



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACION
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERIA Y
GASTRONOMIA**

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE INFORMALIDAD EN LAS AGENCIAS DE
VIAJES Y TURISMO EN EL DISTRITO DE LIMA**

**PRESENTADA POR:
BACH: VANESSA TERESA RAMIREZ GARCIA**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR AL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO,
HOTELERIA Y GASTRONOMIA**

**LIMA – PERÚ
2021**

DEDICATORIA

A mis amados padres Doña Teresa y Don Teófilo, quienes desde pequeña me inculcaron valores y me enseñaron a nunca desistir de luchar por mis sueños, a comprender que todo esfuerzo y sacrificio tiene su recompensa; gracias por su paciencia y apoyo incondicional, siempre serán mi soporte.

AGRADECIMIENTO

A todas aquellas personas que me brindaron su apoyo y que confiaron en mí, a mis padres y hermana quienes son y siempre serán mi motivación para seguir adelante, y a mis queridos e inseparables amigos Jenny, Ale y Ron, a quienes agradezco por sus conocimientos y tiempo para ayudarme en todo lo que necesité, a pesar de su ocupado horario.

RESUMEN

El Turismo es una actividad que crece constantemente en el mundo y por ende también en el Perú, y en esta valiosa cadena llamada Turismo, son partícipes diferentes actores que cumplen funciones importantes, uno de ellos son las agencias de viajes. Y en efecto, las agencias de viajes cumplen un rol valioso y trascendental, ya que cumplen son las intermediarias, el nexo entre el turista y los diferentes destinos; pero como en todo negocio, existen también agencias que incurrir en la informalidad, pues buscan la manera más práctica de generar ganancias sin tener conocimiento previo de la responsabilidad que conlleva el abrir un negocio. En el presente trabajo se muestra información que permitirá conocer más sobre este problema que está latente en este sector, entender los motivos por los cuales eligen este camino, además conocer sus consecuencias; y finalmente se mostrarán los resultados sobre el nivel de informalidad en las agencias de viajes y turismo encontrado en el distrito.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ÍNDICE	v
INTRODUCCIÓN	vii
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción del problema:	1
1.2. Formulación del problema:	6
1.2.1. Problema General:	6
1.2.2. Problemas Específicos:	6
1.3. Objetivos de la investigación:	6
1.3.1. Objetivo General:	6
1.3.2. Objetivos Específicos:	7
1.4. Justificación:	7
CAPÍTULO II	9
MARCO TEÓRICO	9
2.1 Antecedentes de la Investigación:	9
2.1.1 Antecedentes Nacionales:	9
2.1.2. Antecedentes Internacionales:	15
2.2 Bases Teóricas:	16
2.2.1. Turismo	17
2.2.2. Importancia de Turismo	19
2.2.3. Turista	21
2.2.4. Agencias de viajes	23
2.2.5. Clasificaciones de las Agencias de viaje	25
2.2.6. Funciones de las Agencias de viaje	26
2.2.7. La Informalidad	29
2.2.8. La Informalidad Inicial	34
2.2.9. Causas de la Informalidad	34
2.2.10. Consecuencias de la Informalidad	42
2.3 Definición de términos:	49
CAPÍTULO III	51
METODOLOGÍA	51
3.1 Tipo de Investigación:	51
3.2 Nivel de Investigación:	52
3.3 Diseño de Investigación:	52
3.4 Población y Muestra:	53
3.4.1. Población	53
3.4.2. Muestra	54
3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos:	55

3.5.1. Técnica	55
3.5.2. Instrumento	55
CAPÍTULO IV.....	57
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	57
4.1 Resultados:	57
4.1.1 Análisis de resultados	59
CAPÍTULO V.....	61
CONCLUSIONES	61
LISTA DE REFERENCIAS.....	64
ANEXOS	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	57
Tabla N° 2.....	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1	57
Figura N° 2	59

INTRODUCCIÓN

Dentro de los prestadores del servicio turístico se encuentran las agencias de viajes y turismo, que considero son la más importantes dado que, las agencias son las encargadas de preparar, organizar, recomendar y ofrecer a los turistas las mejores experiencias para su goce y disfrute durante su estadía en algún destino determinado, que gratificante es tener un turista satisfecho como resultado de sus óptimos servicios, y que mejor recompensa podrían esperar que la recomendación de estos propios turistas hacia familiares y/o amigos, porque ese es el efecto positivo que resulta de la buena atención y de ofrecer servicios de calidad y garantía, a pesar de que el precio pudiera ser alto, el turista está dispuesto a pagar porque considera que lo merece. Pero, qué pasaría si por el contrario se ofrecen productos y servicios que son atractivos por sus bajos precios, mas son deficientes, resultan con falencias, de baja calidad, y que no brindan seguridad, producto de la mala organización y de los precarios recursos con los que cuenta la agencia, esto resultaría en la insatisfacción y descontento del turista al generarse una mala imagen del prestador del servicio, y también del destino. Es así como, partiendo de este ejemplo, surge la idea y motivación por realizar una investigación sobre una problemática que está afectando, no sólo a un rubro de negocio, sino a varios, dentro de los cuales está incluido el turismo, y se escogió el caso particular de las agencias de viajes y turismo por la

importancia de sus roles y la representación que tienen, y el lugar elegido para esta investigación fue el distrito de Lima, dentro de cuya área se encuentra el centro histórico, que comparte también con el distrito del Rímac, que alberga numerosos monumentos históricos de importancia para la humanidad motivo por el cual se encuentra considerado Patrimonio Mundial.

Para la elaboración del presente trabajo se ha llevado a cabo la distribución del diseño de la siguiente manera:

En el capítulo I, se tratan temas como la descripción de la realidad problemática y su importancia, la formulación del problema, objetivos y justificación.

En el capítulo II, se tratan los temas como antecedentes de la investigación, la base teórica, parte importante del trabajo, y la definición de términos.

Finalmente, en el capítulo III se mostrará el trabajo de campo, es decir los cuadros estadísticos con sus respectivas interpretaciones, dando a conocer al final las conclusiones correspondientes.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema:

Hoy en día la informalidad se ha convertido en un problema de gran escala para la economía del país, se presenta en diferentes ámbitos y/o sectores y representa un gran porcentaje de pérdida para el estado. El turismo no es ajeno a este fenómeno, y se ha visto afectado indudablemente, existen empresas informales como agencias de viajes, empresas de transporte, restaurantes, hoteles, y cualquier otro tipo de empresa relacionada al sector turístico que lucran de manera ilegal.

Gamarra, F. (2017), mencionó una información y datos muy importantes y a la vez alarmantes:

La informalidad es la principal barrera para el desarrollo del Perú, pues afecta directamente los niveles de productividad y crecimiento económico. Actualmente, somos el sexto país más informal en el

mundo y el tercero en Latinoamérica (sólo superados por Bolivia y Panamá); además, las cifras muestran que el 60% de la economía peruana y el 79% de la PEA (población económicamente activa) actúan fuera del ámbito formal. La actividad turística no es ajena a esta realidad, pues se estima que entre el 65% y 70% de las empresas del rubro son informales. Ello debilita al sector Turismo, al destino Perú, a la institucionalidad empresarial, y no ayuda a la sensibilización de la población local con el desarrollo del turismo.

El panorama que nos muestra es realmente preocupante, el sector informal representa un gran porcentaje en nuestro país, y en el sector turístico, esto debería ser tema de preocupación porque refleja un ineficiente uso de los recursos y servicios del estado, y como consecuencia pone en riesgo el desarrollo y el crecimiento del país.

La informalidad genera una competencia desleal en las empresas, afecta la productividad y crecimiento económico de una localidad o región, y a su vez de todo el país, puesto que las agencias informales evaden el pago de cualquier tipo de impuesto o contribución hacia el estado. Por lo general, estas agencias optan por este camino debido a que cuentan con poco capital, pocos ingresos económicos que no les alcanza para cubrir con todos los pagos que conlleva los marcos de legalización y registros. Asimismo, el tiempo que se necesita o demora el crear y abrir una empresa de manera legal, y establecerla con los estándares que implica la

formalidad, puede resultar tedioso y largo, por lo que termina de desanimar a estos pequeños empresarios, y deciden optar por una vía más práctica, fácil, rápida, y con una respuesta económica a corto plazo, la cual resulta ser la informalidad.

Otro punto importante, y lamentablemente negativo, que conlleva la informalidad es que las empresas que se encuentran en ella corren riesgos y atentan contra la seguridad del consumidor, y enfocándonos en agencias de viajes, atentan contra la seguridad del turista, pues estas agencias no cuentan con los debidos permisos de defensa civil, licencia de funcionamiento correspondiente, y ofrecen actividades turísticas sin el permiso oficial ni el más mínimo cuidado ni responsabilidad, no respetando las normas, por lo tanto podrían ocasionar, en el peor de los casos, accidentes.

El turista es uno de los principales afectados como consecuencia de la informalidad de las agencias de viaje, los servicios brindados por estos no tienen la calidad ni garantía necesaria que implica un viaje o recorrido dentro de un destino, atractivo o lugar turístico, y con frecuencia genera en él un descontento, y una mala impresión tanto de la agencia de viajes como del país al que visita, lo que trae como consecuencia que el turista se lleve una mala impresión, una mala imagen del destino, y por consiguiente desista de hacer uso nuevamente de los servicios de la agencia nacional, por generarle desconfianza, y decida por el contrario adquirir mediante una agencia extranjera, o en el peor de los casos tome la decisión, por la mala

experiencia vivida, de no volver al lugar, destino o atractivo turístico anteriormente visitado.

Según el diario El Comercio (2015):

Muy pocos han sido los avances que el sector turismo ha conseguido en el combate contra la informalidad de las agencias de viajes en el país. Durante el último quinquenio, apenas la han logrado reducir entre un 3% y 5%, lo que deja ver un problema grave para esta actividad: más de la mitad de las empresas dedicadas a este rubro operan fuera de la ley.

Santander, P. (2015) afirma que *“Entre el 52% y 55% de estas empresas de turismo operan fuera de la ley y mueven US\$750 millones.”*

Esto demuestra que lamentablemente no hay un compromiso por parte del estado por dar solución al problema, es poco el porcentaje de reducción que ha tenido la informalidad en las empresas del sector turístico. De no reducir el porcentaje de este problema, las consecuencias negativas pueden ir más allá de la falta de recaudación de tributos, pues todo puede resultar como un efecto domino, debido a la ausencia de garantía y seguridad de los servicios brindados por una agencia informal, que dejarían insatisfechos a los turistas, éstos no recomendarían nuestros destinos, lo que traería consigo una disminución paulatina de las visitas de turistas, y

con esto habría un bajo crecimiento económico en las regiones de los destinos, generaría disminución de puestos de trabajo, desempleo a cientos de personas que están involucradas en la cadena turística. Muchas comunidades han visto en el turismo un camino hacia el desarrollo y crecimiento de su gente, de sus familias, tenemos como ejemplo la práctica del TRC (Turismo rural-comunitario), comunidades han visto en este tipo de turismo una forma de superación, de poder salir adelante y dejar la pobreza en la que se encontraban; con las actividades que éstas comunidades realizan generan ingresos económicos a sus familias, estos se han visto reflejados en los últimos años en aspectos como la calidad de vida y la educación.

Controlar la informalidad se ve una tarea difícil, pero no imposible, aunque suene esta frase cliché, ya que no sólo es un problema que afecta al turismo, sino a toda actividad empresarial, hoy en día las personas ven la informalidad como una salida fácil a los procesos que genera la formalización, además de una salida a sus problemas económicos. El promover e incentivar la formalización deben ser prioridad para las entidades implicadas, deben ponerle mayor interés, buscando soluciones, alternativas y oportunidades que ayuden y brinden facilidades a aquellas pequeñas empresas, quizás reduciendo los procesos de formalización, un mayor tiempo para realizar los pagos de impuestos, o una fracción de porcentaje mínima de impuestos para las nuevas agencias hasta que puedan establecerse, realizar supervisiones y fiscalizaciones para verificar

que las empresas cumplan con los estándares de calidad en sus productos y servicios, en fin, podrían ponerse en la mesa diversas opciones, con la idea fundamental que conduzcan a reducir la informalidad.

1.2. Formulación del problema:

1.2.1. Problema General:

¿Cuál es el nivel de informalidad, causas y consecuencias en las Agencias de viajes y turismo en el distrito de Lima?

1.2.2. Problemas Específicos:

- ✓ ¿Cuál es el nivel del sector informal de las Agencias de viaje y turismo en el distrito de Lima?
- ✓ ¿Cuál es el nivel de empleo informal de las Agencias de viaje y turismo en el distrito de Lima?

1.3. Objetivos de la investigación:

1.3.1. Objetivo General:

Determinar el nivel de informalidad en las Agencias de viajes y turismo que se encuentran ubicadas en el distrito de Lima, además de las causas y consecuencias.

1.3.2. Objetivos Específicos:

- ✓ Determinar el nivel del sector informal de las Agencias de viaje y turismo en el distrito de Lima, sus causas y consecuencias
- ✓ Determinar el nivel de empleo informal de las Agencias de viaje y turismo en el distrito de Lima.

1.4. Justificación:

El presente trabajo de investigación busca contribuir brindando información y datos sobre la problemática de la informalidad en las agencias de viajes en el distrito de Lima, con este estudio se quiere aportar conocimiento sobre la realidad que existe, con la finalidad de que las entidades públicas y organismos involucrados se preocupen más por erradicar este problema que tantos efectos negativos trae a la sociedad. El estudio tiene una **relevancia social**, puesto que permitirá tener un conocimiento sobre la realidad del problema y una mejor percepción de las causas que los motivan a ser informales, además con ello se busca sensibilizar a la población para que adopte una postura de preocupación y se decidan por prepararse e informarse antes de incurrir a la informalidad. Tiene una **relevancia académica**, pues los resultados obtenidos en el presente estudio podrán ser compartidos con todo aquel profesional interesado en esta temática, para incluso profundizar, mejorar o reorientar a temas relacionados. Tiene una **relevancia económica**, pues al mostrar las

causas que la originan, se podría ayudar a los empresarios con la debida información y capacitación, para que opten por el camino de la formalización, como consecuencia cumplirían con sus obligaciones tributarias, lo que generaría mayores ingresos para el Estado; y buscando mejores opciones de solución para que vaya disminuyendo el problema hasta erradicarlo. Tiene una **relevancia política**, pues los resultados de la investigación podrían contribuir en la creación, cambios o mejoras en nuevas políticas o lineamientos estatales que protejan la economía del país, e incentiven a los empresarios a seguir el camino de lo correcto; este trabajo llegaría a ser una fuente de información para las entidades responsables en la creación y adaptación de medidas y acciones correspondientes.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación:

Mediante una investigación en las diferentes fuentes bibliográficas, no se encontró alguna que hable del nivel de informalidad en las Agencias de viajes y turismo en el distrito de Lima, pero sí se encontraron referencias que de alguna u otra manera se relacionan con el tema del presente trabajo, principalmente en lo que se refiere a informalidad en el sector empresarial de las pequeñas y microempresas.

2.1.1 Antecedentes Nacionales:

- a. TESIS TITULADA: “OFERTA TURÍSTICA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES FORMALES Y AGENCIAS DE VIAJES INFORMALES EN LA CIUDAD DE HUARAZ” (Huaraz-Ancash) – 2018 – Gómez Molina Jeny Bel, Saldaña Salas Jazmín Katheryne – Universidad Cesar Vallejo.**

Esta investigación tiene como finalidad determinar la oferta turística de las agencias de viajes formales e informales en la ciudad de Huaraz, durante un periodo de 09 meses, la investigación es de tipo descriptiva, ya que busca analizar de una manera detallada los sucesos que se presentan en una problemática y darle una solución, el diseño de investigación es no experimental, de corte transversal, ya que no se realiza una manipulación de variable, además es de enfoque mixto, se analiza de manera cualitativa y cuantitativa; la población está compuesta por la cifra de llegada de turistas nacionales y extranjeros con un total de 283,369, y el total de la muestra fue de 267 turistas encuestados en la ciudad de Huaraz; la segunda muestra fue de 17 agencias, entre ellas formales e informales, y como tercera muestra fueron los dirigentes de la asociación de guías de montaña, representante de una agencia de viaje, Iperú, Mincetur y Dircetur. Los instrumentos empleados fueron la encuesta, fichas de observación y entrevista.

b. TESIS TITULADA: “OFERTA INFORMAL DE SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LA CALLE PROCURADORES DE LA CIUDAD DEL CUSCO” (Cusco) – 2016 – Quispe Nina Silvia Julia - Universidad Andina del Cusco.

En este trabajo de investigación se examina la oferta informal de servicios de las agencias de viajes y la satisfacción del turista en la calle Procuradores de la ciudad del Cusco, donde se observa que la actividad comercial de las agencias no está regulada de forma adecuada, y por lo tanto el servicio no garantiza calidad, lo cual nos lleva a tener turistas insatisfechos. El objetivo de la investigación es determinar en qué medida la oferta informal de servicios de las agencias de viajes influye en la satisfacción del turista en la calle Procuradores de la ciudad del Cusco. La metodología a utilizar es básica y aplicada, donde se encuestó a 96 turistas en la calle mencionada, durante los meses de Febrero y Marzo para obtener los datos sobre la satisfacción y la opinión sobre la oferta informal de las agencias de viajes. Concluye la autora que la oferta informal de las agencias de viajes influye significativamente en la satisfacción del turista. Se describen estrategias interventoras, supervisión de las agencias de viajes y la reglamentación estricta como una alternativa para mejorar la imagen de los servicios turísticos y optimizar la satisfacción turista.

c. TESIS TITULADA: “LA INFORMALIDAD DE LAS MYPES Y SU FALTA DE ACCESIBILIDAD A LOS CRÉDITOS QUE OFRECE EL SISTEMA FINANCIERO EN EL DISTRITO DE HUARAL – 2015” – Villanueva E. 2015

Tiene como objetivo principal: Identificar la informalidad en las MYPES y su falta de accesibilidad a los créditos en el Sistema Financiero en el Distrito de Huaral – 2015. El estudio tuvo en cuenta la forma real del crecimiento económico que en estos momentos experimenta nuestro país, la región y en su localidad. Se desarrolló el trabajo enfocándolo en el sector informal y teniendo como criterios aplicativos a un conjunto de empresas y que vienen desarrollando su actividad económica. La investigación realizada fue de tipo descriptivo, porque se tuvo información en forma dirigida con una muestra de 12 micro y pequeñas empresas de una población de la misma proporción a quienes se le aplicó un cuestionario de 15 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. El trabajo de investigación comprobó que, de las 14 MYPES encuestadas, 6 MYPES son formales y 8 informales, según encuesta realizada y corroborado con la data de la Cámara de Comercio de la provincia de Huaral. El autor concluyó que el género, que más predomina en la conducción de las MYPES, es el masculino. El rubro de comercialización es el que más predomina en el desenvolvimiento de la gestión que otros rubros. La informalidad es un indicador negativo para el desarrollo económico de un País o población, por lo tanto, este trabajo tratará de ayudar a reflexionar a aquellos empresarios que todavía no entran a la formalización.

d. TESIS TITULADA: “LA INFORMALIDAD EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS, Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN HUARAZ – ANCASH, 2016” – Pasco L. 2017

Esta investigación tiene como objetivo principal establecer la relación existente entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos con la demanda turística en la ciudad de Huaraz. Metodológicamente, la investigación fue de tipo básica, de diseño no experimental, transversal de nivel correlacional, ya que se estableció la relación entre las variables en un periodo de tiempo determinado. La población censal fue de 40 funcionarios que laboran en los entes promotores de turismo en la ciudad de Huaraz. Para la compilación de información se utilizó la técnica de la encuesta, cuyo instrumento fue el cuestionario tipo escala de Lickert de 25 ítems por variable. El procesamiento estadístico descriptivo se realizó mediante el programa Excel y la inferencial con el programa estadístico SPSS 22. Los resultados obtenidos con la investigación evidenciaron que existe relación directa y significativa entre la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en la ciudad de Huaraz; habiéndose encontrado un coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,352 lo cual implica que existe una relación entre las variables.

e. TESIS TITULADA: “ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS QUE PERMITAN REDUCIR LA INFORMALIDAD DE LAS AGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO MINORISTA DE LIMA” (Lima) – 2017 – Deza Espinoza, Evelyn Jackeline, Reyes Ludeña, Elena Mabel – Tesis para optar el título de Licenciatura en Administración de Empresas – Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Este trabajo de investigación tiene como objetivo determinar estrategias que ayuden a reducir la informalidad de las agencias de viaje y turismo minoristas de Lima. En el primer capítulo se investiga y se presenta el marco teórico, en el cual se desarrollan temas tales como la informalidad, el turismo, la calidad del servicio, las agencias de viajes y las Tecnologías de la información y comunicación. También se exponen las estrategias y los tipos de estrategias que existen con la finalidad de proponer, dentro de su investigación, aquellas que ayuden a reducir la informalidad. En el segundo capítulo, se explica la metodología de la investigación, resaltando los pasos que se siguieron para el desarrollo de la investigación cualitativa: la metodología de estudio, el método de investigación y las técnicas e instrumentos de recopilación de datos y su tratamiento. En el tercer capítulo se realiza el análisis de los resultados, teniendo como objetivo responder a las preguntas de la investigación. Finalmente, en el cuarto capítulo se presenta la discusión sobre los principales

hallazgos, barreras y brechas. Se brindan las conclusiones y las recomendaciones basadas en la investigación desarrollada.

2.1.2. Antecedentes Internacionales:

a. TESIS TITULADA: “ESTUDIO DE LA INFORMALIDAD ECONÓMICA EN EL MARCO DEL MOVIMIENTO ECONOMÍA Y DERECHO” (México) – Hernández V. 2013

Esta investigación propone lograr una mayor eficiencia y eficacia en la problemática específica y diversa de la informalidad económica en México, a través del movimiento economía y derecho que permite tomar decisiones de cuáles leyes son realmente eficientes y cuántas deberían ser promulgadas. Resulta de vital importancia saber que esta problemática se encuentra operando en su país acorde a necesidades de la sociedad y al libre mercado; es por esto que plantea desde un criterio economista, aprovechando criterios jurídicos, cómo deberían ser planteadas las normas. Por otra parte, la informalidad económica contempla un amplio abanico de temas y cada uno de ellos debe ser analizado con precisión y medidas con indicadores diferentes, por lo que realiza una reflexión de manera general, pero se centra únicamente en proponer soluciones de manera particular al asunto referido a la piratería (plagio).

b. TESIS TITULADA: “DETERMINANTES DE LA INFORMALIDAD EN LOS MICRONEGOCIOS EN MÉXICO. UN ANÁLISIS EMPÍRICO CON LA ENCUESTA NACIONAL DE MICRONEGOCIOS (ENAMIN), 2008-2012” – Espíndola N. 2017

El trabajo tiene como objetivo analizar la información disponible actualmente sobre la informalidad de los micronegocios en México. Este análisis permite dar respuesta a la pregunta “¿Cuáles son los factores que influyen para que un micronegocio se encuentre en la informalidad?”.

Actualmente, se reconoce que la economía mexicana tiene bajas tasas de crecimiento económico, 2.4% en promedio en los últimos 30 años. Esta falta de crecimiento económico es un indicativo de bajo desarrollo económico que se relaciona con factores como la salud, la educación, la pobreza, la deuda pública, el desempleo, entre otros. Asimismo, la informalidad es un tema asociado no solamente con el crecimiento económico, sino con las políticas públicas de gobierno.

2.2 Bases Teóricas:

En la elaboración de las bases teóricas para el presente trabajo de investigación se ha tomado en cuenta diversos artículos con sus respectivos autores que hablan sobre diferentes conceptos que están

relacionados con la presente investigación, pasaré a citar y comentar con el fin de contribuir a enriquecer la comprensión del tema de estudio.

2.2.1. Turismo

En 1942, los profesores suizos de la Universidad de Berna, Walter Hunziker y Kart Krapf, definían el turismo como:

“el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas.” (Krapf & Hunziker, 1942).

Posteriormente, se definió el turismo como:

“los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos.” (Burkart & Medlik, 1981)

La Organización Mundial de turismo OMT (2007) sostiene que:

El Turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios profesionales. Estas

personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas, residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales alguna implica gasto turístico.

Al hablar de Turismo, Oscar de la Torre Padilla (1997) sostuvo que:

El Turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas, que fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultural o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interacciones de importancia social, económica y cultural.

Turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares, diferentes al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios, otros. (Cabarcos Novas, abril 2011, pág. 2).

El Turismo es una actividad que está relacionada directamente con el desplazamiento de una persona o un grupo de personas fuera de su estancia habitual que, por motivos de ocio,

relajación, estudios o simplemente por salir de la rutina diaria que les aqueja el día a día de una vida estresante de trabajo, deciden optar por viajar y conocer nuevos lugares, haciendo uso de mediadores como agencias de viajes u operadores turísticos. Para que se considere una actividad turística o turismo, cabe resaltar que la persona que decida viajar a un destino o conocer un lugar debe realizar como mínimo el uso de servicios que están directamente relacionadas con el turismo, como servicios de hospedaje, transporte, alimentación y bebida. Visitas a museos, etc., y permanecer en un tiempo no mayor a un año.

2.2.2. Importancia de Turismo

Para hablar de la importancia del turismo, Lexus (2006) sostiene lo siguiente:

Es importante por su contribución como cualquier otro sector o actividad productiva en la economía, y se puede medir de diversas formas. No obstante, el Producto Bruto Interno (PBI) se acepta como indicador utilizado de forma más general para medir la importancia económica de las diversas actividades que componen la economía de un país. (Lexus, Turismo, Hotelería y Restaurantes, 2006, pág. 13).

La Organización Mundial de Turismo OMT (2017) sostiene que:

Durante décadas, el turismo ha experimentado una continua y profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en el número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingreso de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

Hoy en día el turismo es uno de los sectores económicos de mayor crecimiento a nivel mundial, y en el Perú es una de las primeras que generan mayores ingresos a la economía del estado, y a la de cada región, ya que es una actividad generadora de empleo para toda persona que se relaciona con el turismo, genera toda una cadena de trabajo: desde los proveedores, que abastecen a un emprendedor de venta de artesanía local, de arcilla y demás implementos necesarios para su elaboración, pasando por aquellos

artesanos que elaboran los hermosos trabajos de cerámica, la empresa que se encarga del transporte de los productos, hasta que se concreta la venta en el local o tienda, sólo como ejemplo de los tantos que hay de cadenas de trabajo que se forman como oportunidades que brinda el turismo. Ofrece empleo a miles de personas, y a su vez genera ingresos económicos, en muchos casos ha ayudado a comunidades a traer desarrollo a sus localidades, ha mejorado la calidad de vida de sus habitantes, entonces su importancia es trascendental. Además, el turismo permite el intercambio cultural, puesto que existe un contacto entre personas que poseen culturas, costumbres, idiomas, historias diferentes.

2.2.3. Turista

La definición de turista aparece registrada por primera vez en The Shoter Oxford English Dictionary como “persona que hace una o más excursiones, especialmente alguien que hace esto por recreación; alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares por sus objetos de interés, paisaje, etc.” (Padilla, 1992, Pág. 16).

Por otro lado, Cabarcos Novas, Noelia (2011) considera que:

“Se denomina turista o visitante que pernocta a aquella persona que se desplaza fuera de su entorno habitual por un periodo de tiempo superior a veinticuatro horas, diferenciando

este concepto del correspondiente al visitante de día o excursionista, cuya estancia es inferior a este tiempo.”
(Cabarcos, abril 2011, p. 2)

Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert y Wanhill (2007) consideran que en la práctica los turistas:

Representan un grupo heterogéneo de individuos con distintas personalidades, características demográficas y experiencias. Podemos clasificar a los turistas de dos maneras principales que tienen que ver con el carácter del viaje a emprender: turistas nacionales y turistas internacionales, y también se puede clasificar a los turistas de acuerdo con las categorías referidas al propósito de la visita.”
(Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert & Wanhill, 2007, p. 56).

La Organización Mundial del Turismo OMT (2007) sostiene que:

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su incluye una pernoctación.

Un visitante o turista es una persona que realiza un desplazamiento fuera de su entorno habitual que, por diferentes motivos como ocio, relajación o estudios, decide realizar viajes a

diferentes lugares con el fin de conocer nuevas culturas, vivir aventuras, degustar platos típicos, visitar lugares turísticos como monumentos, restos arqueológicos, etc., contratando el servicio de agencias de viajes u operadores turísticos o no, pero de igual manera haciendo uso de algún tipo de servicio turístico, y permaneciendo como mínimo una noche en el lugar que visita.

2.2.4. Agencias de viajes

Según la OMT (1998):

“las agencias son empresas de servicios y su función principal es la intermediación.”

Sociedad mercantil, anónima o limitada que, en posesión del título-licencia correspondiente, se dedican profesional y comercialmente en exclusividad al ejercicio de actividades de mediación y/o organización de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios en la prestación de los mismos. (Rivas García, 2011, pág. 115)

Cabarcos Novas, Noelia (2011) sostiene que las agencias de viajes son:

Las encargadas de asesorar e informar al viajero, de diseñar y comercializar los distintos productos turísticos; actúan como fuente de información sobre corrientes turísticas; forman parte

de la integración vertical del sector y mantienen relaciones con otras empresas del mismo ámbito (tour operadores, otras agencias de viajes, etc. (Cabarcos Novas, 2011, pág. 46)

La definición que da MINCETUR en el nuevo Reglamento de Agencias de viajes y turismo, según Decreto Supremo N° 005-2020, las define como:

“Persona natural o jurídica que realiza actividades de organización, mediación coordinación, promoción, asesoría, venta y operación de servicios turísticos, de acuerdo con su clasificación, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos.” (Diario Oficial del Bicentenario El Peruano, 2020).

Las agencias de viajes hoy en día se han convertido en una de las empresas de gran importancia para el sector turismo, ya que su función es de ser mediadora e intermediaria entre el turista y el destino, también permite tener contacto con clientes de diferentes partes del mundo, a los cuales les ayuda con la organización para que puedan adquirir servicios en lugares fuera de su residencia. La venta de paquetes turísticos, vuelos, cruceros, excursiones, hospedaje, alimentación, entre otros, son funciones que tienen las agencias. Por otro lado, las empresas que se dedican a este servicio son un punto muy favorable para las ciudades en donde se

establecen, ya que son generadoras de empleo y de un desarrollo económico y social para la población.

2.2.5. Clasificaciones de las Agencias de viaje

MINCETUR (2020) establece la clasificación de las agencias de viajes y turismo de la siguiente manera:

- a. *Agencias de viajes y turismo Minorista:* Agencia de viajes y turismo que ofrece y vende directamente al turista paquetes turísticos organizados. También puede ofrecer y vender directamente al turista servicios turísticos no organizados. No opera los servicios turísticos organizados.
- b. *Agencias de viajes y turismo Mayorista:* Agencias de viajes y turismo que proyecta, elabora, diseña, contrata y organiza todo tipo de servicios turísticos, paquetes turísticos y viajes para ser ofrecidos por otras agencias de viajes y turismo, no pudiendo ofrecerlos ni venderlos directamente al turista.
- c. *Operador turístico:* Agencias de viajes y turismo que proyecta, elabora, diseña, contrata, organiza y opera programas y servicios turísticos dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de las agencias de viajes y turismo del Perú y

el extranjero, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista.

La clasificación que nos presenta MINCETUR está basada en la forma de cómo brindan y prestan los servicios las agencias de viajes. La importancia que tienen radica en sus funciones de mediación, organización y promoción de los diferentes destinos turísticos que se ofrecen en la región o país correspondiente, a través de la elaboración de programas y paquetes turísticos. Dos de ellas tienen contacto directo con el cliente final, el turista, y una no, pero realiza la elaboración, contratación y diseño de los servicios que ofrece para venderlos a otras agencias. Se complementan unas a otras, indistintamente del tipo y modo en que prestan sus servicios.

2.2.6. Funciones de las Agencias de viaje

2.2.6.1. Función Mediadora

Tiene como objetivos gestionar, negociar e intermediar en la reserva y compra de los diversos servicios turísticos solicitados por el cliente. Esta función es propia de las agencias de viajes minoristas o detallistas.

2.2.6.2. Función Asesora

Tiene como misión suministrar al cliente de la agencia, información sobre las características de los diversos

destinos y servicios turísticos que ofrecen, pero, sobre todo, el principal objetivo de esta función es asesorar al cliente en las necesidades que exponga.

Para desarrollar correctamente la función asesora, es preciso contar con unas buenas fuentes de información, con una infraestructura empresarial adecuada, y con un equipo profesional experto y competitivo.

2.2.6.3. Función Productora

Los principales objetivos de esta función son: diseñar, comercializar y distribuir los distintos servicios y productos turísticos generados normalmente por la combinación de los diversos servicios sueltos, pero ofertados conjuntamente a un precio único y global. Esta función es propia de las agencias de viajes mayoristas y de los tours operadores.

(Cabarcos Novas, Administración de servicios turísticos: Promoción y venta, 2011, pág. 47)

Las agencias de viaje cumplen funciones muy importantes al momento de ofrecer y vender un producto o servicio turístico, ya que se encargan de elaborarlos mediante la combinación de dos o más servicios que conforman un paquete turístico, el cual es comercializado, y a su vez se encargan de gestionar aspectos como las reservas y ventas que solicitan los clientes, además de

informarles acerca de estos, detalles como el itinerario (excursiones, visitas, horarios, salidas, etc.), información importante que un turista necesita saber de la zona donde viaja, además del clima, temperatura promedio, entre otros. Una agencia de viajes cumple un rol importante en toda la cadena de servicios turísticos, y de la experiencia que resulte del uso de los mismos para los turistas, dependerá su satisfacción o insatisfacción, la imagen que se lleven del destino, y sus recomendaciones a otros.

Cabe mencionar, que MINCETUR al realizar la modificación en el nuevo reglamento de agencias de viajes, ha incorporado en el capítulo V los “Canales digitales para la prestación de servicios de las agencias de viajes y turismo”, o más conocidas como “Agencias de viajes virtuales”, es decir, son aquellas agencias de viajes que no cuentan con infraestructura física, local o establecimiento, pero cuentan con canales digitales por los cuales ofrecen sus servicios en línea haciendo uso de redes sociales, página web, correo electrónico y/o aplicaciones móviles. Estas agencias, mediante el acceso y uso de internet, van a ofrecer los diferentes servicios, paquetes y programas turísticos, con la finalidad de representar una agencia de viajes convencional, pero permitiendo el acceso a ellas mediante plataformas virtuales y llegando así a clientes que deseen adquirir algún producto en cualquier parte del mundo. Asimismo, estas agencias deben cumplir con una serie de requisitos establecidos en

el reglamento, para que puedan operar bajo las facultades y beneficios que le otorga la ley, tales como medidas para la protección de datos personales, medidas de seguridad y diligencia en interfaz para compras en línea (que permita realizar y procesar pagos de manera segura), entre otros. Aunque no cuenten con un establecimiento, deben igualmente brindar seguridad a los clientes, generar confianza y ofrecer la garantía de que sus compras van a realizarse de manera exitosa, sin incurrir a faltas, errores o problemas que puedan ocasionarse por el uso de una red virtual.

2.2.7. La Informalidad

Entrando al tema principal del presente trabajo de investigación, se mostrarán diferentes conceptos y definiciones que tienen diversos autores para referirse a la informalidad.

Tokman (1991) señala que:

La informalidad y las actividades que tengan que ver con ella, se encuentran fuera del marco legal-institucional vigente. Se hace hincapié en que la regulación gubernamental frecuentemente es un obstáculo para el desarrollo de la actividad empresarial, ya que los procesos de registro, para iniciar un negocio, son tardados y costosos. Las medidas planteadas para la solución del problema son las mejoras administrativas mediante la desregulación y la simplificación.

La informalidad es uno de los fenómenos que en los últimos años ha crecido, lo cual es perjudicial para la economía de un país, ya que estos lucran de una manera ilícita y evitan pagar todo tipo de impuestos y contribuciones al estado, además generan una competencia desleal a las empresas que sí están debidamente establecidas, debido a que por lo general ofrecen los mismos productos y servicios pero a bajos costos, pues al no pagar impuestos no ocasiona un aumento de sus precios y por tal motivo se dan la facilidad de reducir algunos costos y precios, a diferencia de las empresas formales que no lo pueden hacer.

Estas actividades se han convertido en un problema de suma importancia, debido al aumento que ha tenido en los últimos años. El turismo no está exento a este mal, ya que también se desarrollan actividades informales en este sector, mayormente es en temporadas altas cuando estas empresas clandestinas aparecen, ven la oportunidad de lucrar fácilmente debido a la gran demanda de turistas que se genera en esos momentos.

Cárdenas, (2010) sostiene que:

La informalidad es el no apego a la ley, basada en diversos factores influyentes que determinan que un sujeto realice actividades económicas clandestinamente, extralegalmente y por lo tanto, su actividad será considerada como informal,

trayendo consecuencias que influirán en sus resultados. Es decir, al grupo de actividades ilegales que no cumplen con las regulaciones económicas, tales como aquellas referidas a los aspectos fiscales, de condiciones de empleo, salubridad, etc.

Cabrera, (2013) menciona que:

La informalidad es una actividad de mercado que incumple de manera total o parcial la ley; en donde existen empresas no incorporadas, en donde no hay contabilidad, hay evasión fiscal, no se cumplen las normas laborales, no hay registros de propiedad, no hay bancarización, no se pagan servicios públicos, ni se cumplen las leyes sanitarias ni ambientales; es decir es una economía en la sombra.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, (2004) sostiene que:

La informalidad hace referencia al conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes y prestación de servicios, con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan de esa actividad. Estas unidades funcionan típicamente en pequeña escala, con una organización rudimentaria en la que hay muy poca o ninguna distinción entre el trabajo y el capital, como factores

de producción. Las relaciones de empleo, en los casos en que existan, se basan más bien en el empleo ocasional, el parentesco o las relaciones personales y sociales, no en acuerdos contractuales que supongan garantías formales.

Según SUNAT (2016), la informalidad consiste en:

Todas aquellas actividades económicas en las que no se respetan las formas establecidas en la legislación vigente, como por ejemplo no inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, no obtener Licencia Municipal de funcionamiento o no presentar declaraciones juradas de impuestos cuando corresponde.

La definición que nos da la SUNAT, la principal entidad responsable de la recaudación de los tributos es clara y precisa, la informalidad está presente en todo tipo de negocio, de diferente rubro, y su principal característica es el no respetar los marcos legales, las normativas establecidas por la ley, y a su vez excluye a las empresas del sector informal, a no contar con la protección, servicios y beneficios que le otorga el Estado a las empresas que sí operan con formalidad.

El concepto de informalidad se ha usado para describir a personas, establecimientos, actividades ilegales, posiciones ocupacionales y casi cualquier actividad que no se ajuste a los estándares del mercado laboral, lo cual genera esa amplia gama de conceptos. (Rouband, 1994).

Como se mencionó, el término de “informalidad” abarca indistintamente a diferentes ámbitos de una sociedad, pero todo apunta a un mismo concepto: toda actividad que se realice fuera de la ley, fuera de lo establecido por un sistema formal, que los lleva a lucrar económicamente con dicha actividad que está prohibida, no tanto prohibida, sino que no acata o cumple con los estándares establecidos por ley.

Por lo tanto, pertenecer al sector informal, supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, pero también implica no contar con la protección y los servicios que el estado puede ofrecer. (De soto, 1989)

Algo muy importante que menciona De Soto, en su ‘Estudio sobre la informalidad’, es que aquella pequeña empresa que se encuentra en la informalidad, al eximirse de su obligación tributaria, tampoco cuenta con los beneficios que les ofrece el Estado a todas aquellas que por el contrario se encuentra formales.

2.2.8. La Informalidad Inicial

El primer espacio para el avance de la informalidad, lo ofrecieron los formales mismos en las décadas iniciales de este siglo, al no respetar las leyes para urbanizar y buscar arreglos en los que reemplazaban estas normas generales por prerrogativas de clase, coimas, y otras componendas. (De Soto, H. 1987, p. 35).

Este es un aporte muy importante el que nos da De Soto, la informalidad nació de la misma formalidad, producto de la indisciplina, dejadez, facilidad o practicidad que buscaban los formales para no cumplir con todas las normas exigidas, hallando la manera de saltarse ciertos pasos a través de acciones carentes de honestidad y respeto por la ley.

2.2.9. Causas de la Informalidad

Loayza (2012) sostiene lo siguiente:

La informalidad surge cuando los costos de circunscribirse al marco legal y normativo de un país son superiores a los beneficios que ello conlleva. La informalidad involucra costos, tanto en términos de ingresar a este sector -largos, complejos y costosos procesos de inscripción y registro- como en términos de permanecer dentro del mismo, pago de

impuestos, cumplir las normas referidas a beneficios laborales y remuneraciones, manejo ambiental, salud, entre otros. Por ello, este sector predomina cuando el marco legal y normativo es opresivo, cuando los servicios ofrecidos por el gobierno no son de gran calidad, y cuando la presencia y control del Estado son débiles. Estos aspectos relativos a los costos y beneficios de la formalidad se ven afectados por las características estructurales del subdesarrollo, especialmente en lo que se refiere al nivel educativo, la estructura productiva y las tendencias demográficas.

Las causas que menciona Loayza son muy claras, los altos costos que conllevan los trámites burocráticos para la formalización de un negocio, el tiempo que les lleva realizar los trámites y obtener los documentos, todo ello desanima al empresario, que además cuenta con un capital que no le permite cubrir todos esos gastos. Entonces uno se pregunta “por qué emprenden”, sus mismas ganas de generar ingresos para sus familias, y muchos de ellos con el deseo de que, en un futuro no muy lejano, lo que se espera a corto plazo y obteniendo el suficiente dinero, puedan formalizarse. Mucho más allá de que hablamos de las agencias de viajes en particular en el presente trabajo, toda idea de crear un negocio requiere de muchas cosas, capital o solvencia económica, conocimiento sobre qué es un negocio o empresa, preparación para administrarlo, saber sobre los

tipos de empresa, rol y funciones dentro de una empresa, obligaciones tributarias, etc. No es solamente el deseo y afán de generar dinero, ingresos, es asumir responsabilidades. Importante también es el papel del Estado, tienen que cumplir y hacer cumplir las normas, si su papel no es riguroso, no toma el debido interés por manejar, encaminar y llevar como corresponde, entonces ya sabemos lo que resulta de ello.

Por su parte, Cárdenas (2011) afirma que las causas que incentivan estimulan, influyen, contribuyen, o conducen a un micro y pequeño empresario hacia la informalidad; es decir, a mantenerse al margen de la ley, son las siguientes:

- a. *Falta de información:* Debido a la falta de conocimiento que tiene el micro y pequeño empresario para poder ser formal; es decir, desconoce la ley de constitución de las diversas modalidades de empresas y de la ley MYPE, no conoce los requisitos y trámites para ser formal, ignora los incentivos y facilidades para la formalización e imagina que el tiempo y costos a invertirse son demasiado altos, tiene temor a la SUNAT, y todo ello se debería a la falta de un sistema de información adecuado por parte del Estado, grado de estudios que poseen aquellas personas que inician un

negocio, desinterés por informarse, pues el interés está sólo en obtener ganancias.

Lo que anteriormente mencionaba, una de las causas es la falta de preparación, información, educación, tener noción básica de lo que corresponde ser una empresa y sus obligaciones. Parte del desinterés que presentan estos empresarios, es porque a lo único que se enfocan es en generar dinero, es lo que les importa, más allá de estar bajo lo que corresponde por ley, aunque se arriesgan, claro está. Sí, es válido lo que menciona el autor al decir que el Estado debe brindar un sistema de información, pero creo más que debería asesorar, el interés por llevar las cosas de manera correcta está en cada uno, en sus valores y respeto por la ley, uno mismo puede informarse si realmente lo quiere, ir por la información y apoyo en conocimiento, no esperar a que la información llegue a uno, tenemos al alcance la tecnología, hasta en nuestras manos. Caso excepcional serían aquellos pequeños empresarios que no cuentan con el acceso tecnológico a la información, pero igual podría acercarse a la entidad correspondiente más cercana. Es el problema que continúa arrastrando nuestro país, la centralización, que en realidad es un tema que abarca más aristas.

b. *Trámites burocráticos*: Estos trámites significan gastos, entendidos como “el conjunto de desembolsos pecuniarios,

o de valores y bienes equivalentes” a los que podemos agregar inversión de tiempo, que en la mayoría de las veces su costo es muy alto. Por ello, el cumplimiento de las regulaciones es visto como un costo directo e inmediato. De acuerdo con diversos estudios, los elevados costos de transacción causados por las trabas administrativas y burocráticas, pueden tener consecuencias sumamente negativas sobre la inversión y el entorno de negocios, y recurriendo a información de una institución financiera expresa que “para el Banco Mundial (BM), la menor regulación empresarial, por lo general, fomenta la fortaleza económica; mientras que las barreras administrativas y burocráticas pueden convertirse en uno de los principales obstáculos a la inversión.

En este sentido, puede señalarse como las causas más generales, que ven en la formalidad: la inversión de tiempo y de dinero, sin retribución inmediata y directa; trámites engorrosos y fastidiosos que ocupan mucho tiempo y significan gastos, los cuales son muy altos para los intereses del empresario, diversos trámites ante diversos organismos, los cuales resultan a veces innecesarios y demandan un costo, excesivos costos de transacción que provocan un desperdicio injustificado de recursos que el empresario no estará dispuesto a perder.

Otra de las causas, por la que recurren los empresarios a la informalidad, es el costo que les genera los trámites a las entidades involucradas en la constitución de una empresa, además del tiempo que demora obtener todos los documentos en regla. El trámite para separación del nombre o razón social, la elaboración de la minuta, constitución de la empresa ante un notario, pagos que se le tiene que efectuar, tener el local, ya sea propio o alquilado igual es un gasto, obtener la licencia de funcionamiento, certificado de defensa civil, el trámite del permiso de un extintor, muy aparte de los registros que necesita obtener de los organismos correspondientes al rubro al que se va a dedicar, en el caso de una agencia de viajes es a MINCETUR, entre otros. Es decir, son muchos los pasos a seguir para constituir, de manera correcta y de acuerdo con la ley, una empresa, esto termina por disuadir al empresario a conducir su negocio por el camino de la informalidad.

c. *Temor de perder los pocos ingresos:* En este sentido, las micro y pequeñas empresas ven en la formalidad el temor a no realizar correctamente el procedimiento de formalización y que esto traiga consecuencias negativas en lugar de traer ganancias, temor a la fiscalización, la magnitud del negocio a funcionar no da ingresos suficientes para pagar tributos, pues tan solo cubre las necesidades básicas del conductor del negocio y su familia,

y muchas de ellas ni siquiera logran hacerlo y por ello prefieren permanecer en el campo informal. Siendo que esta causa guarda especial correlación con la primera, esto es la falta de información sobre el tema de la formalización y las ventajas que pueden obtener al ser formales.

Desde que la persona tiene la iniciativa y deseo de abrir un negocio, debe saber que para concretarlo necesita, como primer requisito, tener capital, debe contar con un respaldo económico que le permita cubrir todos los gastos necesarios para abrir su negocio. Si bien es cierto, un micro y pequeño emprendedor va a contar con poco capital, pues tiene que adecuar su empresa al régimen conveniente que no le genere tanto pago tributario, eso por el lado de cumplir con su obligación tributaria, con respecto a los otros trámites, pienso que debe realizar un análisis previo de si se encuentra en condiciones o no de poder abrir un negocio, lo peor es crear la empresa y luego no tener como solventarla. Y, como menciona el autor, esto tiene mucha relación con el interés que tiene el empresario para informarse adecuadamente sobre la formalidad y los beneficios que trae consigo. El tener una empresa es una responsabilidad, hay que ser consciente de la seriedad del asunto

d. *Bajo nivel de inversión:* El capital con el que cuentan las MYPES son insuficientes, sólo alcanza para comprar algunos insumos y enseres para empezar el negocio,

resultando imposible gastar en trámites de formalización. Debido a la insuficiencia o inexistencia de capital y nula posibilidad crediticia, las MYPES inician el negocio con maquinaria y equipo de diseño propio o de segunda mano, normalmente sin ningún mantenimiento de forma programada, con lo cual tendrán bajos niveles de ventas y tendrán bajo o nulos niveles de acumulación y reinversión, siendo su equipamiento obsoleto. Por lo que es casi imposible poder realizar los trámites de formalización.

Efectivamente, los empresarios inician con poco capital, por su misma falta de información, creen que obtendrán ganancias rápidamente, pero no es así, un negocio tiene etapas, por lo general es un año el que se demora para recuperar lo invertido, luego ya se empiezan a ver ganancias de forma paulatina, todo es un proceso. Antes de querer abrir o crear un negocio, lo primero que deberían hacer es elaborar un presupuesto, calcular la sumatoria que les llevaría el tener su empresa, desde su constitución hasta cuando esté operando, y así tendrían una idea aproximada de cuánto es la inversión, y evaluarían si es conveniente o no crearla, quizás en ese momento o más adelante cuando tengan un mejor capital.

2.2.10. Consecuencias de la Informalidad

Ahora ¿Qué trae como consecuencia la informalidad? ¿En qué se perjudica aquel empresario informal? Existe un artículo muy interesante cuyo autor es Norman Loayza, un economista de nacionalidad peruana, líder del Grupo de investigación de desarrollo económico del Banco Mundial, publicado por el BCR, titulado “*Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú*” (2007), en el cual brinda información muy valiosa en sus 22 páginas, algunos fragmentos pasaré a citar y comentar en los próximos párrafos.

El autor pregunta ¿por qué debe causar preocupación la informalidad?, ante lo cual menciona lo siguiente:

La informalidad es la forma distorsionada con la que una economía excesivamente reglamentada responde tanto a los choques que enfrenta como a su potencial de crecimiento. Se trata de una respuesta distorsionada porque la informalidad supone una asignación de los recursos deficiente que conlleva la pérdida, por lo menos parcial, de las ventajas que ofrece la legalidad: la protección policial y judicial, el acceso al crédito formal, y la capacidad de participar en los mercados internacionales.

Si bien es cierto, las empresas informales no gastan en pagos tributarios u otras contribuciones al estado, licencias, y demás procesos de regulación para estar bajo ley, carecen de los beneficios que le otorga el estar en formalidad. Como menciona el economista Loayza, no pueden acceder a un crédito, ante cualquier entidad financiera si se quiere solicitar un crédito como empresa, requieren una serie de documentos que avalen a la empresa y que sustenten que se encuentra debidamente conformada, que cumple puntualmente con sus contribuciones, el DNI del representante legal, vigencia de poder, ficha ruc, por lo general piden las 03 últimas declaraciones mensuales con sus respectivos pagos (pueden solicitar hasta seis), la declaración anual de la renta del último año (esto dependiendo el tipo de régimen tributario en el que se encuentre), y con todo ello, u otros documentos más que les soliciten, evalúan si está en condiciones de poder cumplir a futuro con las cuotas que le corresponderían por dicho crédito. Probablemente, y esto lo menciono a mi opinión y suposición, aquella persona que cuenta con una empresa informal y que desea un crédito, no va a solicitar el crédito como empresa, sino como crédito personal, y sí, seguramente le pueden otorgar, pero no la cifra que anhelaba, pues estas entidades otorgan mayores créditos a las empresas, pues tienen un respaldo económico por el movimiento de dinero que generan o generarán, caso contrario a los créditos otorgados a las personas. Asimismo, menciona sobre la

participación a mercados internacionales, efectivamente, las empresas, en este caso las agencias de viajes formales tienen la oportunidad de abrirse e introducirse al mercado internacional, no hay mayor respaldo que estar debidamente constituido y figurar en los sistemas gubernamentales, cualquier empresa del exterior o cliente del exterior va a depositar la confianza en las empresas debidamente legalizadas, además tienen la oportunidad de participar en ferias internacionales.

Loayza (2007) continúa con lo siguiente:

Por tratar de eludir el control del estado, muchas empresas informales siguen siendo empresas pequeñas con un tamaño inferior al óptimo, utilizan canales irregulares para adquirir y distribuir bienes y servicios, y tienen que utilizar recursos constantemente para encubrir sus actividades o sobornar a funcionarios públicos.

...las actividades informales utilizan y congestionan la infraestructura pública sin contribuir con los ingresos tributarios necesarios para abastecerla.

Estas empresas al ser informales se quedan estancadas, es decir no ven un crecimiento, utilizan recursos precarios, hacen uso de productos y servicios de terceros de dudosa reputación, no tienen garantía al recibir de sus proveedores, pues se encuentran en el

mismo círculo vicioso de la ilegalidad, ni al ofrecer al consumidor. Además, si en caso son descubiertos por algún organismo, para no ser multado o se le imponga una infracción, recurren a realizar actos que van en contra del respeto a la ley: coimas, sobornos, pagos por lo bajo, lo que ensucia y desprestigia el correcto funcionamiento de las normas y de los entes que lo permiten. Entonces, estas empresas informales dificultan la labor del estado con estos actos, generan perjuicios a la institucionalidad, y adicionalmente, no contribuyen con la recaudación de los tributos que ayuda a financiar los gastos públicos.

Además, agrega Loayza (2007) sobre la formalidad lo siguiente:

...la formalización es sumamente importante por las consecuencias que tiene en el empleo, la eficiencia y el crecimiento económico. Si la formalización se sustenta exclusivamente en hacer que se cumplan las normas, lo más probable es que ello genere desempleo y un bajo crecimiento. Si por el contrario el proceso de formalización se sostiene mediante mejoras tanto del marco legal como de la calidad y disponibilidad de los servicios públicos, generará un uso más eficiente de los recursos y un mayor crecimiento.

Las oportunidades que ofrece la formalidad tienen consecuencias favorables para las empresas, un trabajador que labora en una

empresa formal se encuentra en planilla, esto le permite contar con un seguro de salud, CTS, un contrato, un horario, vacaciones y un sueldo acorde a su cargo y funciones; contando con esos beneficios el trabajador tiene confianza y responderá eficientemente en sus labores, y esto a su vez se verá reflejado en el crecimiento de la empresa, es toda una cadena.

Y dando conformidad a lo que menciona, el Estado y los organismos correspondientes no deben enfocarse únicamente en hacer cumplir las normas, sino que deben buscar el mejoramiento de las normativas, quizás hasta reducir o eliminar ciertos pasos que dificultan y prolongan los trámites y procesos para la obtención de registros de formalización.

Moreno C. (2016) sostiene que:

La informalidad trae consigo una serie de consecuencias negativas para nuestra sociedad. Incide de manera negativa en la recaudación y limita la provisión de recursos que el Estado requiere para su funcionamiento y la atención de las necesidades de la sociedad. Los menores ingresos que percibe el Estado limitan sus posibilidades para satisfacer las necesidades básicas de la población y/o mejorar los servicios públicos.

Otra consecuencia originada por la informalidad es la evasión de los pagos tributarios que toda empresa, debidamente constituida, debe realizar al Estado a través del organismo especializado en la recaudación de dichos tributos, es decir SUNAT. Las empresas de cualquier rubro económico que son informales no pagan los impuestos, y al no pagar limita al Estado pues no tiene los suficientes ingresos para poder destinarlos a las diferentes necesidades que tiene la población, y para cubrir los gastos públicos. Es decir, nosotros mismos resultamos perjudicados. Y teniendo en cuenta, según estudios, que existe un porcentaje significativo de informalidad en nuestro país, eso significa que estamos perdiendo una importante cantidad de recursos económicos que ayudarían a solventar nuestras necesidades como población, como país.

Por su parte, Cárdenas N. (2010) señala lo siguiente:

Los empresarios informales que se encuentran desarrollando estas actividades de modo informal, tendrán que invertir gran cantidad de esfuerzo para evitar ser descubiertos y ser sancionados por operar al margen de la ley. En este sentido, el costo ahorrado en cumplir con los requerimientos legales será empleado en desarrollar estrategias para no ser descubiertos y sancionados.

Totalmente de acuerdo, las empresas informales evaden los gastos que les genera el estar debidamente constituidas, pero cuando se les descubren y van a ser sancionadas, desembolsan ciertas cantidades de dinero con la finalidad de que no se les castigue, se les coloque una infracción o una multa, lo que resulta totalmente contraproducente. En cualquier momento, tarde o temprano se les descubrirá, por lo que tienen que decidir sin duda alguna que, antes de usar ese dinero de forma irrespetuosa, deben usarlo en llevar todo en regla.

Morote H. (2001) en su Guía para el desarrollo de la Micro y Pequeña empresa, menciona lo siguiente:

Formalizarnos es clave, pues la informalidad genera a toda empresa las siguientes desventajas: no tener acceso al crédito formal, lo que impide la realización de mayores inversiones, intranquilidad por posibles decomisos de las mercaderías y la consecuente pérdida del capital invertido, no poder entablar relaciones de mediano o largo plazo con los clientes, les restringe la posibilidad de un crecimiento más rápido.

Ya se ha comentado sobre los bajos ingresos económicos que recibe el Estado como resultado de la informalidad, ingresos con los cuales se sustenta y requiere para la atención de la sociedad; del

impedimento para acceder a créditos bancarios, lo cual es una desventaja para una empresa, ya que no le permitirá crecer, tener respaldo económico y proyectarse en un futuro a quizás expandirse a otros mercados y sólo se estancaría en uno; y agregando a todas las anteriores, lo que menciona Morote, la posible pérdida de sus equipos, maquinarias, materias primas, materiales, mercadería, es decir sus herramientas que le sirven para elaborar sus productos u ofrecer sus servicios, debido a que están propensas al decomiso en cualquier momento que se dé una fiscalización por parte de entes encargados para regular a las empresas.

En el caso particular del rubro turístico, una de las principales consecuencias que debemos mencionar es la mala imagen que se genera el destino turístico al turista, ya que las agencias informales suelen ofrecer servicios, paquetes y programas turísticos de baja calidad, y en el peor de los casos lo que ocasionaría es que el turista no decida visitar nuevamente el destino, no lo recomiende, y por el contrario, tenga malos comentarios sobre la experiencia vivida.

2.3 Definición de términos:

- a. *Operadores turísticos.* – Entidades empresariales encargadas de brindar servicios turísticos tanto a turistas nacionales como extranjeros,

ya sea de manera directa o a través de mediadores; así como de elaborar los paquetes y rutas turísticas.

- b. *Turista*. - Persona que viaja a un lugar fuera de su residencia habitual, sea tanto nacional como extranjero, con el propósito de conocer atractivos turísticos y hacer uso de servicios relacionados a este.
- c. *Paquete turístico*. - Conjunto de servicios turísticos relacionados entre sí, brindados por un operador turístico para satisfacer la demanda de los turistas.
- d. *Influencia*. - Acción de producir un efecto o comportamiento determinado sobre alguien o algo.
- e. *Informalidad*. - Actividades empresariales que lucran de una manera ilícita, fuera de la reglamentación establecida por el Estado en el ámbito económico y social.
- f. *Turismo informal*. - Actividades turísticas que se desarrollan fuera de los parámetros de la ley, lucrando de una manera ilícita brindando estos servicios.
- g. *Turismo bajo sombras*. - Se refiere al turismo informal que se desarrolla dentro de un país, lucrando de una manera ilícita, brindando servicios turísticos en las diferentes modalidades.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Tipo de Investigación:

El presente trabajo muestra el tipo de investigación DESCRIPTIVA, pues su propósito es el de detallar, explicar y describir la realidad del problema del objeto de estudio, mediante un análisis y estudio minucioso haciendo uso de instrumentos y herramientas correspondientes, y para este trabajo se desea determinar el nivel de informalidad en las agencias de viajes y turismo en el distrito de Lima.

Hernández, Fernández y Baptista (1997) afirman:

(...) el propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

3.2 Nivel de Investigación:

El presente trabajo es de nivel DESCRIPTIVO, pues se recogerán datos e información concerniente al tema de estudio, para describir la realidad en tiempo y lugar determinado, es decir el estado actual después de haber realizado toda la investigación y análisis.

Este nivel de investigación, según el metodólogo Rafael Bisquerra (1989: 123), se basa en la observación, la “cual se realiza en el ambiente natural de aparición de los fenómenos”.

3.3 Diseño de Investigación:

El diseño de investigación se refiere al camino por el cual se quiere investigar y recolectar la información. Al respecto Sabino (1992) señala que “su objeto es proporcionar un modelo de verificación que permita contrastar hechos con teorías, y su forma es la de una estrategia o plan general que determina las operaciones necesarias para hacerlo”.

Este trabajo de investigación tiene como diseño Transeccional-Descriptivo.

Hernández R, (2014) menciona sobre este diseño lo siguiente:

Los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en

una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción. (Hernández. R, 2014 p. 155).

Para realizar esta investigación se requerirá de recolección de información, recopilación de datos de corte transversal, ya que este método nos permitirá recolectar datos en un solo momento.

Hernández. R, (2014) afirma que:

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un tiempo único (Lui, 2008 y Tucker, 2004). Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede. (Hernández. R, 2014 p. 154).

3.4 Población y Muestra:

3.4.1. Población

Para la presente investigación se trabajará la población conformada por las agencias de viajes que prestan sus servicios a los diferentes turistas, tanto nacionales como extranjeros. Para el estudio, se consideró como población la cifra de todas las agencias de viaje en los diferentes tipos, según el registro del Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados; agencias de viaje y

turismo en el distrito de Lima. Siendo un total de 122 agencias registradas.

[http://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/set-regiones/\(S\(10f0nx2l4mquheg144osvlae\)\)/Reportes/WebReportes/RptListadoCoincidencias.aspx?StrTipo=2&Var=02|||||150101|](http://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/set-regiones/(S(10f0nx2l4mquheg144osvlae))/Reportes/WebReportes/RptListadoCoincidencias.aspx?StrTipo=2&Var=02|||||150101|)

Hernández. R, (2014) afirma que:

Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. (Hernández. R, 2014 p. 174).

3.4.2. Muestra

Del total de la población de agencias de viajes y turismo del distrito de Lima, se tomará como muestra un total de 76. Para el cálculo de la misma, se empleó una herramienta en formato Excel, que contiene fórmulas preestablecidas, dicho archivo nos fue proporcionado por nuestro profesor del curso de Tesis.

Hernández. R, (2014) afirma que:

La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe

ser representativo de la población. (Hernández. R, 2014 p. 173).

3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos:

3.5.1. Técnica

Para la obtención de datos e información necesarios para la presente investigación, se trabajará recopilando información in situ, es decir yendo al lugar objeto de estudio, para ello se empleará la *técnica de la observación*, análisis de información. Se procederá a recopilar información examinando la problemática, objeto de estudio, en el distrito.

Hernández. R, (2014) afirma que:

Este método de recolección de datos consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables a través de un conjunto de categorías y subcategorías. (Hernández. R, 2014 p. 252).

3.5.2. Instrumento

Para determinar el nivel de informalidad de las agencias de viajes y turismo en el distrito de Lima se ha optado por utilizar como instrumento *la ficha de observación*. Estas fichas son instrumentos

en los cuales se registran la descripción del objeto de estudio, todos los pormenores, datos que se consideren que van a aportar a la investigación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se exponen y describen los resultados de la aplicación de la técnica en la investigación. Asimismo, para la mejor comprensión de los resultados, he de realizar también la discusión, es decir, su análisis e interpretación.

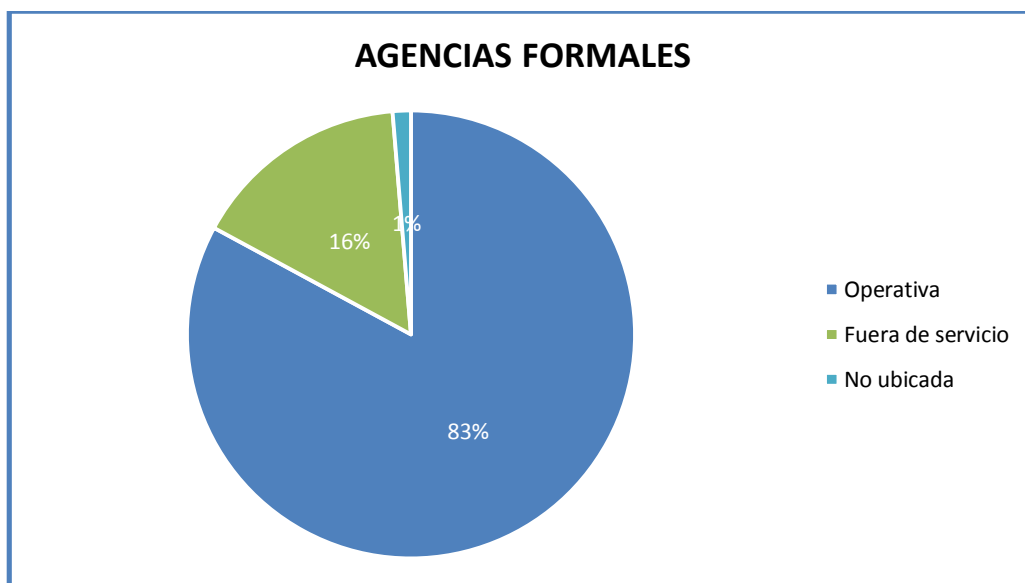
4.1 Resultados:

Tabla N° 1

AGENCIAS FORMALES					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Operativa	63	83%	83%	83%
	Fuera de servicio	12	16%	16%	99%
	No ubicada	1	1%	1%	100%
	TOTAL	76	100%	100%	

Fuente: elaboración propia

Figura N° 1



Fuente: elaboración propia

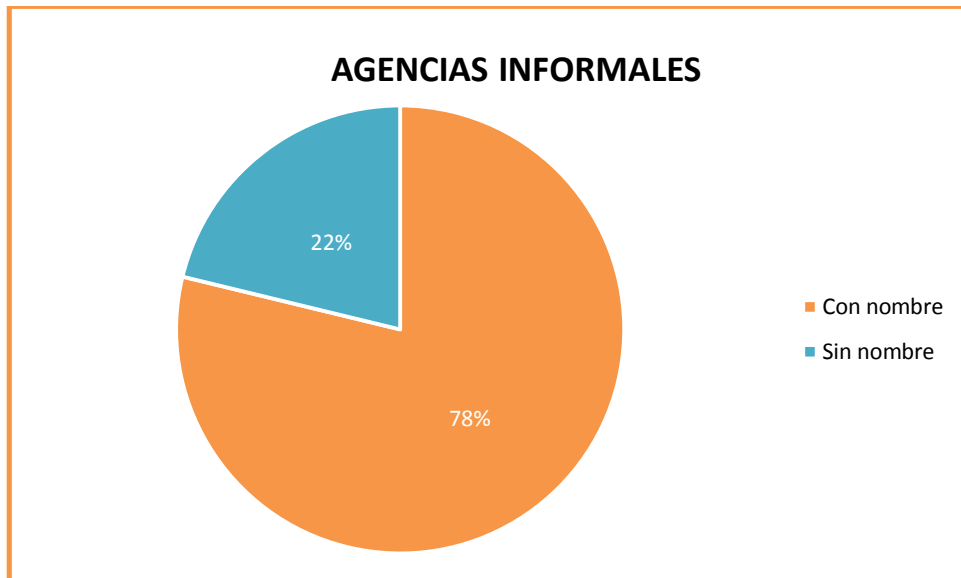
En la tabla N° 1 se puede observar el conteo y verificación que se realizó cotejando con la lista presentada en la ficha de observación de las agencias formales y que se tomó como muestra. Lo que resultó de la aplicación del instrumento, fueron los porcentajes siguientes: un 83% está operando, un 16% está fuera de servicio, y finalmente un 1% no se llegó a ubicar.

Tabla N° 2

AGENCIAS INFORMALES					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Con nombre	25	78%	78%	78%
	Sin nombre	7	22%	22%	100%
	TOTAL	32	100%	100%	

Fuente: elaboración propia

Figura N° 2



Fuente: elaboración propia

En la tabla N° 2 podemos observar el número de agencias de viaje informales que se pudo localizar. Para saber si eran informales, se verificó si figuraban en la ficha de observación de agencias formales, al no encontrarlas se procedió a buscar en el Directorio de agencias de viajes para confirmar si se encontraban registradas, no figurando ninguna de las 33 agencias, por lo tanto, se determinó que eran informales. De las 32 agencias informales, se encontró que el 78% contaban con nombre, mientras que el 22% no tenían nombre, tan sólo se les podía identificar como “agencia de viaje”.

4.1.1 Análisis de resultados

En base al instrumento utilizado podemos observar que, de la muestra tomada de agencias formales registradas en el Directorio

de prestadores de servicios turísticos de MINCETUR, que son un número de setenta y seis (76), sólo sesenta y tres (63) se encuentran operativas, doce (12) fuera de servicio y una (01) no se encontró ubicada en el lugar designado en el directorio de agencias de viaje y turismo.

Por otro lado, se identificó un total de treinta y dos (32) agencias informales, de las cuales siete (07) no cuentan con ningún nombre con el que se pueda identificarlas, y sólo llevan el nombre genérico de agencia de viajes.

Por lo tanto, si:

$63 + 32 = 95 \rightarrow 100\%$ de agencias de viaje y turismo tomadas como muestra de la investigación.

Entonces:

El 66.32% de las agencias que fueron encontradas, son agencias de viaje y turismo formales, mientras que el 33.68% de ellas son agencias de viaje y turismo informales.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

Al realizar el estudio e investigación sobre el tema del presente trabajo, se puede concluir en lo siguiente:

1. La informalidad trae consigo efectos negativos que trascienden lamentablemente a cualquier actividad turística, afecta la reputación e imagen de nuestro país, y la experiencia vivida del turista durante su permanencia de visita hacia algún destino determinado. Las agencias de viajes y turismo cumplen un papel fundamental como mediadoras e intermediarias entre el turista y el destino. Por lo tanto, deben garantizar siempre que los productos y servicios que ofrezcan sean de calidad, esto es lo que otorga la formalización.
2. Existen diversas causas que originan la informalidad en las agencias de viajes, pero principalmente se identificaron las siguientes: los numerosos trámites burocráticos a los que están sometidos al momento de constituir su empresa, que les genera pérdida de tiempo y dinero, pues en muchos casos para el capital inicial con el que cuentan, no les alcanza para cubrirlos por completo; la falta de preparación, educación e información, estos

empresarios tienen como único interés el generar ganancias, se arriesgan a abrir sin tener conocimiento de la responsabilidad que significa tener una empresa; el bajo nivel de inversión, es decir, no cuentan con el suficiente capital que les permita cubrir todos los gastos administrativos y trámites demandantes, y que a su vez también les permita adquirir equipos para iniciar sus actividades, y esto tiene relación con la anterior causa, el desconocimiento y falta de información.

3. Los impactos negativos que produce la informalidad se ven reflejados en la falta de ingresos al estado, debido a que estas empresas no pagan impuestos ni ninguna otra obligación tributaria; en la competencia desleal que se genera entre prestadores de servicios, y esto ocurre debido a que las empresas informales ofrecen precios bajos por lo mismo que no tributan, entonces pueden rebajar sus precios a comparación de las formales que establecen sus precios en base a los costos y gastos que tienen; en el perjuicio a los trabajadores, puesto que al ser informales, no les brindan los beneficios de ley que les corresponden (estar en planilla, seguro social, CTS, etc.); y al turista, al brindarle servicios carentes de garantía y seguridad, productos de baja calidad, lo que generan su insatisfacción, y que se lleve una pésima impresión del lugar visitado.
4. Como resultado de la investigación, se obtuvo que la informalidad en las agencias de viajes y turismo en el distrito de Lima se encuentra representado en un 34%, siendo una cifra considerable, tomando en cuenta que se basó en una muestra de 96 agencias.

5. Si bien MINCETUR lanzó como estrategia en el 2019 la campaña Turismo seguro, debido a la situación que desafortunadamente nos sorprendió el 2020 y que estancó varios proyectos, para poder ver un cambio significativo, tomará su tiempo. Por lo tanto, se debe estar siempre alerta, no hay que dejar de preocuparse por este problema.
6. Más allá de los proyectos que tengan los organismos correspondientes en el caso del turismo, considero que todo parte de la formación, educación y valores de cada persona, lamentablemente en nuestro país se ha podido observar desde hace mucho que la educación, junto con el sistema de salud, es nuestro talón de Aquiles.

LISTA DE REFERENCIAS

- Bayón, F. (2004). *Operación y Procesos de Producción en el Sector Turístico*. España: Síntesis.
- Burkart, & Medlik. (1981). *Introducción al Turismo*. Obtenido de Sancho, Amparo.
- Cabarcos Novas, N. (abril 2011). *Administración de Servicios Turísticos: Promoción y Venta*. Bogota, Colombia.
- Cabrera, V. (2013). El problema de la economía informal y el estado de derecho. Recuperado: https://www.uncitral.org/pdf/english/colloquia/microfinance-2013/16-01/1.Cabrera.Coloquio_Vienna_Microfinanzas2.pdf
- Cárdenas, N. (2011). Influencia de la informalidad en la competitividad de la micro y pequeña empresa en la región Arequipa 2010. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1079/informalidad.html>
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2007). *El Turismo: Teoría y Práctica*. España: Síntesis.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2004). Informalidad en Colombia. Causas, efectos y características de la economía del rebusque. Recuperado de: https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/127/html
- Diario el comercio. (2015). "Más de la mitad de las agencias de viajes son informales". Obtenido de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/mitad-agencias-viajes-son-informales-184830>

- Diario Oficial del Bicentenario El Peruano. (2016). *Diario Oficial El Peruano*. Obtenido de <http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/aprueban-el-reglamento-de-agencias-de-viajes-y-turismo-decreto-supremo-n-004-2016-mincetur-1391743-1/>
- Espíndola, N. 2017 “determinantes de la informalidad en los micronegocios en México. Un análisis empírico con la encuesta nacional de micronegocios (ENAMIN), 2008-2012”. Recuperado de: <http://132.248.9.195/ptd2017/mayo/412024308/Index.html>
- Hernández, V. 2013 “estudio de la informalidad económica en el marco del movimiento economía y derecho”. Recuperado de: <http://132.248.9.195/ptd2013/febrero/407110670/Index.html>
- Krapf, K., & Hunziker, W. (1942). *Fundamentos de la Teoría General del Turismo*. Suiza: Universidad de Berna.
- Lexus. (2006). *Turismo, Hotelería y Restaurantes*. España: Lexus Editores.
- Lynch P. 2016 “causas y consecuencias de la informalidad de las micro y pequeñas empresas de sector comercio en el Perú: caso mercado modelo de Chimbote, 2015”. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1113/FORMALIDAD_INFORMALIDAD_MYPES_LYNCH_LOPEZ_PAOLA_ESTEFANNY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Loayza, N. (2012). Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/88996781/Causas-y-consecuencias-de-la-informalidad-en-el-Peru1>
- Maloney, R. (2006). Una teoría general sobre la informalidad laboral: el caso colombiano. Recuperado de: <http://economialaboral.univalle.edu.co/TeoriaGeneral.pdf>

- Mendiburo A. 2016 “factores que propician la informalidad de las pymes y su incidencia en el desarrollo de estas en la provincia de Trujillo, distrito de Víctor Larco”. Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4579/Tesis%20Maestr%C3%ADa%20-%20Angel%20Mendiburu%20Rojas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2004). Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo. *Aprueban Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo DECRETO SUPREMO N° 026-2004-MINCETUR*. Perú.

- Moreno, C. (2016). La importancia de ser formal. Recuperado de: http://www.sunat.gob.pe/institucional/publicaciones/revista_tributemos/tribut104/analisis.htm

- Morote, H. (2001). Guía para el desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa. Recuperado de: <http://docplayer.es/6951514-Mypequena-empresa-crece.html>

- Organización Internacional del Trabajo. (2004). Informalidad en Colombia. Causas, efectos y características de la economía del Rebusque. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v20n90/v20n90a05.pdf>

- Pasco L. 2017 “la informalidad en la prestación de servicios turísticos y la demanda turística en Huaraz-Áncash, 2016”. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6773/Pasco_LLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Portal de turismo. (2016). “Canatur: informalidad debilita al sector turismo y genera competencia desleal”. Obtenido de: <http://www.portaldeturismo.pe/index.php/noticia/canatur-informalidad-debilita-al-sector-turismo-y-genera-competencia-desleal>

- Portes, E. (2006). Una teoría general sobre la informalidad laboral: el caso colombiano. Recuperado de: <http://economialaboral.univalle.edu.co/TeoriaGeneral.pdf>
- Rivas García, J. (febrero de 2011). Organización, Gestión y Creación de Empresas Turísticas. *Artículo 1.1 de la OMT*. España: Septem Ediciones.
- Taboada, F. (2000). El elefante de la economía informal. Recuperado de: <http://200.16.86.50/digital/33/tesis/t0071000.pdf>
- Tokman, V. (1991). Economía informal: Evolución reciente y perspectiva. Estados Unidos Mexicanos: Cámara de diputados Lix legislatura.
- Villanueva E. 2015 “la informalidad de las mypes y su falta de accesibilidad a los créditos que ofrece el sistema financiero en el distrito de Huaral en el año 2015”. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1027/INFORMALIDAD_CREDITOS_VILLANUEVA_JARA_EDGAR.pdf?sequence=4&isAllowed=y

ANEXOS

TÍTULO DE INVESTIGACIÓN: Nivel de Informalidad en las Agencias de viajes y turismo en el distrito de Lima

Ficha de Observación del Directorio de Agencias de viajes y turismo en el distrito de Lima (Muestra: 76)

Ficha N° _____ Autor: _____

Lugar: _____ Fecha: _____

N°	AGENCIA	UBICACIÓN	ESTADO		
			Operativa	Fuera de servicio	Observada
01	Fernández Sara, Jorge Alberto	Jr. Chota 1570			
02	Viajes Roxana S.A.C.	Jr. Huallaga 160 int. 415			
03	Multiservice Agency S.A.	Av. Emancipación 184 int. 102			
04	Happy Days Travel Tours E.I.R.L.	Jr. De la unión 853 int. 121			
05	Rdp Inversiones turísticas S.A.C.	Ca. Enrique Palacios 1110			
06	Aerotickets Perú S.A.C.	Av. Nicolas de Piérola 640			
07	Interandina Viajes y Turismo S.R.L.	Av. Nicolas de Piérola 958			
08	Viajes mundiales Perú S.A.C.	Av. Nicolás de Piérola 791			
09	Peruvian Sun tour operator S.R.L.	Av. Nicolás de Piérola 981 int. 311			
10	Vadi Tours Perú E.I.R.L.	Av. Nicolás de Piérola 792			
11	Vacaciones y negocios S.A.C.	Av. Abancay 325 int. 220-A, urb. Santa Emma			
12	Wasary Travel SAC	Jr. Lampa 216 int. 175, urb. Lima			
13	A&M Viajes SAC	Jr. De la unión 1039 int. B			
14	A1 Travel SAC	Ca. Manuel Cuadros 116 int. 401			
15	America Capon SAC	Jr. Paruro 761			
16	American Ansori Tours SRL	Jr. Nicolás Corpancho 135, urb. Santa Beatriz			

17	Amuy Viajes SAC	Jr. Huallaga 160 int. 201			
18	Andar peruano SAC	Ca. Sta Jacinta 184, urb. Pando 3ra etapa			
19	Argenper SA	Jr. Cusco 121 int. 1° piso			
20	Aure Events & travel SAC	Ca. Enrique Barron 1219 int. 303, urb. Sta Beatriz			
21	Cepavitour'S Ag. Viajes y tur. Rep.G.Ei	Jr. Camana 1178 int. 102			
22	Churin tours	Av. Uruguay 320 int. 312			
23	Condor travel SAC	Jr. Lampa 535			
24	Contact Tours SAC	Av. Alborada 1706			
25	Costamar Travel Cruise & Tours SAC	Av. Nicolás de Piérola 966 int. 301			
26	Courier Continental SAC	Jr. Huallaga 160 int. 202, zn CHL			

TÍTULO DE INVESTIGACIÓN: Nivel de Informalidad en las Agencias de viajes y turismo en el distrito de Lima

Ficha de Observación del Directorio de Agencias de viajes y turismo en el distrito de Lima

Ficha N° _____ Autor: _____

Lugar: _____ Fecha: _____

N°	AGENCIA	UBICACIÓN	ESTADO		
			Operativa	Fuera de servicio	Observaciones
27	Lingnam Service	Jr. Paruro 806, zn. Sec. 0514, mz. 17			
28	Lock tours	Jr. Carabaya 618 int. 104			
29	Maury Tours	Jr. Ucayali 223			
30	Megaval tours	Av. Nicolás de Piérola 937, zn. CHL			
31	Miramar tours	Jr. Camaná 780 int. 511			
32	Next travel	Ca. Ica 326			
33	Nueca Era travels	Av. Nicolás de Piérola 734			
34	Original travels	Av. Nicolás de Piérola 784			

35	Pain tours	Jr. Leonardo Arrieta 992, int. 202			
36	Passper	Jr. Carabaya 319 int. 107			
37	Peregrinus	Av. La alborada 1378, urb. Las brisas			
38	Peru Best tours	Av. Uruguay 346 int. 206			
39	Peru Nilo Viajes Tour operator	Av. Miguel Angel 222, urb. Flori			
40	Peru Tours	Jr. Ica 930			
41	Peruvian Highlights	Av. Arenales 1387 int. 203			
42	Peruvian wonders travel	Jr. Felipe Yofre 2852, urb. Elio			
43	Perú Inka's Routes	Jr. Huallaga 288,int. 205			
44	Pro Peru Travel	Av. República de Chile 223			
45	Sitra	Jr. Lampa 216, int. 106-107			
46	South American Travel	Jr. Callao 146			
47	Sumac World Peru	Jr. Conde de Superunda 239 int. 103			
48	Tambo Peru Tours	Av. Nicolás de Piérola 851			
49	Turpuno Lima	Jr. De la unión 1040 int. 1			
50	Up Travel	Av. Garcilazo de la Vega 915			
51	Viajes Continental Dupri	Jr. De La unión 272 int. Stand 1			
52	Viajes Falabella	Jr. De la unión 630, urb. Plaza de la Merced			

TÍTULO DE INVESTIGACIÓN: Nivel de Informalidad en las Agencias de viajes y turismo en el distrito de Lima

Ficha de Observación del Directorio de Agencias de viajes y turismo en el distrito de Lima

Ficha N° _____ Autor: _____

Lugar: _____ Fecha: _____

N°	AGENCIA	UBICACIÓN	ESTADO		
			Operativa	Fuera de servicio	Observaciones
53	Copacabana tours	Ca. Sta Gertrudis 677, urb. Sta Emma			
54	De Travel SA	Bl. Block 65 int. 112 unidad vecinal Mirones			
55	Destinos y viajes SAC	Jr. Puno 108 (jr. Puno con jr. De la unión)			
56	Dmg Travels	Av. José Galvez 1147 int. 203, urb. Sta Beatriz			
57	Domicol Tours SA	Jr, De la unión 1075 int. A			
58	Ecoper SRL	Psj. 2 n° 152, urb. San Fernando			
59	Elica Travel	Jr. Alemania 2173 int. 206			
60	Emotions Peru Travel SAC	Jr. Callao 220 int. 228			
61	Fertur Peru EIRL	Jr. Junín 211			
62	Full Turismo	Jr. Huallaga 1160 int.102			
63	Gennano Travel EIRL	Av. Nicolás de Piérola 994			
64	Grupo Ecotours SAC	Av. Uruguay 346 int. 310, CC. Galeria Compu Mall			
65	Grupo Mykonos SAC	Jr. Lampa 1141			

6					
6	Hangrin SAC	Av. Paseo centro Lima 196			
6	Corporación Imf				
7	travel SAC	Jr. Lampa 904 int. B			
6	Infoperu SAC				
8		Jr. De la unión 1066 int. 102			
6		Jr. Ayacuho 856 int. 201, urb.			
9	Inka Yume Travel	Barrios altos			
7	Interviajes SAC				
0		Jr. Camaná 782			
7	Inversiones				
1	Moval EIRL	Jr. Pablo Bermudez 150 int. 9-D			
7	Jdr Viajes &				
2	Turismo	Jr. De la unión 1031			
7					
3	Juan Pablo Tours	Jr. De la unión 870 int. 103			
7					
4	Kunga Travel	Jr. Paruro 1401 int. 139 S			
7		Jr. De la unión 908 / Jr. Cusco			
5	Lan Peru SA	239			
7	Latin Tours Peru				
6	SAC	Jr. Paruro 860 int. 2026			

TÍTULO DE INVESTIGACIÓN: Nivel de Informalidad en las Agencias de viajes y turismo en el distrito de Lima

Ficha de Observación de Registro de Agencias de viajes y turismo Informales en el distrito de Lima

Ficha N° _____ Autor: _____

Lugar: _____ Fecha: _____

N°	AGENCIA	UBICACIÓN	ESTADO	
			Informal	Observaciones
01	Pachacamac tour	Jr. De la unión 764		
02	Peru trip agencia	Jr. De la unión 121		
03	Condor travel	Jr. De la unión 327		
04	Inka travel	Jr. De la unión 350		
05	Machu Picchu tours	Jr. De la unión 427		
06	Agencia S/N	Jr. De la unión 553		
07	Perú travel	Jr. De la unión 572		
08	Viajes Camaná	Jr. De la unión 637		
09	Agencia S/N	Jr. De la unión 851 int. 12L		
10	Adventure travel Peru	Jr. De la unión 868		
11	Kass tours	Av. N. Piérola 865		
12	Viajes Antuanet	Av. N. Piérola 800		
13	Mapi World travel	Av. N. Piérola 769		
14	Agencia S/N	Av. N. Piérola 773		
15	Vulcano tour	Av. N. Piérola 676		
16	Fun Tripper Agencia	Av. N. Piérola 137		
17	Inka Lima oturs	Av. N. Piérola 154		
18	Agencia S/N	Av. N. Piérola 543		
19	Agencia Pachamama tours	Av. N. Piérola 547		
20	Viajes Caral	Av. N. Piérola 563		
21	Agencias de viaje La nueva ruta	Av. N. Piérola 621		
22	Agencia Neo viajes	Av. N. Piérola 638		
23	Dulce viaje tours	Av. N. Piérola 654		

24	Tambo tours	Av. N. Piérola 662		
25	Agencia S/N	Av. N. Piérola 678		
26	Almeda tours	Av. N. Piérola 721		
27	Full travesía tours	Av. N. Piérola 745		
28	Agencia S/N	Av. N. Piérola 843		
29	Nomada tours	Av. N. Piérola 847		
30	Guadalupe tours	Av. N. Piérola 850		
31	Agencia S/N	Av. N. Piérola 863		
32	Lagtonga travel	Jr. Huallaga 160 int. 105		