



ANALIZANDO LA RELACIÓN ENTRE LA INFORMALIDAD Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL TURISMO

**Francisco Astete Saavedra
Roxana Julia Abarca Arrambide
Gloria Paulina Cardoso Moscoso
Zoilo Ladislao Vergara Valenza**



ANALIZANDO LA RELACIÓN ENTRE LA INFORMALIDAD Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL TURISMO

**Francisco Astete Saavedra
Roxana Julia Abarca Arrambide
Gloria Paulina Cardoso Moscoso
Zoilo Ladislao Vergara Valenza**

Editor Chefe

Ivanio Folmer

Bibliotecária

Tábata Alves da Silva

Revisora Técnica

Gabriella Eldereti Machado

Diagramação

Gabriel Eldereti Machado

Imagem capa

www.canva.com

Revisão

Organizadores e Autores(as)

Conselho Editorial

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva - UNIDAVI

Prof. Dr. Astor João Schönell Júnior - IFFAR

Prof. Dr. Alan Ricardo Costa - UFRR

Profa. Dra. Andréia Bulaty - UNESPAR

Profa. Dra. Carla da Conceição de Lima - UFVJM

Prof. Dr. Camilo Darsie de Souza - UNISC

Profa. Dra. Clarice Caldeira Leite - UFRGS

Profa. Dra. Cecilia Decarli - UFRGS

Prof. Dr. Carlos Adriano Martins - UNICID

Prof. Dr. Christian Dennys Monteiro de Oliveira - UFCE

Profa. Dra. Dayse Marinho Martins - UFMA

Prof. Dr. Deivid Alex dos Santos - UEL

Prof. Dr. Dioni Paulo Pastorio - UFRGS

Prof. Dr. Douglas Manoel Antonio de Abreu Pestana dos Santos - FASESP

Profa. Dra. Elane da Silva Barbosa - UERN

Profa. Dra. Elen Gomes Pereira - IFBA

Profa. Dra. Francielle Benini Agne Tybusch - UFN

Prof. Dr. Francisco Odécio Sales - IFCE

Prof. Dr. Francisco Ricardo Miranda Pinto - UFCAT

Prof. Dr. Gilvan Charles Cerqueira de Araújo - UCB

Prof. Dr. Ismar Inácio dos Santos Filho - UFAL

Prof. Dr. Leonardo Bigolin Jantsch - UFSM

Profa. Dra. Liziany Müller Medeiros - UFSM

Profa. Dra. Marcela Mary José - UFRB

Prof. Dr. Mateus Henrique Köhler - UFSM

Prof. Dr. Michel Canuto de Sena - UFMS

Profa. Dra. Mônica Aparecida Bortolotti - UNICENTRO

Prof. Nilton David Vilchez Galarza - UPLA

Prof. Dr. Olavo Barreto de Souza - UEPB

Prof. Dr. Rafael Nogueira Furtado - UFABC

Prof. Dr. Roberto Araújo da Silva Vasques Rabelo - UNILUS

Prof. Dr. Rodrigo Toledo - USCS

Prof. Dr. Rodolfo Rodrigues de Souza - UERJ

Prof. Dr. Sidnei Renato Silveira - UFSM

Prof. Dr. Thiago Ribeiro Rafagnin - UFOB

Prof. Dr. Tomás Raúl Gómez Hernández - UCLV

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Analizando la relación entre la informalidad y la calidad de servicio em el turismo [livro eletrônico] / Francisco Astete Saavedra... [et al.]. -- Santa Maria, RS : Arco Editores, 2024. PDF

Outros autores: Roxana Julia Abarca Arrambide, Gloria Paulina Cardoso Moscoso, Zoilo Ladislao Vergara Valenza.

Bibliografia.

ISBN 978-65-5417-309-4

1. Peru - Descrição e viagens 2. Turismo - Desenvolvimento 3. Turismo - Serviços I. Saavedra, Francisco Astete. II. Arrambide, Roxana Julia Abarca. III. Moscoso, Gloria Paulina Cardoso. IV. Valenza, Zoilo Ladislao Vergara.

24-218176

CDD-338.4791

Índices para catálogo sistemático:

1. Turismo : Economia 338.4791

Tábata Alves da Silva - Bibliotecária - CRB-8/9253



10.48209/978-65-5417-309-4

Este livro é o resultado de uma pesquisa científica em atividades de ciência e tecnologia.

O trabalho foi revisado por pares acadêmicos externo antes de ser publicado.



CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO I.....	13
INFORMALIDAD.....	13
1.1. Informalidad: una aproximación conceptual.....	14
1.2. Teorías de la informalidad.....	15
1.3. Causas y consecuencias de la informalidad.....	19
1.4. Informalidad: tipos.....	21
1.4.1. Informalidad laboral.....	21
1.4.2. Economía informal.....	23
1.4.3. Informalidad educativa.....	25
1.5. Medidas para reducir la informalidad.....	26
1.6. La informalidad en el crecimiento económico.....	29
CAPÍTULO II.....	31
TURISMO Y AGENCIAS DE VIAJES.....	31
2.1. ¿Qué es el turismo?.....	32
2.2. Tipos de turismo.....	33
2.3. Dimensiones del turismo.....	35
2.4. Factores que inciden en la actividad turística.....	37
2.5. Agencia de viajes.....	38
2.6. Clasificación de las agencias de viajes.....	39
2.7. Agencias de viajes: ventajas y desventajas.....	41

CAPÍTULO III.....	44
CALIDAD DEL SERVICIO.....	44
3.1. Calidad de servicio	45
3.2. Importancia de la calidad del servicio.....	47
3.3. Calidad del servicio: elementos.....	49
3.4. Evaluación de la calidad del servicio.....	50
3.4.1. Método SERVQUAL.....	52
3.4.2. Método SERVPERF.....	53
3.5. Calidad del servicio en la satisfacción del cliente.....	55
CAPÍTULO IV.....	57
ACTIVIDAD TURÍSTICA INFORMAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO.....	57
CAPÍTULO V.....	73
INFORMALIDAD, CALIDAD E IMAGEN EN LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS.....	73
5.1. La informalidad en el sector turismo: panorama nacional y perspectivas.....	74
5.2. La planificación estratégica en las agencias de viajes.....	77
5.3. La calidad del servicio y su impacto en la imagen turística.....	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	82
SOBRE LOS AUTORES.....	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ecuaciones de búsqueda por base de datos.....	61
Tabla 2 Criterios de búsqueda.....	61
Tabla 3 Proceso del método PRISMA.....	62
Tabla 4 Resultados cualitativos.....	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Diagrama PRISMA.....	63
-----------------	----------------------	----

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo identificar la relación de la actividad turística informal con la calidad del servicio. Para esto, se realizó una revisión sistemática de una serie de artículos publicados desde el 2018 hasta el 2024 en diversas bases de datos (Google Scholar, SciELO, Science Direct, Redalyc y Dialnet) con el propósito de sistematizar y analizar los artículos relacionado con el tema de investigación. Para la selección de los estudios, se aplicaron los criterios de inclusión y exclusión mediante el método Prisma. Como resultado se obtuvieron 14 artículos en los cuales se observó que la informalidad en el sector turismo perjudica la calidad de los servicios porque las empresas informales no poseen los recursos necesarios para brindar una grata experiencia a los visitantes, lo que se refleja en la inadecuada gestión y la reducción de los turistas en ciertas zonas. Como conclusión, se ha determinado que la actividad turística informal se relaciona negativa y significativamente con la calidad del servicio, lo cual es preocupante porque no se cumple con las expectativas y necesidades de los turistas, y además disminuye la productividad de aquellas empresas de turismo formales al reducirse la cantidad de visitas como consecuencia de una experiencia negativa.

Palabras clave: turismo, informalidad, calidad de servicio, agencia de viaje

ABSTRACT

This research aims to identify the relationship of informal tourism activity with service quality. For this, a systematic review of a series of articles published from 2018 to 2024 in various databases (Google Scholar, SciELO, Science Direct, Redalyc and Dialnet) was carried out, with the purpose of systematizing and analyzing the articles related to the research topic. For the selection of the studies, inclusion and exclusion criteria were applied using the PRISMA method. As a result, 14 articles were obtained in which it was observed that informality in the tourism sector harms the quality of services because informal companies do not have the necessary resources to provide a pleasant experience to visitors, which is reflected in the inadequate management and the reduction of tourists in certain areas. As a conclusion of the study, it was determined that informal tourism activity is negatively and significantly related to the quality of service, which is worrisome because it does not meet the expectations and needs of tourists, and decreases the productivity of those formal tourism companies by reducing the number of visits due to a bad experience.

Key words: tourism, informality, quality of service, travel agency

INTRODUCCIÓN

La informalidad es un problema que, desde hace décadas afecta al país en diversos sectores, por ejemplo, el empresarial, el laboral y el educativo. Es una problemática que ha intentado ser erradicada por medio de la implementación de políticas y estrategias que ayuden a identificar aquellas organizaciones que actúan fuera del marco normativo legal, con la finalidad de brindarles apoyo para que puedan formar parte del sector formal. Esto se debe a que las empresas informales no solo perjudican la economía nacional, sino también ocasionan el crecimiento de la tasa de trabajadores informales, quienes no poseen beneficios ni derechos laborales por brindar servicios a una entidad no registrada.

La informalidad, además de perjudicar la estabilidad y las ganancias económicas de miles de personas debido a las bajas remuneraciones y los constantes despidos, también es un factor que incide negativamente en la sociedad porque las organizaciones informales no declaran impuestos, los cuales son necesarios para mejorar las obras públicas y los servicios sociales. Actualmente, el sector informal ha ganado mayor notoriedad en la actividad turística, pues es un pilar económico a nivel nacional debido a la cantidad anual de turistas que viajan a diferentes partes del país y su constante consumo en restaurantes, hospedajes, museos, reservas paisajísticas u otros espacios.

El sector turismo, debido a su relevancia, necesita brindar servicios de calidad para cumplir con las expectativas y satisfacer las necesidades de los visitantes, para lo cual las agencias de viajes o empresas similares deben desarrollar sus actividades dentro del marco normativo nacional y considerando las normas de calidad, las cuales son determinantes para garantizar que el visitante disfrute de una experiencia agradable durante su viaje. No obstante, esto no ocurre en una empresa turística informal, dado que solo se enfoca en la venta

de sus productos sin considerar las necesidades de los clientes. Por todo ello, es necesario reevaluar el sector turístico a fin de evitar que la informalidad dañe la imagen turística y que, por el contrario, se fomente la promoción del turismo desde una perspectiva de calidad en el servicio para mejorar la economía nacional y la de los ciudadanos.

CAPÍTULO I

LA INFORMALIDAD

El trabajo es un aspecto esencial en la sociedad porque de este depende que los individuos ganen una remuneración para satisfacer sus necesidades. Es importante que el salario sea suficiente y justo para garantizar un estilo de vida adecuado, tanto personal como familiar. Asimismo, los ciudadanos tienen la libertad de acceder a un centro de trabajo que les proporcione estabilidad laboral y el goce de sus derechos. Sin embargo, la realidad suele ser diferente porque constantemente se observa que muchos empleados prestan servicios en condiciones inadecuadas, pues no se encuentran registrados en planilla, sus ingresos no son sustentados ante la entidad correspondiente, no pueden aplicar sus derechos como trabajadores, entre otros aspectos que inciden negativamente su vida.

Esto es consecuencia de la informalidad, que se ha convertido en una problemática que no ha dejado de aumentar a lo largo de los años. La informalidad está relacionada con aquellas empresas que no actúan dentro del marco legal, y cuyos trabajadores no tienen derechos laborales porque no pertenecen a una compañía registrada. Asimismo, se caracteriza por no brindar estabilidad, pagar sueldos por debajo de la media, retrasar los pagos no solo de sus trabajadores sino también de los servicios públicos, despidos masivos, entre otros. La informalidad es una problemática que surge como consecuencia de la falta de cultura tributaria o la falta de dinero de los empresarios para formalizar su empresa, dado que este proceso demanda cumplir con diversos requisitos. Ade-

más, es producto de la falta de plazas para acceder a un trabajo formal, lo que conlleva a que muchas personas opten por la informalidad a fin de satisfacer sus necesidades básicas.

En este aspecto, la informalidad puede ser vista tanto como un problema o como un medio de ayuda para aquellos que no logran ingresar a empresas formales. No obstante, es necesario que el Estado evalúe esta situación para brindar soluciones y que todas las personas puedan gozar de sus beneficios laborales. Además, al ser trabajadores y empresas formales, se puede incrementar la recaudación de impuestos, los cuales son destinados a la realización o mejoramiento de las obras para seguir brindando un servicio de calidad a la comunidad.

1.1. Informalidad: una aproximación conceptual

La informalidad es un problema social y económico que afecta el progreso de una sociedad, ya que no solo disminuye la recaudación de impuestos por parte del Estado, sino que los trabajadores que prestan sus servicios en este sector no están legalmente registrados en la entidad correspondiente y no tienen derechos laborales, por lo que pueden ser despedidos arbitrariamente. La informalidad está considerada como uno de los principales obstáculos para el desarrollo económico de las naciones porque disminuye su productividad, principalmente por que equipara y supera muchas de las actividades formales (Delgado *et al.*, 2019).

La informalidad ocasiona el desequilibrio colectivo y se produce por diversos factores (técnicos, socioculturales y personales), lo que conlleva a una evasión tributaria (Valqui & Ríos, 2023). Por último, la informalidad es considerada un fenómeno del cual se desprenden efectos que influyen negativamente en el desarrollo socioeconómico, por ejemplo, la inmigración sin control del área rural, la escasez de capital humano y físico, una inadecuada gestión empresarial, la ausencia de mecanismos que garanticen una correcta división de

recursos y del trabajo, la presencia de altos índices de pobreza y la dificultad para obtener un empleo en el sector formal (Delgado *et al.*, 2021).

A pesar de que los Estados suelen implementar medidas para reducir la informalidad, el empleo informal aún persiste y sigue creciendo, principalmente en los sectores de servicios y en las zonas rurales, dado que son espacios donde no se suelen aplicar políticas para erradicar este problema, lo que se refleja en los bajos salarios, los despidos masivos y la falta de organización en la distribución de cargos y funciones. Además, al haber empresas y trabajadores informales, no es posible conocer si una actividad puede beneficiar a la sociedad, debido a que no existen registros contables.

Con la pandemia de la COVID-19, muchas empresas cerraron por la falta de ingresos, sobre todo las del sector informal. Esto fue consecuencia de las medidas de distanciamiento social y las restricciones a la movilidad, además de otras medidas dictadas por el gobierno. Debido a este suceso, muchos empleados perdieron sus trabajos al ser despedidos inmediatamente, sin poder recibir indemnización o liquidación por no estar registrados en la entidad correspondiente. Como se observa, la informalidad es un problema que no solo afecta a las empresas, sino también a sus colaboradores.

1.2. Teorías de la informalidad

Las teorías de la informalidad fueron desarrolladas con el objetivo de demostrar que se trata de un fenómeno de escala mundial, el cual se ha sido analizando desde diferentes perspectivas. Las teorías se dividen en dos clases: teorías focalizadas y teorías holísticas, las cuales se detallan a continuación (Sánchez & Chafloque, 2019):

Teorías focalizadas

La economía informal es heterogénea. A continuación, se exponen una serie de teorías, que se enfocan y desarrollan desde la perspectiva del problema, es decir, desde un aspecto específico de la informalidad. Para esto, debe enten-

derse que la informalidad es un tema complejo porque abarca una gran cantidad de factores, los cuales permiten explicarla y analizarla de forma precisa (Sánchez & Chafloque, 2019):

- Teoría dualista

De acuerdo con esta teoría, la informalidad es el resultado de trabajadores excluidos del sector moderno, pese a que prestan un valioso servicio o crean productos de gran necesidad para la sociedad. Para muchos de los empleados expulsados del sector moderno, la inserción en actividades no institucionalizadas o mercados no organizados es una de sus mejores alternativas para obtener ingresos, principalmente por la falta de una normativa social que proteja al trabajador desempleado. Desde su implementación, el sector informal tiene un rol fundamental en el ajuste de los mercados de trabajo porque amortigua el impacto del desempleo y ayuda a que las personas puedan continuar obteniendo ingresos para satisfacer sus necesidades básicas, incrementando, de este modo, su peso relativo en la totalidad de la población ocupada (Sánchez-Puerta *et al.*, 2022).

- Teoría estructuralista

En la teoría estructuralista señala que la informalidad es la respuesta ante la falta de correspondencia cualitativa y cuantitativa entre dos factores claves: la oferta y la demanda de trabajo (Macedo, 2024). Para este enfoque, el problema de la informalidad se expresa como parte del problema de la sobreoferta y reconoce tres momentos que inciden en el desarrollo del sector informal:

- a. Proceso de modernización: Se presenta en sociedades cuya estructura económica se basa en la actividad agrícola. La sobreoferta laboral se genera cuando comienza el proceso de transición hacia la modernización.
- b. Procesos migratorios rural-urbanos: Se establece un flujo migratorio unidireccional, es decir, se establece una asociación de expulsión-recepción de los pobladores. Debido a que los espacios rurales actúan como áreas expulsoras de la población, las zonas urbanas tienden a actuar como

receptores de la población migrante; no obstante, debido a que hay gran cantidad de personas nuevas, no existen suficientes puestos de trabajo en el sector formal para que postulen, por lo que optan por inclinarse hacia trabajos informales hasta encontrar un trabajo adecuado.

c. Incremento de la participación familiar en el trabajo: El empleo de los integrantes de una familia hace que los familiares no solo se dediquen al consumo, sino también formen parte de la producción para obtener ingresos suficientes que les permitan la satisfacción de sus necesidades básicas. Entonces, la familia no solo debe ser considerada como una institución social, sino también económica, la cual cumple con su jornada laboral y recibe una remuneración según lo indicado en las normas.

- Teoría economía informal-ilegal

En esta teoría se afirma que el sector informal se desarrolla de manera ilegal y clandestina. Al respecto, debe especificarse que aquellas actividades ilegales se refieren a las actividades prohibidas por la ley y cuyas empresas no tienen la autorización para desarrollar tales actividades; en cambio, las actividades clandestinas son entendidas como aquellas actividades económicas no declaradas al gobierno. En general, en ambos tipos de actividades no se respetan las leyes y el dinero obtenido no es declarado (Sánchez & Chafloque, 2019).

Teorías holísticas

En las teorías holísticas se contempla la informalidad desde todas sus aristas. Son propuestas surgidas desde el siglo XXI y que se han ido desarrollando hasta la actualidad. Se caracterizan por abarcar numerosos aspectos para intentar explicar el sentido de la informalidad (Sánchez & Chafloque, 2019; Conde *et al.*, 2021).

- Teoría holística del Banco Mundial

En esta teoría se indica que la informalidad está integrada por tres componentes: entidades del Estado, empresas y trabajadores. La informalidad es definida como una problemática multidimensional, a partir de la cual surge el

interés por entender la interacción desarrollada entre los tres elementos, además de su elección por escapar de las regulaciones estatales (informalidad voluntaria) y su mutua exclusión (informalidad involuntaria).

- Teoría holística centrada en el análisis de regulaciones

Es una teoría regida por cuatro propuestas de regulaciones:

- Mantenerse dentro del ámbito formal y cumplirlo
- Mantenerse dentro del ámbito formal e incumplirlo
- Ajustar la actividad empresarial para salir del ámbito formal
- Estar fuera del ámbito formal desde un inicio, por lo que no existe preocupación por ajustarse a las regulaciones

En esta teoría se identifica al primer caso como formal y a los otros tres, como informales. De las cuatro propuestas presentadas, la segunda encaja perfectamente dentro del ámbito ilegal; la tercera, por su parte, queda al margen del marco formal y regulador por su tamaño real; la cuarta es presentada como externa y se mantiene al margen de cualquier tipo de regulación establecida por el Estado.

- Teoría holística (Women in Informal Employment: Globalizing and Organizing, s. f.):

Esta teoría se fundamenta en el empleo informal y propone la existencia de seis momentos en el trabajo:

- Empleados informales
- Empleadores informales
- Trabajadores por cuenta propia
- Trabajadores familiares auxiliares no remunerados
- Trabajadores industriales a domicilio
- Trabajadores asalariados eventuales

En esta teoría también se investigó la relación entre el género, la pobreza y la informalidad con el fin de identificar las causas que propician el desarrollo del sector informal y elaborar un modelo que permite su reducción.

1.3. Causas y consecuencias de la informalidad

La informalidad es producto de diversas causas, las cuales persisten hasta la actualidad porque no se han implementado las medidas suficientes para su erradicación. De acuerdo con Lira *et al.* (2023), las causas son las siguientes: existencia de muchos controles y fiscalizaciones para tener una recaudación fiscal mayor, demasiadas barreras administrativas, falta de emisión de comprobante de pago cuando se realizan operaciones comerciales, no inscripción en la entidad correspondiente y falta de cultura tributaria, que conlleva a no pagar impuestos y llevar libros contables.

Alava & Valderrama (2020) y Quispe *et al.* (2018) manifiestan que las causas son el desempleo, las excesivas regulaciones y normas, desconocimiento de las normas tributarias, la inmigración y la dificultad para acceder a créditos bancarios.

- **Desempleo:** Es la causa principal y más importante del desarrollo de la informalidad porque la escasez de bolsas de trabajo en las empresas ocasiona una elevada tasa de desempleados, quienes optan por la informalidad por la necesidad de obtener ingresos para solventar sus gastos.
- **Excesivas regulaciones y normas:** Las normas que las empresas formales deben seguir son muchas, por ejemplo, control de contaminación, contratos laborales, uso de la tierra, contribuciones, impuestos, seguridad social, entre otras, lo que hace muy costoso que las empresas se formalicen por la falta de capital. A esto se le suma la falta de control y medios para hacer cumplir la regulación, lo cual conlleva al desarrollo de más actividades económicas informales.
- **Desconocimiento de las normas tributarias:** La mayoría de los comerciantes no tienen conocimiento sobre los pagos tributarios o las ordenanzas municipales para usar los espacios públicos.

- **Inmigración:** Se genera desde el interior del país hacia la capital o por parte de extranjeros para tener una mejor calidad de vida; sin embargo, se encuentran con trabajos precarios, explotación laboral y racismo, que les impiden obtener mejores oportunidades laborales.
- **Dificultad para acceder a créditos bancarios:** En la mayoría de los casos, los negocios informales no pueden cumplir con los requerimientos exigidos por las entidades financieras para obtener crédito, por ejemplo, la declaración del impuesto a la renta y el registro de comercio. Debido a esto, se genera un círculo vicioso que impide a las empresas del sector informal incrementar su productividad y, por tanto, no pueden obtener el capital necesario para formalizarse.

La informalidad ocasiona diversas consecuencias materiales, por ejemplo, ingresos precarios y reducidos, falta de seguridad social, no permite que las personas con bajos ingresos tengan acceso a préstamos y disminuye la prosperidad general de la sociedad porque afecta negativamente los ingresos al país, los cuales son destinados a la mejora de obras públicas. Por otro lado, se ha identificado que entre sus consecuencias se encuentra el debilitamiento de la vida organizacional, la falta de participación política y el empuje de los sectores sociales más desfavorecidos hacia preferencias electorales y actitudes políticas que les favorezcan a nivel personal y no social (Baker *et al.*, 2020).

Otras consecuencias de la informalidad son el irrespeto y la desprotección de los derechos laborales, en conjunto con la explotación laboral. Los trabajadores que pertenecen al sector informal se encuentran en situación de vulnerabilidad porque no están protegidos por los derechos laborales y no pueden acceder a ciertos beneficios, por ejemplo, pensiones, vacaciones remuneradas, atención médica y seguridad social. Al contrario, al no estar protegidos, están expuestos a precarias condiciones laborales, bajos salarios, largas jornadas laborales y falta de estabilidad laboral. La informalidad también dificulta la negociación colectiva y la organización sindical, lo cual limita las capacidades de

los empleados para ejercer sus derechos y tener un mejor estilo de vida.

A nivel nacional, los negocios informales afectan la recaudación tributaria porque implica que el Estado tenga suficientes ingresos para realizar obras. Esto se debe a que las empresas del sector informal evaden el cumplimiento de sus obligaciones fiscales porque actúan fuera del marco legal, lo cual reduce la base impositiva y limita los recursos, que son necesarios para financiar los servicios y programas públicos (Ramos, 2023).

Como se observa, la informalidad es un fenómeno complejo que impacta en la productividad de un país y en la mejora de la calidad de muchas familias, ya que no tienen la oportunidad de recibir una mejor remuneración. Ramos (2015) menciona que la informalidad se ha convertido en un factor determinante en el incremento de la desigualdad por ingresos en la sociedad, ya que cuando se opta por una actividad informal, se obtienen beneficios por un corto plazo, pero no se garantiza la estabilidad laboral de los trabajadores, quienes pueden ser despedidos inmediatamente sin recibir una liquidación. Por esto, es necesario implementar medidas que fomenten la formalización a fin de proteger a los trabajadores.

1.4. Informalidad: tipos

Existen diversos tipos de informalidad que afectan a la sociedad. Cada uno de ellos incide en un sector específico, pero afectan a muchas familias, dado que las actividades no están reguladas por la ley. Algunos de estos tipos se detallan a continuación.

1.4.1. Informalidad laboral

La informalidad laboral es el incumplimiento total de las normas laborales establecidas por el Estado, lo cual conduce a la inestabilidad y afecta el bienestar económico y social de los trabajadores. Es el tipo de informalidad que se aprecia con mayor frecuencia, dado que las empresas evitan contratar en pla-

nilla para no pagar los impuestos respectivos, además de los beneficios sociales (como la seguridad social y CTS). Esta situación no solo afecta negativamente a que el colaborador pueda obtener más ingresos y se garantice su estabilidad laboral, sino también influye de modo negativo en los ingresos del Estado, que son necesarios para brindar un mejor servicio a la sociedad (Loor-Navas *et al.*, 2021).

El surgimiento de la informalidad se debe a un incremento en las brechas sociales, que excluyen a muchas personas en edad productiva de sus centros de trabajo o ya no se les permite postular a ciertos puestos por no cumplir con ciertos requisitos, a pesar de tener las habilidades y competencias necesarias para efectuar con éxito dichas tareas. Para resolver este problema, en las políticas públicas aplicadas por el Estado se deben reevaluar dichas situaciones para evitar que las personas opten por aplicar a trabajos informales; así también, para combatir la informalidad es fundamental que las remuneraciones sean suficientes para satisfacer las necesidades básicas y se forme una cultura tributaria en los empresarios. Por tanto, la falta de oportunidades de los trabajadores para acceder a un empleo formal es una de las causas más frecuentes por la cual se produce la informalidad laboral, seguido de las escasas o limitadas vacantes laborales (Rubio, 2018).

Como consecuencia de que las actividades ilegales no están amparadas institucional o legalmente, se producen casos injustos o cuestionables de relaciones laborales, como las que se enlistan a continuación:

- Despidos sin previo aviso y sin brindar algún tipo de compensación por el tiempo de trabajo realizado
- Tiempo de trabajo adicional no remunerado
- Bajo salario
- Incumplimiento en el pago
- Pago de salarios fuera de tiempo
- Inestabilidad laboral

Por tanto, la informalidad laboral es un problema que afecta a la sociedad en su conjunto, ya que es una barrera que impide que los trabajadores puedan crecer económicamente y que el Estado realice más obras, debido a la falta de recursos financieros suficientes, como resultado de la falta del pago tributario por parte de las empresas informales.

1.4.2. Economía informal

También conocida como economía irregular, es un concepto que fue presentado por primera vez en 1972 por la Organización Internacional del Trabajo, entidad que la definió como todas aquellas actividades económicas y productivas efectuadas por personas que eluden la regulación legislativa y, por ende, no están cubiertas por controles fiscales y acuerdos formales ni participan en los circuitos fiscales o estadísticos. Aquellos que se encuentran en este sector no efectúan declaraciones fiscales al Estado, dado que no se encuentran regularizados por alguna entidad. Asimismo, las personas que prestan sus servicios a sectores informales reciben un pago temporal (quincenal, semanal o por día) y no poseen beneficios laborales, como servicios de seguridad social, primas vacacionales, aguinaldos, utilidades, entre otros (Tello, 2023).

La economía informal también es definida como aquella actividad económica que no pertenece a la economía regulada ni al sistema tributario, por ejemplo, los conductores de taxis no registrados, los vendedores ambulantes o las empresas que no están inscritas en la institución correspondiente. Las compañías o personas que forman parte de la economía informal suelen operar a pequeña escala; debido a esto, no hay estadísticas oficiales para identificar la cantidad de negocios que pertenecen a este sector y cuántos trabajadores obtienen ingresos sin declarar.

La economía informal se caracteriza por relacionarse con la pobreza, la baja productividad, un crecimiento económico más lento y un elevado desempleo. Asimismo, se particulariza por estar presente principalmente en países en

vías de desarrollo y de bajos ingresos, pues no existe un control constante que evite el incremento de los negocios informales. Conjuntamente, es un sector que brinda ingresos y empleo a las personas que no encuentran trabajo o complementan sus ingresos obtenidos en el sector formal (Alexander, 2019).

Por otro lado, la economía informal también se define como aquella actividad no regulada por la ley y que se caracteriza porque las empresas no están organizadas sindicalmente, no cotizan a la seguridad social, sus trabajadores no reciben el salario mínimo y poseen menos cantidad de trabajadores (diez empleados como máximo). Esta definición fue propuesta teniendo en cuenta el tema de la regularización de las actividades empresariales (Salcedo-Pérez *et al.*, 2020).

La informalidad es un problema que dificulta el desarrollo de la economía y atrasa el progreso de una nación. Paralelamente, genera las siguientes consecuencias (Martínez *et al.*, 2022):

- Actividad comercial: Las personas que pertenecen a este sector no reciben capacitaciones y sus ingresos dependen de sus ventas diarias o de las propinas.
- Actividad informal de alta rentabilidad: Debe invertirse considerablemente para que la producción sea mayor al nivel de inversión.
- Lavado de dinero y narcotráfico: Tienen una estrecha relación con la economía informal porque ambas actividades no pueden ser efectuadas desde un contexto legal, dado que han sido categorizadas como ilícitas. Para su realización, se contrata a personas sin incluirlas en planillas o sin que emitan recibos por honorarios.
- Evasión del pago de impuestos: Esto se debe a que no están registrados en la entidad correspondiente.
- No proporciona prestaciones sociales al personal: Los trabajadores no reciben pagos de sus cesantías, seguridad social, prima de servicios, entre otros.

Como se observa, el fenómeno de la economía informal afecta en gran medida a la sociedad, por esto, el Estado debe implementar medidas que permitan disminuir el desarrollo de la informalidad, en conjunto con la sociedad, la cual también debe apoyar las medidas mediante la declaración de sus ganancias. Sin embargo, muchos de los trabajadores prefieren no ser detectados por el Estado para crecer de forma exponencial; además, las empresas optan por no registrarse porque no cuentan con el capital suficiente para cumplir con los requisitos para pertenecer al sector formal. En suma, la economía informal es un problema económico y social que puede demorar años en ser erradicado, por lo cual se deben aplicar acciones de políticas públicas para resolver este problema.

1.4.3. Informalidad educativa

La educación es uno de los pilares de toda sociedad debido a su influencia en el avance y el progreso. No solo enriquece la cultura y promueve el conocimiento, sino también fomenta una serie de valores para lograr la igualdad y el respeto. Debido a esto, el Estado y las instituciones educativas deben enfocarse en brindar una educación de calidad, con el fin de formar profesionales capaces de hacer frente y resolver los problemas de la sociedad. Sin embargo, se ha identificado que existen entidades educativas que operan fuera de las normativas de calidad y no están debidamente registradas para funcionar como colegios, es decir, se observa la existencia de una informalidad en la educación (Arrimada, 2022).

Servat (2020) señala que los centros educativos informales son aquellos que no tienen código de autorización, no pueden brindar certificados de estudios, alquilan códigos de autorización y no pueden ser ubicados en la UGEL de su área. Además, no cuentan con un modelo de gestión educativa de calidad, regida por la ISO 21001:2018 (Sistema de Gestión para Organizaciones Educativas), que es una norma que permite la mejora de los procesos y la atención

oportunidad de las expectativas y necesidades de las personas que usarán los servicios. Tiene una gran relevancia en el sistema educativo porque facilita la conducción racional de la organización y permite mejorar la eficacia de los trabajadores.

La ISO 21001:2018 se enfoca en la interacción de los integrantes del sistema educativo, es decir, los docentes, los directivos y los clientes; conjuntamente, plantea un conjunto de requisitos para que las entidades educativas puedan cumplir con los siguientes aspectos:

- Demostrar su habilidad para compartir, proveer y facilitar la construcción de conocimiento de los profesores y cumplir los aspectos regulatorios, contractuales y legales.
- Incrementar la satisfacción de los alumnos mediante una gestión que mejore el método de enseñanza.

Estos requerimientos son genéricos y aplicables a todos los centros educativos, con el fin de que puedan brindar un servicio de calidad. Una institución sin un sistema de calidad solo está destinada a ofrecer servicios mediocres, lo que afecta directamente en el aprendizaje de los estudiantes y el desarrollo de sus competencias, lo cual se observa en aquellos centros de educación informales, dado que no poseen los recursos necesarios para gestionar correctamente sus recursos materiales y humanos.

1.5. Medidas para reducir la informalidad

Para implementar estas medidas, es necesario conocer los factores de salida y exclusión que influyen en el paso de la formalidad a la informalidad, los cuales se mencionan a continuación: (Kelmanson *et al.*, 2019).

a) Factores de salida

Estos factores se relacionan con la participación voluntaria por parte de los colaboradores en el empleo informal, debido a que los empleados pueden obtener ingresos similares o superiores a los establecidos en el sector formal

y cuentan con una flexibilidad laboral mayor. Los factores que abarca son los siguientes:

- Regulaciones gravosas y costosas. Se incluyen las barreras comerciales y los altos costos de entrada.
- Administración tributaria deficiente y tributación excesiva y compleja.
- Barreras administrativas relacionadas con procesos de corrupción y burocráticos
- Falta de monitoreo y una deficiente aplicación de la normativa laboral y fiscal
- Bajos beneficios al ingresar al sector formal
- Baja calidad de servicios y bienes públicos (protección social, infraestructura)
- Preferencias personales por el empleo

b) Factores de exclusión

Se vinculan con la participación forzada de las personas en el sector informal, lo cual se debe a que no encuentran trabajo en el sector formal.

- Baja productividad
- Bajo capital humano
- Falta de oportunidades en el sector formal (principalmente para determinados grupos demográficos)
- Regulaciones gravosas y costosas, que incluyen barreras comerciales y altos costos de entrada

Teniendo en cuenta esos factores, es posible desarrollar medidas que permitan abordar la informalidad desde sus causas y formas. Como se sabe, la informalidad es una respuesta surgida ante la falta de soluciones por parte del Estado para garantizar que toda la población pueda acceder a empresas formales. Como resultado, muchas personas optan por realizar actividades fuera de la formalidad hasta conseguir un mejor puesto de trabajo. Con el análisis de los

casos de informalidad se han estado creando e implementando medidas para detenerla, entre las que destacan las siguientes (Deléchat & Medina, 2020).

- Mejorar el acceso a la educación y su calidad, puesto que es uno de los medios más eficaces para disminuir la informalidad. Se deben implementar reformas educativas enfocadas en optimizar la equidad de acceso y asegurar que los alumnos concluyan sus estudios básicos, dado que una persona mejor preparada a nivel académico tendrá más oportunidades de ingresar a empresas formales y obtener beneficios que le permitan tener una calidad de vida adecuada.
- El diseño del sistema tributario debe evitar la creación involuntaria de incentivos que ocasionen que las empresas prefieran permanecer dentro del sistema informal. La reducción de la informalidad es posible si se implementa un sistema sencillo para pagar los impuestos (sin lagunas jurídicas), con una tasa impositiva más baja e impuestos considerando la nómina salarial. Además, la instauración de un sistema de protección social solidario para proteger a aquellos que se encuentran en situación de pobreza permite que también tengan la oportunidad de pagar sus impuestos.
- Las políticas para mejorar la inclusión financiera y fomentar un mayor acceso a servicios bancarios o financieros formales contribuyen con la reducción del sector informal: la falta de oportunidad para acceder a los servicios financieros actúa como un factor clave negativo para los emprendedores por no tener un capital suficiente para cumplir con los requerimientos solicitados para la formalización.
- Implementar políticas estructurales para ayudar a crear incentivos y reducir el costo de la incorporación al mercado formal. La simplificación de los requisitos puede ayudar a facilitar la incorporación de los trabajadores informales al empleo formal. Para esto, también se sugiere suprimir los requisitos y normas burocráticos excesivos.

Estas son algunas medidas que pueden aplicarse para que los trabajadores y las empresas puedan formar parte del sector formal, de manera que tengan la oportunidad de gozar de mejores beneficios, como la prestación financiera o los derechos laborales. Además, al reducir la informalidad, el Estado puede obtener más ingresos y destinarlos a mejorar los servicios públicos o realizar nuevas obras para mejorar la calidad de vida de la población. Si bien no es una tarea fácil implementar estas medidas, es necesario incluirlas paulatinamente y concientizar a las personas sobre las consecuencias de la informalidad para evitar el crecimiento de este sector.

1.6. La informalidad en el crecimiento económico

El Banco Mundial (2021) indica que, actualmente, existe un alto porcentaje de empresas y trabajadores que operan lejos de la mirada de los Estados; es decir, realizan sus actividades fuera del marco de la ley. Esto supone un gran desafío porque obstaculiza la recuperación de las economías y afecta a los mismos trabajadores, quienes no poseen estabilidad ni beneficios laborales por prestar sus servicios en organizaciones no registradas.

En aquellos países que registran un grado de informalidad muy alto y alto, los recursos públicos para combatirla son limitados en comparación con aquellas naciones donde el sector formal es el predominante. En las economías de mercados emergentes y en desarrollo (EMED), los niveles de informalidad superan la media y los ingresos públicos representan solamente el 20 % del producto bruto interno (PBI), que es 5 a 12 puntos porcentuales menor que otras EMED, lo que conlleva a la reducción del gasto público en 10 %. Además, la capacidad de los bancos centrales para apoyar la economía es limitada, debido al sistema financiero subdesarrollado relacionado con la informalidad generalizada. Considerando lo expuesto, los países con sectores informales altamente desarrollados tienen un ingreso per cápita más bajo, más desigualdad de ingresos, más pobreza, niveles de inversión más bajos, mercados financieros

menos desarrollados y están más lejos de cumplir los objetivos de desarrollo sostenible.

La informalidad varía en cada región y país. Por ejemplo, en África al sur del Sahara, el porcentaje del PBI alcanza el 36 %, y en Oriente Medio y Norte de África el nivel más bajo es 22 %. En África al sur del Sahara y Asia meridional, la informalidad se debe principalmente al poco capital humano y el gran tamaño de los sectores agrícolas. Por su parte, en el norte de África, Oriente Medio, Asia central, Europa, América Latina y el Caribe, la informalidad es consecuencia de las fuertes cargas fiscales y regulatorias. En efecto, la informalidad afecta gravemente el PBI, el cual podría ser mayor si todas las empresas pertenecieran al sector formal y cumplieran con el pago de sus impuestos. Por esta razón, los Estados han estado aplicando reformas políticas para tomar iniciativas que disminuyan la tasa de empresas y trabajadores informales, a fin de que el sector formal pueda prosperar y, con ello, los mismos trabajadores y la sociedad en general.

Entonces, la informalidad comprende aquellos trabajos que no se encuentran dentro del marco legal. Tiene características distintivas, como ausencia de seguridad social y baja productividad. Es un problema que afecta negativamente la productividad de los trabajadores, el crecimiento económico y el bienestar social, ya que reduce la recaudación tributaria, dificulta el acceso a créditos, a la vez que genera una menor calidad y cobertura en la provisión de servicios y bienes públicos. En un contexto nacional, la informalidad ha disminuido en los últimos diez años; sin embargo, aún se necesita implementar políticas para erradicarla y garantizar que todos los ciudadanos puedan acceder a un trabajo donde puedan gozar de sus derechos laborales, a fin de que puedan alcanzar un mejor estilo de vida.

CAPÍTULO II

TURISMO Y AGENCIAS DE VIAJES

El turismo es una de las actividades más importantes de la economía nacional por su gran capacidad de desarrollo y dinamismo. Hoy en día, el turismo se ha convertido en una actividad grata para las personas, pues mediante esta no solo pueden recrearse, sino también tienen la oportunidad de conocer la cultura, la gastronomía, el paisaje, las costumbres, las tradiciones, entre otros aspectos de cada país; es decir, le permite al turista obtener experiencias únicas de acuerdo con sus necesidades, gustos y preferencias debido a la interrelación con la naturaleza, interactúan con las comunidades receptoras, cuidan su salud y realizan actividades físicas.

En ese sentido, el turismo permite a las personas disfrutar de su tiempo libre mientras aprenden de otras culturas, a la vez que actúa como un medio generador de empleos e ingresos por la cantidad de empresas turísticas —como las agencias de viajes— que se crean para satisfacer las necesidades del cliente. En este aspecto, el turismo se convierte en una actividad económica y experiencial que trae consigo muchos beneficios a los visitantes, al país y a los pobladores del espacio turístico. Debido a esto, es importante que las empresas turísticas y las agencias de viajes brinden un servicio de calidad, de manera que los turistas puedan disfrutar de su estadía en el país o región visitada.

Por otro lado, las agencias de viaje se han consolidado como un servicio indispensable dentro del sector turístico, ya que se encargan de facilitar las actividades de oferta de los proveedores de servicios turísticos hacia otras empre-

sas o consumidores. Además, poseen diversas funciones (orientadora, intermediaria, creadora, comercializadora, financiera, práctica, social y administrativa) para que los turistas puedan tener una experiencia completa y sin problemas en el lugar elegido para visitar, considerando la calidad ofertada y la mejora de sus servicios por medio de la contratación de un personal motivado y capacitado para brindar el apoyo necesario a los visitantes.

2.1. ¿Qué es el turismo?

El turismo es el conjunto de actividades mediante las cuales una persona ocupa su tiempo libre o de descanso para ir a un lugar nuevo y disfrutar de paisajes, gastronomía o manifestaciones culturales, es decir, para realizar un intercambio simbólico y material entre los participantes (Cayo-Velásquez *et al.*, 2022). Se trata de un fenómeno que se caracteriza por el desplazamiento de la persona con un destino diferente a su hogar; asimismo, se trata de un recurso que actúa como dinamizador de la economía porque se utilizan diversas actividades económicas del lugar que se visita, lo que conlleva al desarrollo económico de la región. El turismo es uno de los sectores económicos más importantes debido a que genera grandes ingresos a un país o región. Además, es una industria que contribuye con la generación de trabajo, ya que requiere de personas que apoyen como guías turísticos, en hospedajes, servicio al cliente, entre otros aspectos (Cueva & Chauca, 2022). Se trata de una actividad compleja que requiere de diversos servicios, como hotelería, restaurantes, traductores o guías turísticos. Posee las siguientes características:

- **Movilidad:** Implica el desplazamiento de las personas desde su domicilio hasta un destino turístico determinado.
- **Diversidad:** El turismo abarca diversas actividades, entre las que destacan las visitas culturales, deportes extremos, caminatas, turismo de montaña, playa, negocios, gastronómico, entre otros.

- Impacto económico: El impacto del turismo es significativo porque genera riqueza y empleo a los pobladores del sector.
- Impacto ambiental: El impacto en el ambiente también puede ser significativo, principalmente en destinos masificados; por eso es importante que se implementen y fomenten un turismo responsable y sostenible.
- Planificación y gestión: El turismo demanda una gestión y planificación adecuadas por parte de los empresarios turísticos y las autoridades, para asegurar su sostenibilidad y viabilidad a largo plazo.

Considerando lo expuesto, el turismo se posiciona como una actividad muy importante desde una perspectiva económica, cultural y social. Esto se debe a que incrementa considerablemente los ingresos de una región, los cuales son utilizados como inversión para construir infraestructuras de mayor desarrollo y mejorar los medios de transporte en cuanto a su frecuencia y calidad; además, reduce la tasa de desempleo e incrementa el bienestar en las comunidades. Por ello, es fundamental brindar un buen servicio a los turistas, con el fin de que tengan una grata experiencia y la compartan con otros turistas. Conjuntamente, es necesario comprobar que aquellas empresas de turismo actúen dentro del ámbito legal para garantizar la seguridad de los visitantes y se evite algún tipo de problemas con su estancia.

2.2. Tipos de turismo

Actualmente, existen diversos tipos de turismo, los cuales se han desarrollado según las necesidades de las personas. A continuación, se exponen los tipos más predominantes en la actualidad (Coll, 2020).

Ecoturismo

El ecoturismo surgió como consecuencia del turismo masivo tradicional, el cual suele ser insostenible y provoca impactos negativos en las comunidades locales y el medioambiente. Su objetivo es fomentar viajes sostenibles, es decir, aquellos en los que los turistas respeten el medioambiente y la cultura de las

localidades que visitan. El ecoturismo suele incluir las siguientes actividades: agroturismo (visita a granjas o empresas agrícolas), turismo rural y exploración de la naturaleza (Salazar, 2023).

Turismo gastronómico

El turismo gastronómico o culinario consiste en conocer el patrimonio culinario y la gastronomía de un lugar, lo que, a su vez, preserva la autenticidad local y fortalece la identidad cultural. Es considerado un subsector que le permite a los visitantes buscar y disfrutar experiencias memorables y únicas porque pueden participar en actividades gastronómicas tradicionales y probar las especialidades locales (Fusté *et al.*, 2020). Además, con esta experiencia el visitante también descubre los procesos de producción y el modo de alimentación de la zona visitada.

Turismo comunitario

Consiste en el viaje responsable de las zonas naturales para conservar el medioambiente y sustentar el bienestar de los pobladores locales. Se caracteriza por permitir la participación activa de la comunidad desde un enfoque intercultural, la valoración del patrimonio cultural y el manejo adecuado del patrimonio natural, basándose en el principio de equidad, es decir, en la distribución equitativa de los beneficios obtenidos (Torres *et al.*, 2020).

Turismo cultural

Es un proceso de intercambio social por medio del cual una sociedad participa en el consumo de su patrimonio cultural, que suele estar preservado en archivos, bibliotecas, museos, jardines botánicos, literatura, reservas nacionales, artesanías, artes escénicas y folklore. Tiene como objetivo principal que los turistas puedan elegir un lugar cultural destacado (dependiendo de la actividad de su interés), con la finalidad de ampliar sus conocimientos sobre el lugar visitado (Cruz, 2021).

Turismo de negocios

Es el tipo de turismo realizado por motivos de negocios, es decir, en el que los trabajadores se dirigen a lugares estratégicos elegidos por la empresa con el propósito de realizar negocios con otra compañía o para promocionar los productos o servicios que brinda. Tiene como finalidad conseguir acuerdos comerciales entre personas físicas o empresas, y se caracteriza por ser muy solicitado por comerciantes, ejecutivos, profesionales y empresarios, debido a los beneficios que pueden obtenerse.

Turismo activo

Se relaciona con el turismo rural. Es un tipo de turismo solicitado por las personas que tienen un gran compromiso con el medioambiente porque se basa en la sostenibilidad y la ecología, es decir, en él se aplican prácticas para conservar las especies y los recursos naturales, con el objetivo de proteger los patrimonios culturales y biológicos de cada nación. El turismo activo se divide en varios subtipos, por ejemplo, turismo espiritual, religioso y de aventura.

Turismo científico

Este tipo de turismo es efectuado con fines de investigación. Consiste en enviar a profesionales e investigadores a determinadas instancias, por ejemplo, museos, sitios arqueológicos u otro tipo de escenarios científicos para analizar y estudiar todo lo referente al espacio visitado. El turismo científico integra al turismo científico social, el cual lleva a cabo estudios sobre la evolución de las especies.

2.3. Dimensiones del turismo

De acuerdo con Amador-Mercado (2021), se distinguen tres dimensiones en el turismo:

Dimensión económica

Busca asegurar que las actividades económicas de una región determinada sean eficientes a largo plazo, para que brinden beneficios socioeconómicos.

micos a aquellos individuos que se encuentran involucrados, considerando la correcta y equitativa distribución de los ingresos a la comunidad. Incluye una serie de aspectos, tales como las oportunidades de empleo, la promoción de las actividades turísticas, el crecimiento de la demanda de servicios y bienes, y la reducción de los pobladores de la comunidad receptora. Pese a esto, también presenta ciertas desventajas, como el aumento del valor del terreno, la intensiva importancia de los insumos y recursos, y la inflación local por dependencia económica

Dimensión ambiental

Esta dimensión se enfoca en el uso adecuado y la protección de los recursos naturales para conservar la diversidad biológica por medio de la aplicación de procesos ecológicos esenciales. Está constituido por diversos impactos positivos, entre los que destacan la educación e investigación ambientales, la conservación de los recursos naturales y el patrimonio, los cuales incluyen la protección de las especies en peligro de extinción. Para esto, la municipalidad y las empresas turísticas se centran en la creación de instrumentos que permitan una apropiada gestión del entorno y las medidas regulatorias aplicables al medioambiente. No obstante, también se han identificado impactos negativos, como contaminación visual por modificación del paisaje, sobrecarga de la infraestructura y consumo acelerado de los recursos naturales.

Dimensión social

Esta dimensión contribuye con el respeto a la autenticidad sociocultural de las sociedades o comunidades receptoras, con el propósito de conservar el patrimonio cultural intangible y tangible; además de sus valores tradicionales, la tolerancia y el entendimiento de las culturas existentes. En esta dimensión, la gestión aplicada se enfoca en generar un mayor control y bienestar de los pobladores locales, quienes participan activamente en los procesos turísticos.

Es importante destacar que en las tres dimensiones, el turismo se fundamenta en criterios de sostenibilidad, es decir, que sea viable a nivel económico, social, ético y ecológico para las comunidades locales.

2.4. Factores que inciden en la actividad turística

Son diversos los factores que influyen en el turismo. A continuación, se detallan aquellos que tienen una mayor incidencia en las actividades turísticas (Beatón *et al.*, 2021; Crespo & Soria, 2019):

Motivación

La motivación es uno de los factores más importantes porque de este depende el comportamiento del turista, es decir, si decide destinar una parte de su remuneración a un viaje o no. Usualmente, la motivación por los viajes surge como medio para relajarse o para conocer la cultura de otros lugares.

Calidad

Los servicios ofrecidos en los destinos turísticos tienen un rol esencial en la satisfacción de los visitantes y en los mismos residentes, ya que dependiendo de la calidad del servicio, se puede incrementar la competitividad del lugar y lograr una mejor imagen en el mercado global. Para esto, no solo se requiere perfeccionar los servicios, sino también la seguridad ciudadana, a fin de que los turistas puedan disfrutar tranquilamente de su visita. Brindar servicios de calidad es un factor esencial para incentivar el turismo, ya que los visitantes se sentirán motivados de regresar por haber tenido una experiencia grata y haber cumplido sus expectativas.

Recursos turísticos

Una mayor cantidad de recursos turísticos incentiva a los viajeros a visitar dicho lugar. En este aspecto, es importante que un área turística posea un alto número de atractivos y recursos patrimoniales, los cuales deben estar en buen estado de conservación.

Innovación

Las tecnologías de la información son herramientas que ayudan a implementar acciones encaminadas a la optimización de la conectividad y la mejora de los servicios brindados por los residentes del espacio turístico, especialmen-

te en lo que respecta a las instalaciones turísticas (hospedaje, restaurante) y entidades patrimoniales. En la actualidad, las instalaciones hoteleras cuentan con equipamientos y servicios de última generación tecnológica, por lo que se han implementado herramientas tecnológicas con el fin de dinamizar su gestión y complementar su atractivo.

2.5. Agencia de viajes

Es una empresa enfocada en la realización de arreglos de viajes y en la venta de servicios individuales u organizados por paquetes. La mayoría de las agencias de viajes venden boletos de tren y avión, aunque no se limitan a esto, ya que también venden paquetes de cruceros e incluyen el servicio de hospedaje y comida (Aguilar *et al.*, 2020). Esto se realiza con el objetivo de alcanzar la satisfacción (cumplimientos de sus expectativas y necesidades), la fidelización de los turistas y garantizar que vuelvan a requerir los servicios de la misma agencia en sus próximos viajes.

Una agencia de viajes es también una compañía del sector turístico, cuya labor es la organización, intermediación y realización de proyectos, itinerarios y planes, además de la venta y elaboración de productos turísticos entre sus clientes y los proveedores del lugar que se visitará. Actualmente, estas agencias han logrado ser reconocidas a nivel internacional y en un mercado altamente competitivo, pues su productividad logra cada vez un mayor índice, como resultado de que cubren una amplia gama de necesidades y su servicio es de calidad (Calero *et al.*, 2023).

Las agencias de viajes poseen las siguientes funciones:

- Brindar una cobertura extensa y completa de las oportunidades de viajes y vacaciones para todos los recorridos disponibles, tales como centros turísticos, complejos turísticos, entre otros.
- Promocionar la información de sus servicios mediante la publicidad en redes sociales.

- Organizar la venta del producto turístico utilizando modernos métodos comerciales y considerando las peculiaridades y especificidades del mercado turístico.

Como se observa, las agencias de viajes juegan un rol fundamental en la oferta y la demanda del sector turismo, pues apoyan a los turistas en su recorrido y les permiten crear experiencias memorables; para esto, es necesario que dichas agencias tengan una buena planificación a fin de evitar algún problema durante el viaje.

2.6. Clasificación de las agencias de viajes

De acuerdo con Espinoza (2022), las agencias de viajes se clasifican en dos tipos, los cuales a su vez se subdividen en varias clases, tal como se detalla a continuación:

Clasificación de agencia de viajes según el tipo de operación

- Operadoras: Son aquellas que integran y operan sus propios servicios turísticos, para lo cual elaboran un producto denominado paquete o excursión, que se vende u ofrece de forma directa a otras agencias de viajes y no al público de forma directa. Se caracterizan por poseer instalaciones o equipos para dar servicios de transporte y hospedaje, a fin de evitar que los turistas busquen por sí mismos estos servicios.
- Mayoristas: Este tipo de agencias de viajes se dedica a la venta directa de sus excursiones o paquetes al público y a otras agencias de viajes. Así también, se encarga de vender los servicios turísticos o los productos de otras operadoras o empresas con quienes tienen convenio.
- Minoristas: Son agencias que venden productos y servicios turísticos que son generados u operan en otras empresas y agencias de servicios, lo cual se debe a que no poseen paquetes propios para ofrecer.

Clasificación de agencia de viajes según el tipo de mercado

- Nacional: Estas agencias solo brindan productos y servicios turísticos dentro del territorio donde residen.
- De exportación o emisivo: Brindan productos y servicios turísticos dentro del territorio donde residen y también para otros países.
- Receptivo: Estas agencias trabajan con los clientes en el lugar donde este se encuentra. Se centran en contratar el hospedaje, gestionar las actividades y resolver las incidencias que puedan surgir durante la estancia.

La Universidad Cesuma (s.f.) ha identificado dos tipos de agencias de viajes, las cuales también se subclasifican:

Según las funciones que desempeñan las agencias

- Agencias de imitación: Se encargan de vender productos turísticos comprados a un operador turístico.
- Agencias innovadoras: Venden un producto turístico comprado a un operador turístico, en conjunto con otros servicios adicionales, con el objetivo de que el viaje se adapte a las necesidades del turista y a las características del mercado turístico regional, tales como seguros para los turistas, apoyo para la obtención de visados y agentes que organizan traslados adicionales.
- Agencias de desarrollo: Se dedican a formar viajes partiendo de servicios turísticos individuales obtenidos mediante operadores turísticos diferentes.

Según el alcance del trabajo realizado y las formas de cooperación entre la agencia y el operador

- Agencias que trabajan con esquemas sin riesgo: Se refiere a aquellas que han reservado un viaje con un operador turístico habiendo un único cliente, el cual suele hacer su pago por adelantado. Aunque el importe de la comisión del agente es estándar, es la forma de cooperación menos ar-

riesgada para la agencia de viaje entre el operador y el agente. Es utilizado por aquellas agencias que prefieren no correr riesgos al no poder atender a un gran número de clientes, como suele suceder en fechas punta.

- Agencias que trabajan en un esquema de riesgo: La agencia asume la probabilidad de reservas o compras irrevocables en bloque de asientos en los viajes ofrecidos por el operador, con el propósito de asegurar la colocación de los futuros clientes en la agencia. Es decir, al poseer su bloque propio de plazas en los viajes, el agente tiene la posibilidad de enviar a todos sus clientes a un viaje sin la necesidad de negociar la disponibilidad con el operador turístico.

Existen diversos tipos de agencia de viajes, los cuales se diferencian por los productos que ofrecen. Cada una de estas agencias, pese a tener características diferentes, se centran en ofrecer un buen servicio, lo cual es importante para que las experiencias de los turistas sean agradables y puedan recomendar no solo la agencia, sino también la región a la que viajaron.

2.7. Agencias de viajes: ventajas y desventajas

En un principio, las agencias de viajes solo actuaban como mediadoras, dado que eran pagadas por aerolíneas y otras empresas turísticas para la distribución de sus productos y servicios, ya que siempre han estado en constante competencia. En otras palabras, las empresas del sector turístico requerían de otras empresas más pequeñas para ofrecer sus productos y continuar existiendo en el mercado, así como para cumplir con las tendencias de este sector. El rol de las agencias de viajes ha cambiado como consecuencia del advenimiento de las nuevas tecnologías y la consolidación de la industria (Avilas, 2023).

Dicho cambio ha permitido que las agencias de viajes desarrollen nuevos servicios, lo cual les ha permitido obtener diversas ventajas personales y para los clientes, las cuales se detallan a continuación (Novatours, 2022):

- La agencia se encarga de la planificación de la ruta y la organización del viaje.
- La planificación de la ruta incluye la reserva de los hospedajes para cada persona.
- El cliente no debe preocuparse por buscar el transporte porque la agencia se encarga de contratarlo para los desplazamientos internacionales y locales. Puede ser en avión, tren, bus, incluido el alquiler de vehículos.
- La agencia brinda un guía turístico para mejorar la experiencia y que el cliente pueda hacerle preguntas sobre la cultura del destino escogido.
- Se pueden conocer restaurantes de comida tradicional, los cuales suelen estar incluidos en el plan.
- Debido a que se posee un guía y una ruta, el cliente tiene la oportunidad de conocer los sitios más turísticos y entrar gracias a las reservas.
- Si el destino es un país extranjero con un idioma diferente, el guía se encarga de comunicarse con los locales para conseguir las cosas que se requieran.
- Algunos destinos, debido a sus características, requieren ser reservados con anticipación para evitar contratiempos, lo cual es realizado también por la agencia.
- Las agencias de viajes brindan seguridad, es decir, en el plan se cubre asistencia ante cualquier imprevisto y atención médica.
- Los viajes son organizados en pequeños grupos para reducir los costos y mejorar la experiencia.
- La organización de la ruta es organizada por la agencia, pero ello no impide la visita a otros lugares.

Sarralde (2023) señala que una agencia de viajes también presenta algunas de desventajas, entre las que destacan las siguientes:

- En un viaje organizado por una agencia, generalmente, las visitas y las rutas suelen estar planificadas, excepto en ciertos casos en que se ofrecen posibles visitas opcionales.
- Los restaurantes y los hospedajes también suelen ser predefinidos, debido a que muchas agencias forman convenios con algunas empresas.
- Los tiempos y horarios de desplazamientos y visitas suelen estar regulados en todo el viaje, por lo cual el turista debe acomodarse al ritmo.
- La planificación de cada actividad puede ocasionar que los turistas se levanten muy temprano para desplazarse a su destino turístico; además, al tener una programación ajustada, las visitas suelen ser muy apresuradas, lo que ocasiona que no se pueda disfrutar del paisaje.

En suma, las agencias de viajes son negocios que han obtenido una posición importante en el sector turismo, pues ya no se limitan a actuar únicamente como intermediarias, sino que también ofrecen sus propios productos, como paquetes personalizados que incluyen hospedaje, restaurante, visitas guiadas, viajes, entre otros aspectos. Además, al evaluar constantemente las necesidades y expectativas de los clientes, pueden mejorar sus servicios para asegurar una grata experiencia a los turistas.

CAPÍTULO III

CALIDAD DEL SERVICIO

Todas las empresas tienen por objetivo obtener ganancias para mantener su posición en el mercado y frente a la competencia; asimismo, se enfocan en mejorar su gestión, productos y servicios para brindar un servicio de calidad y satisfacer las necesidades de sus clientes. La calidad del servicio es uno de los aspectos que más ha preocupado a las compañías porque de este depende que los consumidores vuelvan a elegir los servicios o productos de un negocio y su fidelización; por este motivo, muchas organizaciones se han planteado como objetivo tomar medidas para conocer las expectativas y necesidades de sus consumidores, con el fin de brindarles productos y servicios adecuados.

Una de estas medidas es la aplicación de evaluaciones para medir la calidad, las cuales se han convertido en un recurso esencial porque permiten conocer si el servicio brindado es de calidad o requiere ser mejorado para evitar perder clientes. Existen dos métodos que se han desarrollado y son los más utilizados en la actualidad, como SERVQUAL y SERVPERF. Ambos recursos garantizan la obtención de información de los clientes al recabar sus opiniones y comentarios, a partir de lo cual se elaboran estrategias o se aplican políticas para optimizar la gestión empresarial. Las evaluaciones son aplicadas periódicamente, principalmente porque cada cierto tiempo las necesidades y las expectativas de los consumidores van aumentando debido a los cambios constantes producto de la globalización.

Entonces, la calidad del servicio es un aspecto esencial que no puede pasar desapercibido por las empresas. Su mejora permitirá que más personas se sientan satisfechas con una compañía y regresen a ella. Además, al obtener comentarios positivos, la imagen organizacional mejorará, lo cual atraerá a más clientes e incrementará la producción para evitar pérdidas por falta de recursos. Por tanto, la calidad del servicio debe ser brindada teniendo en cuenta las expectativas de los consumidores no solo para evitar problemas, sino también evitar la pérdida de clientes por un servicio inadecuado.

3.1. Calidad de servicio

La calidad del servicio es entendida como un juicio realizado por los consumidores o usuarios respecto al estado de un servicio, e implica la inexistencia de errores cuando se efectúa el servicio solicitado. Así también, es configurada como una filosofía de excelencia que debe compartirse entre todos los usuarios de la empresa. De acuerdo con esto, la calidad del servicio debe ser compartida entre todos los integrantes que conforman la compañía, es decir, desde los directivos hasta los trabajadores que se encuentran en contacto directo con los clientes, dado que son quienes poseen una mayor cercanía con ellos, se encargan de ofrecer el servicio y son la imagen de la entidad (Izquierdo, 2021).

La calidad del servicio es un proceso en el que intervienen diversas dimensiones, por ejemplo, confiabilidad, empatía, capacidad de respuesta, seguridad y la parte física de la institución. Se considera una herramienta estratégica porque brinda los recursos necesarios para satisfacer a los clientes y cumplir con sus expectativas (Ruíz & Delgado, 2020). Esta característica no es exclusiva de un sector, sino que puede ser aplicada a una diversidad de sectores e industrias, tales como servicios financieros, atención médica, hotelería, transporte, telecomunicaciones, entre otros. Para esto, se debe tener en cuenta los factores que la componen, como empatía, competencia del personal, accesibilidad, capacidad de respuesta, fiabilidad, capacidad de personalización y seguridad, con el fin de brindar un servicio de calidad.

La calidad del servicio es cualquier beneficio o actividad ofrecida por una parte a otra; es intangible y su producción se relaciona o no con un producto físico. Es la amplitud de la diferencia o la discrepancia existente entre los deseos o las expectativas de los clientes y su percepción en función a la empatía, seguridad, capacidad de respuesta, confiabilidad y confiabilidad. Su principal objetivo es crear una cultura en la que el personal de una empresa —trabajadores, fuerza de ventas y directivos— se implique personalmente en estar en contacto, conocer y atender al cliente y a los consumidores para conocer sus necesidades y ofrecer el servicio correspondiente (Sánchez-Macías & Velásquez-Gutiérrez, 2022).

La calidad del servicio posee ciertas características, las cuales deben ser cumplidas para ofrecer un correcto servicio:

- Debe cumplir sus objetivos
- Debe servir para lo que se diseñó
- Debe ser adecuado para el uso
- Debe solucionar las necesidades
- Debe proporcionar resultados

La calidad es el valor de un servicio ofrecido a los clientes y es subjetivo porque está impulsado por las percepciones, las expectativas y las necesidades de los consumidores. Por este motivo, existen diferentes tipos de calidad de servicios, los cuales se describen a continuación (Castro, 2022).

- Calidad del servicio como valor de negocio

Todas las operaciones y los procesos realizados a diario en una organización, además de sus productos y servicios, se deben caracterizar por priorizar la calidad, la cual se basa en determinados estándares y según las necesidades del mercado. De este modo, los clientes pueden percibir una constante calidad de servicio en todas las áreas de la empresa, incluyendo los canales de atención.

- Calidad de servicio según requerimientos y especificaciones

La calidad del servicio no es un factor estático, sino que es dinámico porque se debe y necesita ser modificado según la satisfacción y los comentarios

de los mismo consumidores y clientes, pero también de acuerdo con las necesidades de la compañía. Para obtener oportunidades de mejora, es necesario realizar una evaluación constante de la calidad del servicio de los productos, los servicios y la atención al cliente.

- Calidad de servicio de excelencia

Este tipo de calidad hace referencia a la búsqueda constante que las empresas hacen con el propósito de lograr una calidad de servicio de excelencia y poder marcar la diferencia con sus competidores.

Entonces, la calidad del servicio es de gran importancia para cualquier tipo de sector o negocio, pues impacta directa y significativamente en la satisfacción del cliente y en la reputación e imagen de la compañía. Es fundamental que las empresas estudien y mejoren constantemente la calidad del servicio, puesto que de este depende brindar beneficios significativos y garantizar la fidelidad del cliente porque si se proporciona un servicio excepcional, los clientes quedarán satisfechos, lo cual le permitirá a la entidad construir una reputación sólida y diferenciarse de la compañía, además de contribuir con la sostenibilidad, rentabilidad, crecimiento y productividad de la empresa.

3.2. Importancia de la calidad del servicio

La importancia de la calidad del servicio ha sido reconocida en muchos estudios y sectores por su efecto directo en la satisfacción de los clientes, así como indirecto en cuanto a su lealtad (Hemmati *et al.*, 2020). A su vez, la calidad del servicio es importante porque determina en cierta parte la exitosa operación de las organizaciones y establece su diferencia con sus competidores en atención, calidad, satisfacción, diversidad de servicios, entre otros. Actualmente, su aplicación es imperativa en todas las empresas, por lo que es vital la conjunción de esfuerzos de todos los involucrados en el servicio a fin de mejorarlos y asegurar que los clientes se sientan satisfechos (Saldívar & Galván, 2022).

La importancia de la satisfacción al cliente también se refleja en los beneficios obtenidos por las organizaciones, las cuales se detallan a continuación (Hammond, 2023):

- **Fidelidad del cliente:** Los clientes que reciben un servicio de alta calidad tienen una mayor disposición a volverse leales y mantener una relación a largo plazo con la entidad. Esta fidelidad trae consigo muchos beneficios, por ejemplo, mayor valor de vida del cliente, compras repetidas y una resistencia mayor a las ofertas de la competencia.
- **Reputación de la empresa:** Los clientes satisfechos comparten sus experiencias positivas con sus seres más cercanos, lo cual mejora la reputación y la imagen de la empresa. En cambio, si el cliente no se siente satisfecho, dará una mala calificación y publicidad, lo que dañará la reputación de la entidad.
- **Retención de clientes:** Los consumidores satisfechos poseen una mayor probabilidad de volver a consumir en la misma empresa y recomendarla, lo cual disminuye la tasa de abandono, aumenta las ganancias, y contribuye con el crecimiento y la estabilidad del negocio.
- **Satisfacción del cliente:** Los clientes que reciben una alta calidad de servicio se sienten atendidos y valorados. Esto genera una mayor satisfacción, que es esencial para fidelizar a los consumidores ya existentes y atraer a otros.
- **Ventaja competitiva:** Si una compañía brinda un servicio excepcional, destacará de sus competidores y atraerá una mayor cantidad de clientes. Cabe precisar que la calidad del servicio se convierte en una gran ventaja competitiva a largo plazo.

Entonces, la calidad del servicio tiene una gran importancia para las empresas y los consumidores. En el primer caso, las compañías pueden lograr la fidelización de los clientes, dado que obtienen una experiencia agradable y brindan comentarios positivos sobre el servicio, lo cual mejora la imagen del

negocio. En el segundo caso, la calidad del servicio permite que los clientes queden satisfechos con sus necesidades al cumplir con sus expectativas y darles un trato adecuado y digno.

3.3. Calidad del servicio: elementos

La calidad es un concepto multidimensional porque depende de la opinión del cliente, quien considera todos las características y elementos que abarca. Estos elementos se explican a continuación (Euroinnova, 2021):

- **Confiabilidad:** Es la confianza que el cliente siente cuando el servicio es realizado según las condiciones establecidas.
- **Accesibilidad:** El servicio debe tener una fácil accesibilidad; es decir, qué tan cerca o lejos queda de la estadía del cliente.
- **Rentabilidad:** El cliente tiende a relacionar la calidad y el precio del servicio para determinar si fue adecuado.
- **Seguridad:** Es evaluada en torno al espacio físico y a la evaluación calificada de quienes prestan el servicio, que incluye sus destrezas, competencias profesionales y experiencia en el oficio.
- **Orientación al cliente:** Los estándares de calidad de los servicios deben ser implementados enfocándose en las expectativas y las necesidades de los clientes. Para esto, debe escucharse y comprenderse las demandas de los clientes, con el fin de obtener información sobre lo que solicitan y, a partir de esto, diseñar y entregar servicios que cumplan con sus requerimientos.
- **Tangibilidad:** Está relacionada con el uso de los recursos materiales y el acondicionamiento de los espacios requeridos para prestar el servicio.
- **Medición y evaluación:** Los estándares de calidad en los servicios son instrumentos utilizados para medir y evaluar el rendimiento de un proveedor o compañía prestadora de servicios en función a determinados crite-

rios, como satisfacción del cliente, amabilidad del personal, puntualidad y eficiencia.

- **Mejora continua:** Los estándares de calidad se caracterizan por no ser estáticos, por esto, se deben revisar y actualizar cada cierto tiempo para poder cumplir con las expectativas de los consumidores y mejorar el servicio brindado. La mejora continua es esencial para elevar y mantener el nivel de calidad.

Los elementos expuestos deben ser considerados durante el proceso de evaluación para identificar aquellos aspectos que deben ser mejorados, con el propósito de continuar brindando un servicio que cumpla con las expectativas de los clientes y eleve la imagen y el reconocimiento de la organización.

3.4. Evaluación de la calidad del servicio

La calidad del servicio incide significativamente en la continuidad y progreso de los negocios. Los protocolos de servicio de atención permiten que una empresa sea o no recomendada por sus clientes, quienes consideran si su experiencia fue grata. Actualmente, existen muchas herramientas para conocer si se ha cumplido con las expectativas y se han satisfecho las necesidades de los consumidores, a fin de identificar aquellos aspectos que requieren ser mejorados y brindar una mayor credibilidad y calidad durante el servicio. La evaluación de la calidad debe ser realizada por cada empresa periódicamente como una medida para determinar su nivel de desempeño y verificar si se cumple con los estándares internacionales y las expectativas de los clientes en sus diferentes categorías y dimensiones (Zambrano, 2023).

Las herramientas desarrolladas hasta la actualidad se enfocan en medir la calidad del servicio, considerando ciertas dimensiones. Estas herramientas se presentan en diferentes tipos de modelos, que son los siguientes (Ibarra-Morales *et al.*, 2020):

- La escuela nórdica: Fue un modelo preparado por Grönroos en 1984, el cual estuvo enfocado en crear un vínculo entre la imagen corporativa y la calidad. Se plantea que la calidad percibida por los clientes es la integración de la calidad funcional y la calidad técnica (cómo y que se ofrece, respectivamente) respecto a la imagen corporativa. En este modelo, la imagen es considerada uno de los componentes básicos para medir la percepción de la calidad de los consumidores.
- La escuela americana: Este modelo utiliza el método SERVQUAL como herramienta principal para evaluar la calidad del servicio. Para el desarrollo de este modelo, los autores parten del paradigma de la desconfirmación, con el fin de desarrollar un instrumento que permita medir la percepción de la calidad en el servicio. Para esto, se consideran una serie de dimensiones: tangibles, capacidad de respuesta, responsabilidad, fiabilidad, empatía o confianza. Es preciso destacar que el método SERVQUAL ha logrado convertirse en una herramienta de uso común para medir la expectativa o calidad deseada en la prestación de servicio frente a la percepción o calidad real experimentada por los consumidores al recibir el servicio.
- Modelo de los tres componentes: Está constituido por tres elementos: el ambiente que rodea el servicio, el proceso de entrega o envío, el servicio y sus características. Respecto a este último elemento, se hace referencia al diseño del servicio aplicado antes de entregarlo al cliente.

La satisfacción del cliente es un indicador que preocupa constantemente a las organizaciones porque un consumidor insatisfecho deja de hacer negocios con la misma empresa y comparte comentarios negativos sobre esta, lo cual daña la imagen de la entidad. Por este motivo, es determinante cultivar una evaluación de servicio al cliente, pues al tener más empatía con los consumidores, se puede identificar sus necesidades, plantear estrategias y, por tanto, cumplir con sus expectativas.

3.4.1. Método SERVQUAL

SERVQUAL es un método estándar utilizado para evaluar la satisfacción de los clientes en empresas u organizaciones dedicadas a la prestación de servicios (Ulloa *et al.*, 2020). También es conocido como el modelo de discrepancias y se define como un instrumento empleado para medir la calidad del servicio brindado por una compañía, considerando las percepciones y las expectativas de los clientes (Zambrano *et al.*, 2020). En general, es un método utilizado durante la evaluación de la calidad, lo cual es importante para identificar los posibles problemas y solucionarlos en el tiempo correspondiente para seguir obteniendo más clientes y ganancias.

La elaboración del método SERVQUAL fue realizada en 1988 por Parasuraman, Zeithaml, y Berry, quienes se basan en cinco dimensiones para medir la calidad del servicio. Estas son las siguientes (Miranda-Cruz *et al.*, 2021)

- Elementos tangibles: Se consideran la publicidad, los equipos, el personal, las instalaciones físicas y la infraestructura.
- Fiabilidad: Se basa en el buen funcionamiento o comportamiento que los trabajadores deben tener respecto al material antes de llegada de los clientes, para brindar confianza y fiabilidad.
- Capacidad de respuesta: Se relaciona de forma directa con el tiempo de espera para hacer uso de un servicio. Los trabajadores deben tener las habilidades y la capacidad necesarias para resolver inquietudes.
- Seguridad: Tiene un vínculo directo con la tranquilidad que el cliente posee con la persona que le brinda asesoría para utilizar un servicio.
- Empatía: Se relaciona con la atención personalizada recibida por el cliente, quien es escuchado atentamente hasta que todas sus inquietudes sean solucionadas.

El modelo SERVQUAL está constituido por cuatro brechas, las cuales son utilizadas para conocer las percepciones de los consumidores o los clientes

en función a la calidad del servicio. Dichas brechas son necesarias para conocer si se requiere seguir mejorando la prestación de servicio en torno a su calidad, con el fin de continuar brindando un buen servicio, a la expectativa de los consumidores (Peres *et al.*, 2023):

- Brecha 1: diferencia entre las percepciones de los directivos de las organizaciones o empresas y las expectativas de los clientes (usuarios).
- Brecha 2: diferencia entre las especificaciones de las normas de calidad y las percepciones de los directivos.
- Brecha 3: discrepancia según la prestación del servicio y las especificaciones de la calidad de servicios.
- Brecha 4: discrepancia de acuerdo con la comunicación externa y la prestación del servicio.

El método SERVQUAL es una herramienta de gran importancia para la evaluación de la calidad de los diversos servicios ofrecidos en diversos sectores empresariales, por lo cual ha sido recomendado e incorporado paulatinamente en las compañías. Este modelo se aplica por medio del uso de cuestionarios o encuestas que son llenados por los clientes para conocer su opinión respecto al servicio brindado en relación con cinco dimensiones. Se les presenta una serie de enunciados en los que deben indicar su grado de desacuerdo o acuerdo en cada una. La información de los resultados analizados sirve para identificar las brechas entre la percepción real del servicio y las expectativas de los clientes, con el propósito de mejorar aquellos servicios que no cumplen con las expectativas de los consumidores.

3.4.2. Método SERVPERF

El método SERVPERF es más simple que el método SERVQUAL porque usa solo una cierta parte de las interrogantes, enfocándose en datos e indicadores más precisos. Este método fue desarrollado en 1992 por Cronin y Taylor, y surgió como consecuencia de que los autores consideraron la expectativa como uno de los componentes de la calidad del servicio (Coronel *et al.*, 2019).

Además, es entendida como una herramienta que, mediante encuestas, permite medir la calidad del servicio en función al desempeño de los trabajadores. En los cuestionarios se interroga a los consumidores sobre cómo perciben la labor de los empleados y si el servicio brindado ha cumplido con sus expectativas (Romero *et al.*, 2020). Es un modelo que usa únicamente la percepción como una aproximación a la satisfacción del cliente, la cual es entendida como el nivel de estado de ánimo de un individuo que compara el servicio brindado o rendimiento con sus expectativas.

El método SERVPERF solo contempla las percepciones, elimina las expectativas y reduce la mitad de las preguntas planteadas en comparación con el método SERVQUAL. El razonamiento que fundamenta el SERVPERF se relaciona con los problemas de interpretación de la definición del término “expectativa” en su redundancia en función a las percepciones y en su variabilidad en el transcurso de la prestación del servicio. Se precisa que el método planteado tiene varios aspectos a su favor, como su alto grado de fiabilidad y una mayor validez predictiva.

Este modelo se caracteriza por usar un total de 22 afirmaciones referentes a la percepción sobre el desempeño; además, utiliza las cinco dimensiones del modelo SERVPERF para realizar la evaluación de la calidad del servicio:

- Elementos tangibles
- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Seguridad
- Empatía

La diferencia principal entre SERVPERF y SERVQUAL es el rol que cumplen las expectativas de los consumidores o clientes en la evaluación de la calidad del servicio. En el método SERVQUAL se consideran las percepciones y las expectativas; en cambio, en el otro método solo se tiene en cuenta la percepción del cliente. A partir de esto, se deduce que el método SERVQUAL

es más completo, pues revela las brechas existentes entre lo que los clientes desean y lo que obtienen, con lo cual se obtiene información para elaborar e implementar estrategias que permitan mejorar las áreas en torno a su calidad. Conjuntamente, ha sido identificado como un modelo complejo porque requiere que los clientes deben responder el doble de preguntas en comparación con el SERVPERF. En el caso del SERVPERF, se caracteriza por ser más práctico y simple porque solo se enfoca en medir la satisfacción del cliente con el desempeño del servicio; no obstante, es muy subjetivo y limitado, pues no considera las expectativas de los clientes en la calidad del servicio.

3.5. Calidad del servicio en la satisfacción del cliente

La calidad del servicio tiene una relación muy estrecha con la satisfacción y la lealtad de los consumidores. Este vínculo es un aspecto de gran importancia para las operaciones y el progreso de todas las empresas; además, ocupa un lugar preponderante en la economía nacional, principalmente de los países en vías de desarrollo, pues representa más de la mitad del empleo formal y contribuye con el crecimiento del PBI (Silva-Treviño *et al.*, 2021).

La satisfacción del cliente y la calidad del servicio tienen una relación muy estrecha porque, en la actualidad, los consumidores no buscan únicamente la adquisición de servicios o productos de calidad, sino también un buen servicio de atención porque con esto sienten que la empresa está dispuesta a brindarles ayuda, orientarlos y solucionar cualquier solicitud o problema que tengan. Con una buena calidad de servicio al cliente, se incrementa la posibilidad de fidelizarlos, al cumplir sus expectativas. Caso contrario, es decir, si no se puede fidelizar al cliente, se genera una gran problemática organizacional al ocasionar pérdidas económicas y, en el peor de los casos, el cierre del establecimiento.

En este aspecto, las entidades deben velar también por la atención al usuario. Para esto, es fundamental aplicar evaluaciones periódicas, como los métodos SERVQUAL o SERVPERF, pues permiten conocer las expectativas de

los consumidores e identificar los errores de la empresa en torno a la calidad, con el fin de desarrollar medidas que ayuden a mantener el control sobre la calidad del servicio y las actividades. Con la información obtenida de dichos métodos, se facilita la identificación de problemas y su rápida solución, lo que permite brindar un servicio de calidad en todos los aspectos y satisfacer a los clientes para garantizar su fidelización (Moreno *et al.*, 2022). Bejarano & Huamán (2024) indican que mediante la satisfacción del cliente se obtienen las siguientes ventajas:

- Los clientes leales y satisfechos contribuyen al negocio porque suelen optar por elegir sus productos en la misma empresa.
- Los clientes satisfechos comparten sus experiencias de compra de servicios y bienes, lo cual brinda publicidad gratuita.
- Los clientes satisfechos al fidelizarse suelen renunciar a la competencia.

Por tanto, una empresa cuya calidad del servicio es alta adquiere muchos beneficios y consolida su estancia en el mercado donde se desarrolla.

En general, la exigencia de los consumidores es cada vez mayor, dado que no solo desean recibir un producto o servicio de calidad, sino también una atención adecuada al cliente porque también depende del trato que reciban para continuar adquiriendo sus productos o servicios en el mismo negocio. Por tanto, es determinante evaluar cada cierto tiempo y aplicar evaluaciones con el propósito de construir una gestión que permita un funcionamiento eficaz hacia el cliente y aumentar la eficacia y la productividad empresarial.

CAPÍTULO IV

ACTIVIDAD TURÍSTICA INFORMAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO

Sin lugar a dudas, el turismo comprende una parte esencial de la economía mundial, dado que está incluido en las cinco actividades que generan una gran fuente de ingresos en muchos países. Ha demostrado ser una actividad resistente a las recesiones económicas y, hasta la actualidad, continúa mejorando sus servicios para seguir brindando una buena experiencia a los turistas. El turismo ha sido comprendido como una actividad de gran relevancia en la esfera mundial porque es una fuente que brinda nuevas alternativas a la población de emprender nuevos negocios, considerando un crecimiento sostenible y el correcto uso de los recursos de la naturaleza (Ercolani & Seguí, 2021).

Al respecto, Cueva & Chauca (2022) indican que el turismo es una de las actividades más dinámicas de la economía, pues establece diversas políticas para encaminarla a su estimulación positiva e influye considerablemente en el crecimiento económico. Además, la actividad turística es generadora de nuevos empleos y divisas, y tiene gran participación en el desarrollo de la sociedad. Conjuntamente, es considerada como una oportunidad para crear nuevos negocios o generar inversiones, para lo cual se requiere analizar las zonas turísticas y el perfil del turista, con el fin de conocer sus exigencias y necesidades, y formular medidas, estrategias, servicios o productos que lo satisfagan.

En este aspecto, el turismo es una actividad económica altamente rentable para las sociedades; sin embargo, hay aspectos que pueden ocasionar que su calidad disminuya, como la informalidad. Esta ha sido considerada un problema nacional porque no solo afecta el turismo, sino también muchas otras actividades económicas. Es una realidad que perjudica la economía, la cultura y la sociedad del país y de otras naciones del mundo, principalmente de aquellas que se encuentran en vías de desarrollo, puesto que ocasiona que las actividades turísticas no sean seguras, al haber desprotección, precariedad e inseguridad laboral. Si bien existen medidas para reducirla, su presencia aún es notoria, por lo cual los actores del sector privado y público se han unido para erradicarla (Reyes, 2022).

Como se observa, la informalidad es un problema en las actividades turísticas porque afecta su calidad, además de incidir negativamente en la economía del país. Condori & Frisancho (2020) señalan que la informalidad en las actividades turísticas es preocupante porque existe una cantidad considerable de agencias que operan fuera de los marcos normativos y legales, lo cual es una problemática, dado que los turistas no cuentan con una protección legal, protocolos salubres ni regulación al recibir estos servicios.

El turismo debe proporcionar experiencias gratas durante el viaje hacia el destino. Para esto, es necesario que las empresas de turismo se enfoquen en brindar información previa, ofrecer vivencias y servicios, como hospedaje, para que el turista pueda disfrutar su viaje con tranquilidad. Es decir, las actividades turísticas deben enfocarse en satisfacer las necesidades y las expectativas de los clientes, lo cual puede ser logrado mediante las agencias formales.

Asimismo, la calidad de un destino turístico se relaciona directamente con el precio y la satisfacción del cliente, por lo cual es determinante conocer su percepción y poseer todas las instalaciones y los medios técnicos necesarios para desarrollar la actividad turística del destino. Por último, en las actividades turísticas también se considera el servicio de alojamiento, los restaurantes, la instalación, la amabilidad de los empleados y la capacidad de respuesta.

Por todo ello, las actividades turísticas deben ser de calidad para brindar un buen servicio a los turistas, lo cual solo es posible con la formalización de las empresas dedicadas a dar estos servicios; caso contrario, no habrá seguridad o apoyo para aquellos que visitan las áreas turísticas. Esta falta de cumplimiento de las expectativas no solo afectará la economía del lugar, sino también la de muchas agencias dedicadas a brindar servicios de turismo, dado que habrá cierto nivel de desconfianza, lo cual podría reflejarse en la reducción de visitantes al no tener experiencias placenteras que les permitan recomendar el lugar por la falta de cumplimientos de sus necesidades y expectativas (Herrera & López, 2021).

En este aspecto, es necesario conocer cómo la informalidad en la actividad turística incide en la calidad del servicio porque dependiendo de esta, el turismo puede disminuir o incrementar, lo cual se va a reflejar en los ingresos nacionales y de cada familia. Para conocer ello, en esta investigación se realiza una revisión sistemática exhaustiva con el objetivo de responder a la siguiente pregunta: ¿cómo la actividad turística informal se relaciona con la calidad de servicio en el sector turismo?

Por medio de la revisión sistemática se busca identificar y analizar los estudios más recientes realizados en torno a este tema, por ejemplo, determinar las consecuencias de la informalidad, la calidad del servicio en los servicios turísticos informales, las oportunidades de mejoras, la influencia en la economía y la satisfacción de los turistas. Esto va a permitir que los profesionales, investigadores y empresarios de dicho sector amplíen su conocimiento sobre esta realidad para formular e implementar medidas contra la informalidad, y se aborden con éxito aquellas barreras o desafíos que surgen como consecuencia del inadecuado servicio por la falta de calidad en las agencias turísticas informales.

Por tanto, el presente estudio busca aportar información valiosa mediante el análisis exhaustivo de las investigaciones realizadas sobre la informalidad, la calidad del servicio y el turismo, con la finalidad de aportar no únicamente

en el campo académico, sino también para que se resalte la importancia de la formalización en el turismo y las consecuencias que puede ocasionar un servicio de baja calidad.

4.1. Metodología

En la presente investigación se aplica una metodología cualitativa y de alcance descriptivo; además, se realiza una revisión sistemática de la literatura considerando los principios metodológicos y el tema de la informalidad en el turismo y la calidad del servicio, con el propósito de responder a la pregunta de investigación y cumplir con el objetivo principal: identificar la relación de la actividad turística informal con la calidad del servicio. Cabe precisar que dicha metodología fue seleccionada porque tiene un enfoque riguroso y transparente, pues permite aplicar, recopilar y evaluar los estudios previos siguiendo determinados pasos para obtener información relevante sobre el tema en cuestión.

De acuerdo con Ramos-Galarza & García-Cruz (2024), el proceso de revisión sistemática se divide en las siguientes etapas:

- 1) Definir la pregunta de investigación: Es la guía en un estudio de revisión sistemática porque le permite al investigador tomar acciones para buscar correctamente en las bases de datos y realizar el posterior análisis. En el presente estudio, la pregunta es la siguiente: ¿cómo la actividad turística informal se relaciona con la calidad de servicio en el sector turismo?
- 2) Definir palabras claves: Después de delimitar el tema y la problemática de investigación, es necesario elegir términos que sirvan de guía para la investigación y durante la búsqueda de estudio en las bases de datos. Para esto, también se definieron las bases de datos académicas a utilizar —Google Scholar, SciELO, Science Direct, Redalyc y Dialnet—, y se seleccionaron las palabras clave, además de los operadores booleanos, como se presenta en la Tabla 1:

Tabla 1: *Ecuaciones de búsqueda por base de datos*

Base de datos	Ecuación de búsqueda
Google Scholar	“turismo informal” “calidad”; “informal tourism” “quality” “service”
SciELO	“turismo” “servicio” “informal”
Science Direct	“informal tourism” and “quality of service”
Redalyc	“turismo informal” y “calidad del servicio”
Dialnet	“turismo” “informalidad” “calidad”

Nota. Elaboración propia

3) Determinar los criterios de inclusión y exclusión: También denominados “parámetros de elegibilidad”. Se utilizan para discriminar los artículos y la información que se incluirá en la revisión sistemática. Los criterios se presentan en la Tabla 2.

Tabla 2: *Criterios de búsqueda*

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
• Investigaciones que aborden la informalidad en el turismo y la calidad del servicio. • Investigaciones publicadas en revistas académicas (artículos académicos). • Artículos publicados desde el año 2018 hasta el 2024. • Investigaciones publicadas en inglés o español.	• Investigaciones que no aborden la informalidad en las actividades turísticas y la calidad del servicio • Investigaciones no publicadas en revistas académicas (tesis de titulación o posgrado, monografías y libros). • Artículos publicados antes del año 2017. • Investigaciones publicadas en idiomas diferentes al inglés o español.

Nota. Elaboración propia

Los criterios descritos se aplican de modo estricto para garantizar la calidad e importancia de las investigaciones que se incluyen en la revisión sistemática y, principalmente, se asegure que se relacionen con el tema a desarrollar.

4) Buscar la información en base de datos científicas: Para la búsqueda de información se eligen previamente las bases de datos a emplear según el área de conocimiento. Para recopilar investigaciones relevantes se procedió con la aplicación del método Prisma, el cual es aplicado en las revisiones sistemáticas para responder con facilidad a la interrogante del estudio y recolectar la información que permite responderla.

La aplicación de la metodología se realiza considerando las siguientes etapas:

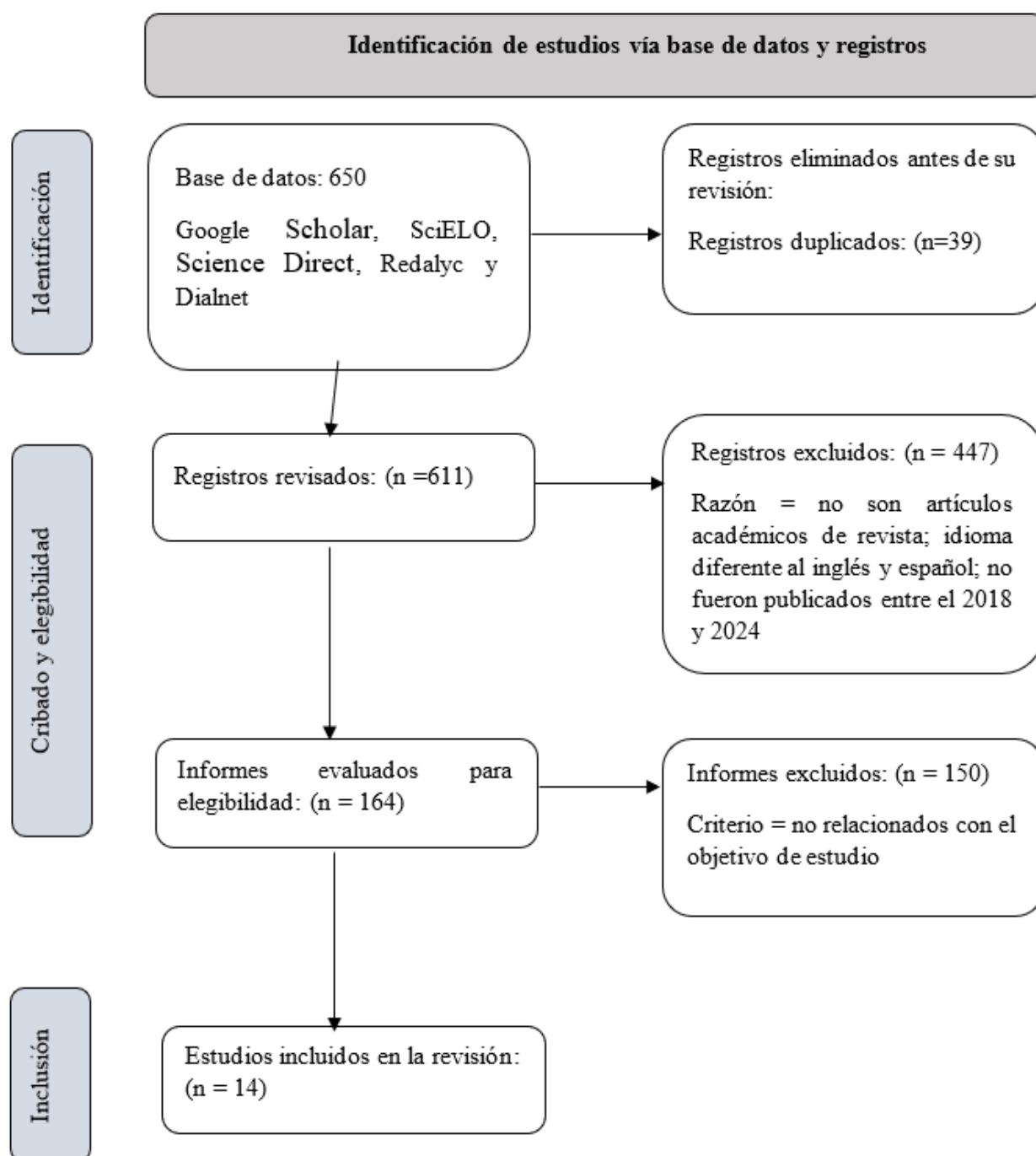
Tabla 3: *Proceso del método Prisma*

Etapa	Descripción
Identificación	Se buscan los estudios usando las ecuaciones de búsqueda definidas y se eliminan los artículos duplicados.
Cribado	Se aplican los criterios de inclusión y exclusión previamente definidos y se eliminan aquellos artículos que no cumplen los criterios de elegibilidad.
Elegibilidad	Se evalúan los artículos restantes y leídos en su totalidad para determinar su elegibilidad final según los criterios restantes de inclusión y exclusión establecidos: investigaciones no relacionadas con el tema de estudio.
Inclusión	Se incluyen los estudios elegidos en la revisión sistemática.

Nota. Adaptado de Ramos-Galarza y García-Cruz (2024)

El método Prisma de la presente investigación se muestra en la Figura 1.

Figura 1: Diagrama Prisma



Nota. Elaboración propia

En la primera fase se revisaron los títulos de los estudios publicados y se compararon los títulos para identificar si se encontraban repetidos en algunos de los buscadores académicos utilizados (Google Scholar, SciELO, Science Direct, Redalyc y Dialnet). En la segunda etapa, se procedió con la aplicación de los criterios de inclusión y exclusión a las investigaciones restantes, por lo cual

se excluyeron 447 artículos que no cumplieron con los criterios de inclusión. Por último, se descartaron todos aquellos artículos que no se relacionaban con el objeto de estudio y no responden al objetivo de la investigación, a partir de lo cual se obtuvieron un total de 14 artículos, con los que se pueden obtener sólidos y fundamentados resultados que permitan responder la pregunta y alcanzar el objetivo del estudio.

4.2. Resultados

Los resultados obtenidos a partir de la revisión sistemática se presentan en la Tabla 4. En esta se presentan los 14 artículos de revista que cumplen con los criterios de inclusión y se relaciona con el tema de estudio; es decir, la informalidad en el sector turismo y cómo influye en la calidad de los servicios desde diferentes perspectivas y enfoques. Así también, se detalla sus autores, año de publicación, título de la investigación, metodología y sus principales hallazgos de los estudios analizados.

Tabla 4: Resultados cualitativos

Autor(es) y año	Título	Metodología	Principales hallazgos
Schneider-Palomino & Gonzalez-Díaz (2023)	Estrategias de integración para la reactivación económica en el sector de hostales: una revisión	Cualitativa	Revisaron la literatura sobre el turismo, la calidad y el COVID-19.
Ratnayaka (2023)	Empirical Review on the Impact of Informal Tourism Sector Engagement in Sri Lanka Tourism Industry	Cualitativa	Analizó la participación de la informalidad en el turismo y su impacto en la calidad del servicio.
Gutiérrez-Galera (2023)	Sistemas de calidad turística en Costa Rica: accesibilidad y desafíos para su implementación en emprendimientos y pymes turísticas en el contexto pandémico	Exploratorio	Indagó sobre las empresas informales de turismo y sus limitaciones y desafíos para acceder a modelos de calidad aplicables.
Lara & Núñez (2022)	Prospectiva de turismo sostenible en el Desierto de la Tatacoa para el año 2032	Prospectiva	Analizaron la situación del turismo informal y sus consecuencias en la sostenibilidad
Huayta (2021)	La calidad total de servicios y la productividad empresarial del turismo receptivo en Miraflores, 2019	Aplicada y empírica	Determinó la calidad del servicio y su influencia en la productividad del turismo
Benavente & Farfán (2021)	El verdadero rostro de la informalidad empresarial en el sector turismo del cusco: contraste metodológico y evidencias de su influencia en el desempeño económico	Cualitativa	Analizaron la informalidad turística en la prestación de servicios de calidad y el desempeño económico

Analizando la Relación entre la Informalidad y la Calidad de Servicio en el Turismo

Regalado-Calanche (2021)	Hotelería y trabajo informal en el sector turismo: una reflexión en tiempos de Covid-19	Cualitativa	Reflexionó sobre la informalidad en el turismo, la gestión y un servicio de calidad
Yuan <i>et al.</i> (2021)	Measuring perceived risk in sharing economy: A classical test theory and item response theory approach	Cualitativa	Analizaron el turismo informal, los servicios y la economía compartida
Contreras (2021)	La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia		Revisó las investigaciones para resaltar la importancia de la calidad del servicio en el turismo.
Morelos-Gómez <i>et al.</i> (2020)	Análisis del comportamiento del turismo informal en la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia	Cuantitativa, descriptiva y transversal	Analizaron la oferta, la demanda y las preferencias de los turistas en torno a la calidad en el turismo informal
Dlomo & Rogerson (2020)	Tourism and Local Economic Development in King Sabata Dalindyebo Local Municipality, South Africa: Stakeholder Perspectives	Cualitativa	Analizó el turismo, la informalidad y la economía local y la mejora de calidad del servicio.
Morgestein, & Suárez (2019)	Digitalización para la comercialización de servicios de hospedaje y turismo: De los justos reclamos del sector hotelero a la realidad del mercado	Cualitativa	Analizaron la falta de regulación en hotelería y turismo, y su impacto en la economía y calidad.
Jovanović <i>et al.</i> (2018)	Principios de sostenibilidad en clústeres de turismo rural: los casos del Alto y el Bajo Danubio en Serbia	Cualitativa	Evidenciaron la importancia del turismo sostenible.
Maloney & Makoni (2018)	Insights into international tourists' experiences of, and satisfaction with, Zimbabwe's tourism offerings	Cualitativa	Indagaron sobre la satisfacción de los turistas y el servicio turístico de calidad.

Nota. Elaboración propia

4.3. Discusión

El turismo tiene una gran relevancia en la economía de un país y en las diversas sociedades que lo conforman; por esto, es preciso que los servicios que brinde sean de calidad para cumplir con las expectativas y necesidades de los turistas, y estos se sientan conformes con su actividad. Para alcanzar este objetivo, es necesario aplicar medidas que disminuyan las actividades turísticas informales, dado que se ha convertido en un problema que no solo afecta a las empresas de este sector, sino también a los visitantes, al no brindarles protección, seguridad y servicios de buena calidad, algo que genera malas experiencias. Muchos investigadores han abordado esta problemática al analizar la informalidad en el sector turismo para dar a conocer su incidencia en la calidad del servicio.

Al respecto, Schneider-Palomino & González-Díaz (2023) se enfocaron en revisar la literatura sobre el turismo, la calidad y el COVID-19, con lo cual se identificó que existe un gran potencial turístico en el continente americano; por este motivo, se ofrecen diversas modalidades de prestación de servicio. Sin embargo, algunos de estos servicios son realizados mediante agencias informales, lo que se refleja en los bajos costos de servicio de hotelería y en la falta de políticas que garanticen la seguridad de los turistas. Este hecho incrementó con la emergencia sanitaria porque provocó una gran pérdida del PBI mundial, además de despidos masivos y la caída de los precios de bienes y servicios; como resultado, muchas empresas de turismo tuvieron que cerrar, a diferencia de aquellos negocios informales que se mantuvieron, los cuales no brindaron un servicio de calidad debido a la falta de formación de sus trabajadores y la poca disponibilidad de herramientas.

Ratnayaka (2023) indicó que el turismo informal está impulsado por las redes sociales y plataformas de Internet, lo que le ha permitido un rápido crecimiento en los últimos años. Como consecuencia, el turismo formal ha enfrentado muchos desafíos y la calidad del servicio brindado no ha alcanzado

las expectativas de los turistas, puesto que no está regido por regulaciones, confiabilidad y seguridad, además de que omite sus obligaciones regulatorias y tributarias, por lo cual, ante cualquier eventualidad, los visitantes no pueden realizar ningún reclamo al no estar registrados en la entidad correspondiente.

Gutiérrez-Galera (2023) indagó sobre las empresas informales de turismo y sus limitaciones en torno a la calidad. Al respecto, las pymes turísticas informales no tienen la oportunidad de acceder a modelos de calidad aplicables; como resultado, no tienen las facilidades para mejorar su producto turístico. La informalidad, además de influir en la calidad del servicio, también afecta al salario de los trabajadores y al propietario, al no tener registros contables ni estar inscritos en la entidad correspondiente. Lara & Núñez (2022) indican que la informalidad en las actividades turísticas es un gran problema para la sostenibilidad de los países y sociedades porque al mostrar falta de organización y planificación de la estructura turística e inseguridad, desemboca en una mala imagen para la región, demuestra la baja calidad de los servicios brindados y disminuye la cantidad de los visitantes constantemente. Para evitar esta situación, se han implementado medidas (como el incremento de la inversión pública y la certificación de calidad turística), con el propósito de fortalecer el diseño de las actividades turísticas y garantizar su calidad y satisfacción de los turistas.

Huayta (2021) señala que la informalidad es un problema latente en el sector turismo, lo que ocasiona la baja satisfacción del turista. Esto se debe a la existencia de una deficiencia en los estándares de los servicios y actividades turísticas, por ejemplo, la descoordinación en las reservas del transporte turístico, excursiones, restaurantes, guías de turismo, hoteles y trasladistas; errores en la programación de vuelos internacionales y locales; y falta de rapidez en la respuesta ante necesidades por no disponer de un personal profesional y competente. Estos factores constituyen una amenaza no solo para el sector informal, sino también para el formal, ya que disminuye su productividad e ingresos por la falta de calidad en la prestación de servicios, además del miedo de los turistas a ser estafados o sentirse en situación de riesgo durante su actividad

turística. Benavente & Farfán (2021) sostienen que la informalidad turística es una de las principales barreras para implementar políticas que permitan la mejora del servicio, dado que las empresas de turismo ocupan más del 50 %. Por otro lado, se ha identificado que la informalidad genera mala calidad del servicio, deficiente infraestructura y falta de innovación, lo que conlleva a una menor productividad.

Regalado-Calanche (2021) apunta que la falta de formalidad en el turismo durante la pandemia ocasionó que muchas empresas informales fueran perjudicadas, sumado a que no cumplen un rol relevante en la innovación, no conocen las necesidades de los clientes y no transmiten confianza al no aplicar protocolos de bioseguridad. A su vez, el personal con el que cuentan no tiene las actitudes y habilidades necesarias, como actitud positiva al cambio, autoeficacia y buen trato. El personal del sector turístico informal no aplica una buena gestión, por lo que las experiencias de los turistas no son las mejores, algo que se refleja en la disminución de visitantes, principalmente por la falta de seguridad. Para evitar este tipo de situación, se están desarrollando medidas para promover la formalidad y la sostenibilidad del turismo en general.

Yuan *et al.* (2021) indican que la economía colaborativa es un gran problema en el sector turístico porque trae consigo enormes riesgos y preocupaciones para los turistas, ya que no es formal. Esto se debe a que los servicios, la infraestructura del hospedaje, el personal y la gestión no son adecuadas para brindar un servicio de calidad. Si bien compartir alojamiento y otras necesidades puede beneficiar económicamente a los turistas, también hay un riesgo de no poder hacer reclamos por el inadecuado servicio o cuando no se observen medidas de seguridad, es decir, el riesgo para los turistas crece considerablemente.

Contreras (2021) añade que el turismo posee un gran potencial económico, por lo que debe ser brindado adecuadamente considerando las expectativas y necesidades de los visitantes. Para esto, se debe priorizar la calidad del servicio turístico, puesto que es un factor que condiciona las expectativas de

los consumidores respecto a sus necesidades, experiencias, capacidad de respuesta, empatía y seguridad. Una empresa del sector turismo que no considera estos aspectos puede afectar la calidad del viaje y el destino turístico, lo cual suele ser propio de las agencias informales. Por último, con una alta calidad en el servicio, habrá un interés creciente por parte de los visitantes para volver, ya que sus expectativas fueron cumplidas y sus necesidades satisfechas no solo al acudir a su destino turístico, sino también en las otras dimensiones relacionadas, como el sentido de seguridad, nivel de precios, accesibilidad, transporte, higiene, limpieza, atracciones, restaurantes, comodidades, hospitalidad, entre otros.

Morelos-Gómez *et al.* (2020) señalan que los bajos ingresos de los turistas ocasionan que se busquen servicios turísticos en agencias informales por la oferta de servicio y su bajo costo en cuanto a hospedaje, alimentación y transporte. Al respecto, debe indicarse que los riesgos pueden aumentar por no acudir a una empresa formal y no estar bajo protocolos de seguridad; además, la mala experiencia durante el viaje puede incidir en la decisión de los visitantes de regresar o no al país o región, lo que puede hacer que disminuya la cantidad de ingresos.

Dlomo & Rogerson (2020) sostienen que las empresas informales del sector turismo son un problema para la sociedad y para los visitantes porque cuando brindan sus servicios no se enfocan en limpiar sus instalaciones, no proporcionan ventas de sombrillas en verano y sus servicios de alojamiento ocasionan el descontento de los turistas al no poseer los recursos suficientes para satisfacer sus necesidades. Esto conlleva a que su calidad esté limitada y, por ende, que el desarrollo turístico se enfrente a más obstáculos por el descontento previo de visitantes que fueron engañados o no tuvieron la información necesaria para contratar un servicio de calidad.

Morgestein & Suárez (2019) indican que el turismo tiene un gran potencial para beneficiar a gran parte de la población; sin embargo, existen muchos obstáculos que impiden la aplicación de políticas que garanticen la calidad del

servicio. La informalidad en las actividades turísticas se debe en gran parte a los consumidores, quienes suelen preferir lo económico e informal antes que los lujos y la formalidad de las empresas registradas. Es importante destacar que el costo de las empresas formales suele ser un poco más elevado porque se someten a regulaciones estatales, pago de impuestos y ordenamientos a nivel local y nacional. No obstante, se enfocan en que el servicio sea de calidad, dado que poseen todas las medidas solicitadas por las autoridades para evitar cualquier perjuicio a los turistas, algo que no sucede con las empresas informales, ya que actúan según su criterio, independientemente de si se garantiza la seguridad y el cumplimiento de las expectativas de los visitantes.

Jovanović *et al.* (2018) mencionan que el desarrollo turístico sostenible evidencia muchas dificultades porque aún existen carencias de infraestructura y agencias que no cumplen con las políticas y medidas para brindar un servicio de calidad, es decir, las empresas informales de turismo. Para esto, se ha implementado la certificación del turismo sostenible, con el objetivo de incrementar la calidad de los servicios y proteger la naturaleza, además de gestionar los recursos para que puedan cubrir las necesidades estéticas, sociales y económicas de los turistas, así como conservar la diversidad biológica.

Al tener empresas certificadas en calidad, los turistas pueden tener una mejor experiencia, dado que la mala calidad del servicio solo ocasiona problemas e inseguridad, lo cual puede afectar los ingresos de la población al disminuir la cantidad de visitantes por no contar con los servicios adecuados y, por tanto, la reducción de las ventas de los productos hechos por los pobladores de la zona.

Por último, Maloney & Makoni (2018) sostienen que el turismo es una de las actividades más importantes hoy en día porque genera importantes ingresos económicos y permite mejorar la calidad de vida de la población. Por este motivo, se quiere evitar que haya empresas informales, dado que el buen desarrollo de una oferta turística se vuelve crucial para las constantes visitas y la sostenibilidad de un destino. Si bien la informalidad en el sector turismo aún persiste

con el paso del tiempo, es necesario aplicar medidas para eliminarla porque influye en las expectativas y necesidades de los turistas, y principalmente en la calidad del servicio, debido a que no cuentan con los recursos necesarios para ofrecer un hospedaje limpio, así como servicios adecuados, lo que se refleja en su mala experiencia, un alto nivel de insatisfacción y en su decisión futura de viajar.

4.4. Conclusiones

La informalidad en el sector turismo es un problema constante para las empresas formales y los turistas porque no solo afecta los ingresos de aquellos que cumplen con las políticas y medidas establecidas por el Estado, sino también supone un peligro para los visitantes en vista de que no les brinda las medidas de seguridad y otros aspectos necesarios para garantizar su correcta estadía en el destino turístico.

Conjuntamente, es considerado un grave problema, debido a que afecta negativamente la calidad del servicio. Como se ha explicado en el apartado de discusión, las empresas turísticas informales no poseen los recursos necesarios para brindar un buen servicio, lo que se refleja en su inadecuada gestión, falta de rapidez en la respuesta, falta de un personal competente y profesional capaz de atender las necesidades de los turistas, descoordinación en las reservas del transporte turístico, falta de protocolos de bioseguridad, inseguridad, entre otros. Entonces, considerando lo expuesto, la actividad turística informal se relaciona negativa y significativamente con la calidad del servicio porque aquellas empresas no se encuentran dentro del marco legal y, por tanto, no muestran preocupación por los servicios brindados al saber que no serán evaluados por la entidad correspondiente.

CAPÍTULO V

INFORMALIDAD, CALIDAD E IMAGEN EN LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

El turismo es una de las actividades base para muchos países porque permite el progreso continuo de una región o localidad. Asimismo, es una actividad que fomenta la preservación de la cultura, tradiciones y costumbres, las cuales se relacionan con la protección ambiental, innovación y cuidado de los atractivos, recursos y destinos turísticos. En el contexto nacional, el Perú posee diversos atractivos turísticos, gracias a su patrimonio arqueológico y diversidad paisajística y natural, por ejemplo, el Lago Titicaca, la Fortaleza de Kuélap, el Santuario Histórico de Machu Picchu, el río Amazonas, el Valle del Colca, el Callejón de Huaylas, la laguna de Sauce y muchos otros destinos que atraen a visitantes extranjeros y nacionales.

Para garantizar la constante visita de turistas, las entidades estatales han estado realizando diversos esfuerzos para recuperar el turismo receptivo y dinamizar y reactivar el turismo interno, el cual disminuyó durante la pandemia. Entre las medidas que se han implementado se encuentran desarrollar nuevos protocolos de bioseguridad, dar garantías a los viajeros, nuevas campañas promocionales, difusión de destinos turísticos, entre otros. Así también, las agencias de viajes se esfuerzan por brindar una variedad de servicios y calidad en cada uno de estos, con el propósito de que los turistas puedan disfrutar de su recorrido, familiarizarse con la cultura local, obtener productos de la región o probar la gastronomía.

Muchas de estas estrategias son esenciales para fomentar el turismo, el cual disminuyó considerablemente durante la pandemia. Conjuntamente, una medida determinante es identificar y analizar las empresas turísticas informales porque pueden perjudicar al visitante, debido a que no se encuentran reguladas por las normas nacionales ni de calidad. Estas empresas no solo perjudican la reactivación del sector turismo, sino también afectan la imagen turística al dar una impresión negativa de los servicios que se ofrecen en el país, por lo cual deben implementarse medidas para regularlas y garantizar que proporcionen un servicio de calidad.

5.1. La informalidad en el sector turismo: panorama nacional y perspectivas

Desde un panorama general, la informalidad laboral en el Perú es alta en comparación con los demás países de América Latina y, junto con Paraguay, es uno de los países cuya informalidad se ubica principalmente en el sector formal. Sin embargo, en la última década, el empleo informal ha mostrado una reducción de 75 % a 64 %. Pese a este avance, la reducción no ha sido suficiente para salir de la lista de los cinco países con mayor informalidad en Latinoamérica. Para superar esta problemática, es necesario comprender sus causas y reflexionar sobre la naturaleza de dicho fenómeno, con el propósito de aumentar las empresas y los trabajadores formales en el país, y erradicar el problema en cuestión para que los empleados y las organizaciones gocen de mejores beneficios (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, 2016).

Desde una perspectiva estadística, la informalidad genera una amplia cantidad de empleos. Así, se ha identificado que tres de cada cuatro peruanos prestan sus servicios en este sector. Según información del Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2021), en 2007 el porcentaje de empleos informales disminuyó de manera constante, pasando de 80 % a 75.3 % en 2020. Además, la mayor parte del empleo informal se encuentra en el sector informal, el cual representó el 61.6 % de la población económicamente activa (PEA) en

2007 y el 63.3 % en 2020. En cuanto al empleo informal fuera del sector informal, se ha identificado que en 2007 solo el 18.4 % formó parte de la PEA, mientras que en 2020 solo el 12 % era parte de este grupo. En ese sentido, es importante destacar que la prevalencia del empleo informal aún persiste debido a la evolución y el crecimiento de los puestos laborales en empresas no registradas (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2021).

El sector turismo también es un área que no se encuentra ajena a la informalidad, pues se ha identificado que un 64 % de los trabajadores de este sector laboran en una situación de informalidad desde antes de la pandemia, debido a esto, existía un 8 % que se encontraba en situación vulnerable a nivel laboral, dado que no tenían derechos sociales y podían ser despedidos sin recibir su remuneración según lo acordado o fuera del periodo correspondiente.

El empleo informal en el turismo se observó principalmente en los restaurantes y los hoteles. El 67.8 % y el 25.6 % trabajaban en restaurantes y hoteles, respectivamente, sin contrato o sin recibos por honorarios. La mayoría del personal estuvo conformado por mujeres (45.7 %) y jóvenes (13.5 %) con edades de entre 15 y 24 años, quienes fueron afectados por perder su trabajo durante la pandemia, ya que no estaban protegidos por la ley (RPP, 2021). En este aspecto, la informalidad en el sector turístico afecta principalmente a los trabajadores, quienes no pueden reclamar ante sus contratantes por no tener derechos laborales, en comparación con aquellos que reciben un contrato y sí están regulados y protegidos por los marcos normativos o legales.

Además, debido a que el turismo es uno de los sectores que más ingresos aporta al país, la informalidad ocasiona que no se le pueda brindar el apoyo necesario a las empresas dedicadas a este servicio, como sucedió en la época de la pandemia, en la que muchas entidades informales turísticas tuvieron que cerrar por falta de ingresos o préstamos para brindar sus diferentes servicios. La información es un problema que perjudica el avance del turismo y fomenta el empleo precario o sin remuneración, motivo por el cual se están implemen-

tando medidas para disminuirla y, en un futuro, erradicarla, de forma tal que las empresas y los trabajadores del sector turismo puedan gozar de mejores beneficios y obtener más ganancias para asegurar su constante crecimiento y mejor calidad de vida.

Al respecto, es importante aclarar que, hoy en día, el sector turismo todavía está por debajo de su nivel prepandemia, lo cual se refleja en el análisis estadístico realizado; así, entre enero y abril de 2023 se registró que millones de personas se hospedaron a nivel nacional; es decir, un 19 % menos en comparación con el 2019. Así también, entre enero y mayo de 2023, 14 millones de personas realizaron viajes internacionales o nacionales, lo cual representó un 11 % menos a diferencia de 2019.

En 2023 y 2024, el turismo ha presentado una lenta recuperación, producto de la poca capacidad y medidas tomadas por el Estado para recuperar la confianza internacional como destino turístico seguro y con una buena calidad de servicio. La demanda por alojamiento y vuelos hacia el Perú evidencia que es urgente que las empresas y el Estado tomen medidas para fomentar el turismo, ya que se trata de un servicio que no solo sigue sin recuperarse, sino que ha ampliado su brecha hacia los demás países de Latinoamérica, al estar situado hasta un 48 % por debajo durante el período de pandemia. Un claro ejemplo de este problema es Machu Picchu, reconocido por ser uno de los lugares más visitados a nivel nacional. Como consecuencia de los conflictos políticos y sociales, en los tres primeros meses de 2023, se registraron únicamente 40 mil turistas en el santuario histórico; dicho de otro modo, un 77 % menos que antes de la pandemia; en junio, las visitas también fueron bajas: un 32 % menos en comparación a antes de la crisis sanitaria (Instituto Peruano de Economía, 2023).

La recuperación del sector turismo tiene una estrecha relación con la tasa de informalidad, pues las empresas dentro de este rubro y sus trabajadores no suelen brindar un servicio de calidad, lo que desanima a los turistas a visitar el

país, a lo cual se añade que ahora los precios son más elevados en comparación con la etapa prepandemia. Por esto, para los siguientes años se espera que la informalidad turística continúe disminuyendo para que, al 2030, la fuerza laboral peruana pueda aplicar sus derechos laborales y las entidades de turismo se registren en la institución correspondiente. Por otro lado, se estima que para el 2023, el empleo informal se sitúe cerca del 20 % (aproximadamente 3.1 millones de personas) y para el 2050 disminuya considerablemente la informalidad; es decir, se genera una caída de este sector, con el fin de lograr su crecimiento y la mejora de cada servicio ofrecido, como hospedaje, viajes, restaurantes, entre otros (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, 2016).

Si bien no es una tarea fácil, lograrlo generará resultados favorables en términos de divisas, crecimiento y empleo. Para esto, es determinante solucionar los conflictos sociales, la crisis política y la persistente inseguridad ciudadana, que desincentivan la llegada de visitantes nacionales o extranjeros. Además, debe consolidarse una estrategia para impulsar la inversión, que permita desarrollar y mejorar los accesos a los atractivos turísticos, considerando los objetivos de desarrollo sostenible para evitar dañar los ecosistemas y perjudicar a las generaciones futuras.

5.2. La planificación estratégica en las agencias de viajes

La planificación estratégica es definida como un conjunto de acciones aplicadas por las empresas como un proceso para garantizar el desarrollo y la implementación de proyectos o planes, con el propósito de cumplir los objetivos organizacionales (Valladares-Durand *et al.*, 2022). La planificación estratégica tiene una gran importancia para la toma de decisiones, principalmente, sobre el camino que debe seguir y la forma en que debe actuar para cumplir los objetivos formulados y establecidos. Se caracteriza por tener las siguientes funciones (Muñiz-Jaime *et al.*, 2022).

- Orientar a la organización a generar oportunidades económicas atractivas según sus recursos financieros y humanos
- Ofrecer un potencial atrayente de rentabilidad y crecimiento
- Precisar la misión de la entidad
- Definir los objetivos
- Elaborar estrategias de desarrollo
- Velar por mantener una organización racional en los productos o servicios ofrecidos

En el sector turismo, la planificación estratégica es de gran relevancia porque es un instrumento útil para alcanzar objetivos, plantear soluciones, gestionar los recursos e identificar retos, teniendo en cuenta la sostenibilidad de la actividad turística y la sociedad donde se desarrolla el turismo. Por otro lado, si se pretende contrarrestar la presión ejercida por otros negocios, es fundamental que la planificación sea aplicada previa radiografía del panorama del sector para identificar las fortalezas y debilidades de la agencia de viajes, para lo cual se recomienda responder a los siguientes objetivos (Soloagentes, 2022):

- Identificar la cantidad de agencias que forman parte de una misma organización
- Determinar las agencias que suelen vender la misma tipología de productos
- Determinar las agencias que venden total o parcialmente productos diferentes
- Calcular el nivel de crecimiento de nuevos clientes para determinar la cantidad de productos a ofrecer
- Identificar las agencias de viajes que representan una mayor competencia y su mejor activo o producto
- Determinar los aportes diferenciales que se ofrecen al cliente en comparación con las agencias de la competencia

- Evaluar los tipos de clientes y sus necesidades y expectativas
- Evaluar la calidad del servicio ofrecido mediante la aplicación de encuestas o cuestionarios a los clientes

En el ámbito nacional, se implementó el Plan Estratégico Nacional de Turismo (Pentur), con el fin de presentar algunos lineamientos para garantizar una correcta planeación estratégica turística, los cuales se enlistan a continuación (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016):

- Las actividades turísticas y los servicios desarrollados en islas, montañas, bosques, lagunas, lagos y ecosistemas marinos, así como los espacios que integran el patrimonio cultural, deben ser sostenibles.
- El desarrollo de proyectos de las agencias turísticas debe ser realizado considerando la infraestructura turística; además, deben utilizar insumos de bajo impacto ambiental, respetar la geografía local y usar materiales compatibles con el entorno.
- Fomentar el uso correcto de los recursos turísticos y competir con otras agencias basándose en la conciencia turística y un servicio de calidad.
- Fortalecer las capacidades y competencias de los emprendedores rurales para que las agencias y los pobladores puedan realizar acuerdos que beneficien sus negocios y a los turistas.
- Las agencias deben ofrecer sus servicios orientándose a generar un turismo sostenible, para evitar la destrucción de reservas paisajísticas, preservar la autenticidad cultural y la responsabilidad social y económica

El turismo se ha convertido en una actividad esencial para el progreso socioeconómico del país y constituye uno de los pilares para el desarrollo de la economía; por esto, es necesario que las agencias de viajes posean una correcta gestión para evitar brindar un inadecuado servicio y, por el contrario, los turistas logren obtener una gran experiencia y una buena imagen de la agencia y el turismo nacional.

5.3. La calidad del servicio y su impacto en la imagen turística

La imagen turística es la construcción mental de un determinado lugar, cuya representación visual está situada en un segundo plano ante actores vinculados con las creencias, las impresiones y el conocimiento que el visitante posee sobre un determinado destino turístico. Está compuesta por dos componentes: afectivo y cognitivo; es decir, es de carácter subjetivo. Debido a esta característica de la imagen turística, la información es interpretada bajo la perspectiva del turista, quien construye la imagen según su percepción y la comunicación de experiencia compartidas por otros visitantes (Sánchez *et al.*, 2020). La formación de imagen se efectúa basándose en tres elementos:

- **Motivaciones del turista:** La imagen depende de si el visitante quiere participar en las actividades turísticas y de los comentarios leídos sobre el lugar, las empresas y los pobladores de la localidad.
- **Características sociodemográficas del turista:** La imagen turística varía entre las personas, lo cual depende de sus aspectos sociales y demográficos, ya que estas condicionan la percepción de un destino turístico, en conjunto con las opiniones de sus seres cercanos.
- **Origen geográfico-cultural:** Las creencias, los valores y las costumbres influyen notablemente en la conducta en general y en el comportamiento del consumo de ocio.

En este aspecto, si los turistas tienen una imagen turística negativa sobre el lugar al que pretenden viajar, es importante que las agencias de viajes u otras empresas de este sector se esfuercen por brindar un servicio de calidad, de tal manera que los visitantes queden satisfechos con su visita. Esta calidad también debe ser ofrecida a aquellos que se sientan motivados, con el objetivo de incrementar los buenos comentarios y fomentar el turismo a nivel nacional. Para lograr esto, es vital que las empresas cumplan con las normas de calidad

y apliquen una gestión eficiente; así también, se requiere que los trabajadores y las organizaciones se encuentren dentro del área formal, porque eso brinda una mayor seguridad a los turistas, al tener convenios con entidades locales, lo cual ayuda al disfrute de la actividad turística y al cumplimiento de las expectativas y necesidades personales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar, L., Atencio, G., Madrid, A., Sánchez, A., Pardo, G., & Batista, D. (2020). Efectos causados por las ventas online en las agencias de viajes en Santiago de Veraguas. *Revista Semilla Científica*, (1), 392-396. <https://revistas.umecit.edu.pa/index.php/sc/article/view/1015>

Alava, A., & Valderrama, G. (2020). La informalidad y su relación con la recaudación tributaria. Estudios en el contexto de Ecuador. *Dissertare. Revista de Investigación en Ciencias Sociales*, 5(2), 1-14. <https://revistas.uclave.org/index.php/dissertare/article/view/2793>

Alexander, T. (2019, 30 de octubre). *Gráfico de la semana: La economía informal mundial: Grande, pero ya no tanto*. IMF BLOG. <https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2019/10/30/the-global-informal-economy-large-but-on-the-decline>

Amador-Mercado, C. (2021). Dimensiones del turismo sostenible. *Vida Científica Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 4*, 9(18), 33-34. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa4/article/view/7602>

Arrimada, M. (2022, 20 de junio). *Educación informal: qué es, características, ventajas e inconvenientes*. Psicología y Mente. <https://psicologiymente.com/desarrollo/educacion-informal>

Avilas, J., Cruz, N., & Varona, F. (2023). Análisis de la productividad científica sobre la colaboración entre agencias de viajes. *Retos Turísticos*, 22(1), 1-16. <https://retosturisticos.umcc.cu/index.php/retosturisticos/article/view/57>

Baker, A., Berens, S., Feierherd, G., & Gonzales, I. M. (2020). Informalidad laboral y sus consecuencias políticas en América Latina. *Vanderbilt University report*, 144(1), 1-16. <https://www.vanderbilt.edu/lapop/insights/IO944es.pdf>

Banco Mundial. (2021, 11 de mayo). *La informalidad generalizada puede retrasar la recuperación de la COVID19 en las economías en desarrollo*. <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2021/05/11/widespread-informality-likely>

- Beatón, M., Benavidez, D., Ramos, O., Korstanje, M., & Martínez, V. (2021). Evaluación de la competitividad: un referente desde una propuesta de indicadores para el centro histórico de la habana. *Revista Turismo Estudios e Prácticas-RTEP/UERN*, 10(2), 1-16. <https://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/948>
- Bejarano, J., & Huamán, M. (2024). Calidad de servicio en hoteles peruanos. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 29(105), 213-228. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9283014>
- Benavente, J., & Farfán, M. (2021). El verdadero rostro de la informalidad empresarial en el sector turismo del cusco: contraste metodológico y evidencias de su influencia en el desempeño económico. *South Florida Journal of Development*, 2(2), 1590-1608. <https://doi.org/10.46932/sfjdv2n2-037>
- Calero, M., Cruz, M., Terán, M., & Bayas, V. (2023). Elaboración de estrategias de marketing para potenciar pequeñas empresas turísticas. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(3), 1272–1287. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i3.1158>
- Candias, K., Leticia Rojas, M., & London, S. (2020). Turismo y Crecimiento en América Latina y Caribe: ¿causa o consecuencia? *Economía Coyuntural*, 5(3), 99–135. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-06222020000300005&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Castro, J. (2022). Calidad del servicio: Qué es, tipos y cómo medirlo. *Blog Corponet*. <https://blog.corponet.com/calidad-del-servicio-que-es-tipos-y-como-medirlo>
- Cayo-Velásquez, N., Arcaya-Chambilla, L., & Apaza-Tarqui, A. (2022). Turismo místico: revisión de la literatura científica. *Investigación Valdizana*, 16(3), 107-113. <https://doi.org/10.33554/riv.16.3.1469>
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. (2016). *Economía informal en Perú: Situación actual y perspectivas*. CEPLAN. https://www.ceplan.gob.pe/wp-content/uploads/2013/09/economia_informal_en_peru_11-05-2016.pdf
- Coll, F. (2020, 1 de marzo). *Tipos de turismo*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-turismo.html>

Conde, Y., Daza, F., & Gaviria, P. (2021). *La Informalidad Laboral y su efecto en el cumplimiento de Obligaciones Tributarias en la Asociación de Comerciantes del Mercado Minorista-Km 6 de Pucallpa-Perú, 2021* [tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Ucayali]. Repositorio Institucional UNU. <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/5680>

Condori, S., & Frisancho, Y. (2020). *Informalidad de la oferta del turismo místico en el centro histórico de Cusco 2019* [tesis de licenciatura, Universidad Andina del Cusco]. Repositorio Institucional Uandina. <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/4204>

Contreras, E. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia. *Innovar*, 31(81), 35-48. <https://www.redalyc.org/journal/818/81869272004/>

Coronel, J., Basantes, R., y Vinueza, A. (2019). Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador). *Revista Espacios*, 40(7), 1-9. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n07/19400709.htm>

Crespo, J., & Soria, B. (2019). Factores que influyen en el comportamiento del turista: estado de la cuestión. *Kalpana-Revista de Investigación*, (17), 120-136.

Cruz, N. J. (2021). Ecoturismo y turismo cultural: impactos positivos y negativos en el departamento de Boyacá, Colombia. *Turismo y Patrimonio*, (17), 29-43. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.02>

Cueva, E., & Chauca, P. (2022). Efecto del turismo como oportunidad económica en la provincia Rodríguez de Mendoza, 2020. *Revista Científica Pakamuros*, 10(3), 30-40. <https://doi.org/10.37787/td1dkg73>

Cueva, E., & Chauca, P. (2022). Generación de empleo a través del turismo en la ciudad de Chachapoyas. *Revista Científica Pakamuros*, 10(3), 78-88. <https://doi.org/10.37787/76dbvr71>

Deléchat, C., & Medina, L. (2020). ¿Qué es la economía informal? Finanzas & Desarrollo. <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2020/12/pdf/what-is-the-informal-economy-basics.pdf>

Delgado, F., Ruesga, S., & Pérez, L. (2019). El dilema de la informalidad y como combatirla. *Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas*, 2(2), 8-16. <https://doi.org/10.33776/rem.v0i57.4736>

Delgado, J., Ruesga, S., & Pérez, L. (2021). Informalidad rural y urbana en Ecuador. *Revista de economía mundial*, (57), 209-230. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7917459>

Dlomo, T., & Rogerson, C. (2020). Tourism and Local Economic Development in King Sabata Dalindyebo Local Municipality, South Africa: Stakeholder Perspectives. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10(1), 145-164. <https://core.ac.uk/download/pdf/479289014.pdf>

Ercolani, P., & Seguí, M. (2021). Turismo y transformaciones territoriales en el valle de Yunguilla, provincia del Azuay (Ecuador). *Revista Universitaria de Geografía*, 30(2), 175-176. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1852-42652021000200175&script=sci_arttext

Espinoza, L. (2022). *Diseño e implementación de un sistema contable para la “agencia de viajes Belmondo viajes Bolivia* [tesis de licenciatura, Universidad Mayor de San Andrés]. Repositorio Institucional UMSA. <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/29020>

Euroinnova. (2021, 10 de noviembre). *Conoce qué es la calidad de un servicio y cómo se mide*. <https://www.euroinnova.pe/blog/que-es-la-calidad-de-un-servicio>

Fusté, F., Medina, F., & Mundet, L. (2020). La proximidad de los productos alimentarios: turismo gastronómico y mercados de abastos en la Costa Daurada (Cataluña, España). *Revista de Geografía Norte Grande*, (76), 213-231. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022020000200213>

Gutiérrez-Galera, L. H. (2023). Sistemas de calidad turística en Costa Rica: Accesibilidad y desafíos para su implementación en emprendimientos y PYMES turísticas en el contexto pandémico. *Revista Espiga*, 22(45), 52-77. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8875115>

Hammond, M. (2023, 18 de mayo). *Qué es la calidad del servicio, cómo se mide y cómo mejorarla*. Hubspot. <https://blog.hubspot.es/service/calidad-del-servicio>

Hemmati, F., Mahmoudi, G. & Dabbaghi, F. (2020). Assessment the Quality of Services in Health Tourism using structural equation modeling (SEM) and confirmatory factor analysis (CFA): a case study in Mashhad, Iran. *Health Economics & Outcomes Research*. 10.21203/rs.3.rs-15796/v1

Herrera, P., & López, M. (2021). El turismo: la gestión de la calidad y sus costos. *COFIN Habana*, 15(2), 1-14. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_ar-text&pid=S2073-60612021000200009

Huayta, S. (2021). La calidad total de servicios y la productividad empresarial del turismo receptivo en Miraflores, 2019. *Quipukamayoc*, 29(59), 77-84. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1609-81962021000100077&script=sci_abstract&tlng=en

Ibarra-Morales, L., Woolfolk-Gallego, L., Meza-López, B., & Gelain-Rodríguez, E. (2020). Evaluación de la calidad en el servicio: una aplicación práctica en un establecimiento de Café. *Revista CEA*, 6(11), 89-107. <https://doi.org/10.22430/24223182.1430>

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2021). *Capítulo I. Una Visión Sintética de la Economía Informal en el Perú*. INEI. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1828/cap01.pdf

Instituto Peruano de Economía. (2023, 13 de agosto). *Recuperar niveles de turismo receptivo permitiría crecer hasta 3% en 2024*. <https://www.ipe.org.pe/portal/recuperar-niveles-de-turismo-receptivo-permitiria-crecer-hasta-3-en-2024/>

Izquierdo, J. (2021). La calidad de servicio en la administración pública. *Horizonte empresarial*, 8(1), 425-437. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>

Jovanović, R., Cesar, S., Pavlović, S., & Devedžić, M. (2018). Principios de sostenibilidad en clústeres de turismo rural: los casos del Alto y el Bajo Danubio en Serbia. *Revista de Geografía Norte Grande*, (70), 211-233. <https://gery.gef.bg.ac.rs/handle/123456789/900>

Kelmanson, B., Kirabaeva, K., Medina, L., Mircheva, B., & Weiss, J. (2019). *Explaining the Shadow Economy in Europe: Size, Causes and Policy Options*. International Monetary Fund. <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2019/12/13/Explaining-the-Shadow-Economy-in-Europe-Size-Causes-and-Policy-Options-48821>

Lara, Y., & Núñez, S. (2022). Prospectiva de turismo sostenible en el Desierto de la Tatacoa para el año 2032. *Crece Empresarial Journal of Management and Development*, 4(2), 40-47. <https://www.journalusco.edu.co/index.php/cempresarial/article/view/3770>

Lira, Z., Lira, J., Lira, W., & Ogosi, J. (2023). La informalidad comercial en la recaudación del impuesto en el Perú. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E58), 260-265. <https://acortar.link/6PFmPU>

Loor-Navas, V., Murillo-Mora, M., & Cuzme-Rodríguez, A. (2021). Informalidad laboral, bienestar social y económico de los trabajadores del sector de la construcción. *Dominio de las Ciencias*, 7(6), 277–292. <https://doi.org/10.23857/dc.v7i6.2331>

Macedo, M. (2024). *Determinantes de la informalidad laboral en la región La Libertad periodo 2017-2021* [tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio Institucional Unitru. <https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/2d4b564b-0392-489b-a95f-8d6318e89c81/content>

Maloney T., & Makoni, L. (2018). Insights into international tourists' experiences of, and satisfaction with, Zimbabwe's tourism offerings. *Acta Universitatis Danubius. Œconomica*, 14(1), 226-242. <https://journals.univ-danubius.ro/index.php/oeconomica/article/view/4492/5249>

Martínez, G., Silva, F., & Juárez, A. (2022). Economía informal: descripción conceptual y mirada al contexto mexicano. *Telos: revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 24(2), 256-271. <https://www.redalyc.org/journal/993/99371994005/html/>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú-PENTUR*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/31487/22123_PENTUR_Final_JULIO2016.pdf20180706-19116-y07vnb.pdf?v=1612204093

Miranda-Cruz, M., Chiriboga-Zamora, P., Romero-Flores, M., Tapia-Hermida, L., & Fuentes-Gavilánez, L. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística Rancho los Emilio' s. Alausí. *Dominio de las Ciencias*, 7(4), 1430-1446. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2179>

Morelos-Gómez, J., Cardona-Arbeláez, D., & Lora-Guzmán, H. (2020). Análisis del comportamiento del turismo informal en la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 11(1), 63-71.

- Moreno, M., Holguín, J., & Guerrero, I. (2022). Calidad del servicio y satisfacción al cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López. *Dominio de las Ciencias*, 8(3), 2345-2366. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8635213>
- Morgestein, W., & Suárez, G. (2019). Digitalización para la comercialización de servicios de hospedaje y turismo: De los justos reclamos del sector hotelero a la realidad del mercado. *Nueva Época*, (53), 61-80. https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/nueva_epoca/article/view/7767
- Muñiz-Jaime, L., Tomalá-Yáñez, R., & Alvarado-Guaranda, J. (2022). La planificación estratégica y su aporte al desarrollo empresarial de las Mipymes en Manabí. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 372-383. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2577>
- Novatours. (2022, 9 de diciembre). *Cuál es la importancia de una agencia de viajes y sus ventajas*. <https://www.novatours.com.co/importancia-agencia-viajes-de-ventajas/>
- Novatours. (2022, 9 de diciembre). *Cuál es la importancia de una agencia de viajes y sus ventajas*. <https://www.novatours.com.co/importancia-agencia-viajes-de-ventajas/>
- Peres, G., Villalba, K., & Caisa, E. (2023). Evaluación del Servicio Universitario: Un Acercamiento al Modelo SERVQUAL. *RECITIUTM*, 9(2), 69-94. <http://recitiutm.iutm.edu.ve/index.php/recitiutm/article/view/246/html>
- Quispe, G., Tapia, M., Ayaviri, D., Villa, M., Borja, M., & Lema, M. (2018). Causas del comercio informal y la evasión tributaria en ciudades intermedias. *Espacios*, 39(41), 1-17. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n41/a18v39n41p04.pdf>
- Ramos, A. (2015). *Informal sector, informal economy and informality*. RIDE.
- Ramos, M. (2023). El fenómeno de la informalidad en el Perú: Desafíos y oportunidades para la Seguridad Nacional. *Revista Cuadernos de Trabajo*, (25), 41-53. <https://doi.org/10.58211/cdt.vi25.62>
- Ramos-Galarza, C., y García-Cruz, P. (2024). Guía para realizar estudios de revisión sistemática cuantitativa. *CienciAmérica*, 13(1), 1-13.

Ratnayaka, R. (2023). Empirical Review on the Impact of Informal Tourism Sector Engagement in Sri Lanka Tourism Industry. *ICRRD*, 5(1), 133-139. <https://icrrd.com/public/media/07032024030105-Srilanka-Tourism.pdf>

Regalado-Calanche, D., Obispo-Salazar, K., & Rosero-Sarasty, O. (2021). Hotelería y trabajo informal en el sector turismo: una reflexión en tiempos de Covid-19. *Clío América*, 15(29), 676-684. <https://doi.org/10.21676/23897848.4276>

Reyes, O. (2022). Políticas estatales para solucionar la informalidad laboral de las microempresas en Perú y su formalización. *Revista Ciencia y Tecnología*, 18(1), 121-128. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/4341>

Romero, Y., Ortiz, M., & Pecot, M. (2020). *Proyecto para la creación un plan de mejoras en los procesos de calidad del hotel Playa Dorada mediante el método SERVPERF para evaluar los servicios brindados en las áreas de ama de llaves y recepción* [tesis de licenciatura, Escuela Superior Politécnica del Litoral]. Repositorio Institucional Espol. <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/51738>

RPP. (2021). *El 64% de trabajadores en el sector turismo en Perú eran informales, según la OIT*. <https://rpp.pe/economia/economia/el-64-de-trabajadores-en-el-sector-turismo-en-peru-eran-informales-segun-la-oit-noticia-1345149>

Rubio, M. (2018). La informalidad laboral en América Latina. *Archipiélago. Revista cultural de nuestra América*, 25(99), 18-20. <https://www.revistas.unam.mx/index.php/archipelago/article/view/78374>

Ruíz, R., & Delgado, D. (2020). Calidad del servicio público en el desarrollo de las municipalidades en la región San Martín. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 1318-1332. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.158

Salazar, E. (2023). Importancia del ecoturismo como estrategia en la captación de turismo receptivo en el Perú. *EVSOS*, 2(1), 22-31. <https://revistaevsos.com/index.php/evsos/article/view/80>

Salcedo-Pérez, C., Moscoso-Duran, F. F., & Ramírez-Salazar, M. P. (2020). Economía informal en Colombia: iniciativas y propuestas para reducir su tamaño. *Economía*, 41(03), 1-7.

Saldívar, D., & Galván, E. (2022). Análisis y propuestas para la mejora de la calidad del servicio percibida y la satisfacción del cliente del sector hotelero de Tamaulipas. *El Periplo Sustentable*, (42), 35-55. <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/14860>

Sánchez, M., & Chafloque, R. (2019). *La informalidad laboral en el Perú. Un mapa nacional basado en ENAHO*. Fondo Editorial USMP <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/INFORMALIDAD-LABORAL-final-corregido.pdf>

Sánchez, V., Félix, B., & Velarde, J. (2020). La imagen turística de Mazatlán, México: según la percepción de los turistas nacionales. *Dimensiones Turísticas*, 4(6), 91-118. <https://doi.org/10.47557/SSHR8137>

Sánchez-Macías, Y., & Velásquez-Gutiérrez, M. (2022). Percepción de la calidad del servicio de laboratorio clínico de referencia en Portoviejo, Ecuador. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada Yachasun*, 6(11), 2-28. <https://doi.org/10.46296/yc.v6i11edespdic.0260>

Sánchez-Puerta, M., Ocampo-Salazar, C., y García Callejas, D. (2022). Informalidad, innovación y resiliencia en medio de la pandemia o el triunfo del espíritu sobre la materia. Emociones, sufrimientos y sueños. *Revista En-Contexto*, 11(18). <https://doi.org/10.53995/23463279.1440>

Sarralde, J. (2023). ¿Es mejor viajar con agencia de viajes?: ventajas y desventajas. Guía viajar. <https://guias-viajar.com/viajar-por-tu-cuenta/ventajas-desventajas-viajes-organizados-agencias-turisticas/>

Schneider-Palomino, L., & Gonzalez-Díaz, J. (2023). Estrategias de integración para la reactivación económica en el sector de hostales: una revisión. *Revista científica anfibios*, 6(1), 44-56. <https://www.revistaanfibios.org/ojs/index.php/afb/article/view/125>

Servat, A. (2020, 29 de enero). ¿Cómo combatir la informalidad en la gestión educativa? ESAN. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-combatir-la-informalidad-en-la-gestion-educativa>

Silva-Treviño, J., Macías-Hernández, B., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>

Soloagentes. (2022). *Plan estratégico 2022 -2023 para Agencias de Viajes*. Soloagentes https://www.soloagentes.com/wp-content/uploads/2022/09/Workbook-Plan-estrategico-para-Agencias-de-Viajes_-Competencia-existente.pdf

Tello, J. (2023). ¿En qué trabajabas antes de llegar aquí? Antecedentes de la economía informal y trabajo precarizado en mujeres privadas de su libertad, en Nayarit. *Inter-Acciones*, 1(1), 4-19. <https://inter-acciones.uan.mx/index.php/revista/article/view/13>

Torres, M., Osuna, J. S., & Cruz, J. (2020). Plan estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en localidades pesqueras en Sinaloa. Caso: Las Arenitas, Culiacán, Sinaloa, México. *Revista de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional*, (8), 1-15. <https://www.eumed.net/rev/ril-co/08/desarrollo-turismo-comunitario.html>

Ulloa, S., Javez, S., Tello, E., & Cruz, L. (2020). Gestión de Calidad bajo ISO 9001: 2015 para aumentar la satisfacción del Cliente en CEL Conache SAC, 2020. *Journal of Business and Entrepreneurial Studies*, 4(3), 90-101. <https://www.redalyc.org/journal/5736/573667939006/573667939006.pdf>

Universidad Cesuma. (s.f.). *Funciones de las agencias de viajes*. <https://www.cesuma.mx/blog/clasificacion-y-funciones-de-las-agencias-de-viajes.html>

Valladares-Durand, S., Vicuña-Ureta, A., Soto-Rivera, C., & Jara-Llanos, G. S. (2022). La planificación estratégica como mejora del desempeño docente en Perú. *Horizontes Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 6(22), 238-245.

Valqui, S., & Rios, M. (2023). *La informalidad y su relación con la evasión tributaria en los comerciantes de un mercado, en Tarapoto, año 2022* [tesis de licenciatura, Universidad Peruana Unión]. Repositorio Institucional UPeU. <http://200.121.226.32:8080/handle/20.500.12840/6593>

Women in Informal Employment: Globalizing and Organizing. (s. f). *WIEGO Network: Holistic Framework*. Women in Informal Employment: Globalizing and Organizing. <https://www.wiego.org/wiego-network-holistic-framework>

Yuan, T., Honglei, Z., Xiao, X., Ge, W., & Xianting, C. (2021). Measuring perceived risk in sharing economy: A classical test theory and item response theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 96, 102980. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431921001237>

Zambrano, F., Berzosa, J., Romero, W., & Mora, N. (2020). Implementación de un modelo de Gestión para empresas textiles artesanales: Caso Almacenes Coronado. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(6), 229-241. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7897666>

Zambrano, L. (2023). Evaluación de la calidad del servicio al cliente: Caso de la empresa Ferreleczam. *Revista San Gregorio*, 1(55), 1-15. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rsan/v1n55/2528-7907-rsan-1-55-00001.pdf>

SOBRE LOS AUTORES

Francisco Astete Saavedra

Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

<https://orcid.org/0000-0001-6341-3863>

Roxana Julia Abarca Arrambide

Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

<https://orcid.org/0000-0002-9644-4591>

Gloria Paulina Cardoso Moscoso

Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

<https://orcid.org/0000-0002-7920-9063>

Zoilo Ladislao Vergara Valenza

Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

<https://orcid.org/0000-0003-0549-6319>



ANALIZANDO LA RELACIÓN ENTRE LA INFORMALIDAD Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL TURISMO

www.arcoeditores.com
contato@arcoeditores.com
(55)99723-4952