SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Relación entre la formalización y la calidad de servicio de los módulos de comida callejera en San Juan de Miraflores – 2026”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Dirección Hotelera

PRESENTADO POR:

Hidalgo Curichimba, Ofelia Elizabeth - Dirección Hotelera

ASESOR

Velasquez Tapullima, Pedro Alfonso

LIMA, PERÚ

2026

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Velasquez Tapullima, Pedro Alfonso

MIEMBROS DEL JURADO

Quijano Aranibar, Ivan Ernesto

Ortiz Clarke, Dafne Ivette

Chumpitaz Miranda, Janet

INFORME TURNITIN

RELACIÓN ENTRE LA FORMALIZACIÓN Y LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS MÓDULOS DE COMIDA CALLEJERA EN SA...

Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::30163:615188580

Fecha de entrega
18 ago 2026, 8:23 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
18 ago 2026, 8:32 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
RELACIÓN ENTRE LA FORMALIZACIÓN Y LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS MÓDULOS DE COMID....docx

Tamaño del archivo
5.1 MB

120 páginas

22.070 palabras

128.421 caracteres

19% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Fuentes principales

16% Fuentes de Internet
7% Publicaciones
16% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.° de alerta de integridad para revisión

Texto oculto
601 caracteres sospechosos en N.° de páginas
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

El trabajo de estudio está dedicado a Dios, por ser guía constante en mi vida y por brindarme

la fortaleza necesaria para alcanzar cada uno de mis objetivos.

A la familia, por su respaldo perpetuo, paciencia y orientación permanente por toda nuestra preparación académica, constituyéndose en la base fundamental para la conclusión de esta etapa.

AGRADECIMIENTO

Una enorme gratitud a Dios por otorgarme la fuerza, la salud y la sabiduría en la producción del presente trabajo de estudio.

A familiares, por el incondicional apoyo, paciencia y confianza, los cuales han sido fundamentales en este proceso académico.

Asimismo, a la labor del asesor y a los docentes de la institución, por brindar los fundamentos impartidos y guía durante la elaboración de la investigación.

ÍNDICE TEMÁTICO

RESUMEN....11

ABSTRACT....12

CAPÍTULO I: CONTEXTO GENERAL....13

1.1. Título de Proyecto....13

1.2. Área clave de expansión prioritaria....13

1.3. Sector productivo en el cual se ejecutaría el estudio....13

1.4. Delimitación o magnitud de la medida....14

CAPÍTULO II. ESPECIFICACION DEL ESTUDIO ADMINISTRADO....15

2.1. Justificación:....15

2.1.1. Descripción del contexto....16

2.1.2. Identificación de la problemática....17

2.1.3. Alcance del estudio....18

2.1.4. Formulación de la problemática....19

2.1.5. Objetivos del estudio....20

2.1.6. Justificación del estudio....21

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL....22

3.1. Antecedentes del estudio....22

3.1.1. Antecedentes nacionales....22

3.1.2. Antecedentes internacionales....25

3.2. Marco teórico....27

3.2.1. Formalización de negocios....27

3.2.2. Calidad de Servicio....38

3.3. Definición de términos elemental....50

CAPÍTULO IV: HIPOTESIS DEL ESTUDIO....52

4.1. Formulación de la hipótesis....52

4.1.1. Hipótesis general....52

4.1.2. Hipótesis específicas....52

4.2. Tabla de Operacionalización....53

CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DEL ESTUDIO....54

5.1. Estrategia de investigación....54

5.2. Población....54

5.3. Muestra....54

5.4. Técnica y herramientas de recopilación de datos....54

5.5. Técnica para depuración y codificación de datos....55

5.5.1. Análisis descriptivo....55

5.5.2. Contrastación de hipótesis....56

5.6. Escala de Investigación....56

5.7. Análisis de la fuente Descriptivo....57

5.7.1. Análisis de Confiabilidad de la herramienta....57

5.7.2. Análisis Descriptivo: Variables y Dimensiones....58

5.8. PRUEBA DE NORMALIDAD....69

5.9. ANALISIS EN LA HIPOTESIS GENERAL....72

5.10. ANALASIS DE LAS HIPOTESIS ESPECIFICAS....74

CAPÍTULO VI: PLAN DE INNOVACION OPERATIVA....80

6.1. Título....80

6.2. Descripción 80

6.3. Mercado objetivo 81

6.4. Estrategias en la penetración del mercado 81

6.5. Alianzas estratégicas 82

6.6. Alcance esperado 83

6.7. Componentes de la propuesta 84

6.8. Matriz de Indicadores de Evaluación de la Propuesta 89

6.9. Beneficios esperados (Impacto Multiactor) 90

6.10. Conclusión de la propuesta 91

CAPÍTULO VII: RESULTADOS Y RECOMENDACIONES 92

7.1. RESULTADOS 92

7.1.1. Resultado General 92

7.1.2. Resultados Específicas 92

7.2.2. Recomendaciones Específicas 96

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 98

ANEXOS 102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables

Tabla 2: Frecuencias de EDAD

Tabla 3: Frecuencias de SEXO

Tabla 4: Estadísticas de Fiabilidad de Escala (formalización de negocios)

Tabla 5: Estadísticas de Fiabilidad de Escala (calidad en el servicio)

Tabla 6: Formalización de negocios

Tabla 7: Dimensión: Legal-administrativo

Tabla 8: Dimensión: Sanitaria

Tabla 9: Dimensión: Económica - financiera

Tabla 10: Dimensión: Ocupacional

Tabla 11: Calidad de servicio

Tabla 12: Dimensión: Elementos tangibles

Tabla 13: Dimensión: Fiabilidad

Tabla 14: Dimensión: Capacidad de Respuesta

Tabla 15: Dimensión: Seguridad

Tabla 16: Dimensión: Empatía

Tabla 17: Prueba de normalidad: variables

Tabla 18: Prueba de normalidad: formalización de negocios

Tabla 19: Prueba de normalidad: calidad de servicio

Tabla 20: Correlación

Tabla 21: Correlación: Elementos Tangibles

Tabla 22: Correlación: Fiabilidad

Tabla 23: Correlación: Capacidad de respuesta

Tabla 24: Correlación: Empatía

Tabla 25: Recursos para la implementación

Tabla 26: Matriz de indicadores de evaluación de la propuesta

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Formalización de Negocios

Figura 2: Dimensión: Legal - administrativo

Figura 3: Dimensión: Sanitaria

Figura 4: Dimensión: Económica - financiera

Figura 5: Dimensión: Ocupacional

Figura 6: Calidad de servicio

Figura 7: Dimensión: Elementos tangibles

Figura 8: Dimensión: Fiabilidad

Figura 9: Dimensión: Capacidad de Respuesta

Figura 10: Dimensión: Seguridad

Figura 11: Dimensión: Empatía

Figura 12: Trama de dispersión

Figura 13: Trama de dispersión: Elementos Tangibles

Figura 14: Trama de dispersión: Fiabilidad

Figura 15: Trama de dispersión: Capacidad de respuesta

Figura 16: Trama de dispersión: Empatía

RESUMEN

El actual estudio dispuso como intención global plantear la correlación entre la formalización de negocios y la calidad en el servicio para los módulos de comida callejera en la municipalidad de San Juan de Miraflores, 2026. Metódicamente, el análisis se realizó bajo un planteamiento cuantitativo, tipo básico, con un alcance descriptivo-correlacional y diseño metodológico no experimental transeccional. Se tomo una selección no aleatoria por conveniencia, integrada por los titulares de los módulos en relación con la variable de formalización y comensales en relación con la variable de calidad en el servicio. El levantamiento de información se utilizará el método de encuesta empleando como instrumentos dos cuestionarios estructurados bajo la escala de Likert, Donde se evaluaron las dimensiones legal-administrativa, sanitaria, económica-financiera y ocupacional para la primera variable. Para la segunda variable se tuvo en cuenta a empatía, seguridad, los elementos tangibles, fiabilidad y capacidad de respuesta. Tras el procesamiento de datos y la normalidad, se aplicó el procesamiento estadístico inferencial a través del coeficiente de correlación de Spearman. Las conclusiones demostraron una existencia de una correlación lineal directa y de gran significancia entre las variables estudiadas, con una fuerza de asociación positiva muy alta y un nivel de significancia estadística por debajo del umbral crítico ($p < 0.05$), aportando sustento suficiente para negar la hipótesis nula. Se determina que un incremento sostenido y ordenado en los procesos de formalización municipal repercute y se traduce de manera directa y proporcional en una optimización sustancial de los lineamientos de la calidad en el servicio percibida por el consumidor en el sector analizado.

Palabras clave: Formalización de negocios, Calidad de servicio, Módulos de comida callejera, Spearman, San Juan de Miraflores.

ABSTRACT

The main objective of this study was to determine the correlation between business formalization and service quality in street food modules located in the Municipality of San Juan de Miraflores, 2026. Methodologically, the study was conducted under a quantitative approach, with a basic research type, a descriptive-correlational scope, and a non-experimental cross-sectional design. A non-probability convenience sample was selected, consisting of module owners for the business formalization variable and customers for the service quality variable.

Data collection was carried out through the survey method, using two structured questionnaires based on a Likert scale. For the first variable, the legal-administrative, sanitary, economic-financial, and occupational dimensions were assessed. For the second variable, empathy, assurance, tangible elements, reliability, and responsiveness were considered.

After data processing and the assessment of normality, inferential statistical analysis was performed using Spearman's correlation coefficient. The findings demonstrated the existence of a direct and statistically significant correlation between the variables under study, with a very high positive strength of association and a statistical significance level below the critical threshold ($p < 0.05$), providing sufficient evidence to reject the null hypothesis.

It was concluded that a sustained and systematic improvement in municipal formalization processes has a direct and proportional effect on a substantial improvement in the service quality standards perceived by consumers within the sector analyzed.

Keywords: Business formalization, Service quality, Street food modules, Spearman, San Juan de Miraflores.

CAPÍTULO I: CONTEXTO GENERAL

1.1. Título de Proyecto

RELACIÓN ENTRE LA FORMALIZACIÓN Y LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS MÓDULOS DE COMIDA CALLEJERA EN SAN JUAN DE MIRAFLORES -2026.

1.2. Área clave de expansión prioritaria

El estudio se lleva a cabo en el ámbito del desarrollo económico y la competitividad, concretamente en el desarrollo de los procesos de formalización empresarial y la influencia en términos de calidad en el servicio.

Se enfoca en analizar cómo la formalización contribuye a la estandarización de procesos, cumplimiento normativo y una eficaz atención al cliente en módulos de venta ambulatorios (Rojas et al., n.d.). El siguiente estudio se enmarca en el área estratégica de Gestión de Procesos y Operaciones, entendida como resultado de procesos operativos estandarizados y mejora continua, dado que analiza la relación entre la formalización de los módulos de comida callejera y la calidad en el servicio.

1.3. Sector productivo en el cual se ejecutaría el estudio

El estudio tendrá como eje central la observación en la formalización empresarial y el manejo en la calidad en el servicio en comercios ambulatorios. La investigación aportará herramientas destinadas a optimizar la calidad en el servicio al usuario. Por medio de la adopción de prácticas formales, cumplimiento de normas y evaluaciones periódicas en la satisfacción del cliente.

En Perú, la informalidad laboral oscila entre el 70% y 77% de la población ocupada (Morán Flores et al., 2024), lo que refleja una alta presencia de actividades económicas no reguladas.

En el sector comercio, especialmente en la venta ambulatoria, la mayoría de los negocios operan sin licencias, sin cumplimiento de normas sanitarias ni control en la calidad, lo cual menoscaba de primera mano la apreciación del cliente (Morán Flores et al., 2024).

1.4. Delimitación o magnitud de la medida

- Población: Módulos para venta ambulatorios y sus clientes
- Lugar: San Juan de Miraflores, Lima, Perú
- Año: 2026

El desenlace se promover en puestos ambulantes en el municipio de San Juan de Miraflores situado en Lima Metropolitana, específicamente en sitios de alta tránsito peatonal que cuenten con una fuerte afluencia de comensales y disposición para implementar mejora continua para mejorar su competitividad frente a otros emprendedores en el transcurso del año 2026.

CAPÍTULO II. ESPECIFICACION DEL ESTUDIO ADMINISTRADO

2.1. Justificación:

En el ámbito internacional, la formalización de emprendimientos ha sido reconocida como un componente clave para optimizar la calidad en la atención, particularmente en el sector de alimentos, donde el cumplimiento de normas de higiene y de atención al cliente resulta esencial para proteger la seguridad y satisfacción en los consumidores. En distintos estudios se ha observado en los negocios formalizados exhiben mejores condiciones de organización, higiene y confianza, lo cual aporta a incrementar los estándares de calidad en el servicio (Costa Mas & Canales Martínez, s.f.).

En el territorio nacional, la problemática de la informalidad en el comercio, concretamente en la actividad económica de venta ambulatoria de alimentos en espacios públicos, insiste como un desafío significativo. En el Perú, en gran parte los módulos de comida callejera opera sin cumplir completamente con las normativas legales y sanitarias, lo que afecta la apreciación de la calidad en los productos ofrecido y en la apreciación de los consumidores (Rojas et al., n.d.). De igual modo, la falta o la inexistente presencia de las autoridades y la burocratización de los procesos de formalización dificultan la mejora de las condiciones para desarrollar esta actividad.

En el entorno especifico, particularmente en el municipio de San Juan de Miraflores, se observa una cantidad de módulos de comida callejera que, en algunos casos, resulta como la única actividad económica de ingresos para la población; sin embargo, una gran parte de los ambulantes están en circunstancias de informalidad, lo que puede afectar aspectos como la higiene, el servicio al cliente y la organización de la operación. En ese sentido, resulta necesario analizar el tipo de relación entre la calidad en el servicio y el nivel de formalización de negocio, con la finalidad de producir datos con un nivel relevante para contribuir en la mejora de este sector y al bienestar de la comunidad.

El presente estudio se justifica por su alcance social, académica y económica, al abordar la vinculación entre la formalización y la calidad en los servicios de módulos con venta de comida callejera en el municipio de San Juan de Miraflores, un sector que constituye una importante fuente de empleo y sustento para numerosas familias, pero que en muchos casos opera bajo condiciones de informalidad.

De la perspectiva social, el estudio resulta pertinente debido a que la informalidad en los servicios de alimentación puede derivar en riesgos a la salud en los comensales, así como deficiencias en el servicio al público (Rojas et al., n.d.). Analizar cómo la formalización determina en la calidad en el servicio posibilitará reconocer oportunidades en la mejora para contribuir a ratificar condiciones más seguras, higiénicas y satisfactorias para la población (BROMLEY, 1998).

2.1.1. Descripción del contexto

En Perú, el trabajo informal está representada en un mayor porcentaje dentro de la economía nacional, siendo una alternativa de generación de ingresos para amplios sectores de la población que no acceden fácilmente al empleo formal (Morán Flores et al., 2024). Dentro de este escenario, la venta de comida callejera se ha consolidado como una de las actividades más dinámicas, debido a su bajo costo de entrada, alta demanda y facilidad de operación.

En el municipio de San Juan de Miraflores, esta ocupación por parte de los ambulantes se percibe mayormente en espacios públicos como las avenidas principales, mercados, paraderos y zonas de alta concentración de personas. Los módulos de comida callejera ofrecen una gran variedad de productos, desde productos preparados hasta venta de enseres básicos, atendiendo principalmente a trabajadores, estudiantes y población en general que busca opciones económicas y rápidas (Izquierdo Espinoza, 2021).

Sin embargo, la mayor parte de estos puestos operan en condiciones de informalidad, tanto por la ausencia de licencias de funcionamiento, incumplimiento de normativas sanitarias, falta de capacitación en seguridad alimentaria y limitaciones en infraestructura adecuada. Estas condiciones pueden generar amenazas para la salud pública y afectar la apreciación en cuanto a calidad en el servicio por parte de los compradores (Rojas Jaimes et al., 2020).

Sin embargo, también se examina que algunos comerciantes han iniciado los trámites de formalización parcial o total, acogiendo prácticas en seguridad alimentaria, atención al cliente y mejoras administrativas de sus negocios. Esta convivencia de distintos niveles de formalización dentro del mismo escenario genera un ámbito propicio para observar la influencia de las medidas tomadas en la calidad en el servicio ofrecido.

Conforme con los expuesto, el estudio se desarrollará en el entorno de los módulos de comida callejera en la jurisdicción de San Juan de Miraflores, validando las condiciones económicas, sociales y legales que determinan su funcionamiento.

2.1.2. Identificación de la problemática

En el distrito, la operatividad de los módulos de comida callejera muestra una alta participación en la economía informal como medio de subsistencia. No obstante, muchos de estos negocios funcionan sin cumplir con la normativa sanitaria, ni legales, constatando deficiencias en la seguridad alimentaria, infraestructura y atención al público (Rojas Jaimes et al., 2020).

Esta coyuntura lleva un alto riesgo a la salud de los consumidores y afecta en la calidad del producto brindado. Por lo cual, la informalidad limita el acceso a capacitación y supervisión, generando un servicio heterogéneo y, en muchos casos, deficiente.

Si bien algunos módulos han iniciado procesos de formalización, no existe evidencia clara sobre cómo los niveles de formalización influyen en las distintas aristas de calidad del

servicio, por lo cual demuestra una carencia en el conocimiento que permite justificar el presente estudio.

2.1.3. Alcance del estudio

El siguiente estudio se llevará a cabo en la municipalidad de San Juan de Miraflores, localizado al sur de Lima Metropolitana, específicamente en los módulos de comida callejera situados en espacios públicos con una mayor afluencia de personas, como paraderos principales, mercados y parques. Asimismo, el trabajo se ejecutará en el transcurso del 2026, considerando la recopilación de información en un lapso dentro de dicho año (Mejía Uquiche, 2014).

En cuanto a la delimitación conceptual, el estudio se centrará en la evaluación de las dos variables mencionadas: el nivel de formalización de negocio y la calidad del servicio. El rango de formalización se entenderá como el grado en que los módulos de comida callejera cumplen con los requisitos legales, municipales y sanitarios establecidos. Por su parte, la calidad en el servicio se analizará con relación de aspectos como la atención al usuario, la higiene, la imagen del producto y la percepción del consumidor.

2.1.4. Formulación de la problemática

2.1.4.1. Problema general

¿Qué relación existe entre el nivel de formalización de negocios y la calidad del servicio en los módulos de comida callejera de la municipalidad de San Juan de Miraflores en el 2026?

2.1.4.2. Problemas específicos

¿Qué relación existe entre el nivel de formalización de negocios y los elementos tangibles del servicio en los módulos de comida callejera de la municipalidad de San Juan de Miraflores en el 2026?

¿Qué relación existe entre el nivel de formalización y la fiabilidad del servicio en los módulos de comida callejera de la municipalidad de San Juan de Miraflores en el 2026?

¿Qué relación existe entre el nivel de formalización y la capacidad de respuesta del servicio en los módulos de comida callejera de la municipalidad de San Juan de Miraflores en el 2026?

¿Qué relación existe entre el nivel de formalización y la empatía del servicio en los módulos de comida callejera de la municipalidad de San Juan de Miraflores en el 2026?

2.1.5. Objetivos del estudio

La siguiente investigación tiene el propósito de observar la posible existencia de la relación entre el nivel de formalización y la calidad en el servicio en los módulos de comida callejera en la municipalidad de San Juan de Miraflores en el transcurso del 2026.

2.1.5.1. Objetivo general

Analizar la relación entre el nivel de formalización y la calidad en el servicio en los módulos de comida callejera en la municipalidad de San Juan de Miraflores en el 2026.

2.1.5.2. Objetivos específicos

- Analizar la relación entre el nivel de formalización y los elementos tangibles del servicio en los módulos de comida callejera en la municipalidad de San Juan de Miraflores en el 2026.

- Analizar la relación entre el nivel de formalización y la fiabilidad del servicio en los módulos de comida callejera en la municipalidad de San Juan de Miraflores en el 2026.

- Analizar la relación entre el nivel de formalización y la capacidad de respuesta del servicio en los módulos de comida callejera en la municipalidad de San Juan de Miraflores en el 2026.

- Analizar la relación entre el nivel de formalización y la empatía del servicio en los módulos de comida callejera en la municipalidad de San Juan de Miraflores en el 2026.

2.1.6. Justificación del estudio

El siguiente estudio se justifica por la iniciativa de analizar la relación entre el nivel de formalización de negocios y la calidad en el servicio en los módulos de comida callejera en la municipalidad de San Juan de Miraflores, observando su impacto en el ámbito académico, práctico y social. En ese sentido, se desarrollan las siguientes justificaciones:

2.1.6.1. Relevancia académica

El presente estudio aporta al desarrollo del conocimiento en torno a la correlación entre el nivel de formalización de negocios y la calidad en el servicio en el sector de comida callejera, un ámbito poco estudiado en entornos locales como la municipalidad de San Juan de Miraflores. Asimismo, permitirá generar evidencia empírica que podrá ser utilizada como posibles referencias en futuras investigaciones referidas a la burocracia con el comercio informal y la calidad en gestión de servicios.

2.1.6.2. Utilidad práctica y de gestión

En el sentido práctico, los efectos del estudio podrán demostrar a los emprendedores reconocer la importancia de la formalización de negocios como un factor positivo para la calidad en el servicio. Igualmente, brindará información útil para que las autoridades locales implementen estrategias de capacitación, supervisión y promoción de buenas prácticas en beneficio del sector.

2.1.4.3. Relevancia social u organizacional

En el ámbito social, el estudio contribuirá a fomentar una mejor conciencia de la importancia en brindar servicios con calidad en condiciones adecuadas de higiene y atención, favoreciendo la salud y satisfacción de los consumidores. Asimismo, permitirá fortalecer la confianza de la población en negocio de este giro alimenticio, generando una perspectiva positiva dentro de la comunidad y organizaciones de módulos de comida callejera.

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes del estudio

Los antecedentes del estudio realizado constituyen un conjunto de estudios previos que permiten entender el estado actual de la información sobre la correlación entre la formalización de negocios y la calidad en el servicio. En este sentido, se tuvo una revisión de distintas investigaciones realizadas a nivel internacional y nacional proporciona un sustento teórico y empírico que orienta el desarrollo del presente estudio, permitiendo identificar enfoques, resultados y vacíos de conocimiento que justifican su realización.

3.1.1. Antecedentes nacionales

Rivera (2018), en su investigación titulada “Planificación estratégica y formalización del comercio ambulatorio en la Municipalidad de San Luis”, el propósito de su trabajo fue identificar la correlación existente en la planificación estratégica y la formalización de los comerciantes ambulatorios en la municipalidad de San Luis.

Respecto a los conceptos teóricas, la investigación se defendió por teorías relacionadas con en la planificación estratégica, gestión pública y regulación comercial de los vendedores ambulatorios, observando el alcance de las estrategias municipales para la regulación de las actividades comerciales informales.

Respecto a la metodología, la tesis postulo con el planteamiento cuantitativo, de índole aplicada, nivel correlacional y con un diseño metodológico no experimental de corte transversal. Los métodos empleados fueron el análisis documental y la encuesta; como herramienta se utilizó el cuestionario. La población permaneció compuesta de vendedores ambulatorios de la municipalidad de San Luis y la muestra fue compuesta por vendedores seleccionados para el estudio.

Los resultados demostraron la existencia de una correlación significativa y asociación positiva entre la planificación estratégica y la regulación formal del comercio ambulatorio. Asimismo, se concluyó que la ausencia de estrategias adecuadas por parte de las autoridades limita los protocolos en la regulación comercial, favoreciendo la precariedad en el comercio informal y dificultando la organización de esta actividad en la jurisdicción de San Luis.

Melgar (2019), en el estudio titulada “Comercio ambulatorio e informalidad en el Perú”, tuvo como propósito de investigación “observar la correlación que existe en el comercio ambulatorio versus la informalidad, identificando sus factores que influyen en su desarrollo”.

Sus bases teóricas estuvieron vinculadas con la economía informal, comercio ambulatorio, gestión del espacio público y formalización empresarial, destacando las variables económicos, sociales y burocráticos que repercuten en la expansión de la informalidad.

Respecto a la metodología, la investigación presentó un planteamiento cuantitativo, de tipo descriptivo, nivel correlacional y diseño metodológico no experimental. Los métodos empleados fueron la encuesta y el análisis, mientras que las herramientas utilizadas fueron fichas de sistematización de datos y los cuestionarios. La población fue compuesta por comerciantes ambulantes y las autoridades relacionadas en gestión del comercio informal.

Entre los resultados se identificó que el comercio ambulatorio se encuentra estrechamente asociadas con factores económicos, sociales y administrativos. Asimismo, se concluyó que la informalidad genera efectos negativos como la ocupación desordenada de espacios públicos, contaminación y congestión vehicular, afectando la organización de la actividad comercial y las condiciones de calidad del servicio brindado a los consumidores.

Ramírez (2021), en su investigación titulado “Formalización del comercio informal y calidad de vida de los comerciantes del mercado de Chiple, Cajamarca”, permaneció centrada en el objetivo de estudio “resolver la correlación en la formalización de la actividad comercial no registrada versus los niveles de bienestar social de los emprendedores del mercado de Chiple, Cajamarca”.

Las bases teóricas se fundamentaron en conceptos de formalización empresarial, bienestar social y desarrollo financiero, considerando la influencia que tuvo la formalización en las circunstancias sociales y económicas de los comerciantes.

En relación con la metodología, el trabajo tuvo un planteamiento cuantitativo, de tipo aplicada, nivel correlacional y diseño de recolección transeccional sin manipular variables. Los métodos empleados fueron la observación y la encuesta; como herramienta se utilizó el cuestionario. La población estuvo conformada por emprendedores del mercado de Chiple y la muestra estuvo seleccionada por comerciantes seleccionados mediante criterios para la investigación.

Los resultados demostraron la correlación positiva entre variables, no obstante, de baja intensidad, dentro de la formalización y el estándar de vida de los comerciantes. Se concluyó que la formalización repercute en dimensiones como la participación social y el bienestar; sin embargo, su efecto no siempre resulta determinante, lo que evidencia la exigencia de profundizar los trabajos empíricos previos sobre la calidad en los productos y otras variables complementarias.

3.1.2. Antecedentes internacionales

López (2003), en su estudio “Empleo informal urbano y comercio ambulante en Chile durante la década de 1990-2000”, tuvo como propósito de investigación “analizar y caracterizar el empleo informal urbano en Chile, especialmente el comercio ambulante de la Región Metropolitana”.

Las bases teóricas residieron vinculadas en la economía informal, exclusión socioeconómica, mercado laboral y desigualdad social, abordando además las diferencias salariales y educativas entre el sector formal e informal.

Respecto a las estrategias de investigación, el estudio presentó un planteamiento cuantitativo, de tipo descriptivo, nivel explicativo y diseño metodológico no experimental. Las técnicas utilizadas fueron el análisis estadístico y documental, mientras que los instrumentos consistieron en bases de datos y registros socioeconómicos. La población fue compuesta por emprendedores informales urbanos de Chile.

Los resultados demostraron que el comercio ambulante se desarrolla principalmente por condiciones de exclusión socioeconómica y falta de acceso al empleo formal. Asimismo, se concluyó que existen marcadas diferencias salariales y de oportunidades educativas entre trabajadores del sector formal e informal.

Hernández (2013), en su estudio titulado “Impacto social del comercio informal en el Centro Histórico de la Ciudad de México”, estuvo enfocada con al objetivo de investigación “observar el impacto social de la venta informal en el Centro Histórico en la ciudad de México mediante una Evaluación de Impacto Social”.

Las bases teóricas estuvieron sustentadas en teorías relacionadas con el bienestar social, comercio informal, gestión pública y participación ciudadana, enfatizando la relevancia de incorporar a gestores dentro de las políticas públicas.

En cuanto a las estrategias de trabajo, el estudio tuvo un planteamiento cualitativo, de tipo descriptivo, nivel explicativo y diseño metodológico no experimental. Los métodos utilizados fueron las entrevistas, la observación y el análisis documental; las herramientas empleadas fueron guías de entrevista y fichas de levantamiento de información. La población fue compuesta por emprendedores informales y actores sociales del Centro Histórico de la Ciudad de México.

Los resultados mostraron que la ausencia de participación de los comerciantes y la debilidad de las autoridades generan el fracaso de muchas iniciativas institucionales. Se concluyó que la exclusión de los actores locales limita la efectividad de los programas de formalización y bienestar social.

Orellana (2024), en su estudio titulada “Regulación sociocultural y supervivencia del comercio callejero en centros históricos”, desarrollo como objetivo de investigación “analizar cómo el comercio callejero se organiza y sobrevive mediante formas de regulación sociocultural en los centros históricos”.

Las bases teóricas estuvieron asociadas con economía informal, regulación social, comercio callejero y supervivencia económica, destacando la contradicción existente entre las normas estatales y las prácticas socioculturales desarrolladas por los comerciantes.

Respecto a las estrategias de trabajo, la investigación presentó un planteamiento cualitativo, de tipo descriptivo, nivel interpretativo y diseño metodológico etnográfico. Los métodos empleados fueron el registro de campo mediante inmersión directa y las entrevistas; como instrumentos se emplearon guías de entrevista y diarios de campo. La población fue compuesta por vendedores callejeros de centros históricos urbanos.

Los resultados probaron la existencia de una contradicción entre la regulación municipal y los modos de regulación sociocultural desarrolladas por los comerciantes. Finalmente, se concluyó que, pese a ser considerada una actividad ilegal por el Estado, la

economía informal constituye la principal fuente de subsistencia para sectores populares excluidos del mercado laboral formal.

3.2. Marco teórico

3.2.1. Formalización de negocios

La variable predictora o la que influye en el fenómeno. Es el proceso mediante el cual los módulos de comida callejera se alinean a los marcos legales y procesos administrativos vigentes de la municipalidad de SJM. Es el respeto a las condiciones legales, sanitarios y tributarios, exigidos por las autoridades para proceder en el espacio público.

Dimensiones:

- Legal y/o Administrativa: contar con los permisos municipales y licencias de funcionamiento temporal.
- Económico y/o financiera: ser sujeto de financiamiento formal (créditos bancarios, microcréditos)
- Sanitaria: poseer carnés de sanidad y protocolos de seguridad alimentaria.
- Tributaria: contar con registro tributarios e impuestos.

3.2.1.1. Aproximaciones conceptuales a la formalización empresarial

La formalización de negocios ha sido tratada desde diferentes perspectivas teóricas, lo que demuestra su naturaleza polisémica y multidimensional. En datos generales, puede definirse como el proceso mediante el cual un emprendimiento que opera en la línea de la contexto legal, tributario y administrativo del Estado transita hacia el cumplimiento pleno de dichas disposiciones (Rodríguez, Rodríguez & Muñoz, 2026). Sin embargo, este concepto operativo debe ser matizada a la luz de los diferentes enfoques existente.

Desde una perspectiva económica, la formalización se gesta como un mecanismo de inclusión productiva que permite a emprendimientos acceder a mercados formales, crédito

financiero y programas de apoyo estatal. Autores como De Soto (1989); se sostuvo que la informalidad no es una condición de los pobres, sino una respuesta lógica a un sistema legal excesivamente costoso y burocrático. Por lo tanto, la formalización requeriría una simplificación administrativa que reduzca los costos de transacción.

Desde una perspectiva sociológica, autores como Velásquez, Larrañaga y Sarmiento (2016) subrayan que la formalización no es una variación de estatus legal, sino una transformación cultural y organizacional. Implica acoger una cultura empresarial centrada en el cumplimiento legal y tributaria. En este sentido, la formalización de un negocio significa adoptar un conjunto de valores y prácticas que cambian la relación del emprendedor con las autoridades, el mercado y la comunidad.

Desde una perspectiva jurídico-administrativa, la formalización se tiene como la ejecución secuencial de requisitos como la consecución de la licencia de funcionamiento, la inscripción en SUNAT, habilitaciones de seguridad alimentaria, capacitación de defensa civil, entre otros. Rosas Cuellar (s.f.) señala que, en el Perú, este enfoque ha concebido a la creación de distintos niveles tributarios, en algunos como el Nuevo RUS (Régimen Único Simplificado) y el MYPE Tributario, diseñados para reducir las barreras de entrada.

La presente investigación gesta una definición integral: la formalización de negocios es un proceso estratégico, multidimensional y gradual mediante el cual un emprendimiento informal adapta sus actividades a los marcos legales, tributarios, administrativos y sanitarios dictados por el Estado, ganando como contrapartida beneficios en términos de sostenibilidad, competitividad, acceso a financiamiento y mayores estándares de calidad en el servicio. Esta definición se delimita con lo propuesto por Potes, Castrejón y Collazos (2024), quienes enfatizan el impacto de la formalización en el orden del espacio público y las condiciones de seguridad alimentaria e higiene.

3.2.1.2. Dimensiones de la formalización empresarial

La pretensión de la investigación se va a partir de la inferencia de la literatura, se va a analizar cuatro dimensiones de la variable formalización de negocios. Cada dimensión incluye indicadores específicos que permitirán su medición en el contexto de los módulos callejeros de venta de comida.

Dimensión: legal-administrativa

Esta dimensión describe el respeto a las condiciones formales constituido por la Municipalidad para la formación y operación de un negocio. Incluye, entre otros aspectos: la obtención de la licencia de funcionamiento municipal, el debido registro en el sistema tributario (SUNAT), generar comprobantes como boletas de pago, la exhibición de avisos y propagandas autorizados, y la declaración de inicio de actividades ante las autoridades correspondientes.

En la coyuntura específica de módulos callejeros de venta de comida, se añaden requisitos como la autorización de uso de espacio público (en algunos distritos) y la certificación de defensa civil. Potes, Castrejón y Collazos (2024) destacan que el cumplimiento de la dimensión legal-administrativa es el primer paso para ordenar el espacio público, ya que permite identificar a los comerciantes autorizados y diferenciarlos de los ambulantes ilegales.

Rodríguez, Rodríguez y Muñoz (2026) añaden que la formalización legal-administrativa genera efectos reputacionales: los clientes confían más en negocios que exhiben su licencia y su RUC. En el rubro de alimentos, esta confianza es crucial, pues los consumidores asocian formalidad con higiene y calidad.

Indicadores propuestos para esta dimensión:

- Posesión de licencia de funcionamiento vigente.

- Inscripción en activa en RUS.
- Generación de boletas y/o facturas de pago.
- Cumplimiento de las normas en rotulado y publicidad.

Dimensión: tributaria

Esta dimensión alude a la ejecución de las responsabilidades fiscales del negocio: pago puntual de impuestos, presentación de declaraciones juradas, llevado de libros contables (según el régimen), y conocimiento de los beneficios tributarios aplicables. El estado del Perú, las normativas tributarias para MYPES son heterogéneos, y la elección de uno u otro determina la carga administrativa y económica del comerciante.

Rosas Cuellar (s.f.) explica que el Nuevo RUS es el régimen más simple: el contribuyente paga una cuota fija mensual (que varía según sus ingresos) y no está obligado a llevar contabilidad ni a emitir facturas (solo boletas de venta). Este régimen ha sido ampliamente utilizado por pequeños comerciantes, incluyendo vendedores de comida ambulatoria. Sin embargo, el autor critica que el Nuevo RUS desincentiva el crecimiento, porque si el comerciante supera el tope de ingresos (actualmente S/ 525,000 anuales) debe migrar a un régimen más complejo. Por ello, muchas MYPES se mantienen voluntariamente en el Nuevo RUS, aunque facturen menos de lo que podrían.

El MYPE Tributario, por su parte, permite deducir costos y gastos, así como emitir facturas y crédito fiscal, pero exige llevar libros contables y presentar declaraciones mensuales y anuales. Angulo Ramos (2018) encontró que las empresas informales que se formalizaban solían elegir el Nuevo RUS, pero aquellas con mayores aspiraciones de crecimiento optaban por el MYPE Tributario.

En el contexto de módulos callejeros de venta de comida, la dimensión tributaria es sensible porque muchos comerciantes perciben los impuestos como una carga excesiva. Sin

embargo, Cieza Guevara (2024) indica que la formalización tributaria concede el acceso a beneficios tributarios y la posibilidad de vender al Estado o con empresas grandes que exigen factura.

Indicadores propuestos:

- Régimen tributario en el que está inscrito.
- Puntualidad en el pago de impuestos.
- Conocimiento de las obligaciones fiscales.
- Percepción de la carga tributaria como justa o excesiva.

Dimensión: sanitaria y de calidad

En esta dimensión de relevancia para el giro de negocio en la venta de alimentos. Se describe a la ejecución de los protocolos sanitarios de seguridad alimentaria establecidas por el MINSA y las municipalidades: correcta manipulación de alimentos, conservación a temperaturas adecuadas, uso de agua bebible, segregación de desechos producto de la operación, existencia de extintores y botiquines, entre otros.

Potes, Castrejón y Collazos (2024) enfatizan que la dimensión sanitaria está rigurosamente vinculada con el uso de los espacios públicos. En zona periféricas de los mercados estudiados, los comerciantes formalizados tenían acceso a puestos con conexión a agua y desagüe, mientras que los informales operaban en condiciones precarias, generando focos de contaminación y riesgo de enfermedades transmitidas por alimentos (ETAS).

Rodríguez, Rodríguez y Muñoz (2026) añaden que la formalización sanitaria no solo protege al consumidor, sino que mejora la imagen del negocio y reduce pérdidas por decomisos o clausuras. En su estudio, los emprendedores formalizados reportaban menos incidentes de fiscalización sanitaria y mayor satisfacción del cliente.

Cieza Guevara (2024), en el Mercado Modelo de Lambayeque, encontró que los comerciantes formalizados cumplían en mayor medida con el uso de mallas para el cabello, guantes descartables y lavado de manos frecuente, en comparación con los informales. El autor atribuye esta diferencia a que la formalización suele ir acompañada de capacitaciones obligatorias en manipulación de alimentos.

Indicadores propuestos:

- Manipulación higiénica de alimentos (uso de uniforme, lavado de manos).
- Conservación adecuada de productos perecibles (refrigeración).
- Manejo de residuos sólidos (basureros con tapa, disposición diferenciada).
- Existencia de extintor y botiquín.
- Capacitación recibida en buenas prácticas de manipulación.

Dimensión: económico- financiera

La dimensión describe los beneficios económicos que obtiene un negocio como consecuencia de la formalización. Incluye a ser sujeto de préstamo formal (créditos bancarios, microcréditos), la facultad de abrir cuentas de ahorro y corriente, el acceso a programas de apoyo estatal como Reactiva Perú o Impulso MYPE, y la mejora de la liquidez y rentabilidad.

Angulo Ramos (2018) demuestra que la formalización de negocios repercute positivamente en la solvencia económica de los emprendimientos. Su estudio cuantitativo mostró que las empresas formalizadas incrementaron su razón corriente (activo corriente / pasivo corriente) en 0.45 puntos promedio, mientras que las informales la redujeron en 0.12 puntos en el mismo período. La autora explica que esto se debe a que las empresas formalizadas pueden obtener créditos a un corto plazo para invertir en su emprendimiento de trabajo, mientras que las informales dependen de préstamos informales con tasas de interés usureras (hasta 20% mensual).

Rodríguez, Rodríguez y Muñoz (2026) confirman estos hallazgos: los negocios formalizados tienen 2.5 veces más probabilidades de acceder a crédito bancario, y las tasas de interés que pagan son, en promedio, 12 puntos porcentuales menores a las del crédito informal. Además, los autores destacan que la formalización permite acceder a capacitaciones empresariales gratuitas ofrecidas por entidades como PRODUCE o el Ministerio de Trabajo, lo que a su vez mejora la gestión financiera.

Cieza Guevara (2024) añade un elemento adicional: la formalización permite al comerciante separar sus finanzas personales de las del negocio, abriendo una cuenta bancaria a nombre del emprendimiento. Esto facilita el control de flujo monetario, la planificación tributaria y la acumulación de capital para inversiones.

En el caso de módulos callejeros de venta de comida, esta dimensión es crítica porque muchos operan al día, sin capacidad de ahorro ni acceso a crédito. La formalización podría romper ese ciclo de pobreza.

Indicadores propuestos:

- Acceso a crédito formal (bancario, caja municipal, financiera).
- Tenencia de cuenta bancaria a nombre del negocio.
- Mejora de la liquidez percibida.
- Participación en programas de apoyo estatal.
- Capacidad de inversión en mejoras (infraestructura, equipos).

3.2.1.3. Postulados que sustentan la formalización empresarial

Postulado de la elección racional (De Soto, 1989)

Su influencia es ineludible en la literatura sobre informalidad. El economista peruano sostuvo que los agentes económicos deciden permanecer en la informalidad no por ignorancia o desviación moral, sino por un cálculo racional: los

costos de formalización (tiempo, dinero, trámites) superan los beneficios esperados. Por lo tanto, para promover la formalización, el Estado debe reducir drásticamente la burocracia y simplificar los procedimientos.

Esta teoría ha sido aplicada por Rosas Cuellar (s.f.) cuando analiza los regímenes tributarios: el Nuevo RUS es exitoso porque reduce los costos de cumplimiento. También es implícitamente adoptada por Angulo Ramos (2018) cuando señala que las empresas informales enfrentan costos ocultos (multas, decomisos) que podrían evitarse formalizándose, pero que el proceso sigue siendo percibido como oneroso.

Postulado institucional (North, 1990)

Douglass North argumentó en base a la normativa (reglas formales e informales) disponen la conducta económica. Siempre que las reglas formales sean ineficaces, costosas o contradictorias con las normas informales, emerge la informalidad. La formalización empresarial, desde esta óptica, no es solo un cambio de estatus, sino un alineamiento de las prácticas del negocio con las reglas formales, lo que a su vez fortalece el tejido institucional.

Velásquez, Larrañaga y Sarmiento (2016) utilizan implícitamente este enfoque al señalar que la formalización requiere un cambio cultural: los emprendedores deben internalizar nuevas normas y valores. Potes, Castrejón y Collazos (2024) también se alinean con esta teoría cuando destacan que la formalización mejora la convivencia urbana, porque establece normas definidas en el uso de los espacios públicos.

Postulado del desarrollo sostenible (Naciones Unidas, 2015)

Esta teoría, vinculada a contribuir a la consecución de los ODS, se refiere al crecimiento económico debe ser inclusivo, ambientalmente responsable y socialmente equitativo. La formalización empresarial contribuye a varios ODS: trabajo decente (ODS 8), igualdad en el bienestar (ODS 10), fabricación y uso

responsables (ODS 12), y coalición para conseguir los objetivos propuestos (ODS 17).

Rodríguez, Rodríguez y Muñoz (2026) adoptan explícitamente esta teoría al titular su artículo "La formalización empresarial como pilar del desarrollo sostenible". Los autores demuestran que los negocios formalizados tienen mejores prácticas ambientales (manejo de residuos, ahorro de agua) y laborales (pago de beneficios sociales a empleados). Cieza Guevara (2024) también se inspira en esta teoría cuando vincula formalización con crecimiento sostenible.

3.2.1.4. Barreras y facilitadores de la formalización en módulos callejeros de venta de comida

A partir de la literatura revisada, pueden identificarse barreras y facilitadores específicos para el sector de módulos callejeros de venta de comida.

Barreras

- *Barreras legales*: La multiplicidad de requisitos y la poca coordinación entre entidades (municipalidad, SUNAT, DIGESA, SUNAFIL) desalientan la formalización. Un comerciante puede necesitar hasta 6 permisos diferentes, cada uno con costos y plazos distintos.
- *Barreras económicas*: Los costos iniciales de formalización (pago de licencias, honorarios de contadores, adecuación de locales) pueden ser prohibitivos para negocios de subsistencia. Angulo Ramos (2018) calculó que el costo de formalización equivale aproximadamente al 15% del capital de trabajo de una microempresa informal.
- *Barreras cognitivas*: Muchos comerciantes desconocen los beneficios de la formalización o temen que los impuestos sean muy altos. Velásquez, Larrañaga y Sarmiento (2016) encontraron que el 60% de los

emprendedores de Bosa no sabían cuánto tendrían que pagar si se formalizaban, y sobrestimaban la carga tributaria en un factor de 3.

- *Barreras de confianza*: La desconfianza en las instituciones estatales (corrupción, trato discriminatorio) disuade a muchos comerciantes de iniciar el trámite. Potes, Castrejón y Collazos (2024) reportan que, en algunas plazas de mercado, los comerciantes informales prefieren pagar "coimas" a fiscalizadores antes que formalizarse, porque perciben que el sistema es corrupto.

Facilitadores

- *Simplificación administrativa*: La creación de ventanillas únicas de formalización (como el Centro de Formalización de la Producción en Perú) reduce los costos de transacción. Rosas Cuellar (s.f.) destaca que el Nuevo RUS es un ejemplo exitoso de simplificación tributaria.
- *Incentivos económicos*: Los programas de apoyo (bonos de formalización, créditos con tasas preferenciales, capacitaciones gratuitas) aumentan la probabilidad de formalización. Rodríguez, Rodríguez y Muñoz (2026) reportan que los emprendedores que recibieron un bono de S/ 1,000 para costear los gastos iniciales tenían 4 veces más probabilidades de formalizarse.
- *Formación y auxilio técnico*: La formación en administración empresarial, tributación y buenas prácticas sanitarias reduce las barreras cognitivas. Cieza Guevara (2024) demuestra que los comerciantes del Mercado Modelo que participaron en talleres de formalización tenían un 40% más de probabilidades de completar el proceso.
- *Fiscalización inteligente*: La combinación de controles sorpresa con orientación y plazos para regularizar es más efectiva que la mera represión. Potes, Castrejón y Collazos (2024) recomiendan programas de

"regularización progresiva", donde los comerciantes informales tienen 6 meses para formalizarse sin ser multados, con asistencia gratuita.

3.2.1.5. Relación entre formalización y calidad en la venta de comida

Aunque la variable "calidad en la venta de comida" será desarrollada en el siguiente apartado, es necesario adelantar algunos vínculos conceptuales para justificar por qué la formalización es una variable relevante en la presente investigación.

La bibliografía revisada indica una correlación significativa entre formalización y calidad, mediada por al menos cuatro mecanismos:

- Cumplimiento de normas sanitarias: Los negocios formalizados están sujetos a inspecciones sanitarias periódicas, lo que los obliga a mantener estándares mínimos de higiene. Cieza Guevara (2024) encontró correlación positiva entre formalización y uso de prácticas higiénicas (r=0.58).
- Inversión en infraestructura: La formalización permite acceder a créditos, lo que a su vez facilita la compra de equipos (refrigeradoras, campanas extractoras, mesas de acero inoxidable) que mejoran la calidad. Angulo Ramos (2018) documentó que las empresas formalizadas invertían en promedio S/ 3,500 anuales en mejoras, versus S/ 500 las informales.
- Capacitación: Los proyectos de apoyo a en la formalización suelen incluir cursos en manipulación de alimentos, deferencia al comensal y administración de la calidad. Rodríguez, Rodríguez y Muñoz (2026) señalan que el 70% de los formalizados había recibido al menos una capacitación en los últimos dos años, contra solo el 15% de los informales.
- Confianza del consumidor: Los clientes asocian formalidad con calidad y seguridad. Potes, Castrejón y Collazos (2024) reportaron que los consumidores de plazas de mercado estaban dispuestos a pagar un 15-20% más por productos vendidos en puestos formalizados, debido a la percepción de mayor limpieza y orden.

- Por lo cual, se hipotetiza que en la formalización de negocios influye positivamente en cuanto a calidad en módulos callejeros, controlando por otras variables como la antigüedad del negocio o la ubicación.

3.2.1.6. Síntesis y justificación de la variable

En conclusión, la formalización de negocios es una variable con distintas dimensiones y una complejidad, que encierra aspectos legales, tributarios, sanitarios y económico-financieros. La literatura revisada (Potes et al., 2024; Rodríguez et al., 2026; Angulo Ramos, 2018; Cieza Guevara, 2024; Velásquez et al., 2016; Rosas Cuellar, s.f.) concluye en indicar que la formalización logra distintos beneficios como la mejora de liquidez, el acceso a crédito, el orden del espacio público promueve prácticas sanitarias adecuadas y aumenta la confianza del consumidor.

Sin embargo, la formalización tiene una carga de barreras. En el contexto peruano, los puestos callejeros de venta de comida enfrentan distintos obstáculos legales, económicos y cognitivos que dificultan su transición a la formalidad. Por ello, el Estado debe implementar políticas de simplificación, incentivos y capacitación que hagan la formalización más atractiva y viable.

En la presente investigación, la formalización será considerada como variable independiente, y se analizará su relación con la calidad en la venta de comida. Para ello, se operacionalizará la variable a través de las cuatro dimensiones propuestas (legal-administrativa, tributaria, sanitaria, económico-financiera) y sus respectivos indicadores.

3.2.2. Calidad de Servicio

Variable dependiente, que se desea medir para ver cómo cambia en relación con la formalización. Es el tipo de apreciación de parte los usuarios en cuanto a sus expectativas y el servicio recibido en los módulos de comida.

Dimensiones:

- Elementos Tangibles: tipo de los módulos, sanidad de los utensilios y presentación del vendedor.
- Fiabilidad: Condición de suministrar el servicio prometido de forma continua y consistente.
- Empatía: trato individualizada mostrando interés en el usuario.
- Facultad de Respuesta: Facilidad para colaborar con los clientes y suministrar un servicio diferenciado.

3.2.2.1. Calidad en el Servicio: Aproximaciones conceptuales

La variable en cuestión está definida desde múltiples enfoques a lo largo de las últimas décadas, lo que refleja su evolución y complejidad. A diferencia de la calidad en productos tangibles, tener calidad en el servicio presenta características particulares: intangibilidad, heterogeneidad, inseparabilidad entre producción y consumo, y carácter perecedero (Álvarez Ibarrola, Álvarez Gallego & Bullón Caro, 2006). Estas propiedades hacen que su definición y medición requieran marcos específicos.

Villalba Sánchez (2013) realiza un recuento histórico de la definición en la calidad en los servicios y logra señalar la transición desde la visión centrada en la conformidad con estándares internos (enfoque de fabricación) hacia una visión centrada en conseguir las expectativas del cliente (enfoque de mercado). Se destaca en la calidad en el sector de ambulatorio no es un atributo objetivo que pueda inspeccionarse antes de la entrega, sino que se construye en la interrelación entre el emprendedor y el comensal.

Herrera Jiménez (2006), de su parte, plantea un marco conceptual más amplio al precisar sobre la calidad como "el cúmulo de cualidades y propiedades de un producto o servicio que consiguen satisfacer expectativas explícitas o implícitas" (p. 109). Este autor enfatiza que la calidad no es absoluta, sino que depende de la percepción del usuario y del contexto de uso. En el caso de venta de alimentos, por ejemplo, la calidad puede constatar en la rapidez para un cliente que almuerza en 15 minutos, pero en higiene y presentación del plato de comida para otro que busca una experiencia gastronómica.

Álvarez Ibarrola et al. (2006) introducen la definición operativa: es el nivel que logra alcanzar el servicio cuando realiza los requisitos establecidos por el cliente y por la organización. Estos autores enfatizan que la administración de calidad en los servicios

requiere constante medición, retroalimentación del usuario y mejora de continua. En el caso de emprendedores callejeros de venta de comida, esto implicaría, por ejemplo, implementar tarjetas de sugerencias o encuestas rápidas a los comensales.

Desde un punto de vista más actual, Rojas-Martínez, Niebles-Núñez, Pacheco-Ruíz y Hernández Palma (2020) relacionan la calidad en el servicio con la responsabilidad social empresarial. Estos autores sustentan que proporcionar un servicio con calidad no es solo simple política de competitividad, sino un compromiso ético con los usuarios, los empleados y la sociedad. En empresas del tipo PYMES, la calidad de servicio puede ser un vehículo para construir relaciones de confianza y legitimidad social. Este planeamiento es concretamente relevante para los módulos callejeros, pues operan en espacios públicos y su calidad impacta claramente en la salud y satisfacción de los comensales.

Finalmente, Cecilio Llamocca, Ramos Andrade y Huachaca Urbina (2025), en su estudio realizado en el mercado de la municipalidad de Chorrillos, definen la calidad del servicio como "la comparación entre las expectativas antes del servicio y la aprehensión del servicio recibido" (p. 63). Esta definición, basada en el modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), es la más utilizada en investigaciones empíricas sobre servicios comerciales y de alimentación.

3.2.2.2. Definición integradora para el estudio:

La calidad del servicio en módulos callejeros con venta de comida se entiende como el cumplimiento entre las expectativas de los consumidores (relacionadas con higiene, rapidez, atención, sabor, presentación y precio) y la impresión del servicio efectivamente obtenido. Esta calidad se construye en cada interacción y está influenciada tanto por factores tangibles (limpieza del puesto, presentación de los alimentos) como intangibles (amabilidad del vendedor, tiempo de espera).

3.2.2.3. Desarrollo histórico sobre el concepto en calidad de servicio

Villalba Sánchez (2013) propone una periodización del desarrollo del concepto en calidad de servicio, que resulta útil para comprender su estado actual:

Etapa 1: Calidad como inspección (décadas de 1950-1960). En sus orígenes, la calidad se asociaba con el control estadístico de procesos en la industria manufacturera. Se aplicaban técnicas de muestreo para detectar productos que no cumplan con los estándares, antes

de su salida al mercado. Sin embargo, este enfoque demostró ser insuficiente para los servicios, donde el "producto" se genera y consume simultáneamente.

Etapa 2: Calidad como aseguramiento (décadas de 1970-1980). Surgieron estándares y sistemas de administración de la calidad. Se buscaba garantizar que los procesos estuvieran documentados y bajo control. En servicios, esto se tradujo en manuales de procedimientos y cartas de servicio. Pero seguía siendo un enfoque interno, no centrado en el cliente.

Etapa 3: Calidad como satisfacción del cliente (década de 1990 en adelante). El cambio paradigmático lo introdujeron Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), quienes desarrollaron el modelo SERVQUAL. Se llevo la calidad a definirse como la brecha entre expectativas y aprehensiones. Este modelo es el que ha predominado en las últimas tres décadas y el que utilizan la mayoría de los autores revisados.

Etapa 4: Calidad como experiencia y creación de valor (siglo XXI). Autores actuales, como Rojas-Martínez et al. (2020), proponen superar el enfoque de brecha y entender la calidad como una experiencia integral que incluye aspectos emocionales, relacionales y de responsabilidad social. La calidad no solo satisface necesidades funcionales, sino que genera vínculos de lealtad y recomendación.

Herrera Jiménez (2006) complementa esta evolución señalando que el concepto de calidad ha pasado de ser unidimensional (centrado en el producto) a multidimensional (que incluye aspectos de servicio, precio, tiempo de entrega, atención posventa, etc.). En el contexto de módulos callejeros de comida, la calidad no tiene que depender solamente del sabor de la comida, sino también de la limpieza del puesto, la rapidez en la atención, la sonrisa del vendedor y la relación precio-calidad.

3.2.2.4. Dimensiones de la calidad en el servicio

A partir de la bibliografía revisada, especialmente de los trabajos de Villalba Sánchez (2013), Rojas-Martínez et al. (2020) y Cecilio Llamocca et al. (2025), se adoptarán para esta investigación las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988), adaptadas al contexto de módulos callejeros de venta de comida.

Dimensión: Elementos tangibles

Dimensión definida en la apariencia física de los módulos, equipos, personal y herramientas para la comunicación. En servicios de alimentación, los elementos tangibles son cruciales porque el cliente asocia lo visible con la higiene y la calidad del producto.

Villalba Sánchez (2013) indica que los elementos tangibles constituyen la valoración primaria que el usuario y pueden determinar su expectativa inicial. Si el puesto de comida se ve sucio o desorganizado, el cliente anticipará baja calidad, independientemente del sabor real.

Rojas-Martínez et al. (2020) hallaron que esta dimensión tenía la menor puntuación en PYMES de venta de alimentos callejeros, debido a la precariedad de los módulos (mesas de madera, utensilios desgastados, falta de uniformes). Los autores recomiendan inversiones mínimas pero estratégicas: delantales limpios y con logotipo, cartas plastificadas, recipientes tapados, y una pequeña pizarra con los precios.

Cecilio Llamocca et al. (2025), en su estudio de Chorrillos, operacionalizaron esta dimensión con los siguientes indicadores:

- El puesto tiene una apariencia limpia y ordenada.
- Los utensilios y equipos están en buen estado.
- El personal viste de manera limpia y profesional (mandil, gorro, guantes).
- Los materiales promocionales (menús, carteles) son claros y atractivos.
- El área de consumo (si existe) está limpia y cómoda.

En el contexto de módulos callejeros, esta dimensión puede extenderse también a la presentación de los alimentos: ¿se sirven en platos desechables de buena calidad? ¿Los cubiertos están envueltos individualmente? ¿Las porciones se presentan de manera atractiva?

Dimensión: Fiabilidad

Esta dimensión es la idoneidad de cumplir con el servicio esperado de forma exacta y confiable. En el módulo con venta de comida, esto significa que el cliente obtiene exactamente lo que pidió, en el tiempo estimado y con la calidad esperada.

Herrera Jiménez (2006) argumenta que la fiabilidad es la dimensión más importante para servicios de uso frecuente (como la compra diaria de almuerzo). Si un cliente recibe un plato diferente al pedido, o si el tiempo de espera varía demasiado de un día a otro, la confianza se rompe y el cliente cambia de proveedor.

Álvarez Ibarrola et al. (2006) recomiendan que los pequeños negocios implementen sistemas simples para asegurar la fiabilidad: checklist de pedidos, doble verificación antes de entregar, y registro de quejas para identificar errores recurrentes.

Cecilio Llamocca et al. (2025) encontraron que esta dimensión obtuvo la puntuación más alta en el mercado de Chorrillos (media=4.2/5), lo que indica que los comerciantes son bastante fiables en términos de cumplir lo ofrecido. Sin embargo, advierten que la fiabilidad disminuye en horas punta (12:30-2:00 p.m.), cuando la presión genera errores.

Indicadores típicos de fiabilidad (adaptados de Cecilio Llamocca et al., 2025):

- El vendedor entrega el pedido correcto.
- El tiempo de espera es el que se anunció.
- La calidad del alimento es consistente en diferentes visitas.
- El vendedor cumple con las promociones ofrecidas.
- El puesto cumple con sus horarios respectivos.

Dimensión: Capacidad de respuesta

La dimensión se comprende a la actitud de los emprendedores para auxiliar a los comensales proveer un servicio rápido. Incluye la agilidad para tomar pedidos, la solución de problemas imprevistos (un cliente que olvidó su billetera, un pedido con alergias alimentarias) y la rapidez en la entrega.

Rojas-Martínez et al. (2020) rescatan que esta dimensión cobra especial relevancia en el ámbito de expendio de comida rápida o de calle. Los clientes con poco tiempo de almuerzo prefieren un módulo que sirva en 5 minutos, aunque la comida sea "normal", a uno que demore 15 minutos, aunque sea "excelente". Los autores recomiendan que los módulos diseñen su flujo de trabajo para minimizar cuellos de botella: tener un solo responsable de tomar pedidos, otro de preparar, otro de entregar y cobrar.

Villalba Sánchez (2013) incluye que en la capacidad de repuesta también se adjunta la actitud proactiva: el personal debe anticipar ayuda antes de que el cliente la pida (por ejemplo, acercarse a la mesa para preguntar si desea algo más, o si tiene algún requerimiento en el servicio).

Cecilio Llamocca et al. (2025) midieron esta dimensión con ítems como:

- El vendedor atiende de manera rápida.
- El vendedor se muestra dispuesto a resolver problemas o quejas.
- El personal no ignora al cliente, aunque esté ocupado.

- El tiempo de espera es razonable (menos de 10 minutos para un plato de menú).
- El vendedor ofrece opciones si un tipo de plato se terminó.

En puestos callejeros, un buen indicador de capacidad de respuesta es la existencia de un sistema de "menú virtual" o pedidos por WhatsApp para recoger a determinada hora, reduciendo la espera.

Dimensión: Seguridad

La dimensión describe al conocimiento de la preparación de los platos y la amabilidad del personal, como también su capacidad en trasmitir confianza. Incluye aspectos como conocimientos técnicos, la destreza para comunicarse claramente, y la percepción de que el negocio es confiable.

En servicios de alimentación, la seguridad tiene dos componentes:

- **Seguridad sanitaria:** El emprendedor debe asegurar la inocuidad de los alimentos. Por lo cual, el cliente deberá confiar en que los alimentos cumplen con las condiciones sanitarias. Esto se logra con prácticas visibles de higiene (uso de guantes, mascarillas, limpieza de superficies).
- **Seguridad en el trato:** El personal tendrá una trato respetuoso, honesto y transparente (por ejemplo, si un plato no reúne los requisitos necesarios con las preferencias del cliente, se deberá ofrecer a cambiarlo sin discusión).

Herrera Jiménez (2006) sustenta que la seguridad es una dimensión muy crítica en servicios. Un cliente que consume comida en la calle asume un grado riesgo sanitario; el módulo debe hacer todo lo posible por reducir y/o eliminar ese riesgo para poder generar confianza.

Rojas-Martínez et al. (2020) asocia la seguridad con la responsabilidad social, los negocios que muestran un mayor énfasis por la salud de los comensales son distinguidos como socialmente responsables, lo que aumenta la lealtad.

Cecilio Llamocca et al. (2025) observaron que la seguridad lograba puntuaciones intermedias (3.6/5) en los centros de abasto de Chorrillos. Los clientes confiaban en la limpieza básica, pero desconfiaban del origen de los productos (¿las carnes estaban bien refrigeradas? ¿las verduras estaban bien lavadas?). Los autores

sugieren que los comerciantes exhiban certificados de manipulación de alimentos y coloquen carteles con frases como "Lavamos nuestras manos cada hora".

Indicadores propuestos:

- El vendedor transmite confianza y honestidad.
- El personal conoce bien los platos y los ingredientes.
- El puesto cumple con normas de higiene visibles.
- El cliente se siente seguro al consumir en el módulo.
- El vendedor maneja bien las quejas o reclamos.

Dimensión: Empatía

La dimensión se define como la atención diferenciada y personalizada que el emprendimiento brinda a sus comensales. En módulos callejeros, esto implica recordar las preferencias de los clientes habituales (por ejemplo, "el señor Luis siempre quiere su cebolla aparte"), saludar con amabilidad, preguntar si todo está bien, y adaptarse a necesidades especiales (vegetarianos, celíacos, etc.).

Villalba Sánchez (2013) señala que la empatía es la dimensión más difícil de estandarizar y la que más marca la diferencia entre un servicio mediocre y uno excelente. Los clientes valoran que el vendedor sepa su nombre, recuerde su pedido habitual o le ofrezca una silla mientras espera.

Rojas-Martínez et al. (2020) encontraron que algunas PYMES, con grado mayor en empatía tenían tasas de recompra 40% superiores a las de baja empatía, incluso cuando los elementos tangibles eran inferiores. La amabilidad y el trato personalizado compensan carencias materiales.

Cecilio Llamocca et al. (2025) obtuvieron que la empatía era la dimensión con menor puntuación (media=2.8/5) en su estudio. Los clientes reportaban que los vendedores apenas los saludaban, no recordaban pedidos previos y no se interesaban por su satisfacción. Los autores atribuyen esto a la falta de entrenamiento en servicio al cliente y al alto estrés de los comerciantes.

Indicadores de empatía (Cecilio Llamocca et al., 2025):

- El vendedor saluda amablemente al cliente.
- El vendedor muestra interés genuino por los anhelos del cliente.

- El horario de atención es conveniente para el comensal.
- El vendedor recuerda las preferencias de clientes habituales.
- El cliente siente que es tratado de manera especial.

En módulos callejeros, un gesto empático muy valorado es ofrecer un vaso de agua mientras se espera, o un pequeño descuento a clientes frecuentes.

3.2.2.5. Modelos teóricos representativos en calidad de servicio

La bibliografía sobre calidad en el servicio ha producido varios modelos teóricos. Se presentan los más relevantes, basados en las fuentes proporcionadas.

Modelo de las brechas o SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988)

El modelo más influyente. Propone que la calidad en el servicio observada es el producto de comparar las expectativas del cliente (lo que cree que debería recibir) con la apreciación del servicio recibido. Si apreciación ≥ expectativas, hay calidad; si apreciación < expectativas, hay deficiencia.

El modelo identifica cinco brechas que pueden ocurrir:

1. **Disparidad del conocimiento:** Discrepancia entre lo esperado por el cliente y lo dispuesto por la empresa.
2. **Disparidad del diseño:** Discrepancia entre lo asumido por la empresa piensa que el cliente espera y las especificaciones de servicio que diseña.
3. **Disparidad del desempeño:** Discrepancia entre las especificaciones de servicio y lo que realmente se entrega.
4. **Disparidad de la comunicación:** Discrepancia en lo que se promete en la comunicación externa versus lo que se entrega.
5. **Disparidad del servicio:** Discrepancia sobre lo esperado por el cliente y lo que percibe. Esta es la brecha que realmente mide la calidad de servicio.

Villalba Sánchez (2013) explica que el modelo SERVQUAL es mayormente el mas empleado en investigaciones empíricas porque permite identificar con precisión en qué dimensiones y aspectos concretos el servicio está fallando. Cecilio Llamocca et al. (2025) aplicaron este modelo en su estudio peruano.

Modelo de calidad en el servicio como responsabilidad social (Rojas-Martínez et al., 2020)

Estos autores proponen un prototipo que compone la calidad de servicio dentro de un marco más amplio de responsabilidad social empresarial (RSE). El modelo sostiene que las PYMES que ofrecen calidad de servicio también están contribuyendo al bienestar de la comunidad a través de tres mecanismos:

- **Responsabilidad con los clientes:** Ofrecer productos seguros, información veraz, trato justo y canales de queja.
- **Responsabilidad con los empleados:** Capacitar al personal en habilidades de servicio, ofrecer condiciones laborales dignas y fomentar un ambiente de respeto.
- **Responsabilidad con la comunidad:** Mantener limpio el espacio público, generar empleo local, apoyar actividades vecinales.

Este modelo es especialmente pertinente para módulos callejeros, ya que su actividad impacta directamente en el entorno urbano y en la salud de los vecinos.

Enfoque sistémico y de procesos (Álvarez Ibarrola et al., 2006)

Álvarez Ibarrola et al. (2006) plantean un prototipo en la administración por procesos. Arguyen que la calidad de servicio no se consigue con controles al finalizar el proceso, sino diseñando procedimientos estandarizados que prevengan errores desde el origen. El modelo incluye:

- **Mapa de procesos:** identificar cada paso en el proceso desde que el cliente ingresa o genera una orden de compra hasta cuando se retira o recoge el pedido (saludo, toma de pedido, preparación, cobro, despedida).
- **Indicadores clave:** cronometrar tiempos de espera y preparación, número de quejas y porcentajes de errores.
- **Ciclo de mejora continua (PHVA):** se debe realizar los pasos de mejora continua (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar) para asegurar una mejor eficiencia.

Para un puesto callejero, aplicar estos sistemas de mejora continua es el punto de inflexión para realmente mejorar su servicio, estandarizando procedimientos y reduciendo y/o eliminando errores que cuesta la lealtad de los comensales.

3.2.2.6. Relación de la formalización de negocios versus calidad en servicio

Aunque la actual investigación analiza de distintas formas la formalización y la calidad en el servicio, se debe señalar que ambas variables son importantes y están relacionadas. A partir de la literatura revisada, pueden postularse las siguientes conexiones:

1. **La formalización facilita mejoras en elementos tangibles:** Los negocios formalizados tienen acceso a crédito (Angulo Ramos, 2018) y programas de apoyo (Rodríguez et al., 2026), lo que les permite invertir en infraestructura, uniformes, utensilios y mejoras en la presentación. Esto incide directamente en esta dimensión descrita.

2. **La formalización exige cumplimiento sanitario:** Los módulos formalizados son fiscalizados en el cumplimiento de salubridad y buenas prácticas en manipulación de alimentos, lo que los obliga a mantener estándares que mejoran la dimensión de seguridad. Cecilio Llamocca et al. (2025) encontraron que los puestos formalizados en el mercado de Chorrillos tenían puntuaciones más altas en seguridad que los informales.

3. **La formalización puede aumentar la capacidad de respuesta:** Al tener procesos administrativos más ordenados (registro de ventas, control de inventarios), los negocios formalizados pueden anticipar la demanda y reducir tiempos de espera. Cieza Guevara (2024) documentó que los comerciantes formalizados del Mercado Modelo de Lambayeque preparaban porciones adicionales en horas punta, reduciendo la espera promedio de 12 a 7 minutos.

4. **La formalización fomenta la empatía a través de la capacitación:** Muchos programas de formalización incluyen talleres de atención al usuario. Rojas-Martínez et al. (2020) recomiendan que estos talleres se centren en habilidades blandas (comunicación, resolución de conflictos, memoria de clientes frecuentes).

Por lo tanto, la formalización y calidad de servicio, aunque son variables distintas, se establece una hipótesis de relación positiva entre ellas. En el desarrollo de la tesis, se

podría analizar si la formalización constituye en un indicador relevante de la precepción de la calidad por parte de los.

3.2.2.7. Síntesis y justificación de calidad en el servicio

En conclusión, la calidad es una de las variables con distintas dimensiones que, aplicadas al contexto de emprendimientos callejeros de venta de comida, se establece las siguientes dimensiones (capacidad de respuesta, fiabilidad, elementos tangibles, seguridad y empatía). Estas magnitudes, derivadas del modelo SERVQUAL y validadas en investigaciones empíricas peruanas (Cecilio Llamocca et al., 2025), admiten medir de manera confiable los niveles aprehensión de calidad por parte del cliente.

Los cambios históricos del concepto muestran el transito desde enfoques internos (inspección, aseguramiento) hacia enfoques dirigidos hacia el cliente (satisfacción de expectativas) y, últimamente hacia enfoques completamente integrales que vinculan calidad de servicio con responsabilidad social (Rojas-Martínez et al., 2020). En el Perú, los estudios empíricos son aún escasos, pero el trabajo de Cecilio Llamocca et al. (2025) en Chorrillos demuestra la aplicabilidad del modelo SERVQUAL en mercados cooperativos.

Para el estudio, la calidad en el servicio será tratada como variable dependiente y se evaluará por medio de un cuestionario basado en las cinco dimensiones, con al menos 2 ítems. Se espera encontrar niveles medios de calidad percibida, con fortalezas en fiabilidad y capacidad de respuesta, y debilidades en elementos tangibles y empatía, tal como lo reportan los antecedentes.

3.3. Definición de términos elemental

Billeteras Digitales: Aplicaciones para pagos móviles (Yape o Plin) que permiten realizar cobros y pagos por medios digitales, consideradas hoy un indicador de modernidad y eficiencia en la calidad de servicio (Cotrina, R. & Pumarrumi, A. U. 2020).

- **Calidad en el Servicio:** aprehensión del usuario sobre la realización de sus expectativas en cuanto al servicio, higiene y mercancía recibida en un punto de venta ambulatoria.
- **Informalidad:** Porción de la economía que labora fuera de la ley, debido a que los costos y las barreras burocráticas para acceder a la legalidad son superiores a los beneficios que esta otorga.
- **Comercio Ambulatorio:** Actividad comercial ocurrida en la vía pública por personas naturales, la cual puede estar regulada por la municipal pero mayormente informal.
- **Elementos Tangibles:** partes expuestos de un servicio, que incluyen la limpieza del módulo de comida, la presentación del vendedor y el estado de los utensilios.
- **Fiabilidad:** Condición del prestador del servicio para producir el servicio ofrecido de manera formal, segura y precisa (especialmente en materia d higiene de los alimentos).
- **Formalización Administrativa:** Estado de cumplimiento de las normas municipales, que incluye poseer el permiso de funcionamiento temporal y el registro correspondiente ante la autoridad local.
- **Formalización Sanitaria:** Conjunto de acreditaciones (como el carnet de sanidad) que garantizan que el manipulador de alimentos conoce y aplica las normas de higiene para evitar enfermedades.
- **Inocuidad:** Conjunto de condiciones y procesos para garantizar alimentos no constituyen un peligro para la salud de los comensales.

- **Módulo de Comida:** Estructura (madera, metal) para el expendio de alimentos preparados en espacios públicos.
- **Satisfacción del Cliente:** cumplir con las expectativas del cliente con el servicio o producto ofrecido.

CAPÍTULO IV: HIPOTESIS DEL ESTUDIO

4.1. Formulación de la hipótesis

Estas hipótesis del estudio constituyen proposiciones tentativas. En ese sentido, permite establecer supuestos sobre la posible relación del nivel de formalización versus la calidad en el servicio en los módulos de comida callejera de la municipalidad de San Juan de Miraflores. Estas serán contrastadas a través de la observación de los datos recolectados durante el progreso del estudio.

4.1.1. Hipótesis general

determinar una relación directa y significativa entre el nivel de formalización de los módulos de comida callejera y la calidad de servicio percibida por los usuarios en San Juan de Miraflores (SJM), 2026.

4.1.2. Hipótesis específicas

- Determinar una correlación de trascendencia estadística entre el nivel de formalización y los elementos tangibles en el servicio de los módulos de comida callejera en SJM. en el 2026.
- Determinar una correlación de trascendencia estadística entre el nivel de formalización y la fiabilidad del servicio en los módulos de comida callejera en SJM. en el 2026.
- Determinar una correlación de trascendencia estadística entre el nivel de formalización y la capacidad de respuesta del servicio en los módulos de comida callejera en SJM. en el 2026.
- Determinar una correlación de trascendencia estadística entre el nivel de formalización y la empatía del servicio en los módulos de comida callejera en SJM. en el 2026.

4.2. Tabla de Operacionalización

Tabla 1: *Operacionalización de variables*

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Variable 1: Formalización de Negocio	El proceso de cumplimiento de las normas legales, administrativas y sanitarias exigidas por la municipalidad para operar en la vía pública.	Aspecto Legal/Administrativo	Licencia de funcionamiento; Registro de contribuyente (RUC)	Cuestionario (Escala de Likert)
		Aspecto Sanitario	Carnet de manipulación de alimentos; Uso de indumentaria (mandil, gorro)	
		Aspecto económico-financiera	Acceso a financiamiento formal (créditos bancarios, microcréditos)	
		Aspecto Ocupacional	Ubicación en zona autorizada; Respeto al metraje del módulo	
Variable 2: Calidad de Servicio	Percepción del cliente sobre el cumplimiento de sus expectativas en la atención recibida en el módulo de comida.	Elementos Tangibles	Limpieza del módulo; Presentación de los platos/utensilios	Cuestionario (Escala de Likert)
		Fiabilidad	Higiene en la preparación; Sabor constante del producto	
		Capacidad de Respuesta	Tiempo de espera; Rapidez en el cobro y entrega	
		Seguridad	técnicas de preparación, técnicas comunicativas con los clientes	
		Empatía	Amabilidad del vendedor; Facilidad de pago (Yape/Plin/Efectivo)	

Nota: Creación propia

CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

5.1. Estrategia de investigación

El estudio presenta un planteamiento cuantitativo, por lo cual se utilizará la recolección de datos y el análisis estadístico para probar la relación entre las distintas variables (Hernández et al., 2010). El tipo de investigación será básica, de alcance relacional y mediante una estrategia no interactiva con una toma de datos transeccional, debido a que no se manipularán las variables y la información se recogerá en un solo momento durante el año 2026.

5.2. Población

La población fue compuesta por el conjunto de módulos de comida callejera y los clientes que concurren a las zonas de una alta saturación en la municipalidad de San Juan de Miraflores. Se estima una población de estudio finita basada en los registros municipales de comercio ambulatorio del sector de Pamplona b y alrededores.

5.3. Muestra

Se empleará una muestra de tipo no probabilística por conveniencia. La muestra estará integrada por:

- 25 titular de módulos de comida callejera para medir el nivel de formalización.
- 25 comensales o clientes para evaluar la aprehensión en la calidad del servicio.

5.4. Técnica y herramientas de recopilación de datos

- **Técnica:** Se usará la encuesta para los distintos variables, permitiendo obtener datos cuantitativos de manera directa.
- **Instrumentos:** Se aplicarán dos cuestionarios diseñados con la Escala de Likert (Siempre, Casi siempre, A veces, Casi nunca, Nunca).

  Instrumento 1: Cuestionario de Formalización (Dimensiones: Legal, Sanitaria y Organizativa).

Instrumento 2: Cuestionario de Calidad en el Servicio (Dimensiones: Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta y Empatía).

5.5. Técnica para depuración y codificación de datos

La información acumulada será procesada mediante el software estadístico Excel (tablas dinámicas). El proceso incluye la codificación de respuestas, la realización de una base de datos y la limpieza de estos para asegurar resultados válidos.

5.5.1. Análisis descriptivo

Se realizará mediante la organización de datos realizando tablas de frecuencias y porcentajes, acompañados de gráficas de barras o aglomerados. Esto permitirá describir el estado actual de la formalización en SJM y los niveles de calidad en el servicio según la aprehensión del usuario.

Tabla 2: *Frecuencias de EDAD*

EDAD	Recuentos	% del Total	% Acumulativo
18 a 25 años	10.00	18.9%	18.9%
26 a 35 años	13.00	24.5%	43.4%
36 a 45 años	18.00	34.0%	77.4%
46 a 55 años	7.00	13.2%	90.6%
56 años o más	5.00	9.4%	100.0%

Nota: Creación propia (Jamovi)

Tabla 3: *Frecuencias de SEXO*

SEXO	Recuentos	% del Total	% Acumulativo
Femenino	26.0	49.1%	49.1%
Masculino	27.0	50.9%	100.0%

Nota: Creación propia (Jamovi)

5.5.2. Contrastación de hipótesis

Para el cotejo de las hipótesis, se utilizará la estadística inferencial. Puesto a que, las variables tienen dimensiones cualitativas serán evaluadas en escala ordinal, se empleara la prueba de correlación Rho de Spearman.

- Si el p-valor ($\rho < 0.05$), se aceptará la hipótesis del investigador (H1).
- Se determinará el grado de relación (débil, media o fuerte) según el coeficiente obtenido entre 0 y 1.

5.6. Escala de Investigación

En la investigación tiene un alcance descriptivo y correlacional. Un estudio es descriptivo debido que trata en detallar cualidades y atributos notables de algún fenómeno para su estudio. Delinea la disposición de un grupo o comunidad" (Sampieri, 2010).

5.7. Análisis de la fuente Descriptivo

5.7.1. Análisis de Confiabilidad de la herramienta

Tabla 4: *Estadísticas de Fiabilidad de Escala (formalización de negocios)*

Nota:

	Alfa de Cronbach
escala	0.967

Creación propia, aplicada a la encuesta

En la observación de datos, formalización de Negocios presenta un alfa de Cronbach de 0.967, similar al 96% según la aplicación estadística, estos resultados ponen en manifiesto una elevada consistencia interna, confirmando que sus reactivos se articulan de forma coherente entre sus componentes para determinar con estabilidad el concepto de formalización de negocios. De este modo, se valida la confiabilidad de la escala para el procesamiento estadísticos y la prueba de hipótesis

Tabla 5: *Estadísticas de Fiabilidad de Escala (calidad en el servicio)*

	Alfa de Cronbach
escala	0.981

Nota: Creación propia, aplicada a la encuesta.

La variable de calidad en el servicio presenta un coeficiente de 0.981, equivalente al 98.1% mediante el uso estadístico, se refleja una fiabilidad positiva. Lo anterior demuestra que los reactivos del instrumento poseen un nivel adecuado de consistencia interna para

evaluar de manera estable y precisa la calidad. Em consecuencia, la variable presenta confiabilidad necesaria para fundamentar los análisis estadísticos avanzados.

5.7.2. Análisis Descriptivo: Variables y Dimensiones

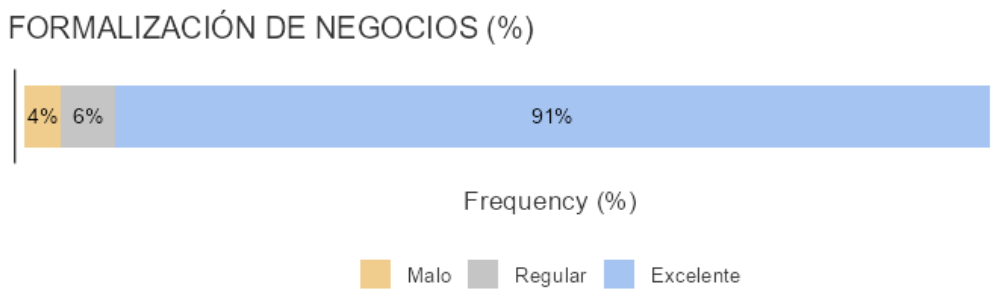
Tabla 6: *Formalización de negocios*

Frecuencias de FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS (%)

FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS (%)	Recuentos	% del Total	% Acumulativo
Malo	2.00	3.8%	3.8%
Regular	3.00	5.7%	9.4%
Excelente	48.00	90.6%	100.0%

Nota: Creación propia, aplicación de la encuesta

Figura 1: *Formalización de Negocios*



Nota: Elaboración propia, aplicación de la encuesta

En la tabla se explica la difusión de las preposiciones de la encuesta de Formalización de negocios. Se puede revisar que hay una tendencia entre los encuestados, excelentes (91%) analizan que la Formalización de negocios como algo con una valoración positiva seguido de una regular (6%) y por último un mala (4%) en la percepción de esta variable, la mayor cantidad de negocios muestran un adecuado nivel de formalización, reflejando el acatamiento de los requisitos legales y administrativos correspondientes.

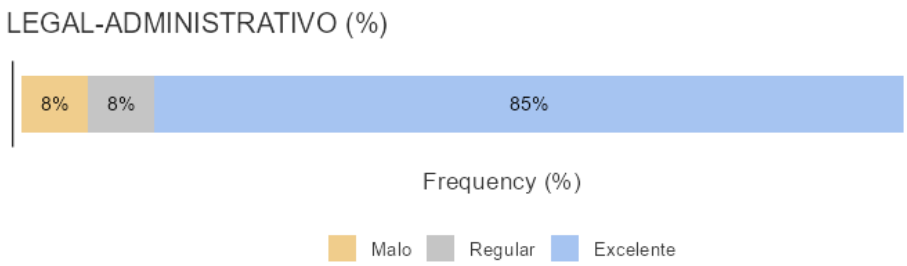
Tabla 7: *Dimensión: Legal-administrativo*

Frecuencias de LEGAL-ADMINISTRATIVO (%)

LEGAL-ADMINISTRATIVO (%)	Recuentos	% del Total	% Acumulativo
Malo	4.00	7.5%	7.5%
Regular	4.00	7.5%	15.1%
Excelente	45.00	84.9%	100.0%

Nota: creación propia, aplicada en la encuesta.

Figura 2: *Dimensión: Legal - administrativo*



Nota: creación propia, aplicada en la encuesta

Los conclusiones obtenidas muestran que en la dimensión 1 presenta una valoración predominante positiva, debido que el 85% de los encuestados califico como excelente mientras que un porcentaje menor (7.5%) lo considero regular y de la misma forma otro (7.5%) lo califico como mala esto nos señala que la mayor parte de los negocios cumple satisfactoriamente con los requisitos legales y administrativos establecidos por la municipalidad, sin embargo el 15% que lo pone en respuesta como malo y regular nos da un indicio que se debe fortalecer el cumplimiento de las obligación legales y administrativas.

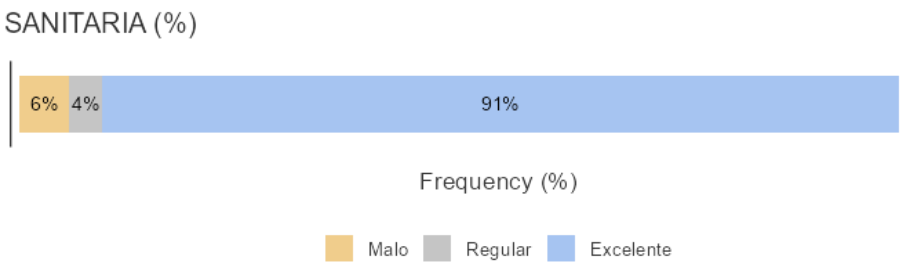
Tabla 8: *Dimensión: Sanitaria*

Frecuencias de SANITARIA (%)

SANITARIA (%)	Recuentos	% del Total	% Acumulativo
Malo	3.00	5.7%	5.7%
Regular	2.00	3.8%	9.4%
Excelente	48.00	90.6%	100.0%

Nota: Creación propia, aplicada a la encuesta.

Figura 3 *Dimensión: Sanitaria*



Nota: Creación propia, aplicada en la encuesta

Las conclusiones obtenidas revelan que en la dimensión sanitaria presentan una evaluación predominante positiva debido que el 90.6% de los encuestados califico como excelente, mientras que el 5.7% lo considero como mala y el 3.8% regular; estas conclusiones muestran que la mayor parte de los negocios cumplen adecuadamente con los requisitos establecidos, sin embrago el 9.5% lo podemos interpretar como que se debe reforzar el cumplimiento de las disposiciones sanitarias.

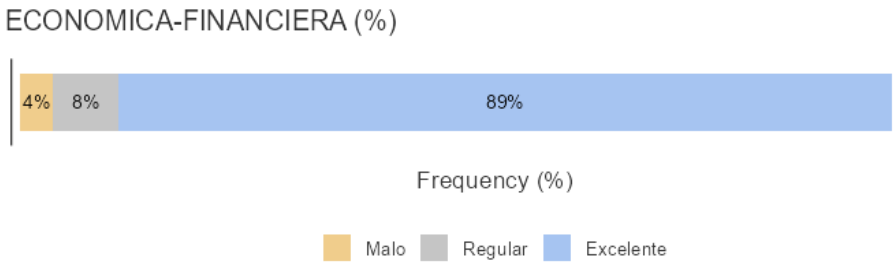
Tabla 9: *Dimensión: Económica - financiera*

Frecuencias de ECONOMICA-FINANCIERA (%)

ECONOMICA-FINANCIERA (%)	Recuentos	% del Total	% Acumulativo
Malo	2.00	3.8%	3.8%
Regular	4.00	7.5%	11.3%
Excelente	47.00	88.7%	100.0%

Nota: Creación propia, aplicada en la encuesta

Figura 4: *Dimensión: Económica - financiera*



Nota: Creación propia, aplicada en la encuesta

Las conclusiones obtenidas revelan que la dimensión 3 muestra una valoración predominante positiva, debido que el 88.7% de los encuestados califico como excelente, mientras que el 7.5% lo considero regular y el 3.8% mala. Estas conclusiones indican que la mayoría de los emprendimientos cuentan con una adecuada gestión económica y financiera. Por otro lado, el 11.3% de las respuestas ubicadas en los niveles mala y regular evidencia que se debe fortalecer estos puntos para contribuir a una mayor competitividad empresarial.

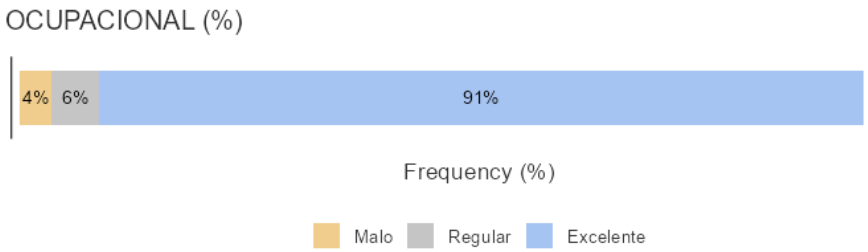
Tabla 10: *Dimensión: Ocupacional*

Frecuencias de OCUPACIONAL (%)

OCUPACIONAL (%)	Recuentos	% del Total	% Acumulativo
Malo	2.00	3.8%	3.8%
Regular	3.00	5.7%	9.4%
Excelente	48.00	90.6%	100.0%

Nota: Creación propia, aplicada en la encuesta.

Figura 5: *Dimensión: Ocupacional*



Nota: Creación propia, aplicada en la encuesta

Las conclusiones obtenidas demuestran que la dimensión presenta una valoración predominante positiva debido que el 90.6% de los encuestados la calificó como excelente mientras que el 9.5% de respuestas ubicadas en los niveles de regular y malo evidenciando la necesidad de reforzar las condiciones de SST para poder asegurar un centro de trabajo más seguro y siguiendo la normativa vigente.

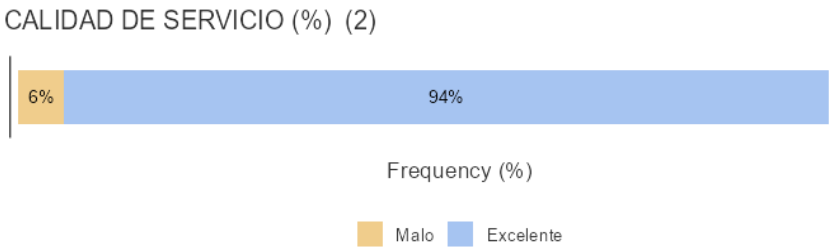
Tabla 11: *Calidad de servicio*

Frecuencias de CALIDAD EN EL SERVICIO (%)

CALIDAD EN EL SERVICIO	Recuentos	Total (%)	Acumulativo (%)
Malo	3.00	5.7%	5.7%
Excelente	50.00	94.3%	100.0%

Nota: Creación propia, aplicada en la encuesta.

Figura 6: *Calidad de servicio*



Nota: Creación propia, aplicada en la encuesta.

La correlación con la variable de calidad en el servicio, los resultados que puede interpretar es que se evidencia que la percepción de los comensales es altamente favorable. Se analiza que el 94.3% de los entrevistados equivalentes a 50 personas, califica el servicio recibido en un nivel de excelente, lo que demuestra un estándar optimo en las dimensiones analizadas, al contrario, únicamente un pequeño grupo del 5.7% (3 personas) manifestó una opinión negativa al categorizar el servicio de malo. Estos hallazgos reflejan un sólido nivel de satisfacción en general, orientando que las estrategias operativas y de atención aplicadas cumplen con el propósito en el contexto de la investigación.

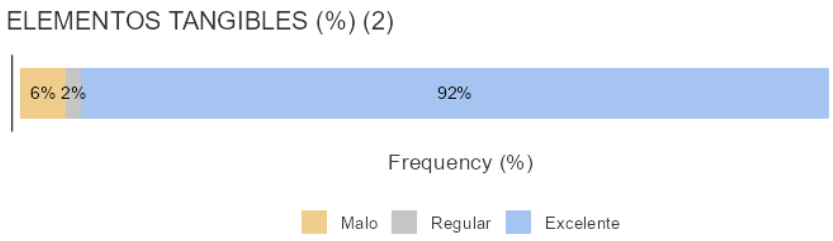
Tabla 12: *Dimensión: Elementos tangibles*

Frecuencias de ELEMENTOS TANGIBLES (%) (2)

ELEMENTOS TANGIBLES (%) (2)	Recuentos	% del Total	% Acumulativo
Malo	3.00	5.7%	5.7%
Regular	1.00	1.9%	7.5%
Excelente	49.00	92.5%	100.0%

Nota: Creación propia, aplicada de la encuesta

Figura 7: *Dimensión: Elementos tangibles*



Notas: Creación propia, aplicada de la encuesta

En relación de la primera dimensión de la variable de calidad de servicio los datos presentados reflejan una valoración predominante positiva por parte de los sujetos de estudio. Se evidencia que el 92.5% de los encuestados califico este aspecto con un nivel de excelente lo que demuestra que la infraestructura, herramientas o recursos físicos evaluados cumplen de manera óptima con las expectativas de los comensales, al contrario, un porcentaje minoritario perciben esta dimensión como malo con un 5.7% (3 personas) y en un nivel regular con un porcentaje de 1.9% (1 persona). Los resultados demuestran que los elementos tangibles constituyen una fortaleza dentro de todo lo analizado, afianzando una percepción positiva en la experiencia general del usuario.

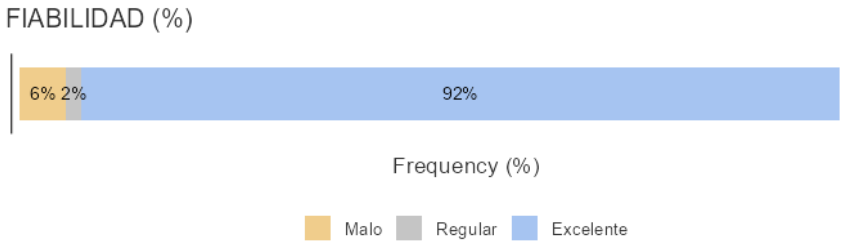
Tabla 13: *Dimensión: Fiabilidad*

Frecuencias de FIABILIDAD (%)

FIABILIDAD (%)	Recuentos	% del Total	% Acumulativo
Malo	3.00	5.7%	5.7%
Regular	1.00	1.9%	7.5%
Excelente	49.00	92.5%	100.0%

Notas: Creación propia, aplicada en la encuesta.

Figura 8: *Dimensión: Fiabilidad*



Nota: Creación propia, aplicada en la encuesta.

En este aspecto de la segunda dimensión de la calidad en el servicio denominada Fiabilidad, los datos consolidados exponen una valoración positiva por parte de los sujetos de estudio. Se evidenciaron que el 92.5% de los participantes califico este aspecto bajo la categoría de Excelente, lo cual denota un alto grado de confianza precisión y consistencia en el cumplimiento de los procesos del servicio evaluado. Por el contrario, un porcentaje marginal se reparte entre Regular 1.9% y Malo 5.7%, los hallazgos nos indican de manera solida que la Fiabilidad constituye una fortaleza institucional clave, proyectando seguridad y exactitud en el desempeño recibido por los comensales.

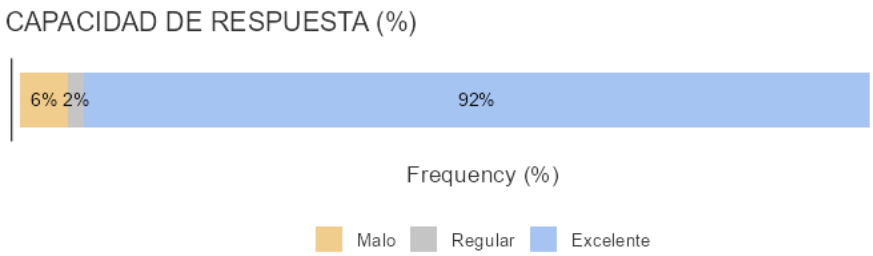
Tabla 14: *Dimensión: Capacidad de Respuesta*

Frecuencias de CAPACIDAD DE RESPUESTA (%)

CAPACIDAD DE RESPUESTA (%)	Recuentos	% del Total	% Acumulativo
Malo	3.00	5.7%	5.7%
Regular	1.00	1.9%	7.5%
Excelente	49.00	92.5%	100.0%

Nota: Creación propia, aplicada en la encuesta.

Figura 9: *Dimensión: Capacidad de Respuesta*



Nota: Creación propia, aplicada en la encuesta.

En lo respecta de la tercera dimensión de la variable calidad en el servicio los resultados detallados exponen un panorama altamente favorable, de forma predominante el 92.5% de la muestra de estudio valoro este indicador bajo la categoría de Excelente, lo cual denota una óptima disposición, rapidez y eficiencia del personal en el momento de atender y resolver las observaciones de los clientes, en contra los niveles menos favorables representaron cifra notablemente bajos situándose en los niveles manos favorables con cifras 5.7% en el rango de Malo y un paupérrimo 1.9% en el nivel de regular, estos hallazgos corroboran de manera solida que la velocidad de atención constituyen fortalezas claves en el servicio.

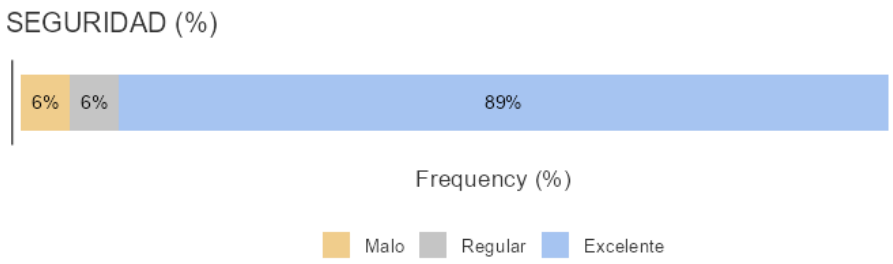
Tabla 15: *Dimensión: Seguridad*

Frecuencias de SEGURIDAD (%)

SEGURIDAD (%)	Recuentos	% del Total	% Acumulativo
Malo	3.00	5.7%	5.7%
Regular	3.00	5.7%	11.3%
Excelente	47.00	88.7%	100.0%

Nota: Creación propia, aplicada en la encuesta.

Figura 10: *Dimensión: Seguridad*



Nota: Creación propia, aplicada en la encuesta.

En relación a la cuarta dimensión de la variable de calidad en el servicio, los datos revelan una aprehensión mayormente positiva de parte de los encuestados. Se evidencia que el 88.7% de la muestra califico este aspecto en el nivel de Excelente, lo cual demuestra que los usuarios perciben un entorno confiable, seguro y con una adecuada garantía en la prestación del servicio. Por otro lado, las valoraciones menos favorables se reparten equitativamente entre los niveles de Regular 5.7% y Malo 5.7%. estos resultados demuestran de forma solidad que la dimensión de seguridad representa un componente fuertemente consolidado que da tranquilidad y respaldo a la mayoría del público evaluado.

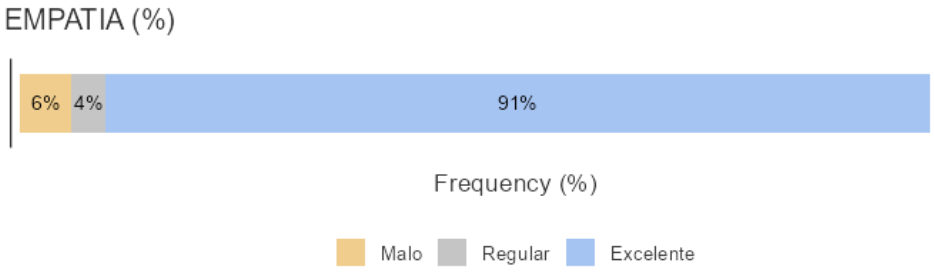
Tabla 16: *Dimensión: Empatía*

Frecuencias de EMPATIA (%)

EMPATIA (%)	Recuentos	% del Total	% Acumulativo
Malo	3.00	5.7%	5.7%
Regular	2.00	3.8%	9.4%
Excelente	48.00	90.6%	100.0%

Nota: Creación propia, aplicada en la encuesta

Figura 11: *Dimensión: Empatía*



Nota: Creación propia, aplicada en la encuesta.

En lo referente a la dimensión; Los resultados estadísticos consolidados evidencian una apreciación mayoritariamente favorable por parte de los usuarios. Se evidencia de forma sobresaliente que el 90.6% de la muestra califico esta dimensión en el nivel de Excelente lo cual demuestra una percepción muy favorable respecto al trato personalizado, la compresión de sus necesidades y la calidez brindada durante la atención. En sentido opuesto una pequeña porción de la muestra se distribuyó entre el nivel Malo 5.7% y el nivel Regular 3.8%. estos hallazgos permiten inferir que las habilidades interpersonales y la disposición de atención son los pilares consolidados en el servicio evaluado.

5.8. PRUEBA DE NORMALIDAD

Utilizamos esta prueba en la formalización de negocios y calidad en el servicio y dimensiones Legal/Administrativo, Sanitario, Económico-Financiera, Ocupacional, Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía con el fin de definir el tipo de pruebas estadísticas a emplear y contrastar las hipótesis. Dicho análisis permite verificar el supuesto de la normalidad en la distribución de los datos, condición previa para el empleo de pruebas paramétricas. El análisis se realizo a partir de las puntuaciones acumuladas de cada variable y dimensión, considerando una muestra (N=53). A través del programa Jamovi y junto a una serie de pruebas supuestas (Shapiro-Wilk, Kolmogorov-Smirnov, Anderson-Darling) se obtuvo una demostración consistente de la distribución muestral.

Tabla 17: *Prueba de normalidad: variables*

		statistic	p
FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS	Shapiro-Wilk	0.648	<.001
	Kolmogorov-Smirnov	0.269	<.001
	Anderson-Darling	5.92	<.001
CALIDAD DE SERVICIO (%)	Shapiro-Wilk	0.599	<.001
	Kolmogorov-Smirnov	0.248	.003
	Anderson-Darling	6.56	<.001

Nota. Adicionales conclusiones provenido de *moretests*

Tabla 18: *Prueba de normalidad: formalización de negocios*

		statistic	p
LEGAL-ADMINISTRATIVO	Shapiro-Wilk	0.741	<.001
	Kolmogorov-Smirnov	0.224	.010
	Anderson-Darling	4.49	<.001
SANITARIA	Shapiro-Wilk	0.644	<.001
	Kolmogorov-Smirnov	0.248	.003
	Anderson-Darling	5.95	<.001
ECONOMICA-FINANCIERA	Shapiro-Wilk	0.759	<.001
	Kolmogorov-Smirnov	0.183	.056
	Anderson-Darling	3.22	<.001
OCUPACIONAL	Shapiro-Wilk	0.631	<.001
	Kolmogorov-Smirnov	0.267	.001
	Anderson-Darling	6.49	<.001

Nota. Adicionales resultados provenido de *moretests*

Tabla 19: *Prueba de normalidad: calidad de servicio*

		statistic	p
ELEMENTOS TANGIBLES (%)	Shapiro-Wilk	0.643	<.001
	Kolmogorov-Smirnov	0.263	.001
	Anderson-Darling	5.52	<.001
FIABILIDAD	Shapiro-Wilk	0.627	<.001
	Kolmogorov-Smirnov	0.265	.001
	Anderson-Darling	5.92	<.001
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Shapiro-Wilk	0.682	<.001
	Kolmogorov-Smirnov	0.213	.017
	Anderson-Darling	4.81	<.001
SEGURIDAD	Shapiro-Wilk	0.689	<.001
	Kolmogorov-Smirnov	0.236	.005
	Anderson-Darling	5.25	<.001
EMPATIA	Shapiro-Wilk	0.664	<.001
	Kolmogorov-Smirnov	0.255	.002
	Anderson-Darling	5.76	<.001

Nota. Adicionales resultados provenido de *moretests*

Regla de resolución:

Si p valor > 0.05 entonces los datos tienen distribución normal, pero

sí p valor < 0.05, en ese caso los datos no tienen distribución normal

Explicación: Las conclusiones revelaron trascendencia estadística en todas las variables y dimensiones con un p valor menor que 0.05 (p < .001); por lo cual, se rechaza el supuesto de normalidad.

En resultado, la verificación de las hipótesis de investigación se efectuará mediante un proceso no paramétrico, concretamente la correlación Rho de Spearman, debido a que es adecuada cuando la distribución de los datos no es normal y cuando las variables se interpretan en términos de asociación monotónica.

5.9. ANALISIS EN LA HIPOTESIS GENERAL

Paso 1: Planteo de hipótesis

H0: no se determina una correlación directa y significativa en el nivel de formalización de los módulos de comida callejera versus la calidad en el servicio percibida por los usuarios en la municipalidad de San Juan de Miraflores, 2026.

H1: Se determina una correlación directa y significativa entre el nivel de formalización de los módulos de comida callejera y la calidad en el servicio percibida por los usuarios en la municipalidad de San Juan de Miraflores, 2026.

Paso 2: Determinar el nivel de significancia

Para este estudio se fijó un nivel de significancia del 5 % (α = 0,05), estándar que define los límites de error probabilístico permitido para negar o aceptar la hipótesis.

Paso 3: Elección de la prueba estadística de referencia

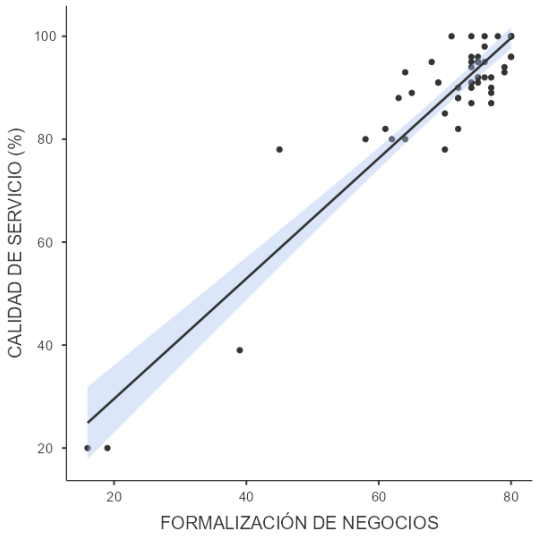
Se empleo el coeficiente Rho de Sperman al verificarse el carácter ordinal de las escalas y que los datos no presentan una distribución normal. Por tanto, la aplicación garantiza una estimación pertinente para medir la fuerza de asociación en este diseño correlacional.

Tabla 20: *Correlación*

		FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS	CALIDAD DE SERVICIO (%)
FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS	r de Pearson	—	0.934***
	p-valor	—	<.001
	N	—	53
CALIDAD DE SERVICIO (%)	r de Pearson	0.934***	—
	p-valor	<.001	—
	N	53	—

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Figura 12: *Trama de dispersión*



Referente a la validación de la hipótesis general, las conclusiones del análisis estadístico inferencial demuestran la presencia de una relación lineal directo y altamente destacada entre las variables analizadas, la relación de Pearson obtenido nos da un valor de $r = 0.934$, esto refleja una correlación positiva altamente consistente entre la formalidad del negocio y la aprehensión del servicio. Asimismo, el nivel de significancia calculado registra un p-valor inferior al umbral crítico establecido ($p < .001$ para una muestra de $N = 53$), aportando la evidencia estadística preciso para negar la hipótesis nula (H_0). Por

consiguiente, se da por afirma la hipótesis de investigación (H_1), demostrando que un incremento sostenido en los procesos de formalización se traduce de manera directa y proporcional en una optimización sustancial de los estándares de calidad en el servicio, percibidos por el consumidor de SJM.

5.10. ANALASIS DE LAS HIPOTESIS ESPECIFICAS

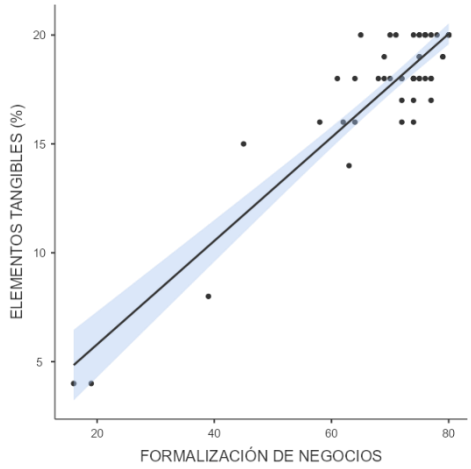
- 1.- Se concluyo una relación significativa al nivel de formalización de negocios versus los elementos tangibles del servicio en los módulos de comida callejera en SJM en el 2026.

Tabla 21: *Correlación: Elementos Tangibles*

		FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS	ELEMENTOS TANGIBLES (%)
FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS	r de Pearson	—	0.917***
	p-valor	—	<.001
	N	—	53
ELEMENTOS TANGIBLES (%)	r de Pearson	0.917***	—
	p-valor	<.001	—
	N	53	—

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Figura 13: Trama de dispersión: Elementos Tangibles



Se demuestra una relación lineal directa y estadísticamente muy trascendente entre las variables correspondientes. El coeficiente de relación de Pearson logra alcanzar un valor de r = 0.917, por lo cual califica la fuerza de asociación entre la formalización de negocios y la dimensión elementos tangibles como positiva muy alta. Dado que el umbral de certeza inferencial calculado arroja un p-valor menor al límite estándar (p < .001 para un N = 53), se niega la hipótesis nula correlativa. Este resultado comprueba de manera sólida la hipótesis específica de investigación, evidenciando que los procesos de formalización y orden municipal repercute directamente en una mejora sustancial y visible de la infraestructura, orden, limpieza y recursos materiales que estructuran los módulos de venta en SJM.

- 2.- Se evidencia una relación significativa entre el nivel de formalización y la fiabilidad en el servicio en los módulos de comida callejera de SJM en el 2026.

Tabla 22: *Correlación Fiabilidad*

- Correlación

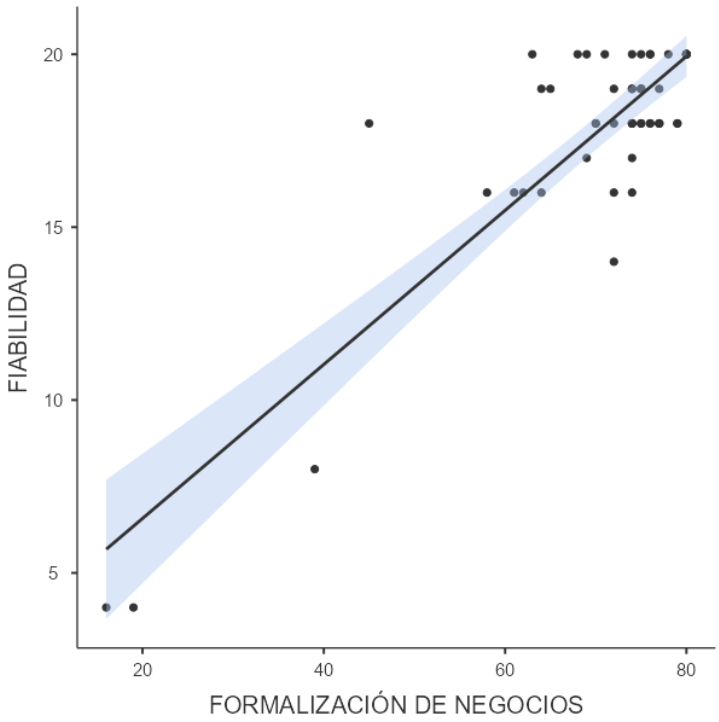
		FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS	FIABILIDAD
FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS	r de Pearson	—	0.866***
	p-valor	—	<.001
	N	—	53

- Correlación

		FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS	FIABILIDAD
FIABILIDAD	r de Pearson	0.866***	—
	p-valor	<.001	—
	N	53	—

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Figura 14: *Trama de dispersión: Fiabilidad*



Se demuestran una correlación lineal directa y altamente consistencia entre las variables de estudio. El coeficiente de relación de Pearson muestra un valor estadístico de $r = 0.866$, lo cual determina una fuerza de asociación positiva alta entre la formalización de negocios y la dimensión fiabilidad. Asimismo, dado que el p-valor calculado nos entrega un valor inferior al margen de tolerancia al error estándar ($p < .001$ para un tamaño de muestra $N = 53$), se niega formalmente la hipótesis nula correlativa. Este hallazgo valida la hipótesis específica planteada, evidenciando que una mayor regularización normativa y técnica de los establecimientos comerciales esta relacionada de manera positiva en la fiabilidad del servicio, incrementando la consistencia, seriedad y el cumplimiento exacto de las promesas de servicio ofrecidas al consumidor en SJM.

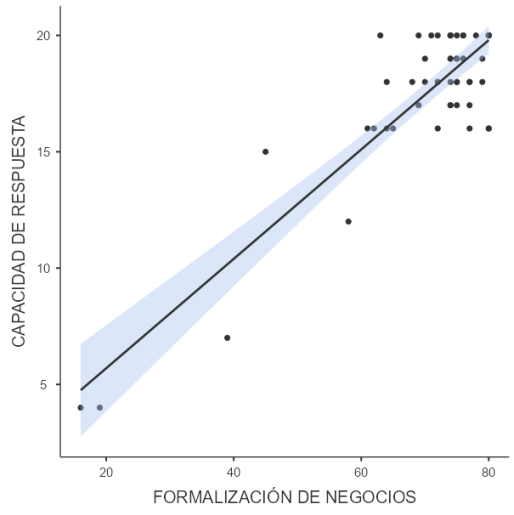
- 3.- Se comprueba una correlación con certitud inferencial entre el nivel de formalización y la capacidad de respuesta del servicio en los módulos de comida callejera de SJM en el 2026.

Tabla 23: *Correlación: Capacidad de respuesta.*

		FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS	CAPACIDAD DE RESPUESTA
FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS	r de Pearson	—	0.879***
	p-valor	—	<.001
	N	—	53
CAPACIDAD DE RESPUESTA	r de Pearson	0.879***	—
	p-valor	<.001	—
	N	53	—

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Figura 15: *Trama de dispersión: Capacidad de respuesta*



Respecto a la observación de la tercera hipótesis específica, los descubrimientos estadísticos inferenciales detallados, demuestran una asociación lineal directa y estadísticamente robusta entre las variables descritas. El coeficiente de relación de Pearson calculado arroja un valor de $r = 0.879$, lo cual revela la existencia de

asociación positiva de grado sustancial entre la formalización de negocios y la dimensión capacidad de respuesta. Debido a que el p-valor obtenido se posiciona por debajo del límite de significancia convencional ($p < .001$ para un tamaño de muestra establecido de $N = 53$), se procede a negar la hipótesis nula. Esta evidencia aprueba la hipótesis específica del estudio, asegurando que la regularización administrativa y el ordenamiento de los establecimientos comerciales inciden de manera favorable en la capacidad de respuesta, optimizando la atención, la prontitud del servicio y la disposición del personal para resolver oportunamente las solicitudes de los consumidores.

- 4.- Se verifica una asociación de significación comprobada entre el nivel de formalización y la empatía del servicio en los módulos de comida callejera de SJM en el 2026.

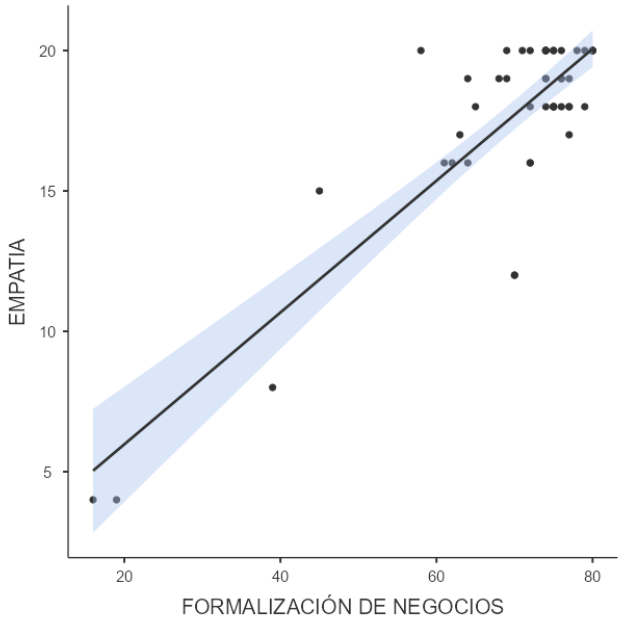
Tabla 24: *Correlación: Empatía*

- Correlación

		FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS	EMPATIA
FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS	r de Pearson	—	0.857***
	p-valor	—	<.001
	N	—	53
EMPATIA	r de Pearson	0.857***	—
	p-valor	<.001	—
	N	53	—

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Figura 16: *Trama de dispersión: Empatía*



Con respecto al contraste de la cuarta hipótesis específica, los resultados estadísticos inferenciales revelados evidencian una asociación lineal directa y entre las variables de estudio. El coeficiente de relación de Pearson logra un valor de r = 0.857, lo que tipifica la fuerza de asociación entre la formalización de negocios y la dimensión empatía como positiva alta. Dado que el nivel de significancia mostrado arroja un p-valor inferior al valor crítico convencional (p < .001 para una muestra de N = 53), se rechaza formalmente la hipótesis nula correlativa. Este hallazgo valida la hipótesis específica planteada, manifestando que el avance progresivo en los procesos de formalización y la capacitación técnico-empresarial asociada influyen positivamente en la empatía del servicio, promoviendo una atención más personalizada, en las necesidades del cliente y un trato cordial por parte de los emprendedores de los módulos en SJM.

CAPÍTULO VI: PLAN DE INNOVACION OPERATIVA

6.1. Título

"Implementación de un Sistema Integral de Formalización y Evaluación Digital de la Calidad en el Servicio mediante Código QR en los módulos de comida callejera en la municipalidad de San Juan de Miraflores, 2026."

6.2. Descripción

La presente propuesta de innovación surge como una response estratégica y tecnológica orientada a mitigar las brechas de informalidad y optimizar los estándares operativos de los módulos de comida callejera en SJM. El sistema propuesto fusiona la regularización normativa con la transformación digital periférica, estructurándose sobre tres ejes fundamentales: la acreditación legal-sanitaria, la capacitación técnico-operativa y la auditoría ciudadana en tiempo real mediante el uso de tecnologías de acceso rápido (Códigos QR).

El núcleo dinámico del proyecto radica en un ecosistema de retroalimentación donde el consumidor final actúa como un fiscalizador de la calidad. Mediante el escaneo de un código QR único y geo-referenciado instalado de forma visible en cada módulo, los usuarios acceden a una interfaz optimizada para dispositivos móviles. En este entorno virtual, evalúan de forma anónima y ágil las dimensiones clave de la calidad del servicio (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía).

La data recolectada se centraliza automáticamente en un tablero de control (Dashboard) que sirve tanto al comerciante —para la autoevaluación y corrección de procesos— como a la autoridad municipal o la asociación de comerciantes, permitiendo trazar líneas de acción basadas en evidencia estadística. Finalmente, la propuesta de innovación estimula la competitividad sana a través de la entrega de un Sello de Calidad, transformando el cumplimiento de la norma en un activo comercial y de confianza reputacional.

6.3. Mercado objetivo

El despliegue e impacto de la propuesta abarca tres segmentos claramente diferenciados dentro del entorno de San Juan de Miraflores:

- **Mercado Objetivo Directo (Beneficiarios Operativos):** Constituido por los propietarios, conductores y asistentes de los módulos de comida callejera (emolienteros, vivanderas, vendedores de anticuchos, jugos, entre otros) que operan en las principales zonas comerciales, paraderos y avenidas del distrito.
- **Mercado Objetivo Indirecto (Consumidores):** La población flotante y residente de SJM que consume diariamente en estos módulos. Este segmento demanda una oferta alimentaria accesible, pero bajo condiciones óptimas de inocuidad, higiene y trato digno.
- **Entidad Promotora y Fiscalizadora:** El municipio de San Juan de Miraflores, específicamente a través de la Subgerencia de Comercialización, la Subgerencia de Sanidad y Salud Ambiental, y la Subgerencia de Fiscalización, quienes adoptarán el sistema como un mecanismo moderno de gobernanza urbana y ordenamiento del comercio en espacios públicos.

6.4. Estrategias en la penetración del mercado

Para garantizar la aceptación, adopción y uso activo de la herramienta tecnológica por parte de los comerciantes y usuarios, se estructuran tres estrategias de penetración adaptadas al entorno económico popular del distrito:

- **Estrategia de Sensibilización Colaborativa (Enfoque de Confianza):** Mitigar la resistencia al cambio del comerciante mediante talleres informativos previos en coordinación con sus delegados vecinales. Se enfatizará que la plataforma QR no es una herramienta punitiva ni de persecución tributaria, sino un canal para visibilizar su buen servicio y atraer más clientes.

- **Campañas de Activación e Incentivo al Consumidor**: Diseñar incentivos digitales dinámicos para el usuario final. Bajo el lema "Tu opinión asegura tu salud", se promoverá el escaneo del QR mediante sorteos mensuales de vales de consumo auspiciados por las asociaciones aliadas, dinamizando la densidad de respuestas requeridas para la validación estadística.
- **Implementación Piloto de Alta Visibilidad**: Desplegar el sistema inicialmente en un nodo comercial estratégico y de alto flujo (como los alrededores de la estación de Metro San Juan o la Av. Héroes), consolidando casos de éxito con comerciantes líderes que sirvan de referentes de modernización y generen un efecto arrastre en los demás sectores del distrito.

6.5. Alianzas estratégicas

La viabilidad operativa y la sostenibilidad institucional del proyecto se sustentan en una red de cooperación Multiactor que distribuye responsabilidades específicas:

- **Municipio de San Juan de Miraflores:** Actúa como el ente rector y validador oficial. Aporta el respaldo legal e institucional para la emisión del Sello de Calidad, e integra las alertas del Dashboard en los planes de capacitación de la Subgerencia de Sanidad.
- **Asociaciones de Comerciantes de Comida Ambulatoria de SJM:** Representan el nexo directo con la base de beneficiarios. Facilitan la logística para las convocatorias académicas, actúan como co-fiscalizadores del cumplimiento de los requisitos internos y garantizan el cuidado físico de los tótems QR en la vía pública.
- **Universidades o Institutos Tecnológicos Locales (Apoyo Académico):** Participación de estudiantes de últimos ciclos (en modalidad de prácticas o voluntariado) para actuar como monitores de campo, brindando asistencia técnica personalizada en alfabetización digital a los comerciantes adultos mayores o con dificultades en el manejo de smartphones.
- **Empresas del Sector FinTech (Billeteras Digitales):** Alianzas operativas con plataformas como Yape y Plin para cooperar en capacitaciones de gestión de finanzas

digitales, promoviendo paquetes de digitalización total (Pago Digital + Evaluación QR) en cada módulo regulado.

6.6. Alcance esperado

La ejecución integral de esta propuesta proyecta alcanzar los siguientes hitos multidimensionales:

- **Dimensión de Formalización:** Lograr la regularización progresiva del universo de módulos censados en el programa piloto, migrando a los comerciantes hacia la obtención del RUC, la formalización asociativa o individual, y la obtención de autorizaciones municipales temporales.
- **Dimensión Sanitaria e Inocuidad:** Reducir significativamente las incidencias de contaminación alimentaria mediante el monitoreo de la dimensión "Elementos Tangibles" (limpieza del módulo y uso de indumentaria correcta).
- **Dimensión Tecnológica:** Alfabetizar digitalmente al 100% de los comerciantes participantes en el uso de herramientas de recolección de datos y lectura de métricas básicas de satisfacción.
- **Dimensión Metodológica de Mejora Continua:** Instaurar un modelo predictivo y de alerta temprana; si un módulo recibe evaluaciones negativas consecutivas en "tiempo de espera" o "higiene", el sistema genera una alerta automática para la intervención preventiva o capacitación del comerciante.
- **Escalabilidad:** Diseñar un modelo metodológico con una tasa de replicabilidad estándar, apto para ser adaptado por otras comunas de Lima Metropolitana con problemáticas similares de comercio ambulatorio de alimentos.
-

6.7. Componentes de la propuesta

6.7.1. Benchmarking (Análisis de Referentes de Éxito)

Para la estructuración técnica del sistema, se analizaron iniciativas previas de digitalización y aseguramiento de la calidad en el sector de alimentos a nivel nacional e internacional:

- **Referente Internacional (Programa "Comer Seguro", Buenos Aires):** Sistema gubernamental de auditoría ciudadana donde los usuarios escanean códigos QR para verificar si el establecimiento cuenta con las inspecciones sanitarias al día. De este modelo se extrae la lógica de transparencia de datos y la interfaz móvil simplificada para el ciudadano.
- **Referente Nacional (Sello "Saludable y Seguro" - Miraflores/San Isidro):** Certificación física otorgada por comunas de Lima a restaurantes formales que superan auditorías microbiológicas. La propuesta adapta este concepto al comercio ambulatorio de San Juan de Miraflores, sustituyendo las costosas pruebas de laboratorio iniciales por el control perceptivo continuo de las dimensiones SERVQUAL (seguridad y elementos tangibles), haciéndolo económicamente viable para microempresarios.

6.7.2. Sistema de Registro y Formalización Progresiva

Consiste en la creación de un padrón digital unificado. Para que un comerciante sea considerado apto para el despliegue del Código QR y la posterior entrega del distintivo, debe pasar por una auditoría documental de los siguientes requisitos mínimos exigidos por el marco normativo peruano:

- **Aspecto Legal/Municipal:** Autorización municipal de funcionamiento para comercio en espacio público (vigente).
- **Aspecto Tributario:** Inscripción activa en la SUNAT (RUC bajo el Régimen Único Simplificado - RUS, orientado a pequeños comercios).

- **Aspecto Sanitario:** Carnet de Sanidad vigente expedido por la comuna y certificación o constancia de capacitación en manipulación de alimentos.

6.7.3. Programa de Capacitación Técnico-Empresarial

Diseño y ejecución de un ciclo formativo obligatorio estructurado en 4 módulos académicos prácticos (talleres de 2 horas académicas cada uno):

- **Módulo I: Formalización y Beneficios Tributarios.** Ventajas de estar formalizado, manejo del RUS y acceso al microcrédito.
- **Módulo II: Inocuidad y Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).** Higiene del personal, contaminación cruzada, temperaturas seguras y almacenamiento en espacios reducidos (basado en normas de DIGESA).
- **Módulo III: Calidad del Servicio y Experiencia del Cliente.** El modelo SERVQUAL aplicado al comercio popular: empatía, capacidad de respuesta y manejo de reclamos.
- **Módulo IV: Gestión de Negocios y Herramientas Digitales.** Costos básicos, uso de billeteras digitales (Yape, Plin) y lectura del reporte QR de satisfacción.

6.7.4. Arquitectura e Implementación del Código QR de Calidad

Cada punto de venta contará con un acrílico o sticker de alta resistencia visible en la zona de atención al cliente. El Código QR enlazará a un formulario diseñado bajo la metodología de escala Likert (1 al 5), evaluando los siguientes indicadores operativos derivados de las dimensiones de la calidad en el servicio:

1. **Limpieza e Higiene (Elementos Tangibles):** Percepción visual del estado del módulo y manejo de residuos.
2. **Presentación y Protección (Seguridad):** Uso correcto de mandil, gorro, mascarilla y pulcritud del manipulador.
3. **Rapidez de la Atención (Capacidad de Respuesta):** Tiempo transcurrido entre el pedido y la entrega del alimento.

4. **Trato y Cordialidad (Empatía):** Amabilidad y disposición del personal durante la interacción.
5. **Sabor y Temperatura (Fiabilidad):** Conformidad del producto final con la expectativa del cliente.

6.7.5. Distintivo Acreditador “Módulo Formal y Seguro”

Sello de calidad física y digital otorgado en copropiedad por la Asociación de Comerciantes y el ente municipal (o avalado por el proyecto de investigación). Este distintivo posee una vigencia semestral supeditada a dos condiciones:

- Mantener el estatus de formalización legal y sanitaria al día.
- Mantener un promedio mínimo de satisfacción de 4.0/5.0 en las evaluaciones mensuales recopiladas a través del QR.

6.7.6. Mecanismo de Acreditación y Sostenibilidad: El Sello de Calidad "SJM Saludable y Formal"

La implementación del Sello de Calidad representa una estrategia de estímulo positivo y marketing social que transforma el cumplimiento normativo en una ventaja competitiva visible. Este sello no es un elemento estático, sino una certificación semestral que avala ante el público consumidor que el módulo ha superado con éxito las auditorías de formalización y mantiene un estándar óptimo en la percepción ciudadana.

6.7.7. Requisitos para la Obtención del Sello

Para que un módulo de comida callejera sea acreedor al Sello de Calidad, debe cumplir con una matriz de doble validación (Legal-Sanitaria y Satisfacción del Cliente):

- **Fase 1: Cumplimiento Técnico-Documental (Filtro de Formalización):** El comerciante debe de demostrar contar con su RUC activo en el régimen RUS, la autorización municipal de comercio en vía pública y los carnets de sanidad vigentes de todas las personas que manipulan los alimentos en el puesto.

- **Fase 2: Consistencia en la Calidad (Filtro SERVQUAL):** El módulo debe registrar un mínimo de 30 evaluaciones válidas de clientes a través del Código QR durante un mes calendario, obteniendo un puntaje promedio ponderado igual o mayor a 4.2 (en la escala Likert del 1 al 5). De tal forma, no debe registrar ninguna alerta crítica o de denuncia fundamentada por falta de higiene severa.

6.7.8. Beneficios Comerciales del Sello para el Puesto

El Sello de Calidad actúa como un mecanismo de diferenciación frente a la competencia informal del distrito. Sus principales impactos en el modelo de negocio son:

- **Posicionamiento de Confianza:** El cliente que transita por San Juan de Miraflores puede identificar a golpe de vista (mediante un sticker oficial de alto impacto visual colocado en el módulo) que ese lugar es seguro para su salud, reduciendo la barrera del miedo a las enfermedades de transmisión alimentaria (ETA).
- **Promoción en Canales Oficiales:** Los puestos que obtengan el Sello de Calidad serán incluidos en un "Catálogo Digital de Gastronomía Popular Secura" promovido por medio de las redes sociales oficiales de la municipalidad o mediante la asociación de comerciantes, dándoles publicidad gratuita.
- **Preferencia en Proyectos de Reubicación u Ordenamiento:** Ante planes de mejora urbana en el distrito, los comerciantes acreditados con el sello tendrán prioridad para mantener sus ubicaciones estratégicas o acceder a mejores espacios comerciales organizados por la comuna.

6.7.9. Sostenibilidad y Retiro del Sello (Monitoreo Continuo)

Para garantizar el valor real del sello y evitar que pierda credibilidad ante los consumidores, el sistema contempla un esquema de fiscalización continúa basada en datos:

- **Evaluación Mensual Automatizada:** Si en el reporte mensual del sistema QR el promedio de un módulo con sello desciende de 4.0, el comerciante recibe una "Alerta de Desviación de Calidad" y entra en un periodo de observación de 15 días para corregir sus procesos.

- **Pérdida Automática de la Acreditación:** El Sello de Calidad será retirado físicamente y el Código QR será suspendido temporalmente del programa si el módulo incurre en una falta sanitaria grave detectada por los inspectores municipales, o si su promedio de satisfacción ciudadano cae por debajo de 3.5 durante dos meses consecutivos.

En proyectos de innovación, las estrategias de investigación deben incluir los niveles de diseño, desarrollo, prueba piloto y validación preliminar de la solución propuesta.

6.7.10. Recursos necesarios para la implementación

Para garantizar la viabilidad y sostenibilidad de la propuesta, se clasifican los recursos bajo una matriz presupuestal estimada en el entorno local (costos en Soles - PEN):

Tabla 25: *Recursos para la implementación*

Categoría de Recurso	Descripción Técnica	Costo Estimado / Fuente
Recursos Tecnológicos	- Infraestructura de Google Workspace (Forms / Sheets) para alojamiento de encuestas de acceso gratuito. - Software de diseño vectorial para plantillas QR (Canva Pro / Adobe Illustrator).	Costo Cero (Uso de licencias libres y académicas).
Recursos Materiales	- Impresión de 50 tótems acrílicos A5 con Código QR institucional para los módulos piloto. - Impresión de 50 stickers de vinil del distintivo "Módulo Formal y Seguro". - Guías impresas de bolsillo sobre manipulación de alimentos.	S/ 450.00 (Acrílicos y viniles) S/ 150.00 (Material técnico e instructivos).

Recursos Humanos	- 1 Coordinador del Proyecto (Investigador/Tesista) encargado del soporte tecnológico y análisis de datos. - 2 Capacitadores/Monitores (Estudiantes de apoyo o personal aliado) para los talleres presenciales.	Ad honorem / Contrapartida académica del desarrollo de la tesis.
Logística operativa	- Movilidad local para las jornadas de monitoreo en las zonas de San Juan de Miraflores. - Refrigerios para los talleres de capacitación de los comerciantes.	S/ 250.00 (Traslados y supervisión) S/ 300.00 (Logística de talleres).
COSTO TOTAL ESTIMADO	Inversión base para el programa piloto de la propuesta.	S/ 1,150.00 Soles (estimado)

6.8. Matriz de Indicadores de Evaluación de la Propuesta

Para medir la eficacia e impacto real de la innovación, se plantea el siguiente cuadro de mando metodológico:

Tabla 26: *Matriz de indicadores de evaluación de la propuesta*

Variable Relacionada	Indicador Clave (KPI)	Fórmula de Cálculo	Meta Proyectada
Formalización	Tasa de formalización documental	$\times 100$	> 80% al finalizar el piloto
Calidad / Capacitación	Cobertura del programa formativo	$\times 100$	90% de asistencia perfecta
Calidad del Servicio	Densidad de respuesta ciudadana		Mínimo 30 evaluaciones por módulo al mes
Calidad del Servicio	Índice de Satisfacción Global (CSAT)	$\times 100$	> 85% de percepción positiva
Formalización / Sanidad	Reducción de incidencias críticas		Tendencia hacia 0 incidencias en el mes 3

Nota: Elaboración propia,

6.9. Beneficios esperados (Impacto Multiactor)

- **Para los Comerciantes:** Incremento en la afluencia de clientes debido a la reducción de la desconfianza higiénica; blindaje ante sanciones o multas municipales por carecer de formalidad legal; adquisición de competencias de gestión que incrementan la rentabilidad del negocio.
- **Para los Consumidores:** Acceso democrático a una alimentación pública segura; empoderamiento del ciudadano al convertir su opinión en un factor vinculante para

la permanencia del negocio; optimización de los tiempos de espera y mejoras tangibles en el trato interpersonal.

- **Para la Municipalidad Distrital de SJM:** Modernización de los catastros comerciales sin costo fiscal elevado; optimización del personal de fiscalización (el sistema QR ayuda a identificar qué zonas o módulos requieren inspección prioritaria según las denuncias de los usuarios); mejora de los índices de salud pública distrital reduciendo enfermedades de transmisión alimentaria (ETA).

6.10. Conclusión de la propuesta

La formulación del Sistema Integral de Formalización y Evaluación Digital de la Calidad del Servicio mediante Código QR trasciende la visión punitiva tradicional de la fiscalización ambulante, proponiendo en su lugar un enfoque asociativo, tecnológico y de valor compartido. La propuesta demuestra que la inclusión de herramientas digitales de bajo costo y alta accesibilidad permite cerrar brechas de informalidad, a la par que profesionaliza un sector económico vital para la subsistencia de miles de familias en San Juan de Miraflores. Al anclar la reputación del comerciante a la satisfacción real de su demanda a través del Sello de Calidad, se sientan las bases metodológicas para un modelo de negocio urbano sostenible, formal, competitivo y centrado en la calidad continua.

CAPÍTULO VII: RESULTADOS Y RECOMENDACIONES

7.1. RESULTADOS

7.1.1. Resultado General

Se determinó la existencia de una relación directa, covariación de significación probada entre la formalización y la calidad del servicio en los módulos de comida callejera de la municipalidad de San Juan de Miraflores, debido a que las conclusiones del análisis estadístico inferencial mostraron que la correlación de Pearson obtenido fue $r = 0.934$, lo cual denota una fuerza de asociación positiva muy alta entre la formalización de negocios y la calidad de servicio. Asimismo, el nivel de significancia calculado registra un p-valor inferior al umbral crítico establecido ($p < .001$ para una muestra de $N = 53$), demostrando que un incremento sostenido en los procesos de formalización se traduce de manera directa y proporcional en una optimización sustancial de los estándares de calidad en el servicio. Al disminuir la precariedad legal y laboral, el comerciante adopta un enfoque de gestión de largo plazo, lo que eleva de manera sustancial sus estándares de atención e influye positivamente en la percepción de confianza del consumidor.

7.1.2. Resultados Específicas

Resultado Específica 1 (Sobre la Formalización Sanitaria y Elementos Tangibles): Se determinó que existe una relación directa, significativa y positiva entre el nivel de formalización de negocios y la dimensión elementos tangibles en los módulos de comida callejera de la municipalidad de San Juan de Miraflores, debido a que los resultados del análisis estadístico inferencial evidenciaron una correlación de Pearson de r = 0.917, valor que indica una fuerza de asociación positiva muy alta entre ambas variables. Asimismo, el grado de significidad obtenido fue inferior al umbral crítico establecido (p < .001 para una muestra de N = 53),lo cual permite negar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis específica de investigación. Estos resultados demuestran que un mayor nivel de formalización

empresarial contribuye de manera directa al fortalecimiento de los elementos tangibles del negocio, reflejándose en mejores condiciones de infraestructura, equipamiento, limpieza, organización del espacio físico e imagen comercial de los módulos de venta.

Desde el punto de vista de gestion y Dirección de Negocios, la formalización constituye una herramienta estratégica que facilita el acceso a recursos financieros, programas de capacitación, asistencia técnica y mecanismos de control administrativo, factores que favorecen la inversión en activos físicos y en la mejora continua del establecimiento. En términos prácticos, estos hallazgos evidencian que los comerciantes formalizados poseen mayores capacidades para desarrollar entornos de atención más ordenados, seguros y atractivos para los consumidores, fortaleciendo su competitividad, diferenciación en el mercado y sostenibilidad empresarial a largo plazo.

Resultados Específica 2 (Sobre la Formalización Administrativa y la Fiabilidad):

Se determinó que existe una relación directa, significativa y positiva entre la formalización de negocios y la fiabilidad del servicio en los módulos de comida callejera en SJM. Debido a que los resultados del análisis estadístico inferencial evidenciaron un coeficiente de correlación de Pearson de r=0.866, valor que indica una fuerza de asociación positiva alta entre la formalización empresarial y la dimensión fiabilidad. Asimismo, el nivel de significancia obtenido registró un p-valor inferior al umbral crítico establecido (p<.001 para una muestra de N=53), permitiendo negar la hipótesis nula y confirmar la existencia de una relación estadísticamente significativa entre ambas variables. Este hallazgo demuestra que el fortalecimiento de los procesos de formalización empresarial se encuentra asociado con una mayor capacidad de los establecimientos para brindar un servicio consistente, confiable y alineado con los compromisos asumidos frente al consumidor. Bajo el enfoque de la Administración y Dirección de Negocios, la formalización favorece el desarrollo en gestión más estructuradas, el establecimiento de procedimientos operativos estandarizados y un mayor control sobre la prestación del servicio, factores que contribuyen a reducir la variabilidad en la atención y garantizar el cumplimiento efectivo de

las promesas ofrecidas al cliente. En consecuencia, la formalización constituye un elemento estratégico para fortalecer la credibilidad organizacional, incrementar la confianza del consumidor y consolidar ventajas competitivas sostenibles en los módulos de comida callejera del distrito de San Juan de Miraflores.

Resultados Específica 3 (Sobre la Formalización y la capacidad de respuesta): formalización de negocios y la capacidad de respuesta del servicio en los módulos de comida callejera de SJM. Debido a que los resultados del análisis estadístico inferencial evidenciaron un coeficiente de correlación de Pearson de r=0.879, valor que indica una fuerza de asociación positiva alta entre la formalización empresarial y la dimensión capacidad de respuesta. Asimismo, el nivel de significancia obtenido registró un p-valor inferior al umbral crítico establecido (p<.001 para una muestra de N=53), permitiendo rechazar la hipótesis nula y confirmar la existencia de una relación estadísticamente significativa entre ambas variables. Este hallazgo demuestra que el fortalecimiento de los procesos de formalización empresarial se encuentra asociado con una mayor capacidad de los establecimientos para brindar una atención ágil, oportuna y eficiente frente a los requerimientos de los consumidores. Desde la optica de la Administración y Dirección de Negocios, la formalización favorece la implementación de procedimientos organizacionales más estructurados, una mejor distribución de funciones y una gestión operativa más eficiente, factores que contribuyen a reducir los tiempos de espera y optimizar la atención al usuario. En consecuencia, los negocios formalizados desarrollan una mayor capacidad para responder de manera rápida y efectiva a las solicitudes, consultas y necesidades de los usuarios, fortaleciendo la satisfacción del cliente, la competitividad del negocio y la sostenibilidad de sus operaciones en el mercado.

Resultados Específica 4 (Formalización y la Empatía): Se determinó que existe una relación directa, significativa y positiva entre la formalización de negocios y la empatía del servicio en los módulos de comida callejera del distrito de San

Juan de Miraflores, debido a que los resultados del análisis estadístico inferencial evidenciaron un coeficiente de correlación de Pearson de r=0.857, valor que indica una fuerza de asociación positiva alta entre la formalización empresarial y la dimensión empatía. Asimismo, el nivel de significancia obtenido registró un p-valor inferior al umbral crítico establecido (p<.001 para una muestra de N=53), permitiendo negar la hipótesis nula y aceptar la existencia de una relación estadísticamente significativa entre ambas variables. Este hallazgo demuestra que el fortalecimiento de los procesos de formalización empresarial se encuentra asociado con una mayor orientación hacia el cliente y una atención más personalizada en la prestación del servicio. Desde el punto de vista de la gestión y Dirección de Negocios, la formalización favorece el desarrollo de competencias organizacionales y comerciales que promueven una mejor comprensión de las necesidades, expectativas y preferencias de los consumidores, fortaleciendo las habilidades de comunicación, trato interpersonal y servicio al cliente. En consecuencia, los negocios formalizados muestran una mayor disposición para brindar una atención cordial, respetuosa y centrada en el usuario, contribuyendo al fortalecimiento de las relaciones con los clientes, al incremento de su satisfacción y a la producción de factores claves de éxito sostenibles en los módulos de comida callejera de SJM.

7.2. RECOMENDACIONES

7.2.1. Recomendación General

Se recomienda a la jurisdicción distrital de San Juan de Miraflores formular y adoptar una política pública local orientada a la modernización y al ingreso paulatino de formalización progresiva del emprendimiento ambulatorio de alimentos, utilizando como base el modelo desarrollado en la presente investigación. Esto implica tomar las acciones de un enfoque fiscalizador tradicional de naturaleza netamente punitiva (enfocado en la sanción y la retención de herramientas de trabajo) hacia una estrategia de gobernanza basada en estímulos positivos, donde la obtención de la estabilidad legal esté directamente condicionada al mantenimiento de estándares óptimos de calidad en el servicio medidos

a través de la retroalimentación digital. Asimismo, se recomienda al desarrollo empresarial, fortalecer e impulsar programas integrales de formalización dirigidos a los propietarios de los módulos de comida callejera, mediante asesoría técnica, capacitación en gestión de negocios, simplificación de trámites y acceso a incentivos para la formalización. Esta recomendación se fundamenta en la evidencia obtenida, la cual demuestra que la formalización mantiene una relación positiva muy alta con la calidad del servicio. En ese sentido, promover la regularización de los negocios contribuirá a mejorar los estándares de atención al cliente, consolidar la confianza del usuario, optimizar la gestión operativa de los establecimientos y generar ventajas competitivas sostenibles que favorezcan el crecimiento económico de los emprendedores y el desarrollo comercial de SJM.

7.2.2. Recomendaciones Específicas

Recomendación Específica 1

Se recomienda al municipio de San Juan de Miraflores, fortalecer e incentivar los procesos de formalización de los módulos de comida callejera mediante programas de asesoría técnica, simplificación de trámites administrativos y acompañamiento empresarial, debido a que se ha evidenciado que la formalización mantiene una relación positiva muy alta con la calidad en el servicio. Estas acciones permitirán mejorar las condiciones operativas de los negocios, aumentar el grado de satisfacción del usuario y consolidar la competitividad de los emprendedores dentro del mercado local.

Recomendación Específica 2

Se recomienda implementar programas de capacitación incluyendo la participación de los propietarios y trabajadores de los módulos de comida callejera en temas relacionados con gestión de operaciones, cumplimiento de estándares de servicio y control de calidad, con la finalidad de fortalecer la fiabilidad en el servicio. La estandarización de procedimientos y

el cumplimiento consistente de las promesas ofrecidas al consumidor contribuirán a incrementar la confianza, la credibilidad y la fidelización del cliente.

Recomendación Específica 3:

Se recomienda promover la adopción de herramientas de gestión empresarial dirigidas a perfeccionar el flujo en la prestación del servicio al usuario, organización del trabajo y tiempos de respuesta, con el propósito de fortalecer la capacidad de respuesta del servicio. Una gestión más eficiente permitirá atender oportunamente los requerimientos de los consumidores, reducir lead time y mejorar la percepción de calidad en la atención brindada.

Recomendación Específica 4:

Se recomienda desarrollar programas de formación en habilidades blandas, servicio al cliente y comunicación efectiva para los emprendedores de los módulos de comida callejera, a fin de fortalecer la empatía en la atención. La mejora de las competencias interpersonales favorecerá una mayor comprensión de las necesidades de los clientes, promoviendo un trato cordial, personalizado y orientado a la construcción de relaciones duraderas que contribuyan a la sostenibilidad y crecimiento de los negocios formalizados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BROMLEY, R. (1998, April 1). INFORMALIDAD Y DESARROLLO: INTERPRETANDO A HERNANDO DE SOTO. *SOCIOLÓGICA, ECONOMIA INFORMAL, MICROEMPRESAS Y ESTRATEGIAS DE EMPLEO*, 15–39. https://www.redalyc.org/pdf/3050/305026610002.pdf

Mejía Uquiche, A. R. (2014). *Lineamientos de desarrollo para el distrito de San Juan de Miraflores* (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Ingeniería, Facultad de Ingeniería Civil)

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación* (M. Chacón, Ed.; Quinta edicion). McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. www.FreeLibros.com

HERNÁNDEZ, V. (n.d.). *EL COMERCIO INFORMAL EN EL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE MEXICO, SUS IMPACTOS SOCIALES Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE*.

Izquierdo Espinoza, J. R. (2021). ANÁLISIS DE LA INFORMALIDAD COMERCIAL EN EL DISTRITO DE SAN JUAN DE MIRAFLORES. *HORIZONTE EMPRESARIAL*, *8*(2), 782–792. https://doi.org/10.26495/rce.v8i2.2042

LÓPEZ, N. (2003). *EL SECTOR INFORMAL URBANO Y EL COMERCIO AMBULANTE COMO UNA EXPRESION DE LA MARGINALIDAD Y LA EXCLUSION SOCIAL*.

Morán Flores, G. H., Sota Janampa, M., Mercado Ocampo, E., Calderón Miguel, S., Anapan Paypay, Z., Paucarcaja Quichca, S., & Pomahuacre Palomino, A. (2024). *PRODUCCIÓN Y EMPLEO INFORMAL EN EL PERÚ, Cuenta Satélite de la Economía Informal 2022 - 2023*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7448702/6344108-produccion-y-empleo-informal-en-el-peru-cuenta-satelite-de-la-economia-informal-2022-2023.pdf?v=1735913240

ORELLANA, S. (2024). *COMERCIO CALLEJERO Y FORMAS DE REGULACION SOCIOCULTURAL EN EL ESPACIO PUBLICO EN EL SECTOR PLAZA DE ARMAS, EJE PUNTE Y ENTRONO MERCADO CENTRAL SANTIAGO*.

RIVERA REYES, N. (2019). *PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA INSTITUCIONAL Y SU INCIDENCIA EN LA FORMALIZACION DEL COMERCIO AMBULATORIO EN LA MUNICIPALIDAD DE SAN LUIS- 2018*. UNIVERSIDAD RICARDO PALMA.

Rojas, C., Liset, R., Herrera, Q., Puerto Maldonado, R., & Ecoturismo, F. DE. (n.d.). *ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION Y DESAFIOS DE LOS PUESTOS AMBULANTES DE DESAYUNOS AL PASO EN EL DISTRITO DE TAMBOPATA 2024*.

Rojas Jaimes, J., Chacon-Cruzado, M., Diaz-Tello, A., Castañeda-Pelaez, L., Rojas Jaimes, J., Chacón Cruzado, M., Castañeda Peláez, L., & Díaz Tello, A. (2020). Quantification of carcinogenic aflatoxins in unprocessed foods and their implication for consumption in Lima, Peru. *Nutrición Hospitalaria*, *38*(1), 146–151. https://doi.org/10.20960/nh.03240

Salazar Loyola, J., & Maricielo Asesor, B. (2019). *FORMALIZACIÓN Y COMERCIO AMBULATORIO ENTRE LAS AV. ALFREDO MENDIOLA, DISTRITO DE LOS OLIVOS, AÑO 2018*.

Costa Mas, J., & Canales Martínez, G. (s.f.). LA VENTA AMBULANTE Y SUS MERCADOS (EL CASO DE LA PROVINCIA DE ALICANTE).

Angulo Ramos, G. D. (2018). La formalización y su influencia en la liquidez de las empresas informales de la ciudad de Camaná – 2016 [Tesis de pregrado]. Universidad ... (completar).

Cieza Guevara, O. (2024). Formalización empresarial para el crecimiento de los negocios del Mercado Modelo de Lambayeque [Tesis de maestría]. Universidad ... (completar).

Potes, L. B., Castrejón, M. N., & Collazos, J. C. (2024). Formalización empresarial y su contribución al manejo del espacio público en plazas de mercado. Revista de Ciencias Sociales, *30*(4), 213-227.

Rodríguez Flores, J. L., Rodríguez Basantes, V. V., & Muñoz Paucarima, L. E. (2026). La formalización empresarial como pilar del desarrollo sostenible y la expansión de nuevos emprendimientos. LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, *7*(2), 1107-1119. https://doi.org/10.56712/latam.v7i2.5697

Rosas Cuellar, J. S. (s.f.). Los regímenes tributarios para MYPES, análisis y perspectivas. Revista LIDERA, 65.

Velásquez, J. R., Larrañaga, G. M., & Sarmiento, Á. (2016). La importancia de formalizar empresa con potenciales emprendedores de la localidad de Bosa, bajo un entorno de globalización económica y desarrollo social. Mundo Fesc, *11*, 80-90.

Cotrina, R. & Pumarrumi, A. U. (2020). Billetera Digital: Estrategia de Inclusión Financiera en las micro y pequeñas empresas del Perú. Revista Colombiana de Contabilidad, 8(15), 31-52.

De Soto, H. (1986). El otro sendero: La revolución informal. Editorial El Barranco.

Álvarez Ibarrola, J. M., Álvarez Gallego, I., & Bullón Caro, J. (2006). *Introducción a la calidad: Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad* (1.ª ed.). Ideaspropias Editorial.

Cecilio Llamocca, N. L., Ramos Andrade, S. E., & Huachaca Urbina, A. R. (2025). Calidad de servicio y su impacto en la satisfacción del cliente en un mercado cooperativo, distrito de Chorrillos (Lima, Perú), 2022. *Industrial Data*, *28*(1), 61–79. https://doi.org/10.15381/idata.v28i1.26171

Herrera Jiménez, R. (2006). El concepto de calidad: Un marco conceptual. *Ingeniería. Revista de la Universidad de Costa Rica*, *16*(1), 107-121.

Rojas-Martínez, C., Niebles-Núñez, W., Pacheco-Ruíz, C., & Hernández Palma, H. G. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información Tecnológica*, *31*(4).

Villalba Sánchez, C. (2013). La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades. *Punto de Vista*, *4*(7), 51–72.

ANEXOS

Anexo 1

Registro de impacto y resultados

Tipo de documento: Trabajo de Investigación

Título del Trabajo de Investigación o Tesis

Relación entre la formalización y la calidad de servicio de los módulos de comida callejera en San Juan de Miraflores – 2026

Integrante:

1. Hidalgo Curichimba, Ofelia Elizabeth

Asesor: Velasquez Tapullima**,** Pedro Alfonso

Impacto de la investigación

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

El impacto de la investigación demuestra que existe una relación positiva muy alta entre la formalización de negocios y la calidad del servicio en los módulos de comida callejera de San Juan de Miraflores, 2026 ($r = 0.934$; $p < .001$; $N = 53$), evidenciando estadísticamente que un mayor nivel de formalización se encuentra asociado con mejores estándares de calidad en el servicio ofrecido a los consumidores. En el ámbito operativo y empresarial, el cumplimiento de los requisitos legales, administrativos, sanitarios y económico-financieros favorece una gestión más organizada y contribuye al fortalecimiento de las condiciones en las que se desarrolla la actividad comercial. Asimismo, en el ámbito de la atención al consumidor, una mayor formalización se relaciona con mejoras en los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta y la empatía, favoreciendo espacios más ordenados, prácticas de atención más consistentes y una experiencia de servicio más satisfactoria. De esta manera, la investigación evidencia que fortalecer los procesos de formalización puede contribuir al desarrollo sostenible de los módulos de comida callejera, incrementando la confianza de los consumidores y generando beneficios tanto para los comerciantes como para la Municipalidad de San Juan de Miraflores.

Resultado del proceso de investigación

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los

efectos o la validez de lo investigado.

El análisis estadístico demostró que un mayor nivel de formalización de los módulos de comida callejera está vinculado de manera directa con la mejora de la calidad del servicio en San Juan de Miraflores (2026). Al registrarse un coeficiente de correlación de Pearson de $r = 0.934$ y una significancia de $p < .001$, con una muestra de $N = 53$, se rechazó la hipótesis nula, confirmando que existe una relación positiva muy alta y estadísticamente significativa entre ambas variables. En términos prácticos, esto evidencia que fortalecer los procesos de formalización no solo favorece una gestión más ordenada y el cumplimiento de los requisitos legales y sanitarios, sino que también se relaciona con mejores condiciones en los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta y la empatía en la atención al consumidor. Por ello, la formalización constituye un factor relevante para elevar los estándares de calidad del servicio, fortalecer la confianza de los consumidores y contribuir a la mejora de la gestión de los módulos de comida callejera del distrito.

Anexo 2

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem N°	Pregunta (Escala Likert: 1-5)
V1: Formalización	Aspecto Legal/Administrativo	Licencia de funcionamiento	1	El establecimiento cuenta con la licencia de funcionamiento vigente otorgada por la municipalidad.
			2	La licencia de funcionamiento se encuentra exhibida en un lugar visible del módulo.
			3	Se realizan los trámites de renovación de permisos municipales antes de su fecha de vencimiento.
		Registro de contribuyente (RUC)	4	El negocio cuenta con un número de RUC activo para sus operaciones comerciales.
			5	Se cumple con declarar los ingresos del módulo conforme a las normas tributarias actuales.
	Aspecto Sanitario	Carnet de manipulación de alimentos	6	Todos los trabajadores del módulo poseen un carnet de sanidad vigente.
			7	El personal ha recibido capacitación formal sobre higiene y manipulación de alimentos.
			8	Se mantiene un registro o control de la vigencia de los carnets de sanidad del equipo.
		Uso de indumentaria (mandil, gorro)	9	Se utiliza el mandil de trabajo de forma obligatoria y permanente durante el servicio.
			10	El uso del gorro o toca es estricto para evitar la contaminación de los productos.
	Aspecto Ocupacional	Ubicación en zona autorizada	11	El módulo opera estrictamente dentro de la zona autorizada por la municipalidad.
			12	La ubicación del módulo respeta las distancias mínimas permitidas respecto a otros puestos o vías.
		Respeto al metraje del módulo	13	Se respeta el metraje (medidas de largo y ancho) asignado en el permiso municipal.
			14	El diseño y estructura del módulo coinciden con las especificaciones técnicas autorizadas.
			15	Se evita la colocación de mercadería o mobiliario excedente fuera del área permitida.

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem N°	Pregunta (Escala Likert: 1-5)
V2: Calidad de Servicio	Elementos Tangibles	Limpieza del módulo	1	El módulo de comida se observa limpio y debidamente ordenado.
			2	El vendedor mantiene el área de atención libre de desperdicios o residuos.
		Presentación de los platos/utensilios	3	La presentación visual de los platos servidos es agradable y apetitosa.
			4	Los utensilios y envases entregados están en perfectas condiciones de higiene.
	Fiabilidad	Higiene en la preparación	5	Se percibe que los alimentos son preparados siguiendo altos estándares de higiene.
			6	El vendedor utiliza métodos higiénicos (como pinzas o guantes) al servir la comida.
		Sabor constante del producto	7	El sabor de los productos es el mismo cada vez que visito este módulo.
			8	La calidad de los ingredientes utilizados se mantiene constante en el tiempo.
	Capacidad de Respuesta	Tiempo de espera	9	El tiempo que espero para ser atendido es razonable y justo.
			10	El vendedor muestra disposición para atender los pedidos con prontitud.
		Rapidez en el cobro y entrega	11	La entrega de los pedidos se realiza de manera rápida y eficiente.
			12	El proceso de cobro se realiza sin demoras innecesarias para el cliente.
	Empatía	Amabilidad del vendedor	13	El vendedor me trata con respeto, cortesía y atención personalizada.
			14	Siento que el vendedor comprende mis preferencias y necesidades como cliente.
		Facilidad de pago (Yape/Plin/Efectivo)	15	El módulo ofrece facilidades de pago modernas (Yape, Plin) que me resultan convenientes.

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Nombre del instrumento	Cuestionario para evaluar la relación entre la formalización y la calidad de servicio de los módulos de comida callejera en San Juan de Miraflores – 2026
Autoras del instrumento	Hidalgo Curichimba, Ofelia Elizabeth; García Huaranca, Zenaida Beatriz
Instrumento	Lista de cotejo
Población	Conjunto de módulos callejeros y clientes del sector Pamplona, San Juan de Miraflores

Variable	Dimensión	N.°	Indicador	Ítem del instrumento	1 Totalmente en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
Formalización de Negocio	Legal Administrativo	1	Licencia de funcionamiento	El módulo cuenta con una licencia de funcionamiento municipal vigente.					
		2		La licencia de funcionamiento se encuentra exhibida en un lugar visible del módulo.					
		3	Registro Único de Contribuyentes (RUC)	El negocio cuenta con un número de RUC activo para sus operaciones comerciales.					
		4		El RUC se utiliza de manera obligatoria para emitir los comprobantes de pago del módulo.					
	Sanitario	5	Carné de manipulación de alimentos	Todos los trabajadores del módulo poseen un carné de sanidad vigente.					
		6		El personal asiste a capacitaciones formales sobre higiene y manipulación de alimentos.					
		7	Uso de indumentaria	El personal utiliza el mandil de trabajo de forma obligatoria durante todo el horario de servicio.					
		8		El uso del gorro o toca es estricto para evitar la contaminación de los productos.					
	Económico Financiera	9	Acceso a créditos bancarios	El estar formalizado le permite al módulo calificar para obtener créditos en entidades bancarias.					
		10		Las instituciones bancarias evalúan positivamente el historial financiero del negocio.					
		11	Acceso a microcréditos	El módulo recurre a microcréditos formales cuando requiere capital de trabajo inmediato.					
		12		El financiamiento por microcréditos ha permitido adquirir nuevo equipamiento para el negocio.					
	Ocupacional	13	Ubicación en zona autorizada	El módulo opera estrictamente dentro del espacio asignado por la municipalidad.					
		14		La ubicación del módulo respeta las distancias mínimas permitidas respecto a otros puestos o vías públicas.					
		15	Respeto al metraje autorizado	Las medidas físicas de largo y ancho del módulo coinciden exactamente con lo autorizado en el permiso municipal.					
		16		La distribución de los equipos de cocina se realiza exclusivamente dentro de la estructura del módulo.					

Variable	Dimensión		Indicador	Ítem del instrumento	1 Totalmente en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
Calidad de Servicio	Elementos Tangibles	17	Limpieza del módulo	El módulo de comida se observa limpio y libre de grasa en sus superficies.					
		18		El vendedor mantiene el área de atención al cliente libre de desperdicios o residuos acumulados.					
		19	Presentación de	Los utensilios y envases entregados están en perfectas condiciones de higiene.					

Variable	Dimensión		Indicador	Ítem del instrumento	1	2	3	4	5
					Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		20	platos y utensilios	La presentación visual de los platos servidos es agradable y apetitosa.					
	Fiabilidad	21	Higiene en la preparación	Se percibe que los alimentos son preparados siguiendo altos estándares de higiene.					
		22		El vendedor utiliza métodos higiénicos (como pinzas o guantes) al servir la comida.					
		23	Sabor constante del producto	El sabor de los productos es el mismo cada vez que visito este módulo.					
		24		La calidad y frescura de los ingredientes se mantiene constante en el tiempo.					
	Capacidad de Respuesta	25	Tiempo de espera	El tiempo que espero desde que ordeno hasta que recibo el pedido es razonable y justo.					
		26		El vendedor muestra disposición para atender los pedidos con prontitud.					
		27	Rapidez en el cobro y entrega	El proceso de cobro se realiza de manera rápida y eficiente por parte del personal.					
		28		La entrega de los pedidos se ejecuta sin demoras innecesarias para el cliente.					
	Seguridad	29	Inocuidad de los alimentos	Observo que el vendedor demuestra destreza técnica al momento de cocinar o ensamblar los alimentos.					
		30		El proceso de cocción y mantenimiento térmico de los alimentos asegura que el producto esté apto para el consumo.					
		31	Conocimiento del personal	El personal explica detalladamente y de forma clara los ingredientes o combinaciones disponibles.					
		32		El personal responde mis dudas o requerimientos especiales con argumentos seguros que me transmiten confianza.					
	Empatía	33	Amabilidad del vendedor	El vendedor me trata con respeto, cortesía y me ofrece una atención personalizada.					
		34		Siento que el vendedor comprende mis preferencias o necesidades específicas como cliente.					
		35	Facilidad de pago	El módulo ofrece facilidades de pago digitales (como Yape o Plin) además del efectivo.					
		36		Las herramientas de pago disponibles agilizan de manera conveniente mi proceso de compra.					

INSTITUTO SAN IGNACIO DE LOYOLA

INFORME DE JUCIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto:	Velásquez Tapullima Pedro Alfonso
1.2. Cargo e institución del experto:	Docente a tiempo parcial- ISIL
3. Nombre del instrumento:	Cuestionario estructurado
1.4. Autor del instrumento:	Hidalgo Curichimba, Ofelia Elizabeth, García Huaranca Zenaida Beatriz
1.5. Especialidad	Dirección Hotelera, Administración y Dirección de Negocios
1.6. Título de la investigación	"Relación entre la formalización y la calidad de servicio de los módulos de comida callejera en San Juan de Miraflores -2026"

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 82-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				75%	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				75%	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				75%	
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica				75%	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				75%	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				75%	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos				75%	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				75%	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				75%	
10.PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				75%	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					75%	

PREGUNTAS O ÍTEMS OBSERVADOS – VARIABLE 1 o INDEPENDIENTE:

Pregunta observada	Observación
	Las preguntas deben configurarse tipo enunciado.

La evaluación se realiza de todos los ítems de la variable

I. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 75 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD: (x) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

(x) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Fecha: 15/07/2026

Firma del experto informante. DNI. N° 44300506



Pedro Alfonso Velásquez Tapullima
Doctor en educación
CORLAD 34241
ORCID - 0000-0003-1966-339