es decir, es relevante para estas empresas.

Dimensión: Métodos de organización

Tabla 13

Resultados descriptivo de la dimensión métodos de organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bajo	0	0.0	0.0	0.0
	Medio	4	26.7	26.7	26.7
	Alto	11	73.3	73.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

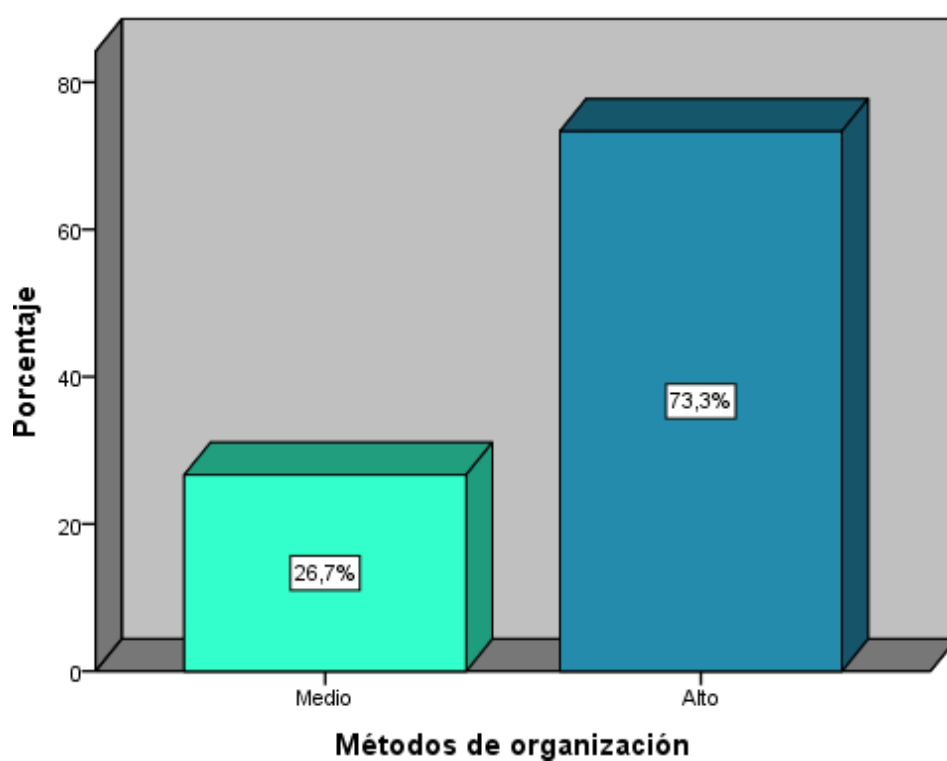


Figura 10. Resultado descriptivo de la dimensión métodos de organización

Nota. Es posible apreciar que en la tabla 13 y la figura 10, de acuerdo a la posición indicada por las organizaciones encuestadas, se manifiesta en la dimensión métodos de organización, que el 26,7% de las empresas en fast food's de un centro comercial indicaron una percepción medio sobre los métodos de organización para la competitividad, sin embargo, existe un grupo de 73,3% que lo consideran de alta percepción, es decir, es relevante para estas empresas.

Dimensión: Estrategia

Tabla 14

Resultados descriptivo de la dimensión estrategia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bajo	0	0.0	0.0	0.0
	Medio	5	33.3	33.3	33.3
	Alto	10	66.7	66.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

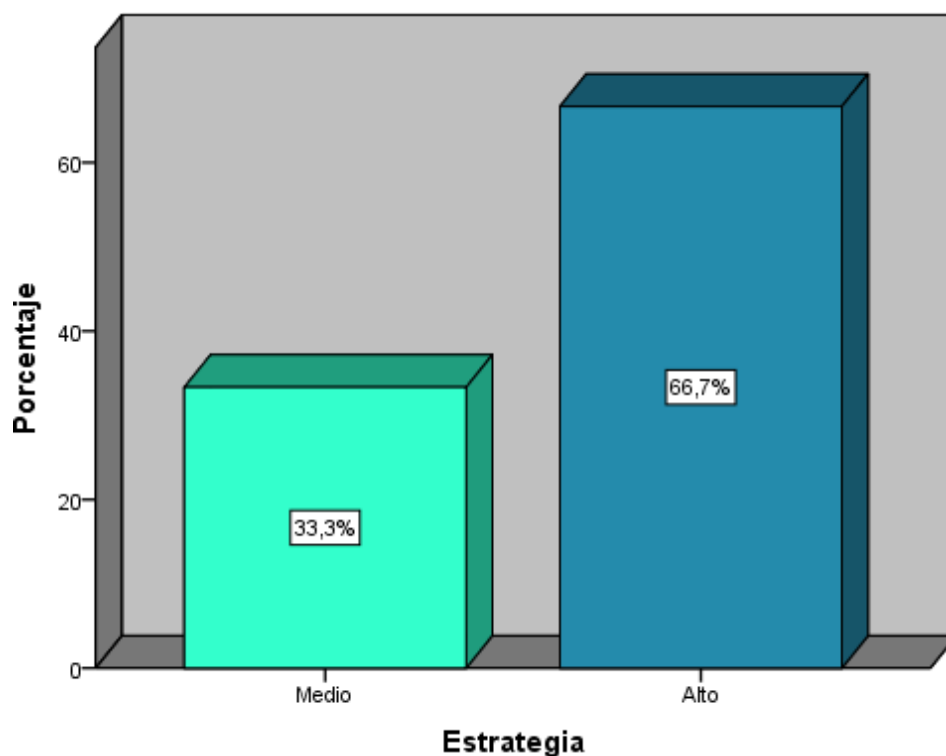


Figura 11. Resultado descriptivo de la dimensión estrategia

Nota. Es posible apreciar que en la tabla 14 y la figura 11, de acuerdo a la posición indicada por las organizaciones encuestadas, se manifiesta en la dimensión estrategia, que el 33,3% de las empresas en fast food's de un centro comercial indicaron una percepción media sobre la estrategia para la competitividad, sin embargo, existe un grupo de 66,7% que lo consideran de alta percepción, es decir, es relevante para estas empresas.

4.2. Prueba de normalidad

Tabla 15

Prueba de normalidad de formalización empresarial y competitividad

	Estadístico	Shapiro-Wilk gl	Sig.
Formalización empresarial	.643	15	.000
Competitividad	.561	15	.000

*. Este es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Nota. A fin de obtener el conocimiento sobre la distribución normal de los datos, se efectuó la prueba de Shapiro-Wilk, tratamiento estadístico que determina el sustento teórico que indica que si $p > 0,05$, los datos estarían presentando una distribución normal, sin embargo, al obtenerse 0,000 que es menor a 0,05, se considera que las variables formalización empresarial y competitividad estarían presentando una distribución no normal, de tal modo que la contrastación de las hipótesis se realiza conforme a la prueba no paramétrica de Spearman.

4.3. Análisis referenciales

Resultados inferenciales.

Bajo este punto, se observan los resultados que fueron obtenidos con la administración de las pruebas para el contraste de hipótesis gracias a los procedimientos de la estadística inferencial sobre los datos recolectados en los cuestionarios respondidos por las empresas en fast food's de un centro comercial, de tal manera que se procedió a la contrastación de la hipótesis general del estudio y luego las hipótesis específicas con el mismo tratamiento.

Niveles de correlación.

Para dejar evidencia de la correlación existente entre las variables o sus dimensiones, se apeló al uso de la tabla que considera la estadística inferencial.

Tabla 16

Prueba de normalidad de formalización empresarial y competitividad

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Nota: Mondragón (2014).

Resultados según objetivos específicos

Objetivo específico 1: Establecer la relación entre la concesión de licencias y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco

Contraste de hipótesis específica 1

La concesión de licencias y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Nivel de confianza: 95% ($\alpha=0,05$)

Reglas de decisión:

Si $p < \alpha$; se acepta la hipótesis alterna.

Si $p > \alpha$; se rechaza la hipótesis nula.

Ho: La concesión de licencias y la competitividad no se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Ha: La concesión de licencias y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Tabla 17

Correlación de Spearman para concesión de licencias y competitividad

			Concesión de licencias	Competitividad
Rho de Spearman	Concesión de licencias	Coeficiente de correlación	1.000	,815**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	15	15
	Competitividad	Coeficiente de correlación	,815**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	15	15

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota. De acuerdo a lo mostrado en la Tabla 17, se deja comprobación de los resultados en relación a las variables en el alcance de una correlación positiva considerable. Asimismo, es posible dar afirmación al respecto de la curva de tendencia como una correlación directa y proporcional según el análisis de los datos, de tal manera que se realiza la predicción que a mayor incremento de la primera variable, en consecuencia se afecta a la segunda variable asociada.

Decisión. Según la contrastación manifiesta, observándose la significancia bilateral que es igual a $0,000 < 0,05$, así pues, se da el rechazo de la hipótesis nula y se concede la aceptación de la hipótesis alterna, lo que equivale a afirmar que la concesión de licencias y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Objetivo específico 2: Identificar la relación entre el acceso a la seguridad social y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Contraste de hipótesis específica 2

El acceso a la seguridad social y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Nivel de confianza: 95% ($\alpha=0,05$)

Reglas de decisión:

Si $p < \alpha$; se acepta la hipótesis alterna.

Si $p > \alpha$; se rechaza la hipótesis nula.

Ho: El acceso a la seguridad social y la competitividad no se relacionan

significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.
 Ha: El acceso a la seguridad social y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Tabla 18

Correlación de Spearman para acceso a la seguridad social y competitividad

			Acceso a la seguridad social	Competitividad
Rho de Spearman	Acceso a la seguridad social	Coeficiente de correlación	1.000	,685**
		Sig. (bilateral)		.005
		N	15	15
	Competitividad	Coeficiente de correlación	,685**	1.000
		Sig. (bilateral)	.005	
		N	15	15

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota. De acuerdo a lo mostrado en la Tabla 18, se deja comprobación de los resultados en relación a las variables en el alcance de una correlación positiva considerable. Asimismo, es posible dar afirmación al respecto de la curva de tendencia como una correlación directa y proporcional según el análisis de los datos, de tal manera que se realiza la predicción que a mayor incremento de la primera variable, en consecuencia se afecta a la segunda variable asociada.

Decisión. Según la contrastación manifiesta, observándose la significancia bilateral que es igual a $0,005 < 0,05$, así pues, se da el rechazo de la hipótesis nula y se concede la aceptación de la hipótesis alterna, lo que equivale a afirmar que el acceso a la seguridad social y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Objetivo específico 3: Señalar la relación entre el cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Contraste de hipótesis específica 3

El cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de

Surco.

Nivel de confianza: 95% ($\alpha=0,05$)

Reglas de decisión:

Si $p < \alpha$; se acepta la hipótesis alterna.

Si $p > \alpha$; se rechaza la hipótesis nula.

Ho: El cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente y la competitividad no se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Ha: El cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Tabla 19

Correlación de Spearman para cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente y competitividad

			Cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente	Competitividad
Rho de Spearman	Cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente	Coefficiente de correlación	1.000	,890**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	15	15
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,890**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	15	15

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota. De acuerdo a lo mostrado en la Tabla 19, se deja comprobación de los resultados en relación a las variables en el alcance de una correlación positiva considerable. Asimismo, es posible dar afirmación al respecto de la curva de tendencia como una correlación directa y proporcional según el análisis de los datos, de tal manera que se realiza la predicción que a mayor incremento de la primera variable, en consecuencia se afecta a la segunda variable asociada.

Decisión. Según la contrastación manifiesta, observándose la significancia bilateral que es igual a $0,000 < 0,05$, así pues, se da el rechazo de la hipótesis nula y se concede la aceptación de la hipótesis alterna, lo que equivale a afirmar que el ordenamiento jurídico vigente y la competitividad se relacionan significativamente

en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Resultados según objetivo general

Determinar la relación entre la formalización empresarial y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Contraste de hipótesis general.

La formalización empresarial y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Nivel de confianza: 95% ($\alpha=0,05$)

Reglas de decisión:

Si $p < \alpha$; se acepta la hipótesis alterna.

Si $p > \alpha$; se rechaza la hipótesis nula.

Ho: La formalización empresarial y la competitividad no se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Ha: La formalización empresarial y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Tabla 20

Correlación de Spearman para formalización empresarial y competitividad

			Formalización empresarial	Competitividad
Rho de Spearman	Formalización empresarial	Coefficiente de correlación	1.000	,876**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	15	15
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,876**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	15	15

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota. De acuerdo a lo mostrado en la Tabla 20, se deja comprobación de los resultados en relación a las variables en el alcance de una correlación positiva considerable. Asimismo, es posible dar afirmación al respecto de la curva de tendencia como una correlación directa y proporcional según el análisis de los

datos, de tal manera que se realiza la predicción que a mayor incremento de la primera variable, en consecuencia se afecta a la segunda variable asociada.

Decisión. Según la contrastación manifiesta, observándose la significancia bilateral que es igual a $0,000 < 0,05$, así pues, se da el rechazo de la hipótesis nula y se concede la aceptación de la hipótesis alterna, lo que equivale a afirmar que la formalización empresarial y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

V. DISCUSIÓN

La investigación demostró lo requerido por las interrogantes del estudio, confirmando la hipótesis, obteniendo los resultados confiables.

Se planteó como objetivo primer objetivo específico, establecer la relación entre la concesión de licencias y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco, en base a ello se estudió la teoría de la formalización que señala la existencia de dos tipos de registros de empresas (mercantiles y administrativos), puesto que se consideran solo los registros administrativos, los que generan interacciones coactivas (es decir, puede ser obligado), y son no contractuales. Los resultados encontrados en la presente investigación observó que la concesión de licencias y la competitividad se relacionan significativamente en Fast Food's de un centro comercial, Santiago de Surco. Estos resultados coinciden con lo obtenido por Mussina & Bachise (2018) hallaron que existe una correlación significativa y positiva para sofisticación empresarial y entorno macroeconómico, de tal forma que se confirma la existencia de este vínculo, además de que tal relación varía de acuerdo a la etapa de desarrollo que alcanza un país determinado, con una correlación máxima fue de 0,783. Asimismo, Aruhuanca et al. (2020) que hallaron una correlación que aplicó el procedimiento estadístico de Rho de Spearman de 0,582 con un resultado en p-valor de 0,000, es decir, significancia al 5%. Se concluyó que se presenta una correlación positiva de nivel regular dada entre los constructos variable incentivos tributarios y formulación.

Como segundo objetivo específico, se buscó identificar la relación entre el acceso a la seguridad social y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco, en base a ello se estudió la teoría del proceso formal que implica que la empresa determine su inicio y se extienda hacia el interior de ella, involucrando a los gerentes, socios y empleados. Los resultados encontrados en la presente investigación observó que el acceso a la seguridad social y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco. Estos resultados coinciden con lo obtenido

por Flak & Glód (2020) encontró que el indicador promoción se mostró para el mayor número de empresas con aumento muy alto utilizándola como fuente competitiva (15,22%), asimismo que el indicador rentabilidad no dependía mucho de una fuente de ventaja competitiva. La mayor diferencia en la rentabilidad se dio entre las empresas que tenían promedio de rentabilidad: solo el 19,23% de los usuarios de precio y el 45,83% de los usuarios de producto.

Para el tercer objetivo específico, se consideró señalar la relación entre el cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco, en base a ello se estudió la teoría de la formalización como decisiones que guían la optimización de los aspectos sociales y emocionales que son lógicas, según las cuales la formalización se concibe de manera diferente dependiendo de las diferentes etapas de la vida y experiencias propias de las organizaciones dentro de la economía y contextos socioculturales más amplios. Los resultados encontrados en la presente investigación observó que el cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco. Estos resultados coinciden con lo obtenido por Velaochaga (2021) evidenciaron asociación directa y significativa entre asociatividad y competitividad empresarial con una $r=0,646$ y un p-valor de 0,00. Igualmente, con Nerio (2019) quien encontró una correlación presentándose un valor de $X=0,96$ para formalización con empresas semiformales y $X=0,04$ para empresas formales. En competitividad, los indicadores señalaron para Finanzas $X=3,32$, diferenciación $X=3,18$ y cliente $X=3,19$.

En cuanto al objetivo general de determinar la relación entre la formalización empresarial y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco, en base a ello se estudió la teoría de Porter cuando las empresas desarrollan sus capacidades se presenta la ventaja competitiva. De esta manera, las empresas que sean formales pueden conformar una ventaja competitiva, por lo que las empresas encuentran en esta una oportunidad de éxito para su desempeño. Los resultados mostraron que la formalización empresarial y la competitividad se relacionan significativamente en fast food's de un centro

comercial, Santiago de Surco. Estos resultados coinciden con lo obtenido por García et al. (2021) encontraron que predominaron tres aspectos en la competitividad empresarial como productividad, rentabilidad y crecimiento. Concluyó con una correlación mediante Pearson, habiéndose obtenido una relación positiva moderada, significativa de $r=0,459$, con un p-valor $<0,05$. Asimismo, Shtal et al. (2018) señalan que los indicadores de las empresas internacionales formalizadas en el análisis de este estudio se observa mayor impacto en cuanto el volumen de bienes exportados (19,5%) y lo relacionado al precio de venta de tales bienes (13,8%), lo que contextualiza la asociación entre variables. De igual manera, Totonelli (2018) que encontró el límite para la formalización se soluciona a partir de manuales de procedimientos para vincular estos con los objetivos empresariales. Para el segundo caso, se observa que la temprana formalización ayuda a que las organizaciones se conformen estructuralmente favoreciendo su desarrollo y crecimiento rápido con sustento en la relación entre experiencia y disminución de costos. En contraste, Zanotti et al. (2018) encontraron que existe una relación inconsistente entre el ambiente competitivo y las operaciones en la industria en cuestión, ya sea que esta última sea activa o factor pasivo hacia el primero.

Los antecedentes y sus coincidencias con la presente investigación, evidencian que hay una relación entre las variables consideradas.

VI. CONCLUSIONES

Se estableció la relación entre la concesión de licencias y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco, realizando una encuesta a los colaboradores de las empresas del centro comercial, alcanzándose resultados que muestran que la concesión de licencias se halla en nivel alto con 53,3% y la competitividad en nivel alto en 73,3%. La correlación mostró un coeficiente según Spearman en 0,815 y significancia de 0,000, indicando con ello una relación significativa.

Al identificarse la relación entre el acceso a la seguridad social y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco, los resultados mostraron que el acceso a la seguridad social se encuentra en nivel alto con 60%, contrastándose la correlación de 0,685 y significancia 0,005, mostrándose una relación significativa.

Se señaló la relación entre el cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco, tras la aplicación de la encuesta se halló que el cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente se encuentra en nivel alto con 46,7% y medio en 53,3%, detectándose una correlación de 0,890 y significancia 0,000, mostrándose una relación altamente significativa.

Por último, se determinó la correlación entre la formalización empresarial y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco, que mostró para formalización empresarial un nivel de alto en 53,3%. Entre ambas variables, el coeficiente de Spearman señaló el valor de 0,876 y significancia de 0,000, con lo que se confirma la correlación significativa.

VII. RECOMENDACIONES

Se sugiere crear mejores condiciones en lo que respecta a la concesión de licencias, mediante desburocratización de los procedimientos y reducción de los requisitos para acceder a la formalización empresarial, dado que este proceso favorece la competitividad en fast food's de un centro comercial.

Se recomienda el fomento del acceso a la seguridad social mediante la implementación de talleres de capacitación a las empresas de fast food's, aprovechando que, al encontrarse en un centro comercial, puede organizarse el desarrollo de estas capacitaciones, además de otros aspectos relacionas a la competitividad empresarial.

Se recomienda que las empresas de fast food's desarrollen una supervisión constante respecto al cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, pues considera las medidas de prevención y las medidas correctivas, que si bien se vienen cumpliendo satisfactoriamente, es importante superar las ineficiencias para garantizar su competitividad.

Se recomienda fomentar la formalización empresarial, principalmente en empresas que desean iniciar actividad, así como velas por el cumplimiento de aquellas que ya se encuentran formalizadas y que quieran acceder a una mayor competitividad en términos de capacitación, desempeño, métodos de organización y estrategias aplicadas para una mejor participación en el mercado.

REFERENCIAS

- Abdulwase, R., Ahmed, F., Nasr, A., Abdulwase, A., Alyousofi, A. y Yan, S. (2020). The role of business strategy to create a competitive advantage in the organization. *Open Acces Journal of Science*, 4 (4), 135-138.
- Arbaiza, L. (2019). *Cómo elaborar una tesis de grado*. Lima: Esan.
- Arnau, L. y Sala, J. (2020). *La revisión de literatura científica: Pautas, procedimientos y criterios de calidad*. Universitat Autònoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/pub/recdoc/2020/222109/revliltcie_a2020.pdf
- Arruñada, B. (2020). *La seguridad jurídica en España*. Universidad Pompeu Fabra y BGSE. <https://documentos.fedea.net/pubs/eee/eee2020-26.pdf>
- Aruhuanca, J. A., Cahique, A. & Esparza, A. L. (2020). *Incentivos tributarios y su influencia en la formalización de las Mypes del sector automotriz del distrito de Comas, año 2020*. (Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo). https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46874/B_Aruhuanca_VJA-Cachique_IA-Esparza_AAL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Blanco-Ariza, A.B., Vásquez-García, A.W., García-Jiménez, R. & Melamed-Varela, E. (2020). Estructura organizacional como determinante competitivo en pequeñas y medianas empresas del sector alimentos. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI (2), <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063431012>
- Cubas, O. Y. (2018). *Activos Intangibles y Valoración de las Franquicias en Empresas Educativas Distrito de Lima Metropolitana 2017*. (Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo).
- Díaz, J.J., Chacaltana, J., Rigolini, J. y Ruiz, C. (2018). Pathways to Formalization: Going beyond the Formality Dichotomy. *IZA DP*, 11750, 1-31- <http://ftp.iza.org/dp11750.pdf>
- Flak, O. & Glód, G. (2020). Influence of competitive advantage on competitive positioning of Silesian Companies in 2019. *SHS Web of Conferences, Current Problems of the Corporate Sector 2020*, 83, 01049, <https://doi.org/10.1051/shsconf/20208301049>
- García, J.J., Tmbajulca, I.A. & Cruz, J.J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19.

- Comuni@cción: Revista De Investigación En Comunicación Y Desarrollo*, 12(2), 99-110. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>
- Gifreu-Castells, A. (2017). Proposed methodology for studying and analysing the new documentary forms. *Doc On-line*, 6-42. DOI: 10.20287/doc.esp17.dt01
- Guerrero, J.L. (2020). *Economy, Competitiveness and Gender. COVID's impact on minorities and economic repercussions*. <https://riacevents.org/wp-content/uploads/2020/06/PROF-GUERRERO-CUSUMANO-Economy-Competitiveness-and-Gender-OEA-JUNE-11.pdf>
- Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: McGraw Hill Education
- Jaimes, L.M. (2018). *El proceso de formalización y su relación con la cultura empresarial de la ciudad de Huánuco 2018*. (Tesis de Licenciatura, Universidad de Huánuco).
- Johns, G. (2018). Advances in the treatment of context in organizational research. *Annual Review of Organizational Research*, 5, 21-46. doi: 10.1146/annurev-orgpsych-032117-104406
- Katchmarchi A.B., Taliaferro A.R. y Kipfer H.J. (2018). A document analysis of drowning prevention education resources in the United States. *International Journal of Injury Control and Safety Promotion*, 25, 78-84.
- Lopes, J., Fernandes, C. & Ferreira, M. (2020). Competitiveness: Theoretical reflections and relation with innovation. *Revista Horizontes Interdisciplinares da Gestão*, 4 (2).
- Luna, J. L. (2020). Comprehensive Tax Reform with OECD Parameters for Colombia. *Journal of Management*, 36 (68), 82-95. <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v36n68/2256-5078-cuadm-36-68-82.pdf>
- Marapi, J. & Loncharich, Y. S. (2018). *Estudio de prefactibilidad para la implementación de una cadena de pizzerías basada en la gastronomía peruana en Lima Metropolitana en los niveles socioeconómicos B y C* (Tesis de Ingeniería Industrial, Pontificia Universidad católica del Perú). http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14210/MARAPI_PRADO_LONCHARICH_JAYO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Medeiros, V., Gonçalves, L. & Camargos, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo.

Revista de la Cepal (129), 7-27.
https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf

- Mondragón, A. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. *Movimiento científico*, 8(1), 98-104.
- Mussina, K.P. & Bachise, M. (2018). Canonical Correlation between Business Sophistication and Macroeconomic Environment: A Secondary study of Countries Global competitiveness, *Revista Espacios* 39 (18), 32.
- Nerio, O.O. (2019) *Los restaurantes formales y su competitividad en la ciudad de Tingo María-2017*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Agraria de la Selva).
https://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1906/TS_OONM_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ñaupas, H., Valdivia, M.R., Palacios, J.J. & Romero, H. E. (2018). *Metodología de la investigación. Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Organización Internacional del Trabajo [OIT] (2018). *Políticas de formalización en América Latina*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/ro-lima/documents/publication/wcms_645159.pdf
- Parker, S. L., Cutts, S., Nathan, G. & Zacher, H. (2019). Understanding franchisee performance: The role of personal and contextual resources. *Journal of Business and Psychology*. <http://dx.doi.org/10.1007/s10869-018-9558-5>.
- Rivas, K.L. (2018). *Propuesta de franquicia en la heladería El Chalan S.A. para mejorar el crecimiento empresarial y la competitividad*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Piura).
- Romero, D., Sánchez, S., Rincón, y. & Romero, M. (2020). Estrategia y ventaja competitiva: Binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI (4).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28065077034>
- Salazar-Xirinachs, J. M. & Chacaltana, J. (2018). *Políticas de Formalización en América Latina. Avances y Desafíos*. Lima: OIT, Oficina Regional para América Latina y el Caribe, FORLAC.
- Shtal, T. V., Polyakova, Y. O., Hasanov, E. L., Ukubassova, G. S. & Kozhabaeva,

- S. A. (2018). Formalization of the Enterprise International Economic Activity Efficiency Management. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 23 (82), 64-82. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1495795>
- Skorková, Z. (2020). The effect of formalization in the enterprise. *SHS Web of Conferences* 83, 01062, 1-8. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20208301062>
- Spolaore, E. (2018). *Small States and the Future of International Integration (Presentation)*. Prepared for the Conference: Competitiveness Strategies for the EU Small States. Luxembourg, Kirchberg. <https://odc.gouvernement.lu/dam-assets/actualit%C3%A9s/events/2018/conference-smallstates/keynote-2-spolaore.pdf>
- Thapa, S. T., Xheneti, M. y Madden, A. (2020). To Formalize or Not to Formalize: Women Entrepreneurs' Sensemaking of Business Registration in the Context of Nepal. *Journal of Business Ethics*, 1-22. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04541-1>
- Totonelli, L. I. (2018). Consideraciones sobre la formalización del comportamiento organizacional. *Ciencias Administrativas*, 12, 85-92. DOI: <https://doi.org/10.24215/23143738e029>
- Velaochaga, K.J. (2021). *Relación entre la asociatividad y la competitividad empresarial de los pequeños productores de mandarina del distrito de Huando, Huaral –Lima, periodo 2020* (Tesis de Licenciatura, Universidad San Martín de Porres).
- Verhun, V., Pryatelchuk, O. & Zayats, O. (2020). Competitive features of country associations based on the Global Competitiveness Index: the case of the United States - Mexico - Canada Agreement. *Problems and Perspectives in Management*, 18 (4), 181-190.
- Vlados, Ch. M. (2019). Porter's diamond approaches and the competitiveness web. *International Journal of Business Administration*, 10(5), 33-52. <https://www.dx.doi.org/10.5430/ijba.v10n5p33>
- Williams, C. C., Martinez-Perez, A., & Kedir, A. M. (2017). Informal entrepreneurship in developing economies: The impacts of starting up unregistered on firm performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(5), 773-799.
- Xheneti, M., Madden, A., & Thapa, S. (2019). The value of formalisation for

women entrepreneurs in developing contexts: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 21(1), 3-23.

Zacher, H., Schmitt, A., Jimmieson, N. L., & Rudolph, C. W. (2018). Dynamic effects of personal initiative on engagement and exhaustion: The role of mood, autonomy, and support. *Journal of Organizational Behavior*. Online first publication, doi:10.1002/job.2277

Zanotti, C., Reyes, F. & Fernandez, B. (2018). Relationship between competitiveness and operational and financial performance of firms: An exploratory study on the European brewing industry. *Intangible Capital*, 14(1), 99-115. <http://dx.doi.org/10.3926/ic.1104>

ANEXOS

Anexo 1. Permiso de empresa



“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Lima, 20 de Abril del 2022

Señores:
Escuela académico profesional de administración
Universidad Cesar Vallejo – Campus Ate

A través del presente, Yo Dante Italo Lucana Masias, identificado con DNI N° 42809098 representante de la empresa MOGRI SERVICES SAC con el cargo de Gerente General me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que la señora:

Marbel Herrera Callaymana con DNI N° 44851544

Esta autorizada para:

- a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada Fomalización empresarial y competitividad en fast food's de un centro comercial.

SI NO

- b) Publicar el nombre de nuestra organización en la investigación

SI NO

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud del interesado.

Atentamente,


DANTE LUCANA MASIAS
GERENTE GENERAL

Anexo 2. Validación de instrumentos



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL SISTEMA DE LA FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL

Nº	VARIABLES7DIMENSIONE7INDICADORES	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE INDEPENDIENTE: FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL							
	DIMENSIÓN 1: Concesión de licencias							
1	La empresa se encuentra familiarizada con la formalización pues conoce sus beneficios	X		X		X		
2	La empresa formaliza sus procesos, el empleo y accede a los financiamientos	X		X		X		
3	La empresa revisa las normas y reglamentos para estar acorde con ellas porque le otorga mayores beneficios	X		X		X		
4	La empresa se encuentra registrada electrónicamente establece comunicación electrónica con las entidades normativas	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Acceso a la seguridad social							
5	La empresa brinda a todos sus miembros la seguridad social	X		X		X		
6	La empresa aplica la formalización laboral	X		X		X		
7	La empresa registra a sus colaboradores en la seguridad social en salud	X		X		X		
8	La empresa explica a sus colaboradores sobre los riesgos laborales	X		X		X		
9	La empresa otorga a sus colaboradores sus derechos a pensiones	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Cumplimiento del ordenamiento jurídico							
10	La empresa aplica medidas de prevención claramente definidas y capacita a sus colaboradores sobre ellas	X		X		X		
11	La empresa realiza talleres de capacitación para discutir sobre cómo corregir deficiencias y establecer medidas correctivas en la formalización	X		X		X		
12	La empresa se capacita para afrontar las dificultades que se le presentan para formalizarse cada vez más recibiendo asistencia para superar ineficiencias	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): NINGUNA

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. JANAMPA ACUÑA, NERIO..... DNI: 28270171

Especialidad del validador: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

Lima, 22 de junio del 2021

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto Informante.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL SISTEMA DE LA COMPETITIVIDAD

Nº	VARIABLES7DIMENSIONE7INDICADORES	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD							
	DIMENSIÓN 1: Capacitación							
13	La empresa transmite adecuadamente la información relacionada al servicio que se brinda	X		X		X		
14	La empresa promueve las capacitaciones del personal para sus procesos de innovación	X		X		X		
15	La empresa busca siempre el desarrollo de conceptos o productos nuevos							
	DIMENSIÓN 2: Desempeño							
16	La empresa posee capacidad de respuesta ante los cambios comerciales en el entorno del mercado	X		X		X		
17	La empresa se enfoca directamente en la búsqueda de soluciones	X		X		X		
18	La empresa hace posible el desempeño de todo el equipo	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Métodos de Organización							
19	La empresa logra coordinar con todas las áreas garantizando un buen funcionamiento	X		X		X		
20	La empresa adapta la estructura organizativa según los cambios del entorno	X		X		X		
21	La empresa evalúa constantemente el entorno del mercado para dar mejor funcionamiento a sus áreas de trabajo	X		X		X		
	DIMENSIÓN 4: Estrategia							
22	La empresa implementa nuevos equipos o nueva infraestructura para posicionarse en el mercado	X		X		X		
23	La empresa incorpora estrategias de marketing para la innovación (nuevos platos por campaña de estación) con información en gigantografías, afiches, web, etc.	X		X		X		
24	La empresa innova sus productos (platos) o procesos (procedimientos operativos como el delivery) según el mercado lo demanda	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): NINGUNA

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. JANAMPA ACUÑA, NERIO..... DNI: 28270171

Especialidad del validador: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN.....

Lima, 22 de junio del 2021

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto Informante.



PERÚ

Ministerio de Educación

**Superintendencia Nacional de
Educación Superior Universitaria**

**Dirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos**

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
JANAMPA ACUÑA, NERIO DNI 28270171	BACHILLER EN CIENCIAS CONTABLES Fecha de diploma: 14/12/1990 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA <i>PERU</i>
JANAMPA ACUÑA, NERIO DNI 28270171	CONTADOR PÚBLICO Fecha de diploma: 07/04/1995 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA <i>PERU</i>
JANAMPA ACUÑA, NERIO DNI 28270171	MAGISTER EN CONTABILIDAD MENCION EN CONTABILIDAD Fecha de diploma: 09/05/2012 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS <i>PERU</i>
JANAMPA ACUÑA, NERIO DNI 28270171	DOCTOR EN CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES Fecha de diploma: 06/05/2013 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS <i>PERU</i>
JANAMPA ACUÑA, NERIO DNI 28270171	DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 04/12/15 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL <i>PERU</i>
JANAMPA ACUÑA, NERIO DNI 28270171	BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y GESTIÓN DE EMPRESAS Fecha de diploma: 17/02/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 24/06/1989 Fecha egreso: 25/09/2020	UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS SAC <i>PERU</i>
JANAMPA ACUÑA, NERIO DNI 28270171	LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS Fecha de diploma: 21/06/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS SAC <i>PERU</i>

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL SISTEMA DE LA FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL

N°	VARIABLES7DIMENSIONE7INDICADORES	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE INDEPENDIENTE: FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL							
	DIMENSIÓN 1: Concesión de licencias	Si	No	Si	No	Si	No	
1	La empresa se encuentra familiarizada con la formalización pues conoce sus beneficios	X		X		X		
2	La empresa formaliza sus procesos, el empleo y accede a los financiamientos	X		X		X		
3	La empresa revisa las normas y reglamentos para estar acorde con ellas porque le otorga mayores beneficios	X		X		X		
4	La empresa se encuentra registrada electrónicamente establece comunicación electrónica con las entidades normativas	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Acceso a la seguridad social	Si	No	Si	No	Si	No	
5	La empresa brinda a todos sus miembros la seguridad social	X		X		X		
6	La empresa aplica la formalización laboral	X		X		X		
7	La empresa registra a sus colaboradores en la seguridad social en salud	X		X		X		
8	La empresa explica a sus colaboradores sobre los riesgos laborales	X		X		X		
9	La empresa otorga a sus colaboradores sus derechos a pensiones	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Cumplimiento del ordenamiento jurídico	Si	No	Si	No	Si	No	
10	La empresa aplica medidas de prevención claramente definidas y capacita a sus colaboradores sobre ellas	X		X		X		
11	La empresa realiza talleres de capacitación para discutir sobre cómo corregir deficiencias y establecer medidas correctivas en la formalización	X		X		X		
12	La empresa se capacita para afrontar las dificultades que se le presentan para formalizarse cada vez más recibiendo asistencia para superar ineficiencias	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): NINGUNA
Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**
Apellidos y nombres del juez validador. Dr. ILLA SIHUINCHA, GODOFREDO PASTORDNI: 10596867

Especialidad del validador: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

Lima, 22 de junio del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.
CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL SISTEMA DE LA COMPETITIVIDAD

N°	VARIABLES7DIMENSIONE7INDICADORES	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD							
	DIMENSIÓN 1: Capacitación	Si	No	Si	No	Si	No	
13	La empresa transmite adecuadamente la información relacionada al servicio que se brinda	X		X		X		
14	La empresa promueve las capacitaciones del personal para sus procesos de innovación	X		X		X		
15	La empresa busca siempre el desarrollo de conceptos o productos nuevos	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Desempeño	Si	No	Si	No	Si	No	
16	La empresa posee capacidad de respuesta ante los cambios comerciales en el entorno del mercado	X		X		X		
17	La empresa se enfoca directamente en la búsqueda de soluciones	X		X		X		
18	La empresa hace posible el desempeño de todo el equipo	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Métodos de Organización	Si	No	Si	No	Si	No	
19	La empresa logra coordinar con todas las áreas garantizando un buen funcionamiento	X		X		X		
20	La empresa adapta la estructura organizativa según los cambios del entorno	X		X		X		
21	La empresa evalúa constantemente el entorno del mercado para dar mejor funcionamiento a sus áreas de trabajo	X		X		X		
	DIMENSIÓN 4: Estrategia	Si	No	Si	No	Si	No	
22	La empresa implementa nuevos equipos o nueva infraestructura para posicionarse en el mercado	X		X		X		
23	La empresa incorpora estrategias de marketing para la innovación (nuevos platos por campaña de estación) con información en gigantografías, afiches, web, etc.	X		X		X		
24	La empresa innova sus productos (platos) o procesos (procedimientos operativos como el delivery) según el mercado lo demanda	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): NINGUNA
Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**
Apellidos y nombres del juez validador. Dr. ILLA SIHUINCHA, GODOFREDO PASTORDNI: 10596867

Especialidad del validador: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN.....

Lima, 22 de junio del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
ILLA SIHUINCHA, GODOFREDO PASTOR DNI 10596867	BACHILLER EN ADMINISTRACION ESPECIALIDAD: ADMINISTRACION DE EMPRESAS Fecha de diploma: 18/03/2010 Modalidad de estudios: - Fecha matricula: Sin informacion (***) Fecha egreso: Sin informacion (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACION ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE PERU
ILLA SIHUINCHA, GODOFREDO PASTOR DNI 10596867	LICENCIADO EN ADMINISTRACION ADMINISTRACION DE EMPRESAS Fecha de diploma: 15/10/2012 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACION ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE PERU
ILLA SIHUINCHA, GODOFREDO PASTOR DNI 10596867	GRADO ACADEMICO MAGISTER EN CIENCIAS DE LA EDUCACION MENCION: DOCENCIA UNIVERSITARIA Fecha de diploma: 09/07/2014 Modalidad de estudios: - Fecha matricula: Sin informacion (***) Fecha egreso: Sin informacion (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACION ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE PERU
ILLA SIHUINCHA, GODOFREDO PASTOR DNI 10596867	DOCTOR EN CIENCIAS DE LA EDUCACION Fecha de diploma: 14/03/17 Modalidad de estudios: PRESENCIAL. Fecha matricula: 30/03/2012 Fecha egreso: 06/08/2015	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACION ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE PERU
ILLA SIHUINCHA, GODOFREDO PASTOR DNI 10596867	MAESTRO EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS - MBA Fecha de diploma: 13/12/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL. Fecha matricula: 02/04/2018 Fecha egreso: 11/08/2019	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. PERU



PERÚ

Ministerio de Educación

**Superintendencia Nacional de
Educación Superior Universitaria**

**Dirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos**

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
LINO GAMARRA, EDGAR LAUREANO DNI 32650876	BACHILLER EN CIENCIAS DE LA EDUCACION Fecha de diploma: 02/04/2013 Modalidad de estudios: - Fecha matricula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE PERU
LINO GAMARRA, EDGAR LAUREANO DNI 32650876	LICENCIADO EN EDUCACION SECUNDARIA: MATEMATICA E INFORMATICA Fecha de diploma: 03/12/2013 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO PERU
LINO GAMARRA, EDGAR LAUREANO DNI 32650876	BACHILLER EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION Fecha de diploma: 02/02/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matricula: 13/09/2013 Fecha egreso: 13/08/2015	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE PERU
LINO GAMARRA, EDGAR LAUREANO DNI 32650876	LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS ADMINISTRACION DE EMPRESAS Fecha de diploma: 23/06/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE PERU
LINO GAMARRA, EDGAR LAUREANO DNI 32650876	MAGISTER EN ADMINISTRACION DE LA EDUCACION Fecha de diploma: 25/10/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matricula: 21/05/2009 Fecha egreso: 31/12/2010	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO PERU
LINO GAMARRA, EDGAR LAUREANO DNI 32650876	DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 16/08/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matricula: 04/01/2018 Fecha egreso: 17/01/2021	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. PERU

Anexo 3. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEM S	ESCALA DE MEDICIÓN				
Variable 1: Formalización Empresarial	formalización empresarial refiere a un proceso que realizan las organizaciones con la finalidad de ser incorporadas a la economía formal de una nación. (Organización Internacional del Trabajo, 2018, p. 1).	La formalización empresarial como proceso está conformado por la concesión de licencias, acceso a la seguridad social y el cumplimiento del ordenamiento jurídico.	Concesión de licencias	Familiaridad con la formalización	1	Ordinal Escala de Likert				
				Prácticas de formalización	2					
				Revisión de normas y reglamentos	3					
				Registro electrónico	4					
			Acceso a la seguridad social	Cobertura seguridad social	5, 6					
				Salud	7, 8					
				Pensiones	9					
			Cumplimiento del ordenamiento jurídico	Medidas de prevención	10					
				Medidas correctivas	11					
				Asistencia para superar ineficiencias	12					
			Variable 2: Competitividad	La competitividad es la capacidad de una organización hacia la creación e implementación de estrategias que la hacen competitiva, de tal forma que puede mantener o aumentar la cuota de mercado que posee de forma sostenible. (Medeiros et al., 2019).	La competitividad se encuentra compuesta por capacitación, desempeño, métodos de organización y estrategia.		Capacitación	Transmisión de información	13	Ordinal Escala de Likert
								Desarrollo de capacidades	14	
Desarrollo de conceptos	15									
Desempeño	Capacidad de respuesta ante cambios comerciales	16								
	Enfoque directo en la búsqueda de soluciones	17								
	Posibilita el desempeño del equipo	18								
Métodos de organización	Coordinación	19, 20								
	Adaptación de la estructura organizativa	21								
Estrategia	Implemento de nuevos equipos	22, 23								
	Innovación	24								

Anexo 4. Matriz de Consistencia

Problema de investigación	Objetivos	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala De Medición	
¿Cuál es la relación entre la formalización empresarial y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco?	General Determinar la relación entre la formalización empresarial y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco Específicos: <ul style="list-style-type: none"> Establecer la relación entre la concesión de licencias y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco Identificar la relación entre el acceso a la seguridad social y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco Señalar la relación entre el cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente y la competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco 	Variable 1: Formalización Empresarial	formalización empresarial refiere a un proceso que realizan las organizaciones con la finalidad de ser incorporadas a la economía formal de una nación. (Organización Internacional del Trabajo, 2018, p. 1).	La formalización empresarial como proceso está conformado por la concesión de licencias, acceso a la seguridad social y el cumplimiento del ordenamiento jurídico.	Concesión de licencias	Familiaridad con la formalización	1	Ordinal Tipo Likert Nunca (1) Pocas veces (2) Algunas veces (3) Muchas veces (4) Siempre (5)	
						Prácticas de formalización	2		
						Revisión de normas y reglamentos	3		
						Registro electrónico	4		
						Acceso a la seguridad social	Cobertura seguridad social		5, 6
							Salud		7, 8
							Pensiones		9
						Cumplimiento del ordenamiento jurídico	Medidas de prevención		10
							Medidas correctivas		11
							Asistencia para superar ineficiencias		12
	Variable 2: Competitividad	La competitividad es la capacidad de una organización hacia la creación e implementación de estrategias que la hacen competitiva, de tal forma que puede mantener o aumentar la cuota de mercado que posee de forma sostenible. (Medeiros et al., 2019).	La competitividad se encuentra compuesta por capacitación, desempeño, métodos de organización y estrategia.	Capacitación	Transmisión de información	13	Ordinal Tipo Likert Nunca (1) Pocas veces (2) Algunas veces (3) Muchas veces (4) Siempre (5)		
					Desarrollo de capacidades	14			
					Desarrollo de conceptos	15			
					Desempeño	Capacidad de respuesta ante cambios comerciales		16	
						Enfoque directo en la búsqueda de soluciones		17	
						Posibilita el desempeño del equipo		18	
					Métodos de organización	Coordinación		19, 20	
						Adaptación de la estructura organizativa		21	
					Estrategia	Implemento de nuevos equipos		22, 23	
						Innovación		24	

Anexo 5. Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO DE FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD

FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL

Este cuestionario contiene preguntas que permitirán realizar una investigación sobre la formalización empresarial y competitividad, sus respuestas serán de mucha ayuda, por ello, se le pide contestar con total honestidad. Cabe mencionar que la información sea utilizada con fines educativos.

Acepto de manera voluntaria participar completando este cuestionario. Del mismo modo autorizo la difusión anónima de los resultados, para fines requeridos en la investigación: Formalización empresarial y competitividad en fast food's de un centro comercial, Santiago de Surco.

Si, acepto ()

Nunca	Pocas veces	Algunas veces	Muchas veces	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	DIMENSIONES/ÍTEMS	ESCALA DE VALORACIÓN				
		Nunca	Pocas veces	Algunas veces	Muchas veces	Siempre
		1	2	3	4	5
	Concesión de licencias					
1	La empresa se encuentra familiarizada con la formalización pues conoce sus beneficios					
2	La empresa formaliza sus procesos, el empleo y accede a los financiamientos					
3	La empresa revisa las normas y reglamentos para estar acorde con ellas porque le otorga mayores beneficios					
4	La empresa se encuentra registrada electrónicamente establece comunicación electrónica con las entidades normativas					
	Acceso a la seguridad social					
5	La empresa brinda a todos sus miembros la seguridad social					
6	La empresa aplica la formalización laboral					
7	La empresa registra a sus colaboradores en la seguridad social en salud					
8	La empresa explica a sus colaboradores sobre los riesgos laborales					
9	La empresa otorga a sus colaboradores sus derechos a pensiones					
	Cumplimiento del ordenamiento jurídico					
10	La empresa aplica medidas de prevención claramente definidas y capacita a sus colaboradores sobre ellas					

11	La empresa realiza talleres de capacitación para discutir sobre cómo corregir deficiencias y establecer medidas correctivas en la formalización					
12	La empresa se capacita para afrontar las dificultades que se le presentan para formalizarse cada vez más recibiendo asistencia para superar ineficiencias					

COMPETITIVIDAD

Nº	DIMENSIONES/ÍTEMS	ESCALA DE VALORACIÓN				
		Nunca	Pocas veces	Algunas veces	Muchas veces	Siempre
		1	2	3	4	5
	Capacitación					
13	La empresa transmite adecuadamente la información relacionada al servicio que se brinda					
14	La empresa promueve las capacitaciones del personal para sus procesos de innovación					
15	La empresa busca siempre el desarrollo de conceptos o productos nuevos					
	Desempeño					
16	La empresa posee capacidad de respuesta ante los cambios comerciales en el entorno del mercado					
17	La empresa se enfoca directamente en la búsqueda de soluciones					
18	La empresa hace posible el desempeño de todo el equipo					
	Métodos de organización					
19	La empresa logra coordinar con todas las áreas garantizando un buen funcionamiento					
20	La empresa adapta la estructura organizativa según los cambios del entorno					
21	La empresa evalúa constantemente el entorno del mercado para dar mejor funcionamiento a sus áreas de trabajo					
	Estrategia					
22	La empresa implementa nuevos equipos o nueva infraestructura para posicionarse en el mercado					
23	La empresa incorpora estrategias de marketing para la innovación (nuevos platos por campaña de estación) con información en gigantografías, afiches, web, etc.					
24	La empresa innova sus productos (platos) o procesos (procedimientos operativos como el delivery) según el mercado lo demanda					

Anexo 6. Confiabilidad

Confiabilidad de prueba piloto

Con la finalidad de establecer la fiabilidad de los instrumentos se procedió a la aplicación de Alfa de Cronbach sobre la base de datos de la prueba piloto para el estudio.

IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

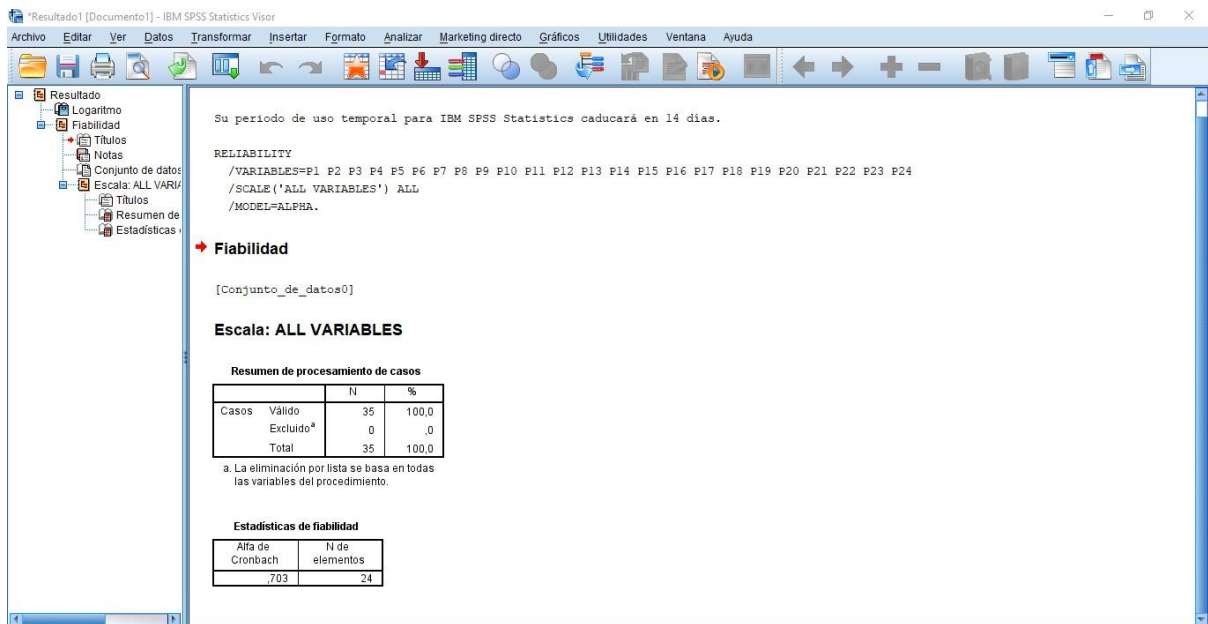
Visible: 24 de 24 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	var	var
1	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5		
2	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	5	4	3	3	3	3	4	5	4	4	3	4		
3	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	3	5	2	3	2	4	5	4	4	4	5		
4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4		
5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5		
6	4	3	4	2	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3	2	3	4	4	5	5	4	4		
7	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5		
8	5	3	5	3	5	5	4	5	4	4	3	4	5	3	5	3	3	3	3	4	3	3	4	4		
9	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5		
10	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4		
11	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	2	5	3	2	3	5	4	5	5	5	4		
12	5	4	5	3	5	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	5	4	4	5	5	5		
13	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5		
14	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4		
15	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5		
16	4	4	4	2	3	5	4	5	4	4	3	3	4	3	2	3	3	2	5	4	3	5	4	4		
17	5	3	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	2	2	3	4	3	4	4	4	4		
18	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5		
19	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	3	5	5	4	3	3	4	3	4	3	3	5	4	4		
20	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	3	3	5	4	3	3	4	5		
21	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5		
22	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4		
23	4	5	4	2	5	5	4	4	4	4	3	5	5	2	2	4	3	4	5	4	3	5	4	5		
24	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5		
25	5	4	5	1	3	5	5	5	4	5	3	4	5	2	3	4	2	3	4	4	4	4	5	5		
26	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5		
27	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	2	5	3	2	3	5	4	5	5	5	4		
28	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4		
29	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4		
30	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5		
31	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5		
32	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4		
33	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5		
34	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4		
35	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5		
36																										
37																										
38																										
39																										
40																										
41																										
42																										
43																										
44																										
45																										
46																										

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
1	JE	it1	it2	it3	it4	it5	it6	it7	it8	it9	it10	it11	it12	it13	it14	it15	it16	it17	it18	it19	it20	it21	it22	it23	it24	TOTAL
2	1	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	98
3	2	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	5	4	3	3	3	3	4	5	4	4	3	4	99
4	3	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	3	5	2	3	2	4	5	4	4	4	5	99
5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4	90
6	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	109
7	6	4	3	4	2	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3	2	3	4	4	5	5	4	4	92
8	7	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	101
9	8	5	3	5	3	5	5	4	5	4	4	3	4	5	3	5	3	3	3	3	4	3	3	4	4	93
10	9	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	101
11	10	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4	90
12	11	4	3	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	2	5	3	2	3	5	4	5	5	5	4	4	97
13	12	5	4	5	3	5	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	5	4	4	5	5	5	97
14	13	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	101
15	14	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4	90
16	15	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	101
17	16	4	4	4	2	3	5	4	5	4	4	3	3	4	3	2	3	3	2	5	4	3	5	4	4	87
18	17	5	3	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	2	2	3	4	3	4	4	4	4	90
19	18	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	101
20	19	4	3	4	3	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	4	3	3	4	3	3	3	5	4	4	93
21	20	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	3	3	5	4	3	3	4	5	94
22	21	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	101
23	22	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4	90
24	23	4	5	4	2	5	5	4	4	4	4	3	5	5	2	2	4	3	4	5	4	3	5	4	5	95
25	24	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	101
26	25	5	4	5	1	3	5	5	4	5	3	4	5	5	2	3	4	2	3	4	4	4	5	5	5	95
27	26	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	101
28	27	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	2	5	3	2	3	5	4	5	5	5	4	97
29	28	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4	90
30	29	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4	90
31	30	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	101
32	31	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	101
33	32	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4	90
34	33	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	101
35	34	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5	2	4	2	2	2	4	4	3	5	4	4	90
36	35	4	5	5	2	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	101

*Sin título1 [Conjunto_de_datos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
P1	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P2	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P3	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P4	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P5	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P6	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P7	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P8	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P9	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P10	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P11	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P12	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P13	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P14	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P15	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P16	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P17	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P18	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P19	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P20	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P21	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P22	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P23	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada
P24	Numérico	4	0		{1, NUNCA}...	Ninguna	4	Derecha	Ordinal	Entrada



Confiabilidad de los instrumentos aplicada a la muestra de investigación

Realizada la investigación, se aplicó el estadístico Alfa de Cronbach sobre el conjunto de datos recolectados a la muestra de la investigación conformada por 15 empresas de fast food.

De la confiabilidad de Formalización Empresarial:

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	15	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,928	12

De la confiabilidad de competitividad

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	15	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,906	12

Anexo 7. Tablas estadísticas

Pregunta 1.- ¿La empresa se encuentra familiarizada con la formalización pues conoce sus beneficios?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Pocas veces	3	20,0	20,0	20,0
	Algunas veces	6	40,0	40,0	60,0
	Muchas veces	1	6,7	6,7	66,7
	Siempre	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 2.- ¿La empresa formaliza sus procesos, el empleo y accede a los financiamientos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Pocas veces	2	13,3	13,3	13,3
	Algunas veces	6	40,0	40,0	53,3
	Muchas veces	1	6,7	6,7	60,0
	Siempre	6	40,0	40,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 3.- ¿La empresa revisa las normas y reglamentos para estar acorde con ellas porque le otorga mayores beneficios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pocas veces	3	20,0	20,0	20,0
Algunas veces	3	20,0	20,0	40,0
Válidos Muchas veces	2	13,3	13,3	53,3
Siempre	7	46,7	46,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 4.- ¿La empresa se encuentra registrada electrónicamente establece comunicación electrónica con las entidades normativas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pocas veces	1	6,7	6,7	6,7
Algunas veces	5	33,3	33,3	40,0
Válidos Siempre	9	60,0	60,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 5.- ¿La empresa brinda a todos sus miembros la seguridad social?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pocas veces	2	13,3	13,3	13,3
Algunas veces	6	40,0	40,0	53,3
Válidos Muchas veces	2	13,3	13,3	66,7
Siempre	5	33,3	33,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 6.- ¿La empresa aplica la formalización laboral?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Pocas veces	2	13,3	13,3	13,3
Algunas veces	5	33,3	33,3	46,7
Siempre	8	53,3	53,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 7.- ¿La empresa registra a sus colaboradores en la seguridad social en salud?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Pocas veces	2	13,3	13,3	13,3
Algunas veces	4	26,7	26,7	40,0
Muchas veces	2	13,3	13,3	53,3
Siempre	7	46,7	46,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 8.- ¿La empresa explica a sus colaboradores sobre los riesgos laborales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Algunas veces	4	26,7	26,7	26,7
Muchas veces	5	33,3	33,3	60,0
Siempre	6	40,0	40,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 9.- ¿La empresa otorga a sus colaboradores sus derechos a pensiones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Pocas veces	2	13,3	13,3
	Algunas veces	5	33,3	46,7
Válidos	Muchas veces	3	20,0	66,7
	Siempre	5	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 10.- ¿La empresa aplica medidas de prevención claramente definidas y capacita a sus colaboradores sobre ellas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Algunas veces	7	46,7	46,7
Válidos	Muchas veces	4	26,7	73,3
	Siempre	4	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 11.- ¿Se realizan talleres de capacitación para discutir sobre cómo corregir deficiencias y establecer medidas correctivas en la formalización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Pocas veces	1	6,7	6,7
	Algunas veces	9	60,0	66,7
Válidos	Muchas veces	1	6,7	73,3
	Siempre	4	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 12.- ¿La empresa se capacita para afrontar las dificultades que se le presentan para formalizarse cada vez más recibiendo asistencia para superar ineficiencias?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pocas veces	3	20,0	20,0	20,0
Algunas veces	2	13,3	13,3	33,3
Válidos Muchas veces	5	33,3	33,3	66,7
Siempre	5	33,3	33,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 13.- ¿La empresa transmite adecuadamente la información relacionada al servicio que se brinda?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	2	13,3	13,3	13,3
Válidos Muchas veces	6	40,0	40,0	53,3
Siempre	7	46,7	46,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 14.- ¿La empresa promueve las capacitaciones del personal para sus procesos de innovación?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pocas veces	1	6,7	6,7	6,7
Algunas veces	2	13,3	13,3	20,0
Válidos Muchas veces	4	26,7	26,7	46,7
Siempre	8	53,3	53,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 15.- ¿La empresa busca siempre el desarrollo de conceptos o productos nuevos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pocas veces	1	6,7	6,7	6,7
Algunas veces	2	13,3	13,3	20,0
Válidos Muchas veces	6	40,0	40,0	60,0
Siempre	6	40,0	40,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 16.- ¿La empresa posee capacidad de respuesta ante los cambios comerciales en el entorno del mercado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pocas veces	3	20,0	20,0	20,0
Muchas veces	8	53,3	53,3	73,3
Válidos Siempre	4	26,7	26,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 17.- ¿La empresa se enfoca directamente en la búsqueda de soluciones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	6,7	6,7	6,7
Algunas veces	2	13,3	13,3	20,0
Válidos Muchas veces	6	40,0	40,0	60,0
Siempre	6	40,0	40,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 18.- ¿La empresa hace posible el desempeño de todo el equipo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Nunca	1	6,7	6,7
	Algunas veces	1	6,7	13,3
Válidos	Muchas veces	7	46,7	60,0
	Siempre	6	40,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 19.- ¿La empresa logra coordinar con todas las áreas garantizando un buen funcionamiento?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Algunas veces	3	20,0	20,0
Válidos	Muchas veces	6	40,0	60,0
	Siempre	6	40,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 20.- ¿La empresa adapta la estructura organizativa según los cambios del entorno?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Algunas veces	1	6,7	6,7
Válidos	Muchas veces	9	60,0	66,7
	Siempre	5	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 21.- ¿La empresa evalúa constantemente el entorno del mercado para dar mejor funcionamiento a sus áreas de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Pocas veces	1	6,7	6,7
Válidos	Algunas veces	3	20,0	26,7
	_Muchas veces	6	40,0	66,7

Siempre	5	33,3	33,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 22.- ¿La empresa implementa nuevos equipos o nueva infraestructura para posicionarse en el mercado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	6,7	6,7	6,7
Algunas veces	2	13,3	13,3	20,0
Válidos Muchas veces	6	40,0	40,0	60,0
Siempre	6	40,0	40,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 23.- ¿La empresa incorpora estrategias de marketing para la innovación (nuevos platos por campaña de estación) con información en gigantografías, afiches, web, etc.?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	5	33,3	33,3	33,3
Muchas veces	4	26,7	26,7	60,0
Válidos Siempre	6	40,0	40,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición

Pregunta 24.- ¿La empresa innova sus productos (platos) o procesos (procedimientos operativos como el delivery) según el mercado lo demanda?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	5	33,3	33,3	33,3
Muchas veces	3	20,0	20,0	53,3
Válidos Siempre	7	46,7	46,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: base de datos del instrumento de medición